

来学网 2019 年全国中级经济师职称考试精华资料

2019 年中级经济师《工商管理》精华考点

知识点：股东会的职权：(1)决定公司的经营方针和投资计划；(2)选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；(3)审议批准董事会的报告；(4)审议批准监事会或者监事的报告；(5)审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；(6)审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；(7)对公司增加或者减少注册资本做出决议；(8)对公司发行债券做出决议；(9)对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式做出决议；(10)修改公司章程；(11)公司章程规定的其他职权。

知识点：波士顿矩阵分析：瘦狗：双低；明星：双高；金牛：业务增长率低、市场占有率高；幼童：（业务增长率高、市场占有率低）。

知识点：人力资源需求预测的方法：管理人员判断法（适用于短期的预测、管理者的经验）；德尔菲法（专家、集思广益）；转换比率分析法（历史数据）；一元回归分析法： $y=a+bx$

知识点：人力资源供给预测的方法：人员核查法；管理人员接续计划法；职位内部人力资源供给量=现职人员数量+人员流入量-人员流出量；马尔可夫模型法

知识点：影响人力资源外部供给的因素：①本地区的人口总量与人力资源供给率；②本地区的人力资源总体构成；③宏观经济形势和失业率预期；④本地区劳动力市场供给的供求状况；⑤行业劳动力市场供求状况；⑥职业市场状况。

知识点：绩效考核的功能：管理功能；激励功能；学习和导向功能；沟通功能；监控功能；增进绩效功能

知识点：SWOT 分析法：S 优势、W 劣势（内部环境因素）；O 机会、T 威胁（外部因素）。

知识点：在制品定额法公式：本车间出产量=后续车间投入量+本车间半成品外销量+（本车间期末库存半成品定额-本车间期初预计库存半成品结存量）

本车间投入量=本车间出产量+本车间计划允许废品及损耗量+（本车间期末在制品定额-本车间期初在制品预计结存量）

知识点：提前期法：又称“累计编号法”，适用于成批生产类型企业的生产作业计划编制，是成批生产作业重要的期量标准之一。

知识点：生产周期法：生产周期法适合单件小批生产类型企业的生产作业计划编制。

知识点：库存量过小产生的问题：①造成服务水平的下降，影响销售利润和企业信誉；②造成生产系统原材料或其他物料供应不足，影响生产过程的正常进行；③使订货间隔期缩短，

订货次数增加,使订货(生产)成本提高;④影响生产过程的均衡性和装配时的成套性。

知识点: ABC 分类法:又称帕雷托法,依据大约占人数 20%的人占有财富的 80%的规律。

这个方法概括起来就是:分清主次、分类管理。

知识点: 市场开发战略:在原有的市场范围上的拓展,将现有产品或服务打入新市场的战略。

知识点: 价值链分析:主体活动:原料供应、生产加工、成品储运、市场营销和售后服务五种活动; 辅助活动:采购、技术开发、人力资源管理和企业基础职能管理。

知识点: 纵向一体化战略(深度):后向一体化战略;前向一体化战略。

知识点: 横向一体化战略(广度):是指为了扩大生产规模、降低成本、巩固企业的市场地位、提高企业竞争优势、增强企业实力而通过资产纽带或契约方式与相同行业、生产同类产品或工艺相近的。

知识点: 全球化战略:向世界推广标准化的产品和服务。

知识点: 同心型多元化:以市场技术为核心的多元化。

知识点: 股东大会会议的召开:(1)股东大会会议的召集和主持:①股东大会会议由董事会召集,董事长主持。②董事会不能履行或者不履行召集股东大会会议职责的,监事会应当及时召集和主持;③监事会不召集和主持的,连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东可以自行召集和主持。(2)股东出席会议股东可以委托代理人出席股东大会会议。

(3)临时提案的提出。单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东,可以在股东大会召开十日前提出临时提案并书面提交董事会;董事会则应在收到提案后两日内通知其他股东,并将该临时提案提交股东大会审议。

知识点: 定性决策方法:头脑风暴法(面对面);德尔菲法(背对背);名义小组技术法;哥顿法(主持人)

