

1999 年复旦大学企业经营管理试题

考研加油站收集整理 <http://www.kaoyan.com>

一. 名词解释 (20%)

1) 直线参谋制 2) 管理幅度 3) 目标市场 4) 促销组合 5) 股本结构

二. 简答题 (24%)

1) 简述市场细分化含义及过程 2) 市场撇脂定价法及实施的条件
3) 试比较 x 理论与 y 理论的异同

四. 算题 (24%)

1) 请画出盈亏平衡分析的曲线图, 并说明其内在的决策与管理的原理
2) 某公司年赊销额为 4800 万元, 现为促销欲打算放宽信贷标准多争取客户, 此举将增加年

赊销额预计可达 720 万元。新客户平均收帐期为 75 天, 老客户维持原状。可变成本为销售额的

80%。企业资本成本为 20%。假定一年为 360 天。请问该公司放宽信贷标准的促销政策是否可取

? 为什么? (不考虑坏帐)

五. 分析论述题 (32%)

1) 公司加权平均资本成本 (WACC) 可由下式计算:

$$WACC = R_u (1 - D/V * T)$$

其中: R_u ——无负债公司的股东权益成本

V ——公司市场价值

D ——公司所得税率

T ——公司所得税率

(1) 试论证上述计算公式的正确性

(1) 说明上述计算公式的实用价值

2) 去年以来我国的家用电器市场疲软, 为了促进销售, 谋求高的市场占有率, 一些大的家

电公司如长虹、康佳、TCL 等纷纷降价促销, 一时间彩电价格大幅度下降, 消费者甚为高兴。

然而海尔新近推出的海尔彩电价格却比其他企业同类产品价格高出 20%, 且坚持不降价。

论述: (1) 海尔采用的是何种市场策略? 与其他公司相比有何优势?

(2) 这一策略运用下去将对海尔的彩电产品的市场状况产生什么样的后果?

(2) 你认为是否有更好的策略? 是什么?