

---

育明教育针对院校专业开设有专业课一对一、小班及状元集训营的课程，更多详情请咨询育明教育考研高级咨询师李老师：020-29122496

18127950401      QQ:3021818589

## 2015 年华南理工大学 120100 管理科学与工程考研大纲

### 869 管理学考试大纲

#### 1. 考试目的

《管理学》作为全日制管理类学术型硕士学位入学的专业考试课程，其目的是考查学生是否具备进行管理学领域深入学习和学术研究所要求的理论和实践水平。

#### 2. 考试性质和范围

本考试旨在考查应试者在管理学领域掌握理论知识的水平和应用能力。考试范围包括管理学基本概念、基础知识、基本技能、管理职能等方面的理论和综合运用技能。

#### 3. 考试基本要求

管理学考试在考查基本知识与基本理论的基础上，注重考查学生运用管理学理论与方法分析和解决实际问题的能力。考生应该能够：

初步掌握管理学基本知识，重点了解计划、组织、领导、控制等管理职能的理论和技能。

熟悉管理学基本职能范围内的相关知识，理解管理学基本假设，掌握管理学的相关概念和理论，正确评价组织管理中的计划、组织、领导、控制等方面的工作。

---

具备理论联系实际以及综合运用管理学知识解决实际管理问题的能力。

能够准确把握管理学发展趋势，了解情景嵌入式的管理学热点问题。

#### 4. 考试形式

本考试采取客观试题（简答题、名词解释题）和主观试题（论述题、案例分析题）相结合，基础知识测试和综合技能测试相结合的方法。考试方式为闭卷考试，答题时间 180 分钟。

#### 5. 考试内容（知识点）

《管理学》考试包括以下部分：基本概念、管理理论、综合应用、理论前沿等四部分。总分为 150 分。各部分的主要知识点如下：

（1）基本概念：管理学、计划职能、组织职能、领导职能、控制职能、管理学基本假设、管理学发展历史、管理学前沿所涉及的相关基本概念。

题型：名词解释题

（2）管理理论：计划职能的基本原理与方法、组织职能的基本原理与方法、领导职能的基本原理与方法、控制职能的基本原理与方法、管理学发展历史与前沿等方面的理论。

题型：简答题

（3）综合应用：就以上基本概念和理论方法要求的内容，结合组织管理中实际出现的问题，进行分析论证，要求考生能够正确综合运用若干相关的知识内容，针对组织管理中实际问题的特点进行分析判断，提出理据和建议，文理通顺、逻辑性强，具有针对性的答案。

