

上海市高等教育自学考试
会展管理专业（独立本科层次）（B020180）
会展企业战略管理（08888）
自学考试大纲

上海应用技术大学自学考试办公室编
上海市高等教育自学考试委员会组编
2014 年版

I、课程性质及其设置的目的和要求

一、本课程的性质与设置的目的

《会展企业战略管理》是基于会展行业的特点，为会展企业的现行和未来中高层管理人员量身定做的一门核心和高端课程。它是会展经济与管理专业的一门专业核心课程，覆盖了本科、硕士、博士、在职培训项目等各个层次的会展管理教育项目。会展企业战略管理能为会展企业发现机遇、识别风险、趋利避害，确定科学的发展目标和合理的发展路径等提供理论框架。

二、本课程的基本要求

通过本课程的学习，学生应首先了解企业战略管理的含义、性质、内容、意义、原则，以及战略的类型与内容，战略的制定、实施、评价等战略管理的基础知识。其次，学生应对会展业竞争环境和会展企业的内部经营管理状况具有较为深入地了解，能够运用战略管理的成熟理论模型和经典分析方法对会展实践案例进行综合分析和剖析，形成自己的独到认知和见解。最后，能够做到战略管理知识与其他各门专业课知识的融会贯通与应用，全方位地提升自己的分析能力、创新能力和应变能力。

三、与相关课程的关系

“会展概论”、“管理学”、“市场营销”等课程的理论和知识都是本课程理论和知识形成的依据，因此，在学习本课程之前，考生要先学习上述课程。并对会展营销、会展项目管理等会展实践具有一定的了解和认知。

II、课程内容与考核目标

第一章 企业战略概述

一、学习目标和要求

通过学习本章内容，深刻理解企业的远景与使命，掌握企业战略的定义域特征，清楚企业战略的层次。

二、课程内容

（一）企业的远景与使命

（二）企业战略

（三）企业战略的层次

三、考核知识点

（一）企业远景、企业使命和企业战略的概念

（二）企业使命内容与界定

（三）战略目标和企业目标

（四）企业远景的 4 个基本特征

（五）企业远景的作用，企业远景与使命的关系

（六）企业使命表述应注意的问题

（七）企业战略的特征和基本内容

（八）企业战略的构成要素

（九）企业战略的 4 个层次及其内涵

四、考试要求

（一）企业的远景与使命

1、识记：（1）企业远景的概念；（2）企业使命的概念；（3）企业使命内容与界定；（4）战略目标。

2、领会：（1）企业远景的 4 个基本特征；（2）企业远景的作用。

3、简单应用：（1）企业使命表述应注意的问题；（2）企业远景与使命的关系；（3）企业目标。

（二）企业战略

1、识记：（1）企业战略的概念；（2）企业战略的特征；（3）企业战略的构成要素；（4）企业战略的基本内容。

（三）企业战略的层次

1、领会：（1）企业战略的 4 个层次及其内涵。

第二章 企业战略管理与战略管理者

一、学习目标和要求

通过本章内容的学习，同学们能深入理解企业战略管理的定义与特点，系统掌握企业战略管理的过程与基本任务，并了解战略管理者的构成、角色与特征等。

二、课程内容

（一）企业战略管理

（二）企业战略管理的 5 项任务

（三）战略管理者

三、考核知识点

（一）战略管理的定义

（二）战略管理过程

（三）战略管理与业务管理的联系与区别

（四）企业战略管理的 5 项任务

（五）战略远景和业务使命的提出

（六）设立目标体系和制定战略完成目标

（七）战略实施和执行

（八）业务评估与战略发展调整

（九）战略管理者的构成和战略管理者技能

（十）战略管理者角色、特征和风格

（十一）战略管理者与社会责任

四、考核要求

（一）企业战略管理

1、识记：（1）战略管理的定义；（2）战略管理过程。

2、领会：（1）战略管理与业务管理的联系与区别。

（二）企业战略管理的 5 项任务

1、识记：（1）企业战略管理的 5 项任务。

- 1、领会：（1）战略远景和业务使命的提出；（2）设立目标体系。
- 2、简单应用：（1）制定战略完成目标；（2）战略实施和执行；（3）业务评估与战略发展调整。

