

全国 2016 年 4 月高等教育自学考试
企业管理概论试题
课程代码:00144

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再涂选其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题(本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 从国有股权在公司中占有份额的多少来看,适用于兵器、宇航等国有工业企业的经营方式是
A. 国家独资经营
B. 国家控股经营
C. 国家参股经营
D. 承包经营
2. 从系统论观点看,“ $1+1 > 2$ ”体现人造系统的哪个特征?
A. 相关性
B. 目的性
C. 整体性
D. 环境适应性
3. 总经理将企业分成若干“组织单位”,让它们各自拥有职能结构,赋予尽可能大的生产经营自主权,但不具有真正的独立核算、自负盈亏的权利。这种组织结构是
A. 直线结构
B. 直线职能结构
C. 矩阵结构
D. 模拟分权结构
4. 突出海洋和船锚元素的某造船企业厂徽,体现的是企业文化层次中的
A. 精神文化
B. 制度文化
C. 表层文化
D. 自然文化
5. 相对于外部招聘而言,企业内部招聘的优点之一是
A. 人才来源广泛
B. 可以为企业输入新鲜血液
C. 可以更快适应工作
D. 可以避免内部出现权术斗争

6. 根据安索夫企业管理理论，“企业在哪个行业经营，生产该行业何种产品，为哪个市场领域服务”所指的是
- A. 成长方向
B. 定位
C. 竞争优势
D. 协同作用
7. 对社会价值观念、风俗习惯、生活方式、消费心理等变化的研究属于企业外部环境调研一般内容中的
- A. 政治环境分析
B. 经济环境分析
C. 社会环境分析
D. 资源环境分析
8. 生产规划、人员素质、技术进步等目标应属于企业战略目标类别中的
- A. 发展性目标
B. 利益性目标
C. 竞争性目标
D. 效益性目标
9. 运用新的科技成果，对产品的加工制造方法、技术和过程等进行改进和革新，这在技术开发对象中指的是
- A. 产品的开发
B. 生产工艺的开发
C. 原材料的开发
D. 设备与工具的开发
10. 在价值工程中，产品的价值是指
- A. 价格
B. 寿命周期与成本之比
C. 技术先进性
D. 功能与费用之比
11. 根据市场需求预测、用户订单和企业生产能力，对企业未来较长一段时间内生产的产品、产出量、库存和所需劳动力等做出总量安排的概括性计划是
- A. 综合生产计划
B. 主生产计划
C. 物料需求计划
D. 能力需求计划
12. 在前后两批物资进厂之间的供应间隔期内，为保证生产正常进行所必需的、经济合理的物资储备，这种库存属于按用途分类中的
- A. 临时性库存
B. 安全库存
C. 季节性库存
D. 经常性库存
13. 在 PDCA 循环中，执行阶段结束后的下一个工作程序是
- A. 计划
B. 组织
C. 检查
D. 处理
14. ISO9000 有 5 个系列标准，虽然侧重点各有不同，但都属于
- A. 国家标准
B. 国际标准
C. 企业标准
D. 行业标准

15. 完全从顾客的需求出发,按顾客的需求去组织产品开发、安排生产和销售所反映的营销观念是
- A. 社会营销观念
B. 循环经济观念
C. 服务营销观念
D. 市场营销观念
16. 某服装加工企业按照工人、农民、军人、知识分子等职业进行市场细分,这种消费品市场细分的标志或依据是
- A. 按地理区划因素细分
B. 按人口因素细分
C. 按购买心理因素细分
D. 按购买行为因素细分
17. 由产品质量、品牌、商标等要素构成的营销策略子系统指的是
- A. 产品要素子系统
B. 渠道要素子系统
C. 价格要素子系统
D. 促销要素子系统
18. 在财务报表分析中,流动比率指标用于企业的
- A. 财务安全状况分析
B. 偿债能力分析
C. 营运能力分析
D. 获利能力分析
19. 企业生产单位管理员工资、设备折旧费、修理费、取暖费等项目应当计入工业企业产品制造成本下的哪个项目?
- A. 直接材料
B. 直接工资
C. 财务费用
D. 制造费用
20. 某企业制定关于生产对象、生产条件、生产方法以及包装、储运等方面的标准,这些标准指的是
- A. 技术标准
B. 管理标准
C. 国际标准
D. 国家标准

二、多项选择题(本大题共5小题,每小题2分,共10分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 企业管理的二重性包括
- A. 自然属性
B. 社会属性
C. 科学性
D. 艺术性
E. 创新性

