

2020 年广东科技学院 专插本考试大纲

《工商管理》人力资源管理

一、考试性质

普通高等学校本科插班生招生考试是由专科毕业生参加的选拔性考试。高等学校根据考生的成绩，按已确定的招生计划，德、智、体全面衡量，择优录取。该考试所包含的内容将大致稳定，试题形式多种，具有对学生把握本课程程度的较强识别、区分能力。

二、考试内容

（一）考试基本要求

着重于考查考生对专业课程基本理论、基础知识和基本技能的掌握程度以及运用相关理论知识进行问题认识、问题分析、解决问题的能力。

（二）考核知识点及考核要求

本大纲的考核要求分为“识记”、“领会”、“应用”三个层次，具体含义是：

识记：要求记住人力资源管理的有关基本概念和理论并能正确表达。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本理论、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。

模块一 人力资源管理概述

一、考核知识点

- 1、人力资源基本概念
- 2、人力资源特征、以人为本的管理
- 3、人力资源管理任务、职能工作、基本功能和重要性
- 4、传统的人事管理与现代人力资源管理区别
- 5、人力资源管理面临的挑战

二、考核要求

1、识记

- (1) 人力资源的概念
- (2) 人力资源管理任务、职能工作、基本功能和重要性

2、领会

- (1) 人力资源特征、以人为本的管理
- (2) 人力资源管理面临的挑战
- (3) 传统的人事管理与现代人力资源管理区别

模块二 人力资源战略与规划

一、考核知识点

- 1、企业经营战略概念、层次和类型
- 2、人力资源战略定义与作用、分类
- 3、人力资源战略与企业经营战略整合
- 4、人力资源规划的基本概念
- 5、人力资源规划内容、程序
- 6、人力资源规划过程
- 7、人力资源需求预测和供给预测的方法
- 8、人力资源规划的编制

二、考核要求

1、识记

- (1)企业经营战略概念、层次和类型
- (2)人力资源战略定义与作用、分类
- (3)人力资源规划概念、内容、程序
- (4)人力资源规划过程

2、领会

- (1)人力资源战略与企业经营战略整合

3、应用

- (1)人力资源需求预测和供给预测的方法
- (2)如何实现人力资源供求平衡
- (3)人力资源规划的编制

模块三 职务分析与职务描述

一、考核知识点

- 1、职务分析概念及意义
- 2、职务分析基本术语
- 3、职务分析的资料与战略性决定
- 4、职务分析方法
- 5、职务分析程序与职务描述的编写

二、考核要求

1、识记

- (1)职务分析概念及意义
- (2)职务分析基本术语

2、领会

- (1)职务分析的资料与战略性决定
- (2)职务分析程序

3、应用

- (1)掌握职务分析方法进行职务分析
- (2)学会职务描述的编写

模块四 员工招聘与甄选

一、考核知识点

- 1、员工招聘及其相关概念
- 2、员工招聘的意义与策略性决定
- 3、员工招聘的原因、要求、程序和责任划分
- 4、员工招聘的过程管理
- 5、内部招聘与外部招聘含义和方式
- 6、外部招聘和内部招聘的优缺点
- 7、人员测评与甄选方法
- 8、招聘评估

二、考核要求

1、识记

- (1)员工招聘及其相关概念
- (2)员工招聘的意义与策略性决定
- (3)员工招聘的原因、要求、程序和责任划分
- (4)内部招聘与外部招聘含义

2、领会

- (1)内部招聘与外部招聘的方式
- (2)外部招聘和内部招聘的优缺点
- (3)人员测评与甄选方法
- (4)员工招聘的过程管理
- (5)招聘评估

3、应用

- (1)能选择合适的方法进行人员招聘

模块五 员工培训与发展

一、考核知识点

- 1、培训与发展相关概念、作用、原则、目的
- 2、培训中学习方式和方法
- 3、人力资源培训（HRT）模型
- 4、胜任力概念、模型和模型构建
- 5、员工入职导向活动意义、组织和内容
- 6、职业生涯与职业生涯管理概念
- 7、职业生涯管理责任划分
- 8、员工职业发展主要活动、类型和路径
- 9、员工职业发展阶段和特点

