

全国高等教育自学考试电子商务专业

# 网络经济与企业管理

## 自学考试大纲

全国高等教育自学考试指导委员会制定

## 出版前言

为了适应社会主义现代化建设事业对培养人才的需要,我国在 20 世纪 80 年代初建立了高等教育自学考试制度,经过 20 多年的发展,高等教育自学考试已经成为我国高等教育基本制度之一。高等教育自学考试是个人自学、社会助学和国家考试相结合的一种高等教育形式,是我国高等教育体系的一个重要组成部分。实行高等教育自学考试制度,是落实宪法规定的“鼓励自学成才”的重要措施,是提高中华民族思想道德和科学文化素质的需要,也是造就和选拔人才的一种途经。应考者通过规定的专业考试课程并经思想品德鉴定达到毕业要求的,可以获得毕业证书,国家承认学历并按照规定享有与普通高等学校毕业生同等的有关待遇。

从 80 年代初期开始,各省、自治区、直辖市先后成立了高等教育自学考试委员会,开展了高等教育自学考试工作,多年来为国家培养造就了大批专门人才。为科学、合理地制定高等教育自学考试标准,提高教育质量,全国高等教育自学考试指导委员会(以下简称“全国考委”)组织各方面的专家对高等教育自学考试专业设置进行了调整,统一了专业设置标准。全国考委陆续制定了 200 多个专业考试计划。在此基础上,各专业委员会按照专业考试计划的要求,从造就和选拔人才的需要出发,编写了相应专业课程的自学考试大纲,进一步规定了课程学习和考试的内容与范围,有利于社会助学,也使个人自学要求明确,考试标准规范化、具体化。

全国考委按照国务院发布的《高等教育自学考试暂行条例》的规定,根据教育测量学的要求,对高等教育自学考试课程的自学考试大纲进行了探索、研究与建设。目前,为更好地贯彻“十六大”和全国考委五届二次会议精神,以“三个代表”重要思想为指导,全国考委办公室及其各个专业委员会从 2003 年开始较大幅度地对新一轮课程的自学考试大纲组织修订或重编。

全国考委经济管理类专业委员会在考试大纲建设过程中,结合高等教育自学考试工作的实践,参照全日制普通高等学校相关课程的教学基本要求,并力图反映学科内容的发展变化,体现自学考试的特点,组织制定了《网络经济与企业管理自学考试大纲》。现经教育部批准,颁发施行。

《网络经济与企业管理自学考试大纲》是该课程编写教材和自学辅导书的依据,也是个人自学、社会助学和国家考试的依据,各地教育部门、考试机构应认真贯彻执行。

**全国高等教育自学考试指导委员会**

2007 年 10 月

# 目 录

第一部分 课程性质 .....	(208)
第二部分 课程考核目标与内容 .....	(208)
一、课程特征 .....	(208)
二、课程目标 .....	(208)
三、课程目录 .....	(208)
四、考核目标 .....	(209)
五、课程内容 .....	(209)
第一章 企业管理概论 .....	(209)
第二章 企业战略管理 .....	(213)
第三章 客户关系管理 .....	(216)
第四章 企业组织管理 .....	(218)
第五章 市场营销管理 .....	(221)
第六章 企业运作管理 .....	(225)
第七章 企业财务管理 .....	(227)
第八章 人力资源管理 .....	(229)
第九章 企业知识管理 .....	(232)
第十章 供应链管理 .....	(234)
第十一章 企业文化管理 .....	(237)
第三部分 有关说明与实施要求 .....	(239)
后记 .....	(242)

## 第一部分 课程性质

本课程是高等教育自学考试电子商务专业(独立本科段)专业课程之一,也是电子商务专业取得高级证书的一门专业课程。该课程在整个课程体系中处于重要地位。

## 第二部分 课程考核目标与内容

### 一、课程特征

本课程是一门理论性和实践性较强的课程。它是对企业管理基本知识、理论和方法的以及在网络经济环境下企业管理变革的全面介绍。在本课程的助学或教学中应当尽可能采用解决实际问题的方法,从金融、工商业取得实例,提供适当的学习场景,提倡采用案例教学和案例考核方法。

在试卷中试题将以大纲中所确定的识记、领会和应用的有关要求为根据,不超出大纲要求。

但是,考题将要求考生具备在熟悉和不熟悉的条件下理解并应用专业知识的能力。在授课过程中,应向考生介绍案例学习方法,以使他们掌握综合阅读技巧、撰写案例分析报告的技巧。

### 二、课程目标

设置本课程的具体目标要求是:使考生比较全面地理解企业管理中的基本理论、基本知识和基本方法,以及网络经济环境下企业管理变革的方向,将企业管理的基本理论、基本知识和基本方法与企业管理实践联系起来,培养和提高考生企业管理的能力。

### 三、课程目录

- 第一章 企业管理概论
- 第二章 企业战略管理
- 第三章 客户关系管理
- 第四章 企业组织管理
- 第五章 市场营销管理
- 第六章 企业运作管理
- 第七章 企业财务管理
- 第八章 人力资源管理
- 第九章 企业知识管理
- 第十章 供应链管理

## 四、考核目标

试题可能涉及课程中任何章节的内容。每章由若干节组成,每节列出内容细节,包括试题要求的识记、领会和应用的各内容。有些内容还提出了案例研究方面的学习要求。

本大纲在考核目标中,按照识记、领会、应用三个层次规定应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进关系。各能力层次的含义是:

识记:能知道有关名词、概念和知识的含义,并能正确认识和表述。

领会:在识记的基础上,能全面把握基本概念、基本理论和基本方法,能掌握有关概念、理论和方法的区别与联系。

应用:在领会的基础上,能运用基本概念、基本理论、基本方法分析和解决实际问题。

## 五、课程内容

### 第一章 企业管理概论

#### 学习目的和要求

通过本章学习,要求考生了解企业的含义及形式,企业管理理论和实践产生和发展的脉络,理解网络时代企业环境变革带给企业的机遇与挑战,掌握企业管理的概念和职能以及网络时代企业管理变革的趋势。

