

湖南省高等教育自学考试

课程考试大纲

现代公司管理

(课程代码: 11465)

湖南省教育考试院组编
2016 年 12 月

高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：现代公司管理

课程代码：11465

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

现代公司管理是高等教育自学考试工商企业管理（本科）专业的专业核心课程，也是中小企业经营管理（本科）专业的选考课。采用现代教改模式中提倡的“模块+项目+任务”的教学理念，突出实用性和可操作性、案例的典型性和针对性以及理论实训一体化等特点。在介绍基本概念、理论的基础上，形式上尽量采用图表诠释，语言上力图通过简洁、通俗易懂的表达，将难懂的概念和方法可读化。设有经典的管理故事，并有故事感悟、同步案例，案例具有典型性，更具有针对性。注重现代企业管理必要理论，强调企业管理的基本应用技能，引导考生“学中做”和“做中学”，通过一边学理论，一边将理论知识加以应用，实现企业管理理论和实训一体化。

二、课程目标与基本要求

通过现代公司管理课程的学习，使考生初步掌握现代企业管理基础、现代企业管理职能、现代企业管理运作、现代企业管理创新等基本理论知识和基本方法。了解企业与公司、企业管理的概念、性质、原则与职能；理解企业管理的对象与方法、企业管理的流程与框架以及企业管理的法律环境；理解管理、管理者和管理思想演变；掌握企业战略管理、企业计划管理、企业组织管理、企业领导管理、企业控制管理以及企业创新管理等基本原理和职能；掌握企业生产运作管理、企业市场营销管理、企业财务管理、企业人力资源管理、企业团队管理等主要专业管理运作；以培养考生对现代企业管理基本理论知识理解、掌握和实际应用，强调职业素养与专业能力的全面提升。

三、与本专业其他课程的关系

现代公司管理是工商企业管理专业（本科）的专业核心课程和中小企业经营管理（本科）专业的选考课程，在工商企业管理专业中占有重要的地位。本课程的前修课程是管理学原理、会计学原理。这两门课程可以帮助考生掌握现代公司管理的基本理论与方法，有助于更好的学好本门课程。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 企业与企业

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解企业的起源、特征以及现代企业的法律形式，熟悉企业的类型，认识企业管理的重要意义，掌握企业管理的性质与职能、对象与方法，

学会综合运用管理方法解决实际问题，能够具有认知企业管理的思想意识，增强自主创业、加强企业管理和承担社会责任的能力。

二、考核知识点与考核目标

（一）企业与公司（一般）

识记：企业的概念和企业的特征、公司的形式、企业社会责任的概念

理解：企业的起源、企业的类型

应用：公司的治理结构、企业履行社会责任的意义

（二）企业管理的概念、性质、原则与职能（次重点）

识记：企业管理的概念

理解：企业管理的性质和企业管理的原则

应用：企业管理的职能

（三）企业管理的对象与方法（一般）

识记：企业管理的对象

理解：企业管理的基本方法

应用：科学运用企业管理的方法

（四）企业管理的流程与框架（重点）

识记：管理流程的概念和特点

理解：企业管理流程

应用：企业管理流程系统

（五）企业管理的法律环境（一般）

识记：企业管理相关的经济法律类型

理解：公司法、税法、劳动法、合同法、知识产权法、环境保护法的概念、要求

应用：企业管理的法律环境分析

第二章 现代企业管理基础

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解西方和中国管理思想、管理思想的基本内容，熟知管理者的类型、职责、角色，管理者应具备的技能及应具备的素质，掌握管理的概念与特征、性质、职能，管理思想的代表人物及其主要观点，能够把握各种管理理论和方法产生的原因与背景，从而更加理性而自觉地指导管理实践。

