

2009 年管理福建省高职高专专升本入学考试

工商管理 公共事业管理

旅游管理 物流管理

市场营销 人力资源管理

(专业知识试卷)

(考试时间 150 分钟, 满分 300 分, 共二部分)

第一部分 管理学原理(共 150 分)

一、单项选择题(本大题共 15 小题, 每小题 2 分, 共 30 分)

1. 提出“理想的行政组织体系”理论的是 ()
 - A. 韦伯
 - B. 甘特
 - C. 巴纳德
 - D. 梅奥
2. 20 世纪 90 年代以来, 产生了一些体现时代特征的管理理论, 这些理论中不包括 ()
 - A. 精益思想
 - B. 学习型组织
 - C. 权变管理理论
 - D. 核心能力理论
3. 泰罗的科学管理理论认为: 为了提高劳动生产率, 必须为工作配备“第一流的工人”。“第一流的工人”的内涵是 ()
 - A. 掌握了标准化操作方法的工人
 - B. 掌握了科学工作方法的人
 - C. 经过培训的工人
 - D. 能力最适合做这种工作而且也愿意去做这种工作的人
4. 如果决策涉及的问题对组织来说不紧迫, 组织有足够的时间从容应对, 则这样的决策是 ()
 - A. 时间敏感型决策
 - B. 知识敏感型决策
 - C. 确定型决策
 - D. 不确定型决策

5. 根据计划涉及时间长短及其范围广狭的综合性标准, 可以将计划分为()
- A. 具体性计划与指导性计划
 - B. 长期计划和短期计划
 - C. 战略性计划与战术性计划
 - D. 程序性计划与非程序性计划
6. 一般说来, 组织越稳定, 管理幅度应该 ()
- A. 越小
 - B. 无影响
 - C. 越大
 - D. 无法判断
7. 动态网络型结构的优点是 ()
- A. 组织结构具有更大的灵活性和柔性
 - B. 资源可以在不同产品之间灵活分配
 - C. 对市场需求的变动反应快速
 - D. 充分发挥员工的才能
8. “对自愿辞职或正常退休腾出的职位空缺不予填补”, 这种解聘方案是 ()
- A. 临时解雇
 - B. 自然减员
 - C. 缩短工作周
 - D. 提前退休
9. 推动组织变革的内部环境因素是 ()
- A. 科技进步的影响
 - B. 整个宏观社会经济环境的变化
 - C. 竞争观念的改变
 - D. 克服组织低效率的要求
10. 在管理方格论中, 若领导只注重任务效果而不重视下属的发展和士气, 则该领导行为属于 ()
- A. 乡村俱乐部型管理
 - B. 任务型管理
 - C. 中庸之道型管理
 - D. 贫乏型管理

11. 领导的作用是 ()
- A. 指挥、协调和激励
B. 指挥、控制和激励
C. 协调、控制和激励
D. 指挥、协调和组织
12. 根据马斯洛的需求层次论, 友谊、爱情方面的需要属于 ()
- A. 尊重的需要
B. 生理的需要
C. 安全的需要
D. 社交的需要
13. 在公平理论中, 员工选择与自己进行比较的参照类型中, 不包括 ()
- A. 同事
B. 自我
C. 工作的完成情况
D. 制度
14. 根据确定控制标准 Z 值的方法来划分的控制过程是 ()
- A. 前馈控制
B. 程序控制
C. 同期控制
D. 反馈控制
15. 下列不属于创新活动过程的是 ()
- A. 寻找机会
B. 提出构想
C. 迅速行动
D. 业务流程重组

