

人力资源管理师 新 基础知识 提纲)

- 一、劳动经济学 ()
- 二、劳动法 ()
- 三、现代企业管理 ()
- 四、管理心理和组织行为 ()
- 五、人力资源开发和管理 ()

第一章、劳动经济学 ()

第一节、劳动经济学研究对象和研究方法

一、劳动资源稀缺性。 、相对稀缺性 、资源的绝对稀缺性 、消费劳动资源的支付能力和支付手段的稀缺性

劳动经济学是经济学的一个新分支，劳动经济学既宏观也微观，劳动力的调控，又涉及到很多企业部门的需求，一个特定的研究对象。大家注意，括号里的就是考题的类型。劳动资源的稀缺性，第一个是劳动力资源的相对稀缺，相对稀缺不是绝对稀缺，结构性的失调，市场劳动力很丰富，但是市场的要求不一样，要求招工有本岗位工作两年以上经验者，稀缺是相对的，另外一个地区的流动，不同的地区有不同的需求。第二个资源的绝对稀缺性，我们说从出生到死亡，我们按照劳动法规定的话， 周岁算童工，我们国家 岁退休，再加上一些残障，也就是说符合劳动力的保障不多。

我们的市场有一定的产业结构，为什么我们现在文科管理类的不好就业，我们国家现在所处的产业结构，技术人员，很多大专毕业生不够用，这里面有结构性的差。这个题就是一个多选题，劳动力资源的绝对性。

二、效用最大化。

、个人追求：效用最大化：在个人可支配资源约束条件下，使个人需要和愿望得到最大限度满足

、企业追求：利润最大化：如果企业总收入减去总费用的差额是正值，则越大越好；负值则越小越好

工资低的不愿意去，争取利益的最大化，这是可以理解的，但是你个人的能力能不能达到企业的要求，也就是说企业通过投资然后产出，取得收入。有的说是消耗或成本。这两个问题就造成了人的使用价值和企业里对人的评价，这就涉及到很多的等级了，技术熟练程度，文化水平管理能力，分档次的。总费用的差额应该是正值，差额越大越好。

三、劳动力市场

- 、生产要素市场：居民：生产要素供给者，企业：需求者
- 、商品市场：居民：商品和服务需求者，企业：供给者
- 、劳动力市场：居民户供给方（工资率）企业：需求方

生产要素就是说居民劳动力他是靠出卖自己的劳动和知识来获取报酬，是生产要素的工具，

那么企业要研发产品，需要专家，要搞了个财务需要会计，要管理机构需要办公的人员。各种各样的人员在企业的感召下，作为生产要素来讲，企业既需要生产的物资，还需要劳动力。商品市场，我们需要的是供给，居民反而成了需求者，我们要拿钱来换取商品。等价交换。这样的话形成了一种市场的交易活动。第三个就是劳动力，在这三个里面劳动力是最核心的，作为老百姓他又是劳动力的供给者，合格的高质量的劳动力提供了丰富的劳动力资源保护，这样的话，我们说如果在买方市场的情况下，那么劳动力本身就是充足的。这样的话，就更多的招聘，生产更多的产品来供给劳动力市场。不同能力的，提的工资的要求，都有不同的体现。我们现在的生产的结构赶不上我们人才培养的投资。所以显得结构性的问题，这是一个基本的问题。第四，劳动力经济学研究方法。这是另一个起点，研究方法又是一种，第一种时政研究，研究方法向人们提出，重点是研究是什么？这是经济规律内在的要求，书上有两个特点。

我们来看他的主要步骤，有四个，可以是理论题也可以是简单题，那么也就是说，我们要研究要素，生产力生产关系，生产方式，第二个，假设条件，在什么情况下，奴隶社会的什么关系，封建社会的什么关系，我们社会主义市场经济条件下的什么关系。准备承认中国的市场经济地位，给中国的市场经济地位加了一个词叫计划市场经济地位。理论的假说，就是设计的结论，不然的话，没有计划市场经济之说

