

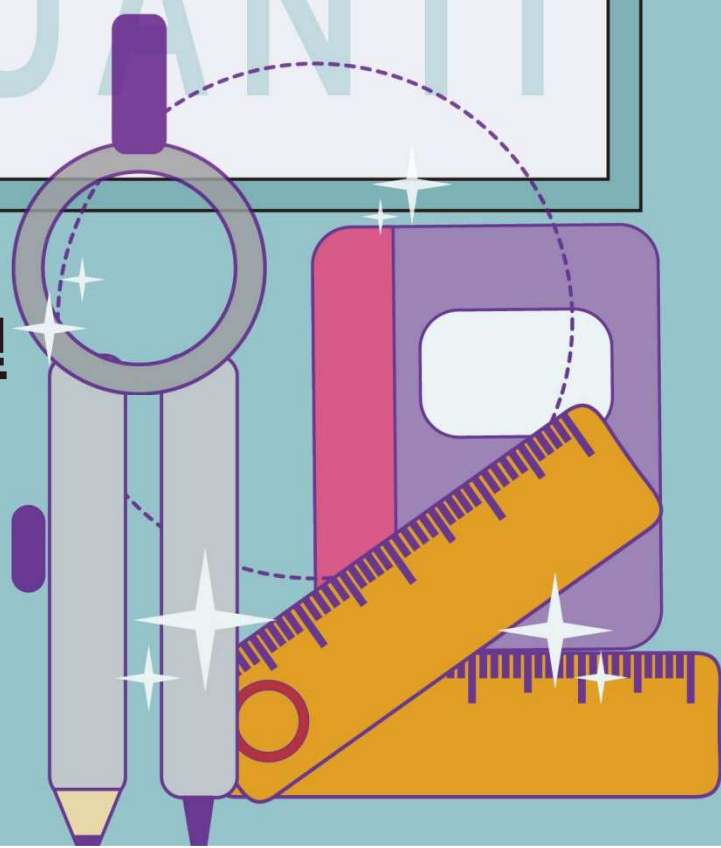


主观 题汇总

ZHUGUANTI

网络经济与企业管理

2021



备考说明

本科目覆盖资料、覆盖率及用法如下表所示：请耐心等待这份为你定制的考前“超薄知识压缩饼干”，食用前请认真查看使用说明，选择最适合自己的口味食用。

类型	覆盖率	使用说明
尚德教材	94%	自主&跟课学习
密训资料&主观题汇总	85%	考前突击
考前模拟卷	61%	考前突击刷题
课件	96%	跟课学习
官方笔记	96%	跟课学习

我们把尚德成立 18 年以来的培训经验榨干水，把历年高频考点揉成粉，只为当你拿到这份独家资料时，多出 1% 的希望，并乐意用 99% 的努力去争取，直到实现 100% 的目标。试炼的终点是花开万里，未来不远，且等时间嘉许。

目 录

第一章 企业管理概论	1
第二章 企业战略管理	1
第三章 客户关系管理	3
第四章 企业组织管理	4
第五章 市场营销管理	5
第六章 企业运作管理	7
第七章 企业财务管理	8
第八章 人力资源管理	10
第九章 企业知识管理	12
第十章 供应链管理	13
第十一章 企业文化管理	15

第一章 企业管理概论

节	知识点名称	主观题
第一节 企业及其形式	企业的概念 ★ (简答题)	请描述企业的特点。 1. 企业以价值增值作为其经济活动的目的; 2. 企业是从事商品生产和流通的经济组织; 3. 企业进行自主经营、独立核算和自负盈亏。
第二节 企业管理概述	计划职能 ★★ (简答题)	内容和程序: (1) 分析和预测外部环境、内部条件和未来的变化趋势; (2) 制定中长期和近期目标; (3) 评价和选择可行性方案, 进行决策; (4) 编制综合计划和各项专业计划 (如生产计划、销售计划等); (5) 检查计划的执行情况。
	领导职能 ★ ★ (简答题)	内容包括: (1) 权力的形成和运用。(2) 指导。(3) 激励。(4) 沟通。(5) 协调。(6) 营造组织气氛, 建设组织文化。
第四节 网络时代的企业环境 ★★★★ (论述题)	机遇	(1) 企业可以更好地满足顾客的个性化需求;(2) 企业可以降低交易成本;(3) 企业可以减少库存;(4) 企业可以使合作竞争战略更便利地实施;(5) 提高获取知识、应用知识的能力。
	挑战	(1) 日益激烈的竞争;(2) 顾客的权力大大增强;(3) 企业的整体盈利水平将会降低;(4) 企业关键的成功因素将会改变;(5) 企业资源配置的方式和界限将会发生重大变化。
第五节 网络时代企业管理的变革	企业管理范围的拓展 ★	在工业社会中——管理整合的资源的核心是 资本 。 在知识经济中——企业最重要的资源是 知识 。 网络时代, 企业管理范围的拓展有: (1) 网络企业管理 (2) 企业的网络化管理 (3) 更加重视以知识资本为核心的无形资产的管理 (4) 企业管理的范围拓展到整个供应链 网络化管理 包括对企业支撑网络的管理, 网络人才的管理、网络的安全防范管理等内容。
	网络企业特点 ★★★★ (简答题)	(1) 网络企业所占的现实空间非常有限。(2) 网络企业是计算机化和网络化的企业。(3) 网络企业是全天候运作的企业。(4) 网络企业是信息技术和信息产品应用型企业。(5) 网络企业是高知识型的松散企业。

第二章 企业战略管理

节	知识点名称	主观题
第一节	企业战略管	简述制订战略方案的步骤。 (简答题、论述题)

