

南京航空航天大学

二 00 一年硕士研究生入学考试试题

考试科目: 现代企业管理

说 明: 答案一律写在答题纸上

一. 单项选择题 (每题 1 分, 共 18 分)

1. 法约尔提出的管理五职能包括: 计划、组织、指挥、____、控制。
(A) 决策 (B) 创新 (C) 激励 (D) 协调
2. _____ 组织结构妨碍了必要的集中领导和统一指挥, 易形成多头领导。
(A) 直线制 (B) 职能制 (C) 直线-职能制 (D) 事业部制
3. 马克思关于管理的两重性是指: _____。
(A) 科学性与艺术性 (B) 自然属性与社会属性
(C) 科学性与社会属性 (D) 艺术性与自然属性
4. 管理的_____ 职能就是要选择组织的整体目标和各部门的目标, 决定实现这种目标的行动方案, 从而为管理活动提供基本依据。
(A) 计划 (B) 组织 (C) 领导 (D) 控制
5. 对于规模较小、生产技术比较简单的企业可以采用直线制组织结构形式, 这种组织结构所具有的最大优点是: _____。
(A) 能充分发挥职能机构的专业管理作用。
(B) 企业领导可以摆脱日常事务, 集中精力考虑全局问题。
(C) 每个下级能得到多个上级的工作指导, 管理工作更细。
(D) 结构比较简单, 责任分明, 命令统一, 决策迅速。

6. 以下四种做法, 哪一种最能说明该组织所采取的是较为分权的做法?

- (A) 努力使上级领导集中精力于高层管理。
- (B) 更多、较为重要的决定可由较低层次的管理人员作出。
- (C) 采取积极措施减轻上级领导的工作负担。
- (D) 增加领导的数量。

7. _____ 是对企业现有市场投放新产品或增加产品的品种, 以扩大市场份额增加销售收入为目标的发展战略。

- (A) 多角化经营战略
- (B) 产品发展战略
- (C) 市场发展战略
- (D) 市场渗透战略

8. 某企业在实施兼并战略时, 准备兼并其原材料或零部件供应的企业, 即兼并其上游的生产企业, 该企业准备采取的兼并战略属于: _____。

- (A) 后向兼并
- (B) 前向兼并
- (C) 横向兼并
- (D) 复合兼并

9. 某企业在选择目标市场策略时, 把自己的力量集中在某一个或几个细分市场上, 实行专业化生产或销售, 使企业在这些细分市场上有较大的市场占有率, 以替代在较大市场上的较小的市场占有率, 该企业采取的目标市场策略称之为 _____。

- (A) 无差异市场策略
- (B) 差异性市场策略
- (C) 密集性市场策略
- (D) 市场细分策略

10. 某小型企业在作出产品组合方式的选择时, 根据该企业的专长和具体情况, 发展具有良好销路的某一类产品线, 集中经营单一的产品线, 以满足某一个特定的细分市场的需求, 该企业采取的产品组合方式是 _____。

- (A) 市场专业型
- (B) 有限产品专业型 (集中化组合)
- (C) 产品线专业型
- (D) 特殊产品专业型 (选择性组合)

11.

产品价格
策略是

- (A)
- (C)

12. 某

大量利用
采取的营

- (A)
- (C)

13. 某

确定了为:
活动所需
广告费用于

- (A)
- (C)

14. 企业

(A) 扩
(C) 分

15. 企

(A) 善
(C) 设

16. 在

集体活动中
职能?

- (A) 计
- (C) 组

取的是较为分

人员作出。

品的品种，以

或零部件供应
的兼并战略属

集中在某一个
在这些细分市场
小的市场占有率

格

根据该企业的专
集中经营单一
企业采取的产

集中化组合)

选择性组合)

