



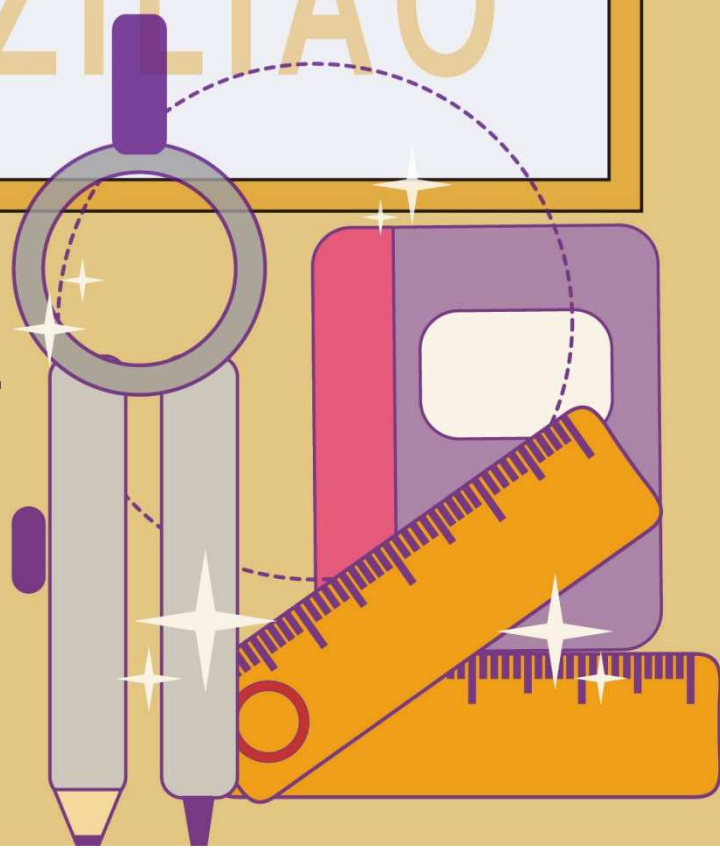
密训 资料



MIXUNZILIAO

网络经济与企业管理

2021



备考说明

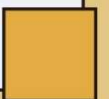
本科目覆盖资料、覆盖率及用法如下表所示：请耐心等待这份为你定制的考前“超薄知识压缩饼干”，食用前请认真查看使用说明，选择最适合自己的口味食用。

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

极高频知识点★★★★	1
高频知识点★★	7
中频知识点★	10



极高频知识点★★★

1. 企业的类型

(1) **按企业所属经济部门分类**：农业企业、工业企业、金融企业、商业企业等。

(2) **按生产力要素比重分类**：劳动密集型企业、技术密集型企业、知识密集型企业、资源密集型企业等。

(3) **按企业经营规模分类**：大型企业、中型企业和小型企业等。

(4) **按企业财产构成和所负法律责任分类**：

个体企业：又称独资企业，由业主个人出资兴办，并由业主自己直接经营。在国外，许多零售商业、手工业、家庭工业、农业等多采用个体企业。

合伙企业：由两个或两个以上的个人共同出资，通过签订协议而联合经营的企业。

公司制企业：由两个以上的出资者共同投资、依法组建，以盈利为目的的企业法人，是联合经营的企业组织形式。企业的所有权和经营权相分离。

2. 管理的职能

五职能论：计划（首要职能）、组织、指挥、协调、控制

3. 计划职能分类

(1) **长期计划、中期计划、短期计划**：长期计划：5 年以上。中期计划：1~5 年。短期计划：1 年以内。

(2) **战略计划和具体行动计划**：战略计划是长期的、全局性和长期性的计划。

(3) **综合计划、部门计划和具体项目计划**：综合计划是具有多个目标和多方面内容的计划。

(4) **指令性计划和指导性计划**：指令性计划是由上级下达的具有约束力的计划。

4. 组织职能原则

(1) **有效性原则**：1) 机构精简：组织结构必须能高效地完成工作和任务，有效地达到企业目标。2) 人员精简：组织结构还要求机构设置及人员配备尽量做到精简。

