

全国 2011 年 7 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. 关于国际化企业的内涵, 下列说法正确的是(D)9-143
 - A. 国际化企业就是产品在国外生产但在国内市场进行销售的企业
 - B. 国际化企业就是引进了外资, 以满足国内市场需要为主要目标的企业
 - C. 国际化企业就是有涉外经营业务的企业
 - D. 国际化企业就是以国际市场为导向, 以满足国外市场需要为主要目标的企业
2. 美国著名管理学家彼得·德鲁克在《后资本主义社会》一书中提出的战略理论是(B)1-15
 - A. 战略再造理论
 - B. 知识经营战略理论
 - C. 企业核心能力理论
 - D. 战略同盟理论
3. 某冰箱企业长期只生产和销售各种型号冰箱, 并通过不断扩充现有产品线来扩大冰箱生产规模, 该冰箱企业采取的发展战略是(B)5-86、87
 - A. 同心多样化发展战略
 - B. 集中型发展战略
 - C. 相关多元化发展战略
 - D. 复合型多样化发展战略
4. 以年销售收入、年平均资产为标志划分的企业规模被称为(D)7-107
 - A. 企业的组织规模
 - B. 企业的生产规模
 - C. 企业的人员规模
 - D. 企业的经营规模
5. 一些小企业生产和经营的产品具有与众不同的特色, “人无我有”, 以特色取胜, 这些小企业采取的战略属于(B)8-137
 - A. 补缺经营战略
 - B. 特色经营战略
 - C. 承包经营战略
 - D. 联合经营战略
6. 某机械制造企业在制定经营单位定位战略时, 把旗下的一个经营单位定位为进行零部件加工生产, 则此时采取的经营单位定位战略是(B)10-164
 - A. 下游产品定位战略方案
 - B. 上游产品定位战略方案
 - C. 负投资战略方案
 - D. 中游产品定位战略方案
7. 2003 年 7 月, 海信、康佳等 5 家企业发起成立了“闪联”组织, 目的是制定“3C”产业标准。这些企业通过成立“闪联”进行合作的战略应属于(B)7-121

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

- A. 产品生产型合作战略 B. 科技开发型合作战略
C. 资源开发型合作战略 D. 市场开发型合作战略
8. 根据组织结构与企业经营战略间的关系, 如果企业进行非相关型多种经营, 那么适宜采取的组织结构类型为(C)21-376
- A. 职能制 B. 事业部制
C. 母公司制 D. 混合结构
9. 企业生产的高、中、低不同技术水平的产品所占的比重被称为(D)13-216
- A. 产品方向结构 B. 产品材质结构
C. 产品序列结构 D. 产品技术结构
10. 任何一个 SBA(战略经营领域)都是环境引力与企业实力的结合部, 奶牛 SBA 的特点是(C)3-52
- A. 环境引力大、企业实力大 B. 环境引力大、企业实力小
C. 环境引力小、企业实力大 D. 环境引力小、企业实力小
11. 某企业专为宾馆生产方便牙刷和小块香皂, 该企业应采取的产品内在质量特性战略是(C)14-238
- A. 长寿命产品战略 B. 适中寿命产品战略
C. 短寿命产品战略 D. 合格性能战略
12. 企业文化可分为若干层次, 企业的经营哲学、企业精神属于(B)18-301
- A. 企业表层文化 B. 企业深层文化
C. 企业幔层文化 D. 企业浅层文化
13. 企业通过从拥有先进技术的单位购进比较先进的技术或专利, 然后进行开发的科技战略属于(A)15-260、261
- A. 技术引进型战略 B. 技术改造型战略
C. 独立开发技术战略 D. 全新型技术开发战略
14. 某公司是一家奶粉生产企业, 在全国兴建了数个大型奶牛养殖场, 该公司所采取的物力资源战略是(A)16-270、271
- A. 联合开发资源战略 B. 自主开发资源战略
C. 培植资源战略 D. 采购物力资源战略
15. 由企业基层领导者为主体所组成的控制系统被称为(D)20-363
- A. 战略控制系统 B. 业务控制系统
C. 间接控制系统 D. 作业控制系统

二、多项选择题(本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

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

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. 国际化企业应树立的战略思想有(ABCDE)9-148、149

- A. 经营国际化观念
- B. 生产全球化观念
- C. 国际市场营销观念
- D. 产品整体化观念
- E. 联合参与国际竞争的观念

17. 关于紧缩型战略的特点,下列说法正确的是(ABCD)6-101、102

- A. 对企业现有的产品或市场实行收缩、调整和撤退的措施,削减或放弃某些市场,甚至完全退出目前的经营领域
- B. 满足于过去的经济效益水平,决定继续追求与过去相同或相似的经济效益目标
- C. 逐步缩小企业的产销规模,降低市场占有率,同时相应地降低某些经济效益指标水平
- D. 在资源运用上,采取严格控制和尽量削减各项费用支出,只投入最低限度经营资源的措施
- E. 力争保持现有的市场占有率和产销规模或者略有增长,稳定和巩固现有的竞争地位

