**一、单项选择题**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 题号 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 答案 | **D** | **A** | **A** | **B** | **D** | **C** | **A** | **B** | **C** | **B** |

1. 经济实体内的劳动者平等持股、合作经营，股本与劳动共同分红，劳动者自愿、自助、自治的企业形式是（ ）。

A. 合伙企业 B. 有限责任公司 C. 股份有限公司 D. 合作制企业

1. 企业充分利用自己在产品、技术、市场上的优势，根据企业的控制程度和物资流动的方向，使企业不断向深度和广度发展的是（ ）

A. 增长战略 B. 稳定发展战略 C. 紧缩战略 D. 国际化战略

1. 人在工作以后，可以通过不断地学习更新自己的知识，提高技能，是指人力资源的（ ）特征。

A.再生性 B.二重性 C.时效性 D.能动性

1. 以下属于间接性经济报酬的是（ ）。

A.基本工资 B.社保保险 C.津贴 D.奖金

1. 以下属于企业盈利能力指标的是（ ）。

A．利息保障倍数 B. 应收账款周转率 C.速动比率 D. 资产报酬率

1. 即由于劳动生产率的提高，或设备制造技术的进步，生产同样设备所需社会必要劳动量减少，使原有设备价值相应贬值是指（ ）。

A.有形磨损 B.技术寿命 C.无形磨损 D.自然寿命

1. 企业在前后两批物资进厂之间的供应间隔期内，为保证生产正常进行所必须的、经济合理的物资数量是指（ ）。

A.经常储备定额 B.保险储备定额 C.季节性储备定额 D.物资消耗定额

1. 由于大规模的生产和丰厚的利润机会，吸引大批竞争者加入，市场竞争加剧，仿制企业增加，市场价格趋于下降。这是产品生命周期处于（ ）的特点

A.引入期 B.成长期 C.成熟期 D.衰退期

1. 根据购买者所处的社会阶层、生活方式、个性特点等心理因素细分市场，属于（ ）。

A.地理细分 B.人口细分 C.心理细分 D.行为细分

1. 顾客需求是经常变动的，相对于更高水平的顾客需求，未储存的原有服务形式可能失效而退出商业领域，这是指服务的（ ）特征

A. 无形性 B.易逝性 C. 异质性 D. 生产与消费同时发生

**二、判断题**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 题号 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 答案 | **×** | **√** | **×** | **√** | **×** | **×** | **√** | **×** | **×** | **√** |

1. 矩阵式组织结构最突出的特点是：“集中决策，分散经营。
2. 管理的人本性是指在管理过程中以人为中心，把调动人的积极性放在首位。
3. 提出一般管理理论、提炼14项管理原则的是梅约。
4. 外部环境对不同企业和不同经营者的影响不同。
5. 人口结构与分布特征会是影响企业战略的政治因素。
6. 企业品牌、企业文化属于企业的外部战略要素。
7. 生产过程的适应性是指生产过程的组织形式要灵活，能及时地满足市场变化的要求。
8. 适龄服役人员属于就业人口。
9. 各种投资、技术可行性和经济合理性论证不属于财务管理的内容。
10. 无差异市场营销策略是指，企业将产品的整个市场视为一个目标市场，用单一的营销策略开拓市场，即用一种产品和一套营销方案吸引尽可能多的购买者。

**三、综合选择题**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. 管理的社会属性 | （ H ） | 6. 物资储备定额 | （ K ） |
| 2. 企业战略管理 | （ B ） | 7. 设备的自然寿命 | （ D ） |
| 3. 质量体系认证 | （ G ） | 8. 市场细分 | （ F ） |
| 4. 生产对象专业化 | （ C ） | 9. 广义质量 | （ I ） |
| 5. 绩效考核 | （ L） | 10. 大数据营销 | （ A ） |