(2) **统一指挥原则**：是组织活动有秩序、高效率开展的重要保证。

(3) **责权利相一致原则**：职权和职责是组织职能的两个基本要素。指必须为组织结构中的每一个层次和环节都规定明确的责任，同时赋予其完成这一任务所必须得职权。

(4) **集权与分权相结合原则**：对组织中的重大决策和全局性的管理实行集权，对局部的日常管理问题实行分权。

(5) **弹性原则**：组织结构不能僵化，必须具备一定的弹性以适应变化和调整的需要。

(6) **协调原则**：“整体功能大于部分功能之和”。

5. 古典管理理论阶段（20 世纪初到 30 年代）

泰罗的科学管理理论——被誉为“科学管理之父”。

法约尔的管理过程理论——被誉为“管理过程理论之父”。

马克思·韦伯管理组织理论——被誉为“组织理论之父”。

6. 行为科学理论及管理理论丛林阶段（20 世纪 30 年代到 60 年代）

马斯洛：需求层次理论、**赫茨伯格**：双因素理论、**麦克利兰**：激励需求理论、**麦格雷戈**：“X 理论-Y 理论”等

巴纳德：社会系统学派、**西蒙**：决策学派、**德鲁克**：经验学派、**孔茨**：管理理论丛林

7. 企业管理内容的创新包括

1) 企业战略管理的创新（重点：开发和培育核心能力）；2) 企业组织管理的创新（方向：扁平化、柔性化、虚拟化、网络化）；3) 网络营销成为营销管理的重要内容；4) 敏捷制造成为企业生产运作管理最重要的方式；5) 企业财务管理将向战略型、集成化方向发展；6) 回归人本管理，重视人力资源管理；7) 知识管理成为企业管理的重要内容；

8) 更加重视文化管理。

8. 企业管理方法和手段的创新

- 1) **准时制 (JIT)**: 目标是通过管理, 尽可能做到“零废品”、“零库存”和“零准备时间”。
- 2) **制造资源计划 (MRPII)**;
- 3) 并行工程 (CE)。
- 4) 计算机集成制造系统 (CIMS)。
- 5) **企业资源计划 (ERP)**: 以客户需求为导向, 消除生产经营过程中一切无效的劳动和资源。
- 6) **分销资源计划 (DRP)**: 是管理企业的分销网络的系统, 目的是使企业具有对定单和供货具有快速反应和持续补充库存的能力。
- 7) 企业内部网和互联网 (Intranet 和 Internet)。
- 8) 电子数据交换系统 (EDI)。

9. 企业战略

- (1) **企业总体战略**: 又称为经营战略, 是对企业整体经营方向、原则、方针所作的规定。
- (2) **事业层战略**: 又称为竞争战略, 又称为业务层次战略或者 SBU 战略。职能战略和事业层战略概念不同。
- (3) **职能战略**: 又称职能部门战略, 是企业研究开发、生产作业、市场营销、财务管理和人力资源管理等主要职能部门的短期战略计划。

10. 企业宏观环境的构成

- (1) 人口环境;
- (2) 经济环境;
- (3) 自然环境;
- (4) 技术环境;
- (5) 政治和法律环境;
- (6) 社会文化环境。

11. 核心能力的特性

- 1) 有价值的创造能力;
- 2) 异质性;
- 3) 难模仿性;
- 4) 不可交易性;
- 5) 扩展性: 企业一旦建立了自己的企业核心能力, 即可将其核心能力组合到不同的相关创新中, 构建新的创造与发展的基础, 并不断推出创新成果。;
- 6) 动态性: 任何一个企业的企业文化, 总是与企业长期发展相联系的, 是一个逐步形成和发展的动态过程。(核心产品是企业核心能力的载体)。

12. 竞争优势分析

企业价值活动:

基本活动: 内部后勤, 生产经营, 外部后勤, 市场销售, 服务。

辅助活动: 人力资源管理、技术开发、采购。

13. 发展型企业战略

集中发展战略: 集中企业的全部资源。

同心多样化战略: 增加同企业现有产品或劳务相类似的新产品或新劳务。

纵向一体化战略: 是指在两个可能的方向上扩大企业现有经营业务的一种发展战略。

横向一体化战略: 企业通过购买、联合或兼并与自己有竞争关系的企业的发展战略。

复合多样化战略: 增加与组织现有产品或劳务大不相同的新产品或新劳务。

14. 经营战略规划

任务: 产品组合和资源分配。

波士顿矩阵将企业的各战略经营单位分为四类:

