

华东理工大学 2002 年企业管理考研试题

一、名词解释（每题 5 分，共 30 分）

1. PERT 网络分析法
2. 矩阵组织结构
3. 促销
4. 目标管理
5. 市场营销
6. 角色期待

二、判断题（每题 1.5 分，共 15 分）

1. 市场营销组合是指在营销管理过程中为实现产品价值而采取的营销活动的总和。
()
2. 大多数情况下，群体容易向冒险转移，所以群体转移常常也称作冒险转移。 ()
3. 产品生命周期一般可分为导入期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段。 ()
4. 个人决策在效率方面优于群体决策。 ()
5. 营销渠道也称分配渠道，或者分销渠道。它是企业的产品在所有权转移过程中从生产领域进入流通领域的途径。 ()
6. 竞争导向定价法是以市场上竞争对手的定价为定价依据，随市场状况的变化确定和调整价格的定价方法。 ()
7. 研究认为，员工工作满意度高则工作绩效高。 ()
8. 目标市场是企业进行市场细分的基础和前提，决定着企业未来的生存和发展空间。
()
9. 企业领导者的权力完全是由其职位决定的，具有什么职位就拥有相应的权力，反之亦然。()
10. 趋势企业组织有从官僚行政组织向适应性组织发展的趋势。()

三、简答题（每题 8 分，共 16 分）

1. 赫茨伯格的双因素理论
2. 市场定位策略

四、论述题（每题 12 分，共 24 分）

1. 试讨论新产品的各种常用定价技巧。
2. 某公司产品未来几年的市场需求预测为上升概率 0.7，下降概率 0.3。
公司面临如下三种可能性选择：

方案	投资（万元）	获利（万元）		服务年限
需求量大 需求量小				
1. 扩建厂房更新设备	700	300	-50	5
2. 更新设备	400	100	60	5
3. 先更新设备，若需求量大，一年后再扩建厂房，增加设备	800	300	—	4

依上述条件，画出决策树并计算各状态结点期望收益。

五、案例分析（共 15 分）

利用激励理论相关知识讨论下列案例。

案例： 银柳饭店

肖云为自己的饭店感到自豪。这家名为银柳的饭店，有着旨理想的店址，高品位的装修，充足的客源，效益十分好，当他在一年前刚接手这家店时，他曾担心可能会招不到合格员工。但后来他同附近某大学的学生助学中心签了一些合同，雇用了一批服务生，这批服务生的服务让客人感到满意，而且他们彼此之间也相处融洽。他还需要解决的惟一问题就是洗碗工的问题。

在最开始，当肖云找到李亚时，他感到很幸运。李亚是一名高中辍学生，他有一些洗碗的经验。肖云给洗碗工的工资不超过每小时 10 元，但李亚似乎并不太介意。而且，小李似乎把碗盘也洗得挺干净的。但他干活儿的速度实在太慢了。肖云原先认为李亚干什么事都慢条斯理，但在观察了李亚在厨房中的行为表现后，想法改变了。李亚爱和厨师们聊天，他常常丢下活儿连续几分钟去闲侃。他还贪吃撒下的盘子中剩余的甜点，而且一旦服务生走近他，他就用水浇射他们。厨房里总是一团糟，每天饭店关门后两小的，为明天开业的一切准备工作都就绪了后，仍然有那么多碗盘堆在那儿，李亚仍在那儿刷、冲和唠叨。肖云开始考虑，李亚的乱糟糟可能有其原因：李亚是按工作小时计酬的，因此他为什么不拖拖拉拉的呢？但是肖云不希望总是看到一个乱成一团的厨房，因此他决定和李亚谈一谈。

肖云认为李亚需要一个目标。肖云计算了一下，李亚在一个有合理效率的晚上可挣 70 元。然后他约见了李亚并提出了一个建议。首先，他问李亚，在最后一位客人离开后最快什么时候能结束他的工作。李亚回答说需要大约 75 分钟时间。当肖云问到他是否有兴趣比他提前 45 分钟时间结束时，李亚的情绪变得激动起来。当肖云许诺每天晚上干完活儿就付给李亚 70 元，而不管他什么时候结束工作时，李亚简直有点不敢相信。这证明了李亚并不喜欢一直工作到凌晨 2 点，但他需要他所能挣到的每一块钱。

到了下周，在厨房通往餐厅去的门旁，挂上了一块新的黑板，上面写着“李亚的目标记录”。在头一个星期末，肖云在上面写上了“75 分钟”。肖云提高了检查碗盘的频率，但他没有发现李亚工作的质量下降了。因此到了星期天，他对李亚说：“让他们试试提高到 1 个小时”。

一个月以后，黑板上的记录变成了“42 分钟”，厨房的环境也发生了翻天覆地的变化。以前的“肮脏的家伙李亚”也经变成了“完美主义者李亚”。他的地方总是收拾得干干净净，当某位服务生端着脏碗盘从餐厅来到厨房时，他经常正在那儿等着活儿，而且他把如果有人从他洗过的碗盘上发现污迹看作是他个人的耻辱。服务生们也没有再抱怨李亚向他们浇水了，他们同李亚打趣说他变成了一个勤快的人了。他们也注意堆放好碗盘，并把银勺分开来，以帮助李亚刷新自己的记录。当李亚第一次在午夜 12 点 42 分就干完了他的活儿时，全体员工一起出去庆祝了 1 个小时。