

硕士研究生入学考试大纲

第一部分 考试说明

一、 考试性质

全国硕士研究生入学考试是为高等学校招收硕士研究生而设置的。其中，企业管理是为管理专业考生而设置的专业课程考试科目，属招生学校自行命题的性质。它的评价标准是高等学校优秀硕士研究生能达到的及格或及格以上水平，以保证被录取者具有坚实的企业管理基本理论和较好地分析实际经济问题的能力，有利于招生学校在专业上择优选拔。

考试对象为参加 2007 年全国硕士研究生入学考试的考生。

二、 考试的知识范围

本课程考试范围包括：运作管理、管理学和市场营销三部分内容。具体考察要点详见本大纲第二部分。

三、 评价标准

考试的目的在于考察考生对企业管理的基本概念、基本理论的掌握和运用企业管理理论的分析方法分析实际经济问题的能力。考生应能：

1. 掌握企业管理的基本概念及基本理论；
2. 掌握企业管理基本分析方法；
3. 熟练运用企业管理的基本原理与分析方法分析管理决策问题；

四、 考试形式与试卷结构

1. 答卷方式：闭卷，笔试；试卷中所有题目为必答题；
2. 答题时间：180 分钟；
3. 试卷分数：满分为 150 分
4. 试卷结构及考查比例：试卷主要分为三大部分，其中基本概念 40%，理论与应用分析计算 60%。

第二部分 考查要点

（一）《运作管理》的考察要点

参考书目：龚国华等 主编 《生产与营运管理》 复旦大学出版社 2001、12 第六版

1.
生产管理在企业管理中的地位、生产管理的发展历程
2.
产品开发与工艺选择、企业开发产品的意义、制造业的产品开发与工艺选择、服务业的产品开发与工艺选择
3.
生产系统的布局、厂址选择、生产单位的配置、厂区总平面布置、车间布置、服务企业的平面布置
4.
生产过程的组织、生产过程的基本概念、流水生产的基本概念、单一对象流水线的组织设计、多品种流水生产线的组织设计、成组流水生产线的组织设计
5.
劳动组织设计、工作设计、劳动定额、编制定员
6.
生产能力计划、生产能力计划的特点、生产能力的概念、生产能力计算、生产能力计划
7.
总体计划、总体计划概述、总产量计划、生产进度计划
8.
流水线加工生产作业计划、期量标准、流水线作业计划的编制
9.
成批生产类型的作业计划、期量标准、成批生产类型作业计划的编制
10.
库存控制、库存问题的基本概念、库存控制方法、存储论的优化模型介绍
11.
物料需求计划（MRP）和制造资源计划（MRP II）、物料需求计划（MRP）的产生、制造资源计划（MRP II）的产生和意义、制造资源计划（MRP II）的工作原理
12.
JIT 生产方式、JIT 的产生和意义、JIT 的工作原理、JIT 在其他方面的管理方法

（一）《市场营销》的考察要点

参考书目： 苏亚民，《现代营销学》，第3版，对外经济贸易出版社

1.
市场和市场营销的概念，各种市场营销观念的特点、产生和适用条件、局限性。
2.
企业战略规划概念，企业战略规划的步骤，如何安排业务组合（BCG法、增长战略），营销管理的基本步骤及相关概念。
3.
市场营销环境、营销机会和环境威胁的含义，微观环境要素，宏观环境要素，环境分析的目的。
4.
影响消费者行为的因素，消费者购买行为的类型，购买角色，消费者购买决策过程。
5.
市场细分、市场定位的概念，市场细分（目标市场营销）的作用、意义，消费者市场细分的依据，有效细分的条件，目标市场营销策略及其选择的依据，市场定位的步骤，两种基本的市场定位策略。
6.
产品、产品整体、品牌、产品线的概念，产品分类，品牌和商标策略，包装的层次，产品组合、产品线和产品项目的概念，评价产品组合的指标，产品线长度策略。
7.
产品经济生命周期的概念，产品经济生命周期各阶段的特征及策略，开发新产品的两种基本方式，新产品开发的程序。
8.
影响定价的主要因素，定价的主要方法，企业定价程序，新产品定价策略，产品组合的定价策略，价格调整的策略，价格变动和企业的对策。
9.
分销渠道的概念，渠道长度和宽度，分销渠道的类型，影响分销渠道的因素，分销渠道结构方案的评估，渠道宽度策略，分销渠道的管理，零售与批发的性质与区别，批发商的类型。
10.
促销、促销组合、各种促销方式的基本概念，影响促销组合的因素，有效沟通的步骤制定促销预算的方法。

（三）《管理学》的考察要点

参考书目： 周三多等，《管理学—原理与方法》，第4版，复旦大学出版社

1.
管理的概念，管理的职能、管理者的角色与技能。
2.
泰罗科学管理理论的主要观点、内容及评价，法约尔组织管理理论的主要观点，梅奥人群关系理论的主要观点，行为科学学派的主要观点，决策理论学派的主要观点。
3.
组织文化的概念、特征、基本要素、功能及塑造途径。
4.
决策的定义、原则、类型与特点，古典决策理论的主要内容，行为决策理论的主要内容，决策的过程与影响因素，决策的方法。
5.
计划的概念、计划的性质、计划的类型、计划的层次体系、计划的编制。
6.
管理幅度与管理层次，组织的基本结构形态，影响管理幅度的因素，组织设计的任务，组织设计的原则，部门化，权力的概念与性质，集权的弊端，分权的标志、影响因素及途径。
7.
正式组织与非正式组织的概念与区别，非正式组织的积极作用及危害性，直线、参谋及其相互关系，如何正确发挥参谋的作用，委员会的作用与局限性，如何提高委员会的工作效率。
8.
领导的含义与作用，领导方式的基本类型，领导方式的连续统一体理论，管理方格理论。
9.
控制的概念与作用，控制的类型，控制的要求，控制的过程。