

**硕士研究生招生考试**

**《管理理论与实践》科目大纲**

(科目代码：743)

学院名称(盖章)： 商学院

学院负责人(签字)：

编 制 时 间： 2022年6月20日

**《管理学综合》科目大纲**

(科目代码：768)

**第一部分《人力资源管理》**

**1. 人力资源管理导论**

1.1 什么是人力资源管理以及为什么人力资源管理很重要？

1.2 影响人力资源管理的若干发展趋势

**2. 管理者在战略性人力资源管理中的角色**

2.1战略管理过程

2.2 战略性人力资源管理

**3.** **职位分析**

3.1 职位分析基础知识

3.2 收集职位分析信息的方法

3.3 编写职位描述

3.4 任职资格说明书的编写

**4. 人员规划与招募**

4.1 招募和甄选程序

4.2 人员规划和预测

4.3 有效招募的需求

4.4 内部候选人

4.5 外部候选人来源

**5. 员工测试与甄选**

5.1 与测试有关的一些基本概念

5.2 各种类型的测试

5.3 工作样本与工作模拟

5.4 背景调查和其他甄选方法

**6. 面试**

6.1 面试的基本类型

6.2 哪些错误会影响面试作用的发挥？

6.3 如何设计和实施有效的面试

**7. 员工培训与开发**

7.1 新员工入职引导和员工培训导向

7.2 分析培训需求并设计培训项目

7.3 实施培训方案

7.4 培训效果评估

**8.** **绩效管理与绩效评价**

8.1 绩效管理和绩效评价的基本概念

8.2 绩效评价技术

8.3 各种绩效评价问题的处理

8.4绩效评价面谈

8.5 绩效管理

**9. 制定战略性薪酬计划**

9.1 决定薪酬水平的基本要素

9.2 确定薪酬水平

9.3 管理类职位和专业类职位的定价

9.4 胜任素质薪酬

**参考书目**

1. 加里•德斯勒.《人力资源管理（第14版）》, 中国人民大学出版社，2017.

**第二部分《战略管理》科目大纲**

**1. 战略管理导论**

1.1战略的内涵与特征

1.2战略管理的内涵、过程、任务及层次

1.3战略管理主要流派

**2. 企业使命、愿景与社会责任**

2.1企业使命

2.2企业愿景

2.3企业社会责任

**3. 外部环境分析**

3.1宏观环境

3.2行业环境

3.3市场环境

3.4外部环境分析方法

**4. 内部环境分析**

4.1企业资源基础观

4.2企业核心竞争力

4.3价值链分析

4.4内部环境分析方法

**5. 公司层战略**

5.1战略类型架构

5.2战略类型发展方向

5.3战略发展的力度

5.4战略发展的途径

**6.价值创造与构建持久竞争优势**

6.1竞争优势与价值创造

6.2基本竞争战略分析

6.3构建持久竞争优势

6.4动态环境下的竞争优势

**7.战略选择**

7.1影响战略选择的因素

7.2战略选择的分析框架

7.3战略选择的方法

7.4战略评价

**8.战略实施**

8.1战略实施概述

8.2组织结构

8.3战略领导者

8.4组织文化

**9.战略控制**

9.1战略控制概述

9.2建立战略控制

9.3战略实施的控制

9.4持续改进以建立顾客价值

**10.战略变革**

10.1战略变革的概述

10.2战略变革的动因与阻力

10.3战略变革的方式

10.4成功变革的主要因素

**参考书目：**

黄旭.战略管理思维与要径.机械工业出版社，2015.

约翰 A 皮尔斯二世，理查德 B 鲁滨逊. 战略管理——制定、实施和控制（第12版）.中国人民大学出版社，2015.

**第三部分《市场营销》科目大纲**

**1. 绪论**

1.1市场营销思想的起源

1.2市场营销学派的发展

1.3市场营销学核心概念

**2.市场营销环境及购买者行为分析**

2.1市场营销环境概述

2.2宏观营销环境分析

2.3微观营销环境分析

2.4消费者市场购买行为分析

2.5[组织市场购买行为分析](https://baike.baidu.com/item/%E7%BB%84%E7%BB%87%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%B4%AD%E4%B9%B0%E8%A1%8C%E4%B8%BA%E5%88%86%E6%9E%90%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)

**3.市场营销调研与预测**

3.1[市场营销信息系统](https://baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E4%BF%A1%E6%81%AF%E7%B3%BB%E7%BB%9F%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)

3.2[市场营销调研](https://baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E8%B0%83%E7%A0%94%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)

3.3市场营销预测

**4.战略营销**

4.1[市场细分战略](https://baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E7%BB%86%E5%88%86%E6%88%98%E7%95%A5%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)

4.2[目标市场战略](https://baike.baidu.com/item/%E7%9B%AE%E6%A0%87%E5%B8%82%E5%9C%BA%E6%88%98%E7%95%A5%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)

4.3市场定位战略

**5.竞争战略**

5.1竞争者分析的范畴

5.2竞争力量模型

5.3不同地位竞争者战略

**6.产品战略**

6.1[产品整体概念](https://baike.baidu.com/item/%E4%BA%A7%E5%93%81%E6%95%B4%E4%BD%93%E6%A6%82%E5%BF%B5%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)

6.2[产品生命周期](https://baike.baidu.com/item/%E4%BA%A7%E5%93%81%E7%94%9F%E5%91%BD%E5%91%A8%E6%9C%9F%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)

6.3[产品组合](https://baike.baidu.com/item/%E4%BA%A7%E5%93%81%E7%BB%84%E5%90%88%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)

6.4[新产品开发](https://baike.baidu.com/item/%E6%96%B0%E4%BA%A7%E5%93%81%E5%BC%80%E5%8F%91%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)

6.5[品牌策划](https://baike.baidu.com/item/%E5%93%81%E7%89%8C%E7%AD%96%E5%88%92%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)

6.6[包装策略](https://baike.baidu.com/item/%E5%8C%85%E8%A3%85%E7%AD%96%E7%95%A5%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)

**7.定价策略**

7.1 影响定价的主要因素

7.2定价的一般方法

7.3定价的基本策略

7.7[价格调整](https://baike.baidu.com/item/%E4%BB%B7%E6%A0%BC%E8%B0%83%E6%95%B4%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)及其反应

**8.国际市场营销**

8.1国际市场营销概述

8.2国际市场营销环境分析

8.3国际市场信息与商品供求行情分析

8.4[国际目标市场](https://baike.baidu.com/item/%E5%9B%BD%E9%99%85%E7%9B%AE%E6%A0%87%E5%B8%82%E5%9C%BA%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E5%8E%9F%E7%90%86%EF%BC%88%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E7%89%88%EF%BC%89/_blank)及其进入方式

8.5国际市场营销组合策略

**参考书目**

1. **刘建堤 梁东．市场营销原理（第二版）：清华大学出版社，2011-9**