

全国 2021 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,再选涂其他答案标号。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. 5G 专利作为华为公司的重要知识资源,其表现形式为  
A. 人力资源  
B. 有形资产  
C. 无形资产  
D. 财务资产
2. S 公司是由不具独立法人地位的煤气化分公司、发电分厂、化工分厂联合组成的煤电化工一体化企业。该公司属于  
A. 联合公司  
B. 企业集团  
C. 企业联合体  
D. 合伙制企业
3. 某公司为乘客、车主和公司提供了具有聚集交易和互动分享功能的基础设施和信息服 务,极大地满足了出行供需双方的需求。在多种新型组织形态中,最符合上述描述的是  
A. 学习型组织  
B. 知识型组织  
C. 平台型组织  
D. 无边界组织
4. 某公司疫情应急指挥部对下属企业疫情防控工作进行检查。这种管理方法属于  
A. 经济方法  
B. 行政方法  
C. 法律方法  
D. 教育方法



13. “十一”等节假日被规定为企业法定带薪休假日。这属于
- A. 工资  
B. 补充福利  
C. 津贴  
D. 基本福利
14. 某汽车制造商针对普通大众、高收入阶层分别推出了“FT”和“LZ”品牌。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
15. KF 方便面公司根据西南地区消费者的饮食习惯，推出了“辣系列”口味方便面，成功赢得了消费者的喜爱。该公司的目标市场选择模式是
- A. 产品专门化  
B. 市场专门化  
C. 选择专门化  
D. 全面化进入
16. 直接把生产原材料变为产品的加工过程是生产过程的核心，也被称为
- A. 准备过程  
B. 基本生产过程  
C. 辅助生产过程  
D. 生产服务过程
17. 某轮胎企业召回其被“315”曝光的不合格产品。这一过程所形成的产品实体流动是
- A. 回收物流  
B. 生产物流  
C. 销售物流  
D. 废弃物流
18. 对某一类产品的结构、规格、性能、质量、检验方法以及包装、储存、运输等方面所做的技术规定，指的是
- A. 工艺标准  
B. 操作规程  
C. 产品标准  
D. 安全环保标准
19. M 公司在制定利润分配方案时，虽然也会考虑收入、税负等制约因素，但更注重体现股东的利益。上述表述说明，影响 M 公司利润分配方案的主要因素是
- A. 股东因素  
B. 法律因素  
C. 公司自身因素  
D. 债务契约因素
20. 电动汽车的三项核心技术是电机、电池和智能控制系统。通过三项核心技术局部变动、改变产品辅助功能或重新组合，实现产品创新。这种创新类型属于
- A. 重大的产品创新  
B. 组合性创新  
C. 沿技术轨道的顺轨创新  
D. 向技术相关领域发展的渗透性创新

## 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. 简述虚拟企业的优越性。
22. 简述知识转化的四种方式。
23. 简述价值链的支持性活动。
24. 简述企业文化整个理论系统包括的要素。
25. 简述绩效评估的作用。
26. 简述项目管理的目标。

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. 甲公司现有长期资本总额 40000 万元，其中长期借款 6000 万元、长期债券 10000 万元、普通股 20000 万元、留存收益 4000 万元。计算甲公司各种长期资本的比例。
28. 受新冠肺炎疫情的影响，乙公司 2020 年末的财务报表出现了较大变化，其资产总额与 2019 年的数据相同，仍为 13500 万元，但负债大幅增长到 8100 万元，所有者权益下降至 5400 万元。计算乙公司 2020 年末的资产负债率、产权比率，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：

G 公司凭借出色的“凯邦电机”和“凌达压缩机”使其空调产品叱咤全球家电市场。多年来，G 公司通过电机、压缩机两大核心产品沿空调产业链向上延伸到漆包线、电容等电子元器件生产领域，向下拓展到系列空调整机的生产、销售、安装服务等领域，甚至进一步向下延伸到包括废旧空调在内的电器回收产业，并于 2018 年在多地成立了家用电器再生资源子公司。至此，G 公司构建了一条无缝衔接的空调全产业链，实现了公司空调产业链的高效、清洁运行。

问题：

- (1) 分析 G 公司的成长战略，并说明其优点。
- (2) 分析 G 公司持有的营销观念及其具体体现。

### 30. 案例:

著名腕表制造商  $\Omega$  公司, 2017 年启用了独创的“机械机芯”质量监测体系和标准“主钟”, 它将腕表的时间误差控制在正负五秒内, 比红色“日内瓦印记”的瑞士国家时间精度标准更为严苛。随着新质量标准投入使用,  $\Omega$  公司也开始面向全球所有腕表品牌提供认证服务, 给每只通过测试的腕表颁发“主钟”证书。此外,  $\Omega$  公司还采用防磁零件使腕表免受家用电器、手机等产生的磁场影响, 始终保持很高的精准度。这些严苛的标准和独特的技术, 使  $\Omega$  公司的产品具有了明显的竞争优势, 满足了高端顾客的需求。

问题:

- (1) 分析案例中涉及的质量标准类型, 并指出  $\Omega$  公司标准化工作的特点。
- (2) 指出公司可采用的一般竞争战略, 并分析  $\Omega$  公司的竞争战略。