22. 对企业竞争状况的调查, 其主要内容包括
- A. 竞争对手总体情况的调查
 - B. 竞争对手竞争能力的调查
 - C. 竞争对手发展新产品动向的调查
 - D. 企业细分市场需求的调查
 - E. 潜在竞争对手的调查
23. 适时生产方式 (JIT) 的具体目标是
- A. 消除一切无效劳动和浪费
 - B. 库存最少, 追求零库存
 - C. 大批量、少品种
 - D. 质量追求完美、零缺陷
 - E. 百分百地准时供货服务
24. 对于家用台式电脑这样的耐用产品, 其质量特性可以概括为
- A. 性能
 - B. 寿命
 - C. 可靠性
 - D. 安全性
 - E. 经济性
25. 市场细分的要求有
- A. 划分特性的可衡量性
 - B. 市场开发的效益性
 - C. 进入市场的可行性
 - D. 划分标志的动态性
 - E. 划分特性的不可衡量性

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上, 不能答在试题卷上。

三、名词解释题 (本大题共 3 小题, 每小题 3 分, 共 9 分)

- 26. 企业的人力资源
- 27. 技术评价
- 28. 品牌

四、计算题（本大题共 2 小题，每小题 9 分，共 18 分）

29. 某企业 2016 年预计生产产品 1000 万件，预计全部销售后可实现销售收入 5000 万元，预计销售费用、财务费用、管理费用、产品生产成本分别占销售收入的 20%、8%、12%、40%，请预测：

- (1) 产品生产成本；
- (2) 单位产品生产成本；
- (3) 销售费用、管理费用、财务费用；
- (4) 期间费用。

30. 某企业 2016 年的生产计划安排第一季度 A 系列产品生产 10000 台。A 系列产品共 A₁、A₂、A₃ 三个品种，现已经安排了 A 系列产品 2016 年第一季度的部分主生产计划（如下表），请完成全部主生产计划的安排，即求出下表中 X₁、X₂、X₃、X₄ 的值。

月 份	1 月				2 月				3 月			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
A ₁	400	500	650	300	500	400	X ₂	500	350	0	450	0
A ₂	0	300	0	X ₁	300	0	600	0	0	300	250	600
A ₃	300	0	350	0	0	300	0	250	400	X ₃	0	300
月产量	3000				X ₄				3500			

五、简答题（本大题共 3 小题，每小题 5 分，共 15 分）

31. 简述企业集团的种类。
32. 简述企业建立工资分配制度的要求。
33. 简述战略决策科学化的标志。

六、论述题（本题 13 分）

34. 近年来，我国钢铁、电解铝、LED、光伏等行业中的许多企业，经历了行业扩张、产能过剩、出口受阻、市场萎缩的各种形势，选择和制定过不同的市场战略。试述可供企业选择的市场战略，并结合企业实际进行具体阐述。

七、案例分析题(本题 15 分)

35. 案例背景:

“微信”是一款由腾讯公司于 2010 年 10 月筹划启动,由曾成功开发过 Foxmail、QQ 邮箱等互联网项目的张小龙所带领的广州研发中心产品团队负责开发,由总裁马化腾亲自命名,2011 年 1 月 21 日正式推出的移动即时通讯软件。在此之后,研发团队不断改进微信产品,在零资费、少流量、快速发送语音、视频、图片、文字、支持手机、平板和网页群聊的基础上,逐步实现了利用 QQ 和手机通讯录导入联系人资料,与腾讯微博私信进行互通,“查看附近的人”,“摇一摇”与陌生人交友、漂流瓶和二维码功能。2013 年 2 月 5 日,微信发布 4.5 版,实现了实时对讲和多人实时语音聊天,语音提醒和根据对方发来的位置进行导航,并支持对聊天记录进行搜索、保存和迁移的功能。2015 年 1 月 21 日,微信发布 6.1 版,增加了“附件栏发微信红包”等功能。

2012 年 3 月,微信用户突破 1 亿。2012 年 9 月,微信用户突破 2 亿。截至 2015 年 6 月注册用户量已经突破 6 亿,成为全球下载量和用户量最多的移动即时通讯软件,影响力遍及中国大陆、香港、台湾、东南亚,海外华人聚集地和部分西方国家。

从 2011 年 10 月 1 日发布的 3.0 版本开始,微信加入了对繁体中文语言界面的支持,并支持港、澳、台、美、日五个地区的用户绑定手机号。2012 年 4 月,腾讯公司开始做出将微信推向国际市场的更大努力。为了让微信更容易被欧美人接受,腾讯将微信 4.0 英文版更名为“Wechat”,之后推出多种语言支持。截至 2015 年初微信已经发布了 iPhone、Android、Windows Phone、Blackberry、S60V3/V5 和 S40 等版本的产品。

问题:

- (1) 结合案例,分析在高新技术、网络信息技术快速发展的时代可供企业选择的开拓国内外市场的新谋略。
- (2) 简述企业技术开发的主要途径。结合案例,指出腾讯公司开发“微信”产品的主要途径并做必要说明。