

**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： 2023年6月20日

**《管理理论与实践》科目大纲**

(科目代码：743)

**第一部分《人力资源管理》**

**1. 人力资源与人力资源管理概述**

1.1人力资源概述

1.2人力资源管理概述

1.3　战略性人力资源管理

**2. 人力资源管理的理论基础**

1.1 人性假设理论

1.2 激励理论

1.3 人力资源管理的环境

**3. 人力资源管理的组织基础**

3.1　组织文化

3.2　组织结构

3.3　人力资源管理者和人力资源管理部门

**4. 职位分析与胜任素质模型**

4.1　职位分析概述

4.2　职位分析的具体实施

4.3　职位说明书的编写

4.4　胜任素质模型
**5. 员工招聘**

5.1　员工招聘概述

5.2　招募的渠道与方法

5.3　员工甄选

**6. 培训与开发**

6.1　培训与开发概述

6.2　培训与开发工作的具体实施

6.3　培训与开发的主要方法

**7. 绩效管理**

7.1　绩效管理概述

7.2　绩效计划

7.3　绩效监控

7.4 绩效考核

7.5　绩效反馈

**8. 薪酬管理**

8.1　薪酬管理概述

8.2　基本薪酬

8.3　可变薪酬

8.4 福　利

**参考书目**

1. [董克用](https://book.jd.com/writer/%E8%91%A3%E5%85%8B%E7%94%A8_1.html%22%20%5Ct%20%22_blank),[李超平](https://book.jd.com/writer/%E6%9D%8E%E8%B6%85%E5%B9%B3_1.html%22%20%5Ct%20%22_blank).人力资源管理概论(第5版), 中国人民大学出版社，2019.

**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（第4版）.机械工业出版社，2021.

魏江等. 战略管理（第2版）. 机械工业出版社，2021.

**第三部分《市场营销》科目大纲**

**1. 绪论**

1.1市场营销学派的发展

1.2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

**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竞争力量模型

5.2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)

**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

**8.国际市场营销**

8.1国际市场营销环境分析

8.2[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

8.3国际市场营销组合策略

**参考书目**

吴健安．市场营销学（第七版）.清华大学出版社，2022.