明星类: 高市场成长率和高市场份额的战略经营单位。

金牛类: 市场增长率低, 市场占有率高的业务。

问号类: 市场增长率高而相对市场份额较低的战略经营单位。

狗类: 市场成长率和市场份额均较低的战略经营单位。

15. 竞争战略的基本类型

- (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。

(2) **差别化战略**。风险与缺点: 1) 企业为使产品具有独特性能而必须进行进一步的投资, 这会导致成本的增加; 2) 在一定时期, 顾客可能并不需要产品的特殊性能; 3) 对

手可能会以较低代价模仿。

(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。

16. 客户分析

客户的价值由三部分组成：历史价值；当前价值和潜在价值。

策略：低潜在价值，高历史价值：维持；低潜在低历史：放弃；高潜在，低历史：培育；高潜在，高历史：投资。

客户组合分析方法：按客户在客户关系中的历史价值和潜在价值对客户进行分类。

客户投资和利润分析：高利润、低投资的是忠诚的客户。

17. 业务操作管理子系统

营销管理模块：营销管理模块的功能包括：市场分析，市场预测，市场活动管理。

销售管理模块：销售管理模块一般包括四个部件：销售部件、现场销售管理部件、沟通渠道部件、销售业绩部件。

客户服务模块：客户服务模块包括服务部件、合同部件、客户关系部件和移动现场服务部件。

18. 企业组织结构的形式

(1) **直线制结构**：直线结构是最早、最简单的一种组织形式。

(2) **职能制结构**：优点是能够充分发挥职能机构的专业管理作用，并使直线经理人员摆脱琐碎的经济技术分析工作。其缺陷是多头领导，极大地违背了统一指挥原则。

(3) **直线职能制结构**：直线职能制结构保持了直线制集中统一指挥又具有职能分工专业化的优点。

(4) **事业部制结构**：优点：组织按地区或所经营的各种产品和事业来划分部门，各事业部独立核算，自负盈亏，适应性和稳定性强。缺点：资源重复配置，管理费用较高，且事业部之间协作较差。

(5) **矩阵型结构**：矩阵型结构是一种把按职能划分的部门同按产品、服务或工程项目划分的部门结合起来的组织形式。优点：灵活性和适应性较强，有利于加强各职能部门之间的协作和配合。缺点：组织结构的稳定性较差，双重职权关系容易引起冲突，同时还可能导致项目经理过多、机构臃肿的弊端

(6) **控股型结构**：母企业与子企业和关联企业之间不是上下级的行政管理关系，而是出资人对被持股企业的产权管理关系。

19. 组织结构扁平化

传统的金字塔式的层级制组织结构是工业经济时代最成熟、最有影响的组织结构模式。

弊端：1) 对外部环境反应迟钝、调整缓慢。2) 减缓信息的流动速度，造成信息失真。

3) 组织内部难以协调，不利于创新。

组织结构扁平化是指减少管理层次而扩大企业管理幅度，组织结构形态由标准的金字塔型向圆筒型转化。

20. 企业组织网络化

网络型组织是由多个独立的个人、部门或企业为了共同的任务而组成的联合体，在定义成员角色和各自任务的基础上通过密集的多边联系、互利和交互式的合作来完成共同追求的目标。

基本类型：内部网络、垂直网络、市场间网络和机会网络；

优点：(1) 网络型组织促进了分工和专业化发展；(2) 网络型组织可以实现核心竞争力的连接；(3) 网络型组织降低了交易成本；(4) 网络型组织有助于优化资源配置。

21. 学习型组织

特点：1) 组织成员拥有一个共同的愿景； 2) 组织是由多个创造性个体组成的团队； 3)

善于不断学习； 4) 自主管理； 5) 领导者的新角色； 6) 建立知识联盟。

意义：1) 学习型组织可以有效地获取知识资本；2) 学习型组织是适应激烈的竞争环境的前提；3) 组织学习是组织生存与发展的前提与基础。

构建：彼得·圣吉提出构建学习型组织的方法，即 5 项修炼，包括：建立共同愿景（包括：共同目标、价值观、使命三个要素）、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。