18. 某企业计划利用以下多种渠道筹集资金,其中属于外源型筹资渠道的有(ABE)19-316

- A. 对社会公众发行股票
- B. 向商业银行贷款
- C. 折旧准备基金
- D. 企业内部的留成利润
- E. 公开发行债券

19. 企业在不同产品寿命周期阶段应采取不同的产品战略,适宜在成熟期选择的产品战略有(AC)13-214

- A. 改进或改革产品战略
- B. “新品完善”战略
- C. 优质低价战略
- D. “以新领先”的战略
- E. 产品差异化战略

20. 科技战略具有的特点有(BCDE)15-254

- A. 稳定性
- B. 从属性
- C. 超前性
- D. 创新性
- E. 风险性

三、名词解释题(本大题共5小题,每小题3分,共15分)

21. 科技开发型集团化战略 7-122

答: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。

22. 横向一体化战略 5-88

自考备考三件宝:
自考笔记、
真题及答案、
录音课件!

答:

横向一体化战略是指企业通过购买与自己有竞争关系的企业或者与之联合及兼并来扩大营业,获得更大利润的发展战略。

23. 企业人才层次结构 17-290

答:

指从企业纵向管理组织结构所划分的组织等级,从最高一级管理组织到最低一级管理组织,每一个组织等级,都各为一个管理层次,每个组织层次从高到低,相互依存,形成一个管理层次结构。

24. 用户满意标准战略 14-242

答:

用户满意标准战略,就是出口企业的产品质量按照与用户在合同中所提出的质量标准,进行设计和生产的战略。

25. 企业使命 4-71

答:

企业使命,是指企业的目的、性质、任务及其在国家经济发展和社会进步中应当承担的社会责任等方面所作出的规定。

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. 产品的价格和成本属于产品的有形要素。(×)13-210

答:

无形要素包括产品的安装、调试、培训、咨询、维修、购买信贷、免费送货、产品价格、成本、交货期、保证条件、信誉等;

有形要素包括产品数量、产品品种、产品品质、花色、款式、造型、包装等。

27. 根据企业经营战略的层次体系,企业第三层次的战略被称为总体经营战略。

(×)1-20

答:企业第三层次的战略是职能战略。

28. 服务性租赁要求租赁期满后,机器设备归承租方所有。(×)16-272

答:服务性租赁要求期满后,将设备归还租赁公司。

29. 内涵型投资战略的主要特征是将投资主要用于改造和更新产品,发展新产品,提高产品质量。(√)19-318

30. 阻击式防御战略要求当对手的进攻发生后,针对这种进攻的性质、特点和方向采取相应对策,维持原有竞争地位和经营水平。(×)6-96

答：阻击式防御战略，或称以守为攻的战略方案。阻击式防御战略的指导思想是，最有效的防御是完全防止竞争较量的发生。据此，战略的着眼点是防止挑战者着手行动或者使其进攻偏离到威胁较小的方向。

五、简答题(本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分)

31. 简述大型企业应树立的战略思想。7-111、112、113

答：大型企业应确立以下正确的战略思想：

- (1) 规模化经营思想
- (2) 集约化经营思想
- (3) 主力军经营思想
- (4) 集团化经营思想
- (5) 综合化经营思想
- (6) 优势化经营思想
- (7) 国际化经营思想

32. 简述战略目标制定和选择的基本要求。4-78、79

答：战略目标制定和选择的基本要求包括：

- (1) 战略目标必须有科学的依据
- (2) 目标必须具有挑战性，并切实可行
- (3) 目标必须明确和具体，并规定出完成期限
- (4) 目标应突出重点
- (5) 目标应形成一个完整的体系

33. 简述企业文化的特点。18-302、303

答：企业文化的特点包括：

- (1) 隐形性。

企业的物质文化具有显形性，而精神文化是一种意识形态，是人们的价值观，隐形地以理想、信念、观念、道德、追求等积淀在人们的心灵上，然后产生力量。

- (2) 科学性。

企业文化是企业生产经营活动和企业管理规律的客观反映，同时又反作用于企业生产经营和企业管理实践，正确指导全体职工的行为。

- (3) 时代性。

企业文化是时代精神的反映，是时代精神的具体化。

- (4) 系统性。

企业文化是企业的一个子系统，它是由相互联系、相互依赖、相互作用的各个部分和层次结合的有机整体。

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

(5) 具体性。

具体性又叫个性或特殊性。企业文化既存在于国家的社会文化之中,有共性的一面,又因各企业的历史、类型、规模、人员结构等方面的差异而不同。

(6) 动态性。

企业文化把企业生产经营活动当做一种具有历史继承性的动态过程,在其成长的过程中,原有素质、历史的积累、现实的环境等诸多因素都对企业文化产生着影响。

34. 简述中小型企业在国民经济中的作用。8-130、131

答: 中小型企业在国民经济中的作用有:

