

全国 2019 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, 再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题: 本大题共 20 小题, 每小题 2 分, 共 40 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的, 请将其选出。

1. 管理层次的多少受多种因素的影响, 其中影响最大的因素是
  - 管理幅度
  - 集权程度
  - 信息传递速度
  - 组织规模和性质
2. 企业集团的组织结构一般有四个层次, 其中一个层次是由集团公司参股企业组成的经营辅助力量。该层次指的是
  - 核心层
  - 紧密层
  - 松散层
  - 半紧密层
3. 发生火灾后, 某企业立即亡羊补牢, 采取安全防范措施。该做法体现了管理的
  - 控制职能
  - 领导职能
  - 计划职能
  - 组织职能
4. 某公司引入事业部制并运行一段时间后, 各事业部之间开始出现争夺用户的竞争内耗, 甚至出现“诸侯割据”。这意味着企业落入的陷阱是
  - 创业成长的“领导陷阱”
  - 分权成长的“失控陷阱”
  - 协调成长的“官僚主义陷阱”
  - 互动成长的“未知陷阱”
5. 企业为提高竞争地位、争取顾客和扩大市场份额而制定的战略目标属于
  - 发展性目标
  - 效益性目标
  - 竞争性目标
  - 利益性目标

6. 在迈克尔·波特的价值链理论中，技术研究与开发活动属于
- A. 基本活动
  - B. 直接活动
  - C. 支持性活动
  - D. 质量保证活动
7. 为了确保高质量原料奶的供应，M公司从一个单纯的牛奶收购、加工和销售企业，快速向拥有自己牧场的现代牧业企业集团发展。这种一体化战略类型属于
- A. 前向一体化
  - B. 后向一体化
  - C. 横向一体化
  - D. 水平一体化
8. 某些企业基于最强控制力的考虑，往往会选择一种费用和风险最高的方式进入国际市场。这种方式指的是
- A. BOT
  - B. 合资企业
  - C. 全资子公司
  - D. 许可证与特许经营
9. 为规范和约束企业职工的行为，某公司出台了《组织架构和岗位说明书》、《公司培训管理规定》等文件。这些文件所体现的企业文化属于
- A. 深层文化
  - B. 精神文化
  - C. 表层文化
  - D. 制度文化
10. 为了调动驻外地销售人员的积极性，某公司为他们每月额外发放1000元生活费。该生活费属于
- A. 津贴
  - B. 福利
  - C. 基础工资
  - D. 绩效工资
11. 某企业在对员工进行绩效评估时，预先确定出优秀、良好、中等、较差、最差五个等级，然后按照正态分布规律将各等级比重设定为10%、20%、40%、20%、10%，最后将各员工列入相应等级。该企业采用的绩效评估方法是
- A. 评级量表法
  - B. 排序考评法
  - C. 强制分布法
  - D. 360度绩效考核法
12. 根据顾客需求特征在消费者年龄、性别、家庭规模、家庭生命周期、收入、职业、教育程度等变量上表现出来的显著差异，企业将市场分成不同子市场。这种市场细分指的是
- A. 地理细分
  - B. 行为细分
  - C. 心理细分
  - D. 人口细分

13. 我国某公司的高端羊奶品牌在公司所在省很受消费者欢迎，现计划在甘肃、宁夏、青海等三省区实施名牌战略。该战略属于
- A. 地方名牌战略                           B. 地区名牌战略  
C. 国家名牌战略                           D. 国际区域名牌战略
14. 以“只在需要的时候，按照需要的数量，生产所需要的产品”为基本思想的生产运营管理方式是
- A. JIT 生产方式                           B. 主生产计划  
C. 物料需求计划                           D. 制造资源计划
15. 在质量管理体系文件中，为已经完成的活动或达到的结果提供客观证据的文件是
- A. 工作文件                                B. 程序文件  
C. 质量记录                                D. 质量手册
16. S 公司运用某种质量管理统计分析工具，发现了影响产品质量的五个关键因素以及它们之间的关系。该质量管理统计分析工具是
- A. 排列图                                    B. 因果图  
C. 直方图                                    D. 散布图
17. 为确保在不超出项目预算的情况下顺利完成整个赛事，俄罗斯世界杯主办方开展了一系列项目管理活动。这些活动属于项目管理中的
- A. 项目时间管理                            B. 项目质量管理  
C. 项目风险管理                            D. 项目成本管理
18. 某电影公司的 X 剧组作为一个典型的项目组织，只有导演是全职的，导演更像协调员或联络员。该项目组织的类型是
- A. 职能型                                    B. 弱矩阵型  
C. 强矩阵型                                D. 平衡矩阵型
19. 某上市公司 2015 年年度亏损 720 万元，2016 年净利润 270 万元。根据我国法律，该公司 2016 年的净利润分配需首先用于
- A. 提取任意公积金                           B. 向股东分配利润  
C. 提取法定公积金                        D. 弥补 2015 年年度亏损
20. 某公司通过对市场同类产品的解体和破坏性研究，反向探索出产品原料特征和加工工艺，从而掌握了该类产品的生产技术。这种创新的实现途径属于
- A. 模仿创新                                B. 合作创新  
C. 委托创新                                D. 自主创新