22. 市场细分和目标市场选择

市场细分的含义：1) 目标营销经历市场细分、选择目标市场、进行市场定位。市场细分是通过市场调查，依据消费者在需求和欲望、购买行为和购买习惯等方面的差异性，把整个市场划分为若干个分市场的过程。市场细分的基础是顾客需求的异质性。

市场细分的依据：市场细分的关键是找到影响顾客需求差异的因素，并根据它们来细分市场。生产者市场细分主要通过用户行业、用户规模和用户地理位置等因素作为标准。

23. 市场营销组合决策

(1) 产品决策

产品组合决策：(1) 扩大产品组合 (2) 缩减或淘汰产品组合

品牌决策：品牌使用者策略、品牌统分策略、多品牌策略

产品生命周期阶段的营销策略：快速撇脂定价（高价高促销）、缓慢撇脂定价（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）等策略可以在介绍期使用

(2) 价格决策：影响因素：从内部因素看，影响定价的因素主要有定价目标、企业的营销组合和产品成本。从外部因素看则有：市场需求、市场结构、国家政策及其他外部因素。**定价方法：**成本导向定价、需求导向定价、竞争导向定价。

(3) 渠道决策(地点)：分销类型：独家分销、选择分销和密集分销。**中间商类型：**批发商、居间商人、零售商

(4) 促销决策：现代企业有四种基本的促销方式：广告、人员推销、销售促进、公关宣传。在消费品市场上，最重要的促销方式是广告；人员推销则是产业市场最重要的促销工具。

24. 网上市场调查

网上市场调查的本质来看，它包含三个含义即调查工具、资料库和营销工具。

直接：分类：网上问卷调查法、网上实验法和网上观察法，常用的是网上问卷调查法。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。

间接：工具：网上市场间接调查工具：搜索引擎，公告栏，新闻组，电子邮件。

二手资料内容：互联网用户人口统计特征；与企业营销相关的市场、竞争者、消费者和宏观环境等信息；专利和商标调查。

25. 网上销售渠道的类型

(1) B—B 即企业对企业，交易次数较少，每次交易量大，购买者集中，如阿里巴巴。

(2) B—C 企业对消费者，交易次数多，但每次交易量小，购买者比较分散，如当当网。

26. 网络广告的类型

(1) 按钮型广告（最常见最早）；(2) 旗帜型广告 (3) 主页型广告；(4) 弹出式广告；

(5) 电子邮件广告；(6) 文字链接广告。

27. 准时生产的概念

准时生产 (JIT) 是在日本丰田生产方式的基础上发展起来的，因此，JIT 也被称为“丰田生产模式”。

28. 准时生产的实施

(1) 暴露问题和瓶颈 (2) 消除浪费 (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。) (3) 改进产品设计 (4) 改进工厂布局和流程设计 (5) 改进人力资源 (6) 全面质量管理 (7) 拉式调度和看板生产控制系统 (8) 与供货商紧密合作。

29. 敏捷制造模式中的企业组织形式

(1) 虚拟企业的**概念**: 虚拟企业是敏捷制造模式中基础和核心的组织形式。

(2) 虚拟企业的**特征**: 人力虚拟化, 运作弹性化, 信息网络化, 组织结构动态化, 并行分布式作业。

(3) 虚拟企业的**优势**: 有利于企业充分利用自身的资源优势; 有利于企业研究开发能力提高; 有利于企业涉足新领域, 进行多角化经营。

(4) 虚拟企业**形式**: 1) 虚拟生产 (最基本的形式); 2) 虚拟开发; 3) 虚拟销售; 4) 虚拟管理; 5) 虚拟服务。

30. 企业财务管理概述

目标: 利润最大化, 股东财富最大化, 企业价值最大化。

原则: 系统原则; 平衡原则; 弹性原则; 比例原则; 灵活性原则; 优化原则。

方法:

