



绝密 ★ 考试结束前

全国 2021 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. 在现代组织管理中,控制之所以必不可少,不是因为
 - A. 组织环境的不确定性
 - B. 组织活动的复杂性
 - C. 组织工作的弹性
 - D. 管理失误的不可避免性
2. 关于现代企业主要特征的说法不正确的是
 - A. 所有者与经营者相分离
 - B. 不断采用新技术、新设备
 - C. 建立了一系列科学管理制度
 - D. 建立了工厂制度
3. 为了有效地完成既定的计划,通过建立组织机构,确定职能、职责和职权,协调相互关系,合理配备和使用企业资源的管理活动是管理的
 - A. 计划职能
 - B. 组织职能
 - C. 领导职能
 - D. 控制职能
4. 麦克莱兰提出了著名的
 - A. 双因素理论
 - B. 激励需求理论
 - C. X 理论-Y 理论
 - D. 劳勒模式
5. 管理学家韦伯被誉为
 - A. 组织理论之父
 - B. 管理过程理论之父
 - C. 科学管理之父
 - D. 行为科学理论之父
6. 战略经营单位有较高的市场增长率和较高的市场份额,则其属于波士顿矩阵中的
 - A. 明星类
 - B. 问号类
 - C. 金牛类
 - D. 瘦狗类
7. 客户关系管理系统中,业务操作管理子系统的营销管理模块的功能不包括
 - A. 市场调查
 - B. 市场分析
 - C. 市场预测
 - D. 市场活动管理



8. 客户关系管理系统架构包括的子系统不包括
- A. 信息技术管理子系统 B. 数据分析管理子系统
- C. 客户服务管理子系统 D. 客户合作管理子系统
9. 对于历史价值和潜在价值都较低的客户,较为合理的措施是
- A. 放弃 B. 培育 C. 维持 D. 投资
10. 用一种新的组织模式代替实行传统组织模式的做法是指
- A. 组织结构柔性化 B. 组织结构虚拟化
- C. 组织结构扁平化 D. 组织结构网络化
11. 影响消费者购买行为的因素有经济因素、社会文化因素、个人因素和
- A. 地理位置因素 B. 人文因素 C. 心理因素 D. 行为因素
12. 企业集中所有力量,以一个细分市场作为目标市场,试图在较小的子市场中占据较大的市场份额的策略是指
- A. 差异市场营销 B. 无差异市场营销
- C. 集中营销 D. 网络营销
13. 根据承担职能的不同,中间商主要分为批发商、居间商人和
- A. 分销商 B. 零售商 C. 承销商 D. 促销商
14. 企业开展网络营销的最高级形态是
- A. 网上宣传 B. 网上调研 C. 网络分销联系 D. 网上营销集成
15. 关于网上市场调查的特点的说法,不正确的是
- A. 互动性 B. 低费用 C. 速度快 D. 主观性
16. 组织为了达成其目标,对运作系统与运作过程进行计划、组织与控制等一系列管理工作的总称是
- A. 运营 B. 生产 C. 运作 D. 运作管理
17. 虚拟企业的特征有:人力虚拟化、运作弹性化、信息网络化、并行分布式作业和
- A. 组织结构动态化 B. 组织结构多样化
- C. 组织结构灵活化 D. 组织结构多元化
18. 财务管理的原则不包括
- A. 经验原则 B. 平衡原则 C. 弹性原则 D. 系统原则
19. 常见的确定财务计划指标的方法不包括
- A. 平衡法 B. 因素法 C. 比例法 D. 预测法
20. 成本控制的内容主要是控制资源耗费、控制费用开支和
- A. 控制研究开发过程 B. 控制生产经营过程
- C. 控制销售推广过程 D. 控制售后服务过程



21. 网络时代企业财务管理内容的变革有投资管理、预算管理、风险管理和
A. 成本管理 B. 利润管理 C. 融资管理 D. 采购管理
22. 人力资源的具体业务规划内容不包括
A. 员工招聘计划 B. 教育培训计划
C. 企业资源计划 D. 评估与激励计划
23. 影响员工薪酬的内部因素是
A. 劳动力市场 B. 经济条件
C. 政府和工会 D. 薪酬政策的制定者
24. 企业知识管理编码策略的特点是
A. 注重隐性知识的交流和共享 B. 主要采用的是“专家”模式
C. 重视人员网络 D. 核心是 IT 系统
25. 企业知识管理信息系统的三个层次由高到低为
A. 计算机网络和知识库层、应用软件层、计算机服务层
B. 计算机网络和知识库层、计算机服务层、应用软件层
C. 应用软件层、计算机服务层、计算机网络和知识库层
D. 应用软件层、计算机网络和知识库层、计算机服务层
26. 供应链管理模式
A. 强调企业内部的协调 B. 强调提高企业自身的核心竞争力
C. 强调如何节约成本 D. 强调大规模定制
27. 准时采购的基本思想不包括
A. 恰当的产品 B. 恰当的时间 C. 恰当的价格 D. 恰当的地点
28. 不属于企业文化的作用的是
A. 导向作用 B. 规范作用 C. 整合作用 D. 绩效作用
29. 人本文化的 3P 表达不包括
A. 企业即人 B. 企业留人 C. 企业为人 D. 企业靠人
30. 企业核心能力中最常提到的要素是
A. 体现在企业员工身上的知识和技能 B. 技术体系
C. 管理体系 D. 价值观念与行为规范