四、劳动经济学研究方法

（一）实证研究方法（是什么？）认识客观事实结论可以检验

主要步骤：

）确定研究对象，分析构成要素 ）假定假设条件 ）提出理论假说。暂时性结论 ）不同条件和时间验证（均衡分析、非均衡分析、静动态分析）

（二）规范研究方法（应该是什么？）为政府制定经济政策服务

主要障碍：

）信息障碍。缺陷、偏误、不对称 ）体制障碍。惯例、政策、体制 ）市场缺陷。受观念等干扰无法交换

第二节 劳动力供给和需求

一、劳动力和劳动力供给

（一）概念

、劳动力：指一定年龄之内，具有劳动能力和就业要求，从事或能够从事某种职业劳动的全部人口（就业和失业者）

、劳动力参和率：劳动力在一定范围内人口的比率

、劳动力供给弹性：劳动力供给量变动对工资率反应程度

）供给无弹性（各自表示符号，含义） ）供给有无限弹性 ）单位供给弹性 ）供给富有弹性 ）供给缺乏弹性

（二）劳动力参和率生命周期

、 岁青年人口劳参率下降

、女性劳参率呈上升趋势

）教育水平提高 ）制度劳动时间缩短 ）人口出生率下降 ）科技进步对家务劳动效率的影响

、老年人口参劳率下降

、 男性成人参劳率保持高位

（三）经济周期和劳动参和假说

、附加性劳动力假说。总水平下降时，一级劳动力处于失业状态，二级劳动力寻找工作劳动参和率和失业率成正比

、悲观性劳动力假说。就业率下降，一级失业率上升并滞留在市场。二级也因悲观退出市场。参和率下降，和失业率成反比

二、劳动力需求

（一）概念：指企业在某一特定时期内，在某种工资率下愿意并能够雇用的劳动量。（ 页公式及五种情况）

、需求无弹性。工资率不论如何变化，劳动力需求量固定不变

、需求有无限弹性。工资率不变，或其变动百分比为零，而劳动力需求量变动百分比绝对值大于零（平行）

、单位需求弹性。工资率变动百分比和需求变动百分比绝对值相等

、需求富有弹性。劳动力需求曲线是一条向右下倾斜且较为平缓的曲线

、需求缺乏弹性。劳动力需求曲线是一条向右下倾斜且较为陡峭的曲线（会解释图 ）

三、企业短期劳动力需求的决定

（一）边际生产力递减规律：其他生产要素不变，最初劳动投入的增加会使产量增加；但当其增加超过一定限度时，增加的产量开始递减。

、边际产量递增阶段。不变的生产要素没有得到充分利用，劳动投入增加，可以使固定不变生产要素充分利用，边际产量增加

、边际产量递减阶段。不变的生产要素已接近充分利用，可辨的劳动要素对不变的生产要素的利用趋向于极限

、总产量绝对减少。固定不变生产要素已经充分利用，千里佣金，固定不变的生产要素已经容纳不了更多的可变要素。比例已完全恶化。再增加可变劳动要素，只会降低生产效率，使总产量下降（注意书中 页公式和三种情况）