#### 内 容

##### 第一节 企业及其形式

###### 一、企业的概念

企业的概念及特点。现代企业的产生和发展,企业是社会生产力发展到一定历史阶段的产物,企业发展大致经历了手工业生产时期、工厂生产时期和现代企业生产时期。

###### 二、企业的类型

企业的类型及划分标准。

##### 第二节 企业管理概述

管理的概念。管理的职能:计划职能、组织职能、领导职能、控制职能。企业管理的概念。

### 第三节 企业管理理论与实践的产生与发展

古典管理理论阶段;行为科学理论及管理理论丛林阶段;以战略管理、文化管理为主的阶段;企业再造理论和实践的兴起;全球化和网络时代的企业管理。

### 第四节 网络时代的企业环境

网络时代企业环境的变革;网络时代企业面对的机遇;网络时代企业面对的挑战。

### 第五节 网络时代企业管理的变革

企业管理范围的拓展;企业管理内容的创新;企业管理方法和手段的创新。

## 考核知识点

### 第一节 企业及其形式

企业的概念及特征。现代企业产生和发展的三个时期。企业类型:个体企业、合伙企业、公司制企业。

### 第二节 企业管理概述

管理的概念。管理的职能。企业管理的概念。

### 第三节 企业管理理论与实践的产生与发展

古典管理理论阶段:泰罗的科学管理理论、法约尔的管理过程理论、韦伯的管理组织理论。行为科学理论及管理理论丛林阶段。以战略管理、文化管理为主的阶段。企业再造理论和实践的兴起。全球化和网络时代的企业管理。

### 第四节 网络时代的企业环境

网络时代企业环境的变革;网络时代企业管理面对的机遇;网络时代企业面对的挑战。

### 第五节 网络时代企业管理的变革

企业管理范围的拓展,包括:网络企业管理;企业的网络化管理;更加重视以知识资本为核心的无形资产;从企业内部价值链的管理拓展到整个供应链。企业管理内容的创新,包括:企业战略管理的创新;企业组织管理的重大变革;网络营销成为营销管

理的重要内容;敏捷制造成为企业生产运作管理最重要的方式;企业财务管理将向战略型、集成化方向发展;回归人本管理,重视人力资源管理;知识管理成为企业管理的重要内容;更加重视文化管理。企业管理方法和手段的创新,包括准时制(JIT)、制造资源计划(MRP II)、并行工程(CE)、计算机集成制造系统(CIMS)、企业资源计划(ERP)、分销资源计划(DRP)、企业内部网和互联网(Intranet & Internet)、电子数据交换系统(EDI)。

## 考核要求

### 第一节 企业及其形式

识记:企业的概念及特征。个体企业、合伙企业、公司制企业的特征。按不同标准对企业的划分标准:按企业所属的经济部门;按生产力要素比重;按企业的经营规模;按企业财产构成和所负法律责任。

领会:现代企业的产生和发展的三个时期。从工厂生产时期过渡到现代企业生产时期的主要特征。

### 第二节 企业管理概述

识记:管理的概念。计划职能的含义。组织职能的含义。组织工作的基本原则。领导的概念。控制的概念及方式。企业管理的概念。

领会:企业管理的目标。计划的种类。计划的内容和程序。组织职能的内容。领导工作的内容。控制职能的必要性。

应用:运用企业管理职能进行案例分析。

### 第三节 企业管理理论与实践的产生与发展

识记:古典管理理论的代表人物及理论名称:泰罗的科学管理理论,法约尔的管理过程理论,韦伯的管理组织理论。行为科学理论的代表性的理论成果:马斯洛的需求层次理论,赫茨伯格的双因素理论,麦克莱兰的激励需求理论,麦格雷戈的X理论-Y理论。“管理理论丛林”的产生及有影响的代表学派。战略管理理论的产生。

领会:企业再造理论和实践的兴起。全球化和网络时代的企业学习型组织、长寿公司及虚拟组织。

### 第四节 网络时代的企业环境

领会:网络时代企业环境变革的特点;网络时代企业面对的机遇;网络时代企业面临的挑战。

## 第五节 网络时代企业管理的变革

识记:网络企业的特点。企业的网络化管理的含义。准时制(JIT)、制造资源计划(MRPⅡ)、并行工程(CE)、计算机集成制造系统(CIMS)、企业资源计划(ERP)、分销资源计划(DRP)、企业内部网和互联网(Intranet & Internet)、电子数据交换系统(EDI)的概念。

领会:网络时代企业管理范围的拓展。企业管理内容的创新。企业管理方法和手段的创新。

应用:对网络时代成功企业进行管理变革的案例分析。



## 第二章 企业战略管理

### 学习目的和要求

通过本章的学习,考生首先要了解战略的性质、企业管理战略的含义,还应了解公司环境的基本概念、公司环境构成分析以及企业核心能力的有关内容。通过掌握企业经营战略的分析与制订过程,从而能够为企业寻求相应的经营战略。考生还应掌握价值属性的概念,了解竞争战略的分析与实施,还要理解价值创新战略。

### 内 容

#### 第一节 战略的性质与类型

战略的性质、作用。在此基础上提出了企业战略的概念、层次以及企业战略管理的概念及过程。

#### 第二节 企业战略环境分析

公司环境的基本概念。企业宏观环境的构成。企业产业环境分析。

#### 第三节 企业资源与能力分析

企业资源与能力既是其战略的出发点和约束条件,又是实施战略的后果之一。企业核心能力的概念与特点。企业核心能力的来源。

#### 第四节 经营战略的分析与制订

制订经营战略的流程包括:明确企业使命与战略目标、进行战略分析、战略选择和战略规划。

#### 第五节 竞争战略的分析与选择

企业的竞争战略是要向顾客提供比竞争对手更能满足其价值需求的产品,所以首先分析了产品的价值属性。竞争战略的基本类型。最后介绍了基于对顾客价值分析基础上价值创新战略。案例。

