

2022 年 10 月高等教育自学考试

企业管理概论试题

课程代码:00144

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。
2. 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。

选择题部分

注意事项:

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,再涂涂其他答案标号。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. 企业集团的组织结构一般有四个层次,由集团公司控股的子公司组成的层次属于  
A. 核心层  
B. 紧密层  
C. 半紧密层  
D. 松散层
2. 在职权等级链上所设置的管理职位的级数称为  
A. 管理跨度  
B. 管理部门  
C. 管理层次  
D. 管理幅度
3. 企业管理者所处的层次越高,面临的问题越复杂,越无先例可循,就越需要具备更多的  
A. 技术技能  
B. 财务技能  
C. 人际技能  
D. 概念技能
4. 当管理者处理冲突问题,调解各种争端时,其所扮演的主要角色是  
A. 混乱驾驭者  
B. 谈判者  
C. 资源分配者  
D. 形象大使
5. 企业为了提高各方面素质,增强其发展能力所制定的战略目标属于  
A. 发展性目标  
B. 效益性目标  
C. 利益性目标  
D. 竞争性目标

6. SWOT 分析中，利用机会、力图克服弱点的组合战略是
- A. SO 战略
  - B. ST 战略
  - C. WT 战略
  - D. WO 战略
7. 某公司在五大洲几乎所有国家市场实行完全相同的竞争战略。这种国际化经营战略属于
- A. 跨国战略
  - B. 集中化战略
  - C. 全球化战略
  - D. 多国本土化战略
8. L 公司“让世界爱上中国造”的广告口号反映了全体成员的最高理想和追求，这属于其深层企业文化中的
- A. 企业风俗
  - B. 企业精神
  - C. 经营管理风格
  - D. 企业最高目标
9. J 公司正在为上市做准备，急需从外部聘用一名有资本运作经验的财务总监，最佳的招聘方式是
- A. 招聘会
  - B. 猎头公司
  - C. 报纸招聘
  - D. 网上招聘
10. R 公司为了吸引、激励员工，除了提供丰厚的经济报酬之外，还非常重视员工的成就感、满足感等心理效用，其中属于工作本身的心理效用是
- A. 工作的趣味性
  - B. 友好的同事关系
  - C. 组织在业界的声望
  - D. 领导的个人品质
11. 炼钢工人因高温作业而获得的高温津贴属于
- A. 补充福利
  - B. 生活性津贴
  - C. 劳动性津贴
  - D. 地域性津贴
12. N 公司致力于打造绿色家电产业链、传播节能环保的生活理念，并让 N 品牌的绿色家电走进千家万户。该企业持有的营销观念是
- A. 生产观念
  - B. 产品观念
  - C. 推销观念
  - D. 社会营销观念
13. D 网约车公司推出了“专车服务”，满足了部分消费者出行“感觉舒适”的需求。这表明该公司使用的市场细分标准是
- A. 人口细分
  - B. 行为细分
  - C. 心理细分
  - D. 地理细分



# 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. 简述确定管理幅度需考虑的影响因素。
22. 简述处于成长期的企业的主要特点。
23. 简述企业文化的特征。
24. 简述质量管理体系的构成。
25. 简述职能型项目组织的主要优缺点。
26. 简述创业的条件。

## 三、计算题：本大题共 2 小题，每小题 6 分，共 12 分。计算结果保留两位小数。

27. 受 2020 年初新冠疫情的影响，甲公司 2020 年的销售收入仅为 12000 万元，资产平均总额为 7500 万元，其中，固定资产平均净值 4000 万元。计算甲公司的总资产周转率、固定资产周转率。
28. 根据乙公司 2021 年末财务报表的数据，公司流动资产 5320 万元，流动负债 2400 万元，存货 2320 万元。计算乙公司 2021 年末的流动比率和速动比率，并对计算结果进行评价和说明。

## 四、案例分析题：本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分。

### 29. 案例：

在竞争激烈的化妆品市场中，B 公司看准了国内部分中年男性顾客对化妆品需求的上升态势，成功研制并推出了男用面霜。公司在该产品市场投放初期，聘请国内知名男星做代言，并制作了凸显健康、成熟、帅气形象的宣传片，在多家卫视频道和互联网移动客户端进行播放。公司还通过赠送、抽奖销售、买赠等方式以吸引男性消费者试用产品。另外，公司的产品价格亲民，仅为国外同类知名品牌价格的 75%，再加上良好的顾客使用体验，让该产品很快打开了销路。

### 问题：

- (1) 企业的竞争战略类型有哪些？分析 B 公司的竞争战略。
- (2) 指出并分析 B 公司的价格策略和促销策略。

### 30. 案例:

新冠疫情期间,居家办公的人数激增,餐饮业受到消费者人数锐减和政府居家隔离政策的双重打击。快递业龙头 SF 公司凭借物流配送和订单信息处理平台的优势,强势杀入了外卖行业。SF 公司上线小程序“丰食”并推出商家“免费上线”活动,吸引了近百家急于寻找出路的知名餐饮企业入驻,极大地满足了消费者对规范包装、快速送达等外卖服务的需求。尽管外卖行业龙头 MT、ELM 等公司的市场占有率分别高达 51.8%、47.4%,但是 SF 公司的进入仍然对他们造成了一定冲击。

问题:

- (1) 结合企业战略环境分析的层次,分析 SF 公司跨界所涉及的外部环境因素。
- (2) 指出并分析 SF 公司的物流活动类型,并说明物流服务中应包括的要素。