战略的性质与类型	理的过程 ★★	第一步先进行轮廓设想，即从不同的角度和途径，设想各种各样的可行方案。第二步是精心设计。第三步是战略执行前景预测。	
第二节 企业战略环境分析	企业的产业环境分析 ★★★★ (简单题、论述题)	产业的特性	主要包括：工业生产的过程和位置，行业资本需求，行业资源分布，行业总体竞争状况，行业的总体投资收益等。
		产业的寿命周期分析	初创期，成长期，成熟期，衰退期
		产业的发展状况	主要包括：国家经济政策，政府对产业的支持或限制，产业相关的技术发展，国际经济与贸易，资本和技术流动等。
		产业的竞争结构分析	竞争力来源包括：顾客；现实竞争者；潜在竞争者；替代品压力；供应商。
第四节 经营战略的分析与制订	经营战略制订的主要环节 ★★★★ (简答题、案例分析题)	企业使命与战略目标	
		战略分析	包括市场细分，产业分析，竞争对手分析和竞争优势分析。 如何进行竞争对手分析： (1) 竞争对手的各期目标和战略；(2) 经营状况和财务状况分析；(3) 技术经济实力的分析；(4) 领导者和管理者背景分析。
		战略选择	包括发展型企业战略，稳定型战略，紧缩型战略，组合战略等；
		经营战略规划	将战略分析和战略选择的结果进一步体现在产品组合和资源分配上。
第五节 竞争战略的分析与选择	竞争战略的基本类型 ★★★★ (简答题)	<p>1. 总成本领先战略：(其主导思想是以低成本取得行业中的领先地位。适合：印刷、钢铁、肥料行业。)</p> <p>总成本领先战略的优势：</p> <p>(1) 低成本获得价格优势，在价格战中保护自己；</p> <p>(2) 低成本战略有利于企业采取灵活的定价策略；</p> <p>(3) 低成本讨价还价能力强；</p> <p>(4) 低成本面对强有力供应商垄断时有优势；</p> <p>(5) 低成本有利于建立行业壁垒。</p> <p>总成本领先战略的适用范围为：</p> <p>(1) 产品稳定，需求价格弹性大；(2) 产品便于大规模生产；(3) 不大可能创造出产品特色；(4) 顾客的需求是相似的；(5) 顾客在转换产品品牌时转换成本不高。</p> <p>2. 差别化战略：(使企业在行业中别具一格，具有独特性)</p> <p>3. 重点战略：(主攻某个特殊的细分市场或某一种特殊的产品。)</p>	
	价值创新战略 ★★★ (简答题)	<p>从战略的五个维度简述价值创新战略的逻辑。</p> <p>1) 产业条件可以改变。2) 竞争不是基准，一个公司应该在价值上追求领先以主导市场的发展。3) 一个价值创新者的目标是赢得大多数顾客，并愿意为此放弃一些原有的顾客。它注重顾客评价的基本共同点。4) 一个公司一定不能受其过去的约束，它必须问自己，如果开始创新应该怎么办？5) 一个价值创新者根据</p>	

		顾客的要求来考虑其提供的产品和服务，即使这样做可能会使公司超越其产业的传统界限。
--	--	--

第三章 客户关系管理

节	知识点名称	主观题
第一节 客户关系管理概述	客户关系管理的特点★ (简答题)	1) 客户关系管理是一种经营理念；2) 客户关系管理是一种旨在改善企业与客户之间关系的新型管理机制；3) 客户关系管理包含一整套解决方案。
	客户关系管理产生的背景★ (简答题)	经营理念更新的需要、企业管理模式更新的需要、提高核心竞争力的需要、信息技术的推动。
第二节 客户关系管理的流程	客户关系管理的基本流程★★★★ (简答题、论述题)	1) 客户分析； 2) 深入了解目标客户； 3) 发展关系网络； 4) 创造客户价值； 5) 管理客户关系。
	客户关系管理的支持流程★ (简答题)	企业文化和企业领导的支持；IT 和数据库基础设施；组织结构的设计；业务流程重组；人力资源管理。
第三节 客户关系管理的解决方案	客户关系管理系统的架构★★★★ (简答题、案例分析题)	业务操作管理 : 主要涉及市场营销、销售实现和客户服务与支持。 客户合作管理 : 企业与客户互动的渠道很多，包括呼叫中心、电话交流、网上交流、电子邮件、传真、信件以及与客户直接接触等。 数据分析管理 : 客户关系管理的应用主要涉及为实现商业智能所需进行的客户数据库建设、数据挖掘、数据仓库建设。 信息技术管理
	客户关系管理的关键技术★★★★ (简答题、论述题、案例分析题)	(1) 呼叫中心技术 : 是集中处理大量打入或打出电话的技术。 呼叫中心应具备功能: ① 提供每周 7 天、每天 24 小时的不间断服务，允许顾客在与业务代表联络时选择语音、IP 电话、电子邮件、传真、IP 传真、文字交谈、视频系统等任何通讯方式； ② 能事先了解有关顾客的各种信息，不同用户安排不同业务代表与之交谈； ③ 可以把从用户那里所获得的各种信息数据全部储存在数据库中，供企业做分析和决策之用； ④ 采用现代化的技术和良好的管理系统，随时可以观察到呼叫中心的运行情况和业务代表的工作情况； ⑤ 客户关系管理系统中的呼叫中心还必须与后台业务流程进行整合。 (2) 数据仓库 : 是面向主题、集成的、相对稳定的、反映历史变化的数据集合的技术。 (3) 商业智能 : 是用计算机模拟人的思考和行为来进行商业活