知识点: 定量决策方法:盈亏平衡点产销量=固定成本/(单价-单位变动成本);期望损益决策法:期望损益值=Σ该方案在各种市场状态下的损益值×该市场状态发生的概率; 不确定型决策方法:乐观原则(大中取大);悲观原则(小中取大);折中原则(乐观系数)先找出各方案的最大值和最小值,再各自乘于他们的系数相加,后各自的方案的数值比较,取出最大值;后悔值原则(大中取小)

知识点: 所有者与经营者的关系:(1)股东-最终的控制权、决定董事会的人选,并有推选或不推选直至起诉某位董事的权利。(2)董事会必须对股东负责。(3)经营人员受聘于董事会,作为公司的意定代表人统管企业日常经营事务。

知识点：经营者激励约束机制：报酬激励；声誉激励（社会地位）；市场竞争机制

知识点：发起人股东的特点：对设立行为所产生的债务和费用负连带责任；《公司法》规定发起人持有的本公司股份自公司成立之日起一年内不得转让。

知识点：股东的权利：股东会的出席权、表决权；临时股东大会召开的提议权和提案权；董事、监事的选举权、被选举权；公司资料的查阅权；公司股利的分配权；公司剩余财产的分配权；出资、股份的转让权；其他股东转让出资的优先购买权；公司新增资本的优先认购权；股东诉讼权。

知识点：特别决议：股东会就公司重要事项所作出的决议，必须经代表三分之二以上表决权的股东通过。（特别决议都是三分之二、不同决议都是二分之一）重要事项包括：（1）修改章程；（2）增加或减少注册资本；（3）公司合并、分立、解散或者变更公司形式

知识点：股份有限公司的股东大会：条件①董事人数不足法律规定人数的三分之二时；②公司未弥补的亏损达实收股本总额三分之一时；③单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东请求时④董事会认为必要时⑤监事会提议召开时。

知识点：国有独资公司的权力机构：国有独资公司只有一个股东，因此不设立股东会，由国有资产监督管理机构行使股东会职权。（记住国有独资的大事都是有国有资产监督管理机构来负责）

知识点：董事会成员人数：有限责任公司董事会的成员为 3-13 人和国有独资的也是 3-13 人；股份有限公司 5-19 人。

知识点：监事会有限责任公司人数不得少于 3 人，股东人数较少或者规模较小的有限责任公司，可以设 1-2 名监事，或不设监事会。（股份有限公司不得少于 3 人、国有独资不得少于 5 人）职工代表的比例不得低于三分之一，具体比例由公司章程规定监事会成员产生方式：由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他民主选举产生；监事会主席：设主席一人，由全体监事过半数选举产生；监事的任期每届为三年（不管哪种公司都是 3 年），任期届满，连选可以连任。

知识点：企业总体战略：表现：保持原有的业务组合；进入新的经营领域；抑制某些业务的发展；对业务组合变革和退出。（决定企业生死的战略）

知识点：企业业务战略：改进业务单位在行业或细分市场中提供产品的竞争地位。（事业部）

知识点：企业职能战略：生产制造战略、市场营销战略、财务管理战略。

知识点：企业战略实施的模型：指挥型：高层制定战略，强制下属执行；变革型：高层制定

战略，运用组织结构、激励手段和控制系统来促进战略实施；合作型：高层管理集体制定战略；文化型：从高层管理者扩展到企业的较低层次；增长型（自下而上）：基层单位自下而上产生战略。

知识点：单一品牌战略：又称“统一品牌战略”，指企业生产经营的所有产品都使用一个品牌。这样在企业不同的产品之间形成了一种最强的品牌结构协同，使品牌资产在完整意义上得到最充分的共享。**【三种类型】：**①产品线单一品牌战略：是指品牌扩张时，使用单一品牌对企业同一产品线上的产品进行扩张。②跨产品线单一品牌战略：是企业对具有相同质量和能力的不同产品类别使用单一品牌战略。③伞形品牌战略：是企业对具有不同质量和能力的不同产品类别使用单一品牌战略。

知识点：绩效考核的方法：民主评价法；关键事件法（记录下来）；比较法；量表法（行为锚定评价法（评级量表法和关键事件记录法的结合）；平衡计分卡；关键绩效指标法（KPI）

知识点：企业薪酬制度设计的原则：公平原则：（1）外部公平（同一行业、地区、规模等应该基本相同）（2）内部公平（同一企业不同职位应该相互协调）（3）员工个人公平（相同工作的员工报酬应该协调）；激励原则；竞争原则；量力行原则；合法原则。