（二）企业短期劳动力需求的决定（ ）

注意： 的关系的转换

四、劳动力市场的均衡

（一）劳动力市场。（狭义）指市场机制得以发挥作用，实现劳动力资源优化配置的机制和形式

1、主体：劳动者、使用劳动力的企业

2、客体：劳动者的劳动力（劳动者体力和智力总和）

（二）劳动力市场静态和动态平衡

1、马歇尔：局部均衡分析法：假定其他情况不变，分析单个市场均衡的实现和变动

2、瓦尔拉：一般均衡分析法：考查所有市场的均衡的建立和变动（供给、需求和价格）

（三）劳动力市场均衡的意义：1、劳动力资源最优配置 2、同质劳动力获得同等工资 3、充分就业

五、人口、资本存量和均衡工资率

（一）人口对劳动力供给的影响

1、人口规模 2、人口年龄结构 3、人口城乡分布

（二）资本存量对劳动力需求的影响

1、资本存量增加—改变劳动力和资源配置—劳动生产率提高—劳动边际产品增加，价格不变，—边际产品价值增加（VMP）。需求扩大劳动力供给不变，均衡工资率提高

2、产品价格不变—生产率下降边际成本降低—一行业产品供给增加导致价格下降—减少劳动力需求。价格上扬刺激生产率提高—劳动力增加

（三）人口、资本存量和劳动力市场均衡资本存量增长率会高于人口增长率—均衡工资率提高—扩大就业

第三节 完全市场竞争下的工资水平和工资结构

一、均衡价格论：是说明通过商品供给和商品需求的运动决定商品价格形成的理论（马歇尔：现代微观经济学）

1、工资：是劳动力作为生产要素的均衡价格。即劳动力需求价格和供给价格相一致的价格

二、工资形式

1、生产要素：土地、劳动、资本、企业家才能

（一）基本工资。1、工资率：单位时间的劳动价格

2、货币工资（工人单位时间的货币所得：货币工资率、工作时间、工资制度）和实际工资（经价格指数修整过的货币工资=货币工资 / 价格指数）

3、计时工资和计件工资

（二）福利：实物支付（工作餐）+延期支付（保险、退休）

延期支付特点：稳步外部条件（社会统筹）、形式灵活多样、增强凝聚力、实现养老资金积累

第四节 就业和失业

一、就业总量的决定

技能题（一）就业：指有劳动能力和就业要求的人，参与某种社会劳动，并通过劳动获取报酬

或经营收入的经济活动

（二）总供给=生产资料供给总和（劳动力+资本+土地+管理） =各类要素收入总和
=消费+储蓄

总需求=消费品需求+投资品需求

均衡国民收入=总供给=总需求=消费+储蓄=消费+投资

（三）就业总量决定： $Z = f(N)$

二：失业类型：摩擦性失业、技术性失业、结构性失业、季节性失业

主动失业和被动失业就叫摩擦性失业。特别是自主失业，主动辞职，实际上反映一种劳动力对市场就业性的适应性不够，我们了解一下，大学生就业辞职期是在三个月然后是半年，再然后是一年，三年之内摩擦性失业率是最高的。

三、需求性不足失业

（一）增长差距性失业。实际经济增长率长期低于可能达到的经济增长率，造成劳动力供给大于需求导致的失业

（二）周期性失业。指经济繁荣和萧条的周期循环所导致的失业

（三）缓解对策。

四、失业的度量和失业的影响

1、国家宏观调节，对国民经济运行政策干预，实现平衡

2、政府通过、宏观财政政策、货币政策和产业政策结合，推行积极的劳动力市场政策，缓解需求性不足失业，实现充分就业

3、平均失业持续期：指失业处于失业状态下的持续时间

五、政府行为和劳动力市场 **（一类题点）**

（一） **二类题点** 政府支出。政府购买（国防用品、公共管理服务、公共工程项目、政府雇员薪酬）和转移支付（保险福利、社会优抚、社会救济等）

（二）劳动力市场制度结构要素

1、最低劳动标准。1）最低工资标准（1）最低工资国家为保证维持劳动者再生产的最低需要，以一定立法程序规定的，用人单位对在正常时间内从事劳动的劳动者必须支付的最低限度的劳动报酬（2）最低工资标准：最低工资率值国家依法规定的单位劳动时间的最低工资数额

2）最长劳动时间标准

2、最低社会保障

3、工会

（三）就业和收入宏观调控

1、(一类题点)财政政策。1) 扩张性财政政策 2) 紧缩性财政政策

2、货币政策。1) 扩张性货币政策 2) 紧缩性货币政策

3、收入政策。

1) 作用 (1) 有利于宏观经济稳定 (2) 有利于资源合理配置 (3) 有利于缩小不合理收入差距

狭义的是货币工资，控制货币工资的变动，控制物价。那么广义的呢？包括社会总收入，在一定以工资劳动为分配关系，我们工业企业的工人进行退休金的提升，有利于经济的宏观的稳定。

2) 基尼系数。意大利基尼依据洛伦茨曲线创制的用来判断某种收入分配平等的一种尺度(还有库兹涅茨比率、人口众数组分布频率、帕累托定律等)