（三）战略管理者

- 1、领会：（1）战略管理者的构成；（2）战略管理者角色；（3）战略管理者技能；（4）战略管理者特征。
- 2、简单应用：（1）战略管理者风格；（2）战略管理者与社会责任。

第三章 企业外部环境分析

一、学习目标和要求

通过本章内容的学习，学员们能够了解环境的不确定性分析，深刻理解与掌握企业宏观环境分析和企业行业结构分析。

二、课程内容

- （一）环境的不确定性分析
- （二）企业宏观环境分析
- （三）企业行业结构分析

三、考核知识点

- （一）环境的不确定性和适应环境的不确定性
- （二）宏观环境分析的 4 类要素（PEST）及其使用
- （三）波特竞争力量模型、要素及其应用

四、考核要求

- （一）环境的不确定性分析

- 1、领会：（1）环境的不确定性；（2）适应环境的不确定性。

- （二）企业宏观环境分析

- 1、识记：（1）宏观环境分析的 4 类要素（PEST）。

- 2、领会：（1）政治与法律环境分析；（2）经济环境分析；（3）社会文化环境分析；（4）技术环境分析。

- 3、综合应用：（1）用 PEST 模型分析会展行业的宏观经济环境。

- （三）企业行业结构分析

- 1、识记：（1）波特竞争力量模型。
- 2、领会：（1）潜在进入者分析；（2）竞争对手之间的抗衡；（3）替代品的威胁；（4）供应商分析；（5）顾客的讨价还价能力。
- 3、综合应用：（1）运用波特竞争力量模型分析会展行业。

第四章 企业内部环境分析

一、学习目标和要求

通过本章内容的学习，同学们能够系统掌握企业的资源、能力与竞争优势分析和市场份额与市场地位分析，并能够应用 SWOT 分析。

二、课程内容

- （一）企业的资源、能力与竞争优势分析
- （二）企业市场份额和市场地位分析
- （三）SWOT 分析

三、考核知识点

- （一）资源、能力和价值链的定义
- （二）资源的分类
- （三）竞争能力和竞争优势
- （四）波士顿矩阵
- （五）SWOT 分析模型

四、考核要求

- （一）企业的资源、能力与竞争优势分析

1、识记：（1）资源的定义；（2）资源的分类；（3）能力的定义；（4）价值链的定义。

2、领会：（1）价值链分析；（2）竞争能力分析；（3）竞争优势分析。

- （二）企业市场份额和市场地位分析

1、识记：（1）波士顿矩阵。

- （三）SWOT 分析

1、识记：（1）SWOT 分析模型。

2、综合应用：用 SWOT 方法制定企业战略。

第五章 企业竞争战略

一、学习目标和要求

通过本章内容的学习，同学们能够掌握基本竞争战略及其含义，并对攻防战略和动态竞争战略有个较深入地理解。

二、考核内容

（一）基本竞争战略

（二）攻防战略

（三）动态竞争战略

三、考核知识点

（一）成本领先战略、差异化战略和目标集中战略

（二）进攻战略和防御战略

（三）竞争优势循环

（四）动态竞争的特点

（五）动态竞争条件下的战略思维模式

四、考核要求

（一）基本竞争战略

1、识记：（1）成本领先战略；（2）差异化战略；（3）目标集中战略。

2、简单应用：（1）竞争战略区分。

（二）攻防战略

1、领会：（1）进攻战略；（2）防御战略。

（三）动态竞争战略

1、领会：（1）竞争优势循环；（2）动态竞争的特点；（3）动态竞争条件下的战略思维模式。

第六章 不同行业竞争战略

一、学习目标和要求

通过本章内容的学习，同学们能够理解分处新兴行业、成熟行业、衰退行业等不同行业发展阶段中企业的竞争战略的特点，并对分散行业中和全球性行业的

竞争战略有一定的了解。

二、课程内容

- （一）新兴行业中的竞争战略
- （二）成熟行业中的竞争战略
- （三）衰退行业中的竞争战略
- （四）分散行业的竞争战略

三、考核知识点

- （一）新兴行业的结构特征和竞争战略
- （二）限制行业发展的的问题
- （三）成熟行业的特点和竞争战略
- （四）成熟时期的战略陷阱和衰退行业的战略陷阱
- （五）衰退行业的特点和竞争战略
- （六）行业分散的原因和分散行业竞争战略及潜在的战略陷阱
- （七）全球性竞争的来源与障碍
- （八）影响全球性竞争的趋势和全球性行业竞争战略
- （九）全球性行业的演变