- (1) 拾遗补缺作用。
- (2) 就业的“蓄水池”作用。
- (3) 对技术革新的推动作用。

六、论述题(本大题共2小题,每小题10分,共20分)

35. 试述企业内部环境分析的主要内容。2-36、37、38、39

答: 企业内部环境分析的内容包括两个方面:

一、企业一般情况分析

根据企业制定经营战略和经营计划的要求,可以从各个角度进行调查和分析,内容可多可少。

一般情况的分析包括以下内容:

- 1、领导者素质和职工素质分析。
- 2、企业发展情况分析。
- 3、企业管理素质分析。
- 4、企业技术素质分析。
- 5、企业生产条件分析。
- 6、企业营销情况分析。
- 7、企业财务、成本和经济效益分析。
- 8、企业资源供应分析。
- 9、企业组织结构分析。

二、企业经营实力分析

企业是否存在优势,集中反映在企业的经营实力上。这个方面的分析包括以下内容:

- 1、产品竞争能力分析。
- 2、技术开发能力分析。
- 3、生产能力分析。
- 4、市场营销能力分析。

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

5、产品获利能力分析

三、企业成功的关键因素分析

企业成功的关键因素有两种类型:

1、一是同行业企业带有共同性的反映一般规律要求的成功关键因素, 同行业内无论哪个企业, 只要认识、掌握和善于运用这些因素, 企业都可能获得生存和发展,

这些因素又叫行业成功关键因素。

2、二是体现企业个性的反映特殊规律的成功关键因素, 我们把这类成功关键因素叫做企业的核心资源、核心技术和核心能力。

36. 试述企业选择市场营销组合战略应考虑的主要因素。12-195、196

答: 企业市场营销组合战略有很多方案, 应进行择优决策, 选择理想的战略方案, 一般应考虑以下因素:

一、目标市场的特点

实施何种市场营销战略, 主要应由目标市场的需求特点与竞争态势所决定。

1、应把握目标市场顾客数量、收入水平、分布密度、年龄结构等特点, 以确定目标市场的需求潜力即市场规模。

2、掌握目标市场的需求层次和消费者行为特点, 这决定产品要素的组合和促销要素的组合。

3、分析目标市场竞争态势, 如果需求量大, 竞争对手少, 供不应求, 那么主要针对顾客需求特点进行营销组合就会成功; 如果竞争激烈, 那么就必须既考虑顾客需求, 又针对竞争对手, 市场营销组合必须具有特色, 组合出自己的优势, 以便在竞争中取胜。

二、企业营销战略的任务

企业市场营销战略任务不同, 其营销组合方案的选择也不同。

1、市场营销战略的任务在于扩大市场覆盖面并提高在每个目标市场上的市场占有率, 那么, 营销组合重点应放在不同顾客群的共同需求上, 努力扩大企业产品的选择性和适应性。选择一种适用市场范围较大的营销组合方案。

2、如果企业营销战略的任务和目标主要是集中在某一细分市场上, 争取在该市场上的领先地位, 那么必须采取有特色的某种市场营销组合方案。

3、如果企业营销战略的任务在于扩大销售额, 争取在很多不同的细分市场上有自己的市场份额, 那么, 就必须提出很多各具特色的、差异性的市场营销组合方案, 去适应每个细分市场的要求。

三、企业营销环境

企业营销环境状况是影响营销组合的重要因素之一。

1、宏观经济发展很快就给企业带来很多营销机会；需求增长，人们的收入水平提高，购买力增强，需求就会出现多样化、个性化、高档化的趋势。当然，中低档的需求仍然存在，这就要求企业要针对不同的细分市场的差异性需求，提出较多的营销组合方案，以适应市场需求的变化。

2、随着经济增长，就业人口增加，生活节奏加快，人们珍惜时间的观念加强，对节约时间的商品需求增长，方便食品、节约时间的家电产品受到欢迎，这就给很多企业带来新的市场机会，市场营销组合必须适应营销环境变化的特点，把握住新的市场机遇。

四、企业资源状况

企业市场营销组合受企业资源的制约，组合中应扬长避短。即应充分利用某些资源的长处，形成有优势有特色的组合方案，去开辟和占领市场，争取顾客，战胜对手；避开某些资源的短处，形成的营销组合方案，应避免与拥有这些资源优势的企业直接竞争。

五、市场营销预算

任何一种营销组合方案都涉及营销预算，即需要花钱。每一个营销组合方案都应测算所需要的费用，应选择既能打开市场，所需费用又尽可能节省的营销组合方案，或者选择所需预算费虽然高，但打开市场后，财源滚滚而来、收益可观的市场营销组合方案。

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！