		<p>动。</p> <p>(4) Web 的集成管理。指客户关系管理系统中，应用 Internet 体系结构，对客户接触的 Web 渠道、信息的处理和相关技术支持进行的管理活动。</p>
<p>第四节 客户关系 管理的实 施</p>	<p>实施客户关系管理的基本步骤★★★ ★ (简答题)</p>	<p>(1) 确立业务计划；(2) 建立客户关系管理项目团队；(3) 分析客户需求，开展信息系统初建；(4) 明确企业应用需求；(5) 为客户关系管理不同级别系统设置优先级；(6) 选择合适的方案；(7) 组织用户培训；(8) 使用、维护、评估和改进。</p>
	<p>实施客户关系管理的条件★★★★ (简答题、论述题)</p>	<p>1. 专注于流程，设计长远规划；</p> <p>2. 遵循专业化、社会化和开放式的运作思路；</p> <p>3. 着力加强对渠道和应用子系统的集成：1) 实现对客户互动渠道的集成；2) 注重对 workflow 进行集成；3) 要实现与 ERP 等应用系统的集成；4) 实现对客户关系管理系统自身各个部分的集成和整合。</p> <p>4. 加强支持网络应用的能力；</p> <p>5. 极大地重视人的因素：1) 获得高层领导的支持及理解；2) 实施客户关系管理项目的团队应有较强的能力；3) 提高企业认识水平，实现观念的一致；4) 建设与之相适应的企业文化。</p>

第四章 企业组织管理

节	知识点名称	主观题
<p>第一节 企业组织 管理概述</p>	<p>企业组织的性质</p>	<p>1. 企业组织是根据一定的目的建立的，组织是实现组织目标的有效方式。</p> <p>2. 组织需要管理。</p> <p>3. 在组织中要确立一种规范的秩序，即制度。</p> <p>4. 组织是一种权责结构。</p> <p>5. 在组织的不同权责结构之间存在着沟通和协调。</p> <p>6. 组织的基础是活动，组织是为了完成某种目标而将有关人、物等组织起来。</p> <p>7. 组织是一个动态的开放系统。</p>
	<p>企业组织的基本职能</p>	<p>(1) 保证企业功能的实现</p> <p>(2) 保持企业活动的协调性和提高企业的效率</p> <p>(3) 维护企业的稳定性和适应性。</p>
	<p>企业组织管理的含义及内容 ★ (简答题)</p>	<p>(1) 组织设计 (2) 组织运作 (3) 组织调整</p> <p>组织管理的内容及如何具体进行组织设计？</p> <p>1. 根据组织目标设计和建立一套组织机构和职位系统。2. 确定职权关系，从而把组织上下左右联系起来。3. 与管理的其他职能相结合，以保证所设计和建立的组织结构有效地运转</p>
<p>第三节 网络时代 企业组织 的创新</p>	<p>组织结构扁平化 ★★★★</p>	<p>组织结构扁平化的优点 (简答题)</p> <p>(1) 管理环节和层次的减少，可以带来信息传递、处理的速度加快；(2) 管理层次减少、管理跨度的增加，使管理层次之间的矛盾减少；(3) 绝对权威的减少，可以使各部门之间关系融洽，便于合作。</p>

		组织结构扁平化的顺畅运行条件（简答题） 1) 现代信息技术的巨大进步； 2) 组织成员的独立工作能力大幅度提高。
	企业组织虚拟化★ （简答题）	具体形式：外包、战略联盟、特许经营、合资企业、虚拟销售网络。
	企业组织网络化★★★ （简答题、案例分析题）	特征： （1）网络的基本构成要素是众多的节点和节点之间的相互关系，每个节点之间都以平等身份保持着互动式联系；（2）密集的多边联系和充分的合作是网络型组织最主要的特点；网络型组织是将快速重组的单元构成扁平化的组织结构；（3）网络型组织在经营管理活动中，强调加盟企业各方都必须随时准备对市场和其他加盟伙伴的变化做出反应；（4）网络型组织的协调管理作用增强，由垂直控制转向横向协调。
第四节 企业组织再造	企业再造理论产生的背景★★★	3C 理论： （1）顾客——Customer （2）竞争——Competition （3）变化——Change
	企业再造的实施★★★ （论述题、案例分析题）	企业再造的实施步骤： 1) 构建企业再造的团队。2) 对现有流程进行全面的分析，首先识别业务流程，然后对业务流程进行分析与诊断。3) 企业业务流程再造（BPR），这是企业再造的核心。4) 组织实施与持续改善。 简答构建企业再造的团队主要由哪些人组成？ 1) 具有创新意识，并能意识到变革重要性的领导团队； 2) 专注于再造的经理人员； 3) 投身于某一特定流程再造的小组成员； 4) 由高级管理者组成的指导委员会； 5) 负责全企业再造技术和方法的开发，并对企业各再造项目进行协调的再造总监。
	企业再造的基础工作★ （案例分析题）	需要做如下基础工作：（1）建立流程管理信息系统；（2）建立有效的组织保障；（3）重塑企业文化；（4）培养复合型人才
第五节 学习型组织	学习型组织的含义★ （简答题）	学习型组织是在共同愿景的引导下，通过培养弥漫于整个组织的学习气氛，充分发挥员工的创造性思维能力而建立起来的有机的、符合人性的、具有持续学习能力的组织。
	学习型组织的构建★★★ ★（简答题）	5 项修炼包括：建立共同愿景、团队学习（最基本的学习形式）、系统思考（核心）、自我超越（精神基础）、改善心智模式。 共同愿景包括：共同目标、价值观、使命三个要素。