知识点：生产控制的方式：事后控制方式、事中控制方式和事前控制方式。

知识点：库存量过大产生的问题：①增加仓库面积和库存保管费，从而提高产品成本；②占用大量的流动资金，造成资金呆滞，既加重了贷款利息等负担，又会影响资金的时间价值和机会收益；③造成产成品和原材料的有形损耗和无形损耗；④造成企业资源的大量闲置，影响其合理配置和优化；⑤掩盖了企业生产、经营全过程的各种矛盾和问题，不利于企业提高管理水平。

知识点：股东大会的性质及职权：股东大会是股份有限公司的最高权力机构，这是由股东在公司中的地位决定的。根据《公司法》规定，股份有限公司股东大会职权适用于有限责任公司股东会职权的规定。

知识点：7S 模型：硬件要素包括：战略、结构、制度；软件要素包括：共同价值观、人员、技能、风格。

知识点：杜邦分析法：杜邦分析法是基于财务指标的战略控制方法

知识点：平衡计分卡：4 个角度：财务、顾客、内部流程、学习与成长（股东、顾客、员工）；

知识点：利润计划轮盘：3 个部分：（1）利润轮盘；（2）现金轮盘（3）净资产收益率轮盘。注意：利润计划轮盘以净资产收益率作为战略的最高业绩目标。

知识点：行业生命四周期环境分析：形成期：竞争压力小、侧重广告宣传；成长期：销售额与利润迅速增长；成熟期：市场趋于饱和，内部竞争异常激烈；衰退期：市场萎缩，竞争依旧残酷。这一阶段的行业就是所谓的“夕阳行业”。

知识点：股东会职权在国有独资公司中的行使方式：国有独资公司只有一个股东，因此其不设股东会，由国有资产监督管理机构行使股东会职权。国有资产监督管理机构可以授权公司董事会行使股东会的部分职权，决定公司的重大事项，但公司的合并、分立、解散、增加或者减少注册资本和发行公司债券，必须由国有资产监督管理机构决定。其中，重要的国有独资公司合并、分立、解散、申请破产的，应当由国有资产监督管理机构审核后，报本级人民政府批准。

知识点：无差异营销策略：企业把整体市场看作一个大的目标市场，忽略消费者需求存在的不明显的微小差异，只向市场投放单一的商品

知识点：差异性营销策略：企业按照对消费者需求差异的调查分析，将总体市场分割为若干个子市场，从中选择两个乃至全部细分市场作为目标市场，针对不同的子市场的需求特点，设计和生产不同产品，并采用不同的营销组合，分别满足不同需求。

知识点：集中性营销策略：企业在市场细分的基础上，选择一个或几个细分市场作为目标市场，制订营销组合方案，实行专业化经营，把企业有限的资源集中使用，在较小的目标市场上拥有较大的市场占有率。

知识点：市场定位：避强定位策略；迎头定位策略；重新定位策略

知识点：产品的三个层次：核心产品、有形（形式）产品（包括产品的包装、品牌、质量、特色、设计）和附加（扩展）产品（信贷、免费送货、产品保证、安装、售后服务、培训、使用指导、维修维护、备件供应等）

