

北京邮电大学2006年博士研究生考试大纲315通信经济与管理理论 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/116/2021_2022__E5_8C_97_E4_BA_AC_E9_82_AE_E7_c79_116010.htm 北京邮电大学2006

年博士研究生考试大纲315通信经济与管理理论 315通信经济与管理理论 《通信经济学》大纲（占科目总成绩大约35%）

一、考试内容 1、通信产业的属性及经济特征 1) 通信业的范围 2) 通信业的产业属性 3) 通信产业经济特征分析 2、通信市场 1) 通信市场的结构 2) 通信市场的特点 3) 通信市场行为分析及发展趋势 3、通信成本 1) 通信成本中的业务成本、接入成本与网元成本 2) 通信企业的成本构成及特点分析 3) 通信企业的成本核算方法 4、通信资费 1) 通信资费体系 2) 通信资费的结构 3) 各种通信资费制定方法 5、通信业投资 1) 通信业投资的特点 2) 通信投资效益指标及计算 6、通信企业产出 1) 通信产品的计量 2) 通信业产出的指标 7、通信管理体制与通信业管制 1) 我国通信体制的沿革 2) 世界通信体制改革的趋势 3) 管制与竞争的关系 4) 电信管制的主要内容 5) 电信管制的演变趋势 二、试卷结构 1、题目类型：概念题、简答题、计算题、案例分析 三、参考书目 1、吴洪 黄秀清 《通信经济学》北京邮电大学出版社 2003年5月 《管理学》大纲（占科目总成绩大约30%） 一、考试内容 第一部分 管理环境 第一章 21世纪的管理 1.1 管理者做什么 1.2 管理者面临的挑战 1.3 今天就是未来 第二章 全球环境下的管理 2.1 在国外开展业务 2.2 国际环境下的管理者 2.3 全球环境下的管理工作 2.4 世界经理人 2.5 国际管理过程 第二部分 计划 第四章 决策制定 4.1 了解决策的制定 4.2 管理者如何制定决策 4.3

怎样制定好的决策 4 . 4 使用群体制定更好的决策 第六章 战略管理 6 . 1 战略管理过程 6 . 2 战略类型 6 . 3 选择正确的战略计划工具 6 . 4 实践中的战略计划 第三部分 组织 第七章 组织的基础工作 7 . 1 从计划到组织 7 . 2 组建部门 7 . 3 达成协作 7 . 4 组织分权 7 . 5 高耸型和扁平型组织及管理跨度 第八章 设计组织以应对变化 8 . 1 超越有机式组织 8 . 2 建立团队型组织 8 . 3 建立网络型组织 8 . 4 无边界组织 8 . 5 联盟型组织 第四部分 领导 第十章 领导者 10 . 1 领导者做什么 10 . 2 领导的基础和特质 10 . 3 怎样像领导者那样去做事 10 . 4 领导的情境理论 10 . 5 成为一个领导者 第十一章 当今的员工激励 11 . 1 需求型激励理论 11 . 2 过程型激励理论 11 . 3 学习 / 强化理论 11 . 5 结论：今天你如何激励员工 第十二章 当今的组织沟通 12 . 1 沟通模型 12 . 2 人际沟通 12 . 3 组织沟通 12 . 4 改善组织沟通 12 . 5 快速沟通 第五部分 控制 第十五章 控制与建立责任感 15 . 1 控制在管理过程中的作用 15 . 3 传统控制方法 15 . 4 人们对控制做出的反应 15 . 5 使用基于责任感的控制机制 模块A 运营控制方法和信息技术 A . 1 运营管理方法和技术 A . 2 库存控制方法 A . 3 质量和生产控制 A . 4 管理信息系统 二、 试卷结构 1、 题目类型：名词解释、概念题、简答题、案例分析 三、 参考书目 1、 [美] 加里.戴斯勒著，吕廷杰等译 《管理学精要》 中国人民大学出版社 2004 《信息规则》大纲（占科目总成绩大约35%） 一、 考试内容 第一章 信息经济 1 . 1 信息 1 . 2 技术 1 . 3 政策 1 . 4 我们的不同之处 第二章 信息定价 2 . 1 生产信息的成本 2 . 2 成本和竞争 2 . 3 差别定价 2 . 4 产品个人化 2 . 5 了解你的客户 2 . 6 产品定价 2 . 7 个人化定价 2 . 8 群体定价 2 . 9 小结 第三章 信息版本划

分 3.1 设计产品系列 3.2 调整价格和质量 3.3 如何躲避陷阱 3.4 在线和离线版本 3.5 多少版本 3.6 “金凤花式定价” 3.7 定制浏览器和内容 3.8 捆绑 3.9 促销定价 3.10 小结 第四章 版权管理 4.1 生产和分销成本 4.2 借助更低的分销成本 4.3 条件和条款的选择 4.4 小结 第五章 认识锁定 5.1 评估客户安装基础 5.2 锁定的分类 5.3 锁定周期 5.4 小结 第六章 管理锁定 6.1 买者的锁定策略 6.2 销售者的锁定策略 6.3 小结 第七章 网络和正反馈 7.1 正反馈 7.2 需求方规模经济 7.3 网络外部性 7.4 总转移成本 7.5 引发正反馈：性能与兼容性 7.6 渐进：提供一条转移的道路 7.7 革命：提供卓越的性能 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com