## 考核知识点

### 第一节 战略的性质与类型

战略含义。企业战略的性质与构成。企业战略管理的过程与要求。

### 第二节 企业战略环境分析

公司环境的基本概念、宏观环境的构成。产业环境分析。

### 第三节 企业资源和能力分析

企业核心能力的概念,特性与来源。

### 第四节 经营战略的分析与制订

制订战略的各主要环节。

### 第五节 竞争战略的分析与选择

价值属性的概念。竞争战略的基本类型。价值创新战略的特征及其与竞争战略的异同。

## 考核要求

### 第一节 战略的性质与类型

识记:战略的性质、企业战略、企业战略管理的概念。

领会:企业战略管理的过程。

### 第二节 企业战略环境分析

识记:公司环境的基本概念。公司宏观环境的构成。

领会:公司产业环境分析。

### 第三节 企业资源和能力分析

识记:企业核心能力概念及特性。

领会:企业核心能力的来源。

应用:分析某一企业的核心能力。

#### 第四节 经营战略的分析与制订

识记:市场细分。竞争对手分析法。竞争优势分析法。资源分配。战略规划的任务。

领会:经营战略制订的主要环节。

#### 第五节 竞争战略的分析与选择

识记:价值属性的概念。竞争战略的基本类型。

领会:理解价值创新战略的逻辑与特点。

#### 应用要求

深入企业,分析公司的战略环境以及它的核心竞争力,并且体会该企业的经营战略的制订、竞争战略的选择。

## 第三章 客户关系管理

### 学习目的和要求

通过本章的学习,要掌握客户关系管理的概念、产生背景以及客户关系管理的意义,了解客户关系管理的基本流程和支持流程。掌握客户关系管理的系统架构以及支撑客户关系管理的关键技术。最后了解客户关系管理的实施步骤和实施条件。

### 内 容

#### 第一节 客户关系管理概述

客户关系管理的定义,分析了客户关系管理的特点。客户关系管理的产生背景和实施客户关系管理的意义。

#### 第二节 客户关系管理的流程

本节以客户关系管理的价值链作为分析的基本工具,介绍了客户关系管理的基本流程和支持流程。

#### 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:业务操作管理子系统、客户合作管理子系统、数据分析管理子系统和信息技术管理子系统。客户关系管理的关键技术:呼叫中心、数据仓库、商业智能和 Web 集成管理。

#### 第四节 客户关系管理的实施

客户关系管理实施的步骤;实施客户关系管理的条件。

### 考核知识点

#### 第一节 客户关系管理概述

客户关系管理的定义、特点。客户关系管理的产生背景,客户关系管理的意义。

#### 第二节 客户关系管理的流程

客户关系管理的流程。客户关系管理的价值链,客户关系管理价值链的基本流程和

支持流程。

### 第三节 客户关系管理的解决方案

客户关系管理的解决方案。客户关系管理的系统架构,客户关系管理的关键技术。

### 第四节 客户关系管理的实施

客户关系管理的实施步骤。实施客户关系管理的条件。

## 考核要求

### 第一节 客户关系管理概述

识记:客户关系管理的定义。客户关系管理的特点。

领会:客户关系管理的产生背景。客户关系管理的意义。

### 第二节 客户关系管理的流程

识记:客户关系管理价值链的概念。客户关系管理基本流程包含的阶段。客户价值的组成。影响客户终身价值的因素。客户组合分析法。

领会:客户关系管理中客户分析的具体步骤。客户关系管理支持流程的具体内容。

### 第三节 客户关系管理的解决方案

识记:客户关系管理系统架构包括的子系统名称。业务操作子系统包括的模块。营销模块的功能。销售管理模块的组成。客户服务模块的组成。企业与客户互动的渠道。呼叫中心的功能。

领会:客户关系管理的关键技术。

### 第四节 客户关系管理的实施

领会:客户关系管理的实施步骤。实施客户关系管理的条件。

## 应用要求

深入企业,了解企业在激烈的竞争中,企业的经营理念从“以产品为中心”转向“以客户为中心”带来的变革。了解企业实施客户关系管理效果,考察实施客户关系管理系统所需要的关键技术。分析企业实施客户关系管理的案例。

## 第四章 企业组织管理

### 学习目的和要求

通过本章学习,考生应掌握企业组织的含义和性质、企业组织管理的基本职能。了解企业组织结构的基本形式和特点、企业组织管理的内容。理解网络时代企业组织创新的发展趋势。掌握企业组织再造及学习型组织的特征。