基尼系数接近 0，收入接近于绝对平等；接近 1 时绝对不平等；小于 0.2，收入差距非常小；大于 0.4 以上，差距非常大；通常基尼系数为 0.2 ~ 0.4 之间

3) 收入政策措施 (1) 控制收入和物价 (2) 收入平等化措施

第二章 劳动法 ()

第一节 劳动法体系

(一) 含义：

、劳动法是适用于雇佣、报酬、工作条件、工会及劳资关系的法律总称（简明不列颠百科全书）

、狭义：仅指劳动法律部门的核心法律《劳动法》这一规范性文件

、广义：指调整劳动关系以及和劳动关系密切联系的其他一些社会关系的法律规范的总和

、劳动法是指法律学科的分支：劳动法学

（本书指第二种含义）

二、劳动法基本原则

(一) 含义和特征

、劳动法基本原则：指调整劳动关系以及和劳动关系密切联系的其他一些社会关系时必须遵循的基本准则

、特点

) 是劳动法律部门中具有指导性、纲领性的法律规范

) 反映了所调整的劳动关系的特殊性、本质和特点

(二) 基本作用

) 指导劳动法制定、修改和废止，确保劳动法律制度的统一和协调

) 指导劳动法实施，正确适用法律，防止出现偏差

) 有助于劳动法的理解、届时，弥补了对方规范可能存在的缺陷

(三) 劳动法基本原则内容

、保证劳动者劳动权原则（宪法 、 条）

）劳动权：指法律保证的有劳动能力的公民能够参加社会劳动并因劳动产生和劳动有密切联系的各项权利。

）权利类型：劳动就业权、自由择业权、劳动报酬权、休息休假权、劳动保护权、职业培训权等

）保护类型：基本保护、全面保护、优先保护

基本保护：劳动者劳动权的最低限度保护（基本权益保护）

全面保护：权益和权能的保护。人身权益、财产权益、法定权益、约定权益

优先保护：优先保护劳动关系中事实上处于相对弱势地位的劳动者 。如安全生产原则

、劳动关系民主化原则（工会三方原则和劳动争议三方原则）

、物质帮助权原则（宪法 、 ）。社会保险、社会救助、医疗卫生

、社会保险的特征。社会性、互济性、补偿性

三、劳动法律渊源

（一）含义。指具有法的效力作用和意义的法或法律的外在表现形式

、劳动法产生决定性影响的所有因素 、仅只对法律适用者有约束力的规范 、指法的表现形式（我国仅指之 ）

（二）类别

、宪法 、劳动法律 、国务院劳动行政法规 、劳动规章 、地方性劳动法规 、我国立法机关批准的相关国际公约 、正式解释

补充类别： 、雇佣规则（内部劳动规则） 、劳动（雇佣）合同 、集体合同 、习惯法 、法官法或判例法

四、劳动法体系

、促进就业法律制度 、劳动合同和集体合同制度 、劳动标准制度 、职业培训制度 、社会保险和福利制度 、劳动争议处理制度 、工会和职工民主管理制度 、劳动法监督检查制度 （按其他分类标准划分的类别。如国有、集体、股份制、私营、外商投资等制度）

劳动者和用人单位之间的权利义务关系，是双刃剑，我们不能光强调权利而不谈义务，必须要通过自己的诚实的劳动获得一定的报酬。

第二节 劳动法律关系

一、劳动法律关系及其特征

（一）含义：指劳动法律规范在调整劳动关系过程中所形成的劳动者（雇员）和用人单位（雇主）之间权利义务关系 **单选题**

（二）种类：

、劳动合同关系（国有、集体、股份、私营、外商、机关）

、劳动行政法律关系（劳动行政主体机构、行政相对人（被管理和接受服务者—即劳动者

用人单位)

、劳动服务法律关系(劳动服务主体和劳动关系当事人一方或双方之间,依据劳动法律规范和有关法规形成的权利义务关系))服务对象:劳动关系当事人)服务内容按规定约定(如培训、工会等)