第五章 市场营销管理

节	知识点名称	主观题
---	-------	-----

<p>第一节 市场营销 概述</p>	<p>市场营销 ★ (简答题)</p>	<p>简述市场营销的基本原理和过程。 市场营销的基本原理是：通过满足顾客需要促进交换，最终实现企业目标。 市场营销的过程，是在企业已确定的业务经营范围内，由企业的市场营销管理部门按照企业总体战略中已经规定的任务目标，产品投资组合特点和增长战略模式，从外部环境出发分析、评价各种产品业务增长的市场机会，结合企业的资源状况，综合考虑各项因素，选择目标市场，实施市场定位，确定市场营销组合，制定市场营销计划的完整过程。</p>
<p>第二节 市场营销 过程</p>	<p>市场细分的含义 ★ (简答题)</p>	<p>目标营销的过程： 1) 市场细分：市场细分的关键是要找到影响顾客需求差异的因素。 2) 目标市场选择：可以采取无差异市场营销、差异市场营销和集中市场营销三种战略。 3) 市场定位：可以采用竞争定位和空白定位。 目标营销要经历三个阶段： (1) 市场细分 (2) 选择目标市场 (3) 进行市场定位</p>
	<p>市场营销组合决策★★★ (案例分析题)</p>	<p>市场营销组合决策：产品，价格，地点（分销），促销。 论述不同产品生命周期阶段的营销策略。 (1) 在产品的介绍期，企业可以选择如下策略：提供有特色的产品，自行销售或者选择愿意经销本企业产品的中间商来销售，针对新产品的明显优点与潜在顾客进行沟通，针对顾客的需求潜力、对价格的敏感程度、潜在竞争的威胁以及产品的知名度等因素进行快速撇脂（高价高促销）、缓慢撇脂（高价低促销）、快速渗透定价（低价高促销）或缓慢渗透定价（低价低促销）等策略。 (2) 在产品的成长期，企业可以采用如下策略：努力提高产品质量，增加新的功能、特色和款式；积极开拓新的细分市场，增加新的分销渠道；适当降低产品价格；调整产品宣传重点，说服顾客购买。 (3) 在产品进入成熟期以后，为了延长产品的成熟期，企业可以采用如下策略：改良市场，开发新市场，寻求新顾客；改良产品，在产品质量、使用功能、安全性和方便性、款式、服务等方面实施改良；优化营销组合，通过改变定价、销售渠道和促销方式等吸引顾客购买。 (4) 产品到了衰退期，企业可以采用维持、集中、收缩或放弃策略。</p>
<p>第三节 网络时代的 企业市场营销</p>	<p>网络营销与传统营销 ★ (简答题)</p>	<p>区别：传统营销属于单项模式、间接式、多阶层的模式，客户必须通过各种中介媒体才能获得相关信息；网络营销是一种互动、直接、即时反馈的模式，企业与消费者之间可以通过互联网平台建立联系，其营销过程具有渠道和媒体的双重属性。</p>

	网络营销对传统营销的冲击★★★ (简答题、案例分析题)	(1) 对传统的标准化产品产生冲击。(2) 会对品牌的全球化管理带来冲击。(3) 互联网的公开性将打破原来由于地域分割所造成的信息障碍。(4) 通过互联网, 产销可以直接联系, 弱化了中间商的地位。(5) 传统广告的障碍将被消除。
	网络营销的内容和层次★★★ (简答题)	1) 网上宣传: 这是网络营销最基本的方式, 既可以是宣传企业形象, 也可以宣传企业产品、服务和理念。一般通过建立自己的网站或利用专业性网站来发布。 2) 网上调研: 通过网络平台开展调查与顾客进行沟通。 3) 网络分销联系: 通过网络平台加强与分销商、供应商进行沟通与交流。 4) 网上直接销售: 这是网络营销活动的高级阶段。 5) 网上营销集成: 这是网络营销的最高阶段, 是互联网对传统商业关系的整合。
第四节 企业网络营销站点建设和网上市场调查	企业网络营销站点功能★ (简答题)	(1) 企业信息发布。这是企业站点的最基础功能, 一般包括企业新闻、企业经营活动、重大事件信息发布, 以及企业的概括和企业产品信息等;(2) 信息交流沟通。提供顾客直接与企业进行沟通的渠道;(3) 网上销售。通过减少交易费用, 和消费者进行直接沟通, 有利于完善产品功能;(4) 售后服务。包括技术支持和授权培训等栏目;(5) 个性化服务。企业网站吸引客户的重要手段。
	网上市场调查★ (简答题)	网上直接调查的步骤 确定网上直接调查的目标市场, 确定调查方法和设计问卷, 选择调查方式, 分析调查结果, 撰写调查报告。 网上直接调查 可以分为网上问卷、网上实验法、网上观察法, 常用的是网上问卷。 网上市场间接调查工具 : 搜索引擎, 公告栏, 新闻组, 电子邮件。
第五节 网上销售和网络广告	网上售后服务★ (简答题)	网上售后服务的特点 : 便捷性、灵活性和个性化、低廉性和直接性。 网上售后服务主要有三种形式 : 销售过程的售后服务、网上产品支持和技术服务、推销型售后服务。
	网络广告的发布★ (简答题)	网络广告的发布方式: 1) 用自己的网站发布广告; 2) 在他人的网站上发布广告; 3) 使用旗帜广告交换服务网络; 4) 在网上报纸或杂志发布广告; 5) 电子邮件发布广告; 6) 在虚拟社区和公告栏上发布广告; 7) 使用新闻组发布广告。

第六章 企业运作管理

节	知识点名称	主观题
第一节 运作管理概	运作管理★ (简答题)	简述运作管理的概念及其基本内容。 运作管理是组织为了达成其目标, 对运作系统与运作过程进行计划、组织与控制等一系列管理工作的总称。 基本内容包括: (1) 运作管理的基本指导思想与运作战略决