## 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。

### 二、简答题：本大题共 6 小题，每小题 4 分，共 24 分。

21. 简述公司制企业的法人治理结构的构成。
22. 简述企业使命的主要内容。
23. 简述企业文化建设的原则。
24. 简述职务说明的内容。
25. 简述 PDCA 循环的主要工作程序。
26. 简述项目的特性。

### 三、计算题：本大题共 2 小题，每小题 6 分，共 12 分。计算结果保留小数点后两位。

27. 根据资产负债表的数据显示，2018 年末 A 公司的资产总额为 8000 万元，其中流动资产 2760 万元、存货 1320 万元；负债总额为 3600 万元，其中流动负债 1200 万元。计算 2018 年 A 公司的流动比率、速动比率及资产负债率。
28. 某企业 2019 年第四季度计划生产 A 系列产品 20000 台。A 系列产品共 A<sub>1</sub>、A<sub>2</sub>、A<sub>3</sub> 三个品种，现已安排了该产品 2019 年第四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 X<sub>1</sub>、X<sub>2</sub>、X<sub>3</sub> 的值。

月份	10 月				11 月				12 月			
周次	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
A <sub>1</sub>	800	1000	1300	600	1000	800	X <sub>2</sub>	1000	700	0	900	0
A <sub>2</sub>	0	X <sub>1</sub>	0	600	600	0	1200	0	0	600	500	1200
A <sub>3</sub>	600	0	700	0	0	600	0	500	800	0	1700	600
月产量	6000				X <sub>3</sub>				7000			

### 四、案例分析题：本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分。

29. GT 公司的前身是一家制糖企业，投产于 1956 年。多年来，公司不断向工艺相近领域渗透创新，比如，将甘蔗榨糖过程中产生的废液变成了酒精，将甘蔗渣变成了生活用纸和文化用纸，将造纸废液回收做成了烧碱，将烧碱生产过程中产生的废白泥做成了瓷砖勾缝剂等等。经过 60 多年的发展，GT 公司现已成为以制糖、造纸为主的大型综合企业，拥有制糖厂、文化用纸厂、生活用纸厂等生产分厂，其生产的“桂花”牌白砂糖成为许多国际大公司采购白砂糖的首选。

问题：

- (1) 阐述企业多元化战略的类型和进入途径，并分析 GT 公司所采用的多元化战略。
- (2) 指出技术创新的主要类型，并分析 GT 公司所选择的技术创新方式。

30. 近年来，智能手机已成为人们日常工作、生活的第一大移动平台。为了让第二大移动平台的汽车与智能手机保持更长时间的粘性，汽车企业绞尽了脑汁。当前，“90后”逐渐成为主流消费群体，他们更加青睐低成本、方便快捷、全媒体沟通的智能产品。为了满足市场上新生代的需求，汽车企业试图将“互联网思维”融入汽车产品的生产和服务中。在这样的背景下，上海 GM 公司与腾讯一拍即合，在中国汽车市场新的淘金征程中开始了车载智能产品的合作。2017 年 2 月，GM 公司与腾讯签署全方位战略合作协议，将腾讯旗下微信、视频、游戏等产品装入上海 GM 公司的汽车产品中。

问题：

- (1) 基于 4C 理论分析上海 GM 公司的营销组合策略。
- (2) 指出企业成长战略的主要类型，并分析上海 GM 公司与腾讯签署战略合作协议的动机。