

全国 2009 年 4 月自学考试企业经营战略试题

课程代码: 00151

一、单项选择题(本大题共 15 小题, 每小题 1 分, 共 15 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 任何一个战略经营领域(SBA)都是环境引力与企业实力的结合部, 下列关于 SBA 的说法中错误的是(C)3-52
 - A. 环境引力大、企业实力大的 SBA 称为“明星” SBA
 - B. “瘦狗” SBA 的平衡是无前途、失败的平衡
 - C. 环境引力大、企业实力小的 SBA 称为“奶牛” SBA
 - D. “难点” SBA 的企业实力与行业引力不平衡, 呈逆差
2. 四川长虹电器公司在彩电市场需求未达到饱和状态时, 实行彩电“独生子女”战略, 此时该企业采取的战略是(A)5-87
 - A. 集中型发展战略
 - B. 同心多样化发展战略
 - C. 复合型多样化发展战略
 - D. 紧缩型战略
3. 关于稳定型战略, 下列说法正确的是(C)6-94
 - A. 稳定型战略具有追求稳定、没有风险的优点
 - B. 稳定型战略的目标重点是改善企业的现金流量, 争取较大的收益和资金价值
 - C. 稳定型战略的特点之一是继续用基本相同的产品或劳务为原有的顾客服务
 - D. 稳定型战略指企业从目前的战略经营领域和基础水平收缩和撤退的经营谋划与方略
4. 以年销售收入、年利润总额或年平均资产为标志划分的企业规模通常被称为(D)7-107
 - A. 企业的经济规模
 - B. 企业的组织规模
 - C. 企业的生产规模
 - D. 企业经营规模
5. 根据国际化企业的内涵, 下列说法正确的是(B)9-144
 - A. 国际化企业就是开展了涉外经营业务的企业
 - B. 国际化企业的首要标志是以国际市场为导向、以满足国外市场需要为主要目标
 - C. 国际化企业就是主要活动舞台在国内, 但需要从国外引进关键技术的企业
 - D. 国际化企业就是中外合资经营企业
6. 企业为了在任何地方产生可度量的反应或达成交易, 使用一种或多种广告媒体为扩大市场所作出的谋划与方略被称为(A)12-204

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

- A. 直复营销 B. 关系营销
C. 文化营销 D. 整合营销
7. 现代产品是一个整体的概念, 产品的包装属于(C)13-210
A. 产品核心层 B. 产品延伸层
C. 产品形体层 D. 产品附加利益层
8. 某电冰箱厂专门生产用于冷藏药品和血浆的电冰箱, 该企业适宜采取的产品性能战略应是
(A)14-237
A. 高性能战略 B. 适中性能战略
C. 合格性能战略 D. 短寿命产品战略
9. 青岛海信集团公司自主开发出我国第一款视频芯片——“信芯”, 这表明海信集团采取的科技战略属于(D)15-256
A. 规避知识产权战略 B. 尊重知识产权战略
C. 防御型知识产权战略 D. 原创性知识产权战略
10. 某造纸厂同林区合作, 建立了自己的造纸材林生产基地, 该企业采取的物力资源战略是
(C)16
-271
A. 采购物力资源战略 B. 自主开发资源战略
C. 培植资源战略 D. 联合开发资源战略
11. 企业中由具有高级职称的人才、中级职称的人才和初级职称的人才构成的人才结构被称为(B)17-291
A. 企业人才智能结构 B. 企业人才能力结构
C. 企业人才职能结构 D. 企业人才层次结构
12. 企业职工形象属于(A)18-301
A. 企业表层文化 B. 企业幔层文化
C. 企业中层文化 D. 企业深层文化
13. 企业依靠自身的留成利润转化为资本, 用于扩大再生产的筹资战略被称为(C)19-314
A. 负债经营战略 B. 合资经营战略
C. 资本积聚战略 D. 股份经营战略
14. 对企业家实行年薪制的激励方式属于(D)22-396
A. 事业激励 B. 精神激励
C. 荣誉激励 D. 利益激励
15. 关于刚性结构组织的特点, 下列说法错误的是(A)21-372

自考备考三件宝:
自考笔记、
真题及答案、
录音课件!

- A. 刚性结构组织主要靠横向沟通
- B. 刚性结构组织具有较多的规范化规章和程序
- C. 刚性结构组织的决策权限集中于上层
- D. 刚性结构组织内领导关系明确