二、考核要求

1、识记

- (1)培训与发展相关概念、作用、原则、目的
- (2)培训中学习的方式和方法

- (3) 胜任力概念
- (4) 职业生涯与职业生涯管理概念
- (5) 员工入职导向活动意义、组织和内容
- (6) 员工职业发展阶段和特点

2、领会

- (1) 人力资源培训（HRT）模型
- (2) 胜任力模型和模型构建
- (3) 职业生涯管理责任划分
- (4) 员工职业发展主要活动、类型和路径

3、应用

- (1) 做出培训方案
- (2) 设置员工职业发展通道，实施员工职业生涯管理

模块六 员工绩效考评

一、考核知识点

- 1、绩效含义与性质
- 2、绩效考评策略性决定
- 3、绩效考评目的、程序、健全有效考绩制度的要求
- 4、绩效考评内容、标准和方法
- 5、绩效考评的实施
- 6、绩效考核与绩效管理含义、区别和联系
- 7、目标管理、关键绩效指标、平衡记分卡含义

二、考核要求

1、识记

- (1) 绩效含义与性质
- (2) 绩效考评策略性决定
- (3) 绩效考评目的、程序、健全有效考绩制度的要求
- (4) 绩效考核与绩效管理含义
- (5) 目标管理、关键绩效指标、平衡记分卡含义

2、领会

- (1) 绩效考评内容、标准和方法
- (2) 绩效考核与绩效管理区别和联系
- (3) 绩效考评的实施

3、应用

- (1) 建立绩效考评指标体系
- (2) 运用绩效考评主要方法进行绩效考核

模块七 薪酬设计与管理

一、考核知识点

- 1、报酬、薪酬含义与内容

- 2、健全合理的薪酬制度的要求
 - 3、影响薪酬制度设计的主要因素
 - 4、薪酬设计的基础理论——公平论
 - 5、工资制度合理设计过程、职务评价方法、工资结构线定位与运用、工资分级方法与工资调整
 - 6、奖励型可变薪酬类型、三个层面、制度的设计和实施
 - 7、员工福利类型，福利制度的建立、设计与实施
 - 8、宽带薪酬、薪点工资制、能力薪酬体系、谈判工资制、自助式整体薪酬体系基本概念和内容
- ## 二、考核要求

1、识记

- (1) 报酬、薪酬含义与内容
- (2) 宽带薪酬、薪点工资制、能力薪酬体系、谈判工资制、自助式整体薪酬体系基本概念和内容
- (3) 员工福利类型

2、领会

- (1) 健全合理的薪酬制度的要求
- (2) 影响薪酬制度设计的主要因素
- (3) 工资制度合理设计过程、职务评价方法、工资结构线定位与运用、工资分级方法与工资调整
- (4) 奖励型可变薪酬类型、三个层面、制度的设计和实施
- (5) 福利制度的建立、设计与实施

3、应用

- (1) 能够进行薪酬体系设计
- (2) 能判断不同环境下薪酬体系建设的合理性
- (3) 能够运用职务评价方法进行职务评价

模块八 人力资源管理法律法规

一、考核知识点

- 1、劳动关系内涵，基本特点
- 2、我国现阶段劳动关系的特点和趋势
- 3、处理劳动关系的原则，改善劳动关系的意义和途径
- 4、劳动管理含义
- 5、劳动合同与劳动法的相关内容
- 6、法律中有关招聘与解聘、劳动合同和劳动合同管理、工作时间与休息休假、劳动保护、女职工和未成年工的特殊保护、劳动纪律与惩罚、劳动报酬等的相关规定与实施
- 7、社会保险
- 8、民主管理概念、职工代表大会、工会制度
- 9、劳动争议与处理

