

绝密★启封并使用完毕前

2014 年同等学力人员申请硕士学位
学科综合水平全国统一考试

工商管理试卷



考生填写：

| | |
|-----|--|
| 姓 名 | |
| 考 号 | |

考生须知

1. 本试卷满分 100 分。
2. 请考生务必将本人姓名和考号填写在本页方框内。
3. 第一题、第二题的答案一律用 2B 铅笔填涂在指定的答题卡上，写在试卷上或答题纸上的答案一律无效。
4. 在答题卡上正确的填涂方法为：在代表答案的字母上划线，如[A] [B] [C] [D]。
5. 其他题一律用蓝色或黑色墨水笔在答题纸指定位置上按规定要求作答，未做在指定位置上的答案一律无效。
6. 监考员收卷时，考生须配合监考员验收，并请监考员在准考证上签字（作为考生交卷的凭据），否则，若发生答卷遗失，责任由考生自负。

一、单项选择题（每小题 1 分，共 10 分）

1. 以下属于正式组织三要素之一的是_____。

- A. 协作意愿
- B. 组织制度
- C. 组织结构
- D. 组织形式

2. 奠定了管理过程思想基础的是_____。

- A. 泰罗的科学管理理论
- B. 法约尔的一般管理理论
- C. 韦伯的理想的行政组织理论
- D. 西蒙的管理决策理论

3. 以下不属于企业无形资产的是_____。

- A. 声誉
- B. 品牌
- C. 文化
- D. 组织能力

4. 提出企业战略包括产品与市场范围、增长向量、竞争优势、协同效应四个构成要素的学者是_____。

- A. 波特
- B. 安德鲁斯
- C. 安索夫
- D. 明茨伯格

5. 处于产品生命周期_____的产品，可以采用快速掠夺策略。

- A. 介绍期
- B. 成长期
- C. 成熟期
- D. 衰退期

6. 市场营销管理的实质是_____。

- A. 销售
- B. 营销计划
- C. 需求管理
- D. 顾客管理

7. 与顾客建立长期合作关系是_____的核心内容。

- A. 关系营销
- B. 绿色营销
- C. 公共关系
- D. 相互市场营销

8. 目前，我国首次公开发行股票的定价方式是_____。

- A. 承销制度
- B. 保荐制度
- C. 询价制度
- D. 固定价格制度

9. 某企业分期付款购买了一台设备，设备总价款为 100 万元，分 5 年平均支付，每年年初付款。假设利率为 10%，则该设备的现值为_____。

($PVIFA_{10\%, 4}=3.170$, $PVIFA_{10\%, 5}=3.791$, $PVIF_{10\%, 4}=0.683$, $PVIF_{10\%, 5}=0.621$)

- A. 68.3 万元
- B. 83.4 万元

C. 88.3 万元

D. 62.1 万元

10. 下列股利政策中, 股利支付与公司的盈利状况密切相关的是_____。

A. 剩余股利政策

B. 固定股利政策

C. 固定股利支付率股利政策

D. 低正常股利加额外股利政策

二、多项选择题 (每小题 2 分, 共 8 分)

11. 上市的股份有限公司的特征有_____。

A. 资本证券化

B. 有限责任制

C. 所有权与经营管理权分离

D. 实行事业部制

E. 公司账目公开

12. 下列关于企业战略与组织结构之间关系的陈述正确的有_____。

A. 战略具有前导性, 结构具有滞后性

B. 结构决定战略

C. 结构是保证战略实施的必要手段

D. 战略与结构的关系会受到产业经济发展的制约

E. 战略与结构互不影响

13. 一般说来, 市场主导者可以从_____几个方面扩大市场需求总量。

A. 发现新用户

B. 开辟新用途

C. 大量推销

D. 增加使用量

E. 广告宣传

14. 下列投资决策指标中, 考虑了时间价值的有_____。

A. 净现值

B. 利润指数

C. 平均报酬率

D. 内部报酬率

E. 投资回收期

三、名词解释 (每小题 3 分, 共 12 分)

1. 动机

2. 战略目标

3. 物流

4. 货币的时间价值

四、简答题 (每小题 7 分, 共 28 分)

1. 简述个人在组织中学习的特点。

2. 简述波特钻石模型分析中包括的四个维度。
3. 简述影响消费者行为的主要因素。
4. 简述优先股筹资的优缺点。

五、论述题（每小题 11 分，共 22 分）

1. 试论制度规范的特点。
2. 试述战略控制的特点。

六、案例分析题（每小题 10 分，共 20 分）

案例一：

属于“你”的一天

“飞饼”是美国一家经营比萨的小店。为了促进销售，他们推出了一个“属于‘你’的一天”的营销策略，即每天喊出一个“名字”的策略。例如 2 月 16 日是“罗斯”，2 月 19 日是“琼斯”，他们邀请五位名叫这个名字的幸运居民，让他们当天下午 2 点到 4 点或晚上 8 点到 10 点，来他们的厨房制作自己的免费比萨，还拍一张照片发到网上。

“飞饼”在网站上每周会公布新一周的名字，使人常常回来看这个列表。如果谁看到自己朋友的名字，欢迎告诉他，然后叫他过来。

“飞饼”会请每个来参加的人提供新的名字，并且投票。他们会把这个票数当作决定下一周的幸运名字的重要参考。这样的做法是希望这些参加者们能邀请到更多的朋友过来。一个同事或朋友告诉你，你的名字在上面，你就过来了。接下来，你再告诉他你的朋友也可能有叫上面名字的，他们知道后也会来这个网站。待你买了比萨回去后看到自己朋友的名字在上面，你也会去找来这个朋友。这样一来，这个人群就会越来越大，新的客户会不断产生。

有趣的是，美国有位专栏作家实地调查了这个案例。这位作家当初是从他朋友处知道“飞饼”比萨店的。他先收到一封信，通知他这家比萨店将在某月某日办“Armando 日”，该作家的名字正是 Armando。这位作家先是非常惊讶这家比萨店的存在，还打电话给寄信给他的朋友，这位朋友说她吃过这家比萨，还不错，而且还说她每天都会去检查还有哪些新名字，每天的名字都会让她想起某几位叫这个名字的朋友。她每天也养成习惯寄信给这些朋友，通知他们：“‘飞饼’提到你的名字喽！”

这位作家还说，他问了几个人，竟然没找到一个人真的得到免费比萨优惠。看起来，“飞饼”每天只让少数几个人来参加免费比萨活动。其实大家都很忙，来的人并不多；但即使这些人不来，也不妨碍这些人四处帮忙传播“飞饼”。

问题：

1. “飞饼”的主要传播策略是什么？
2. 分析“飞饼”营销策略成功的原因。

案例二：

某公司 2013 年末总资产为 1000 万元，总负债为 400 万元。2013 年的营业收入为 800 万元，成本总额为 600 万元，其中固定成本总额为 200 万元，变动成本总额为 400 万元。2013 年公司的税后净利润为 120 万元。假设该公司 2014 年成本习性保持不变。

要求：

1. 计算公司 2013 年末的所有者权益比率；
2. 计算公司 2013 年的销售净利率；
3. 计算公司 2013 年的边际贡献总额；
4. 计算公司 2014 年的经营杠杆系数。