二、考核知识点与考核目标

（一）管理（一般）

识记：管理的概念、管理职能的概念

理解：管理的特征、管理的性质、管理职能的划分

应用：管理的两重性和管理的科学性与艺术性、管理的基本职能

（二）管理者（次重点）

识记：管理者的概念

理解：管理者的类型、管理者角色、管理技能

应用：管理者职责、管理者层次与管理职能、管理层次与管理技能、管理者素质

（三）管理思想（重点）

识记：管理思想演变阶段的划分

理解：泰勒的科学管理理论、法约尔的一般管理理论、韦伯的行政组织理论、梅奥的霍桑实验及结论、现代管理学派

应用：西方古典管理理论和行为科学管理理论对现代企业管理作用、现代管理学派和现代管理思想前沿

第三章 企业战略管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解企业战略的概念与特征，熟知企业战略应解决的问题、企业战略的制定，掌握企业战略的构成要素、企业战略的层次、企业环境及构成、企业战略的基本类型，能够具有对企业环境进行分析的能力，具有制定企业战略的能力。

二、考核知识点与考核目标

（一）企业战略管理概述（一般）

识记：企业战略的概念、企业战略的特征

理解：企业战略的构成要素、企业战略的层次

应用：企业战略应解决的问题

（二）战略环境分析（一般）

识记：企业环境的概念、企业环境分析的任务

理解：企业外部环境分析的内容、企业内部条件分析的内容

应用：行业结构模型——五力分析、企业战略态势的综合分析——SWOT分析

（三）企业战略的基本类型（次重点）

识记：成本领先战略、产品差异化战略、集中型战略、稳定型战略、紧缩型战略、增长型战略的概念

理解：一般性竞争战略和总体战略类型

应用：各种企业战略优缺点及运用

（四）企业战略的制定（重点）

识记：企业战略目标的概念

理解：企业战略目标的层次结构、确定战略目标的原理、经营领域战略的确定

应用：企业总体战略的制定——波士顿矩阵分析法、麦肯锡矩阵

第四章 企业计划管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解计划工作及种类，并了解计划职能的内容、要求和特点、决策的概念和特征、类型，熟知编制计划的原则、计划的权变因素、计划的编制技术，决策的程序、原则以及影响决策的因素。掌握编制计划的步骤、目标管理的程序及优缺点，管理决策的定性决策方法和定量决策方法。能够具有对环境进行分析，按照计划的基本原则和计划的编制步骤以及计划的编制技术来编制合理可行的计划书的能力，能够熟练掌握各种决策的方法，具有能运用某一具体的决策方法选择可行方案的技能。

二、考核知识点与考核目标

（一）计划概述（一般）

识记：计划工作的概念和任务、计划的内容、要求和特点

理解：计划在管理中的地位和作用、计划的种类

应用：计划的表现形式、计划指标体系

（二）计划的制订（次重点）

识记：计划的权变因素

理解：制订计划的原则和制订计划的步骤

应用：计划的制订方法

（三）企业管理决策（重点）

识记：决策的概念、决策的特征、决策的影响因素

理解：决策的类型、决策的程序、决策的原则

应用：影响决策的因素和管理决策方法

第五章 企业组织管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解组织的概念、特征、形式、职能，以及组织设计的目的、组织层级设计中的授权、组织文化的概念和性质，熟知组织设计的任务、组织部门化、组织的层级化与管理幅度，掌握组织设计的原则、影响组织设计的因素、组织的层级设计需要解决的主要问题、组织结构的常见形式、组织文化的构成与功能、组织文化的培育。能够掌握组织的常见形式，学会应用协调职权关系的方法和艺术。

二、考核知识点与考核目标

（一）组织概述（一般）

识记：组织的概念和组织的特征

理解：组织的形式、组织职能的内容

应用：组织的职能体现

（二）组织设计（次重点）

识记：组织设计的概念、组织设计的目的、管理幅度、职权
理解：组织设计的任务、组织设计的原则和组织部门化
应用：组织层次与管理幅度的关系、管理幅度设计的影响因素、组织层次设计的三种职权、组织层次化设计中的集权与分权

