

西安交通大学 编号 82

一九九六年攻读硕士学位研究生入学考试试题

考试科目: 管理学

考试时间 2月4日下午

一、单项选择题(将所选答案的号码填在题尾的括号中, 每小题1分, 计15分)

1. 有决策损益表(见表1), 若按遗憾准则选择方案, 则结果是(C)

表1

	状态S1	S2	S3
方案A	80	60	20
B	50	40	30
C	120	80	-20
D	150	100	-44

70	40	10
100	60	0
30	20	160
0	0	74

2. 二阶段间接成本的特点是(A)

- A. 与各项作业的作业时间成正比, 且与二阶段二期的长期成本共  
 B. 与各项作业的作业时间成正比, 且与二阶段二期的长期成本共  
 C. 与各项作业的作业时间无关, 且与二阶段二期的长期成本共  
 D. A、B、C都不对

3. 划分产品生命周期各阶段的主要标志是( )

- A. 产品累计生产量 B. 产品销售增长率  
 C. 产品获利水平 D. A、B、C都不对

4. 把同一型号的产品生产成不同颜色以满足不同顾客的需要, 该设计是A

- A. 成本不变, 功能提高 B. 成本降低, 功能提高  
 C. 成本提高, 功能提高 D. A、B、C都不对

5. 以泰勒(Taylor)为代表的科学管理理论的特点是C

- A. 以经营管理为中心 B. 以提高效益为中心  
 C. 以提高工效为中心 D. A、B、C都不对

6. 将管理要素按目标的要求组合成一个整体, 体现了管理的(B)

- A. 计划职能 B. 组织职能  
 C. 协调职能 D. A、B、C都不对

7. 可变流水线的特点是( )

- A. 固定地连续生产一种制品 B. 固定地间断生产一种制品  
 C. 固定地轮番生产几种制品 D. A、B、C都不对

8. 价值工程的基本作用表现在 (C)

- A. 合理组织生产过程, 减少机会损失, 降低产品成本  
B. 提高产品质量, 减少失败损失, 降低产品成本  
C. 改进产品设计, 减少过剩设计和无效设计, 降低产品成本  
D. A. B. C都不对

9. 无差异市场营销策略的基本特点是 ( )

- A. 以同一产品适应不同市场面的不同需求  
B. 以同一产品适应不同市场面的共同需求  
C. 以同一产品适应同一市场面的不同需求  
D. A. B. C都不对

$$E_p = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P}$$

10. 若商品的需求弹性系数  $E > 1$  且采用降价策略, 则 ( )

- A. 销售量增加且总收入增加  
B. 销售量增加而总收入不变  
C. 销售量减少且总收入减少  
D. A. B. C都不对

11. 统计质量管理(SQC)的特点之一是 (B)

- A. 技术检验的专门化  
B. 在制造过程应用  
C. 企业全过程的管理  
D. A. B. C都不对

12. 股票与债券的根本区别在于 (B)

- A. 股票是有价证券, 债券是无价证券  
B. 股票是所有权证券, 债券是债权证券  
C. 股票容易变现, 债券难以变现  
D. A. B. C都不对

13. 某手扶拖拉机厂根据市场分析决定以现有设备和技术能力的充分利用为前提, 开发满足农村运输需要的小型运货卡车, 那么, 该策略为 ( )

- A. 水平一体化策略  
B. 垂直多样化策略  
C. 同心多样化策略  
D. A. B. C都不对

14. 常用的以需求为中心的定价策略有 (B)

- A. 目标利润率定价法  
B. 市场认可价值定价法  
C. 随行就市定价法  
D. A. B. C都不对

15. 某轴承厂仅生产几种型号的轴承, 该策略是 (A)

- A. 市场专业型  
B. 产品线专业型  
C. 有限产品线专业型  
D. A. B. C都不对

二. 判断正误(认为正确者打“+”, 否则打“-” 每小题1分, 计: 5分)

1. 市场开拓是延长产品生命周期的基本方式之一. (✓)  
2. 工业企业的辅助生产过程与生产服务过程的主要区别在于, 其为基本生产过程提供产品还是提供服务. (✓)  
3. 对产品实施价值工程(价值分析)的具体作法是在满足其质量要求的前提下努力降低产品制造成本. (✓)

- 如果各工件的工序时间相等或成倍比关系, 则平行移动方式是三种移动方式中最理想的一种。 (X)
5. 关键路线是网络技术的核心, 所以, 抓住关键路线一切问题都能迎刃而解。 (X)
6. 企业制定产品战略时分析研究的重点是“金牛(Cash cow)”产品。 (X)
7. 工序同期化是使工作节拍与平均节拍相等或成倍比关系。 (X)
8. 设商品 A、B 的需求弹性分别为  $E_A$ 、 $E_B$ , 且  $E_A > E_B$ , 商品价格  $P_A$ 、 $P_B$  分别降低同样的  $\Delta P$ , 那么, 需求量增加额  $\Delta Q_A$ 、 $\Delta Q_B$  必然满足如下关系, 即  $\Delta Q_A > \Delta Q_B$ 。 (X)
9. 悲观准则是假设最不利的状态必然发生并以损失最小为目标选择行动方案的原则。 (X)

