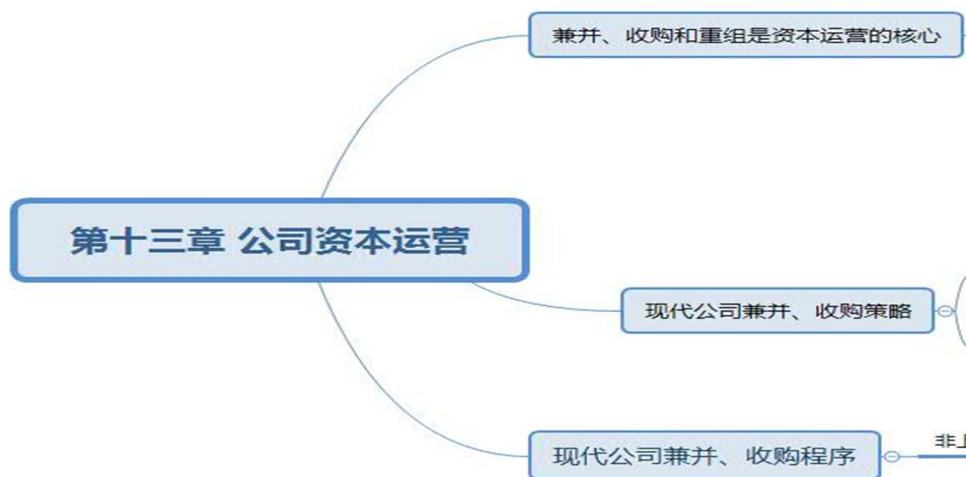


现代公司管理第九节课官方笔记

目录

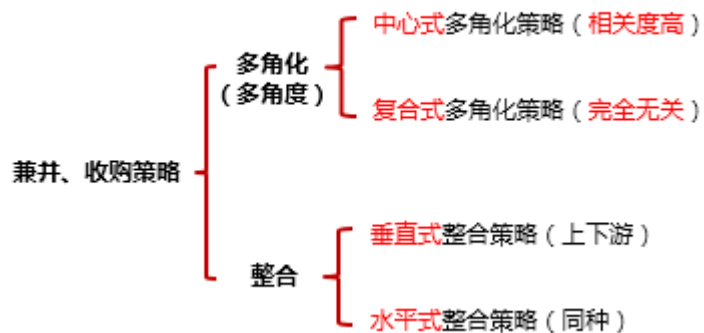
- 一、 课件下载及重播方法（课堂资料里）
- 二、 本章/教材结构图
- 三、 本章知识点及考频总结
- 四、 配套练习题

二、教材结构图



三、本章知识点及考频总结

1. 现代公司常见的几种兼并、收购策略（论述）：



2. 中心式多角化策略（选择）：

区别	中心式多角化策略	复合式多角化
新事业相关度	与本业 相关度高	与本业 完全无关
风险	过分自信，贸然投入	了解不够深，容易发生问题。

中心式多角化兼并、收购是公司寻求**新收益和利润**的最好途径。

3. 复合式多角化策略（**选择**）：

复合式多角化兼并是公司从长期发展考虑所采取的一种兼并策略。目的是为了促进公司业绩的提高，分散经营风险，使公司有多的及较稳定的利润来源。

4. 垂直式整合策略（**选择**）：

上下游的整合：为了获得新技术、稳定零部件、原材料、成品供应来源，或产品销售市场，或者为了达到经济规模。

5. 水平式整合策略（**选择**）：

水平整合：经过收购可取得目标公司的现成产品生产线，现成的生产技术、品牌和营销渠道，有利于公司产品市场规模的扩大。动机：扩大产品市场规模的需要、强化市场竞争的需要以及快速取得生产设备的需要。

6. 非上市公司兼并、收购程序（**论述**）：

1.签订意向书 2.调查 3.董事会批准 4.政府部门批准 5.谈判 6.签订合同 7.声明
8.核准 9.特别股东大会表决 10.董事会改组 11.办理正式手续 12.重整