财务预测方法: 定性预测法和定量预测法

财务决策方法: 优选对比法; 数学微分法; 线性规划法; 概率决策法和损益决策法等。

财务计划方法: 1. 平衡法; 2. 因素法; 3. 比例法; 4. 定额法。

财务分析方法: 对比分析法, 比率分析法, 综合分析法。

31. 融资管理

融资是企业财务运作的起点, 是决定现代企业资本运动规模和生产经营发展程度的重要环节。

主要渠道: 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。

考虑因素: 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。

32. 投资管理

分类: 按期限分为长期投资和短期投资; 按方式可分为直接投资和间接投资; 按收益确定性分为确定投资和不确定性投资; 按投资的方向分为对内投资和对外投资。

原则: 投资收益最大化原则和投资风险降低原则。

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。

投资决策方法: 分为静态分析法和动态分析法。其中静态分析法可分为净收益法、回收期法、投资收益率法。动态分析法主要净现值法和内部收益率法。

33. 人力资源

指能为社会创造价值并能被组织所利用的体力和脑力的总和, 它包括数量和质量两个方面。

特点: 双重性 (生产性和消费性)、能动性、再生性、时效性、社会性。

34. 人力资源管理概述

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。

原则：人力资源管理基本原则包括综合效率原则、使用 and 开发相结合原则、公平竞争原则、激励原则。

35. 人力资源培训与开发

培训原则：理论联系实际，学用一致；知识技能培训与组织文化培训兼顾；全员培训和重点提高相结合；严格考核和择优奖励。

培训分类：1) 从培训与工作的关系分类：在职培训、脱产培训、半脱产培训。2) 从培训目的分类：文化补习、学历教育、岗位职务培训。3) 从培训的层次分类：高级、中级和初级培训。

培训流程：培训需求分析、培训设计和实施、培训评估。

36. 薪酬管理

内容：经济报酬：

- 1) 基本薪酬：企业按照一定的时间间隔，定期向员工发放的固定报酬。
- 2) 绩效薪资：根据员工的年度绩效评价的结果而确定的对基础薪酬的增加部分。
- 3) 奖金：激励薪资。根据员工的工作绩效进行浮动的部分。
- 4) 津贴：对员工工作中的不利因素进行补偿。
- 5) 福利：带薪假期、健康计划、补充保险、住房补贴等。

非经济报酬：不直接以金钱的方式体现，诸如度假、各种保险、培训等。

影响薪酬因素：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。

37. 知识

知识是指经过人的思维整理过的数据、信息、形象、意象、价值标准以及社会的其他符号化产物等。

特点：不可替代性、互补性、不可逆性、无形性、非稀缺性、非消耗性、可共享性、增值性。

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)

38. 知识管理

特点：(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。

原则：积累原则；信任原则；交流原则；共享原则；创新原则。

意义：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

知识管理策略的类型：(1) **编码策略：**又叫显性策略。它是基于知识再用的知识管理策略。通过对具有显性特性的知识进行加工整理并存储在数据库中，从而使企业可以方便地对其进行传播和再利用。(2) **个人化策略：**又叫隐性策略，即强调通过与知识创造者的直接接触和交流实现知识学习和共享。

实施：1) 设立知识管理部门 (国外许多大型企业已经建立起以首席知识官 (CKO) 为中心的知识管理体系。) 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 (知识管理的激励机制主要由知识运行、知识明晰、知识绩效和知识奖惩组成。) 5) 建设知识管理的基础设施 (计算机网络和知识库层、计算机服务层、应用软件层) 6) 构建基于内部学习的企业内部知识网络 (主导方式应该是行为学习。) 7) 构建基于外部学习的企业外部知识网络 (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。）8) 对企业的知识流程进行重组 9) 将企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。

39. 知识管理是一个螺旋循环的过程

共同化：通过经验分享促进组织成员间隐性知识的转移。

外化：从隐性知识到显性知识的转化。

联结化：将不连续的显性知识碎片合并成一个新的整体。显性知识向显性知识的转化。

内化：从显性知识到隐性知识的转化。

40. 供应链管理的概念

(1) 供应链管理的目标是为了给顾客提供满意的产品或服务；

(2) 供应链管理是一种集成管理模式；

(3) 供应链管理强调提高整个供应链的竞争能力；

(4) 供应链管理最终为供应链中所有成员带来价值增值；

(5) 供应链管理的目标是通过优化配置实现的。

41. 供应链管理环境下的物流管理

物流指的是供应链范围内企业之间的物资转移活动(不包括企业内部的生产活动)

