

国际商务专业知识考试指导（第四篇）商务师考试 PDF转换  
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/567/2021\\_2022\\_\\_E5\\_9B\\_BD\\_E9\\_99\\_85\\_E5\\_95\\_86\\_E5\\_c29\\_567713.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/567/2021_2022__E5_9B_BD_E9_99_85_E5_95_86_E5_c29_567713.htm)

第四篇 营销与企业管理

一、管理概述 (一)基本要求 1. 熟悉管理层次和管理技能的关系、管理者角色 2. 掌握管理的基本概念、管理者的基本职能 (二)考试内容 1. 企业管理的概念与职能 2. 管理角色与管理技能 (1)管理的角色 (2)管理技能和管理层次 二、计划 (一)基本要求 1. 熟悉企业决策过程、企业决策的基本方法、计划的类型及作用 2. 掌握战略管理概念的特点、战略管理的过程、企业战略的层次、企业战略的类型和应用 (二)考试内容 1. 计划概述 (1)计划与计划工作 (2)计划的类型 (3)计划的作用 2. 战略管理 (1)战略的定义及特点 (2)战略管理的过程 (3)企业战略的层次 (4)企业战略的类型 3. 决策 (1)决策的意义与特征 (2)决策的过程 (3)决策方法 三、组织 (一)基本要求 1. 熟悉决定组织结构的因素、人员选拔与聘用、绩效评估、员工培训 2. 掌握组织设计的基本原理、组织变革的动力与阻力、人力资源规划的基本过程、组织结构的基本类型 (二)考试内容 1. 组织设计与组织结构 (1)组织设计的基本原理 (2)组织结构形式 (3)决定组织结构的因素 2. 组织变革 (1)组织变革的动力与阻力 (2)组织变革的内容与过程 3. 人力资源管理 (1)人力资源规划 (2)人员选拔与聘用 (3)绩效评估与员工培训 四、领导 (一)基本要求 1. 熟悉激励的基本方法、激励方式、领导的概念和性质、领导艺术 2. 掌握有效领导及激励机制、需求层次理论、双因素理论、其他的激励理论 (二)考试内容 1. 领导的性质 (1)领导的概念 (2)领导者影响力的来源 (3)领导的作用 2. 领导艺

术 3. 激励及相关理论 (1)效领导及激励 (2)需求层次理论 (3)双因素理论 (4)其他激励理论 4. 激励方式 (1)激励的基本方法 (2)几种激励方式 五、控制 (一)基本要求 1. 熟悉各种控制技术、各类具体的控制方法和手段在不同组织和不同活动中的运用 2. 掌握控制的基本概念、控制的类型、控制的过程 (二)考试内容 1. 控制及其过程：控制概念、控制类型、控制过程 2. 控制技术：预算控制、盈亏临界点分析、库存控制、质量控制 六、财务管理 (一)基本要求 1. 熟悉财务管理职能、债务融资的特点、权益融资的特点、财务管理十个公理的基本含义、系统性风险和非系统性风险的概念、现代组合投资的基本思想、资本预算中的风险分析的基本方法 2. 掌握公司的目标、度量风险的一般方法：期望值、标准差和变异系数的概念、判断投资与否的决策标准 转 (二)考试内容 1. 财务管理概述 (1)财务职能 (2)公司目标 (3)财务管理的十个公理 2. 风险和收益分析 (1)风险和收益的度量 (2)组合投资分析 (3)资本资产定价模型 3. 融资决策 (1)债务融资 (2)权益融资 4. 资本预算 (1)资本成本 (2)资本预算的决策标准 七、市场营销的经营观念 (一)基本要求 1. 熟悉技术进步和关系营销的主要思想、全球营销策略、营销管理的任务与过程 2. 掌握需求、产品与市场的概念、顾客价值与满意程度的概念、营销观念的核心思想 (二)考试内容 1. 市场驱动的营销观念 (1)需求、产品与市场 (2)顾客价值与满意程度 (3)营销观念的核心思想 2. 营销管理的任务和最新的营销观念 (1)营销管理的任务与过程 (2)技术进步和关系营销 (3)全球性营销策略 八、营销调研与市场需求预测 (一)基本要求 1. 熟悉市场情报、观察法、市场需求的基本概念、预测未来市场需求的常用方法、收集和分析数据的方法、

调研报告的撰写、实验方法 2. 掌握调研目标的确定、调研方案制定的方法、企业内部记录、数据库营销、询问调查方法、测量当前市场需求的常用方法 (二) 考试内容 1. 营销调研过程 (1) 确定调研目标 (2) 确定调研方案 (3) 实施调研方案，收集、分析数据 (4) 撰写调研报告 2. 二手资料的来源 (1) 企业内部记录及数据库营销 (2) 市场情报 3. 实地调研方法：询问法、观察法、实验法 4. 市场需求预测 (1) 市场需求的基本概念 (2) 测量当前市场需求的常用方法 (3) 预测未来市场需求的常用方法

九、市场行为与营销战略 (一) 基本要求 1. 熟悉消费市场的特点、选择目标市场的策略、市场定位的概念、市场细分的前提和必要性、市场定位的步骤 2. 掌握影响市场行为的内在因素、影响市场行为的外部环境、消费者的购买决策过程、组织市场购买者的决策过程、市场细分的标准 (二) 考试内容 1. 市场的分类 (1) 消费者市场的特征 (2) 组织市场的特征 2. 影响市场行为的因素

"#F8F8F8" 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](http://www.100test.com)