二、考核要求

1、识记

- (1) 劳动关系内涵，基本特点
- (2) 劳动管理含义

(3) 法律中有关招聘与解聘、劳动合同和劳动合同管理、工作时间与休息休假、劳动保护、女职工和未成年工的特殊保护、劳动纪律与惩罚、劳动报酬等的相关规定与实施

(4) 劳动合同与劳动法的相关内容

(5) 民主管理概念、职工代表大会、工会制度

(6) 社会保险

2、领会

(1) 我国现阶段劳动关系的特点和趋势

(2) 劳动争议与处理

(3) 处理劳动关系的原则，改善劳动关系的意义和途径

3、应用

(1) 能够运用劳动管理相关法律规定处理劳动争议

模块九 人力资源管理发展新趋势

一、考核知识点

1、人力资源与人力资本的区别

2、人力二重性对企业激励策略的影响

3、人事管理、人力资源管理和人力资本管理的主要区别

4、员工协助计划概念、起源、发展、作用、设计和实施

5、工作分享基本概念和典型形式

6、我国工作分享的探索

7、电子化人力资源管理

8、人力资源会计与审计

9、跨国公司的人力资源管理

二、考核要求

1、识记

(1) 员工协助计划概念、起源、发展、作用、设计和实施

(2) 工作分享基本概念和典型形式

2、领会

(1) 人力资源与人力资本的区别

(2) 人力二重性对企业激励策略的影响

(3) 我国工作分享的探索

(4) 电子化人力资源管理

(5) 人力资源会计与审计

(6) 跨国公司的人力资源管理

3、应用

(1) 人事管理、人力资源管理和人力资本管理的主要区别

三、考试形式及试卷结构

1、考试形式为闭卷，笔试，考试时间为 120 分钟，试卷满分为 100 分。

2、试卷题型比例：单选题占 20%，判断题占 10%，名词解释题占 20%，简答题占 20%，案例分析题占 30%。

四、参考书目

陈维政、余凯成、程文文：《人力资源管理（第四版）》，高等教育出版社，2016 年。

说明：考试大纲是以本参考书为基础制定，考试范围为第 1-9 章。

五、题型示例

一、单选题(每题 2 分，共 20 分)

1、() 是指人力资源如果长期不用，就会荒废和退化：

- A、时效性 B、能动性 C、持续性 D、社会性

二、判断题(每题 1 分，共 10 分)

1、工作自主权属于内在报酬。()

三、名词解释(每题 4 分，共 20 分)

1、人力资源

四、简答题(每题 5 分，共 20 分)

1、简述人力资源管理的重要性。

五、案例分析题(每题 15 分，共 30 分)

2017 年元月，A 公司在招聘研发人员时考虑到职位需要要求应聘者必须有硕士学历。李小姐对这家公司心仪已久，可是她只有本科学历。为了能够顺利进入面试环节，李小姐找到制造假证的人员帮忙办理了硕士的伪造文凭。通过面试、笔试等环节李小姐顺利通过 A 公司的招聘。随即 A 公司与李小姐签了为期两年的劳动合同。但是一个月后 A 公司发现李小姐文凭造假，提出与其解除劳动合同。李小姐认为公司单方面解除劳动合同应该支付相应的经济补偿金。但是她的要求被公司拒绝。李小姐随即提起了诉讼。结合本案例分析，仲裁委员是否会支持李小姐的申请？

2020 年广东科技学院 专插本考试大纲

《工商管理》市场营销学

一、考试性质

普通高等学校本科插班生招生考试是由专科毕业生参加的选拔性考试。高等学校根据考生的成绩，按已确定的招生计划，德、智、体全面衡量，择优录取。该考试所包含的内容将大致稳定，试题形式多种，具有对学生把握本课程程度的较强识别、区分能力。

二、考试内容

（一）考试基本要求

要求考生能理解并准确地解释市场营销学基本概念，树立现代营销管理理念，坚持理论联系实际，构建营销思维方式，掌握学科的基本概念、基本原理和基本方法，培养营销分析能力，能熟练掌握营销工具进行各种组合开展营销活动，具备分析问题和解决问题的能力。

（二）考核知识点及考核要求

本大纲的考核要求分为“识记”、“领会”、“应用”三个层次，具体含义是：

识记：能解释有关的概念、知识的含义，并能正确认识和表达。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本理论、基本方法分析和解决有关的理论问题或实际问题。

