



全国 2020 年 10 月高等教育自学考试

网络经济与企业管理试题

课程代码:00910

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 30 小题,每小题 1 分,共 30 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. 在企业总体战略的制约下,指导和管理具体战略经营单位的计划和行动的是
A. 全局性战略 B. 根本性战略 C. 事业层战略 D. 职能战略
2. 迈克尔·波特在《竞争战略》一书中指出了三种基础的企业战略:总成本领先战略、差别化战略及
A. 纵向一体化战略 B. 横向一体化战略
C. 重点战略 D. 复合多样化战略
3. 波特把企业的活动分为两类,一类是基本活动,另一类是
A. 支持性活动 B. 特殊活动 C. 经营活动 D. 生产活动
4. 用来回答企业为什么要在某个特定行业里竞争的问题的是
A. 企业使命 B. 企业战略 C. 企业环境 D. 企业的目的和目标
5. 根据波士顿矩阵分析方法,我们把具有较低市场增长率和高市场占有率的战略经营单位称为
A. 明星类 B. 金牛类 C. 问号类 D. 狗类
6. 战略制定的第一步是
A. 战略分析 B. 使命定位 C. 战略选择 D. 经营战略规划
7. 根据客户组合分析法,对客户历史价值低而潜在价值高的采取的客户关系管理策略是
A. 维持 B. 投资 C. 放弃 D. 培育



8. 对客户进行分析,关键是分析客户的
- A. 客单价 B. 终生价值 C. 复购率 D. 转化率
9. 在客户关系管理系统中的业务操作管理子系统,能够实现从报价、订货一直到付款、给付佣金的全程销售的自动化,提高销售的有效性的模块是
- A. 营销管理模块 B. 销售管理模块
C. 客户服务模块 D. 数据分析模块
10. 企业组织形式中,直线制组织结构的优点是
- A. 指挥灵活 B. 实行多元化管理
C. 管理权力相对分散 D. 管理费用高
11. 企业组织形式中,职能制组织结构的缺点是
- A. 管理权力集中 B. 多头领导
C. 组织的层级较多 D. 分工专业化
12. 业务流程再造的简称是
- A. BRP B. BPR C. PPP D. BPP
13. 企业组织的基本职能不包括
- A. 实现顾客利润最大化 B. 保证企业功能的实现
C. 保持企业活动的协调性 D. 维护企业的稳定性
14. 在变化的市场环境中,为满足消费需求、实现企业目标而进行的商务活动过程称为
- A. 供应链管理 B. 市场营销
C. 企业运作管理 D. 采购管理
15. 准时生产简称为
- A. MRP B. JIT C. CPFS D. VMI
16. 以传统的工业工程技术为基础,进行动作研究和时间研究的是
- A. 福特制 B. 泰勒制 C. 甘特制 D. 德鲁克制
17. 企业为实现企业价值最大化,对生产经营活动中所需的各种资金的筹集、运用、回收与分配,进行计划、组织、控制管理称为
- A. 企业生产管理 B. 企业运营管理
C. 企业财务管理 D. 企业销售管理
18. 在诸多的财务管理目标中,通常被认为较为合理的是
- A. 利润最大化 B. 股东财富最大化
C. 企业价值最大化 D. 总成本最小化
19. 人力资源管理的的基本原则不包括
- A. 综合效率原则 B. 使用和开发相结合原则
C. 公平竞争原则 D. 时效性原则



关注“自考大”微信服务号
免费获取海量真题资料

32. 影响客户终生价值的因素有
- A. 客户初始购买的收益流
 - B. 客户购买的频率
 - C. 客户购买的时间长度
 - D. 客户其他产品的喜好
 - E. 客户推荐给朋友、同事及其他人的可能
33. 根据产品或劳务通过同一环节中间商的数目的多少,可以将分销渠道分为
- A. 密集分销
 - B. 选择分销
 - C. 直营模式
 - D. 独家分销
 - E. 寄售模式
34. 财务管理目标最具代表性的有
- A. 利润最大化
 - B. 成本最小化
 - C. 顾客满意化最大化
 - D. 股东财富最大化
 - E. 企业价值最大化
35. 知识具有的特点包括
- A. 不可替代性
 - B. 互补性
 - C. 不可逆转性
 - D. 增值性
 - E. 可共享性

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。

三、简答题:本大题共 6 小题,每小题 5 分,共 30 分。

- 36. 网络时代企业面临的挑战有哪些?
- 37. 组织工作的基本原则有哪些?
- 38. 请列举有关学习型组织的特点。
- 39. 请列举至少五种网络广告的发布方式。
- 40. 请描述运作管理的发展历程。
- 41. 根据知识的性质划分,知识有哪些类型?

四、论述题:本大题 10 分。

- 42. 论述人力资源管理活动包括的内容。

五、案例题:本大题共 20 分。

- 43. 可口可乐的供应链管理策略

可口可乐就是通过一套严格的供应链管理制度和服务规范,执行对装瓶商、经销商、零售商各个环节的服务和监控,通过定期审查各经销商和零售商,收集有关产品信息,并根据



审查的结果和反馈的情况,指导经销商、零售商的经营服务,实现合作竞争的优势。

经过百年风雨,可口可乐公司仍以其知名的品牌闻名遐迩,雄居碳酸饮料行业之首。一个在产品和技术方面没有多少新点子问世的公司,为什么在饮料经营方面,如此引人注目?除了饮料的秘密配方外,可口可乐还有什么秘密竞争性武器呢?从可口可乐的成长历程,考察其供应链管理策略,便可知3种发展奥秘。

● 特许合同方式的管理供应链策略

直到20世纪80年代初,可口可乐仍然采取特许合同方式管理着供应链,这条供应链由浓缩液制造商、装瓶商、经销商、零售商和消费者所组成,形成一个由可口可乐控制浓缩液制造,其它链节根据市场调控的供应链管理策略。在这一管理策略下,公司的竞争实力与市场的竞争环境达到完美结合,造就了可口可乐的知名品牌。有了这种战略定位,可口可乐公司不遗余力地发展起1200家装瓶商,这些装瓶商为可口可乐占领市场,立下汗马功劳,为可口可乐销售网络的建设,节约了大量的资金,正是有了装瓶商的密切合作,可口可乐才得以轻装上阵,迅速成长,成为软饮料市场的领导者。

● 控股经营方式的供应链管理策略

随着饮料市场竞争的加剧,竞争格局发生了微妙的变化,以百事可乐为代表的竞争对手,采取了咄咄逼人的竞争策略。一方面在新的饮料细分市场,如大型连锁店、饭店等取得了竞争优势,另一方面又在想方设法地蚕食可口可乐的传统市场,竞争态势对可口可乐的发展极为不利,在这种情形下,可口可乐只有奋起反击,才能夺回失去的市场份额。

● 持股方式的供应链管理策略

公司的经营目标是股东财富最大化,但供应链中的不同链节,其赢利能力是有差别的,大量资金投入获利能力不强的链节,将导致股东收益的下降。改善公司资本结构、资产结构就成了可口可乐必须做出的抉择。

问题:

- (1)结合案例,阐述供应链管理含义。(10分)
- (2)结合案例,谈谈企业实施供应链管理的意义。(10分)