1. 基于多平台的大量数据，在大数据技术的基础上，应用于互联网广告行业的营销方式。
2. 构筑在企业战略基础上的管理行为和管理科学，是企业在处理自身与环境关系的过程中实现其宗旨的管理过程，是决定企业长期表现的一系列管理决策和行动。
3. 按照产品(或零件、部件)的不同来设置生产单位的方法和形式；加工对象相同、加工设备和工艺方法不同
4. 由于有形磨损的原因所决定的寿命，即从设备投入使用开始，磨损老化、损坏直至报废为止经历的时间。
5. 按工艺特性划分的生产类型之一，生产过程中，产品是由离散的零部件装配而成，物料运动呈离散状态。
6. 营销者根据顾客之间需求的差异性，把一个整体市场划分为若干个消费者群（子市场）的市场分类过程。
7. 由公证的第三方体系认证机构，依据正式发布的质量体系标准对被认证企业的质量体系进行审核，并颁发认证证书和发布注册名录的形式，向公众证明企业的质量体系符合某一质量体系标准，有能力按规定的质量要求提供产品，可以相信企业在产品质量方面能够说道做到。
8. 由特定社会形态的生产关系决定的，受到生产关系和经济基础的双重制约和影响，常常表现为一种文化“属性”。
9. 产品、过程或服务满足规定要求的特征和特性总和。
10. 能够推动国民经济和社会发展的具有智力劳动和体力劳动能力的人的总和，包括数量和质量两个方面。
11. 指企业在一定的生产技术组织条件下。为保证生产顺利进行所需要的、经济合理的物资储备数量的标准。
12. 用定性和定量的方法对员工绩效进行客观进行描述过程。
13. 指企业提供给市场，用于满足人们某种欲望和需要的任何事物，包括实物、服务、场所、组织、思想、主意等。它不仅包括传统的有形实物产品的范围，还包括无形的服务。

**四、简答题**请列举泰勒的主要管理思想。

* 1. 科学管理的中心问题是提高劳动生产率；
  2. 科学管理是一场思想革命；
  3. 要科学地挑选工人和使工人进步；
  4. 劳资双方共同努力创造盈余；
  5. 把计划职能(管理职能)与执行职能(实际操作)加以分开
  6. 差别计件付酬制

1. 请列举企业战略的特点。全局性
2. 长远性
3. 抗争性
4. 纲领性
5. 协同性
   1. 请简述全面质量管理的内容。
6. 市场调研质量管理
7. 设计和规范质量管理
8. 采购质量管理
9. 生产过程质量管理
10. 产品形成后的质量管理
11. 质量成本管理
12. 企业筹资的方式有哪些？银行贷款
13. 发行企业债券
14. 发行股票
15. 租赁
16. 买方信贷
17. 利用外资
    1. 促销有什么作用？①提供信息情报

②引起购买欲望，扩大产品需求

③突出产品特点，建立产品形象

* 1. 维持和扩大企业的市场份额

**五、计算题**

**1.**某企业投资购买两条生产线，它们的投资和年生产成本分别为：第1条生产线： K1=2500万元，C1＝150万元；第2条生产线： K2=1800万元，C2＝210万元。问若该工业部门规定基准投资回收期是10年，问哪条生产线更好？

**解：（K1-K2）/(C2-C1)=(2500-1800)/(210-150)=700/60≈11.7＞10**

**答：选择第2条生产线好。**

2. 小王在第1年年初存入银行6万元，年利率为8%。要求计算：

（1）每年复利一次，三年后存款账户总额是多少？

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 终值系数 | 现值系数 |
| n | f/p,8%,n | p/f,8%,n |
| 1 | 1.080 | 0.9259 |
| 2 | 1.166 | 0.8573 |
| 3 | 1.260 | 0.7938 |

（2）若6万元，分别在第1年年初、第2年年初、第3年年初存入2万元，仍按8%利率，每年复利一次，三年后存款账户总额是多少?

解：

**（1）F=P\*（f/p,8%,3）=6\*1.260=7.56(万元)**

答：三年后存款账户总额是多少7.56万元

**（2）F=P1\*（f/p,8%,1）+ P2\*（f/p,8%,1）+ P3\*（f/p,8%,1）=2\*1.080+2\*1.166+2\*1.260=2.16+2.332+2.52=7.012（万元）**

**答: 三年后账户总额是7.012万元**

3．某公司生产一种新产品，固定成本总额为8万元，单位变动成本为9元，产品售价为11元，计算（1）盈亏平衡时的产量；（2）若要盈利2万元，产量应为多少？

**解：**（1）R=P\*Q=Cf+Cv

11\*Q=8+9\*Q， 2\*Q=8， Q=4（万件）

答：盈亏平衡时的产量为4万件

（2）R=P\*Q=Cf+Cv+W

11\*Q=8+9\*Q+2，2\*Q=10， Q=5（万件）

答：产量应为5万件。

**六、案例分析题**

小众手机品牌的未来

随着国产手机行业的迅猛发展，竞争日益激烈，人口红利逐渐消失，部分国产手机厂商利润偏低、生存压力大的困境愈发明显，曾经的“中华酷联”如今也只剩下华为一枝独秀。在这样的大环境下，让人不仅产生这样的疑问：小众手机品牌的未来到底在哪？

根据前不久市场调研机构IDC发布的2017年第三季度中国智能手机市场统计报告显示，中国智能手机市场出货量为1.147亿部，略高于第二季度，但低于去年同期，同比下降约为1%。IDC预计2017年全年中国智能手机出货量将低于去年整体水平。由此可见，国内智能手机市场增速正在逐渐放缓，比之去年更是有所下降。