知识点：产品组合维度：宽度（企业所经营的不同产品线的数量）、长度（产品组合中所包含的产品项目的总数）

知识点：产品生命周期：其过程一般分为四个阶段：介绍期、成长期、成熟期和衰退期。

知识点：现金折扣：：“2/10，n/30”，即 10 天内付款的客户可享受 2% 的优惠，30 天内付款的消费者全价照付。

知识点：季节折扣：经营季节性商品的企业，对销售淡季来采购的买主，给予折扣优惠。

知识点：渠道策略：零层渠道：生产者→消费者（无中间商）；一层渠道：生产者→零售商→消费者；二层渠道：生产者→批发商→零售商→消费者；三层渠道：生产者→代理商→

批发商→零售商→消费者（看中间过了几个量）。

知识点：独家分销：制造商在某一地区只选择一家最适合的中间商专门推销其产品。

知识点：选择分销：制造商从所有愿意经销其产品的中间商中挑选几个最合适的中间商来销售其产品。

知识点：密集分销：制造商通过尽可能多的批发商、零售商推销其产品。

知识点：拉引策略：生产商为唤起顾客的需求，主要利用广告与公共关系等手段，极力向消费者介绍产品及企业，使他们产生兴趣，吸引、诱导他们来购买。

知识点：推动策略：将产品由生产商向批发商推销，再由批发商向零售商推销，最后再由零售商向消费者推销。

知识点：“五星”模型：品牌知名度；品牌认知度；品牌联想度；品牌忠诚度（品牌资产的核心）；品牌其他资产

知识点：股东大会是股份有限公司的最高权力机构；享有对公司重要事项的最终决定权，股东大会决议具有最高的效力。

知识点：股东的义务：.缴纳出资义务（既是法定义务，也是约定义务）；有限责任公司股东以其认缴的出资额为限对公司承担责任；股份有限公司股东以其认购额的股份为限对公司承担责任；遵守公司章程（最基本的义务）；忠诚义务：禁止损害公司利益；考虑其他股东利益；谨慎负责地行使股东权利及其影响力。

知识点：董事会决议的表决实行两个原则：（1）“一人一票”的原则（2）“多数通过”原则

知识点：市场三要素：由人口、购买力与购买欲望三个要素构成；用公式表示即：市场=人口+购买力+购买欲望。

知识点：传统市场营销观念：生产观念：我生产什么，就卖什么”；产品观念“只要产品质量好，就一定有销路”；推销观念“我推销什么，你就买什么”。

知识点：现代市场营销观念：以顾客的需求和欲望为导向的营销管理哲学。消费者需要什么，我们就生产什么”“市场需要什么，我们就卖什么”；“哪里有消费者的需要，哪里就有营销机会”。

知识点：市场营销管理的任务：负需求；无需求；潜伏需求；下降需求；不规则需求；充分需求；过量需求（需求>供给）；有害需求（不利于人们身心健康的产品或服务的需求）

39. 市场营销的宏观环境：包括人口环境、经济环境、自然环境、技术环境、政治法律环境、

社会文化环境等

知识点：单一品牌战略类型包括：（产品线单一品牌战略：同一产品线上的产品；跨产品线

单一品牌战略：产品类型相同，质量和能力不同；伞形品牌战略：产品质量类别等都不同。

知识点：主副品牌战略（以成功产品为主后开发的频偏）、多品牌战略（品牌之间独立）

知识点：生产能力的种类：设计生产能力、查定生产能力、计划生产能力

知识点：设备组生产能力的计算：公式： $M=F \times S \times P$ 或 $M=(F \times S)/t$

知识点：作业场地生产能力的计算：公式： $M=(F \times A)/(a \times t)$

知识点：节拍：是指大批量流水线上前后两个相邻加工对象投入或出产的时间间隔。

知识点：在制品定额法：适合大批大量生产类型企业的生产作业计划编制，按照工艺反顺序计算方法

知识点：现代市场营销观念：一种以顾客的需要和欲望为导向的市场营销管理哲学，它以整体营销为手段，来取得顾客的满意，从而实现企业的长期利益。“消费者需要什么，我们就生产什么”？场需要什么，我们就卖什么”？“哪里有消费者的需要，哪里就有营销机会”？

