

2008 年福建省高职高专升本科入学考试

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、单选选择题 (本大题共 15 小题, 每小题 2 分, 共 30 分) 在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将正确答案代码填写在题后的“【】”内。

1. 中国古代管理思想在众多著作中都得到了体现, 其中对封建国家的管理体制进行了理想化设计的是_____。

A. 《孙子兵法》 B. 《周礼》 C. 《曾子》 D. 《齐民要术》

2. 在 20 世纪 80 和 90 年代, 西方的工商企业界和公共管理部门兴起的主要管理理论是_____。

【 】
A. 核心能力理论 B. 系统管理理论
C. 全面质量管理 D. 权变管理理论

3. 梅奥对其领导的霍桑试验进行总结, 认为工人是_____。

A. 经纪人 B. 社会人 C. 理性人 D. 复杂人

4. 兰德公司提出的“用于听取专家对某一问题的意见”的决策方法是_____。

【 】
A. 头脑风暴法 B. 德尔菲技术
C. 名义小组技术 D. 小中取大法

5. 把计划分为业务、财务和人事计划, 其划分的标准是_____。

【 】

A. 职能空间 B. 综合性程度 C. 明确性 D. 程序化程度

E. 关于组织的管理层次

6. 管理幅度与管理效能之间关系表述正确的是_____。 【 】

- A. 管理层次与管理幅度成正比，管理幅度与管理效能成正比
- B. 管理层次与管理幅度成正比，管理幅度与管理效能成反比
- C. 管理层次与管理幅度成反比，管理幅度与管理效能成反比
- D. 管理层次与管理幅度成反比，管理幅度与管理效能成正比

7. 企业解聘员工的方式多样，下列不属于区域解聘方案的是_____。 【 】

- A. 主动辞职 B. 缩短工作周 C. 临时解聘 D. 调换岗位

8. 组织的变革可以分为渐进式和激进式变革两种，其划分标准是根据_____。 【 】

- A. 工作的对象不同 B. 组织所处的经营环境状况不同
- C. 变革的程度与速度不同 D. 组织变革的不同侧重

9. 组织文化有三个层次结构，属于显现层范畴的是_____。 【 】

- A. 管理哲学 B. 敬业精神 C. 道德观念 D. 组织行为

10. 辞退和起诉是领导权力的_____。 【 】

- A. 奖赏性权力 B. 感召性权力 C. 惩罚性权力
- D. 法定性权力

11. 美国管理学者保罗·和肯尼斯·布兰查德提出的管理理论_____。 【 】

- A. 领导生命周期理论 B. 路径-目标理论
- C. 管理方格理论 D. 权变理论

12. 在激励的强化理论中，有正确化和负强化，其中属于负强化的_____。 【 】

- A. 改善工作关系 B. 减少报酬 C. 增加奖金 D. 通报表扬

13. 职工成绩评定属于_____。 【 】

- A. 前馈控制 B. 现场控制 C. 成果控制 D. 过程控制

14. 把创新划分为消极防御型创新和积极攻击型创新，这种划分方法的根据

是

- A. 创新发生的时间
B. 创新与环境的关系
C. 创新的组织程度
D. 创新的规模及对系统的影响程度
15. 把决策划分为确定型、风险型和非确定型的根据是_____。 【 】
- A. 决策的可靠性
B. 决策者的层次
C. 决策问题的重复性
D. 决策的层次

二、多项选择题（本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分）在每小题列出的五个备选项至少有两个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的“【】”内

16. 影响决策的因素多种多样，其中决策主体的因素包括_____。 【 】
- A. 个人对待风险的态度
B. 决策的组织能力
C. 个人价值观
D. 买卖双方在市场中的地位
E. 决策群体的关系融洽程度
17. 按工作的结果标准来划分，组织部门化的形式有_____。 【 】
- A. 职能部门化
B. 地域部门化
C. 产品或服务部门化
D. 顾客部门化
E. 流程部门化
18. 组织获取必要的人力资源渠道有_____。 【 】
- A. 广告应聘者
B. 员工的推荐
C. 高校所设的相关服务机构
D. 职业介绍机构推荐
E. 网络上随机抽取
19. 控制的过程报了三个基本环节的工作它们是_____。 【 】
- A. 确定标准
B. 同期控制
C. 衡量成效
D. 纠正偏差
E. 及时反馈
20. 根据时机、对象和目的的不同，可以将控制分为_____。 【 】