二、多项选择题(本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

16. 根据哈佛大学波特教授的五种竞争力量理论, 影响行业内现有企业之间竞争激烈程度的主要因素有(ABD)2-33
- A. 行业发展的速度
 - B. 产品差异化程度与用户的转换成本
 - C. 买卖双方一体化的程度
 - D. 同业企业的数量和力量对比
 - E. 产品价格的高低
17. 正确地确立企业使命意义重大, 其重要作用主要表现为(ACDE)4-71
- A. 企业使命指明了企业的经营领域
 - B. 只要企业使命正确企业就必定能够赢得竞争
 - C. 企业使命是确定战略目标的前提
 - D. 企业使命是战略方案制定和选择的依据
 - E. 企业使命是合理配置企业资源的基础
18. 国际化企业具有的特点有(ABCDE)9-146
- A. 经营空间跨国化
 - B. 国际化经营计划周密化、组织扁平化
 - C. 经营环境的复杂化
 - D. 国际市场信息网络化、快速化
 - E. 市场竞争的激烈化、联盟化
19. 企业实现技术进步的基本模式有(ADE)15-253
- A. 开发型模式
 - B. 密集型模式
 - C. 适用型模式
 - D. 引进型模式
 - E. 改造型模式
20. 战略控制应遵循的原则有(BCDE)20-364
- A. 集权的原则
 - B. 预测未来的原则
 - C. 抓住重点的原则
 - D. 经济合理的原则
 - E. 奖惩结合的原则

三、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

21. 纵向一体化战略 5-88

答:

指在向前和向后两个可能方向上, 扩大企业现有经营业务的一种发展战略。

22. 战略方针 1-21

答:

战略方针是指企业为贯彻战略思想和实现战略目标、战略重点, 所确定的企业生产经营活动应遵循的基本原则、指导规范和行动方略。

23. 经营单位定位战略 10-163

答:

指企业的二级经营单位在决定进入的行业内生产什么产品或提供何种服务所作出的长远性的谋划与方略。

24. 反应式防御战略 6-96

答:

当对手的进攻发生后或挑战来临时, 针对这种进攻或挑战的性质、特点和方向, 采取相应对策, 顶住压力, 维持原有的竞争地位及经营水平。

25. 规模经济 2-33

答:

规模经济是指在一定时期内产品的单位成本随着企业总产量的增加而降低。

四、判断改错题 (本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

判断正误, 在题后的括号内, 正确的划上“√”, 错误的划上“×”, 并改正错误。

26. 调整性紧缩战略指由于企业经营失误造成企业竞争地位虚弱、财务状况恶化, 只有撤退才有可能最大限度保存企业实力时被迫采取的紧缩战略。(×)6-103

答:

调整性紧缩战略, 企业要谋求更好的发展机会, 实行某种更长远的目标, 需要集中并更有效地利用现有的资源和条件而采取的战略。调整性紧缩战略是一种以长远发展目标为出发点的积极的紧缩战略。

失败性紧缩战略, 是指由于企业经营失误(如战略决策失误、产品开发失败、内部管理不善等)造成企业竞争地位虚弱、经济资源短缺、财务状况恶化, 只有撤退才有可能最大限度地保存企业实力时被迫采取的战略。

27. 竞争性质量战略指企业根据顾客需求变化的特点, 按照顾客所要求的质量标准进行设计和生产的产品质量战略。(×)14-243

答:

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

竞争性质量战略,按照高于同类型产品生产厂家的质量标准,进行设计和生产的战略。

适用性质量战略,即根据顾客需求变化的特点,按照顾客所要求的质量标准进行设计和生产的战略。

28. 服务性租赁要求承租方每年给租赁公司交纳租金,租赁期满,机器设备为承租方所有。
(×)

16-272

租赁期满后,将设备归还租赁公司(出租者)。

29. 以智能密集型企业为核心,联合工业企业、贸易企业、金融企业等组成企业集团,以开发高新技术为目标的战略被称为产品辐射型集团化战略。(×) 7-121

答:

产品辐射型集团化战略,即以名牌为龙头,以大型骨干企业为核心,与相关协作配套企业、销售企业、科研机构、联合所组成企业集团的战略。

科技开发型集团化战略,是一种主要以智能密集型企业为核心,联合工业企业、贸易企业、金融企业等组成企业集团,以开发高新技术为目标的战略。

30. 采取超常规发展战略的企业,其年增长速度将预计在10%和20%之间。(×) 5-85

答:

超常规发展战略方案,是指企业在未来一定战略期限内,每年按20%以上的增长速度去努力实现战略目标的方案。

高速发展战略方案,是指企业在未来一定战略期限内,每年按10%~20%的增长速度去努力实现其战略目标的方案。

五、简答题(本大题共4小题,每小题5分,共20分)

31. 简述大型企业具有的特点。 7-107

答:

- (1) 设备大型化、生产经营规模大,经营能力强。
- (2) 在行业中,一般处于优势地位。
- (3) 对外联系广,辐射能力强。
- (4) 市场开拓能力强。
- (5) 容易开展多样化经营,分散风险的能力强。
- (6) 企业规模大,组织结构复杂,缺乏灵活性,对变化着的环境适应性差。

32. 简述企业市场细分的目的。 12-185

答:

- (1) 便于掌握不同顾客的需求特点,正确地进行产品开发和市场开发。

本文档资源由考试真题软件网(down.examebook.com)搜集整理二次制作!