题型：论述题或案例分析题

（4）理论前沿：在管理实践和理论发展中出现的新问题、新理论、新观点、

---

以及新的管理情景，结合组织管理实践中的问题，进行分析论证，要求考生了解理论前沿问题，把握理论发展趋势，针对新的理论问题提出有自己独立见解的分析判断。

题型：论述题或案例分析题

## 6. 考试题型

《管理学》考试内容一览表

序号考试内容题型

- 1 基本概念名词解释题
- 2 管理理论简答题
- 3 综合应用论述题或案例分析题
- 4 理论前沿论述题或案例分析题

850 现代物流工程(含物流学基础、供应链管理)考试大纲

第一部分试卷结构

1. 试卷满分为 150 分（其中物流学基础占 75 分，供应链管理占 75 分）
2. 试卷结构及考查比例：试卷主要分为三大部分，其中基本概念 40%，理

论与应用分析及计算 60%。

第二部分考查要点

### 1. 新经济与物流

新经济、新经济与商品流通、基于新经济的商品流通与物流

### 2. 物流活动的构成

运输、仓储、配送、包装、装卸搬运、流通加工的基本概念及其功能

### 3. 物流系统

---

物流系统的功能、物流系统模式与合理化、若干新物流系统、物流网络与物流结点、物流业

#### 4.多式联运与集装物流系统

多式联运、集装箱物流、托盘物流、散装物流

#### 5.企业物流与企业的生产物流

企业物流、企业的生产物流

#### 6.供应链

供应链管理与现代物流、基于电子商务的供应链管理、物流一体化

#### 7.物流企业与第三方及第四方物流

物流的社会化、第三方物流、第四方物流

#### 8.物流信息

商流、物流、资金流和信息流，信息基础平台、物流信息系统资源

#### 9.企业战略与供应链战略匹配问题

竞争战略与供应链战略、获取战略匹配、拓展战略范围

#### 10.供应链的驱动要素与障碍要素

供应链运营的驱动要素、构建驱动要素的框架结构、战略性配合的障碍因素

#### 11.供应链需求预测

预测的组成部分及预测方法、需求预测的基本方法、预测的时间序列法、预测误差的测定方法

#### 12.供应链的总体计划

总体计划战略、总体计划制定的方法

#### 13.供应链中的供给与需求规划

---

供给管理、需求管理与控制可预测变量方案的实施

#### 14.循环库存

利用固定成本获取规模经济、利用数量获取规模经济、短期折扣

#### 15.安全库存

确定适当的安全库存水平、供给不确定性对安全库存的影响、聚集效应对安全库存的影响、补充库存策略对安全库存的影响、对安全库存的测定和管理实践

#### 16.确定产品的最佳供给水平

产品最佳供给水平的影响因素、提高供应链收益率的管理杠杆、供应链合同及其对收益率的影响、在实践中调整最佳产品供给水平

#### 17.供应链中的运输

影响运输的决策因素、运输网络的设计方案、运输规划中的各种权衡、量身定做的运输网络、运输中的线路规划与日程安排

#### 18.供应链的协调

供应链失调与牛鞭效应、供应链失调对经营业绩的影响、供应链协调中的障碍因素、实现协调的管理杠杆

#### 19.电子商务与供应链

电子商务在供应链中的作用、电子商务对供应链运营业绩的影响、电子商务在不同行业中的价值

### 848 电子商务理论与应用考试大纲

#### 一、考试目的

《电子商务理论与应用》是电子商务专业硕士研究生入学考试初试的考试课程。通过本课程的考试，全面考察学生对于电子商务相关理论的掌握情况及综合

---

运用所学知识解决实际问题的能力。

## 二、考试的性质与范围

《电子商务理论与应用》是电子商务专业硕士研究生入学考试课程。考试的范围主要包括电子商务的相关理论知识、综合运用所学专业知

## 三、考试基本要求

- 1.全面系统地掌握电子商务的相关理论知识；
- 2.了解电子商务出现的新的理论、技术与方法；
- 3.能运用专业相关理论来解释相关案例或现象。

## 四、考试形式

考试采取客观试题与主观试题相结合，闭卷考试，考试时间 180 分钟，成绩 150 分。。

## 五、考试内容（或知识点）

### （一）电子商务概述

1.主要内容：电子商务的基本概念；电子商务的功能和特性；电子商务的分类与层次；电子商务产生和发展的背景与基础；电子商务对社会的影响；电子商务发展现状和前景等。

### 2.基本要求：

（1）掌握电子商务的基本概念（传统与现代电子商务、狭义与广义的电子商务、宏观与微观上的电子商务等定义和特点）、电子商务的功能和特性、电子商务的分类与层次等重要知识。

（2）认识电子商务产生与发展的社会和技术基础；

（3）了解电子商务对社会、经济，特别是对企业经营管理的深刻影响；

---

(4) 了解当前电子商务发展与应用面临的各种技术和商业问题、发展趋势等。

## (二) 电子商务基础结构与环境

1.主要内容：电子商务运作体系框架；电子商务的应用体系结构；电子商务活动实体；主要电子商务交易流程；电子商务的实现阶段与运作规则等。

### 2.基本要求：

- (1) 掌握电子商务的运作体系框架、应用体系结构的基本概念和原理；
- (2) 明确重要电子商务的交易流程和交易规则；
- (3) 了解电子商务的社会环境的重要内容（如法律环境、信用环境等）。