(三) 劳动法律关系特征

、劳动法律关系是劳动关系的现实形态

、劳动法律关系的内容是权利和义务

、劳动法律关系是双务关系

) 雇员和雇主既是权利主体, 又是义务主体, 互为对价关系

) 雇主的权利是雇员的义务, 雇员的权利是雇主的义务(劳动纪律、支付工资、安全生产、社会福利等) **多选题**

、劳动法律关系具有国家强制性

二、劳动法律关系构成要素

(一) 劳动法律关系主体: 按照劳动法律规定享有权利、承担义务和劳动法律关系的参和者(企业、个体、国家机关、事业组织、社会团体) 和和之建立劳动关系的劳动者, 即雇主和雇员(工会是团体劳动法律关系的形式主体)

、自然人: 完全劳动行为能力人(健康、完全行为自由、 周岁男性)、限制劳动行为能力人(未成年、女性、残疾和特定疾病等)、无劳动行为能力人()

(二) 劳动法律关系内容: 指劳动法律关系主体依法享有的权利() 和承担义务()

(三) 劳动法律关系客体。指主体权利义务所指向的事物, 即劳动法律关系。包括体现一定行政管理和物质利益性质的事物(劳动、工资、保险福利、工作时间、安全卫生等)

三、劳动法律事实

(一) 劳动法律行为(合法、违约、行政、仲裁和司法行为) 构成要件(行为人意思表示、意思表示完整、意思表示形式)

(二) 劳动法律事件: 不以当事人主观意志转移, 能引起一定法律后果的客观现象(企业破产、劳动者伤残、死亡、战争等)

第三章 现代企业管理()