知识点：量大批生产企业：安排出产进度主要内容确定计划年度各季、月的产量；

知识点：成批生产企业：各批的数量大小不一，种类比较多；

知识点：单件小批生产企业：产品品种多，产量少。

知识点：成本加成定价法：产品价格=单位成本 \times （1+加成率）；

知识点：目标利润定价法：目标价格=单位成本+目标收益率 \times 资本投资额 \div 销售量

知识点：盈亏平衡产量=固定成本/（目标价格-单位可变成本）

知识点：丰田式生产基本目标：彻底降低成本；核心：准时化生产；基本的理念：从（顾客的）需求出发，杜绝浪费任何一点材料、人力、时间、空间、能量和运输等资源。

知识点：丰田生产方式的两大支柱：准时化、自动化

知识点：看板功能：取料看板标明了后道工序应领取的物料的数量等信息；生产看板则显示着前道工序应生产的物品的数量等信息

知识点：企业物流活动（七大功能）：运输、仓储、装卸搬运、包装、流通加工、物流信息、配送。

知识点：包装材料的类别：①纸和纸板品②塑料制品③木制容器④金属容器 ⑤包装用辅助材料——包括：黏合剂、黏合带、捆扎材料

知识点：按照物流活动的主体不同分类：企业自营物流、专业子公司物流、第三方物流

知识点：企业物流的作业目标：快速反应、最小变异、最低库存（追求零库存）、物流质量（追求零缺陷）、整合运输与配送（也是“第三利润源泉”的主要组成部分）

知识点：企业采购管理的业务流程：提出采购申请→选择供应商→进行采购谈判→签发采购订单→跟踪订单→物料验收→付款及评价（注意第一个环节）

知识点：产品生命周期不同阶段的物流目标：新产品研制阶段：物流费用高；成长阶段：销售量剧增；成熟阶段：激烈竞争；衰退阶段：低价出售产品或继续有限配送

知识点：企业生产物流的基本特征：连续性、流畅性；平行性、交叉性；比例性、协调性；均衡性、节奏性；准时性；柔性、适应性

知识点：企业仓储管理的功能：供需调节功能（价格差距不大）；价格调节功能（间隔稳定）；调节货物运输能力的功能；配送和流通加工的功能。

知识点：散堆 适用：不用包装的颗粒状、块状的大宗散货，如煤炭、矿砂、散粮、海盐等。

知识点：货架方式：适用：存放不宜堆高、需特殊保管存放的小件包装的货物，如：小百货、小五金、绸缎、医药品等。

知识点：垛堆方式适用：有外包装和不需要包装的长、大件货物，如：箱、桶、筐、袋装的货物、木材、钢材等

知识点：无差异营销策略：企业把整体市场看作一个大的目标市场，忽略消费者需求存在的不明显的微小差异，只向市场投放单一的商品，设计一种营销组合策略，通过大规模分销和大众化的广告，满足市场中绝大多数消费者的需求。

知识点：按库存的目的分类：经常库存（正常的经营环境下为满足日常的需要而建立的库存）；安全库存（止由于不确定因素）

知识点：企业物流的效率评价指标包括以下五个指标：销售物流的合理物流率= $(\text{物流总成本} - \text{不合理的物流量}) / \text{物流总的完成量}$ ；迅速物流及时率= $\text{迅速及时完成销售物流量} / \text{销售物流总完成量}$ ；准确完成物流率= $\text{准确无误完成销售物流量} / \text{销售物流总完成量}$ ；耗损率= $\text{耗损量} / \text{销售物流总完成量}$ ；经济效率= $\text{销售物流实现利税} / \text{销售物流资金占用}$

知识点：企业销售物流的客户满意度评价指标：

货物到达客户手中的及时率= $1 - \text{货物没有及时送达客户的次数} / \text{送货总次数}$ ；货物发送的正确率= $\text{货物正确送达客户手中的次数} / \text{送货总次数}$ ；货物出现损伤的频率= $1 - \text{货物发送的完好率}$ ；完成一次销售的周期和时间= $\text{订购周期} + \text{运输周期} + \text{仓储周期}$ ；客户的抱怨率= $\text{抱怨的客户数量} / \text{客户的总数}$ ；问题的处理率= $\text{问题得到解决的顾客的数量} / \text{出现抱怨的顾客的总数}$

知识点：基于技术创新模式将技术创新分为：原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新。

知识点：技术创新的模式：技术推动模式；需求拉动模式

知识点：A-U 过程创新模式：不稳定阶段；过渡阶段；稳定阶段

知识点：根据企业所期望的技术竞争地位的不同分为：技术领先战略、技术跟随战略

知识点：根据企业的行为方式的不同分类分为：进攻型战略、防御型战略、切入型战略

知识点：根据技术来源的不同分类分为：自主创新战略、模仿创新战略、合作创新战略

知识点：项目地图法：珍珠（双高业务）；牡蛎（高收益，低成功率）；面包和黄油（低收益，高成功率）；白象（双低业务）

知识点：技术创新小组：是指为完成某一创新项目临时从各部门抽调若干专业人员而成立的一种创新组织。

知识点：三个层次：网络层、信息发布（传输）层、一般业务服务层

知识点：四个支柱：公共政策、技术标准、网络安全、法律规范

知识点：按交易的主体分类：企业对企业的电子商务（B2B）；企业对消费者的电子商务（B2C）；消费者对消费者的电子商务（C2C）；线上对线下的电子商务（O2O）；企业对政府的电子商务（B2G）