## (三) 电子商务的关键技术

1.主要内容：电子商务的技术体系；重要电子商务系统技术组成和分类；电子商务安全技术；电子商务支付技术；电子商务物流技术等。

### 2.基本要求：

- (1) 理解电子商务的技术体系框架、组成和它们之间的相互关系；
- (2) 理解电子商务应用中的关键技术及其作用，如计算机技术、通信技术、计算机网络技术、Web 技术、应用服务器技术、数据库与数据仓库技术等；
- (3) 掌握重要的电子商务安全技术原理，如加密、认证、签名、PKI 等；
- (4) 了解电子支付系统与工具的类型、特点和应用；
- (5) 了解主要的物流技术与应用，如条码、RFID、GIS、GPS、EPC 和物联网等。

## (四) 电子商务应用与商业模式

1.主要内容：典型的电子商务模式与要素，以及正在发展中的新模式。

---

## 2.基本要求：

(1) 掌握 B2B 模式的概念、分类、流程和特征；

(2) 掌握 B2C 模式的概念、分类、流程和特征；

(3) 掌握其它电子商务模式，如 C2C、B2E、A2A、P2P 等重要电子商务模式的概念、分类、流程和要素。

(4) 了解电子商务模式的新发展、变化、特点和趋势。

(五) 电子商务与信息化

1.主要内容：信息社会的发展与变化；信息化的要素、层次、模式和发展战略；我国新型工业化和信息化；企业信息化的概念、建设内容与任务；企业信息化的体系结构；企业信息化战略模式；典型企业信息化应用解决方案等。信息化建设面临的重要社会、商业与技术问题。

## 2.基本要求：

(1) 理解信息化的概念、要素和发展，与电子商务之间的关系；

(2) 了解世界主要国家的信息化发展战略，中国当前信息化建设的形式和重点。

(3) 掌握信息化的主要领域、层次，以及它们之间的关系；

(4) 掌握企业信息化的定义、内容和任务；

(5) 理解不同阶段企业信息化经营的系统化模式。

(六) 电子政务

1.主要内容：电子政务概念；电子政务系统框架；与电子商务的关系，以及典型电子政务解决方案 ( solution )。

## 2.基本要求：



---

(1) 掌握电子政务的定义、发展过程和目标；

(2) 掌握电子政务系统的框架结构和工作机制，与政府信息化和管理变革的关系；

(3) 理解电子政务与电子商务之间的互动关系；

(4) 了解典型电子政务解决方案。

(七) 网络营销与沟通

1.主要内容：网络营销的概念；网络营销的策略与组合；主要网络营销方式与应用等。

2.基本要求：

(1) 掌握网络营销的定义、特点；

(2) 掌握网络营销的策略和营销组合（7P、4C、4V等）；

(3) 掌握典型的网络营销的方法和营销手段，包括网络广告、网站营销等。

(八) 电子商务与物流管理

1.主要内容：物流管理的概念及其发展；现代物流管理的运作模式；物流信息化与电子商务的互动关系；重要物流技术的发展和應用。

2.基本要求：

(1) 掌握物流和物流管理的定义；

(2) 理解物流的分类，包括社会物流和企业物流；

(3) 理解电子商务与物流之间的相互关系，掌握典型物流业务的运作模式，包括第三方物流、第四方物流等。

(4) 了解重要物流技术及其应用，包括 BarCode，GIS、GPS、RFID、EPC 等，了解相关的解决方案。

## （九）管理信息化与电子商务管理

1.主要内容：企业管理信息化的概念与内容；了解供应链管理（SCM）、知识管理（KM）、客户关系管理（CRM）、第二代ERP等概念，以及有关解决方案与应用。

2.基本要求：

- （1）掌握企业管理信息化的定义、内容和任务；
- （2）认识电子商务环境下管理的发展、变化与面临的挑战；
- （3）了解电子商务环境下企业运营的重要管理思想、方法与解决方案；
- （4）掌握知识管理（KM）的概念、知识的分类、知识管理系统的体系结构、典型技术、产品和应用解决方案；
- （5）掌握客户关系管理（CRM）的概念、系统分类，典型技术、产品，以及应用策略与解决方案；
- （6）理解第二代ERP（ERPⅡ/iERP）的概念、特点和应用。

