

中央财经大学

二〇〇八年硕士研究生复试考试试题 (005)

招生专业: 企业管理(商学院)

考试科目: 企业管理综合知识

注意: 本试题所有答案, 应按试题顺序写在答题纸上, 不必抄题, 写清题号。
写在试卷上不得分。

一、单项选择题 (本大题共 20 小题, 每小题 1 分)

- 下面关于战略定义的相关说法错误的是 ()。
 - 明茨伯格提出了战略的五个不同方面的定义, 即战略是: 计划、计谋、模式、定位和观念
 - 德鲁克认为战略是一种统一的、综合的、一体化的计划, 是用来实现企业基本目标的
 - 安德鲁斯在其《战略与结构》一书中认为, 战略是企业为了实现战略目标进行竞争而进行的重要决策、采取的途径和行动以及为实现目标对企业主要资源进行分配的一种模式
 - 战略是一种概念的内涵, 它存在于需要战略的人们的头脑中, 体现于战略家们对客观世界固有的认识方式
- 关于战略的形成, 企业战略管理学源的观点表述最为正确是 ()。
 - 设计学派将战略形成看作一个概念作用的过程
 - 计划学派将战略看作一个预测的过程
 - 定位学派将战略形成看作一个心理过程
 - 企业家学派将战略看作一个应急的过程
- 企业使命包含了两方面的内容, 即 ()。
 - 经营哲学和企业精神
 - 企业宗旨和战略目标
 - 企业精神和战略目标
 - 企业哲学和企业宗旨
- 依据贝叶斯的理论, 企业规划今后 5 年内所应达到的市场占有率、销售额等目标要求最有可能属于战略目标体系中的 ()。
 - 产品目标
 - 市场目标
 - 竞争目标
 - 盈利目标
- 日本索尼公司于 1989 年以 54 亿美元的价格买下了美国哥伦比亚和三星两家电影公司, 这表明索尼公司此时实施的战略是 ()。
 - 横向一体化战略
 - 多样化发展战略
 - 低成本战略
 - 重点战略
- 当富士在美国向柯达公司发动攻势时, 柯达进入日本市场。你认为柯达当时采用的策略是 ()。

- A. 反击防御 B. 侧翼防御
C. 以攻为守 D. 运动防御

7. 中小型企业应通过市场细分, 去发现那些不为大型企业所重视的细分市场, 抓住这些市场缝隙, 开发和生产这些细分市场所需要的产品。这种战略思想属于 ()。

- A. 快速应变思想 B. 补缺经营思想
C. 集中经营思想 D. 联合经营思想

8. 关于 BCG 矩阵在战略选择中的说法不妥当的是 ()。

- A. 对大多数企业来讲, 企业的首要目标是维护“明星”的地位。
B. “明星”区的业务特征是市场占有率高, 赢利能力强, 所需投资多。
C. 处于“幼童”位置的业务一般采用的战略是扩大市场占有率或放弃。
D. 处于“狗”位置的业务一般采用的是放弃或者清算战略。

9. 在选拔企业经理人员时, 下面说法表述最为正确的是 ()。

- A. 通过外聘那些才华横溢的人员作经理, 可以培养雇员对企业的忠诚精神, 增强企业的凝聚力
B. 现任经理人员对过去的承诺和责任感, 可能会阻碍实施新战略所需要的重要决策
C. 与外聘人员相比, 现任经理主人翁感更强, 被提拔之后, 更容易雄心勃勃的推动使企业发生巨变的战略
D. 企业在招聘时由于所提供的优惠条件所限, 将不可避免地做出某种程度的让步, 这样做并不会影响企业战略地实施

10. 战略控制的基本要素不包括 ()。

- A. 确定评价标准 B. 衡量工作绩效
C. 总结经验教训 D. 及时纠正偏差

11. 市场营销学认为, 市场是由以下三因素所构成 ()。

- A. 供应、需求、价格 B. 供方、需方、商品
C. 人群、购买力、购买意向 D. 顾客、企业、中间商

12. 市场营销管理过程 ()。

- A. 实质是对市场营销进行分析的过程
B. 实质是对市场营销进行计划的过程
C. 实质是对市场营销进行组织的过程
D. 实质是对市场需求进行管理的过程

13. 利用各种方法收集、侦察和提供企业营销环境最新发展信息, 是下列哪个系统的任务 ()。

- A. 内部报告系统 B. 营销情报系统
C. 营销调研系统 D. 营销分析系统

14. 产品组合的宽度是指 ()。

- A. 企业所经营的产品线的数量
B. 企业所经营的产品项目的数量

C. 一条产品线中产品项目的数量

D. 产品线之间的关联程度

15. 在评估渠道方案时, 要依据一系列标准展开, 下列哪项不在这些标准之中 ()。

A. 政治标准

B. 经济标准

C. 控制标准

D. 适应性标准

16. 企业营销的任务除了需要确定目标市场, 了解顾客群体的需要、欲望以及兴趣之外, 同时还应当维持或增加消费者和社会的福利, 这样才能比竞争者更为有效地满足消费者的需要。这一观念属于 ()。

A. 生产观念

B. 推销观念

C. 市场营销观念

D. 社会营销观念

17. 一些竞争者对任何方面的进攻都会做出迅速反应, 一旦自身的业务范围受到挑战, 就会立即组织并发起猛烈的全面反击。这种竞争者属于 ()。

A. 从容不迫型竞争者

B. 选择型竞争者

C. 强劲型竞争者

D. 随机型竞争者

18. 具有消费者参与程度较高、品牌间差异不明显特点的购买行为, 属于 ()。

A. 习惯性的购买行为

B. 寻求变化的购买行为

C. 复杂的购买行为

D. 寻求平衡的购买行为

19. 在市场上已经存在但本企业没有生产过的产品, 是 ()。

A. 完全新产品

B. 换代新产品

C. 改良新产品

D. 模仿新产品

20. 企业以达到一定的销售量或市场占有率为方向进行价格决策, 属于 ()。

A. 利润导向目标

B. 收益导向目标

C. 销售导向目标

D. 分销导向目标

二、名词解释 (本大题共 8 小题, 每小题 2 分, 共 16 分。)

1. 战略管理 2. 交易费用 3. 国际战略联盟 4. 产出控制

5. 品牌 6. 探测性调研 7. 噪声 8. 绿色产品

三、简答题 (本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分。)

1. 企业进行国际化经营的具体原因。

2. 在实施低成本战略时, 企业面对的战略风险有哪些。

3. 产品或服务型组织结构的优点。

4. 整合营销的内容。

5. 产业市场与消费市场的主要差异。

6. 产业购买过程的参与者。

四、论述题 (本大题共 2 小题, 每小题 17 分, 共 34 分。)

1. 企业进行内部环境分析的主要内容及过程。

2. 结合新产品的开发过程, 分析中国企业在新产品开发中存在的主要问题 (8 分), 你认为应该如何解决这些问题? (9 分)

第 19 页 共 60 页