第一章导论

一、考核知识点

- 1、市场和市场营销
- 2、市场营销学的产生和发展
- 3、市场营销哲学
- 4、顾客满意和顾客价值

二、考核要求

1、识记

- (1) 市场的概念、构成及功能
- (2) 市场营销的含义及作用
- (3) 市场营销的相关概念
- (4) 市场营销组合
- (5) 市场营销的产生和发展历程
- (6) 六种市场营销哲学
- (7) 顾客满意的含义和顾客满意度
- (8) 顾客价值的含义和特征，以及顾客价值模型

2、领会

- (1) 市场营销含义及作用的理解
- (2) 市场营销相关概念
- (3) 市场营销组合

3、应用

- (1) 六种市场营销哲学
- (2) 顾客价值模型

第二章市场营销环境

一、考核知识点

- 1、市场营销环境概述
- 2、市场营销宏观环境分析
- 3、市场营销微观环境分析
- 4、环境的分析和评价

二、考核要求

1、识记

- (1) 市场营销环境概念及分类
- (2) 市场营销环境的特征
- (3) 研究市场营销环境的意义
- (4) 营销环境与企业营销的关系
- (5) 市场营销宏观环境的构成及主要内容
- (6) 市场营销微观环境的构成及主要内容
- (7) 分析、评价市场机会和环境威胁的基本方法及企业面对市场营销环境变化应采取的措施

2、领会

- (1) 市场营销环境特征及意义
- (2) 市场营销宏观营销环境的主要因素对企业的影响
- (3) 市场营销微观营销环境的主要因素对企业的影响
- (4) SWOT 分析法

3、应用

- (1) SWOT 分析法
- (2) 分析、评价市场机会和环境威胁的基本方法
- (3) 企业应对市场营销环境影响的对策

第三章 消费者购买行为

一、考核知识点

- 1、消费者市场
- 2、影响消费者购买行为因素分析
- 3、消费者购买决策过程

二、考核要求

1、识记

- (1) 消费者市场的特点及消费者购买行为模式
- (2) 影响消费者的购买行为的因素
- (3) 消费者市场购买决策的参与者以及消费者购买行为的类型
- (4) 消费者购买的心理活动和决策的过程

2、领会

- (1) 市场的分类
- (2) 消费品分类

3、应用

- (1) 消费者市场上购买决策的参与者以及消费者购买行为的类型
- (2) 消费者购买决策的过程

第四章组织市场购买行为

本章不作考试要求

第五章市场营销调查

一、考核知识点

- 1、市场营销调查的定义、功能、原则、重要性、内容和类型
- 2、市场营销调查的具体过程
- 3、市场营销调查的主要方法
- 4、问卷设计的含义、原则、问卷的一般结构、问卷问答的主要类型以及问卷设计中应注意的问题

二、考核要求

1、识记

- (1) 市场营销调查的定义、功能、重要性、内容和类型
- (2) 市场营销调查的具体过程
- (3) 市场营销调查的主要方法
- (4) 问卷设计的原则、问卷的一般结构及问卷问答的主要类型

2、领会

- (1) 市场营销调查的原则
- (2) 市场营销调查的重要性

3、应用

- (1) 市场营销调查的定义、功能和内容
- (2) 市场营销调查的主要方法
- (3) 问卷设计

第六章目标市场营销战略

一、考核知识点

- 1、市场细分的概念、作用、依据、原则以及程序与方法
- 2、影响目标市场选择的因素、目标市场选择的五种模式及目标市场营销策略
- 3、市场定位的概念、作用、方式、步骤及策略

二、考核要求

1、识记

- (1) 市场细分的概念、作用、依据、原则以及程序与方法
- (2) 目标市场选择的五种模式及目标市场营销策略
- (3) 选择目标市场营销策略的条件
- (4) 市场定位的概念，作用与方式
- (5) 市场定位战略与市场定位策略