四、考核要求

- （一）新兴行业中的竞争战略

1、领会：（1）新兴行业的结构特征；（2）限制行业发展的的问题；（3）新兴行业竞争战略。

- （二）成熟行业中的竞争战略

1、领会：（1）成熟行业的特点；（2）成熟行业竞争战略；（3）成熟时期的战略陷阱。

- （三）衰退行业中的竞争战略

1、领会：（1）衰退行业的特点；（2）衰退行业竞争战略；（3）衰退行业的战略陷阱。

- （四）分散行业的竞争战略

1、领会：（1）行业分散的原因；（2）分散行业竞争战略；（3）潜在的战略陷阱。

- （五）全球性行业的竞争战略

1、领会：（1）全球性竞争的来源与障碍；（1）全球性行业的演变；（1）全球性行业竞争战略；（1）影响全球性竞争的趋势。

第七章 企业跨国经营战略

一、学习目标和要求

通过本章内容的学习,能够一般性地理解和了解经济全球化、企业跨国经营、跨国经营战略环境分析、国际市场进入方式、国际化经营的战略类型和跨国公司的组织和控制等内容。

二、课程内容

（一）经济全球化与企业跨国经营

（二）跨国经营战略环境分析

（三）国际市场进入方式

（四）国际化经营的战略类型

（五）跨国公司的组织和控制

三、考核知识点

（一）经济全球化的成因、特征和意义

（二）企业实施跨国经营的意义和目的

（三）国家竞争优势分析模型

（四）国际市场机会识别

（五）国际市场的进入模式和国际市场的渗透

（六）国际战略、多国本土化战略、全球化战略和跨国战略

（七）跨国公司的组织体制

（八）跨国公司的经理人才

（九）国际化经营战略的控制

（十）国际化经营战略实施的关键问题

四、考核要求

（一）经济全球化与企业跨国经营

1、领会：（1）经济全球化的成因、特征和意义；（2）企业实施跨国经营的意义和目的。

（二）跨国经营战略环境分析

1、识记：（1）国家竞争优势分析模型。

2、领会：（1）国际市场机会识别。

（三）国际市场进入方式

1、识记：（1）国际市场的进入模式。

2、领会：（1）国际市场的渗透。

（四）国际化经营战略类型

1、领会：（1）国际战略；（2）多国本土化战略；（3）全球化战略；（4）跨国战略。

（五）跨国公司的组织和控制

1、领会：（1）跨国公司的组织体制；（2）跨国公司的经理人才；（3）国际化经营战略的控制；（4）国际化经营战略实施的关键问题。

第八章 企业成长战略

一、学习目标和要求

通过本章内容的学习，同学们能够掌握密集型成长战略、一体化战略和多元化战略，并对企业实现成长战略的方式有一定的了解。

二、课程内容

（一）密集型成长战略

（二）一体化战略

（三）多元化战略

（四）企业实现成长战略的方式

三、考核知识点

（一）密集型成长战略、一体化战略、多元化战略的概念

（二）密集型战略的形式

（三）创新战略

（四）密集型战略退出和巩固

（五）一体化战略的理论基础、类型和适用情况

（六）多元化战略的动因、类型、理论基础和适用情况

（七）内部开发、收购和合并

四、考核要求

（一）密集型成长战略

1、识记：（1）密集型成长战略的概念；（2）密集型战略的形式。

2、领会：（1）创新战略；（2）密集型战略退出和巩固。

（二）一体化战略

1、识记：（1）一体化战略的概念；（2）一体化战略的类型。

2、领会：（1）一体化战略的理论基础；（2）一体化战略的适用情况。

（三）多元化战略

1、识记：（1）多元化战略的涵义；（2）多元化战略的动因；（3）多元化战略的类型。

2、领会：（1）多元化战略的理论基础；（2）多元化战略的适用情况。

（四）企业实现成长战略的方式

1、领会：（1）内部开发；（2）收购；（3）合并。

第九章 企业战略制定与选择

一、学习目标和要求

通过本章内容的学习，同学们能够清楚企业战略的制定过程，掌握战略选择的影响因素，能够应用战略选择模型，并深入理解企业战略选择的原则和误区。

二、课程内容

（一）企业战略制定

（二）战略选择

（三）战略选择模型

（四）企业战略选择的原则和战略选择误区

三、考核知识点

（一）战略制定过程

（二）交互式战略规划

（三）战略制定过程中的基本点

（四）战略选择的影响因素

- (五) 战略方案评价
- (六) 不同阶段的战略选择
- (七) SWOT 分析模型
- (八) 战略选择矩阵
- (九) 战略聚类模型
- (十) 企业战略选择的原则和战略选择陷阱

四、考核要求

(一) 企业战略制定

- 1、识记：(1) 战略制定过程。
- 2、领会：(1) 交互式战略规划；(2) 战略制定过程中的基本点。
- 3、简单应用：(1) 基于战略制定过程制定发展战略。

(二) 战略选择

- 1、识记：(1) 战略选择的影响因素；(2) 战略方案评价。
- 2、领会：(1) 不同阶段的战略选择。

(三) 战略选择模型

- 1、识记：(1) SWOT 分析模型；(2) 战略选择矩阵；(3) 战略聚类模型。

(四) 企业战略选择的原则和战略选择误区

- 1、识记：(1) 企业战略选择的原则。
- 2、领会：(1) 战略选择陷阱。

第十章 企业战略实施

一、学习目标和要求

通过本章内容的学习，同学们能够清晰地认识与掌握企业战略与组织结构的关系，企业战略与企业文化的关系，战略实施与资源配置关系，战略实施的绩效管理以及领导与战略管理等知识。