### 内 容

#### 第一节 企业组织管理概述

企业组织管理是企业管理的重要职能,是企业战略的保障和支撑。本节介绍了企业组织的基本含义、性质、基本职能。企业组织管理的含义及内容。

#### 第二节 企业组织结构的形式

企业组织管理职能的基本内容就是设计、建立并保持一种组织结构。直线制结构。职能制结构。直线职能制结构。事业部制结构。矩阵型结构和控股型结构。

#### 第三节 网络时代企业组织的创新

网络时代,传统的企业组织结构成为企业发展的桎梏,因此,必须做出相应的变革,实现企业组织结构的扁平化,组织结构的柔性化,企业组织的虚拟化和企业组织的网络化。

#### 第四节 企业组织再造

企业再造是当今组织变革最重要的理论,企业再造的核心是业务流程的重组。企业再造理论产生的背景。企业再造的含义和特点。企业再造的实施。企业再造的基础工作。

#### 第五节 学习型组织

应变快速变化环境的根本之道是建立学习型组织。学习型组织的含义。学习型组织的特征。学习型组织的意义。学习型组织的构建。

### 考核知识点

#### 第一节 企业组织管理概述

企业组织的基本含义、性质、基本职能。

## 第二节 企业组织结构的形式

直线制结构。职能制结构。直线职能制结构。事业部制结构。矩阵型结构和控股型结构。

## 第三节 网络时代企业组织的创新

企业组织结构扁平化。组织结构柔性化。企业组织虚拟化和企业组织网络化。

## 第四节 企业组织再造

企业再造的含义和特点。企业再造理论产生的背景。企业再造的基础工作。对企业实施再造的步骤。

## 第五节 学习型组织

学习型组织的含义。学习型组织的特征。学习型组织的意义。学习型组织的构建。

### 考核要求

#### 第一节 企业组织管理概述

识记:组织的基本含义、性质。企业组织管理的概念。

领会:企业组织的基本职能。企业组织管理的内容。如何进行组织设计。

#### 第二节 企业组织结构的形式

识记:直线制结构的概念。职能制结构的概念。直线职能制结构的概念。事业部制结构的概念。矩阵型结构的概念和控股型结构的概念。

领会:直线制结构的特点。职能制结构的特点。直线职能制结构的特点。事业部制结构的特点。矩阵型结构的特点和控股型结构的特点。

#### 第三节 网络时代企业组织的创新

识记:企业组织结构扁平化的概念。组织结构柔性化的概念。企业组织虚拟化的概念。企业组织网络化的概念。网络型组织的概念。

领会:金字塔式的层级制组织结构的弊端。扁平化的优点及条件。柔性化的表现。柔性化的典型组织形式。组织外部虚拟化的具体形式:外包,战略联盟,网络型组织的特

征及类型。网络型组织的优点。

应用:网络型组织的构建。

#### 第四节 企业组织再造

识记:企业再造的含义和特点。三 C 理论。流程的概念。业务流程再造的概念。

领会:企业组织再造理论产生的背景。企业再造的基础工作。

应用:企业实施再造的步骤。

#### 第五节 学习型组织

识记:学习型组织的含义。学习型组织的特点。共同愿景的概念。

领会:建立学习型组织的意义。构建学习型组织的五项修炼。



## 第五章 市场营销管理

### 学习目的和要求

通过本章的学习,考生首先应了解市场营销的基本概念、基本原理和基本决策活动,在此基础上了解网络经济条件下企业营销方式发生的变化,掌握网络营销的概念,并通过考察网络营销与传统营销间的差异进一步了解网络营销。考生还应掌握企业网络营销站点的建设、网上市场调查、网上销售以及网络广告等方面的问题。

### 内 容

#### 第一节 市场营销概述

市场营销是企业的重要职能之一。考生首先要理解并掌握市场营销的概念和基本原理,掌握市场营销过程的基本含义和具体环节。

#### 第二节 市场营销过程

了解市场营销环境的构成以及对企业营销产生的影响,掌握影响消费者购买行为的主要因素和消费者购买决策过程,理解并领会产业市场购买行为的特点。

理解并掌握市场细分的方法、目标市场选择的策略和市场定位的程序。了解市场调研的基本方法。市场营销组合是企业满足顾客需求的根本手段。

了解并掌握市场营销组合的含义和构成,理解产品整体概念,掌握产品组合决策、品牌决策的基本内容,了解产品生命周期原理的应用。了解影响定价的主要因素,掌握定价的基本方法。理解市场营销渠道的功能,了解渠道决策的主要内容。理解促销的含义和构成,掌握各种促销方法的特点,掌握促销决策的影响因素和促销组合决策的内容。

#### 第三节 网络时代的企业市场营销

网络经济的产生和发展对现代企业的市场营销职能产生一定影响,网络营销应运而生,考生首先应了解网络营销的概念,网络营销的产生和发展。在此基础上深刻理解网络营销的特点,并体会网络营销对传统营销的冲击。考生还应了解网络营销和传统营销的整合的实质和意义。最后,考生还应掌握网络营销的层次和内容。

#### 第四节 企业网络营销站点建设和网上市场调查

站点是企业开展网络营销的基本工具。考生应了解网络营销站点应该具备的功能,站点规划的主要环节,而且应该学会分析企业站点的特点。对于网上市场调查,考生要了

解和掌握网上市场调查的本质和特点,网上直接调查的方法和步骤,网上间接调查的内容和工具。

## 第五节 网上销售和网络广告

网上销售是网络营销的重要功能。考生要了解并掌握网上销售渠道的功能和类型,理解网上销售的优势和网上交易过程,了解网上售后服务的特点和站点相关内容的设计。

对于网络广告问题,考生要理解网络广告相对于传统广告的优势,网络广告的类型,在此基础上掌握网络广告的发布方式。

### 考核知识点

#### 第一节 市场营销概述

市场营销的概念、基本原理,市场营销过程的含义、具体环节。

#### 第二节 市场营销过程

市场营销环境的构成,影响消费者购买行为的主要因素和消费者购买决策过程。产业市场购买行为的特点。市场细分的含义、方法。目标市场选择的策略。市场营销组合的含义。产品组合决策。品牌决策的基本内容。产品生命周期原理的应用。影响定价的主要因素,定价的基本方法。市场营销渠道的含义、功能,渠道决策的主要内容。促销的含义、构成,主要促销方法的特点,促销决策的影响因素。

#### 第三节 网络时代的企业市场营销

网络营销的含义、产生和发展、特点。网络营销对传统营销的冲击,网络营销与传统营销整合的实质。网络营销的层次和内容。

#### 第四节 企业网络营销站点建设和网上市场调查

网络营销站点应具备的功能。网络营销站点规划的主要环节。网上市场调查的含义、特点、方法。

#### 第五节 网上销售和网络广告

网上销售渠道的功能、类型、优势。网上交易过程。网上售后服务的特点。站点相关内容的设计。互联网广告的优势、类型、发布方式。

## 考核要求

### 第一节 市场营销概述

识记:市场营销的概念;市场营销过程的含义。

领会:市场营销的原理;市场营销的过程。

应用:借助案例分析市场营销过程。

### 第二节 市场营销过程

识记:市场营销环境的构成;目标营销的含义;市场细分的含义;市场细分的主要依据;目标市场的含义;无差异营销、差异营销、集中营销的含义;市场定位的含义;市场营销调研的含义和方法。市场营销组合的概念;产品的概念;品牌的含义;产品生命周期的含义;企业的各种定价方法;分销渠道的含义和主要类型;密集分销、选择分销和独家分销的含义;中间商的类型;促销的含义和促销组合的构成;广告、人员推销、销售促进和公共关系的含义。

