

2010年福建省高职高专升入本科入学考试

管理类 专业知识试卷

第一部分 管理学原理

一、单项选择题

1、从管理者技能角度分析，无论对于高层管理者、中层管理者还是基层管理者，同等重要的技能是（ ）

- A、概念技能
- B、技术技能
- C、人际技能
- D、以上都不是

2、下类对法约尔的管理 14 原则之相关原则及时正确的是（ ）

- A、统一指挥是指组织内每一个人只能服从一个上级并接受他的命令
- B、报酬合理是指报酬制度应当公平，对工作业绩和工作及效率优良者给予无限度的奖励
- C、人员稳定是指组织成员特别是管理者不能有所变动
- D、所创精神仅指领导者本人具有创新精神

3、根据期望理论基本模型：激励力（M）=效价（V）×期望值（E），下面等式关系错误的是（ ）

- A、E 高×V 高=M 高
- B、E 高×V 低=M 高
- C、E 低×V 高=M 低
- D、E 中×V 中=M 中

4、表明一个组织机构在社会上应起的作用和所处的地位的计划形式是（ ）

- A、目的或使命
- B、预算
- C、程序
- D、方案

5、在一个管理幅度为 4，层次为 7 的企业中共有管理者（ ）名。

- A、1024
- B、1365
- C、1396
- D、4096

6、工作轮换一般适用于提高（ ）的技能

- A、学徒
- B、管理者
- C、技术员
- D、普通职员

7、对企业生产经营过程中可能遇到的某种突发、不可抗力事件宜采取的控制为（ ）

- A、实时控制
- B、适度控制
- C、客观控制
- D、弹性控制

8、认为“人并不是懒惰的，他们对工作的喜欢和憎恶决定于这工作对他是一种满足还是一种惩罚，正常情况下人们愿意承担责任”的管理理论是（ ）

- A、双因素理论
- B、需要层次理论
- C、Y理论
- D、X理论

9、按照双因素理论，其“保健因素”是指（ ）

- A、能够引起对工作不满意的因素
- B、能够影响员工工作满意度的因素
- C、能够保护员工身心健康的因素
- D、能够改善员工责任感的因素

10、领导特质理论的研究重点是（ ）

- A、领导行为
- B、领导环境
- C、领导者品质
- D、领导绩效

11、常说的“人走茶凉”所隐含的权利是指（ ）

- A、专长权
- B、个人影响权
- C、制度权
- D、奖励权

12、企业管理人员采用“空降兵”（从外部招聘）的招聘方式具有（ ）的优势。

- A、有利于调动组织成员的积极性

- B、有利于被聘者迅速展开工作
- C、有利于保证选聘的正确
- D、有利于平息内部竞争者的紧张关系

13、当人们认为自己的报酬与劳动之比，与他们的报酬与劳动之比是相等的，会有较大的激励作用，这种理论即（ ）

- A、公平理论
- B、双因素理论
- C、效用理论
- D、强化理论

14、组织文化的核心是（ ）

- A、人本文化
- B、软性管理
- C、群众凝聚力
- D、组织价值观

15、下列活动中不属于创新范围的是（ ）

- A、产品开发
- B、工艺改进
- C、流程再造
- D、质量检验

二、多项选择题

16、管理的特性包括（ ）

- A、管理是一种社会想象
- B、管理是一种文化现象
- C、管理的“载体”是组织
- D、管理的核心是处理各种人际关系

17、下列各种可能引发组织变革的因素包括（ ）

- A、科学进步
- B、资源变化
- C、竞争观念改变
- D、克服低效要求

18、目标管理是一个全面的管理系统，下列各项中属于目标管理过程的是（ ）

- A、制定目标、明确组织作用



聚英专升本
Joying Education

- B、执行目标、评价结果
 - C、实行公平合理的奖惩
 - D、制定新目标并开始新的目标管理循环
- 19、对于马斯洛需求层次论理解正确的是（ ）
- A、一个人在同一时期可以有很多种不同程度、不同作用的需要
 - B、一个人在不同一时期可以有很多种不同程度、不同作用的需要
 - C、一个人的需要可以分为高低层次
 - D、一个人的需要层次是绝对从低到高排列的
- 20、领导效果的影响因素包括（ ）
- A、领导者
 - B、被领导者
 - C、领导环境
 - D、领导制度