## （十）电子商务安全

1.主要内容：电子商务安全的概念、内容、特点和方法。

2.基本要求：

- （1）掌握电子商务安全的概念、内容；
- （2）掌握电子商务安全的体系结构、重要技术、方法与应用。
- （3）理解电子商务安全的典型解决方案。

## 六、考试题型

试题总分为150分，题型包括判断题、选择题、简答题、论述题和案例分析题。

---

## 976 物流综合考试大纲

试卷满分为 100 分（其中物流学基础占 40 分，数据库占 40 分，专业英语占 20 分）

物流学基础考试大纲：

### 1. 新经济与物流

新经济、新经济与商品流通、基于新经济的商品流通与物流

### 2. 物流活动的构成

运输、仓储、配送、包装、装卸搬运、流通加工的基本概念及其功能

### 3. 物流系统

物流系统的功能、物流系统模式与合理化、若干新物流系统、物流网络与物流结点、物流业

### 4. 多式联运与集装物流系统

多式联运、集装箱物流、托盘物流、散装物流

### 5. 企业物流与企业的生产物流

企业物流、企业的生产物流

### 6. 供应链

供应链管理与现代物流、基于电子商务的供应链管理、电子商务供应链管理系统的体系结构、物流一体化

### 7. 物流企业与第三方及第四方物流

物流的社会化、第三方物流、第四方物流

### 8. 物流信息

商流、物流、资金流和信息流，信息基础平台、物流信息系统资源

---

数据库考试大纲：

- 1.关系模型与关系代数的基本概念。
- 2.关系代数与 SQL 语言的转化（不包括除法）和应用。
- 3.较复杂的基于 SQL 语言的数据库增、删、查、改操作。
- 4.使用高级语言（Java 或 C#）进行数据库操作。
- 5.视图的原理及应用。
- 6.较好的掌握关系规范化理论，能准确识别一个关系模式的设计属于 1NF、2NF、3NF、BCNF、4NF 这五种函数依赖关系的哪一种，并能为较为复杂的应用设计结构良好的关系模式。
- 7.模式分解中的关系保持。
- 8.ER 模型及其向关系模式的转化。
- 9.事务的基本概念和检查点技术。
- 10.数据恢复的实现技术及策略。
- 11.锁协议的定义及其必要性。
- 12.锁的类型及其应用。
- 13.并发调度的可串行性。
- 14.两段锁协议。
- 15.数据库完整性的概念及其应用。

993 网络营销考试大纲

### 一、考试目的

《网络营销》是电子商务专业硕士研究生入学考试复试的考试课程。通过本课程的考试，考查学生掌握网络营销的基础理论和实施方法、网络环境下的营销

---

策略等情况，考查学生在互联网条件下如何有效地开展营销活动的的能力。

## 二、考试的性质与范围

《网络营销》是电子商务专业硕士研究生入学考试课程。考试的范围包括网络营销的相关理论、综合运用所学网络营销知识解决实际问题。

## 三、考试基本要求

- 1.全面系统地掌握网络营销的相关理论；
- 2.了解网络营销出现的新的理论与方法；
- 3.能运用网络营销的相关理论来解释相关案例或现象。

## 四、考试形式

考试采取客观试题与主观试题相结合，笔试，闭卷考试，考试时间 120 分钟。

## 五、考试内容（或知识点）

### （一）现代营销学原理

1.主要内容：营销观念；需求与购买行为；营销环境；市场细分与选择；市场战略与营销组合；营销学理论的发展。

### 2.基本要求：

- （1）了解市场营销概念；
- （2）了解消费者的消费需求和购买行为特点；
- （3）掌握市场细分的依据、目标市场选择与市场定位；
- （4）掌握市场策略与营销组合理论。