特点：(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

策略：供应链管理环境下物流管理的策略包括利用第三方物流、延迟化策略。

42. 企业文化概述

内容：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。

层次：物质文化层次，制度层次文化和精神层次文化。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。它是企业文化的核心。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。

特点：民族性、客观性、独特性、科学性、动态性、约束性、辐射性。

作用：导向作用、凝聚作用、规范作用、激励作用、沟通作用、绩效作用。

43. 企业文化管理的内容

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。)；制定企业文化战略；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。)；进行培训，让员工接受新的企业文化；领导者身体力行，信守价值观念；建立激励机制，巩固企业文化；根据环境的改变适时对企业文化进行调整。

44. 网络时代企业文化的发展

体现在：倡助人本文化、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。

人本文化可以表述为 3P：企业即人、企业为人、企业靠人。

高频知识点★★

1. 管理

管理是管理者或管理机构，在一定范围内，通过计划、组织、领导、控制等工作，对组织的资源进行合理配置和有效整合，以实现组织预定目标的动态过程。

核心：管理的核心是对资源的合理配置和有效整合。

形成管理活动的基本条件：管理的主体；管理的客体；管理的目的。

2. 企业管理的目标是实现企业价值的最大化

企业管理的目标：**实现企业价值的最大化**。彼得·德鲁克曾经指出：从本质上说，企业是一个增加价值，创造财富的组织。

3. 企业战略管理

特点：(1) 整体性 (2) 长期性 (3) 权威性 (4) 环境适应性

过程：1) 确定企业的使命；2) 明确企业的目的和目标；3) 企业战略条件分析；4) 制订战略方案；5) 战略方案选优；6) 战略的实施与修正

4. 企业核心能力的概念

核心能力是企业独有的、能够支撑企业长期竞争优势的能力。管理体系是指使用知识和创造知识的控制系统；价值观念与行为规范是企业文化的一种表现形式。

5. 企业核心能力的源泉

(1) 企业的资源：有形资产、无形资产和组织资本。企业资源价值的判断：稀缺性、持久性和可替代性。

(2) 企业的内聚能力：存在于企业的相互作用、相互配合和做出决策的方式上

6. 客户关系管理的概念

客户关系管理 (CRM)，即企业为提高核心竞争力，通过改进对客户的服务水平，提高客户的满意度和忠诚度，所树立的“以客户为中心”的经营理念。

7. 企业再造的含义及特点

(1) 企业再造需要从根本上重新考虑已形成的基本信念；(2) 以顾客为中心是企业再造的出发点；(3) 企业再造是一次彻底变革；(4) 企业通过企业再造可望取得显著进步；(5) 企业再造需要从重新设计业务流程着手；(6) 企业再造实质上是管理和组织的创新；(7) 企业再造实施人本管理；(8) 企业再造重视信息技术的应用。

8. 市场分析

(1) 市场营销环境分析：**微观环境**是那些对企业服务其顾客的能力构成直接影响的各种力量，包括企业自身，市场营销渠道企业，市场，竞争者，公众。**宏观环境**是那些对给企业造成市场机会和环境威胁的主要社会力量，包括人口环境、经济环境、自然环境、技术环境、政治法律环境、和社会文化环境。