二、多项选择题(本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

16. 计划编制的过程包括 ()
- A. 拟定和选择可行性行动计划
B. 研究过去
C. 制定派生计划
D. 制定预算
E. 确定目标

17. 组织设计的过程中，应该遵循的基本原则有（ ）

- A. 专业化分工的原则
- B. 统一指挥原则
- C. 因人设职的原则
- D. 柔性经济原则
- E. 权责对等原则

18. 组织变革的阻力包括（ ）

- A. 利益上的影响
- B. 心理上的影响
- C. 组织结构变动的影晌
- D. 人际关系调整的影响
- E. 技术上的影响

19. 按照思维方式划分，领导者可以分为（ ）

- A. 民主式领导者
- B. 事务型领导者
- C. 魅力型领导者
- D. 战略型领导者
- E. 变革型领导者

20. 有效控制应具备的特征是（ ）

- A. 适时控制
- B. 最佳控制
- C. 适度控制
- D. 客观控制
- E. 弹性控制

三、简答题(本大题共 2 小题，每小题 5 分，共 30 分)

21. 简述组织文化的主要特征及其功能。

22. 简述目标管理的过程。

四、论述题(本大题共 20 分)

23. 控制是管理过程不可分割的一部分，是企业各级管理人员的一项重要工作内容，请论述企业控制的过程。

五、计算题(本大题共 2 小题，第 24 小题 1]分，第 25 小题]4 分，共 25 分)

24. 某企业计划开发新产品，根据市场预测分析，消费者对新产品的态度有两种可能性：接受和不接受，这两种情况出现的概率分别为 0.6 和 0.4。现有两个备选方案：方案一，企业自主研发新产品；方案二，企业购买专利。

两种方案的收益值如下表：

不同方案在不同市场情况下的收益(单位：万元)

项目	接受	不接受
(1)自主研发	150	-60
(2)购买专利	120	-20

根据上述资料，计算两种方案对应的期望收益值，并根据最大期望收益准则判断该企业会选择哪种方案。

25. 某公司计划生产某种产品，根据市场预测分析，产品的销路存在三种可能性：销路好、一般和差。生产这种产品有三种方案：新建生产线、改进生产线和外包生产。各种方案的收益值如下表：

不同生产方案在不同市场情况下的收益(单位：万元)

项目	销路好	销路一般	销路差
(1)新建生产线	280	180	-100
(2)改进生产线	220	200	-60
(3)外包生产	140	80	24

根据上述资料计算：

(1) 决策者对未来持乐观态度, 决策时, 采用大中取大法(即对各种方案都按它能带来的最大收益考虑, 然后比较哪种方案的最高收益最高), 请计算三种方案的最大收益, 并判断该决策者会选择的生产方案。(7分)

(2) 决策者对未来持悲观态度, 决策时, 采用小中取大法(即对各种方案都按它能带来的最低收益考虑, 然后比较哪种方案的最低收益最高), 请计算三种方案的最小收益, 并判断该决策者会选择哪种生产方案。(7分)

六、案例分析题(本大题共 25 分) 请将答案写在答题纸相应的位置上。

26. 李先生是某公司的销售部经理。他领导的销售部有 35 位职员, 公司的销售工作主要由他们负责。为了更好地管理销售人员, 李经理在上任时推出了奖金、浮动工资与完成的销售量挂钩的员工激励方案: (1)销售定额为 38 台 / 月; (2)完成指标得全奖, 少卖一台扣奖金的 15%, 达不到 34 台 / 月扣全奖; (3)连续半年完成指标, 向上浮动一级工资, 连续半年未完成指标, 下浮一级工资。方案一经宣布引起一片哗然, 但李经理坚持实施这一方案。他认为: 就得采取强硬措施, 奖罚分明, 多劳多得, 这样员工就会拼命干活了。

张先生原是李经理手下一名普通的销售人员, 新方案出台后, 由于销售业绩突出, 张先生获得了较高的报酬, 他也很快由一个销售员晋升为销售主管。但是由于销售部门职位有限, 张先生的高升空间已经快到尽头了。一天早上, 李经理发现自己的办公桌上的一封信, 张先生要离开公司。张先生在辞职信上说, 很感激公司的栽培, 但是, 我追求自己的事业发展, 所以决定离开公司。据知情人说, 张先生已经注册了自己的公司, 利用自己在原公司建立的客户关系和社会关系网络, 经营与原公司相似的业务。李经理十分恼怒, 心里想: 小张努力工作, 取得好的业绩, 已经获得了高额的回报, 并且晋升为销售主管, 为什么他还不满意, 要离开公司呢?