（三）组织结构形式（重点）

识记：组织的概念
理解：组织的类型、各种组织的优缺点
应用：传统组织结构即直线制、职能制和现代组织结构即直线职能制、矩阵制、事业部制的运用

（四）组织文化（一般）

识记：组织的概念、组织的形态、组织的性质
理解：组织的构成要素、组织的功能
应用：组织的培育

第六章 企业领导管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解领导与管理者的联系与区别、领导集体的构成、领导权力的概念和来源，熟知领导的实质和作用、领导者的素质及条件、经济全球化对企业领导的新要求，掌握领导方式理论、影响领导效果的因素、成功者的领导艺术，能够掌握在领导过程中运用领导艺术解决实际问题的能力。

二、考核知识点与考核目标

（一）领导概述（一般）

识记：领导的概述、领导的实质
理解：领导与管理的关系、领导的作用、领导者的素质
应用：领导集体的构成、经济全球化对企业领导提出的新要求

（二）领导方式（次重点）

识记：领导行为方式理论和权变领导理论
理解：勒温的三种领导方式、领导方式的连续统一体理论、管理方格理论、费德勒模型、目标——途径理论、领导生命周期理论
应用：现代领导方式理论

（三）领导艺术（一般）

识记：权力的概念、领导权力的来源
理解：影响领导效果的因素
应用：成功者的领导艺术

（四）激励管理（重点）

识记：激励的概念、激励的性质、激励的类型
理解：激励的作用、激励的过程、马斯洛需要层次理论、双因素激励理论、X理论和Y理论、成就需要理论、ERG理论、公平理论、期望理论、综合激励理论、强化理论

应用：各种激励理论、激励管理

（五）沟通管理（一般）

识记：沟通的概念、沟通的目的、沟通的特点

理解：沟通的过程、沟通的种类、沟通的网络

应用：沟通管理、组织冲突与谈判

第七章 企业控制管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解控制的概念、特征，熟知有效控制的原则、内容及重要性，掌握控制与其他管理职能的关系、控制管理系统的组成、控制的类型、控制的前提条件、控制的步骤、控制的方法，能够掌握控制在组织中的应用方法和步骤，掌握控制系统建立的方法和技巧。

二、考核知识点与考核目标

（一）控制概述（一般）

识记：控制的概念、控制的目的、控制的特征

理解：有效控制的原则、控制的重要性、控制与其他管理职能的关系

应用：控制的内容、控制管理系统的组成

（二）控制的类型（一般）

识记：各种控制类型的概念

理解：前馈控制、同步控制和反馈控制、间接控制和直接控制、预防性控制和更正性控制、正式组织控制、群体控制和自我控制、集中控制、分散控制和分级控制的优缺点

应用：控制类型的运用

（三）控制的基本程序（次重点）

识记：控制的前提条件

理解：控制的步骤

应用：控制的基本程序运用

（四）控制的方法（重点）

识记：预算的概念和种类、弹性预算和零基预算的概念

理解：预算的优缺点、预算控制的方法、非预算控制的方法

应用：各种控制方法的运用

第八章 企业生产运作管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解企业生产运作管理的概念和基本内容、生产运作过程的空间组织与时间组织的内容，熟悉企业现场管理的基本方法、明确全面质量管理的基本内涵，掌握企业生产过程、现场管理的基本方法、全面质量管理的过程，