知识点：消费者对政府的电子商务（C2G）——不以盈利为目的

知识点：电子商务的特点：市场全球化；跨时空限制；交易虚拟化；成本低廉化；交易透明化；操作方便化；服务个性化；运作高效化。

知识点：电子商务的功能：广告宣传；咨询洽谈；网上订购；电子支付；网上服务；网络调研；交易管理

知识点：电子商务的组成要素：消费者、企业、银行、物流配送体系、CA 认证中心、其他要素

知识点：技术合同的类型：①技术开发合同包括：委托开发合同、合作开发合同②技术转让合同包括：专利权转让合同、专利申请权转让合同、专利实施许可转让合同、技术秘密转让合同③技术咨询合同④技术服务合同

知识点：技术创新的分类：根据技术创新的对象：产品创新；工艺创新；技术创新模式：原始创新；集成创新；引进消化吸收再创新；根据技术创新的新颖程度：渐进性创新；根本性创新

知识点：企业联盟的组织运行模式：星形模式；平行模式；联邦模式

知识点：市场模拟模型公式： $P=P_0 \times a \times b \times c$

知识点：知识产权管理：发明专利保护期限是 20 年，实用新型和外观设计专利保护期限均为 10 年；注册商标的有效期限是 10 年，但期满前可以续展 10 年，可以一直延续下去；作品的使用权、发表权、获得报酬的权利为作者终身及死后 50 年。

知识点：新产品定价策略：撇脂定价策略（定高价）；渗透定价策略（定低价）；温和定价策略（定中间价）

知识点：产品线定价：高、中、低

知识点：产品束定价：即企业将几种产品组合在一起，进行低价销售。

知识点：心理定价策略：尾数定价策略；整数定价策略；声望定价策略；招徕定价策略；分档定价策略；习惯定价策略

知识点：具体计划包括：人员补充计划、人员使用计划、人员接续及升迁计划、人员培训开发计划、薪酬激励计划。

知识点：总体规划（提升企业绩效、增加人员数量、改善人员结构及素质、促进员工个人发展等，决定生死）

知识点：薪酬管理的构成：基本薪酬：比较稳定的经济收入；激励薪酬：变动性质的经济收入；间接薪酬：是指企业给员工提供的各种福利。

知识点：以职位为导向的基本薪酬制度的设计：职位等级法、职位分类法、计点法、因素比较法

知识点：福利：（1）国家法定的福利：法定的社会保险；住房公积金；公休假日；法定休假日；带薪休假；（2）企业自主的福利：各种假期、休假、以及灵活多样的员工退休计划。

知识点：复利终值计算公式为： $F=P(1+i)^n$ 或 $n=\frac{\ln(F/P)}{\ln(1+i)}$

知识点：先付年金的终值与现值：公式：先付年金终值=后付年金终值 $\times(1+\text{利率})$

知识点：个别资本成本率:公式： $K=D/(p-f)=D/p(1-F)$

知识点：长期借款资本成本率的测算

$$K_L = \frac{I_L(1 - T)}{L(1 - F_L)}$$

知识点：资本资产定价模型公式为： $K_c=R_f+\beta(R_m-R_f)$

知识点：财务可行性评价指标：①投资回收期（静态）：回收初始投资所需要的时间如果每年的营业净现金流量（NCF）相等，公式计算：投资回收期=原始投资额/每年 NCF；②平均报酬率平均报酬率=平均年现金流量/初始投资额 $\times 100\%$

知识点：营业杠杆:营业杠杆越高，表示息税前利润对销售量变化的敏感度越高，经营风险越大；营业杠杆越低，表示企业息税前利润受销售量变化的影响越小，经营风险越小。

知识点：总杠杆:计算公式为：总杠杆系数=营业杠杆系数×财务杠杆系数

知识点：初始现金流量:固定资产投资额；流动资产投资额；其他投资费用（职工培训费、谈判费、注册费用）；原有固定资产的变价收入。

知识点：生产作业计划编制：厂级生产作业计划是由厂级生产管理部门编制的。它根据企业年度(季)生产计划，编制各车间的月(旬、周)的生产作业计划。安排车间生产任务的方法随车间的生产类型和生产组织形式而不同，主要有在制品定额法、提前期法、生产周期法。

