

武汉科技学院

2006 年招收硕士学位研究生试卷

科目代号 414

科目名称 现代企业管理

考试时间 2006 年 1 月 15 日下午

报考专业 管理科学与工程

- 1、试题内容不得超过画线范围，试题必须打印，图表清晰，标注准确。
- 2、试题之间不留空格。
- 3、答案请写在答题纸上，在此试卷上答题无效。

题号	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	十一	得分
得分												

本试卷总分 150 分，考试时间为 3 小时。

一、名词解释（**任选 5 题** 5*6=30 分）

- 1、期量标准
- 2、可变生产流水线
- 3、市场
- 4、市场营销观念
- 5、愿望竞争者
- 6、市场定位
- 7、前向一体化
- 8、非程序化决策
- 9、控制

二、填空（20*1=20 分）

- 1、从购买者的角度来观察，每个企业在其营销活动中，都面临 4 种类型的竞争者：（ ）、（ ）、（ ）和（ ）。
- 2、营销组合 4P's 是指（ ）、（ ）、（ ）和（ ）。
- 3、大多数学者将典型的产品生命周期分为 4 个显著的阶段：（ ）、（ ）、（ ）和（ ）。
- 4、法约尔提出了管理具有五种基本职能：（ ）、（ ）、（ ）、（ ）、（ ）。
- 5、组织设计中经常运用的部门划分的标准是（ ）、（ ）、（ ）三个。

三、选择题（4*2=8 分）

- 1、最先提出“管理就是决策”观点的学者曾获得过诺贝尔经济学奖，他是（ ）
A、西蒙 B、泰罗 C、马斯洛 D、甘特

- 2、在组织规模已定的条件下，组织的管理层次与管理幅度的关系是（ ）
A、正比关系 B、反比关系 C、无关系 D、不能确定
- 3、控制过程的最后一步是（ ）
A、制定标准 B、评价成绩并纠偏
C、用标准衡量成绩 D、质量控制
- 4、下面情况不属于赫茨伯格双因素理论中激励因素的是（ ）
A、提升 B、表扬 C、工作条件 D、责任

四、问答题 （**任选4题** 4*8=32分）

- 1、简要叙述企业的营销管理过程。
- 2、市场定位的依据主要有哪些？
- 3、生产流水线生产组织设计有那些步骤？
- 4、简述组织设计的基本原则。
- 5、简述权力与责任。

五、计算：（**任选1题** 10分）

- 1、某厂车床组有车床 10 台，每台车床全年有效工时为 4648 小时，在车床上加工 A、B、C 三种产品，其计划产量分别是 280、400、220 台，单位产品台时定额分别为 45、50、55，试用代表产品法求车床组生产能力。
- 2、假设某厂 A 产品的年产量为 1000 台，考虑节假日和在计划上留有一定余地，全年按 50 周计算，则 A 产品平均每周应出 20 台，有关零件、部件的期量标准数据见表，以第五周末为例用累计编号法编制生产作业计划？

表

	A 产品总装配	K 部件装配	J 零件每台零件	
			机加工	毛坯制造
	20 台	20 台	40 台	40 台
生产周期	1 周	1 周	2 周	2 周
生产间隔期	1 周	1 周	2 周	2 周
保险期	0	1 周	1 周	1 周
生产提前期				
投入提前期				

六、论述题 （50分）

试论述泰罗科学管理理论的主要观点、主要内容及评价。

标答 2

一、名词解释

- 1、指对企业生产作业计划中的生产期限和生产数量，经过科学分析和计算而规定的一套标准数据。
- 2、是指加工的产品对象有若干种，各个加工对象在结构和工艺上时近似的；每种加工对象在流水线上成批轮番进行生产；流水线上每改变一次品种，全线设备就需要进行调整一次；每种加工对象在流水线各道工序上的负荷比应比大致相同的流水线。
- 3、具有某种欲望和需求并愿意和能够以交换来满足此欲望和需求的所有现实顾客和潜在顾客的总和。
- 4、一种以顾客需要和欲望为导向的经营哲学，它把企业的生产经营过程看作是一个不断满足顾客需要的过程，而不仅仅是制造或销售某种产品或服务的过程。
- 5、指满足购买者当前存在的各种愿望的竞争者。
- 6、企业为其产品和品牌确定市场地位，即在目标顾客心目中塑造特定品牌形象，使产品具有一定特色，适合一定顾客的需要和偏好，并与竞争者的产品有所区别。
- 7、企业向前控制分销系统，实现产销一体化
- 8、是指对那种从未出现过的、或者其确切的性质和结构还不很清楚或者相当复杂的例外问题所做的决策。
- 9、是根据计划要求，设立衡量绩效的标准，然后把实际工作结果与预定标准相比较，以确定组织活动中出现的偏差及其严重程度；在此基础上，有针对性地采取必要的纠正措施，以确保组织资源的有效利用和组织目标的圆满实现。

二、填空

- 1、愿望竞争者、平行竞争者、产品形式竞争者、品牌竞争者
- 2、产品、价格、分销（或地点）、促销
- 3、介绍期、成长期、成熟期、衰退期
- 4、计划、组织、指挥、协调、控制
- 5、职能、产品、地区