能够掌握生产过程的空间组织与时间组织方法，能够运用企业现场管理的基本方法，掌握全面质量管理的内容和基本过程，能够使用质量管理的新老工具进行质量管理分析。

二、考核知识点与考核目标

（一）生产运作管理概述（一般）

识记：生产运作管理的概念

理解：现代生产运作管理的环境与特征、生产运作类型

应用：生产运作管理的基本内容和基本问题

（二）生产过程组织（一般）

识记：生产过程组织的概念、生产过程的空间组织和生产过程的时间组织的概念

理解：生产过程空间组织的厂址选择、生产过程空间组织的原则和形式、生产过程时间组织三种移动方式

应用：生产过程的组织形式

（三）生产现场管理（重点）

识记：生产现场管理的概念、5S 现场管理法、定置管理、目标管理的概念

理解：5S 管理与其他管理活动的关系、定置管理的内容、目标管理的作用与主要内容

应用：结合案例运用 5S 现场管理法、定置管理、目标管理进行分析

（四）全面质量管理（次重点）

识记：质量与质量管理的概念、质量经济性、质量成本、全面质量管理的概念

理解：质量管理发展三个阶段、质量经济分析的重要性、质量成本的构成、全质量管理的原则和本质、全面质量管理的思想基础和方法依据即 PDCA 循环

应用：质量经济分析方法、质量成本预测和计划、质量成本分析和报告、质量成本控制和考核、质量管理新、老七种工具方法

第九章 企业市场营销管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解市场营销的观念、市场营销环境分析的主要内容，熟知市场营销的基本方法，掌握市场细分、目标市场选择、市场定位的基本步骤和策略、市场营销组合的基本策略，掌握企业市场营销的基本内容、能够具体运用市场营销相关的基本方法。

二、考核知识点与考核目标

（一）市场营销概述（一般）

识记：市场及其相关概念、市场营销的含义

理解：市场营销的相关概念

应用：市场营销观念

(二) 市场营销环境分析（次重点）

识记：市场营销环境的概念

理解：市场营销环境对企业营销的影响、市场营销环境分析内容

应用：微观市场营销环境分析、宏观市场营销环境分析

(三) 市场细分、目标市场选择与市场定位（重点）

识记：市场细分、目标市场、市场定位的概念

理解：市场细分的作用和市场细分的程序、企业选择目标市场的标准或条件、影响目标市场策略选择的因素、市场定位的作用和市场定位的步骤

应用：细分市场的依据和市场细分的方法、目标市场模式选择和目标市场策略、市场定位的方法和定位的战略

(四) 市场营销组合策略（一般）

识记：市场营销组合的概念、产品、品牌、包装和产品生命周期的概念、分销渠道和促销策略的概念

理解：产品的五个层次、品牌资产、商标和包装的作用产品生命周期阶段、影响定价的因素、分销渠道类型、影响分销渠道设计的因素、促销方式

应用：品牌策略、包装策略、产品生命周期策略、定价方法和定价策略、分销渠道的设计和分销渠道的管理、促销策略

第十章 企业财务管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，理解企业财务管理的基本概念、内容、过程，熟知企业筹资管理、投资管理、资产管理、利润分配管理，掌握财务分析的基本内容、方法，具备能够对一般企业的财务管理情况进行简单基本分析的能力。