二、多项选择题：本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。

31. 在网络时代，企业的利益相关者包括
A. 股东 B. 管理层 C. 债权人
D. 员工 E. 政府



32. 管理活动中,控制的方式分为

- A. 预先控制 B. 现场控制 C. 反馈控制
- D. 协调控制 E. 自动控制

33. 现代企业的促销方式有

- A. 广告 B. 人员推销 C. 销售促进
- D. 公关宣传 E. 分销

34. 企业的核心能力的特性包括

- A. 有价值的创造能力 B. 异质性 C. 难模仿性
- D. 不可交易性 E. 静态性

35. 客户关系管理的意义在于

- A. 经营理念更新的需要
- B. 改善营销职能,提升销售业绩
- C. 降低企业成本,提高运营效率
- D. 改善客户服务,提高客户满意度
- E. 优化企业流程,提高市场份额

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. 简述网络时代企业面临的挑战。
- 37. 简述制订经营战略的主要环节。
- 38. 简述企业实施网络财务要解决的问题。
- 39. 简述矩阵型结构的优缺点。
- 40. 简述虚拟团队人力资源管理的主要措施。
- 41. 什么是知识管理? 其螺旋循环包含哪几种程序?

四、论述题:本大题 10 分。

- 42. 试述网络型组织的特征。

五、案例分析题:本大题共 20 分。

- 43. **宝洁公司的系列产品与产品品牌定位**

始创于 1837 年的宝洁公司,当时的产品只有象牙肥皂一种。而到 2004 年,宝洁所经营的 300 多个品牌的产品畅销 160 多个国家和地区,其中包括织物及家居护理、美发美容、



婴儿及家庭护理、健康护理、食品及饮料等。

据不完全统计,宝洁公司旗下的产品有:

洗发护发用品包括:飘柔、潘婷、海飞丝、沙宣和润妍洗发护发系列;

个人清洁用品包括:舒肤佳香皂、玉兰油香皂、舒肤佳沐浴露、玉兰油沐浴乳;

护肤用品、化妆品包括:玉兰油护肤系列、SKII;

妇女保健用品包括:护舒宝卫生巾,丹碧丝卫生棉条;

口腔护理用品包括:佳洁士牙膏、佳洁士牙刷;

织物、家居护理产品包括:碧浪、汰渍洗衣粉,速易洁,纺必适;

婴儿护理用品:帮宝适纸尿裤;

食品、饮料:品客薯片;

纸巾类用品:得宝纸巾。

宝洁的每个品牌都赋予了一定的知识,打造一个概念,从而给每个品牌赋予以个性。例如,“海飞丝”的个性在于去头屑;“潘婷”的个性在于对头发的营养保健;而“飘柔”的个性则是使头发光滑柔顺;“沙宣”则定位于调节水分与营养;“润妍”定位于更黑、更有生命力。在广告宣传上,知识、概念的运用也表现得淋漓尽致。看看海飞丝的广告:海飞丝洗发水,海蓝色的包装,首先让人联想到蔚蓝色的大海,带来清新凉爽的视觉效果,“头屑去无踪,秀发更干净”的广告语,更进一步在消费者心目中树立起“海飞丝”去头屑的信念;看看潘婷:“含丰富的维他命原 B5,能由发根渗透至发梢,补充养分,使头发健康、亮泽”突出了“潘婷”的营养型个性;飘柔:“含丝质润发,洗发护发一次完成,令头发飘逸柔顺”的广告语配以少女甩动如丝般头发的画面深化了消费者对“飘柔”飘逸柔顺效果的印象。

问题:

(1) 结合案例谈谈你对企业产品组合策略的理解。(10 分)

(2) 结合上述案例,解析自己对企业品牌决策的认识。(10 分)