二、课程内容

- (一) 企业战略与组织结构
- (二) 企业战略与企业文化
- (三) 战略实施与资源配置

(四) 战略实施的绩效管理

(五) 领导与战略管理

三、考核知识点

(一) 组织结构的基本类型

(二) 企业战略影响组织结构

(三) 组织结构对战略具有限制作用

(四) 未来企业的组织特点

(五) 企业文化的定义

(六) 企业文化结构和作用

(七) 企业战略与企业文化的关系

(八) 战略与资源的关系

(九) 企业战略资源的内容及其分配

(十) 战略与资源的动态组合

(十一) 平衡积分卡、关键绩效指标法和目标管理法

(十二) 战略管理对企业领导者的要求

(十三) 领导者应该具备的战略素质

(十四) 领导者的战略思考逻辑

(十五) 战略领导小组的组建与机理

四、考核要求

(一) 企业战略与组织结构

1、识记：(1) 组织结构的基本类型。

2、领会：(1) 企业战略影响组织结构；(2) 组织结构对战略具有限制作用；(3) 未来企业的组织特点。

(二) 企业战略与企业文化

1、识记：(1) 企业文化的定义；(2) 企业文化结构；(3) 企业文化的作用。

2、领会：(1) 企业战略与企业文化的关系。

(三) 战略实施与资源配置

1、识记：(1) 战略与资源的关系。

2、领会：(1) 企业战略资源的内容；(2) 企业战略资源的分配；(3) 战略与资源

源的动态组合。

（四）战略实施的绩效管理

1、识记：（1）平衡积分卡；（2）关键绩效指标法；（3）目标管理法。

2、综合应用：（1）用平衡计分卡实现战略实施和绩效管理。

（五）领导与战略管理

1、简单应用：（1）战略管理对企业领导者的要求；（2）领导者应该具备的战略素质。

2、综合应用：（1）领导者的战略思考逻辑；（2）战略领导小组的组建与机理。

第十一章 企业战略控制

一、学习目标和要求

通过本章内容的学习，同学们能够系统掌握管理控制的基础知识，并理解与掌握战略控制的过程。

二、课程内容

（一）管理控制基础

（二）战略控制的过程

三、考核知识点

（一）控制的类型

（二）管理控制系统模式

（三）企业内部控制

（四）企业的战略控制及其内容

（五）企业的战略控制系统

（六）战略控制的作用

（七）战略控制的基本要求

四、考核要求

（一）管理控制基础

1、识记：（1）控制的类型。

2、简单应用：（1）管理控制系统模式；（2）企业内部控制。

（二）战略控制的过程

1、识记：（1）企业的战略控制；（2）企业的战略控制系统；（3）企业战略控制内容。

2、领会：（1）战略控制的作用；（2）战略控制的基本要求。

第十二章 战略管理咨询

一、学习目标和要求

通过本章内容的学习，同学们能够对战略管理咨询有一个大致的了解，并熟悉战略咨询服务的内容和常用理论工具。

二、课程内容

（一）战略咨询服务

三、考核知识点

（一）战略咨询研究内容

（二）咨询公司战略规划评估工具

四、考核要求

（一）战略咨询服务

1、领会：（1）战略咨询研究内容；（2）咨询公司战略规划评估工具。

III、有关说明与实施要求

一、关于考核目标的说明

1、关于考试大纲与教材的关系

考试大纲以纲要的形式规定了会议酒店管理课程的基本内容,是进行学习和考核的依据;教材是考试大纲所规定课程内容的具体化和系统论述,便于自学应考者自学、理解和掌握。考试大纲和教材在内容上基本一致。

2、关于考核目标的说明