三、选择题

- 1、A 2、B 3、B 4、C

四、问答题

- 1、（1）分析市场机会。主要包括市场营销环境分析、消费者市场和消费者行为分析、组织市场及其采购者行为分析、营销信息系统和营销调研；
（2）选择目标市场。主要包括市场需求的测量和预测、市场细分化、目标化和定位；
（3）设计营销组合。主要包括产品和服务策略、定价策略、分销策略和促销策略；
（4）管理营销力量。主要包括竞争者分析和竞争性营销策略、营销计划、实施和控制。
- 2、（1）以产品质量、价格或服务定位；
（2）以使用者类型定位；
（3）以使用场合或特殊功能定位；
（4）以区别于竞争者的不同属性定位；
（5）与市场主导者相联系定位。

- 3、(1) 确定流水线节拍；
 (2) 工序同期化；
 (3) 计算流水线上的设备数（工作地）数和设备负荷系数；
 (4) 计算工人配备数；
 (5) 确定流水线节拍性质，选择运输方式和运输装置；
 (6) 流水线地平面布置。

- 4、(1) 层级原则。
 (2) 管理跨度原则；
 (3) 统一指挥原则；
 (4) 责权对等原则；
 (5) 适当授权原则；
 (6) 分工与协作原则；
 (7) 因事设职与因人设职相结合原则。

- 5、(1) 权力与责任必须对等，这是组织设计的基本原则；
 (2) 组织中每个部门和职务都必须完成规定的工作，从而构成了组织中的责任；
 (3) 为了完成工作，都需要一定的资源，而获得及利用这些资源就需要相应的权力；
 (4) 权力小于责任，会导致责任无法完成；权力大于责任，会导致权力的滥用。

五、计算：

1 解：

产 品 名 称	计划产量 (台)	单位产品 台时定额	换 算 系 数	换算为代表 产品量	各种产品占全 部产品比重
①	②	③	④	⑤=②×④	⑥
A	280	45	0.9	252	28.19
B	400	50	1	400	44.74
C	220	55	1.1	242	27.07
合计	900	---	---	894	100
以代表产品为计算单位		换算为具体产品			
表示的生产能力 1 台		单位的生产能力			
⑦(第二步算出)		⑧=⑦×⑥×1/④			
		291			
930		416			
		229			
		936			

确定 B 产品为代表产品，求出以 B 产品为计算单位的车床组生产能力。即： $10 \times 4648 \div 50 = 930$ 台。把 A、C 产品换算为 B 产品，并算出换算为具体产品单位的生产能力，见表计算：

2、解：

	A 产品总装配	K 部件装配	J 零件每台零件
--	---------	--------	----------

			机加工	毛坯制造
	20 台	20 台	40 台	40 台
生产周期	1 周	1 周	2 周	2 周
生产间隔期	1 周	1 周	2 周	2 周
保险期	0	1 周	1 周	1 周
生产提前期	0	2 周	5 周	8 周
投入提前期	1	3 周	7 周	9 周

A 产品每周生产 20 台，第五周末累计生产 100 台，

$$\therefore N_{oa}=100 \text{ 台}$$

A 产品第五周末投入累计数为： $N_{ia}=N_{oa}+T_{ia} \times R=100+1 \times 20=120$ 台

K 部件第五周末生产累计数和投入累计数为：

$$N_{oak}=N_{oa}+T_{oak} \times R=100+2 \times 20=140 \text{ 台}$$

$$N_{iak}=N_{oa}+T_{iak} \times R=100+3 \times 20=160 \text{ 台}$$

J 零件第五周末机加工车间的出产投入累计数为：

$$N_{omj}=N_{oa}+T_{omj} \times R=(100+5 \times 20) \times 2=400$$

$$N_{imj}=N_{oa}+T_{imj} \times R=(100+7 \times 20) \times 2=480$$

J 零件第五周末毛坯车间的出产量累计数为：

$$N_{obj}=N_{oa}+T_{obj} \times R=(100+8 \times 20) \times 2=320$$

$$N_{ioj}=N_{oa}+T_{ioj} \times R=(100+9 \times 20) \times 2=560$$

六、论述题

答：1. 主要观点

- (1) 科学管理的根本目的就是谋求最高的工作效率；
- (2) 达到最高工作效率的重要手段，是用科学的管理方法代替旧的管理经验；
- (3) 实施科学管理的核心问题，是要求管理人员和工人双方在精神和思想上来一个彻底变革。

2. 主要内容

- (1) 对工人提出科学的操作方法，以便合理利用工时，提高工效；
- (2) 在工资制度上实行差别计件制；
- (3) 对工人进行科学的选择、培训、提高；
- (4) 制定科学的工艺规程，并用文件形式固定下来以利推广；
- (5) 使管理和劳动分离，把管理工作称为计划职能，工人的劳动称为执行职能。

3. 评价

- (1) 这是管理理论的创新，将科学引进了管理领域，用科学管理方法代替了传统的凭个人经验进行管理的旧方法；
- (2) 提高了劳动效率，适应了资本主义那个时期发展的需要；
- (3) 提出了管理职能与执行职能的分离，这为管理理论的创立和发展打下了实践基础；
- (4) 泰罗的科学管理把人看成是机器。