三、简答题

21、简述管理的主要职能有哪些？他们之间存在的关系？

22、简述绩效评估在人力资源管理中的作用。

四、论述题

23、计划作为重要的管理职能之一，具有完善的编制步骤，请详细论述计划编制包括哪些工作。

五、计算题

24、美味饮品公司市场部经理为在华东地区促销产品拟定四种促销策略 M1、M2、M3、M4。同时已知主要竞争对手乐哈哈在该地区将以三种竞争策略 L1、L2、L3 应对。各种方案收益值如下表所列（单位：万元）。

美味市场策略	乐哈哈的应对策略		
	L1	L2	L3
M1	18	14	28
M2	9	15	18
M3	24	21	15
M4	13	14	11

如果你是美味饮品公司市场部经理，采取最小最大后悔值法将如何进行策略选择？

25、某企业投产一种新产品，拟定三个备选方案，每种方案应对的未来3年市场收益预测如下表所示。未来3年市场对该产品高需求、中需求和低需求的概率分别为：0.3、0.5、0.2，三种方案的投资成本分别为：新建车间需投资160万元，扩建车间投资60万元，协作生产投资40万元。请根据风险性决策法进行决策。

单位：万元

值 方案	收益	高需求	中需求	低需求
新建车间		170	100	-10
扩建车间		120	60	20
协作生产		80	30	10

六、案例分析题

26、某市建筑工程公司是一个大型施工企业，下设一个工程设计研究所，三个建筑施工队，研究所由50名高中级职称的专业人员组成。施工队有400名正式职工，除少数领导骨干外，多数职工文化程度不高，没受过专业训练。在施工旺季还要从各地招收400名左右农民工补充劳动力的不足。

张总精力把研究所的工作交给唐副总经理直接领导、全权负责。唐副总经理是一位高级工程师，知识渊博，作风民主，在工作中总是认真听取不同意见，从不自作主张，硬性规定。公司下达的施工设计任务和研究所的科研课题，都是在全体人员共同讨论、出谋划策取得共识的基础上，做出具体安排的。他注意发挥每个人的专长，尊重个人兴趣、爱好，鼓励大家取长补短，相互协作，年年超额完成创收计划，科研方面也取得了显著成绩。

公司的施工任务，有张总经理亲自负责。张总经理是工程兵出身的复原转业军人，作风强硬，对工作要求严格认真，工作计划严密，有部署，有检查，要求下级必须绝对的服从，不允许自作主张、走形变样。不符合工程质量要求的，要坚决返工、罚款；不按期完成任务的扣发奖金；在工作中相互打闹、损坏工具、浪费工料、出工不出力、偷懒耍滑等破坏劳动纪律的都要受到眼里的批评、处罚、一些人对张总的这种不讲情面、近似独裁的领导方式很不满意，背后骂他“张军阀”。张总深深的懂得，若不迅速改变职工素质低、自由散漫的习气，企业将难以长期发展下去，于是他亲自抓职工文化水平和专业技能的提高。在张总的严格管教下，这支自由散漫的施工队逐步走上正轨，劳动效率和工程质量迅速提高，第三年还创造了全市优质样板工程，受到市政府的嘉奖。

张总经理和唐副总经理这两种完全不同的领导方式在公司中引起人们的讨论。

阅读上述案例，请回答下列问题：

- (1) 张总经理和唐副总经理分别采用了哪种领导方式，孰优孰劣？

(2) 为什么他们都能在工作中取得好成绩?