		策； (2) 运作系统设计、构建与管理； (3) 运作系统的运行与管理； (4) 上述三个方面的评估、完善、改进以及变革。
	运作管理的地位与作用 ★ (简答题)	简述运作管理的任务与目标 运作管理的任务与目标概括为三个方面：合理利用资源；正确处理效率与效益问题；竞争优势。 1. 合理利用资源。运作对资源的消耗可分为三类：固定类、变动类和时间。 2. 正确处理效率与效益问题。由于企业外部环境、内部条件是动态的，企业的目标也不是一成不变的，因此其效率、效益也是动态的。运作管理应坚持以长期效益为主，兼顾短期效率的原则。 3. 竞争优势。经典的竞争战略理论认为，引导企业在市场上获得竞争优势的基本战略有三种：成本领先、差别化与集中。
	网络时代对企业运作管理提出的新要求 ★ (简答题)	1) 要有高速灵敏的市场反应能力，形成敏捷供应的能力。 2) 形成进一步降低成本的能力，减少企业在价格竞争方面的压力。 3) 满足顾客的个性化需求，实施“大规模定制化”生产。 4) 为企业在网络时代的全球化服务提供保障。 5) 利用信息技术，降低企业的外部不经济性； 6) 突破旧竞争观念，倡导网络时代协同理念。
第二节 准时生产	准时生产的实施 ★★★	JIT 生产七种可以被消除的浪费： 过量生产的浪费，等待时间的浪费，运输的浪费，库存的浪费，有产品缺陷的浪费，多余动作的浪费，过程的浪费。
第三节 敏捷制造	敏捷制造的概念	敏捷制造的范畴 涉及六个领域，即集成产品与过程开发/并行过程、人力资源管理、虚拟企业、信息与控制、过程与设备和法律障碍。 敏捷制造是指企业的运作具有敏捷性。
	虚拟企业的概念 ★★★ (简答题、案例分析题)	虚拟企业 是敏捷制造模式中基础和核心的组织形式。虚拟企业是指为适应快速、多变的市场需求，由制造商、联合供应商、经销商乃至顾客，以共同和及时地开发、生产、销售多样化及定制化产品的一种企业模式。

第七章 企业财务管理

节	知识点名称	主观题
第一节 企业财务管理概述	财务管理的概念	企业财务管理，是指企业为实现企业价值的最大化，对生产经营活动中所需的各种资金的筹集、运用、回收与分配，进行计划、组织、协调、控制管理的总称。
	财务管理的原则 ★ (简答题)	(1) 系统原则：企业财务管理过程中几个部分相互联系、相互作用，共同组成财务管理活动的整体，具有系统的性质。 (2) 平衡原则：狭义的平衡原则是指资金收支必须在数量上和时间上保持动态的平衡。

		<p>(3) 弹性原则：指企业在追求理财过程及结果的准确性和节约性的同时，对财务状况的安排要留有余地。</p> <p>(4) 比例原则：指公司的各种资产、资本以及资产与资本的对比关系等都必须保持一定的比例。</p> <p>(5) 灵活性原则：在理财过程中，虽然大多数情况下有可以遵循的定式或规律，但很可能会犯“经验主义”的错误，所以，必须贯彻灵活性原则。</p> <p>(6) 优化原则：财务管理过程是一个不断地进行分析、比较和选择，以实现最优的过程。</p>
第二节 企业财务管理的内容	融资管理 (简答题)	<p>融资应考虑的因素</p> <p>1) 融资规模；2) 融资时机；3) 企业财务状况和经营状况；4) 企业的资信水平；5) 资本成本；6) 资本结构。</p> <p>目前企业的融资方式主要有以下几种：1. 吸收直接投资；2. 发行股票；3. 发行债券；4. 银行借款；5. 商业信用；6. 租赁融资；7. 内部积累。</p>
	投资决策程序★★ (简答题)	<p>对投资方案进行可行性研究的主要内容：(1)、在技术上是否可行、可靠；(2)、在经济效益上是否显著；(3)、在财务上是否可行，需要投入多少人力、物力和其他资源；(4)、需要多长时间建设，投资方案的建设周期；(5)、需要多少投资，能否筹集到资金。</p> <p>投资决策程序：1) 市场分析与预测；2) 确定投资项目的约束条件；3) 设计投资方案；4) 对投资方案进行可行性研究；5) 确定投资方案；6) 投资决策的跟踪和检查。</p>
	成本管理★ (简答题)	<p>内容：成本预测和成本控制。</p> <p>成本控制的内容：</p> <p>1. 控制资源耗费。资源耗费是构成产品成本的基本因素，对成本高低有决定性的影响，必须严加控制。</p> <p>2. 控制费用开支。</p> <p>3. 控制生产经营过程。除了控制生产准备过程和直接生产过程外，还要控制产品质量。</p>
第三节 网络时代财务管理的变革	网络时代企业财务管理环境的变革	<p>网络时代企业财务管理环境的变革主要来自</p> <p>1. 经济环境。互联网的迅速发展，形成了全球单一的电子市场的基础；企业的资源配置，产品的销售，都在世界范围内进行；企业之间的合作、重组也跨越了国界。</p> <p>2. 技术环境。开发网络财务软件，实行动态的、实时的财务管理</p> <p>3. 金融环境。电子货币成了网络交易市场的主要货币流通结算工具。网上银行的建立为网络经济的正常运转提供了安全、可靠的金融保障。</p>
	网络时代财务管理的观念★★ (简答题)	<p>1) 泛财务资源观念：硬财务资源和软财务资源。</p> <p>2) 人本化理财观念；</p> <p>3) 风险理财观念；</p> <p>4) 信息理财观念。</p>
	网络时代财务管理的目标	<p>(1) 网络时代改变了企业财务管理的环境，需要对企业财务的目标进行重新定位。(2) 网络时代企业财务管理的目标是企业价</p>