第一节 企业战略管理

一、企业战略环境分析

(一) 企业战略: 企业为了适应未来环境变化, 寻求长期生存和稳定发展而制定的总体性和长远性的规划和方略

特征

、**(第三自然段)**全局性 、系统性 、长远性 、风险性 、抗争性

(二) 企业环境结构和特点 **多选题 (第三自然段)**

、环境结构（外部）微观和宏观

）经营风险最小； ）具有较高的经营风险； ）具有较低经营风险； ）环境风险最大

、经营环境分析方法

）获取口头信息 ）获取书面信息 ）专题性调研

、经营环境微观分析

）现有竞争对手分析。**一类题点**数目、经营战略、产品差别化、固定成本、行业成长过剩（产品、价格、质量、服务）

）潜在对手分析。产品差异化、规模经济、绝对成本优势、进入分销渠道、资本需求、现代企业反映 **页**

）替代产品或服务威胁（获利）。

）顾客力量分析（消费群体、购买动机、消费承受力；批量购买、后向一体化趋势、选择厂家和成本不变）

）供应商力量分析（原材料、零部件、半成品、包装、劳动力成本及来源渠道、可用性等）

、经营环境的宏观分析

）政治法律环境：社会制度、政府政策、法律法制、国际战争和和平

）经济环境：经济体制、经济形势、经济结构、经济政策

）技术环境：新技术原理、技术发明、新管理思维

）社会文化环境：价值观念、理想、情感、生活态度、生活方式、习俗爱好、价值标准

二、企业分析**一类题点**

（一）**二类题点**企业资源分析**多选题**（有形资源 and 无形资源）

、物质资源状况（机器设备功能、先进程度、使用和维修状况）

、人力资源状况（结构、素质、关键性人才数量、态度和学习能力、教育培训投入）

、财务资源状况（资金来源渠道、筹集资金成本、风险和数量、企业信誉等级、资产负债水平）

、技术资源状况（技术专利、工艺水平、研发水平及投入）

、管理资源状况（组织管理水平、领导风格、企业文化）

、无形资产状况（商誉、品牌、知名度、顾客忠诚度）

（二）企业能力分析

、能力： 是指企业将其资源进行组合、归集、整合形成产品和服务，以满足顾客需要的一种技能。价值链

）基本活动：

（ ）生产加工：将投入转换为最终产品

（ ）成品储运：最终产品入库、接收订单、送货

（ ）市场营销：促进和引进购买者购买企业产品

- () 售后服务：和保持和提高产品价值有关的活动
- () 支持活动： 技术支持，人力资源管理，技术建设，合理的人才结构，切入点的合理开发
- () 采购管理：采购企业所需投入品的职能
- () 技术开发：改进产品和工艺的技术的活动
- () 人力资源管理：招聘、雇用、培训、提拔和退休等管理活动
- () 企业基础设施：组织结构、控制体系、文化活动等
- 、 企业能力分析方法
- () 纵向分析：年度间绩效比较
- () 横向分析：同产业内企业或竞争对手分析
- () 财务分析：财务报表和财务比率分析
- 、 企业能力评价标准
- () 效率分析：投入要素成本、生产率、工艺设计水平、产能力用程度
- () 效果分析：产品及服务程度、售后服务满足程度和产品增值及能否一贯坚持提供客户的需要

企业的内部优势直接导致了战略的构成。

(三) 企业外部和内部条件、

综合分析

、 分析法的内涵

研究企业的优势劣势和企业的环境，认清自己的位置，

- () ()：企业内部优势
- () ()：企业内部劣势
- () ()：外部环境机会
- () ()：外部环境威胁

、 分析程序

- () 分析外部因素，寻求机会和威胁关键因素
- () 根据企业内部资源和能力分析，确定不利和有利因素
- () 对决定企业的 、 、 、 的各种关键因素的加权评价
- () 在 分析图上定位确定企业战略能力

、 的四种可能选择的战略

- () 增长型战略 ()：第一象限。企业拥有强大的内部优势、众多环境机会。采取开发市场增加产量增长型战略
- () 扭转型战略 ()：第二象限。有外部机会缺少内部条件。可采取扭转型战略，改变内部不利条件
- () 防御型战略 ()：第三象限。外部威胁内部状况不佳。采取防守型战略，避开威胁、消

除劣势

）多种经营战略（ ）：拥有内部优势和外部风险。应利用自身优势开展多种经营，避免或减轻外部威胁打击，分散风险，寻找新的发展机会

（四）企业战略选择**重点**

、总体战略包括：

）进入战略：购并战略（购买或兼并）、内部创业战略（开发新产品、创造新市场）、合资战略（互补提升竞争力、分散风险）

）发展战略：单一产品或服务发展战略（提高市场占有率、销售额和利润）、横向发展战略（收购竞争对手产品和服务）、纵向发展战略（**前向一体化和后向一体化单选题**）多样化发展战略（相关多样化和不相关多样化）

）稳定战略：保持在战略起点水平和范围

）撤退战略：特许经营、分包、卖断、管理层和杠杆收购（保留母公司股权延期付款）、拆分为股 分拆（母公司和子公司的脱壳）、资产互换和战略贸易（所有权转让 ）

、一般竞争战略**多选题**

）低成本战略：降低成本途经（规模经济、专利技术、改善原材料等 **（重点战略）**

原则：（ ）领先原则；（ ）全过程低成本；（ ）总成本最低；（ ）持久原则

）差异化战略（ ）途径：特质原材料或其他投入要素、技术开发、严格生产作业、特别营销、扩大经营范围

（ ）原则：效益原则、适当原则、有效原则

）重点战略：（利润战略） **（掌握可是多选或技能掌握题）**

（ ）着眼于目标市场取得成本优势，获取利润

（ ）着眼于目标市场取得差别优势，获取利润

、新兴行业战略**重点**

）行业特点

（ ）技术不确定。产品构造、生产技术研发、完善和稳定

（ ）生产成本低。随工艺改造和生产率提高，成本急剧下降

（ ）风险大。新技术、生产和市场需求不确定的经营风险增加

）战略制定

（ ）选择进入时机（关键在于权衡最有利时机）

、行业进入风险 、行业进入障碍和收益

（ ）选择竞争方式

、限制进入方式（阻止潜在新兴对手的进入） 、鼓励进入方式（经营许可并迅速成为一个行业） 、放任方式 （只注重自身实力提高，不考虑竞争对手进入）

、成熟行业的战略

10000000

简答题或多选题

() 销售增长缓慢; () 成本和服务成为竞争中心内容; () 行业利润水平下降; () 行业生产能力增长缓慢

20000000

一般作为简答题

() 明确竞争战略 () 合理组合产品 () 合理定价 () 工艺创新 () 扩大用户产品范围 () 购买廉价资产 () 选择合适买主 () 工艺流程选择 () 参和国际竞争、衰退行业战略