第二部分 市场营销

一、填空题

- 1、著名营销学家飞利浦·科特勒认为，市场营销是个人和群体通过创造并同他人交换产品价值以满足需求和欲望的一种社会和管理过程。
- 2、市场是商品经济中生产者和消费者之间实现产品（服务）价值，满足需求的交换关系、交换条件和交换过程。
- 3、按顾客购买目的或用途的不同，市场可分为组织市场和消费者市场两大类。
- 4、生产者通过一次性购买而获得某项目所需全部产品的采购方式称为系统购买。
- 5、营销经理所需的信息一般来源于企业内部报告系统、营销情报系统和营销调研系统，在经过营销分析系统，这4个子系统构成营销信息系统。
- 6、品牌是一个集合概念，他包括品牌名称和品牌文化两部分。
- 7、企业定价大体上有三种导向，即产品导向、需求导向和成本导向。
- 8、企业的分销策略通常分为三种，即密集性分销、选择性分销和直接分销。
- 9、物流的一项基本产出就是对物流的一项基本产出就是对顾客服务的水平。
- 10、促销策略从总的指导思想上课分为推式策略和拉式策略。
- 11、销售促进，又称营业推广，它是指企业运用各种短期诱因鼓励消费者和中间商购买、经销（或代理）企业产品或服务的促销活动。
- 12、唐·舒尔兹提出的营销“4C”观念强调、成本、和沟通。