11. 某企业在新产品投放市场时，采取薄利多销的原则，将新产品价格定得较低，以迅速打开市场局面，该企业采取的新产品定价策略是_____。

- (A) 撇脂定价 (B) 渗透定价
(C) 折让策略 (D) 心理价格策略

12. 某生产日用消费品的企业，在销售渠道方面作出如下决策：大量利用中间商，把销售网点广泛分布在市场的各个角落。该企业采取的营销渠道策略是_____。

- (A) 选择性营销渠道策略 (B) 独立营销渠道策略
(C) 直接销售策略 (D) 广泛性营销渠道策略

13. 某企业在作广告预算时，首先确定了企业的广告目标，然后确定了为达到目标需要进行的具体广告活动，最后预算出完成这些活动所需要的费用，以此作为企业投入的广告费用，该企业采用的广告费用预算方法为_____。

- (A) 目标任务法 (B) 销售比例法
(C) 力所能及法 (D) 竞争对待法

14. 企业发展多角化经营，最主要的目的是：_____。

- (A) 扩大规模 (B) 降低成本
(C) 分散风险 (D) 增加利润

15. 企业管理者对待非正式组织的态度应该是：_____。

- (A) 善加引导 (B) 鼓励发展
(C) 设法取缔 (D) 严加管制

16. 在企业管理中，设计和维持一整套职位系统，使人们在从事集体活动中合理分工合作，以达成共同目标。这属于管理的哪一个职能？

- (A) 计划职能 (B) 领导职能
(C) 组织职能 (D) 控制职能

17. 企业管理者可以分为基层管理者、中层管理者和高层管理者三种。高层管理者主要负责制定：_____。

- (A) 日常程序性决策 (B) 短期操作性决策
(C) 局部程序性决策 (D) 长远全局性决策

18. 对于生产过程具有连续性的大型企业，采用_____的组织结构形式较好。

- (A) 直线-职能制 (B) 事业部制
(C) 模拟分权制 (D) 矩阵制

二. 判断题 (指出下列各题是正确还是错误, 占 6 分; 若错误的话, 简单说明错误的原因, 占 6 分) (共 12 分)

1. 西蒙在他的决策理论中提出用“满意标准”来代替“最优化标准”。
2. 一般来说, 扩大产品组合的宽度和加强产品组合的关联程度, 会导致企业投资风险的增加。
3. 企业谋求利润最大化就是要设法通过提高产品在市场上的价格来实现。
4. 一般来说, 企业的规模越大就越倾向于采取更为分权的组织形式。
5. 从市场营销的观点看, 产品是指具有某种特定物质形状和用途的物体, 即实体的产品。
6. 采用随机抽样法调查, 其样本统计测定值的误差可以用数理统计的方法计算出来, 因此采用该法调查取得的资料较全面调查更为准确、可靠。

三. 名词解释 (每题 3 分, 共 15 分)

1. 股份有限公司
2. 企业经营思想
3. 营销渠道
4. 目标市场
5. 经营目标

四. 简答题 (第一题 6 分, 其它各题均为 4 分, 共 22 分)

1. 试分析产品生命周期各阶段的特点及企业应采取的基本策略。
2. 当前企业为什么要重视对外部环境的研究?
3. 企业在选择广告媒体时主要应考虑哪些因素?
4. 事业部制有哪些优点和缺点?
5. 管理的二重性对我们有什么启示?

五. 计算题 (每题 10 分, 共 20 分)

1. 某企业前几年的销售情况如下表所示, 试用一次指数平滑法预测 2000 年的销售额。设 $\alpha=0.2$, $Y_0=450$ 万元

年份	95	96	97	98	99
销售额 (万元)	450	440	470	500	510

2. 某企业生产某产品的年固定费用为 50 万元, 变动成本为每台 250 元, 若该厂生产能力饱和时, 每台产品的总成本 (包括固定成本与变动成本) 为 500 元, 该产品的国内售价是每台 700 元, 且销售量稳定在每年 1,000 台。这时有一外商来洽谈该产品销往国外的业务, 当外销价为每台 500 元时, 每年外商可订货 800 台, 定价为每台 480 元时, 每年外商可订货 1,000 台, 定价为每台 450 元时, 每年外商可订货 2,000 台。问该企业应采取哪种外销价格能获最大利润?

六. 试分析组织变革的原因和组织变革的阻力, 并论述企业如何克服组织变革中的阻力。(13 分)