

862 专业综合课 A

考试目标

本考试大纲根据企业管理专业学术型硕士研究生的培养要求,科学、准确、规范地测评考生在企业管理方面的基本素质和综合能力,考察考生对管理学原理、企业战略管理与市场营销管理理论的掌握与运用程度,旨在培养具有较强分析问题与解决问题能力的高层次、学术型、复合型的企业管理专业人才。

考试内容

1、管理学

(1) 管理、管理者与组织:管理的含义;管理者的分类与角色;组织与环境;企业与企业
管理;组织的道德与社会责任。

(2) 管理思想的演进:早期的管理实践与管理思想;古典管理理论;人际关系学说与行为
科学;管理科学理论。

(3) 计划与决策:计划的含义与内容;决策的含义与过程;决策的类型;决策的方法。

(4) 组织职能与组织结构:组织职能的含义及内容;管理宽度与组织层次;组织中的职位
设计;部门划分;组织结构的类型;团队的特点与特点;委员会管理;影响组织结构选择的
因素。

(5) 组织中的职权配置:权力、职权与指挥链;授权;组织成员的活性化;分权和集权;
职权的分化。

(6) 领导职能:领导职能的含义和作用;领导的原理和要求;领导艺术与领导者的修养。

(7) 沟通:沟通的含义;沟通的类型;有效沟通的原则。

(8) 控制职能:控制的含义;控制的过程;控制的基本类型;有效控制的原则。

2、企业战略管理

(1) 战略管理过程:企业的远景与使命;企业的目标;企业的战略;企业战略的层次

(2) 企业战略环境:企业宏观环境;企业竞争环境;行业经济特性与成功关键因素;经验
曲线、规模经济与范围经济;行业竞争力;行业内战略群体。

(3) 企业资源与能力:企业核心竞争力;企业内部条件分析方法;企业的资源与价值;SWTO
分析法;投资组合分析方法;企业价值链;企业战略与环境、能力的匹配。

(4) 竞争战略:基本竞争战略;动态竞争战略;不同产业结构下的竞争战略;不同市场竞
争地位下的竞争战略;竞合战略与蓝海战略;新兴行业的竞争战略;成熟行业的竞争战略;
衰退行业的经营战略;分散行业的竞争战略。

(5) 跨国经营战略:国际化经营的环境因素;国家竞争优势;国际化经营的战略选择;国
际市场的进入模式;国际化经营的战略类型。

(6) 公司战略:公司战略的形成;企业并购;相关多元化经营战略;不相关多元化战略;
合作战略与竞争优势;企业成长战略;企业防御战略。

(7) 战略的评价与选择:战略制定的程序与方法;战略评价;战略选择。

(8) 战略的实施与控制:战略制定与实施的关系;战略计划与实施模型;战略控制类型与
过程。

3、市场营销

(1) 市场营销环境:市场营销宏观环境;市场营销微观环境。

(2) 市场调研与市场需求预测:市场营销调研过程;市场需求预测。

(3) 消费者市场及其购买行为：消费者市场；影响消费者购买行为的因素；消费者购买行为与决策。

(4) 目标市场战略：市场细分；目标市场选择；市场定位。

(5) 产品与服务策略：产品组合策略；产品生命周期；新产品开发战略选择及开发过程；新产品的采用与扩散；服务与服务营销；服务质量管理；服务便利管理；服务的有形展示。

(6) 品牌策略：品牌的内涵；品牌定位；品牌资产；品牌策略。

(7) 定价策略：定价方法；定价策略；价格变动与企业对策。

(8) 分销策略：分销渠道的职能与类型；分销渠道策略；批发商与零售商。

(9) 沟通与促销策略：促销组合；广告策略；推销策略；销售促进策略；公共关系策略。

(10) 市场营销组织：市场营销组织类型；市场营销组织设计。