阅读上述案例, 请回答下列问题:

(1) 从李经理的角度看, 绩效评估在人力资源管理中能起什么作用? (12 分)

(2) 针对张先生的情况, 你觉得晋升是保健因素还是激励因素, 为什么?(13 分)

第二部分 市场营销(共 150 分)

一、填空题(本大题共 5 个空, 每空 2 分, 共 30 分)

1. 向企业及其竞争者提供生产经营所需资源的企业或个人, 被定义为。
2. 市场是由有购买欲望同时又有支付能力的 构成。
3. 一般而言, 人类的需要由 向高层次发展。
4. 购买者的特征包括: 文化、 、个人、心理四个方面。

5. 消费者经由商业来源获得的信息最多，其次为公共来源和 ，最后是经验来源。
6. 企业营销中的一切因素可划分为可控和 两大类。
7. 市场细分的原则是 、可实现性、 、可分性。
8. 产品整体包括核心产品、 、期望产品、 、
潜在产品五个层次。
9. 产品生命周期一般分为四个阶段：产品引入阶段、 、市场成熟阶段、 。
10. 向最终消费者直接销售产品和服务，用于个人及非商业性用途的活动属于 。
11. 促销组合包括 、人员销售、销售促进和 四种促销方式。

二、单项选择题(本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 30 分)

12. 市场营销学作为一门独立的经营管理学科诞生于 20 世纪初的 ()。
A. 欧洲
B. 日本
C. 美国
D. 中国
13. 市场营销管理的实质是 ()。
A. 刺激需求
B. 需求管理
C. 生产管理
D. 销售管理
14. 具有较高增长率和较高市场占有率的战略业务单位是 ()。
A. 问号类
B. 明星类
C. 奶(金)牛类
D. 瘦狗类
15. ()是企业为了进占目标市场，满足顾客需求，加以整合、协调使用的可控制因素。
A. 促销组合
B. 市场定位
C. 市场选择
D. 市场营销组合
16. 购买商品和服务供自己消费的个人和家庭，被称为 ()。
A. 生产者市场
B. 消费者市场

- C. 转售市场
- D. 组织市场

17. 威胁水平和机会水平都高的业务，被叫做（ ）。

- A. 理想业务
- B. 冒险业务
- C. 成熟业务
- D. 困难业务

18. 容易产生营销近视症的概念是（ ）。

- A. 生产观念
- B. 产品观念
- C. 推销观念
- D. 市场营销观念

19. 某种相关群体的有影响力的人物称为（ ）。

- A. “意见领袖”
- B. “道德领袖”
- C. “精神领袖”
- D. “经济领导者”

20. 占有最大的市场份额，在价格变化、新产品开发、分销渠道建设和促销战略等方面对本行业其他公司起着领导作用的竞争者，被称为（ ）。

- A. 市场领导者
- B. 市场利基者
- C. 强竞争者
- D. 近竞争者

21. 产品组合的长度是指（ ）的总数。

- A. 产品项目
- B. 产品品种
- C. 产品规格
- D. 产品品牌

22. 非渴求商品，指消费者不了解或即便了解也（ ）的产品。

- A. 很想购买
- B. 不想购买
- C. 渴求购买

D. 即刻购买

23. 多品牌策略是指企业同时为()产品设计两种或两种以上互相竞争的品牌的做法。

- A. 一种
- B. 二种
- C. 三种
- D. 多种

24. 按照单位成本加上一定百分比的加成来制定产品销售价格的定价方法称之为()定价法。

- A. 成本加成
- B. 目标
- C. 认知价值
- D. 诊断

25. 生产者在某一地区仅通过少数几个精心挑选的中间商来分销产品,这是()分销策略。

- A. 广泛
- B. 密集
- C. 强力
- D. 选择性

26. ()推销结构规定每一个推销员专门负责某一地区的推销。

- A. 区域
- B. 产品
- C. 顾客
- D. 复式

三、多项选择题(本大题共 5 小题,每小题 4 分,共 20 分)