(2) 便于掌握市场分布情况, 发现市场缝隙。

(3) 有利于确定企业的重点目标市场。

33. 简述国际化企业进行总体经营战略决策应考虑的主要因素。9-156

答:

- (1) 国内外市场需求现状及其发展趋势
- (2) 国际市场竞争状况及其竞争发展趋势
- (3) 目标市场所在国的外贸政策和产业政策
- (4) 国内外市场的价格水平和其他市场因素
- (5) 企业本身的出口能为和条件

34. 简述战略目标的重要作用。4-77

答:

- (1) 战略目标能够实现企业外部环境、内部条件和企业能力三者之间的动态平衡, 使企业获得长期稳定和协调的发展。
- (2) 战略目标能够使企业使命具体化和数量化, 使企业的战略任务得以落实, 避免落空。
- (3) 战略目标为战略方案的决策和实施提供了评价标准和考核的依据。
- (4) 战略目标描绘了企业发展的远景, 对各级管理人员和广大员工有很大的激励作用, 有利于更好地发挥全体员工的积极性、主动性和创造性。

六、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

35. 试论述中小型企业应树立的战略思想。8-131

答:

(1) 灵活经营的思想

发挥中小型企业经营机制灵活的优势, 充分利用对市场变化的适应性强的特点, 把握对企业有利的市场机会, 避开市场风险, 果断决策, 开发和生产市场急需的产品, 及时满足顾客的需要。

(2) 特色经营的思想

为了避免与大型企业直接竞争, 必须采取与大型企业不同的生产方式和经营方式, 充分利用小批量、多品种的生产经营方式, 满足顾客多种不同的需求, 开发与大型企业有差别又具有自己特点的产品, 满足顾客特殊的需要, 提供独特的服务。

(3) 快速应变的思想

及时掌握市场的需求信息和供应信息,当本企业正在生产的产品需求饱和,呈现下降趋势,而新的需求正在上升,企业又能开发和生产满足新需求的产品,应果断调整产品结构,对平销和滞销的产品

实行减产或停产的对策,及时开发和生产适销对路的新产品,使自己在竞争中处于主动地位。

(4) 补缺经营思想

中小型企业应通过市场细分,去发现那些不为大型企业所重视的细小市场,抓住这些市场缝隙,开发和生产这些细分市场所需要的产品。

(5) 集中经营的思想

中小型企业实力较弱,资金紧张,生产能力有限。在选择经营领域、制定经营战略时,要注意把有限的资源配置到重点的经营领域,集中力量打歼灭战,在主要的目标市场上寻求突破,提高企业及其产品的知名度,提高市场占有率。

(6) 联合经营的思想

中小型企业与大型企业竞争,由于势单力薄,往往处于不利地位。但联合起来,人多势众,就可与大型企业相抗衡。

36. 在不同产品寿命周期阶段企业可以采取不同的产品战略。试论述在投入期和成长期企业适宜采取的产品战略。13-213

答:

一、投入期的产品战略

投入期的产品是刚投放市场的新产品,总的来说,是实施“以新取胜”的战略。但根据企业新产品的状况不同,还有以下可供选择的战略方案:

1、“以新领先”的战略。如果企业开发的新产品水平很高,或达到国际先进水平,或达到国内先进水平,都可以凭借这一优势,在国际或国内抢占制高点,领导产品新潮流,以新取胜。

2、“新品完善”战略。新产品刚投入生产,投放市场,顾客在使用过程中总会发现新品有这样或那样的缺陷,因而提出种种意见。企业应根据顾客的反应,认真研究,采取措施加以改进和完善,使之更符合顾客的需要,达到满意的程度。

3、新品形象战略。新产品要突出其“新”，从产品的造型、色彩、包装设计上给人以新颖的感觉，同时通过广告宣传，传递新品的独特功能的信息，吸引顾客，促使购买，用后满意，从而树立起产品在顾客心目中良好的形象。

二、成长期的产品战略

产品通过投入期进入成长期，但仍属于新产品，总的来说，仍应坚持“以新取胜”的战略。根据成长期新品的特点，又有以下具体战略方案可供选择：

- 1、新品生产扩大化战略。通过投入期阶段的广告宣传，顾客购买使用后的良好反应，新品的需求在扩大，相应要求新品的生产要扩大规模，要追加投资、增添专用的高效的生产设备，提高生产能力，以扩大产品的生产量，适应日益增长的市场需求。
- 2、新品名牌战略，即在提高新产品质量的基础上，提高新产品的市场覆盖率，扩大新产品的知名度和美誉度，使之逐步由地区名牌产品发展成为全国名牌产品，再进一步争取成为国际名牌产品。在产品成长期进行创名牌的活动，是十分关键的阶段，抓准了，就有利于促进企业健康成长，充满活力。

考试课件网： <http://www.examebook.cn/>

——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案！

考试真题软件网： <http://down.examebook.com/>

——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题！

考试学习软件商城： <http://www.examebook.com/>

——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道！

自考备考三件宝：自考笔记、真题及答案、录音课件！