二、考核知识点与考核目标

(一) 财务管理概述（一般）

识记：财务管理的概念和特征

理解：财务活动、财务管理的目标、财务管理的外部环境

应用：财务管理的内容、财务管理的环节

(二) 筹资管理（次重点）

识记：筹资的含义

理解：筹资的分类、筹资动机与要求、筹资渠道与筹资方式对应关系、资本成本

应用：影响企业筹资决策的因素、筹资渠道和筹资方式

(三) 投资管理（次重点）

识记：投资、项目投资和投资决策的概念

理解：投资的类型、项目投资的特点和意义

应用：投资决策主要考虑因素、投资的程序和投资项目可行性研究

（四）企业资产管理（重点）

识记：流动资产的概念及特点、经济订购批量、固定资产和固定资产折旧的概念、无形资产的概念

理解：现金管理、应收账款管理、存货管理、固定资产的分类和计价、固定资产管理的要求和意义、无形资产分类、无形资产计价及摊销、无形资产转让和投资

应用：流动资产管理、固定资产折旧管理和固定资产投资管理、无形资产管理

（五）利润分配管理（一般）

识记：企业利润分配程序

理解：利润分配的价值、股票支付的方式、股票股利和股票分割

应用：股份公司的股利政策

（六）财务分析（一般）

识记：财务分析的概念、长期偿债能力、营运能力、盈利能力和发展能力的概念

理解：财务分析的内容和作用

应用：偿债能力分析、营运能力分析、盈利能力分析、发展能力分析

第十一章 企业人力资源管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习理解人力资源、人力资源管理、人才选拔的概念，熟知人员配备计划、职位分类与定编定员、人员选聘的标准与途径、人员考核的内容和分类方法，掌握人员选聘的程序、人员选聘的方法、人员培训的程序和方法、人员考核方法，能够结合有关人力资源管理的理论，将其运用在今后的实际工作中。

二、考核知识点与考核目标

（一）人力资源管理概述（一般）

识记：人力资源、人才资源和人力资本的概念、人力资源管理的概念、人力资源开发的概念

理解：人力资源的特征、人力资源管理的特征、人力资源开发与人力资源管理的联系与区别、人力资源管理的目标、功能、任务

应用：人力资源管理的主要活动及其关系

（二）人才选拔（次重点）

识记：人才选拔的概念、职位分类和定编定员的概念

理解：人员配备计划

应用：职位分类和定编定员

(三) 人员选聘 (重点)

识记: 人员选聘的标准

理解: 人员选聘的原则、人员选聘的程序

应用: 人员选聘的途径和人员选聘的方法

(四) 人员培训 (一般)

识记: 人员培训的概念

理解: 人员培训的必要性、人员培训的内容

应用: 人员培训的程序和方法

(五) 人员考核与薪酬制度 (次重点)

识记: 人员考核的内容

理解: 人员考核的必要性、人员考核的分类

应用: 人员考核的方法、薪酬制度

第十二章 企业创新管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习, 理解创新管理的概念、职能和作用, 熟知创新管理的内容和过程, 掌握满足创新管理的基本条件, 具备结合有关管理的具体情况, 分析和解决企业创新管理的能力。

二、考核知识点与考核目标

(一) 创新管理的内容与过程 (重点)

识记: 创新管理的过程

理解: 创新管理的内容

应用: 根据创新管理过程从哪些方面做好企业创新管理

(二) 创新管理的基本条件与能力提高的途径 (次重点)

识记: 创新管理的基本条件

理解: 创新管理能力提高的途径

应用: 根据现代企业管理具体情况提高企业创新管理能力

(三) 创新管理概述 (一般)

识记: 创新管理的概念

理解: 创新管理的理论依据

应用: 创新管理的作用和创新管理的原则

第十三章 企业团队管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习, 理解团队、团队的分类及团队的角色, 熟知团队管理的原则和方法、团队外部关系, 掌握团队构建的程序和方法、团队的核心要素, 具备了解自己所在团队的能力, 能够正确地扮演自己在团队中的角色, 进而掌握构建团队的方法和管理团队的要点。

二、考核知识点与考核目标

（一）团队概述（一般）

识记：团队的概念和性质

理解：团队高效的特征和团队的组织形式

应用：高效团队的建设和团队与非团队群体的转化

（二）团队的分类（次重点）

识记：正式团队和非正式团队的概念

理解：正式团队和非正式团队的类型

应用：自主管理团队

（三）团队的构建（重点）

识记：团队的角色

理解：构建团队的原因，团队构建的任务和程序，团队构建的意义

应用：团队效力圈和团队价值的三个维度

（四）团队管理原则（次重点）

识记：团队的核心要素

理解：团队管理的原则和团队管理的方法

应用：团队管理的方法和团队管理中应该注意的问题

（五）团队外部关系（一般）

识记：团队外部的联系

理解：团队之间的作用

应用：团队之间的关系即团队融洽相处和处理紧张关系

第三部分 有关说明与实施要求

一、考核的能力层次表述

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：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，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