2、领会

- (1) 市场细分的作用、依据、原则及程序与方法
- (2) 影响目标市场选择的因素



启航专插本
www.qihangzcb.com

(3) 市场定位的步骤

3、应用

(1) 市场细分的概念、作用、原则与依据

(2) 目标市场选择的五种模式及目标市场营销策略

(3) 市场定位战略与市场定位策略

第七章竞争性市场营销战略

一、考核知识点

1、竞争者分析

2、市场领导者战略

3、市场挑战者战略

4、市场追随者与市场利基者战略

二、考核要求

1、识记

(1) 竞争者分析

(2) 市场领导者战略

(3) 挑战者战略

(4) 追随者与市场利基者战略

2、领会

(1) 竞争者分析

(2) 市场领导者战略

(3) 挑战者战略

3、应用

(1) 竞争者分析

(2) 市场领导者战略

(3) 挑战者战略

(4) 追随者与市场利基者战略



启航专插本
www.qihangzcb.com

第八章产品策略

一、考核知识点

1、产品整体概念

2、产品组合

3、产品生命周期

4、新产品开发策略

5、品牌和包装策略

二、考核要求

1、识记

(1) 产品整体概念及其对企业营销管理的意义

(2) 产品分类

(3) 产品组合的相关概念、类型和调整策略

- (4) 产品生命周期的概念及各阶段的市场特征及策略
- (5) 新产品的概念及分类
- (6) 新产品开发的原则和方法
- (7) 新产品开发程序
- (8) 新产品开发策略
- (9) 品牌策略
- (10) 包装策略

2、领会

- (1) 产品分类
- (2) 产品组合类型
- (3) 产品组合调整策略
- (4) 产品生命周期各阶段的市场特征及策略
- (5) 新产品开发的原则和方法

3、运用

- (1) 产品生命周期的概念及各阶段的市场特征及策略
- (2) 新产品开发程序和策略
- (3) 品牌策略

第九章价格策略

一、考核知识点

- 1、影响定价的主要因素
- 2、定价目标
- 3、定价方法
- 4、定价策略
- 5、调价策略

二、考核要求

1、识记

- (1) 影响定价的因素
- (2) 定价目标
- (3) 成本导向定价法
- (4) 竞争导向定价法
- (5) 需求导向定价法
- (6) 定价策略
- (7) 新产品定价策略
- (8) 调价策略

2、领会

- (1) 定价的影响因素
- (2) 定价目标
- (3) 新产品定价策略



启航专插本
www.qihangzcb.com

(4) 调价策略

3、应用

(1) 定价的影响因素

(2) 定价的方法

(3) 定价策略

(4) 市场对企业调价的可能反应

(5) 企业应对竞争者调价的策略

第十章分销渠道策略

一、考核知识点

1、分销渠道

2、分销渠道的选择、管理和改进

3、分销渠道中的中间商

4、分销渠道中的物流管理

二、考核要求

1、识记

(1) 分销渠道的概念、功能、长度与宽度

(2) 分销渠道的选择、管理

(3) 分销渠道的调整与改进

(4) 中间商的作用和类型

(5) 分销渠道中的物流管理

2、领会

(1) 分销渠道的功能、长度与宽度

(2) 分销渠道的选择、管理、调整与改进

(3) 分销渠道中的中间商

3、应用

(1) 分销渠道的功能、选择、管理

(2) 分销渠道的调整与改进

(3) 分销渠道中的物流管理

第十一章促销策略

一、考核知识点

1、促销与促销组合

2、广告策略

3、人员推销策略

4、营业推广策略

5、公共关系策略

二、考核要求

1、识记

(1) 促销的概念、作用



启航专插本
www.qihangzcb.com

- (2) 促销组合的定义、方式、促销组合策略、影响促销组合决策的因素
- (3) 广告的概念、作用、种类、广告设计的原则及媒体选择策略
- (4) 广告预算、广告效果检验
- (5) 人员推销的内涵、特点及程序
- (6) 人员推销的基本类型与技巧
- (7) 人员推销的管理
- (8) 营业推广的定义、特征与方式
- (9) 营业推广的作用及注意事项
- (10) 公共关系含义、特征、职能与工作程序

