

2024年同等学力申硕考试工商管理真题及答案(完整版)

一、单选题（每题1分，共10分）

1、提出管理 14 条原则是（ ）

A、泰罗 B、巴纳德 C、法约尔 D、马斯洛

A、泰罗

参考答案:C

解析:法约尔 14 条管理原则:劳动分工、权责对等、纪律、统一指挥、统一领导、个人利益服从整体利益、员工报酬、集权、等级系列、秩序、公平、人员稳定、首创精神、团结合作。

2、组织层次产生的原因（ ）

A、管理幅度 B、部门化 C、沟通 D、专业化分工

参考答案:A

解析:管理幅度的有限性导致了组织层次的产生

3、房地产开发企业的社会文化环境不包括（ ）

A、消费收入水平 B、人口规模 C、消费者宗教信仰 D、当地风俗习惯

参考答案:A

解析:宏观环境分析(PEST 分析):主要包括政治(Political)、经济(Economic)、社会(Social)和技术(Technological)这四大类影响企业的外部环境因素。其中社会文化环境;指企业所在社会中的成员民族特征、文化传承、价值观念、宗教信仰、教育水平以及风俗习惯等因素。

4、制造业与全国性物流企业签约,后期物流企业负责对外物流服务,属于()

A、外包战略 B、整合战略 C、多元化战略 D、竞争战略

参考答案:A

解析:物流外包:制造企业或销售企业将其物流业务以合同的方式委托给专业的物流公司

5、低机会和低威胁业务被称为()。

A、理想业务 B、冒险业务 C、成熟业务 D、困难业务

参考答案:C

6、包装一定数量的牙膏进行纸盒包装,属于()。

A、首要包装 B、次要包装 C、差异包装 D、装运包装

参考答案:B

解析:首要包装:产品的直接包装;次要包装:保护首要包装的包装物;装运包装:为便于储运、识别某些产品的外包装。

7、与某企业争夺同一顾客群的其他企业是()

A、愿望竞争者 B、一般竞争者 C、产品形式竞争者 D、品牌竞争者

参考答案:A

解析:愿望竞争者:满足消费者的各种目前愿望,与企业争夺同一顾客群购买力的所有其他企业。

一般竞争者:提供不同种类的产品满足购买者某种愿望的企业。

产品形式竞争者:提供满足购买者某种愿望的各种不同型号产品的企业。

品牌竞争者:提供能满足购买者某种愿望的同种产品的其他品牌的企业。

8、下列选项中,属于非系统风险的是()

A、经济衰退 B、税法变化 C、货币正常变化 D、公司投资失败

参考答案:D

解析:非系统性风险(可分散风险或公司特别风险):因为某些因素对单个证券造成经济损失的可能性,这种风险可通过投资组合来分散。

9、某企业 2023 年年初存货余额 550 万,年末存货余额 650 万,2023 年度销售收入 3600 万,其中赊销收入占比 80%,销售毛利率 40%。该 2023 年存货周转次数()

A、2.4 B、3.6 C、4.8 D、6.0

参考答案:B

解析:存货周转次数=销货成本/存货平均占用额=3.6;其中销售收入 3600 万,毛利率 40%,销货成本则为:3600*(1-40%)=2160 存货平均占用额=(年初+年末)/2=600 万

10、下列选项中,属于终结现金流量的是()

A、固定资产投资 B、残值收入 C、营业活动中付现成本 D、支付的所得税

参考答案:B

解析:终结现金流量:①固定资产的残值收入或变价收入;②原有垫支在各种流动资产上的资金的收回;③停止使用的土地的变价收入等。

二、多选题(每题2分,共8分)

1、组织维持生存和发展必须实现的平衡为()

A、组织内部个人与整体之间的平衡
B、组织内部个人与个人之间的平衡
C、组织与环境之间的平衡
D、组织的动态平衡
E、社会社会系统与技术系统的平衡

参考答案:ACD

解析:组织平衡是有关组织生存、发展的原理,可以从组织内部平衡、组织与环境的平衡、组织动态平衡三方面考察。其中,组织内部平衡是由单独个体行为到集体化协作行为的环节,个体与组织整体之间的平衡,诱因与贡献的平衡。

2、差异化战略取得成功的最佳时机包括()

A、价格竞争非常激烈
B、技术变革与产品创新很快
C、产品转换成本低
D、购买者需求较大差异
E、有多种方法实现产品差异化

参考答案:BDE

解析:实施差异化的最佳时机:有多种方法能实现产品差异化,为顾客增加价值;购买者的需求和用途有差异且用相同差异化战略开展竞争的企业很少;技术变革与产品创新很快。

3、根据竞争者对相关企业营销竞争举措的不同反应可分为()