二、教材

1、指定教材：

现代企业管理，王俊峰、李贺，上海财经大学出版社，2015年第一版

2. 参考教材：

管理学原理与方法，周三多、陈传明，鲁明泓，复旦大学出版社，2011年版

战略管理（第八版），[美]弗雷德·R·戴维，经济科学出版社，2001 年版
市场营销基础：理论 案例 实训，黄涌波、李贺、张旭凤，上海财经大学出版社，2014 年版本

企业人力资源管理，卢海萍、王俊峰，上海财经大学出版社，2015 年版

现代企业管理，宁凌、唐楚生，机械工业出版社，2013 年版

全国中小企业经营管理专业指定教材，王其文，中国人民大学出版社，2013 年版

三、自学方法指导

1. 在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。
2. 阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。
3. 在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。
4. 完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

四、对社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。
3. 辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
4. 辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
5. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
6. 注意对应考者能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
7. 要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。
8. 助学学时：本课程共 6 学分，建议总课时 108 学时，其中助学课时分配如下：

章 次	内 容	学 时
第一章	企业与企业管理	6
第二章	现代企业管理基础	6
第三章	划企业战略管理	8
第四章	企业计划管理	10
第五章	企业组织管理	10
第六章	企业领导管理	10
第七章	企业控制管理	8
第八章	企业生产运作管理	10
第九章	企业市场营销管理	10
第十章	企业财务管理	10
第十一章	企业人力资源管理	8
第十二章	企业创新管理	6
第十三章	企业团队管理	6
合 计		108

五、关于命题考试的若干规定

1. 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
2. 试卷中对不同能力层次的试题比例大致是：“识记”为 20%、“理解”为 40%、“应用”为 40%。
3. 试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。
4. 每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占 60%，次重点占 30%，一般占 10%。
5. 试题类型一般分为：单项选择题、多项选择题、名词解释题、简答题、论述题、案例分析题。
6. 考试采用闭卷笔试，考试时间 150 分钟，采用百分制评分，60 分合格。

六、题型示例（样题）

一、单项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 现代市场经济条件下最主要的企业形式是

A. 独资企业 B. 合伙制企业 C. 公司制企业 D. 公司集团

二、多项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

1. 管理的两重性是指管理的

- A. 科学性 B. 艺术性 C. 自然属性
D. 社会属性 E. 实践性

三、名词解释题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 企业战略

四、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 简述计划职能的内容、要求和特点。

五、论述题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 论述现代企业如何提高创新管理能力。

六、案例分析题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 宏大集团公司是一家拥有 20 家子公司和分公司的大型集团公司，集团公司对分公司的管理方式是独立经营、集中核算。有一位分公司的张经理最近听了关于目标管理的讲座，很受启发和鼓舞，计划在分公司内推行目标管理。在一次部门经理会议上，张经理详细叙述了这种方法的实际应用与发展情况，指出来在公司推行这种方法的好处，提出计划在公司实施目标管理，并要求下属人员考虑他的建议。一段时间后，在一次部门经理会议上，大家对实施目标管理进行了讨论。财务经理提出，集团总公司对分公司下一年的目标没有明确指示，生产经理也提出，总公司对分公司的目标也无明确要求，分公司要做什么也不清楚，等等。听到这些后，张经理说：“这些都无关紧要，不会影响我们实施目标管理。其实，目标没什么神秘的，我们分公司计划明年的销售额达到 500 万元，税后利润达到 8%，投资收益率达到 15%，正在进行的新产品项目很快就能投产，我们以后还会有更进一步目标，如今年年底前完成我们的新市场开发工作，保持员工流动率在 15% 以下……”张经理越说越兴奋：“下个月，你们每个人要把这些目标转换成自己部门可考核的目标，并能用数字表达，这些数字加起来就构成我们分公司的总目标了。”部门经理听到这里，对自己的领导提出这些可考核的目标及如此明确和自信的陈述感到惊讶，一时无语。

请根据上述资料回答下列问题：

- (1) 什么是目标管理？其特点是什么？
(2) 张经理设置目标的方法是否妥当？你认为应该如何做？