领会:经济因素对消费者购买行为的影响;社会文化因素对消费者购买行为的影响;个人因素、心理因素对消费者购买行为的影响;消费者的主要信息来源;产业市场特征;目标营销的过程;目标营销策略的比较;市场定位的步骤。产品组合的构成;产品组合的决策;品牌的作用;产品生命周期与企业的营销策略;影响企业定价的主要因素;影响分销渠道选择的主要因素;广告、人员推销、销售促进和公共关系的特点;促销组合的影响因素;促销组合的决策过程。

应用:借助案例分析消费者购买决策过程。借助案例分析企业的产品组合和品牌策略;借助案例分析某种产品的分销渠道;借助案例分析某个企业的促销组合。

### 第三节 网络时代的企业市场营销

识记:网络营销的概念;4C 的核心含义;网络营销的内容。

领会:网络营销的产生和发展;网络营销的特点;网络营销对传统营销的冲击;网络营销与传统营销整合的实质;网络营销的层次和内容。

### 第四节 企业网络营销站点建设和网上市场调查

识记:网络营销站点的功能;网上市场调查的本质;网上直接调查的方法;网上间接调查的工具。

领会:网络营销站点的规划;网上市场调查的特点;网上直接调查的步骤;网上间接调查的内容。

应用:分析具体的站点的特色和风格;拟订一份网上调查方案。

## 第五节 网上销售和网络广告

识记:网上销售渠道的功能;网上销售渠道的类型;网络广告的类型;网络广告的发布方式。

领会:网上销售渠道的特点;网上交易的过程;网上售后服务的特点;网上产品服务网站设计;网络广告的优势。

应用:分析某个销售网站的网上交易过程;设计网络广告发布方案。

## 第六章 企业运作管理

### 学习目的和要求

通过本章的学习,考生首先应该了解企业运作的基本概念,此外应掌握准时制造的概念,构成与实施;敏捷制造是网络经济中企业生产运作的特征模式之一,应掌握敏捷制造的基本概念,继而形成对敏捷制造的全面认识。

### 内 容

#### 第一节 运作管理概论

运作管理的基本问题,管理的基本过程与目标。运作管理在企业组织运行中的地位与作用。网络时代对企业运作管理提出的新要求。

网络经济的兴起无疑对作为经济微观主体的各企业产生了深远影响,对于那些希望在网络经济的大潮中继续稳步发展的企业提出了一系列新的要求,具体到对企业的运作管理主要有六个方面。这些要求迫使企业重新审视现有的运作管理的种种缺陷,希望能够找到一种有效的满足网络经济要求的运作管理形式。

#### 第二节 准时生产

准时生产基本原理,准时生产的实施。

#### 第三节 敏捷制造

敏捷制造的兴起过程,概念和它的体系结构。敏捷制造模式中的企业组织形式。敏捷制造的支撑技术。

### 考核知识点

#### 第一节 运作管理概论

企业运作及运作管理的概念、地位及作用,运作管理的发展历程。

#### 第二节 准时生产

准时生产的基本理念,主要实施策略。

### 第三节 敏捷制造

“敏捷制造”概念的形成过程;敏捷性和敏捷制造的概念;敏捷制造的范畴。虚拟企业的概念与特征;虚拟企业的主要形式和各自的概念。构建敏捷制造的主要支撑技术。

#### 考核要求

##### 第一节 运作管理概论

识记:运作的概念,运作管理的概念。运作管理的基本内容。企业运作管理的任务及目标。

领会:企业运作管理的意义与作用。网络时代对企业运作管理提出的新要求。

##### 第二节 准时生产

识记:准时生产的概念。可以被消除的浪费的种类。

领会:实施准时生产模式的要点。准时生产与制造资源计划的比较。

##### 第三节 敏捷制造

识记:敏捷性,敏捷制造,敏捷制造的范畴、体系层次。虚拟企业的概念及特征。建设敏捷制造信息支撑体系需要考虑的几点因素。

领会:敏捷制造的形成过程。虚拟企业兴起的原因。虚拟企业的主要形式。敏捷制造模式的主要支撑技术。

应用要求:了解几位制造业企业管理者对准时生产、敏捷制造的认识。

## 第七章 企业财务管理

### 学习目的和要求

通过本章的学习,考生首先应该了解企业财务管理的概念、目标、原则和方法,掌握企业财务管理的内容,掌握网络时代企业财务管理的变革,掌握网络时代企业财务管理环境发生的重大变化和为适应这一变化企业应当树立的财务管理观念。考生还应掌握网络时代企业财务管理的目标和企业财务管理的内容,并应重点掌握网络时代企业财务管理的全面解决方案:网络财务。

### 内 容

#### 第一节 企业财务管理概述

企业财务管理的概念,财务管理的目标,财务管理的原则和企业财务管理的方法。

#### 第二节 企业财务管理的内容

公司财务管理的主要内容有融资管理、投资管理、成本管理和利润管理等几个方面。

#### 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,网络时代企业财务管理的观念:泛财务资源观念、人本化理财观念、风险理财观念及信息理财观念。网络时代企业财务管理目标。企业财务管理内容的变革。

#### 第四节 全面解决方案:网络财务

网络财务的内涵,网络财务的特点,实施网络财务的重要意义以及企业实施网络财务要解决的问题。

### 考核知识点

#### 第一节 企业财务管理概述

企业财务管理概念、目标、原则、方法。

## 第二节 企业财务管理的内容

融资管理、投资管理、成本管理和利润分配管理。

## 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;网络时代财务管理的观念;网络时代企业财务管理的目标;网络时代企业财务管理内容的变革。网络时代企业财务管理活动在投资管理、预算管理、风险管理和利润管理等方面的变化。

