

清华大学医院管理方向 2013 年硕士研究生入学考试
896 管理类专业基础综合考试大纲

一、考试性质

《管理类专业基础综合》是 2013 年医院管理方向硕士研究生入学统一考试的科目之一。《管理类专业基础综合》考试要力求反映医院管理方向的特点，科学、公平、准确、规范地测评生的基本素质和综合能力，选拔具有发展潜力的优秀人才入学。

二、考试要求

测试考生对于管理类专业基础，如管理原理、战略管理、市场营销相关的基本概念、基础理论的掌握和运用能力。

三、考试方式与分值

本科目满分 150 分，其中，管理学基础 70 分，战略管理 30 分，市场营销 30 分。

四、考试内容

（一）管理原理

1. 管理与管理者

- 管理的概念
- 管理职能
- 管理者能力，分类，角色
- 环境、伦理与社会责任

2. 管理思想的演变

- 早期管理思想
- 古典管理理论：Taylor、Fayol、Weber 的理论
- 中期管理理论：霍桑实验与 Mayo 的人群关系理论、Barnard 的社会组织理论。
- 管理学派

3. 计划与决策

- 计划的概念、分类、步骤，计划与战略
- 决策的概念、分类
- 目标管理（MBO）

4. 组织职能

- 组织职能的含义
- 组织设计原则
- 组织结构的基本类型
- 决定组织的因素
- 组织变革与发展
- 团队与组织文化

5. 控制职能

- 控制系统
- 控制过程
- 控制方法

6. 领导职能

- 领导职能的含义

- 激励理论
- 领导理论
- 沟通与人力资源管理
- (二) 战略管理
- 1. 战略管理概述
 - 战略管理概念
 - 战略管理过程
 - 战略的类型
- 2. 战略制定
 - 环境分析与行业竞争结构
 - 资源、能力与竞争优势
 - SWOT 分析
 - 战略方案的评估与选择
- 3. 一般竞争战略
 - 低成本战略
 - 差异化战略
 - 集中战略
- 4. 公司战略
 - 多角化战略
 - 一体化战略
 - 战略联盟
 - 国际化战略
- 5. 战略的实施、推进与配套

(三) 市场营销

- 1. 市场营销概述
 - 营销概念
 - 市场营销的观念
 - 营销管理过程
- 2. 购买行为分析
 - 消费者购买行为
 - 产业市场购买行为
- 3. 目标市场营销
 - 市场细分
 - 目标市场选择
 - 市场定位
- 4. 市场营销策略
 - 产品策略 (Product)
 - 价格策略 (Price)
 - 分销渠道策略 (Place)
 - 促销策略 (Promotion)

五、参考书目

(一) 管理原理

《管理学》，[美]斯蒂芬·罗宾斯，中国人民大学出版社，2009年

《管理学》，徐国华、张德、赵平，清华大学出版社，2002年。

(二) 战略管理

《战略管理》，[美]G·佩奇·韦斯特三世，查尔斯·E·班福德，中国人民大学出版社，2011年。

《战略管理：超竞争环境下的选择》，金占明，清华大学出版社，2004年。

(三) 市场营销

《营销管理：全球版》，[美]菲利普·科特勒、凯文·莱恩·凯勒，中国人民大学出版社，2012年。

《市场营销管理》，李帮义、张捷，科学出版社，2011年。

参考书目供学生备考参考使用，考试范围不局限于参考书内容。