2、领会

- (1) 促销的概念、作用
- (2) 促销组合的定义、方式、促销组合策略、影响促销组合决策的因素
- (3) 广告设计的原则、媒体选择策略及预算
- (4) 人员推销策略的特点、程序、基本类型及管理
- (5) 营业推广的定义、特征、方式、作用及注意事项
- (6) 公共关系的特征、职能及工作程序

3、应用

- (1) 促销的概念、作用
- (2) 促销组合的方式、促销组合策略、影响促销组合决策的因素
- (3) 广告的媒体选择策略
- (4) 人员推销的程序、基本类型、技巧与管理
- (5) 营业推广的方式、作用及注意事项
- (6) 公共关系的职能及工作程序

三、考试的形式和结构

- 1、考试形式为闭卷，笔试，考试时间为 120 分钟，试卷满分为 100 分。
- 2、试卷题型比例：单选题占 20%，名词解释占 15%，简答题占 32%，论述题占 15%，案例分析题占 18%。

四、参考书目

谭俊华、沈金菊：《市场营销学》（第 2 版），清华大学出版社，2016 年 8 月第 2 版

说明：考试大纲是以本参考书为基础制定，考试范围为第 1-11 章，除去第 4 章不作考试要求，其他全部在考试范围内。

五、题型示例

一、单选题（共 10 小题，每题 2 分，共 20 分）

1. 在社会市场营销观念中，所强调的利益应是（ ）。
- A. 企业利益 B. 消费者利益 C. 社会利益 D. 企业、消费者与社会的整体利益

二、名词解释（共 3 小题，每题 5 分，共 15 分）

1. 营业推广

三、简答题（共 4 小题，每题 8 分，共 32 分）

1. 品牌对企业营销的作用

四、论述题（共 1 题，共 15 分）

试述产品调价策略和方法。

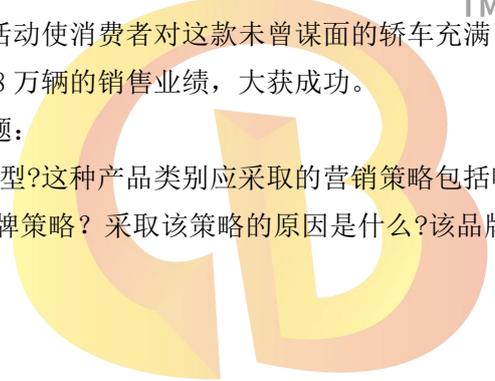
五、案例分析题（共 1 题，共 18 分）

ABC 公司是一家国际著名的汽车生产厂商，在进入中国汽车市场的时候，采用的是中高端路线，他们把公司比较成熟的 LX 型轿车引入中国市场，形成了从 20 万元至 40 万元这样一个梯级排列的中高档轿车的系列产品。ABC 公司的成功，吸引了众多国际知名汽车厂商对中国中高档轿车市场的追逐，市场竞争加剧，LX 型系列轿车的市场占有率受到很大程度的影响。

为了寻求突破，ABC 公司把目光转向了经济型轿车市场，决定以 LX 型轿车品牌的成功，向低端市场延伸。公司决定抓住国内 10 万元轿车市场空白的机会，把公司的 EC 型轿车引入中国市场。在 EC 型轿车还没有正式推出之前，他们就借用新闻和公关的力量把 EC “10 万元家庭轿车” 的概念炒得深入人心。除了传统的电视、报纸、杂志广告外，还请来了国内人气较旺的歌手，请他们为新车型的上市专门创作了歌曲。在售后服务方面，公司承诺主动担当车主的义务汽车保养顾问，将汽车售后服务从传统的被动式维修服务，带进主动关怀的新时代。这些活动使消费者对这款未曾谋面的轿车充满了期待感。不出所料，这款车型在上市后的三个月里，就创造了 8 万辆的销售业绩，大获成功。

结合案例，请回答下述问题：

- （1）轿车属于什么样的产品类型？这种产品类别应采取的营销策略包括哪些？（8 分）
- （2）ABC 公司采用的是什么品牌策略？采取该策略的原因是什么？该品牌策略能给 ABC 公司带来哪些好处？（10 分）



启航专插本
www.qihangzcb.com