## 第四节 全面解决方案:网络财务

网络财务的内涵;网络财务的特点;实施网络财务的重要意义;企业实施网络财务要解决的问题。

### 考核要求

#### 第一节 企业财务管理概述

识记:财务管理的概念;财务管理的目标;财务管理的原则;财务管理的方法。

领会:财务预测方法,定性预测法及定量预测法;财务决策的步骤;确定财务计划指标的方法;常见的财务分析方法。

#### 第二节 企业财务管理的内容

识记:融资管理的概念;融资的主要渠道;融资应考虑的因素;投资的概念及其分类;投资决策的静态分析法和动态分析法;成本预测与控制的观念。

领会:投资管理的原则;投资决策程序;成本预测的程序;成本控制的内容;利润管理的内容。

#### 第三节 网络时代财务管理的变革

识记:网络时代企业财务管理的四个观念;利益相关者的概念;企业的社会责任。

领会:网络时代企业财务管理环境的变化。网络时代企业财务管理内容的变革。

#### 第四节 全面解决方案:网络财务

识记:网络财务的内涵;网络财务的特点。

领会:实施网络财务的重要意义;企业实施网络财务要解决的问题。

应用:与企业进行实地接触,了解网络财务的实施情况。



## 第八章 人力资源管理

### 学习目的和要求

通过本章学习,考生要掌握人力资源及其特点,人力资源管理基本概念及内容,人力资源管理与传统劳动人事管理的区别;人力资源规划和工作分析的含义及制定流程;企业员工招聘与选用程序;人力资源培训的原则、分类和流程;绩效管理的概念及特点,企业员工绩效考评的程序;薪酬管理的内容,影响薪酬的因素,薪酬设计的基本流程;网上招聘的内容及作用,网上招聘应注意的问题;网上培训的意义、原则,企业实施网上培训应该注意的事项;网络时代的员工沟通;网络化考核的意义与作用;虚拟团队的概念与特征,虚拟团队人力资源管理的主要措施。

### 内 容

#### 第一节 人力资源管理概述

人力资源概念及其特点,人力资源管理基本概念及内容。人力资源管理一般包括人力资源规划、工作(岗位)分析与设计、人员选聘与录用、员工培训与开发、绩效管理、薪酬管理、安全与健康、员工关系管理八个部分的内容。人力资源管理的基本原则:综合效率原则,使用和开发相结合原则,公平竞争原则,激励原则。人力资源管理的历史演变过程及传统人事管理与现代人力资源管理的区别。

#### 第二节 人力资源规划与工作分析

人力资源规划的概念及内容。人力资源规划的制定程序:核查现有人力资源状况,人力资源需求预测,人力资源供给预测,制定人力资源规划,人力资源规划实施,人力资源评估反馈。工作分析概念及作用;工作分析的流程,包括准备阶段、调查阶段、分析阶段和完成阶段。

#### 第三节 人员选聘与培训

员工的招聘与选用是一个复杂、完整而又连续的程序化操作过程,主要包括人员招募、人员选拔、人员录用及新员工培训、招聘评估四个过程。员工培训的原则、分类及培训的工作流程。

#### 第四节 绩效管理与薪酬管理

在这一节有两个大问题,首先是绩效管理。绩效管理的概念及特点,企业绩效考核程

序包括制定计划、技术准备、收集资料信息、分析评价、绩效反馈、结果运用等六个环节。其次是薪酬管理。薪酬的内容,明确基本薪酬、绩效薪酬、奖金、津贴、福利等基本概念。影响薪酬的因素,包括外部和内部两个方面。薪酬设计的基本流程。

## 第五节 网络时代人力资源管理模式

第一,网上招聘的内容及作用;企业选择网上招聘方式应注意的问题。第二,网上培训的意义;网上培训的原则:即4I:趣味性(Interesting)、个性化(Individualized)、互动性(Interactive)、主创性(Initiative);企业实施网上培训应该注意的事项。第三,员工网上沟通的基本内容。第四,利用网络进行绩效考核的优点。第五,虚拟团队的含义及特征;虚拟团队与实体团队的区别;虚拟团队人力资源管理的主要措施。

### 考核知识点

#### 第一节 人力资源管理概述

人力资源及其特点,人力资源管理基本概念及内容,人力资源管理的基本原则,人力资源管理观念的历史演变过程,传统人事管理与现代人力资源管理的区别。

#### 第二节 人力资源规划与工作分析

人力资源规划的概念及内容,人力资源规划的制定程序。工作分析的概念,工作分析的作用,工作分析的流程。

#### 第三节 人员选聘与培训

企业员工招聘与选用程序,招聘评估的作用,员工培训的原则、分类及培训的工作流程。

#### 第四节 绩效管理与薪酬管理

绩效管理的概念及特点,企业员工绩效考评的程序。薪酬管理的主要内容,影响薪酬的因素,薪酬设计的基本流程。

## 第五节 网络时代人力资源管理模式

网上招聘的内容及作用,网上招聘应注意的问题。网上培训的意义,网上培训的原则,企业实施网上培训应该注意的事项。网络化考核的优点。虚拟团队的概念与特征,虚拟团队人力资源管理的主要措施。

## 考核要求

### 第一节 人力资源管理概述

识记:资源的概念,人力资源的概念,人力资源管理的概念,人力资源管理的内容。

领会:人力资源的特点,人力资源管理的基本原则,人力资源管理观念的历史演变,传统人事管理与现代人力资源管理的区别。

### 第二节 人力资源规划与工作分析

识记:人力资源规划的概念及内容,工作分析的概念。

领会:人力资源规划的程序,工作分析的作用及流程。

### 第三节 人员选聘与培训

识记:员工培训的原则,员工培训的分类。

领会:企业员工招聘与选用程序,招聘评估的作用,员工培训的工作流程。

### 第四节 绩效管理与薪酬管理

识记:绩效管理的概念及特点,薪酬管理的主要内容。

领会:企业员工绩效考评的程序。影响薪酬的因素,薪酬设计的基本流程。

### 第五节 网络时代人力资源管理模式

识记:网上招聘的内容,网上培训的意义,网上培训的原则,虚拟团队的概念与特征。

领会:网上招聘的作用,网上招聘应注意的问题。企业实施网上培训应该注意的事项。网络化考核的优点。虚拟团队人力资源管理的主要措施。

应用:假如你作为一名人力资源主管,如何利用网络进行人力资源管理?