第四节 全面解决方案：网络财务	标 ★★ (论述题)	值最大化。(3) 网络时代企业财务管理目标不仅是追求股东利益，而且也要追求其他利益相关者的利益和社会利益。(4) 利益相关者利益。在网络经济的资本结构中，物质资本与知识资本的地位将发生重大变化，即知识资本相对地位的提升，因此企业财务活动需求要更多地去关注知识资本的利益相关者的价值的体现。(5) 社会责任。网络时代，知识资源日益重要、知识资源具有可共享性和可转移性，使得企业需要和社会建立更加密切的关系，企业对知识的要求和应用将取决于社会对知识形成和发展所做的贡献。
	网络时代财务管理内容的变革★★ (简答题)	(1) 投资管理； (2) 预算管理； (3) 风险管理； (4) 利润管理。
	网络财务的内涵	网络财务是企业级的财务应用而不是部门级的财务应用，它实现了集团型企业对分支机构的集中式财务管理。
	网络财务的特点★★★ (简答题、论述题)	1) 实现企业财务与业务的协同； 2) 实现在线管理； 3) 实现会计工具和财务介质电子化； 4) 提供“个性化”财务信息； 5) 实现远程处理、集中监控、动态管理。 6) 提供网上理财功能。
	实施网络财务的重要意义★★ (案例分析题)	1. 网络财务拓展了财务管理的空间。 2. 网络财务加快了财务管理时效。 3. 全新的运作方式提升了企业财务管理的效能。
	企业实施网络财务要解决的问题★★ (简答题、案例分析题)	1. 互联网的社会环境、基础设施的配套和完善； 2. 从传统财务模式向网络财务模式的转型； 3. 制定合适的网络财务制度； 4. 财务管理信息化的规划与实施； 5. 对投资与资源的保护。

第八章 人力资源管理

节	知识点名称	主观题
第一节 人力资源管理概述	人力资源的概念及特点	人力资源的特点： (1) 双重性：指同时具有生产性和消费性。 (2) 能动性：人类不同于自然界其他生物的本质特征在于人具有主观能动性。 (3) 再生性：人力资源是一种可再生资源。 (4) 时效性：人力资源的形成、开发、使用都具有时间方面的限制。 (5) 社会性：作为个体，个人与群体和团队、个人和组织、个人与企业制度、个人与企业文化等都会相互作用和相互影响。
	人力资源管理的内 容 ★★★	(1) 人力资源规划； (2) 工作分析与设计； (3) 人员选聘与录用； (4) 员工培训与开发； (5) 绩效管理； (6) 薪酬管理； (7) 安全与健康； (8) 员工关系管理。

	(简答题)	
	人力资源管理的基本原则	综合效率原则、使用 and 开发相结合原则、公平竞争原则和激励原则
第二节 人力资源规划与 工作分析	人力资源规划的制定程序★ (简答题)	(1) 核查现有人力资源状况 (2) 人力资源需求预测 (3) 人力资源供给预测 (4) 制定人力资源规划 (5) 人力资源规划实施 (6) 人力资源评估反馈
	工作分析概念及作用★★ (简答题)	1、 概念 ：是对组织中某个特定工作职务的目的、任务与职责、权力、隶属关系、工作条件、任职资格等相关信息进行收集与分析，以便对该职务的工作作出明确的规定，并确定完成该工作所需要的行为、条件、人员的过程。 2、 作用 ：人力资源规划方面、员工的招聘与选拔方面。绩效评估方面、员工培训与开发方面、合理确定工资报酬方面、员工职业生涯规划方面。 3、 流程 可分为四个阶段：准备阶段、调查阶段、分析阶段和完成阶段。
第三节 人员选聘与培训	企业员工招聘与选用程序	企业员工招聘与选用程序包括人员招募、人员选拔、人员录用及新员工培训、招聘评估。
	人力资源培训与开发	员工培训的原则 ：(1) 理论联系实际，学用一致 (2) 知识技能培训与组织文化培训兼顾 (3) 全员培训和重点提高相结合 (4) 严格考核和择优奖励 培训工作流程 ：培训需求分析，培训设计和实施，培训评估。
第四节 绩效管理 与薪酬管理	绩效管理★★ (简答题)	特点 ：1) 绩效管理以组织战略为导向，是综合管理组织、团队和员工绩效的过程。2) 绩效管理是提高工作绩效的有力工具。3) 绩效管理是促进员工能力开发的重要手段。4) 绩效管理是一个完整的系统。 企业员工绩效考评的程序 ：制定计划、技术准备、收集资料信息、分析评价、绩效反馈、结果运用。
	薪酬管理★★ (简答题)	薪酬主要包括 ： (1) 经济报酬：基本薪酬、绩效薪资、奖金、津贴和福利。 (2) 非经济报酬：是指不直接以金钱的方式体现的，诸如度假、各种保险、培训等。 影响薪酬的因素 ：1. 外部因素：劳动力市场、经济条件、政府和工会；2. 内部因素：组织规模、薪酬预算和薪酬政策的制定者。
第五节 网络时代 人力资源管理模式	网络时代的员工招聘★★ (简答题)	网上招聘 是网络技术在人力资源管理中应用最快的领域。 作用 ：覆盖面广、信息反馈快、招聘公开透明。 优势 ：覆盖面广；信息反馈快；招聘公开透明。 注意的问题 ：1) 信息处理的复杂性；2) 虚假信息的大量存在；3) 应聘者受到限制；4) 服务体系不完善。
	网络时代的员工培训★ (简答题)	网上培训的原则 趣味性、个性化、互动性、主创性。 企业实施网上培训应该注意的事项

		<p>(1) 应明确网上培训计划；</p> <p>(2) 网上培训系统的设计应满足教与学双方不同层面的要求；</p> <p>(3) 要有一套完整的教学软硬件；</p> <p>(4) 应该选择适合本企业经营特色及培训要求的网络产品。</p>
	<p>虚拟团队的人力资源管理★★ (简答题)</p>	<p>虚拟团队是为了开发某种特殊的产品或者解决某一特殊问题而设置的团队，是信息时代的一种新的组织模式。</p> <p>特征：成员高度分散；成员间异质性高；主要依赖电子媒介沟通协调；自我管理为主；资源的动态调配。</p> <p>主要措施：1) 选拔有相关能力的领导，虚拟团队的领导不再是监督者，而是协调人。 2) 要有高素质的成员队伍，善于技术和沟通，具有主动精神。 3) 建立以“信任”为基础的团队文化。 4) 提高沟通效率。 5) 采用适合虚拟团队特点的激励方式。</p>