A、从容不迫型竞争者
B、选择型竞争者
C、凶猛型竞争者
D、随机型竞争者
E、差异型竞争者

参考答案:ABCD

解析:当企业采取某些措施和行动之后,竞争者会有不同的反应:从容不迫型竞争者;选择型竞争者;凶猛型竞争者;随机型竞争者。

4、下列反映企业长期偿债能力的指标有()。

- A、资产负债率(长期)
- B、流动比率(短期)
- C、现金净流量比率(短期)
- D、存货周转率(资产周转)
- E、所有者权益比率(长期)

参考答案:AE

长期偿债能力:资产负债率=负债总额/资产总额

所有者权益比率=所有者权益总额/资产总额(这个比率越高,偿债能力越强)

三、名词解释(每题3分,共12分)

1、领导

参考回答:领导是管理者运用权力和影响力引导和影响下属按照企业目标要求努力工作的过程。

2、管理层收购

参考回答:管理层收购是指目标公司管理层利用借贷融资的资本购买本公司的股份,从而改变本公司所有者结构、控股权结构和资本结构,进而达到充足公司的目的。

3、年金

参考回答:年金是指一定时期内每期相等金额的收付款项。

4、附加产品

参考回答:附加产品是顾客购买有形产品时所获得的全部附加服务和利益,包括提供信贷、免费送货、保证、安装、售后服务等。

四、解答题(每题7分,共28分)

1、管理思想演进的主要线索

参考回答:

- (1)科学化、理性化线索:泰勒-战后运筹学-信息技术,科学管理学派;
- (2)人道主义线索:梅奥社会人-巴纳德独立个体,人需要和行为,行为管理学派;
- (3)管理过程线索:法约尔-孔茨,管理过程和职能,管理过程/程序管理学派;
- (4)实证分析线索:德鲁克,案例分析和研究,经验管理学派。

2、简述企业资源分类及内容

参考回答:

企业资源可以概括为三大类:①有形资产;②无形资产;③组织能力。

有形资产:是企业运营过程中必要的资源,是最容易判别,也是唯一能在资产负债表中清楚体现的资源,它包括:房地产、设备、原材料等。具有稀缺性的有形资产可以使公司获得竞争优势。

无形资产:包括公司的声誉、品牌、文化、专利和商标及工作中积累的知识和技术。这些无形资产经常是企业竞争优势的来源。

组织能力:是所有资产、人员与组织投入产出过程的一种复杂的结合,包含了一组反映效率和效果的能力。

3、简述网络广告优势

参考回答:

网络广告优势:

- (1)网络广告可以根据更精细的个人差别将顾客进行分类,分别传递不同的广告信息。
- (2)网络广告是互动的。
- (3)网络广告利用最先进的虚拟现实界面设计来达到身临其境的感觉,这会带来全新的体验。
- (4)网络广告的用户构成也是广告商们愿意投资的因素。

4、简述认股权证含义及特征

参考回答:认股权证是由公司发行的一种凭证,它规定其持有者有权在规定期限内,以特定价格购买发行公司一定数量的股票。作用:吸引投资者;为公司筹集额外资金。

认股权证的特征:①认股权证实质上是一种期权,持有人既可实施这种权利,也可以不实施这种权利。②通常是和长期债券一起发行,以增加这些证券对投资者的吸引力。③可分离性。一般情况下认股权证同原有的债券或股票是可以分离的,具有独立的价值,可以在证券市场上单独进行交易。④认股权证的持有者一般不参加公司股利的分配,也没有对公司的控制权和投票权,对公司的资产和收入也没有要求权。

五、论述题(每题11分,共22分)

1、试述革新滞后性的原因。

参考回答:

革新滞后性的原因:

- (1)对成熟化视而不见:当成熟化的征兆出现时,企业往往不能对其有客观的认识,容易在复杂的市场信息面前只注意那些对自身利益有利的征兆,忽略那些预示发展趋势的信息。
- (2)对模式转换的必要性认识不足:认为依以往的发展模式可以适应变化了的情况,只需在策略上做些调整,不必调整整个发展模式,认识不够。
- (3)规模和收益上的障碍:新战略实施需要一定的规模,而且要经历一个重新“打天下”的过程,这是使主要管理者难下决心的一个障碍。企业在原经营领域已获得稳定地位,处于收获阶段,实施新的战略需要大量创业投资,短期内难获收益,容易使决策者踌躇不前。
- (4)本业意识的障碍:有些企业长期从事某一行业中某种产品的经营。不相信因而也不敢在新的领域尝试和探索。

2、试述影响促销组合的因素。

参考回答:

影响促销组合的因素

- (1)产品类型:主要是指产品是消费品还是产业用品。广告一直是消费品的主要促销工具,而人员推销是产业用品的主要促销工具,销售促进在两类市场上具有同等重要性。
- (2)推式与拉式策略:推式策略是利用推销人员与中间商促销将产品推入渠道,即生产者将产品积极推到批发商手上,批发商又积极地将产品推给零售商,零售商将产品推向消费者。拉式策略是企业针对最后消费者,花费大量的资金从事广告及消费者促销活动,以增进产品的需求。
- (3)促销目标:相同的促销工具在实现不同的促销目标上其成本效益会有所不同。
- (4)产品生命周期阶段:介绍期:广告与销售促进的配合使用能促进消费者认识、了解企业产品;成长期:社交渠道沟通方式开始有明显效果,口头传播越来越重要,如果想继续提高市场占有率,必须加强原来的促销工作,如果企业想取得更多的利润,宜用人员推销来

取代广告和销售促进的主导地位以降低成本费用:成熟期:竞争对手日益增多,为保持企业的市场占有率,企业必须增加促销费用,运用赠品等促销工具比单纯的广告活动更为有效,因为这时的顾客只需提醒式广告即可;衰退期:企业应把促销规模降到最低限度以保证足够的利润收入。

(5) 经济前景:通胀时企业可以采取提高销售促进相对于广告的分量、在促销中特别强调产品价值与价格、提供信息咨询帮助顾客知道如何明智地购买。

六、案例题(每题10分,共20分)

案例一:目前回忆不全,欢迎小伙伴踊跃投稿,分享回忆~
考察相关知识:三大通用竞争战略

案例二:甲公司融资租赁方式从租赁公司租入一台设备,设备价值2000万,租赁期限五年,五年后残值400万,租赁期满残值归甲公司所有,租金按五年等额支付,以下两种方案供甲企业选择:

A方案:租赁费率 9%。每年年初支付;

B方案:租赁费率 10%,每年年末支付。

(PVIFA9%. 5=3. 8897;PVIFA10%. 5=3. 7908)

要求:

1. 求 A方案每年应付的租金为;
2. 求 B方案每年应付的租金为;
3. 甲公司选取那种支付方案最有利?

解:本题中设备残值最终归甲公司所有,于租赁公司而言,设备现值即为2000万。

(1) 甲公司每年年初支付租金 A,共5年,5年租金现值为 2000 万。先付年金现值=年金*年金现值系数 $i, n) \cdot (1+i)$

$$\text{年金} = \frac{\text{先付年金现值}}{\text{年金现值系数}(i, n) \cdot (1+i)}$$
$$R = \frac{PV}{PVIFA(9\%,5)(1+i)} = \frac{2000}{3.8897+(1+9\%)} \approx 471.7 \text{ (万元)}$$

(2) 甲公司每年年末支付租金 A,共5年,5年租金现值为 2000 万。

$$\text{年金} = \frac{\text{年金现值}}{\text{年金现值系数}(i, n)}$$
$$R = \frac{PV}{PVIFA(10\%,5)(1+i)} = \frac{2000}{3.7908} \approx 527.6 \text{ (万元)}$$

(3) 因为 $R_a < R_b$, 选择 R_a 有利。

(两个方案租赁费率和支付时间不一样,但两个方案现值都一样,其实两个方案选谁,言之有理即可有分)

在职研究生招生信息网是以报考在职研究生为主题的官方网站, 主要提供在职硕士(同等学力、非全日制、国际硕士、国际硕士)、在职博士、MBA、EMBA 等类别的在职研究生招生简章、报考条件、报名时间、报名入口等招生信息, 是报考在职研究生综合门户网站。

- [同等学力](#) • [非全日制](#) • [国际硕士](#) • [中外合办](#)
- [在职博士](#) • [国际博士](#) • [院校研修](#) • [高端培训](#)

扫一扫, 关注在职研究生在职信息网官方微信, 及时获取招生资讯、报考常见问题、备考经验分享等信息! 还有免费的人工在线答疑服务!



微信服务号



微信订阅号

在职研究生招生信息网 全国统一报名咨询电话: **40004-98986**

更多同等学力申硕免费备考资料下载, 历年真题, 考试大纲, 大纲解析, 复习指导等, 应有尽有!

英语: <https://www.eduego.com/tdxl/zhenti/0-98/>

公共管理: <https://www.eduego.com/tdxl/zhenti/0-219/>

工商管理: <https://www.eduego.com/tdxl/zhenti/0-218/>

临床医学: <https://www.eduego.com/tdxl/zhenti/0-222/>