

# 第一篇 专业实务

## 第01章 企业战略与经营决策

### 第一节 企业战略概述

发大发

### 第二节 企业战略分析

#### 一、企业外部环境分析

##### (一)宏观环境分析:

PESTEL分析:政治、经济、社会、科技、生态和法律。

##### (二)行业环境分析

1.行业生命周期。(1)形成期(2)成长期(3)成熟期(4)衰退期。

2.行业竞争结构分析。

### 第三节 企业战略类型

### 第四节 企业经营决策与商业模式分析

## 第02章 公司法人治理结构

### 第一节 公司所有者与经营者

### 第二节 股东结构

### 第三节 董事会

在执行决策的系统内, 董事会则成为决策机构(限于一般决策),而经理层是实际执行机构, 董事会处于公司决策系统和执行系统的交叉点, 是公司运转的核心, 董事会工作效率的高低对公司的发展有着决定性的影响。

董事会的性质:

- 人员、
- 机构:执行机构、经营决策机构、公司法人的对外代表机构、法定常设机构。

董事会的会议:

项目		有限责任公司董事会	股份有限公司董事会
会议分类	定期	根据公司章程规定召开	每年至少2次会议, 提前10日通知全体董事和监事;
	临时		董事长接到提议后10日内, 召集和主持会议 ①代表1/10以上表决权的股东、②1/3以上董事或者监事会
召集和主持			
出席		全体董事 过半出席	
表决标准		全体董事 ①一人一票原则;②多数通过原则。	

董事会的组成

独立董事:5年;不得①持股 ②任职 ③重大业务 ④专业支持;

近亲属:配偶、父母、子女。第一顺位继承人。

主要社会关系: 兄弟姐妹及其配偶、配偶的父母和兄弟姐妹、子女的配偶及其父母。

董事的任职资格:

不得担任董监高的人: 小孩、老赖、个人违法<sup>执行满五; 缓刑满二</sup>、单位违法 + 个人责任<sup>吊销满三</sup>;

#### 第四节 经理层

#### 第五节 监督机构

#### 第六节 中国特色国有独资公司的治理要求

## 第03章 市场营销与品牌管理

### 第一节 市场营销环境

### 第二节 市场营销战略

(1) 确定企业任务: 企业任务以**企业任务书**的形式表现出来。

(2) 制定企业目标的原则: 层次性; 可量化; 现实性; 协调性。

(3) 安排业务组合。具体方法包括**波士顿矩阵分析法**和**通用电气公司法**。

通用电气公司法又称战略业务规划网络, 选用行业吸引力和业务力量两个综合性指标对企业各战略业务单位进行评价, 以帮助企业管理者作出投资决策。

规划: 任务 → 目标 → **业务组合**<sup>上中下</sup> → 定计划。

目标市场战略

- 地理、人口、心理、行为<sup>态度和忠诚</sup>;
- 选择: 差异性; 无差异; 集中化;

市场营销环境

- 市场营销宏观环境<sup>间接因素</sup>: 人口、经济、自然、技术、政治法律、社会文化;
- 市场营销微观环境<sup>直接因素</sup>: 企业自身、供应商、竞争者、营销渠道企业、顾客、公众;

### 第三节 市场营销组合策略

#### 产品策略

产品组合的四个维度: 宽度、长度、深度、关联度。

- 宽度: 指企业所经营的不同**产品线的数量**。
- 长度: 指产品组合中所包含的**产品项目的总数**。
- 深度: 指产品线中每种产品有多少花色、品种、规格等。
- 关联度: 指企业的各条产品线在最终使用、生产条件、分销渠道等方面的密切相关程度。

(4) 产品线现代化策略。改造、设备更新。

(二) 包装策略

1. 产品包装的层次。首要包装<sup>直接</sup>; 次要包装<sup>二次</sup>; 装运包装。

2. 包装策略。

#### 第四节 品牌与品牌资产

#### 第五节 品牌战略

## 第04章 分销渠道管理

### 第一节 渠道运营管理

### 第二节 分销渠道系统评估

### 第三节 分销渠道发展趋势

## 第05章 生产管理

### 第一节 生产计划

生产能力。

- 广义:技术能力和管理能力的综合。
- 狭义:技术能力中生产设备、面积的能力。

概念。

种类。

- 设计生产能力。
- 查定生产能力。
- 计划生产能力(现实生产能力)。

影响生产能力的因素。(数量、时间、效率)

- 1.固定资产数量。设备数量、生产性建筑面积、
- 2.固定资产工作时间。固定资产有效工作时间、生产面积的有效利用时间。
- 3.固定资产的生产效率。产量定额、台时定额、单位面积单位时间单位产品的产量定额或生产面积占用额。

生产能力核算。

生产计划的含义与指标。

生产计划的含义与类型。

类型:中长期生产计划<sup>三至五年</sup>、年度生产计划、生产作业计划。

生产计划指标。

四大生产计划指标:产量指标、质量指标、产量指标、产值指标<sup>货币表示</sup>。

生产计划的编制。

产品出产进度的安排。

### 第二节 生产作业计划

生产作业计划概述。是生产计划的具体内容。

生产作业计划的内容。①编制各个层次的作业计划。工厂、车间;工段;小组;工人;

生产作业计划特点:计划期短、内容具体、单位小。

期量标准 = 作业计划标准。

生产企业类型	期量标准
大批大量生产企业	节拍 <sup>前后两个</sup> ;节奏 <sup>前后两批</sup> ;流水线的标准工作指示图表;在制品定额;
成批轮番生产企业	批量;生产间隔期;生产周期;生产提前期;
单件小批生产企业	生产周期;生产提前期;

生产作业计划编制。

- 在制品定额法或连锁计算法。适用于大量大批。
- 提前期法(累计编号法)。适用于成批轮番生产类型。
- 生产周期法。

第三节 生产控制

- 生产控制的概念
- 生产控制的基本程序
- 生产控制的方式

第四节 生产作业控制

- 生产进度控制
- 在制品控制
- 库存控制
- 生产调度

第五节 现代生产管理方式

- MRP、MRP II和ERP
- 丰田

第06章 物流管理

第一节 物流与物流管理概述

第二节 包装、装卸搬运与流通加工

第三节 仓储与库存管理

第四节 运输与配送管理

第07章 技术创新管理

第一节 技术创新的含义、分类与模式

第二节 技术创新战略与技术创新决策评估方法

技术推动、需求拉动和交互作用创新模式的特点

指标 - 类型	技术推动	需求拉动	交互作用
创新动力	发明创造	市场需求	技术和市场
技术与需求的关系	技术创造需求	需求促进技术发明	技术和需求交互作用
创新难度			
创新周期			
创新成果应用			
创新效果			
模式缺陷			

第三节 技术创新组织与研发管理

第四节 企业管理创新

## 第08章 人力资源规划与薪酬管理

第一节 人力资源规划

第二节 绩效考核

第三节 薪酬管理

## 第09章 企业投融资决策及并购重组

第一节 财务管理的基本价值观念

第二节 筹资决策

第三节 投资决策

第四节 并购重组

## 第10章 电子商务

第一节 电子商务概述

第二节 电子商务的运作系统

第三节 电子支付

第四节 网络营销

## 第11章 国际商务运营

第一节 国际商务概述

第二节 国际直接投资业务

第三节 国际贸易合同商订与国际贸易管理

第四节 国际商品进出口实务

---

## 第二篇章 辅助资料

---

(全文完结)