

07年咨询方法与实务考核重点预测 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/173/2021_2022_07_E5_B9_B4_E5_92_A8_E8_AF_c60_173173.htm 第一章 现代工程咨询方法 概论 大纲要求 1.了解现代工程咨询方法的种类、特点及方法体系； 2.熟悉现代工程咨询所需信息的采集途径； 3.掌握工程咨询所需信息和数据的辨别方法。 题型组合 本章是对《现代咨询方法与实务》一书的概括性说明，一般不容易出题，本书也没有对该章进行案例分析。考生只需掌握本书知识框架的内容即可应对考试。 知识框架 现代工程咨询方法的特点 表1—1 现代工程咨询方法的特点 特点 描述 说明 定性分析与定量分析结合 定性分析是运用逻辑分析、判断推理进行分析和综合，从而确定事物的本质 定量分析是依据统计数据，通过方程、数学图表和模型等方式来研究事物的本质 重视定量分析 静态分析与动态分析结合 静态分析是观测和评价事物某一时点状态的一种方法 动态分析是利用动态观念进行评价的一种方法 重视动态分析 统计分析与预测分析结合 统计分析是对分析对象过去和现在的信息进行统计、收集、整理和分析 预测分析是依据分析对象过去和现在的信息，采用一定的方法，对事物未来发展趋势进行分析、推测、判断的方法 重视预测分析 2.现代工程咨询方法体系 图1-1 常用现代工程咨询方法体系 3.现代工程咨询所需信息和数据的采集途径 图1-2现代工程咨询所需信息和数据的采集途径 4.现代工程咨询所需信息和数据的辨别方法 图1-3现代工程咨询所需信息和数据的辨别方法 第二章 战略分析方法 大纲要求 1.了解产品生命周期及PEST（政治、经济、社会、技术）分析方法； 2.熟悉竞争

能力分析和矩阵分析方法； 3.掌握SWOT（优势、劣势、机会、威胁）分析方法。 题型组合 1.根据企业内部及外部因素绘制SWOT分析图，并选择企业战略； 2.根据企业在行业内部的市场占有率确定企业市场竞争的格局，并对所选择的竞争格局进行描述； 3.根据因素分析判别其属于哪一种因素模型，进而制定发展战略； 4.根据产品生命周期曲线图分析产品生命周期中各阶段的市场特点和战略特点； 5.根据企业的业绩进行波士顿矩阵分析，进而确定未来的发展战略路线。

知识框架 1.企业战略类型 2.企业竞争战略的特征和基本要求

表2-1 三种基本战略的特征和基本要求

	特征	要求
成本领先战略	产品多样化较低	较高的特殊能力
差别化战略	重点集中战略	市场分割有限
重点集中战略	产品多样化较高	特殊的能力

产品多样化较低 较高的特殊能力 市场分割有限 市场分割点多 一个或少数几个市场 面向大众市场和普通顾客 市场分割所需特殊能力 制造能力和物料管理能力要高 研发能力要求高 在集中战略下的任何种类的特异功能 优势 对供应商有较强的讨价还价能力；同竞争对手相比，不易受较大的买者和卖者影响；可对潜在进入者形成成本障碍 品牌具有忠诚度，提高了买者对自己的依赖性。可以减少替代品的威胁 建立对顾客忠诚度，并能对顾客需求做出反映，能在其所集中的市场发挥自己的能力 劣势 技术进步使经验曲线优势丧失，并导致被竞争对手的模仿；容易忽视顾客的不同需求 进入成熟期后受到模仿的威胁 技术变革和顾客需求的变化带来威胁，导致失去顾客；成本相对要高 基本资源和能力要求 持续的资本投资和良好的融资能力；工艺加工技能高；生产管理严格；产品易于制造和大批量生产；低成本的分销系统 强大的营销能力；产品加工能力；创新能力；质量或技术领先的公

司信誉；悠久的产业传统或独特的技能组合；销售渠道高度配合；强调品牌、设计、服务和质量 针对具体战略目标，由上述各项组合构成基本组织要求 结果分明的组织和责任；以满足严格的定量目标为基础的激励；严格成本控制；经常、详细地控制报告研发、销售部门密切的配合；重视主观评价和激励；要求轻松愉快的工作氛围，以吸引高素质的创造性人才 针对具体战略目标，由上述各项组合构成 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