## 第九章 企业知识管理

### 学习目的和要求

通过本章的学习,考生首先应该了解在网络时代企业知识管理已经成为企业管理者最为关注的问题。考生要掌握知识的概念、特点和分类,企业知识管理的概念和特点,以及知识管理的内容、原则及意义。通过对两种知识管理策略的学习,掌握怎样来选择知识管理的策略。最后,考生还要掌握知识管理的实施要点。

### 内 容

#### 第一节 知识管理的概念

在知识经济时代,知识是企业最重要的战略性资源。知识的概念、知识的特点及它的几种分类。企业知识管理的概念和基本特点。

#### 第二节 知识管理的内容、原则及意义

知识管理的核心内容:知识的采集和加工,知识的存储与积累,知识的传播与共享以及知识的应用与创新;实施企业知识管理的原则;知识管理的现实意义。

#### 第三节 知识管理策略

知识管理是企业策略的重要组成部分,知识管理也有自身的策略目标。企业知识管理的两种策略:编码策略(显性策略)和个人化策略(隐性策略),及各自的特点。根据企业总体战略目标及自身特点进行知识管理策略的选择。

#### 第四节 知识管理的实施

为了更好地进行企业知识管理的实施,企业的管理者要做好的几个方面的工作,即企业知识管理的实施要点。

### 考核知识点

#### 第一节 知识管理的概念

知识的概念、知识的特点和分类;企业知识管理的概念和基本特点。

## 第二节 知识管理的内容、原则及意义

知识管理的核心内容,实施企业知识管理的原则和意义。

## 第三节 知识管理策略

知识管理的策略及其特点,知识管理策略的选择。

## 第四节 知识管理的实施

企业知识管理的实施要点。

### 考核要求

#### 第一节 知识管理的概念

识记:知识的概念、知识的特点和分类;企业知识管理的概念。

领会:知识管理的基本特点。

#### 第二节 知识管理的内容、原则及意义

识记:知识管理的核心内容,实施企业知识管理要把握的原则。

领会:知识管理的现实意义。

#### 第三节 知识管理策略

识记:企业知识管理的编码策略(显性策略)和个人化策略(隐性策略)的概念。

领会:企业知识管理编码策略和个人化策略各自的特点,以及企业如何根据自身的情况来选择知识管理策略。

#### 第四节 知识管理的实施

识记:知识主管;知识管理激励机制的组成;知识链的概念。

领会:知识管理实施应做的几个方面的工作。知识主管的主要任务和具体职责;知识管理信息系统组成的三个层次。企业内部知识网络和外部知识网络。内部学习的主导方式;外部学习的主要方式。知识流程重组的目的。如何建设有利于知识管理的企业文化。

## 第十章 供应链管理

### 学习目的和学习要求

通过本章的学习,要掌握供应链管理的概念、供应链管理与传统管理模式的区别以及供应链管理的意义。了解企业在供应链管理环境下生产计划与控制、物流管理、库存控制、采购管理等主要内容;了解供应链管理的支持体系的相关内容。

### 内 容

#### 第一节 供应链管理概述

供应链的定义、供应链的结构模型。供应链管理的概念、供应链管理与传统管理模式的区别,供应链管理的意义。

#### 第二节 供应链管理环境下的生产管理

供应链管理环境下的生产计划的概念以及生产计划的制定;供应链管理环境下的生产控制的主要内容。

#### 第三节 供应链管理环境下的物流管理

供应链管理环境下物流管理的含义、特点以及物流管理的策略。

#### 第四节 供应链管理环境下的库存管理

供应链管理环境下的库存管理的概念、要求及方法。

#### 第五节 供应链管理环境下的采购管理

供应链管理环境下采购管理的概念、准时采购策略及供应商管理。

### 考核知识点

#### 第一节 供应链管理概述

供应链的概念,供应链的网链结构模型。节点企业。供应链管理的概念及其含义;7R原则。供应链管理与传统管理模式的区别,供应链管理的意义。

## 第二节 供应链管理环境下的生产管理

生产计划,柔性,生产进度,生产能力。供应链管理环境下的生产计划的概念以及生产计划的制定;供应链管理环境下的生产控制的主要内容。

## 第三节 供应链管理环境下的物流管理

供应链管理环境下物流管理的含义、特点以及物流管理的策略。

## 第四节 供应链管理环境下的库存管理

供应链管理环境下的库存管理的概念、要求及方法。

## 第五节 供应链管理环境下的采购管理

供应链管理环境下采购管理的概念、准时采购策略及供应商管理

### 考核要求

#### 第一节 供应链管理概述

识记:供应链的定义、供应链管理模式与传统管理模式的区别,供应链管理的“7R”原则。

领会:供应链管理的含义,供应链管理的意义。

#### 第二节 供应链管理环境下的生产管理

识记:企业生产计划,柔性约束,生产进度,生产能力。供应链管理环境下企业生产计划的特点。业务外包的概念。物流管理的概念,物流管理与供应链管理的区别。供应链管理环境下物流管理的特点。第三方物流,延迟化策略。

领会:能力平衡的作用。供应链管理环境下的生产控制内容。

#### 第三节 供应链管理环境下的物流管理

识记:物流管理与供应链管理的区别,供应链管理环境下物流管理的特点。第三方物流,延迟化策略。

领会:供应链管理环境下物流管理策略。

#### 第四节 供应链管理环境下的库存管理

识记:库存的含义,存储成本和订货成本。在供应链管理环境下对库存管理的要求。供应商管理用户库存的概念。联合库存管理的定义。

领会:供应商管理用户库存的实施步骤。联合库存管理的优点,联合库存管理的实施步骤。

#### 第五节 供应链管理环境下的采购管理

识记:采购及采购管理。在供应链管理环境下采购管理的特点。准时采购的基本思想。订单驱动方式。供应商管理的概念,供应商管理的关系模式。

领会:如何实施准时采购。

#### 应用要求

深入企业,比较传统管理模式与供应链管理模式的区别,以及它们的实施效果。详细了解企业根据供应链的特点,在生产计划与控制、物流管理、库存控制、采购管理等方面的实施情况。分析企业在供应链管理环境下企业的信息技术系统建设和企业组织与业务流程的构建。



# 第十一章 企业化管理

## 学习目的和要求

通过本章的学习,考生首先应该掌握企业文化的概念,企业文化的构成和层次,以及企业文化的特点。在此基础上,了解企业文化的产生、企业文化的作用。其次,考生要了解在网络时代企业文化的发展趋势。最后,考生还要掌握企业化管理的概念及影响因素,对企业化管理的内容进行深入分析。