二、单项选择题

13、市场营销的核心是（ ）

- A、交换
- B、生产
- C、利润
- D、销售

14、顾客购买的总成本包括货币成本和（ ）

- A、体力成本
- B、精神成本
- C、非货币成本
- D、时间成本

15、生产容声牌电冰箱的广东科龙公司 1993 年投资建成了空调器厂，这种发展新业务的方式属于（ ）

- A、水平多角化
- B、综合多角化
- C、密集性成

D、同心多角化

16、影响消费者需求变化的最活跃因素是（ ）

- A、人均 GDP
- B、个人收入
- C、个人可支配收入
- D、可任意支配收入

17、如果消费者属于高度参与，但是并不认为各品牌之间有显著差异，则会产生以下哪种购买行为（ ）

- A、复杂的购买行为
- B、习惯性购买行为
- C、减少失调感的购买行为
- D、却球多样化的购买行为

18、生产者用户为了更好的完成采购任务，部分调整采购方案或重新选择更合适的供应商。这属于（ ）

- A、直接重购
- B、修正重购
- C、新购
- D、都不是

19、通过直接询问购买者的购买意向和意见，据以判断销售量，这种购买者意向调查法适宜作（ ）预测。

- A、短期
- B、中期
- C、长期
- D、日常用品

20、麦当劳的金色模型“M”标志，与其独特文化气氛相融合，为世界各地的消费者所识别。麦当劳的这种市场定位战略是（ ）

- A、产品差别化战略
- B、形象差异化战略
- C、人员差别化战略
- D、服务差别化战略

21、市场利基者发展的关键是实现（ ）

- A、专业化

- B、多元化
- C、市场化
- D、集体化

22、在新产品开发的（ ）阶段，营销部门的主要责任是寻找、激励及提高新产品的构思。

- A、产品概念的形成
- B、构思
- C、新产品研制
- D、商业性投放

23、企业欲在产品分销过程中占有更大的货架空间，压缩或挤占竞争者产品的货架面积，为获得较高的市场占有率奠定基础，一般会选择（ ）策略。

- A、分类品牌
- B、复合品牌
- C、品牌更新
- D、多品牌

24、沃尔玛大卖场利用顾客求廉的心理，特意将某几种商品的价格定得较低以吸引顾客。这种定价方法是（ ）

- A、撇指定价
- B、招徕定价
- C、渗透定价
- D、差别定价

25、在评估各种可能的渠道交替方案时，最重要的评估标准是（ ）

- A、经济性标准
- B、控制性标准
- C、可行性标准
- D、适应性标准

26、销售促进是一种（ ）促销方式。

- A、辅助性
- B、常规性
- C、连续性
- D、长期性

27、关系营销是以（ ）为基本思想，将企业置身于社会经济大环境中来考察企业的市场营销活动。

- A、道德论
- B、人本论
- C、系统论
- D、利益论

三、多项选择题

28、创建知识型企业的核心是要正确处理好（ ）各种并使之有机结合。

- A、倾听
- B、学习
- C、模仿
- D、领先

29、市场营销组合具有的特性包括（ ）

- A、差异性
- B、纲领性
- C、可控性
- D、复合性

30、一般而言，消费者对备选产品的评价行为主要涉及到（ ）

- A、产品属性
- B、品牌信念
- C、效用要求
- D、评价模型

31、市场领导者扩大总需求的途径包括（ ）

- A、攻击利基者
- B、开发新客户
- C、增加使用量
- D、寻找产品新用途

32、产品窜货现象的主要原因有（ ）

- A、某些地区市场供应饱和
- B、广告拉力过大，渠道建设没跟上
- C、各地运输成本不同
- D、企业给予渠道的优惠政策不同，导致存在地区差价

四、简答题

33、简述市场营销管理的一般过程

34、简述竞争者分析的步骤与内容

五、论述题

35、试述产品生命周期成长期阶段的市场特点与营销策略

六、案例分析

36、怕米亚无言香烟

1998年下半年，美国RJR公司的怕米亚无言香烟在美国亚特兰大、圣路易斯、菲尼克斯等城市试销，但是销售量不理想，在购买率很低。

对于大多数人来说，怕米亚无言香烟是个“新玩意儿”，它的一段有一个碳头和几个有趣的圆珠，香烟中的尼古丁来源于此，尼古丁被耐燃的铝薄纸包裹。这种烟很难点燃，一般要点三、四次，原因是它不像一般香烟那样燃烧，并且不产生烟灰，吸过与没吸过的外表上无明显区别，价格比普通香烟价格高25%。RJR公司为此烟的生产和促销投入了3亿多美元，它没有采用以往的“万宝路”香烟等比较成功的形象广告，而采用比较复杂的印刷广告（顾客买“怕米亚”是会同时得到三页文字说明书），还采取了买一送二的鼓励方式。公司营销人员认为：大多数吸烟者开始会对怕米亚不适应，但随着使用频率的和使用时间的增加，最终会适应。公司把“洁净者之烟”作为怕米亚的主题广告概念，宣传怕米亚是“一种全新的吸烟享受时代的开端”。但是，怕米亚的真正受益者并非吸烟者个人，而是环境和他人。

RJR公司对怕米亚香烟的目标市场的定位极其广泛，包括：①25岁以上，受过良好教育的文雅吸烟者；②试图戒烟和寻求替代品者；③吸烟成瘾者；④生活富裕者；⑤寻求低焦油含量者；⑥老年吸烟者。

来自《华尔街日报》的一个记者在亚特兰大机场对几十名吸烟者的一项调查表明：大多数人不喜欢怕米亚香烟，包括它的味道和太多的吸烟方式的改变，有人只吸了一、两口就扔掉。但一位广告公司的总裁说：“我不喜欢怕米亚，单在家中为了摆脱太太喋喋不休的唠叨时，我会抽它。”一位长期在办公室工作的职员说：“有时我感到疲劳，但办公室不准吸烟。此时，怕米亚可以帮助我解决问题。”一位正打算登机长途旅行的人说：“一般情况下，我不会选择它，但长途旅行中为打发时间，我可能会抽怕米亚。”

最后，调查的结果显示：60%以上的人不喜欢怕米亚香烟，主要是对它的味道和吸烟行为方式的改变不适应；40%的人回答说，只有在哪些不允许冒烟的地方，才将把怕米亚作为第二品牌。

请根据以上情况回答：

(1) 相对于传统香烟而言，怕米亚无烟香烟属于（ ）

- A、全新产品
- B、换代产品
- C、改良产品