第十四章 现代公司的监督管理

1. 公司外部关系（**选择**）：

公司与行业协会的关系、公司与政府的关系、公司与市场的关系

2. 政府主要是通过以下五个方面来调节经济活动（**简答**）：

【宏观调控】：制定经济和社会发展战略、方针和产业政策；

【经济政策】：运用利率、税率、汇率等政策来调控和引导；

【组织结构】：引导企业组织结构调整，实现资源合理配置；

【企业制度】：建立和完善企业劳动人事制度、财务制度、成本制度、会计制度、收益分配制度和税收征管制度；

【技术支持】：推进技术进步，开展技术和业务培训。

9. 公司与行业协会等中间组织的关系（选择）：

行业协会的性质与职能：一是成员致力于某些共同目标；二是经费不仰仗于官方；三是首要目标不在于获取最大利润；四是成员有随时退出的自由

10. 完全竞争市场（名词解释）：

①进入市场的为数众多的买者和卖者都是既定价格的接受者，而不是价格的决定者；②所有卖者向市场提供的产品都是相同的，对买者来说没有差别；③所有资源都可以自由地进入或退出市场；④市场的参与者都具有完备的信息，充分了解市场。

11. 垄断竞争市场（选择）：

垄断竞争市场又叫不完全竞争市场，是一种带有垄断因素又有竞争因素的市场。①一切产品都具有差别；②市场上有很多厂商，他们对市场可以施加有限的影响，而市场价格的影响者，不能互相勾结，控制市场价格；③厂商进出市场比较容易；④同一产业内有两个或两个以上的产品集团，每个产品集团内又有许多厂商。

12. 寡头垄断市场（选择）：

市场上的厂商只有少数几个，每个厂商在市场中都具有举足轻重的地位，对其产品价格具有相当的影响力。纯粹寡头：产品没有差别，彼此依存的程度很高；差别寡头：产品有差别，彼此依存关系较低

13. 完全垄断市场（选择）：

①整个行业只有一个厂商，它提供整个行业的产销量，厂商与行业完全合二为一；②产品没有良好的替代品，其需求的交叉弹性等于零，没有任何竞争威胁；③厂商可以各种手段决定价格，形成垄断价格；④为了攫取最大的超额利润，往往实行差别价格。完全垄断市场只有公用事业和某些特殊地区有近似的情况。

14. 市场供求情况（选择）：

将市场分为卖方市场、买方市场、供求基本平衡市场。卖方市场：需求远远大于供给，产品供不应求，生产者处于主动地位；买方市场：供给远远大于需求，产品供过于求，买家处于主动地位。

15. 公司与顾客的关系（简答）：

①首先，公司要进行市场调查，掌握顾客需求方面的信息；②其次要根据调查取得的信息结合本公司的特点，制定经营战略；③然后要制定出周密的产品销售战略；④最后还要提供良好的售后服务。

16. 所有者对有限责任公司的管理（选择）：

股东会的职权。股东会作为有限责任公司的最高权力机构有权决定公司的一切重大事项。

17. 公司的政府管理所包括的内容（简答）：

政府对公司的登记注册管理、政府对公司的工商监督管理、政府对公司的税务登记管理、政府对公司的宏观管理、政府对公司的劳动工资管理、政府对公司的土地资源管理。

四、配套练习题

- 1、公司与市场的关系最终体现在（ ）【单】
- A、公司与政府的关系上
 - B、公司与行业协会的关系上
 - C、公司与顾客的关系上
 - D、公司与竞争对手的关系上
- 2、当需求远远大于供给，产品供不应求，厂商处于主动地位，这类市场被称为（ ）【单】
- A、卖方市场
 - B、买方市场
 - C、多方市场
 - D、空方市场

[参考答案]：C、A