## 内 容

### 第一节 企业文化概述

企业文化的概念、企业文化的构成;企业文化的层次及其关系;企业文化的特点;企业文化理论的产生;企业文化的作用。

### 第二节 企业化管理

企业化管理的概念及其影响因素。企业化管理的内容包括:分析内外因素,提炼核心价值观;制订企业文化战略;制订企业化管理制度;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。

### 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主要体现在几个方面: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。

## 考核知识点

### 第一节 企业文化概述

企业文化的概念,企业文化的构成和它的三个层次,企业文化的特点,企业文化的产生和企业文化的作用。

### 第二节 企业化管理

企业化管理的概念,企业化管理的影响因素和企业化管理的内容。

### 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: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。

#### 考核要求

#### 第一节 企业文化概述

识记:企业文化的概念,企业文化的构成,企业文化的层次及其关系,企业文化的特点。

领会:企业文化的产生背景。

#### 第二节 企业化管理

识记:企业化管理的概念和影响因素。企业文化战略。企业文化的管理制度包含的内容。

领会:企业选择核心价值观应考虑的因素。企业化管理具体所包括的几方面内容。

### 第三节 网络时代企业文化的发展

识记:人本文化的3P表述。

领会:网络时代企业文化的发展,即倡导人本文化,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。

## 第三部分 有关说明与实施要求

### 一、课程分量

电子商务专业设 15 门课程,共计 70 学分,本课程为 6 学分。

### 二、自考教材

指定教材:《网络经济与企业管理》,全国高等教育自学考试指导委员会组编,李凤云主编,辽宁教育出版社 2007 年版。

### 三、自学方法指导

试题取自各章的任何部分的内容,重要的是考生要尽可能获得联系实际的经验,这将有助于通过考试,并使考生通过本课程的学习有更多的收获。更为关键的是使考生接触企业的各种实例和案例。在考试中,要求考生运用本课程各专题的知识和技能及所获得的宝贵经验进行案例分析。考生应当:

1. 利用课程推荐的教材;
2. 切实掌握在“考核要求”中所列的要求识记和领会的所有内容;
3. 获得尽可能多的与内容有关的实践经验。
4. 运用自己的实践经验和所学知识,分析各种不熟悉的案例。
5. 练习回答习题和其他测试题。

### 四、对社会助学的建议

本课程计划需要 108 课时,持续 18 周,预计考生每周上 6 学时,考生每周还需 8 小时用于自学、作业和参加考试。

尽可能给予考生获得实际经验的机会,并为他们提供各种类型的案例,以使他们在各种情况下运用所学知识和获得经验。

应用解决问题的方法并能举一反三。实例可取自工业企业。

### 五、关于命题考试的要求

1. 考试方式:闭卷,笔试。
2. 考卷分数:满分 100 分(60 分为及格线)。
3. 考试时间:150 分钟。

4. 试卷比例分配:识记部分约占 40%,领会部分约占 40%,应用部分约占 20%。易中难比例为 3:4:3。试题覆盖考试大纲中所涉及到的内容。

## 题型及举例

### 一、单项选择

1. 企业再造的核心是( )。
  - A. 重新构建业务流程
  - B. 重新设置职能部门
  - C. 重新构建企业文化
  - D. 重新定位业务方向
2. 企业知识管理的最终目的是( )。
  - A. 积累
  - B. 共享
  - C. 交流
  - D. 创新

### 二、多项选择题

1. 与传统的媒体招聘形式相比,网上招聘有以下优点( )。
  - A. 网上招聘,费用低
  - B. 网上招聘具有互动性
  - C. 网上招聘效率较高且人才素质较高
  - D. 网上招聘不受地域及语言环境的制约
  - E. 任何企业都可以依靠自己的网站在网上来完成招聘工作
2. 一个客户的价值由三部分组成( )。
  - A. 终生价值
  - B. 历史价值
  - C. 当前价值
  - D. 关系价值
  - E. 潜在价值

### 三、简答题

1. 简述企业文化的三个层次。
2. 什么是知识管理的编码策略?它有什么特点?
3. 简述准时采购策略。

### 四、论述题

1. 网络时代企业面临的挑战。
2. 试述供应链管理环境下物流管理的特点。

### 五、案例分析

#### 海尔的 CRM 系统

海尔通过企业流程再造拆除了企业内部各部门之间的“墙”,在此基础上实施的 CRM

系统则要拆除企业与客户之间的“墙”,通俗地说就是把“前台一张网”和“后台一条链”连接在一起,前台的“海尔客户关系管理网站”(CRM 网站)和后台的流程再造系统协同作战:前台作为与客户快速沟通的桥梁,将客户的需求快速收集、反馈,后台将客户需求快速触发到供应链系统、物流配送系统、财务结算系统、客户服务系统,从而响应和满足客户的需求,具体来说,海尔的 CRM 管理系统可以提供这样一些服务:面向外部客户的网上财务对账、费用查询等在线账务服务,面向外部客户的管理咨询、客户投诉及面向内部业务人员的库存查询日期查询、客户进销存查询、商业智能分析等在线系统服务,以及企业文化、产品推介、促销活动等网上信息服务。这一系统的建立已为海尔赢得许多有价值的定单。

请回答如下问题:

1. 什么是 CRM?
2. 海尔公司为什么要实施 CRM?
3. 列举海尔 CRM 系统可能采用的技术。

## 后 记

2006年8月,由教育部全国高等教育自学考试办公室召开了全国高等教育自学考试课程大纲、教材的编前会,会上确定了《网络经济与企业管理》课程大纲编写的指导思想、基本原则和要求。

本大纲由中国人民大学李风云副教授、东南大学李东教授、中国人民大学岳俊芳副教授和中国林业大学潘焕学副教授编写。大纲写成后,由中国人民大学杨域江教授、北京理工大学李健教授和首都经贸大学宋克勤教授审稿。在此一并表示感谢。

全国高等教育自学考试指导委员会  
经济管理类专业委员会  
2007年10月