10000000000

简答题

- () 需求状况递减, 生产者考虑退出
- () 退出障碍: 信息、管理、政府和社会障碍
- () 竞争格局变化, 优胜劣汰
-) 退出战略:
- () 领导地位战略。成为唯一或少数几家企业
- () 合适定位战略。特定市场的稳定需求可延缓行业衰败并获得利润
- () 迅速退出战略。在衰退初期就卖掉企业以获取最大效益

三、二类题点企业经营战略实施和控制

(一) 企业经营战略实施。(战略管理的主体)

- 、组织: 建立和实施经营战略相适应的企业组织
- 、规划: 合理配置资源制定预算和规划
- 、计划: 调动群体积极性, 实现战略规划
- 、系统: 建立行政支持系统, 实现有效的战略控制

(二) 企业经营战略控制

、特点:) 战略控制系统是开发系统) 战略控制标准是企业总体目标

、标准:) 成效标准) 废弃标准

、战略控制基本要素多选题

) 战略评价标准。预定的战略目标或标准、依据。

() 定量: 资金利用率、劳动生产率、市场占有率、利润总额、销售利润率、投资收益率、股票平均收益

() 定性: 战略和环境一致性、风险性, 战略和资源配套性、战略执行时间性、战略和企业组织协调性

) 实际成效。管理信息系统、方法控制

) 绩效评价。

() 越过目标, 出现正偏差 () 正好相等, 没有偏差 () 实际成效低于目标, 出现负偏差。需要调整

、战略控制方法：事前控制、事中控制、事后控制 **多选题**

第二节 企业计划和决策 **一类题点**

一、科学决策的要求和方法 **二类题点**

（一）决策科学化的要求

、合理决策标准。了解全部决策、无限的预测能力、一切优先、不受时间限制、约束条件不变。“足够满意化”替代“最优化”

、有效信息系统。收集、加工、传递要及时、准确、适用、经济

、系统决策观念。外部社会系统优化、内部企业经济系统优化

、科学决策程序。确定决策目标、探索可行方案、选优决策

、决策方法科学化的方面有：数学化、模型化、计算机化；专家创造力 **多选题**

（二）确定型决策方法

、量本利分析法：) 原理；) 边际收益分析；) 经营安全状况分析；) 销售利润决策和生产方法盈利性对比分析

、线性规划法 、微分法

（三）风险型决策法 **重点**

、风险性决策必备条件：

) 有明确决策目标。最大利润、最低成本、最短投资回收期) 两个以上供选方案) 存在不以人们意志为转移的损益值) 可测算不同自然状态下的损益值) 可测算不同自然状态下的客观概率

、类型： **多选题**

) 收益矩阵。设定收益值、按客观概率大小计算期望收益值并选择最佳方案

) 决策树 **常用**。决策点、方案枝、状态节点、概率枝

) 敏感性分析。灵敏度分析。方案受概率变动影响程度决定改变决策方案的敏感性。分敏感性和不敏感类型

（四）不确定型决策方法 **重点**

、 **重点** 悲观系数决策标准。华德决策法则。保守中“小中取大”或“不利中求有利”

、乐观系数决策标准。赫威斯准则。乐观系数 最大损益值 () 最小损益值 期望收益。大者为最佳。

、中庸决策标准。将最乐观、最保守、最可能三种方案和期望值比较选优。

各方案收益期望值 (最乐观值 最可能值 最保守值)

、 **重点** 最小后悔值决策标准。萨凡奇决策准则。以市场低需求高投入和高需求低投入形成的机会损失最小为目的 **单选**

、同等概率标准（机会均等）拉普拉斯决策标准。()

