

《企业管理》考试大纲

第一部分：企业管理

企业管理概述、企业经营战略与决策、企业生产管理、企业财务管理等四大部分。

一、企业管理概述

（一）重要概念

个体企业、合伙制企业、有限责任公司、股份有限公司、管理幅度、法人治理结构

（二）基本考点

1. 企业的基本特征；
2. 现代企业系统的构成要素；
3. 现代企业制度的基本内容；
4. 现代企业管理的一般原理；
5. 公司制企业的领导体制；
6. 企业管理组织的设计与形式。

二、企业经营战略与决策

（一）重要概念

企业经营战略、企业经营决策、资金的时间价值

（二）基本考点

1. 企业经营决策的分类；
2. 企业经营决策的程序；
3. 企业经营决策的一般方法；
4. 企业投资方案的常用评价方法。

三、企业生产管理

（一）重要概念

产品生产过程、企业生产能力、全面质量管理、劳动定额

（二）基本考点

1. 合理组织生产过程的基本要求；
2. 生产计划的编制程序和主要指标；
3. 生产作业计划 MRP 法；
4. 产品质量的分析方法；
5. 质量保证体系的运行方式。

四、企业财务管理

（一）重要概念

企业流动资产、应收账款、无形资产、产品成本、营业利润

（二）基本考点

1. 企业借入资金的的筹集方式；
2. 固定资产投资决策；
3. 无形资产投资管理；
4. 建立有效的成本控制体系；
5. 企业财务分析的主要内容。

第二部分：市场营销

主要内容：市场营销概述、环境分析、购买行为分析、战略、营销策略等五大部分。

一、市场营销概述

（一）重要概念

市场营销、宏观营销学、微观营销学、关系营销

(二) 基本考点

1. 市场营销学的特点;
2. 市场营销观念的形成与发展;
3. 关系营销的基本内容;
4. 关系营销与交易营销的区别。

二、市场营销环境分析

(一) 重要概念

营销环境、宏观营销环境、微观营销环境

(二) 基本考点

1. 营销环境发展趋势及其对营销的影响;
2. 经济全球化对国内营销的影响;
3. 技术环境对营销的影响;
4. 营销环境分析方法与企业营销对策。

三、市场购买行为分析

(一) 重要概念

消费者市场、产业营销、组织顾客

(二) 基本考点

1. 消费者市场特点;
2. 消费者购买行为模式、购买行为类型和购买决策过程分析;
3. 影响消费者购买行为的主要因素分析;
4. 企业对营利组织营销的特点;
5. 影响营利组织购买行为的因素及有关模型分析;
6. 营利组织购买行为过程。

四、市场营销战略

(一) 重要概念

市场细分、市场定位、差异化营销、定制营销

(二) 基本考点

1. 有效市场细分的依据;
2. 选择目标市场的基本模型分析;
3. 几种主要的营销竞争战略;
4. 企业战略联盟。

五、市场营销策略

(一) 重要概念

产品、营销渠道、人员销售、关系推销、危机公关

(二) 基本考点

1. 产品整体概念的理解及产品组合决策分析;
2. 产品生命周期与营销策略分析;
3. 营销定价的主要策略;
4. 渠道结构分析及渠道冲突管理;
5. 主要促销方式的主要内容。

参考书:

白玉、熊银解等主编的《现代企业管理》(修订本) 武汉理工大学出版社 2001 年 9 月

葛松林主编的《市场营销学》中国农业出版社 2003 年 5 月