而在国内市场逐渐趋于饱和的大环境下，消费者对智能手机品牌选择集中化趋势进一步增强。IDC数据显示，前五大智能手机厂商在中国市场的总份额为76.0%，较上年同期的65.2%增长10.8个百分点。前五的国产品牌中，华为、OPPO、小米第三季度的市场份额相较去年同期均有不同程度的增长，而vivo虽然较去年同期下降了0.2%，但与第二季度相比却增加了2%。可见，“强者愈强”的市场格局似乎已经成为定势。未来这一趋势恐怕会进一步凸显，小众手机品牌将面临更大的市场集中化的挑战与挤压，生存空间将越来越小。

一直以来，主打细分市场的小众手机品牌凭借各自的差异化优势，都有着自己忠实的用户群体。而就目前的情况来看，这些小众手机品牌们正逐渐丢弃“小而美”理念，向主流市场不断妥协。以锤子和一加这两个品牌为例，近段时间这两家厂商都发布了各自的新机坚果Pro 2和一加5T。以往锤子的产品往往自带“情怀”、“工匠精神”等标签，以不拘一格的外观设计博取了一部分用户的青睐。比如救锤子于“水深火热”之中的坚果Pro被称为“圆滑当道”时代的“锐利异类”，凭借有棱有角、割手感强烈的独特外观，坚果Pro成为锤子科技迄今为止卖的最好的一款产品，并获得颇为不错的用户口碑。而它的下代产品坚果Pro 2则要显得平庸些许，除了采用自称为“Almost全面屏”的全面屏设计之外，坚果Pro也融入了主流，变得“圆滑”了起来。可见如锤子、一加等的产品不断向主流市场妥协，在同质化程度日益加深的情况下恐怕难以再次形成差异化竞争优势。毕竟每一次的技术更迭，率先采用新技术的往往是那些领先的手机品牌，而这些规模略小的手机厂商受限于成本、技术、供应链等因素难以及时跟进，导致失去先机。

说到成本这方面，又不得不提如今的两个大趋势，消费升级和手机内部元器件成本涨价。正因为受此影响，目前部分国产手机厂商纷纷上探中高端，以寻求更高利润。如华为近年来发力高端，并已经取得不错的成效，在国内乃至全球高端市场逐步站稳脚跟。这对于华为等“大厂”来说或许是好事，对于小众手机品牌们来说却不一定。一方面，在手机内部元器件出现价格上涨和紧缺的情况下，对于资金能力、供应链把控力以及供应链议价话语权均相对不足的小众手机品牌们而言，其产能很可能会受到一定程度的限制，进一步加剧其销量压力。

另一方面，在消费升级的大趋势下，一线厂商如三星苹果华为等可以借助以往的品牌形象和过硬实力打造高溢价，为旗下手机产品进行提价。而小众手机品牌们由于品牌溢价不够高，又逐渐缺乏创新，失去核心竞争力，难以实现足够并有效的产品提价，进而导致“掉队”，回到中低端市场互相蚕食的局面。

综上所述，手机行业正在一轮轮的洗牌，在这样的市场规则中，摆在小众手机品牌们眼前的形势不容乐观，如果不能及时调整战略，其未来或许会更为艰难。

**思考题：**

1.结合案例和你了解的知识，以任意一家小众手机厂商为例，对其行业环境进行分析。

2. 结合4Ps理论，以任意一家小众手机厂商为例，为其产品制定营销策略。

参考答案：

1、首先说明竞争五力量模型，得4分（五力量中提到四个方面即可给满分）。结合案例从五力量的角度分别讨论，得4分。

如：

1. 行业内现有竞争对手（三星、苹果、华为、OPPO、小米、vivo、锤子、一加等公司都在不断推出新产品）
2. 潜在的加入者（如还有一些企业拟进入手机市场）
3. 替代品的生产者（电话手表、Pad等均能在一定程度上替代手机）
4. 讨价还价的供应者（手机内部元器件出现价格上涨和紧缺；资金能力、供应链把控力以及供应链议价话语权均相对不足）
5. 讨价还价的购买者（前五大智能手机厂商在中国市场的总份额为76.0%，消费者倾向于选择知名品牌的产品，很容易被价格或其他差异化优势吸引）

2、首先说明4Ps理论的内容（4分），然后从四个方面结合选择的小众手机厂商展开分析。（4分）

1. 产品（从质量、差异化特性、品牌、生命周期的角度）
2. 价格（定价的角度）
3. 分销渠道（开辟新的销售渠道，如自建网购商城、线下体验店等）
4. 促销（广告、销售促进、公关宣传等方面）