第九章 企业知识管理

节	知识点名称	主观题
第一节 知识管理的概念	<p>知识的概念、特点及分类★★ (简答题)</p> <p>知识管理的特点★★★★ (简答题、案例分析题)</p>	<p>知识具有的特点： 不可替代性，互补性，不可逆转性，无形性，非稀缺性，非消耗性，可共享性，增值性。</p> <p>知识的分类 事实知识 (Know-what)。原理知识 (Know-why)。技能知识 (Know-how)。人力知识 (Know-who)</p>
第二节 知识管理的内容、原则及意义	<p>知识管理的内容★★★★ (简答题、案例分析题)</p> <p>知识管理的意义★★ (案例分析)</p>	<p>1) 知识管理的目标是通过知识的共享与创新来增加企业的价值 2、知识管理是一个螺旋循环的过程 3、知识管理是信息管理的延伸和发展 4、知识管理与人力资源管理密切相关 5、知识管理是一种全新的经营管理模式。</p> <p>1) 知识的采集和加工；2) 知识的存储与积累；3) 知识的传播与共享；4) 知识的应用与创新。</p> <p>1) 知识管理是适应资源环境变化的必然结果 2) 知识管理的实施有助于企业的创新 3) 知识管理的实施有助于提高企业的适应性 4) 知识管理的实施有助于提高企业的生产效率</p>
第三节 知识管理策略	<p>知识管理策略的选择★★ (论述题)</p>	<p>论述企业知识管理策略的选择应注意哪些问题。 (1) 应反映其采取的总战略；(2) 应考虑企业的发展阶段；(3) 应考虑企业事业部之间的关系；(4) 应考虑企业的产品和服务特点；(5) 应考虑产品所处的生命周期阶段；(6) 要与员工所依靠的知识特性相关。</p>
第四节 知识管理的实施	<p>知识管理的实施★★★★ (论述题、案例分析题)</p>	<p>试述企业实施知识管理应做的工作有哪些？ (1) 设立知识管理部门 (2) 选择知识管理策略 (3) 转变观念 (4) 建立知识管理的激励机制 (5) 建设知识管理的基础设施 (6) 构建基于内部学习的企业内部知识网络 (7) 构建基于外部学习的企业外部知识网络 (8) 对企业的知识流程进行重组 (9) 将企</p>

		<p>业的知识资源融入产品或服务及其生产过程和管理过程(10)建设有利于知识管理的企业文化</p> <p>知识主管的具体职责包括哪些内容?</p> <p>(1) 审视知识资源对本企业发展的重要意义,并将其提升到一个重要层次上来。</p> <p>(2) 负责构建公司的知识管理基础构架。</p> <p>(3) 有计划地提高企业员工的知识水平和优化其知识结构。</p> <p>(4) 鼓励企业员工在工作实践中进行知识的交流与共享并将其制度化,营造一个能够促进学习、知识交流和共享的企业内部环境。</p> <p>(5) 监督保证知识库内容的质量、深度、风格,并保持与公司的发展相一致,以及知识库设施的正常运行与信息更新。</p> <p>企业在构建基于学习的知识网络时,内部学习的主导方式和外部学习的主要方式各是什么?</p> <p>内部学习的主导方式应该是行为学习。行为学习是指以学习者为中心,由学习者、传授者在工作现场通过实时的互动方式,主动吸纳随时能被验证和运用于工作实践的具有不确定的内容和形式的知识的过程。</p> <p>外部学习的方式主要有:1、向战略伙伴学习;2.向竞争对手学习;3.向供应商、分销商、客户学习;4.通过资料学习;5.通过培训学习。</p>
--	--	---

第十章 供应链管理

节	知识点名称	主观题
第一节 供应链管理概述	供应链的概念★★★★ (案例分析题)	供应链是围绕核心企业,通过对信息流、物流、资金流的控制,从采购原材料开始,制成中间产品以及最终产品,最后由销售网络把产品送到消费者手中的将供应商、制造商、分销商、零售商,直到最终用户连成一个整体的网链结构模式。
	供应链管理模式与传统管理模式的区别★★★★ (简答题)	1) 供应链管理强调采用集成的思想和方法。 2) 供应链管理强调提高整个供应链的核心竞争力。 3) 供应链管理强调提高整个供应链的效率。 4) 供应链管理强调大规模定制。
	供应链管理的意义★★★★ (简答题、案例分析题)	供应链管理的本质目标是“7R”原则。它的意义在于: 1) 实现了对顾客需求的快速反应。 2) 减少库存,降低成本。 3) 提高产品的生产和服务质量。 4) 简化组织,提高效率。 5) 提高供应链的竞争优势。
第二节 供应链管理环境下的生产管理	供应链管理环境下生产计划的制定★ (简答题)	<p>简述供应链管理环境下能力平衡的作用以及生产控制内容。</p> <p>供应链管理环境下能力平衡的作用:</p> 1) 为修正主生产计划和投入产出计划提供依据,并提供实时数据。 2) 为外包决策和零部件急件采购提供依据。 3) 为供应链管理的高效运作提供保证。 4) 使生产计划具有较高的可行性。