### （二）网络营销概述

1.主要内容：网络营销内容和特点；网络营销与传统营销；网络营销的发展

---

趋势及新模式。

2.基本要求：

- (1) 了解网络营销的内容、特点和发展趋势；
- (2) 了解网络营销与传统营销的关系，如何实现网络营销与传统营销的整合。

合。

(三) 网络营销理论基础与环境

1.主要内容：网络营销的理论基础包括网络直复营销理论、网络软营销理论、网络整合营销理论、网络关系营销理论；网络营销系统；网络营销站点；网络营销的电子支付；网络营销的法规和政策。

2.基本要求：

- (1) 了解网络直复营销、软营销和整合营销的理论；
- (2) 熟悉网络营销系统的组成和功能、网络站点功能和管理；
- (3) 了解网络营销法律和发展状况。

(四) 网络市场与网络消费者

1.主要内容：网络市场的发展、特征与客户资源；网络消费者；影响网络消费者购买决策的因素包括网络销售产品的选择和价格定位、网上购物的便捷性和安全性；

2.基本要求：

- (1) 了解网络特征，消费者需求特征、购买动机和过程；
- (2) 掌握影响网络消费者购买决策的因素。

(五) 网络营销战略规划

1.主要内容：网络营销战略分析；网络营销战略计划的制定。

---

## 2.基本要求：

- (1) 了解网络营销战略目标和模式选择；
- (2) 了解网络营销战略计划的内容和制定原则。

### (六) 网络市场调研

1.主要内容：网络市场调研概述包括含义、特点、策略与方法；网络市场调研的步骤与方法包括直接调研的方法与间接调研的方法；网络商务信息。

## 2.基本要求：

- (1) 了解网络市场调研的涵义和策略；
- (2) 掌握网络市场调研的方法和步骤、网络商务信息收集和整理方法。

### (七) 网络营销产品与价格策略

1.主要内容：网络营销产品策略；网上营销品牌策略；网络营销价格策略。

## 2.基本要求：

熟悉网络营销产品策略、品牌策略和价格策略的内涵和实施方法。

### (八) 网络营销渠道

1.主要内容：网络营销渠道概述；网上直销；网络市场的中间商；比较购物代理和比较电子商务。

## 2.基本要求：

- (1) 了解网络营销渠道的功能、与传统营销渠道的区别；
- (2) 了解网络营销渠道建设措施；
- (3) 能够运用所学知识对网络市场中间商的存在方式进行分析探讨。

### (九) 网络营销促销

1.主要内容：网络营销促销概述；网络营销站点推广；网上促销方式。

---

## 2.基本要求：

- (1) 了解网络促销的形式和实施方式；
- (2) 掌握站点推广方法；
- (3) 理解网上销售促进与公共关系的涵义和作用。

### (十) 网络营销广告

1.主要内容：网络营销广告；网络广告实施；网络广告案例分析。

## 2.基本要求：

熟悉网络广告的特点和类型、网络广告的运用和实施过程。

### (十一) 网络营销服务

1.主要内容：网络营销服务概述；网络营销服务的实施与管理。

## 2.基本要求：

- (1) 了解网络营销服务的分类和特点、个性化服务的涵义；
- (2) 掌握网络营销服务工具、实施方法和管理措施。

### (十二) 网络营销实施与控制

1.主要内容：网络营销实施管理；网络营销的组织机构；网络营销经营风险控制。

## 2.基本要求：

- (1) 了解网络营销实施的运作和决策，网络营销企业组织机构的重组；
- (2) 掌握网络营销风险因素分析和控制措施。

### (十三) 网络营销综合应用

基本要求：掌握网络营销常用方法，熟悉常见网络营销工具的使用，能够规划设计有效的、符合网络营销需要的企业网站。