(1) 本课程要求应考者掌握的知识点都作为考核的内容。

(2) 关于考试大纲中四个能力层次的说明:

识记: 要求应考者能知道本课程中有关的名词、概念、原理和知识的含义,并能正确认识和表述。

领会: 要求在识记的基础上,能全面把握本课程中的基本概念、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。

简单应用: 要求在领会的基础上,能运用本课程中的基本概念、基本方法中的少量知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题。

综合应用: 要求在简单应用的基础上,能运用学过的本课程多个知识点,综合分析和解决比较复杂的问题。

二、关于自学教材

《企业战略管理》 丁宁等编著 北京交通大学出版社 2009 年第二版

三、自学方法的指导

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、能够根据所经历或知道的案例素材,运用教材的理论内容进行分析是理

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；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 4 学分，建议总课时 64 学时，其中助学课时分配如下：

章 次	课 程 内 容	学 时
1	企业战略概述	4
2	企业战略管理与战略管理者	6
3	企业外部环境分析	8
4	企业内部环境分析	8
5	企业竞争战略	6
6	不同行业竞争战略	6
7	企业跨国经营战略	4
8	企业成长战略	4

9	企业战略制定与选择	6
10	企业战略实施	6
11	企业战略控制	4
12	战略管理咨询	2
	总计	64

五、关于命题考试的若干规定

1、本课程的命题考试，应根据本大纲规定的课程内容和考核目标，来确认考试范围和考核要求，不要任意扩大或缩小考试范围，或提高或降低考核要求。本大纲各章所规定的考核要求中各知识点都是考试的内容。试题覆盖到章，适当突出重点章节，加大重点内容的覆盖密度。

2、试卷对能力层次的要求应结构合理。对不同能力层次要求的分数比例一般为：识记占 20%，领会占 30%，简单应用占 30%，综合应用占 20%。

3、本课程试题的难易程度应适中。每份试卷中不同难度试题的分数比为：易占 20%，较易占 30%，较难占 30%，难占 20%。应当注意，试题的难易程度与能力层次不是同一概念，在各个能力层次的试题中都存在着不同的难度，切勿将二者混淆。

4、本课程考试的题型有：单项选择题、多项选择题、判断题、名词解释、简答题、论述题。需不需要加案例题型，请老师确认。加了不一定每次命题要出，但没加命题时肯定不能出？

5、考试方式为笔试、闭卷。

6、特殊要求：考试时只允许带钢笔或圆珠笔、2B 铅笔和橡皮。

附录：题型示例

一、单项选择题

1、根据波士顿矩阵，高增长且强竞争地位的业务属于哪类业务？（ ）

A. 明星类 B. 金牛类 C. 问题类 D. 瘦狗类

二、多项选择题

1、迈克尔·波特认为，企业可采取的 3 个基本竞争战略包括（ ）

A. 成本领先战略 B. 差异化战略 C. 营销战略 D. 目标集中战略

三、判断题

1、战略管理的目标就是消灭竞争对手。（ ）

四、名词解释

1、价值链

五、简答题

简答企业战略的层次。

六、论述题

试用 PEST 模型来分析会展产业的宏观外部环境。