(2) 市场购买行为分析：**影响因素**：经济因素、社会文化因素、个人因素、心理因素。

购买决策过程：购买动机的产生、寻找信息、评价方案、决定购买、购后感觉和行为。

9. 网络营销的特点

跨时空、交互性、高效性、经济性、整合性

10. 网络营销的内容和层次

1) 网上宣传 (最基本的应用方式)；2) 网上调研；3) 网络分销联系；4) 网上直接销售；5) 网上营销集成。

11. 运作管理的任务与目标

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。)、正确处理效率与效益问题、竞争优势。

12. 敏捷制造模式的支撑技术

支撑环境：企业运作信息系统

支撑技术：分布式网络通讯技术、计算机集成制造 (CIM) 技术、计算机支持的协同工作 (CSCW) 技术、 workflow 管理 (WFM) 技术。

13. 网络时代企业财务管理

环境的变革：经济、技术和金融环境的变革

观念：1) 泛财务资源观念；2) 人本化理财观念；3) 风险理财观念；4) 信息理财观念。

目标：网络时代企业财务管理目标应该是企业价值最大化。在网络时代，企业财务管理目

标不仅要追求股东利益，而且也要追求其他利益相关者的利益和社会利益，如股东、管理层、债权人、员工等。

内容的变革：(1) 投资管理；(2) 预算管理；(3) 风险管理；(4) 利润管理。

14. 人力资源规划概念及内容

人力资源规划的内容主要分为两个层次：一个是组织的人力资源规划，即人力资源**总体规划**；另一个是人力资源的各项**具体业务规划**。

人力资源总体规划的制定，主要为了达到组织的总体战略目标，人力资源规划的制定，与**工作分析和绩效评估**紧密相连。

15. 工作分析概念及作用

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。

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。

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。

16. 企业员工招聘与选用程序

人员招募、人员选拔（技术性最强）、人员录用及新员工培训、招聘评估。

招聘评估的作用：有利于检验工作分析的有效性、有利于检验招聘计划的有效性、有利于提高招聘工作质量、有利于正确评价招聘人员的工作业绩，调动其积极性、有利于降低招聘费用。

17. 绩效管理的特点

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。

18. 虚拟团队的人力资源管理

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，其成员可以跨越时间、空间甚至组织边界，借助于现代信息通信技术进行交流、沟通。虚拟团队就时间而言，可是短暂的，也可是长期存在的。

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。

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。

19. 供应链管理的意义

(1) 供应链管理的本质目标是“7R”原则，即将合适的产品在合适的时间、按照合适的数量、合适的质量和合适的状态送到合适的顾客的合适地点，并使总成本最小或收益最大。

(2) 供应链管理的意义：(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

20. 供应链库存管理的方法

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)。

(1) 库存状态透明性是实施供应商管理用户库存的关键。

(2) 联合库存强调供应链节点企业同时参与, 共同制定库存计划, 使供应链管理过程中的每个库存管理者都能从相互之间的协调性来考虑问题, 保证供应链相邻的两个节点之间的库存管理者对需求的预测水平一致, 从而消除需求变异放大现象。

中频知识点★

1. 企业的概念

企业是指从事商品的生产、流通或服务等活动, 为满足社会需要进行自主经营、自负盈亏、承担风险、独立核算, 具有法人资格的基本经济单位。**目的:** 价值增值。**导向:** 以市场为导向。

2. 企业的发展

(1) 手工业生产时期 (2) 工厂生产时期 (3) 现代企业生产时期

3. 企业的产业环境分析

(1) 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。

(2) 产业的寿命周期分析

初创期: 投资于此产业中的企业数量很少, 企业盈利很少, 大部分企业亏损, 风险很大, 属于高风险低收益时期。

成长期: 厂商数量开始增加, 经营利润迅速提高, 但亏损的风险很大, 破产率和兼并率也很高。

成熟期: 大量增加的企业由于竞争激烈而优胜劣汰, 少数在竞争中生存下来的大厂商开始垄断整个产业的市场, 经营利润较高, 风险不大, 但增长速度放慢, 进入一个稳定发展的时期。

衰退期: 由于市场对该产业产品的需求量下降, 产品销量下降, 厂商数目逐渐减少, 市场萎缩, 利润不断下降, 当正常利润无法维持时, 整个产业便逐渐解体。

(3) 产业的竞争结构分析: 迈克尔·波特提出了五种竞争力, 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。

4. 客户合作管理子系统

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。

5. 客户关系管理的关键技术

(1) 呼叫中心技术 (企业集中处理大量打入或打出电话的场所。外面向用户, 对内与整个企业相联系, 是企业的收入中心); (2) 数据仓库 (面向主题的); (3) 商业智能; (4) Web 的集成管理。

6. 网上销售渠道的功能

订货系统; 结算系统; 配送系统。

7. 成本管理

内容: 成本预测和成本控制。成本控制的内容: 控制费用开支、控制资源耗费、控制生产经营过程。

8. 利润管理

涉及三个方面: 目标利润规划、股利政策制定和利润分配管理。

9. 供应链的概念

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。