10. 市场细分化的主要目的在于为企业确定目标市场提供支持。 (X)
11. 在量、本、利分析中, 盈亏平衡点总是唯一的。 (X)
12. 企业的管理幅度和管理层次取决于企业组织的形式。 (X)
13. 根据组织理论, 企业中的非正式组织是必须取缔的。 (X)
14. 股票是企业根据自己需要和资本市场供求关系所发行的债权债务。 (X)
15. 美国著名跨国公司专家邓宁(J.H. Dunning) 总结的国际生产折衷理论认为成功的直接投资取决于企业的所有权优势、区位优势 and 内部化优势。 (X)

三、多项选择题 (请将所选答案的号码填在题尾的括号中, 每小题 2 分, 计 20 分)

1. 产品成熟期的特征有 (ABCDE)
- A. 销售量增长趋缓 B. 产品成本大幅度下降  
C. 产品利润率下降 D. 是产品的主要创利阶段  
E. 促销费用上升
2. 产品可变成本有 (ABE)
- A. 原材料费用 B. 折旧费用 C. 劳保费用  
D. 维修费用 E. 工人工资
3. 价值工程的特征有 (BDE)
- A. 是产品设计技术 X B. 追求降低成本  
C. 追求提高功能 不选 D. 以提高产品价值为目标  
E. 是制造、管理、销售、使用人员相结合的有关组织活动
4. 企业经营的市场观念包括 ( )
- A. 扬长避短, 发挥自身优势 B. 以开发求生存, 求发展  
C. 用户是上帝 D. 按市场需求组织生产  
E. 积极参与竞争
5. 选择价值工程对象的主要因素有 (ABCDE)
- A. 市场需求量 B. 产品成本  
C. 产品结构 D. 产品设计水平  
E. 生产数量
6. 管理动力原理中的“动力”包括 (BC)
- A. 时间 B. 信息 C. 精神 D. 能源 E. 燃料
7. 企业外部环境包括 (ABCE)
- A. 政治环境 B. 社会环境 C. 经济环境  
D. 自然环境 E. 技术环境
8. 工厂布置中工艺专业化原则的特点有 (AE)
- A. 设备类型相同 B. 工人工种相同 C. 加工对象相同  
D. 所用原料相同 E. 工艺方法相同



9. 工商企业营销组合所涉及的可控因素有 ( )  
A. 产品 B. 价格 C. 竞争 D. 销售渠道 E. 销售促进

10. 能使抽检方案趋向严格的方式有 ( )  
A.  $n$  不变而  $c$  增加 B.  $n$  不变而  $c$  减小 C.  $n$  增加而  $c$  增加  
D.  $n$  减小而  $c$  减小 E.  $n$  增加而  $c$  减小

四. 计算题 (计 50 分)

1. (5 分) 已知工程项目作业关系如表 2, 请绘制该项目网络图。  
表 2:

作业名称	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
先行作业	—	—	—	A	A	B	B	D	C	D	I	C

2. (20 分) 已知某二项目网络计划资料如表 3, 间接费用为 200 元/天。据此进行网络优化, 确定最低成本所对应的二期及总费用。

表 3:

活动编号		正常作业时间	紧急作业时间	时间费用率
I	J	(元)	(元)	(元/天)
1	2	6	3	80
1	6	15	6	100
2	3	10	6	150
2	4	5	2	100
3	5	11	5	40
3	8	7	5	200
4	5	6	3	100
5	8	7	5	200
6	7	9	3	100
7	8	9	4	50

3. (15 分) 某新产品的生产方案有二: 其一是投资 300 万元建大厂; 其二是投资 160 万元先建小厂, 三年后根据市场情况再决定是否扩建。扩建投资为 150 万元。根据市场预测, 该产品前三年销路好的概率为 0.7, 销路差的概率为 0.3。如前三年销路好, 则后七年销路好的概率为 0.7, 前三年销路差则后七年销路差的概率为 0.9。建大厂方案在销路好的情况下, 年收益为 100 万元, 销路差情况下年亏损 20 万元; 建小厂方案在销路好的情况下年收益 40 万元, 在销路差的情况下年收益 10 万元。扩建厂收益同大厂。

(1) 请用决策树表示此决策过程。

(2) 计算各方案的期望收益。

(3) 确定最终决策方案。

4. (10 分) 商场 W1988 年—1994 年商品销售统计资料如表 4。

表 4:  $-3$   $-2$   $-1$   $0$   $1$  单位: 万元

年 份	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
销售 额	3500	4000	2500	5000	4500	5500	6500

据此资料:

- (1) 用一元线性回归方法预测该商场 1995 年的销售额;
- (2) 计算相关系数 ( $R$ );
- (3) 对回归模型进行  $F$  检验. ( $\alpha=0.05, F_{\alpha=0.05}(1, 5)=6.61$ )