

绝密★启用前

2011 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

考生须知

1. 本试卷满分 100 分。
2. 请考生务必将本人考号最后两位数字填写在本页右上角方框内。
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答案所代表的字母上划线，如[A] [■] [C] [D]。
5. 其它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. “集中决策，分散经营”所指的组织结构形式是_____。

- A. 直线制
- B. 直线职能制
- C. 矩阵制
- D. 事业部制

2. 通过不予理睬来减弱某种不良行为的强化方法是_____。

- A. 正强化
- B. 消退
- C. 负强化
- D. 规避

3. 外包战略的优势不包括_____。

- A. 降低成本
- B. 实现风险分散
- C. 提高产品差异化
- D. 优化人力资源

4. 价值链将企业生产经营活动分成基本活动和支持性活动两大类。下列属于基本活动的是_____。

- A. 采购管理
- B. 技术开发
- C. 进货物流
- D. 人力资源

5. 根据消费者收入多少细分消费者市场，被称为_____。

- A. 人口细分
- B. 心理细分
- C. 行为细分
- D. 地理细分

6. 企业给那些当场付清货款的顾客以一定的减价，被称为_____。

- A. 数量折扣
- B. 功能折扣
- C. 现金折扣
- D. 季节折扣

7. 一个企业产品大类的多少被称为_____。

- A. 产品组合的长度
- B. 产品组合的宽度
- C. 产品组合的深度
- D. 产品组合的关联度

8. 下列各项中，属于发行公司债券筹资缺点的是_____。

- A. 资本成本较高
- B. 财务风险较高
- C. 分散公司股东控制权
- D. 不利于调整资本结构

9. 领取股利的权利与股票分开的日期是_____。

- A. 股利宣告日
- B. 股权登记日
- C. 除息日
- D. 股利发放日

10. 关于股票分割, 下列说法中正确的是_____。

- A. 导致公司股本规模扩大
- B. 使股东权益总额增加
- C. 增加了股东财富
- D. 改变了公司股权结构

二、多项选择题 (每小题 2 分, 共 8 分)

11. 制度规范的特点有_____。

- A. 权威性
- B. 系统性
- C. 科学性
- D. 无差别性
- E. 借助强制力

12. 战略管理内容涉及的层次有_____。

- A. 网络层次
- B. 业务层次
- C. 运作层次
- D. 职能层次
- E. 产品层次

13. 产品生命周期包括_____。

- A. 介绍期
- B. 发展期
- C. 成熟期
- D. 衰退期
- E. 成长期

14. 下列各项财务指标中, 反映企业偿债能力的指标有_____。

- A. 市盈率
- B. 速动比率
- C. 资产负债率
- D. 总资产周转率
- E. 利息周转倍数

三、名词解释 (每小题 3 分, 共 12 分)

- 1. 管理幅度
- 2. 企业核心能力

3. 市场定位

4. 年金

四、简答题（每小题 7 分，共 28 分）

1. 简述直线职能制的特点。
2. 简述高动荡产业的特点。
3. 简述顾客对产品降价的反应。
4. 简述可转换债券筹资的优缺点。

五、论述题（每小题 11 分，共 22 分）

1. 试论强化激励的方法。
2. 论述战略联盟的特征。

六、案例分析题（每小题 10 分，共 20 分）

案例一：“万宝路”的形象改变

菲力普·莫里斯（Philip Morris）从 1924 年开始将万宝路推向市场，当时它是一种极为温和的过滤嘴香烟。“像五月一样温和”是当时的促销口号。早期的促销活动无一例外地用非阳刚气质的历史人物来宣传万宝路。到了 40 年代，万宝路主要被作为一种优雅的女士香烟来促销，偶尔也有广告展示身着晚礼服的男士使用万宝路。这时的万宝路都附有象牙或红美人烟嘴，其广告充斥着一种极端奢华的气氛，它在女性消费者中拥有很高的知名度。到了 50 年代，上述形象已被牢固地确立。而且，在那个时候，所有的过滤嘴香烟都被视为多少有点女人气。

到 50 年代中期，过滤嘴香烟将支配整个市场的趋势已日益明显，菲力普·莫里斯决定让香烟市场的主要消费群体男性消费者接受万宝路。为了达成这一目的，除了名字，万宝路的一切都得改变。一种味道更浓的烟草和一种新的过滤嘴被选用。包装图案改为有棱角的红白图案，这比弯曲、带弧线的图案更有“男人味”。其中一种包装版式使用了防皱硬盒，以更加突出香烟“粗犷”和“阳刚之气”的形象。

广告使用“棒小伙”而不是职业模特，以便更加凸现男子汉的自信。万宝路牛仔——一位真正的西部牛仔，作为“美国最广泛的男子汉象征”被引入。为了增加新万宝路的可信度，在导入阶段广告突出了著名的菲力普·莫里斯的名字：“菲力普·莫里斯的新作”。

结果怎么样呢？这次形象转变使“万宝路”成为世界上销量最大的香烟品牌。

问题：

1. “万宝路”在品牌形象转变过程中，莫里斯公司使用了哪些营销手段？
2. 结合本案例，说明品牌形象塑造过程中广告的作用。

案例二：

某公司 2011 年准备购入一套设备以扩充生产能力，购买设备需投资 365 万元，使用寿命为 5 年，5 年后有残值收入 65 万元，该设备采用直线法计提折旧。该设备无安装期，购回即可投入使用。设备投入运营后，需垫支营运资金 35 万元，垫支的营运资金在设备期满报废时可按原来的金额收回。该设备投入使用后，每年可为公司获得的销售收入为 190 万元，每年发生的付现成本为 50 万元。该公司的所得税税率为 25%，资本成本为 18%。

i \ n	复利现值系数 (PVIF)			年金现值系数 (PVIFA)		
	18%	19%	20%	18%	19%	20%
4	0.516	0.499	0.482	2.690	2.639	2.589
5	0.437	0.419	0.402	3.127	3.058	2.991

要求：

- (1) 计算该投资方案的各年净现金流量；
 - (2) 计算投资方案的净现值；
 - (3) 判断该投资方案是否可行？
- (以上计算结果均精确到小数点后两位)