27. 社会市场营销管理哲学理念是正确处理()之间的关系。

- A. 企业
- B. 供应商
- C. 顾客
- D. 中间商
- E. 社会

28. 市场营销调研根据调研的目的可分为()。

- A. 探测性调研
- B. 描述性调研
- C. 经常性调研
- D. 临时性调研
- E. 因果关系调研

29. 生产者购买行为的主要类型有（ ）。

- A. 直接重购
- B. 修正重购
- C. 新购
- D. 间接重购
- E. 邮购

30. 市场细分对企业营销具有以下利益（ ）。

- A. 有利于发现市场机会
- B. 有利于掌握目标市场的特点
- C. 有利于制定市场营销组合策略
- D. 有利于提高企业的竞争能力
- E. 有利于节省成本费用

3 1. 企业定价目标主要有（ ）等。

- A. 维持生存
- B. 当期利润最大化
- C. 市场占有率最大化
- D. 产品质量最优化
- E. 成本最小化

四、简答题(本大题共 2 小题，每小题 15 分，共 30 分)

32. 市场营销调研通常包含哪些基本步骤

33. 简述三种可供企业选择的目标市场营销战略

五、论述题(本大题共 1 小题，共 20 分)

34. 试述规划企业成长战略的方式

六、案例分析(本大题共 5 个问题, 每问 4 分, 共 20 分)

35. 派克钢笔的重生

派克公司生产的钢笔在全球一直享有盛誉。公司在 40 年代至 50 年代正处于发展的高峰期。然而, 此间, 匈牙利人拜罗兄弟发明了圆珠笔, 一举打破了派克公司一统市场的局面。圆珠笔造价低廉, 使用方便, 一问世就深受广大消费者的欢迎。派克公司在竞争中显得被动无力, 不仅身价一落千丈, 销售额骤减, 而且几乎濒临破产。该公司欧洲高级主管马科利认为, 派克公司在这场市场争夺战中的致命错误, 是没有以己之长, 攻人之短, 而是拿自己之短与别人之长相争。鉴于此, 马科利下定决心要扭转公司的局面。他筹集巨资, 买下了派克公司, 接着立即着手重塑派克钢笔形象。派克公司生产的笔历来讲究做工, 品质优良, 这正是其长处, 显然不能拿这种高品质的笔去同廉价的圆珠笔在普通消费者市场上一比高低。而, 新的派克公司着重突出其高雅、精美和耐用的特点, 从一般大众化的实用品市场上抽身出来, 竭力宣传其作为高社会地位的象征的特点。确立了战略思想后, 派克公司采取了两项重要战术措施。首先, 削减派克钢笔产量, 并将原来的销售价提高 30%。同时, 增加广告预算, 加强宣传以提高派克钢笔作为社会地位象征物品的知名度。凭借上述措施, 派克笔终于在竞争中站稳了脚跟, 并以华贵、精美为特征, 稳居世界高档笔市场。

请根据以上情况回答:

(1) 派克公司一度濒临破产的原因是 ()

- A. 派克笔价值昂贵
- B. 派克笔不实用
- C. 派克笔使用不方便
- D. 受圆珠笔的冲击

(2) 派克公司的战略思想体现的观念是 ()

- A. 产品的整体观念
- B. 生产观念
- C. 市场定位观念
- D. 推销观念

(3) 派克公司的定价策略是 ()

- A. 撇油价格策略
- B. 声望价格策略
- C. 理解价值定价策略
- D. 差别价格策略

(4) 派克公司的市场细分标准依据的是 ()

- A. 地理变数
- B. 人口统计变数
- C. 心理变数
- D. 行为变数

(5) 派克笔与圆珠笔竞争的成功说明，企业要贯彻现代市场营销观念，必须（ ）

- A. 以顾客为导向
- B. 不断创新
- C. 做到扬长避短
- D. 重视社会效益



聚英专升本
Juying Education