		<p>供应链管理环境下生产控制内容：</p> <p>1) 生产进度控制、供应链的生产节奏控制；</p> <p>2) 提前期管理、库存控制和在制品管理。</p> <p>什么是业务外包？</p> <p>业务外包是指在供应链管理环境下，企业把主要精力放在关键业务上，而把非核心业务由合作企业完成，从而获得比单纯利用内部资源更多的优势。</p> <p>供应链环境下企业的生产协调控制主要包括：生产进度控制、供应链的生产节奏控制、提前期管理和库存控制和在制品管理。</p>
第三节 供应链管理环境下的物流管理	<p>物流管理的含义★★★ (案例分析题)</p>	<p>简述供应链管理与物流管理的区别。</p> <p>(1) 物流涉及原材料、零部件在企业之间的流动，而不涉及生产制造过程的活动。</p> <p>(2) 供应链管理包括物流活动和制造活动。</p> <p>(3) 供应链管理涉及从原材料到产品交付给最终用户的整个物流增值过程，物流涉及企业之间的衔接管理活动。</p> <p>供应链管理环境下物流管理的特点</p> <p>1、提高了物流系统的快速反应能力 2、降低了物流系统的成本 3、增进了物流系统的无缝连接 4、物流服务方式的多样化 5、提高了顾客的满意度</p>
第四节 供应链管理环境下的库存管理	<p>供应链管理环境下库存管理的要求★(案例分析题)</p>	<p>(1) 应确立供应链的整体观念</p> <p>(2) 应重视不确定性对库存的影响</p> <p>(3) 库存控制策略应灵活化</p> <p>(4) 应进行有效的合作与协调</p> <p>(5) 产品的过程设计应考虑供应链上库存的影响</p>
	供应链库存管理的方法	<p>目前先进的供应库存管理技术与方法有供应商管理用户库存(VMI)，联合库存管理(JMI)。</p>
第五节 供应链管理环境下的采购管理	<p>准时采购的含义★ (简单题)</p>	<p>准时采购的基本思想是：在恰当的时间、恰当的地点，以恰当的数量、恰当的质量提供恰当的物品。它是从准时生产发展而来的，是为了消除库存和不必要的浪费而进行持续性的改进。要进行准时生产必须有准时供应，因此准时采购是准时生产管理模式的必然要求。</p>
	<p>准时采购的实施★ (简答题)</p>	<p>1、准时采购成功的关键是与供应商的关系。</p> <p>2、应找到“好”的合作伙伴。</p> <p>3、建立一套有效的供应商激励机制，使供应商和用户一起分享准时采购的好处。</p> <p>4、企业的各部门应为实施准时采购创造有利的条件</p>
	供应商管理	<p>供应商管理：指对供应商的了解、选择、开发、使用和控制等综合性的管理工作的总称。</p> <p>供应商管理的目的：</p> <p>(1) 建立起一个稳定可靠的供应商队伍</p> <p>(2) 为企业提供可靠的物资供应</p> <p>(3) 保证企业的正常生产运营</p>

第十一章 企业化管理

节	知识点名称	主观题
第一节 企业文化 概述	内容★★★★ (简答题)	<p>企业哲学、企业价值观、企业精神、企业制度、企业的道德规范、企业形象。</p> <p>简述企业文化的产生背景。</p> <p>企业文化的形成起因于二战后，随着美国企业界完成从古典管理理论向现代管理理论的转变，之后这一现代化管理理论为外国企业所借鉴，尤其被成为一片废墟的日本企业所借鉴和吸收。至 20 世纪 70 年代末，与美国经济衰退形成鲜明对比的日本经济却奇迹般地飞速增长，又导致了一批美国学者把日本管理作为研究课题，出现美日管理比较研究的热潮。70 年代末 80 年代初期，许多美国公司去日本学习，管理学家也在分析、比较美日管理的基础上，发现了日本企业不但重视管理方面的硬技术，更重视管理的软件，重视建设企业文化。因此，企业文化就成为 80 年代企业管理的重点。美国于 80 年代初出版的 4 本书，标志着企业文化理论的形成。</p>
	层次★ (简答题)	<p>三个层次：物质文化层次，制度层次文化和精神层次文化。</p> <p>物质层次文化也称为表层文化。精神层次文化，也称为企业深层文化。它是企业文化核心。制度层次文化也称为中层文化。精神层次决定了制度层次和物质层次；制度层次是精神层次和物质层次的中介。</p>
	特点★★★ (简答题)	<p>民族性、客观性、独特性、科学性、动态性、约束性、辐射性。</p> <p>企业文化的民族特征体现在哪里？</p> <p>每个民族都有独特的行为途径与文化个性，在不同的经济环境和社会环境中形成了特定的民族心理、风俗习惯、宗教信仰、道德风尚、伦理意识、价值观念、行为准则、生活方式等，它们的总和就表现为企业文化的民族特征。</p>
	作用★ (简答题)	<p>导向作用、凝聚作用、规范作用、激励作用、沟通作用、绩效作用。</p>
第二节 企业文化 管理	企业文化管理的影响因素	<p>企业文化管理的影响因素有：</p> <p>(1) 行业特征 (2) 管理者素质 (3) 已有的企业文化模式 (4) 追求独特模式 (5) 形成的长期性</p>
	企业文化管理的内容★★★★ (简答题)	<p>1) 分析内外因素，提炼核心价值观（一个企业选择什么样的核心价值观是创造企业文化的首要问题。）；2) 制定企业文化战略；3) 制定企业文化管理制度（企业的文化意义符号系统包括：文化精神意义符号系统；文化物质意义符号系统；文化行为意义符号系统。）；4) 进行培训，让员工接受新的企业文化；5) 领导者身体力行，信守价值观念；6) 建立激励机制，巩固企业文化；7) 根据环境的改变适时对企业文化进行调整。</p>
第三节 网络时代 企业文化 的发展	网络时代企业文化的发展★ (简答题)	<p>网络时代企业文化的发展体现在：倡导人本文化、倡导合作文化、倡导创新文化、倡导学习文化、倡导速度文化、倡导融合文化、倡导生态文化、倡导形象文化。</p>

