

## 华东理工大学 2003 年经济管理基础理论考研试题

### 一、解释下列概念（40%）

1. 恩格尔定律
2. 范围经济
3. 企业治理结构
4. 决策
5. 营销渠道
6. 群体转移
7. 产品线

### 二、判断正误并解释理由（45%）

- ☐ 1 劣等品就是需求量随收入增加而减少的产品。
- ☐ 2 根据需求规律，任何商品价格上涨时，消费者都会减少对该种商品的购买。
- ☐ 3 边际技术替代率的绝对值是递增的。
- ☐ 4 由于实行价格歧视政策，使得垄断厂商将全部或部分消费者剩余转化为自己的利益，因而，垄断对消费者是没有益处的。
- ☐ 5 所谓剩余索取权，是指在如约付给其他成员的规定报酬之后，监督者享有的获得团队净收入（即利润或剩余）的权利。
- ☐ 6 4P 理论实际上就是营销组合理论的一种简单表述。
- ☐ 7 消费者需求的差异性市场细分的客观基础。
- ☐ 8 目标市场是企业确定细分市场的基础与前提。
- ☐ 9 产品生命周期是指产品从试制成功投入市场到损坏报废所经历的时间。
- ☐ 10 与批发商和零售商一样，生产者同样也是营销渠道中的成员。
- ☐ 11 正强化与负强化目的是一样的，所不同的只是使用的强化物而已。
- ☐ 12 ERG 理论认为，当较高级需要受到挫折时，人们通常会降而求其次。这一点在马斯洛的理论中是没有的。
- ☐ 13 研究发现，群体决策的效率与效果方面都优于个体决策。
- ☐ 14 途径-目标领导理论中，下属成熟度对领导风格与效果是重要影响因素。
- ☐ 15 经济学理论与管理学理论都离不开对人的假设。或者说，它们都是建立在人性假设基础上的。

### 三、简答题（40%）

1. 简述定价法及其优缺点。
2. 简述动态情境领导理论（含义以及所包含的四种领导风格类型）
3. 从交易费用角度简析企业的性质。
4. 举例解释三种主要市场定位策略。
5. 举例解释常见的主要促销手段。

### 四、分析论述题（25%）

1. 解释亚当斯公平理论并阐述其实践意义（要求：阐述理论基础要点：解释公平指数“O/I”中各个变量以及指数本身的含义；感受到不公平后人们可能采取的行为。
2. 从研究假设，研究对象以及研究方法等方面阐释你对经济学与管理学的理解。