

## 2001 年上海财经大学企业管理试题

考研加油站收集整理 <http://www.kaoyan.com>

专业：管理与营销

一、名次解释：

1. 领导
2. 计划
3. 目标管理
4. 非正式组织
5. 价值工程
6. 市场机会
7. 期望产品层次
8. 销售代理商
9. 组合定价
10. 投资环境

二、简答题：

1. 简述管理层次与管理幅度的关系。
2. 说明影响企业计划工作的权变因素。
3. 决策中可采用哪些决策方法？
4. 双因素理论和需求层次理论有何联系？
5. 某企业拟定一个有关企业经营发展的规划，根据本企业的实际生产能力，本地区生产能力的布局以及市场近期和长期需求预测，初步拟定三个可行方案。它们的投资额及未来可能的年损益额如下表所示。企业经营年限为 10 年，试问应选择哪个方案较合理？

	销路好 0.5	一般 0.3	差 0.1	极差 0.1
扩建（100）	50	25	-25	-45
新建（200）	70	30	-40	-80
转包（20）	30	15	-5	-10

6. 市场细分化的主要意义。
7. 营销策略组合的特征有哪些？
8. BCG 矩阵图的主要作用是什么？
9. 崭新的特约代理组织有哪几种形式？
10. 海外广告代理商的主要代理形式有哪几种？

三、论述题：

1. 试述建立现代企业制度的必要性。
2. 试述社会营销观念对我国企业的现实指导意义。