A. 预算控制
D. 反馈控制

B. 前馈控制
E. 最佳控制

C. 同期控制

三、简答题（本大题共 2 小题，每小题 15 分，共 30 分）

21. 简述计划编制的过程。

22. 在人力资源管理中，绩效评估的作用主要体现在哪些方面？

四、论述题（本大题 25 分）

23. 从社会文化的系统出发，对人的需要进行分类，通过提供一种未满足的需要框架，寻求管理对象的激励效率，称之为需要层次论，请评述马斯洛的需要层次论。

五、计算题（本大题共 2 小题，第 24 小题 6 分，第 25 小题 14 分，共 20 分）

24. 决策有风险，决策主体在对待风险时态度有三种：分别是风险厌恶性、风险中立性和风险爱好型。

25. 假如你面临两个方案：一个方案是，不管情况如何变化，你将在一年后得到 2 万元的收入；

另一个方案是，在情况朝好的一面发展时，你将得到 3 万元收入，而在情况朝坏的一面发展的可能性各占一半。如果你是一个风险爱好型的决策主体（即选择第二个方案），请问，你将得到的期望收入是多少？（6 分）

26. 一生产厂家计划生产某产品，根据市场经济的发展规律，产品销路存在三种可能，即：销路好、销路一般和销路差，且这三种情况出现的概率分别为 0.4、0.35、0.25。生产该产品有三种方案：新建生产线、外包生产和战略联盟。各种方案的收益值如下表：

(1) 各生产方案在不同市场情况下的收益（单位：万元）

(2) 就以上提供的资料，在计算处三种方案对应的期望收益的基础上，根据最大期望收益值来判断该厂家将会采取哪种生产方案？（14 分）

六、案例分析题（本大题共 25 分）

27. 摩托罗拉的内部激励机制

提供福利待遇

摩托罗拉在每年的薪资福利调整前，都对市场价格因素及相关的、有代表性企业的薪资福利情况进行比较调查，以便使公司在制订薪酬福利时，与其他企业相比能保持优势和具有竞争力。摩托罗拉员工享受政府规定的医疗、养老、失业、等保障。在中国，摩托罗拉为员工提供免费午餐、班车、并成为向员工提供住房的外资企业之一。

建立公正评估

摩托罗拉制定薪资报酬时遵循“论功行赏”原则，员工有机会通过不断提高业绩水平及公司的贡献而获得加薪。摩托罗拉业绩报告表（scorecard）参照美国国家质量标准制定。员工根据报告表制定自己的目标。个人评估一个月一次，部门评估一年一次，根据业绩报告表的情况，公司年底决定员工的薪水涨幅及晋升情况。评估在一月份进行，每年选拔干部比较集中的时间是 2-3 月份。

尊重个人人格

在摩托罗拉，人的尊严被定义为：实质性的工作；了解成功的条件；有充分的培训并能胜任工作；在公司有明确的个人前途；及时中肯的反馈；无偏见的工作环境。每个季度员工的直接主管会与其进行单独面谈，就以上六个方面或更广阔的范围进行探讨，谈话中发现的问题将通过正式渠道加以解决。此外，员工享有充分的隐私权，员工的机密档案，包括病例、心理咨询记录等都为员工的一般档案分开保存。

公司内部能够接触到员工所有档案的仅限于“有必要知道”的相关人员。员工可以通过参加“总经理座谈会”、业绩报告会、“大家庭”报、公司互联网页、“畅所欲言”或“我建议”等形式反映个人问题，进行投诉或提出合理化建议，进行直接沟通。管理层也可以根据存在的问题及时处理员工事务，不断地促进员工关系，创造好工作氛围，提供发展机会。

摩托罗拉的经理级别分为初级经理、部门经理、区域经理（总监），副总裁（兼总监或经理）、资深副总裁。中国公司的经理镇南关，72%是中国员工，比5年前上升了60多个百分点；女经理人数占到经理总数的23%。公司亚太总部还制订了一项新规定，规定女性管理者要达到素有管理者的40%。而且，今后在中层领导招聘中每三个面试者中至少有一个女性。在现代社会中除极个别的行业外，绝大多数职位男女都可以胜任。在男女员工的使用上，摩托罗拉一视同仁。在摩托罗拉，技术人员可以搞管理，管理人员也有做技术的，做技术的和做管理的在工资上具有可比性。许多公司看重职业经理人的位置，因为拿钱多。在摩托罗拉，做技术和做管理完全可以拿一样多的工资。

(1) 你认为摩托罗拉公正的绩效评估体系是怎样建立起来的，有哪些步骤(111)

(2) 摩托罗拉的内部激励机制由哪几方面组成(14分)

第二部分 市场营销(共150分)