二、企业经营计划

(一) 企业计划职能的作用和特点

、决策目标具体化 、有利于提高企业工作效率 、为控制提供标准

(二) 制定企业计划原则

、可行性和创造性相结合 、短期计划和长期计划相结合 、稳定性和灵活性相结合

□□□□□□□□

简答题，多选题

、滚动计划法。连续灵活、有弹性的计划形式。要求越是近期计划越要具体，逐步较细到较粗，以便留有充分调整和修订的余地

、多选题

循环法。按照计划（ ）、执行（ ）、检查（ ）、处理（ ）四阶段顺序进行

、综合平衡法。基本方法是寻求下述关系的协调一致

）资源分配关系：人力物力财力分配和计划相平衡

）投入产出关系：生产和投入、消耗和成果、费用和效益

）整体和局部关系：整体发展和部门、各环节间平衡协调、供给和需求、收入和支出

(四) 企业经营计划目标管理

、二类题点含义：指围绕企业一定时期总目标，各部门管理人员和全体职工各自制定自己的分目标，经调整平衡，成为相互联系的系统目标的管理方法

20 二类题点

简答题

）是一种系统化的管理模式 ）要求有明确完整的目标体系 ）更富于参和性 ）强调自我控制 ）重视员工的培训和能力开发

、目标管理的实施 一般掌握

）经营目标体系的建立 ）经营目标的实施 ）经营目标的控制

第三节 市场营销（ ）核心

一、市场分析

(一) 市场营销概念：是关于构思、货物和服务的设计、定价、促销和分销的规划和实施过程。目的是实现个人和组织目标的交换

(二) 市场：为满足某种需要的购买力和购买欲望的个人提供交易的平台或场所

、按交易对象：商品市场、服务市场、技术市场、金融市场、劳动力市场、信息市场

、按照买方类型：消费者市场、组织市场

、按活动范围和区域：世界市场、全国性市场、地方市场

(三) 消费者市场分析 一类题点

、影响消费者购买行为的主要因素

）文化因素。观念、习惯、偏好

）社会因素。家庭、群体、社会角色、地位

）个人因素。年龄、职业、经济状况、生活方式、个性

）心理因素。购买动机、知觉、学习、信念、态度

、购买决策过程 **重点**

） **多选题** 参与角色：倡议者、影响者、决策者、购买者、使用者

） **重点** 消费者购买行为类型：习惯性购买行为、化解不协调购买行为、寻求多样化购买行为、复杂购买行为

）购买决策过程：引起需要、收集信息、评价方案、决定购买、买后行为

（四）组织市场分析

、组织市场构成：组织市场是由各组织机构形成的对企业产品或劳务需要的总和。

）产业市场。生产者市场或企业市场、购买、销售、出租、劳务给他人的个人或组织。是最具代表性、最多样化和最庞大的组织市场

）转卖者市场。通过购买商品和劳务并转售或出租给他人，以赚取利润的批发商和零售商

）政府市场。为执行政府主要职能而采购或租用商品的各级政府单位。税收、财政预算

、产业市场购买行为

）产业市场特点：

（ ）和消费市场比较，均为个人作出购买决策，但是

特点 、产业市场购买者多为单位，数量少，购买额大 、购买者集中在少数地区 、产业市场的派生性取决于消费市场 、产业市场需求缺乏弹性。短期内企业生产方式不会改变 、产品市场需求波动性较大，因消费者市场需求较小波动 、专业人员购买 、互惠 、直接购买

、产业购买者一般通过租赁方式取得产业用品，新技术设备

）产业购买决策参与者和

参与者和：（ ）使用者；（ ）影响者；（ ）采购者；（ ）决定者；（ ）信息控制者

）产业购买者购买类型：（ ）直接重购；（ ）修正重购；（ ）新购

） **重点，多选题** 影响产业购买者购买决定因素。（ ）环境因素；（ ）组织因素；（ ）人际因素；（ ）个人因素

）购买主要阶段。

、提出需求； 、确定需要； 、说明需要； 、物色供应商； 、征求意见； 、确定供应商；

、选择订货程序； 、检查合同履行情况

二、市场营销管理过程

（一）分析市场机会。

、发现市场机会。发现和识别未满足需求和新市场机会

、评价市场机会。选出最佳营销机会，发现威胁减少损失

（二）选择目标市场

、市场细分。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/965212233124011132>