知识点：营业现金流量：每年净营业现金流量（NCF）=每年营业收入-付现成本-所得税 =净利润+折旧

知识点：股东年会：应当每年召开一次年会，董事会定期会议：每年至少召开两次

知识点：市场营销的微观环境：包括企业自身的各种因素、竞争者、营销渠道企业、顾客和各种公众。

知识点：威胁—机会综合分析：理想业务：即高机会和低威胁的业务，利益大于危险；冒险业务：高机会和高威胁的业务，机会与危险同在，利益与风险并存；冒险业务：高机会和高威胁的业务，机会与危险同在，利益与风险并存；困难业务：即低机会和高威胁的业务。

知识点：市场：市场=人口+购买力+购买欲望；(1)人口：人口的多少+具有对某种产品共同需求的人群数量(企业能够满足的目标顾客的数量)。(2)购买力：即人们购买所需产品时的货币支付能力。首先取决于人们收入的多少，其次取决于物价的高低，还取决于人们信贷的能力。(3)购买欲望：即人们购买某种产品的要求与愿望。这种欲望产生于需求者的生理及心理上的需要。人口因素是构成市场的基本要素；购买力因素是决定市场容量大小的重要因素之一；购买欲望是消费者将潜在购买力变为现实购买行为的重要条件。

知识点：终结现金流量是：包括：固定资产的残值收入或变价收入；原来垫支在各种流动资产上的资金的收回；停止使用的土地的变价收入等。

知识点：企业并购的类型：按双方的业务性质来划分：纵向并购、横向并购、混合并购；按双方是否友好协商来划分：善意并购、敌意并购；按是否利用被并购企业自身资产来支付并购资金划分：杠杆并购、非杠杆并购；按并购的实现方式来划分：协议并购、要约并购、二级市场并购。

知识点：市盈率：是某种股票普通股每股市价（或市值）与每股盈利（或净利润总额）的比

本资料中心的资料均是免费分享(👉<https://www.laixue.com/ziliao.html>)

率。

知识点：市净率：股价与账面价值的比率。

知识点：市销率估值法：市销率也称价格营收比，是股票市值与销售收入（营业收入）的比率

知识点：电子商务的 4 流：商流、资金流、物流、信息流

知识点：电子商务中商流、资金流、物流、信息流的关系：商流是动机和目的，资金流是条件，物流是终结和归宿，信息流是手段。

知识点：完全电子商务：是指在交易过程中的商流、物流、信息流、资金流四个流都能在网上完成。

知识点：搜索引擎营销；博客营销；论坛营销；病毒式营销；网络知识性营销；网络事件营销；网络口碑营销；网络直复性营销；网络视频营销；网络图片营销；网络软文营销。

知识点：期量标准：期量标准，又称作业计划标准，是指为加工对象(零件、部件、产品等)在生产期限和生产数量方面规定的标准数据。它是编制生产作业计划的重要依据。1. 大批大量生产企业的期量标准：大批大量生产企业的期量标准有：节拍或节奏、流水线的标准工作指示图表、在制品定额等。节拍是指大批量流水线上前后两个相邻加工对象投入或出产的时间间隔。节奏是指大批量流水线上前后两批相邻加工对象投入或出产的时间间隔。在制品定额是指在一定技术组织条件下，各生产环节为了保证数最上的衔接所必需的、最低限度的在制品储备量。2. 成批轮番生产企业的期量标准：成批轮番生产企业的期量标准有：批量、生产周期、生产间隔期、生产提前期等。批量是指相同产品或零件一次投入或出产的数量。生产周期是指一批产品或零件从投入到产出的时间间隔。生产间隔期是指相邻两批相同产品或零件投入的时间间隔或出产的时间间隔。生产提前期是指产品或零件在各工艺阶段投入或产出时间与成品出产时间相比所要提前的时间。3. 单件小批生产企业的期量标准：单件小批生产企业的期量标准有：生产周期、生产提前期等。随着生产条件和生产数量的变化，期量标准要做出修订。

全套资料：核心考点+章节练习+历年真题+冲刺资料（高频考点/精华考点/预测卷/仿真模拟卷/冲刺卷）

添加页面老师微信，备注科目领取资料！！！！

需要高质量的收费 vip 资料请联系来学网 Laixue.com 招生老师报名！