一、填空题(本大题共7小题，每空2分，共30分)请在每小题的空格上填写正确答案。

1. 所谓顾客满意，是指顾客对一件产品满足其需要的_____进行比较所形成的感觉状态。
2. _____一体化成长战略包括_____、_____、_____。

3. 企业的宏观影响环境包括_____、经济环境。政治法律环境、科学技术环境、自然环境和_____。
4. 组织市场包括生产者市场、_____、_____和政府市场。
5. 消费者市场细分的标准包括地理环境因素、_____、_____、消费行为因素。
6. 非人员推销一般包括以下三种形式：_____、_____、和_____。
7. 4C 观念强调_____、_____、便利和沟通。

二、单选选择题（本大题共 15 小题，每小题 2 分，共 30 分）在每小题列出的四个备选项只有一个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的“【】”内

8. 推 式 策 略 侧 重 运 用_____。
【 】
- A. 广告方式 B. 人员推销方式 C. 销售促进方式
D. 公共关系方式
9. 当家庭收入达到一定水平时，随着收入增长，恩格尔系数将_____。
【 】
- A. 下降 B. 增大 C. 不变
D. 上下波动
10. 有时消费品需求只增减 10%，就能使下一阶段工业需求出现 200%的增减。这说明组织市场需求的特征之一是_____。
【 】
- A. 需求波动大 B. 派生的需求 C. 需求弹性小
D. 购买数量大
11. 渠道的每个层次使用的同类型中间商的多少即分销渠道的_____。
【 】
- A. 长度 B. 深度 C. 宽度
D. 关联度
12. 在产品生命周期中，丰厚的利润一般开始出现的阶段是_____。
【 】
- A. 导入期 B. 成长期 C. 成熟期
D. 衰退期
13. 下列哪一个因素不属于微观影响环境范畴_____。
【 】
- A. 供应商 B. 竞争者 C. 企业
D. 科学技术

14. 现金折扣是_____。

【 】

- A. 对按约定日期付款或提前付款的顾客给予一定的折扣
- B. 对那些大批量购买的顾客给予一定的折扣
- C. 由销售者提供给那些执行一定贸易职能的分销渠道成员的
- D. 对在淡季购买商品或服务的顾客给予一定的折扣

15. 组织采购中最简单的购买型是_____。

【 】

- A. 新购
- B. 修正重购
- C. 集团采购
- D. 直接重购

16. 顾客让渡价值中的顾客购买总成本是_____。

【 】

- A. 时间成本
- B. 产品成本
- C. 精力成本
- D. 货币和非货币成本的总和

17. 产品改良、市场改良和营销组合改良等决策适用于产品生命期_____。

【 】

- A. 导入期
- B. 成长期
- C. 成熟期
- D. 衰退期

18. 市场营销的核心是_____。

【 】

- A. 交换活动
- B. 销售活动
- C. 生产活动
- D. 促销活动

19. 消费者购买决策的最后阶段是_____。

【 】

- A. 评价选择
- B. 购后评价
- C. 购买决策
- D. 收集信息

20. 代理商的最大特点是_____。

【 】

- A. 直接从事产品购销活动
- B. 不具有独立法人资格
- C. 不拥有产品使用权
- D. 以购销差价作为回报

21. 在儿童食品的包装里放入塑料玩具，这种包装策略就做_____。

【 】

- A. 配套包装
- B. 分档包装
- C. 再使用包装
- D. 附赠品包装

22. 工业产品的促销一般多采用的方法是_____。

【 】

- A. 营业推广
- B. 人员推销
- C. 公关
- D. 广告

三、多项选择题（本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分）在每小题的五个备选项中至少两个是符合题目要求的，请将代码填写在【】内

23. 市场营销信息系统的构成包括_____。

【】

- A. 内部报告系统
B. 营销情报系统
C. 营销调研系统
D. 营销决策系统
E. 营销分析系统

24. 销售促进的方式多种多样，其中向中间商推广的方式主要_____。

- 【】
A. 赠送样品
B. 购买折扣
C. 赠品印花
D. 资助
E. 经销奖励

24. 按消费行为的市场的细分，具体包括_____。

- 【】
A. 按个性细分
B. 按使用频率细分
C. 按价值观念细分
D. 按消费者进入市场的程度细分
E. 按偏好程度细分

25. 成熟期可以分为若干个时期_____。

- 【】
A. 成长成熟期
B. 缓慢成熟期
C. 稳定成熟期
D. 衰退成熟期
E. 过度成熟期

26. 以下市场调研方法中属于询问法的有_____。

- 【】
A. 邮寄调查
B. 留置问卷调查
C. 电话调查
D. 现场调查
E. 现场试验
F. 销售试验

四、简答题（本大题共 2 小题，每小题 15 分，共 30 分）

27. 简述品牌对营销企业和消费者的不同作用。

28. 影响消费者行为的外在因素有哪些？

五、论述题（本大题共 20 分）

29. 分销渠道的职能是什么？影响分销渠道选择的因素有哪些？

六、案例分析题（本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分）根据案例在每小题备选项中只有一个是符合题目要求的，请将正确答案填写在题后的【】内

30. 20 世纪 60 年代初，日本袖珍式电子计算器市场兴起，当时只有三家生产计算器的企业；即夏普、佳能与**电子公司。夏普公司处于领先地位，市场份额为 34%。不久，卡西欧公司登场了，市场份额不足 10%。到 60 年代末，商用计算机、西格玛、索尼、理光、精工、日立和松下公司，都纷纷看好这一市场，纷纷进入计算器市场。截止到 1970 年，在这个市场上共有 23 家企业。竞争越来越激烈，产品的售价以 27% 的速度下降，随之需求被刺激上去了，年增长高达 133%。

卡西欧兄弟看到，计算器市场上登场的企业，哪家都不是善主。倘若跟在这些对手企业后面亦步亦趋，一旦市场成熟，增长减缓或停止，竞争将陷于相持阶段，那卡西欧就永无出头之日。卡西欧必须先发制人，学习夏普的做法，比竞争对手发展得更快，抢在竞争对手之前提高产量、提高生产能力，提高销售收入，从而扩大市场占有率。夏普公司的年增长率为 100%，使夏普能在这个行当独占鳌头，卡西欧想要翻身，年增长率必须到达 200%。办法总会有的。卡西欧兄弟俩名不见经传，手上资源很有限，怎么办？卡西欧兄弟很聪明，他们把有限的资源集中在“工程设计”环节上，不在生产制造方面投入过多的力

量充分利用外部加工的条件，成为集设计、工程开发与组装企业，并把工程设计部门与营销部门合在一起，让工程师直接把握市场需求与竞争动向，加速产品开发，缩短市场周期。

卡西欧终于把握了市场的主动权，以 50% 的速度更新了品种，以 100% 的速度降价销售，以 200% 的速度增加产量。这种竞争导向的营销手法，令同行眼花缭乱。卡西欧的新品一露面，紧接着就是大幅度降价，使竞争者深感气馁，不敢问津，稍一犹豫，卡西欧又推出新产品，由进一步降价。结果促使市场需求迅速增长，而增长的市场需求又迅速成为卡西欧的市场份额。到 1973 年卡西欧夺得计算器市场的首位，市场份额为 35% 夏普则失去了原来的市场地位，市场份额为 17%。索尼、精工、日立等著名企业忍痛推出市场，佳能与理光也都不得不缩小生产规模，商用计算器与西格玛公司宣布破产。继续留在市场上的计算器企业只有 9 家。

(1) 六十年代，日本的袖珍电子计算器处于产品生命周期的哪个阶段_____。【 】

- A. 投入期 B. 成长期 C. 成熟期 D. 不能确定

(2) 60 年代末，商用计算机、西格玛、索尼、理光、精工、日立和松下等公司在袖珍电子计算器市场属于_____。【 】

- A. 市场挑战者 B. 市场追随者 C. 市场利基者 D. 市场开拓者

(3) 当时，就袖珍电子计算器市场开发而言，索尼公司的成长战略属于_____。【 】

- A. 同心多角化 B. 水平多角化 C. 综合多角化 D. 垂直多角化

(4) 卡西欧公司的竞争目标主要是_____。【 】

- A. 创造品牌知名度 B. 获取最大利润
C. 达到最大市场占有率 D. 提高增长率

(5) 卡西欧的定价方法基本可归纳为_____。【 】

- A. 以成本为中心的定价方法 B. 以市场需求为中心的定价方法
C. 以竞争为中心的定价方法 D. 心理因素定价法

(6) 卡西欧的产品和技术发展策略属于_____。【 】

- A. 技术领先策略 B. 紧跟策略 C. 最低成本策略
D. 调整和紧缩策略

(7) 体现了卡西欧营销观念的做法是_____。

【 】

- A. 把有限的资源集中在“工程设计”环节上
- B. 把工厂设计部门和营销部门合在一起
- C. 以100%的速度降价销售
- D. 以100%速度增加产量

(8) 卡西欧选择的竞争战略是_____。

【 】

- A. 成本领先市场
- B. 抢占市场
- C. 重点集中或市场“聚焦”
- D. 差别化或别具一格

(9) 从总体上看，卡西欧的促销策略属于_____。

【 】

- A. 推式策略
- B. 拉式策略
- C. 牵引策略
- D. 刺激策略

(10) 从总体上看，卡西欧采取的市场定位方式是_____。

【 】

- A. 竞争性定位
- B. 避强定位
- C. 对抗性定位
- D. 重新定位

聚英专升本
Juying Education