# 电大工商管理本科毕业试题和答案

## 工商管理模拟实验试题

一、　单选题

第一章：营销管理

1.（A）是典型的卖方市场的产物。

A. 生产观念

B. 产品观念

C. 推销观念

D. 市场营销观念

2. （C）要求市场营销者在制定市场营销政策时，要兼顾企业利益、消费者眼前利益和长远利益、社会利益。

A. 推销观念

B. 产品观念

C. 社会营销观念

D. 生产观念

3. 推销观念被大量的运用于（B）

A. 渴求产品

B. 非渴求产品

C. 短缺产品

D. 大众产品

4. 在现代市场营销观念的指导下，企业应致力于（C）

A. 产品质量

B. 生产成本

C. 顾客服务与顾客满意

D. 产品价格

5. 市场的大小通常的意义上是指（D）的大小

A. 人口

B. 地区

C. 购买力

D. 需求

6. 下列情况下，消费者会非常满意（B）

A. 产品实际功能 P=预期功能 E

B. 产品实际功能 P>预期功能 E

C. 产品实际功能 P<预期功能 E

D. 产品实际功能 P 与预期功能 E 无关

7. （A）是产品整体概念中最主要和最基本的层次。

A. 核心产品

B. 出厂产品

C. 有形产品

D. 附加产品

8. 新产品刚上市，知名度低，促销费用高，企业无利润，这时产品处于（A）

期。

A. 介绍

B. 成长

C. 成熟

D. 衰退

9. (A)　是指产品组合中所包含的产品项目的总和。

A. 产品组合的长度

B. 产品组合的深度

C. 产品组合的关联性

D. 产品组合的宽度

10. （B）可以充分利用资源和技术，分散风险，增加竞争力。

A. 缩减产品组合

B. 扩大产品组合

C. 向下延伸产品

D. 向上延伸产品

11. 市场上有很多规模很小的企业，他们提供的产品是有相同或相似的，这种竞争称（C)

A. 垄断竞争

B. 寡头垄断竞争

C. 完全竞争

D. 不完全竞争

12. 关于成本定价法的优点，下列论述中不正确的是（D)

A. 简便易行

B. 容易与其他同行业者和平共处

C. 买卖双方均觉公平

D. 商品成本核算简便

13. 企业为了鼓励顾客尽早付清货款而给予的一定折扣称为（C）

A. 数量折扣

B. 功能折扣

C. 现金折扣

D. 季节折扣

14. 促销的实质是（D）

A. 销售产品

B. 招徕顾客

C. 树立形象

D. 传播和沟通信息

15. 在建立顾客知晓方面（B）的作用最大。

A. 人员推销

B. 广告

C. 顾客的认识

D. 中间商的推荐

16. （C）的特点是大量使用，覆盖面广，成本低。

A. 报纸

B. 杂志

C. 广播

D. 直销邮寄

17. 分销渠道的起点是（C）

A. 消费者

B. 用户

C. 生产者

D. 中间商

18. 生产者在莫伊地区只选定一家中间商分销其产品，称为（D)

A. 密集分销

B. 联合分销

C. 选择分销

D. 独家分销

19. 关于批发商与零售商虾类叙述不正确的是（B)

A. 服务对象不同

B. 在流通过程中所处地位不同

C. 交易数量和频率吧不同

D. 营业网点的设置不同

20. 在进货量决策中，一般情况下，有这样的规律（B）。

A. 进货频率越高，进货成本越低。

B. 进货频率越高，进货成本越高

C. 进货频率越低，进货成本越高

D. 以上说法都不对

21. 进货点决策中，进货点等于（B)

A. 日均销货量*进货所需要天数

B. 日均销货量*进货所需要天数+保险单数

C. 日均销货量+进货所需要天数*保险单数

D. 日均销货量+进货所需要天数+保险单数

22. 电子网络营销的最主要特点是（C）

A. 网络整合营销

B. 网络定制营销

C. 网络互动式营销

D. 网络软营销

23. 含有两层销售中介机构的渠道叫（A）

A. 二层渠道

B. 零层渠道

C. 一层渠道

D. 三层渠道

24. 制造商进可能的通过许多负责的适当的批发商、零售商分销其产品，这种市场展露叫（D）

A. 选择分销

B. 独家分销

C. 大量分销

D. 密集分销

第二章 生产管理

1. 在企业管理系统中处于核心地位的是（C）

A. 生产管理

B. 人力资源管理

C. 经营决策

D. 技术开发管理

2. 现代生产与业务管理体制的主要特征有（A）

A. 管理范围扩展

B. 管理难度不变

C. 以计算机为代表的先进管理技术正在试点应用

D. 管理范围缩小

3. 生产与业务管理是企业管理的重要组成部分，那么在企业经营中它处于（B）地位

A. 决定

B. 执行

C. 管理

D. 决策

4. 质量管理和质量体系要素。用国际标准化组织的（D）表示

A. ISO9001
B. ISO9002
C. ISO9003
D. ISO9004

5. 影响企业生产能力的三要素不包括（B）。

A. 固定资产数量

B. 固定资产的折旧速度

C. 固定资产的工作时间

D. 固定资产的完好率

6. 在车间中把所有的钻床放在一起，所有的车床、铣床、磨床等各放在一起，这符合生产过程设计形式中的（A）

A. 工艺原则

B. 对象原则

C. 定位原则

D. 设备选择原则

7. 在现代生产方式中，准时生产方式的核心是（C）.

A. 及时生产

B. 过量生产

C. 适时适量生产

D. 适量生产

8. （B）是为制造对象在生产期限与数量方面规定的标准数据，是编制生产作业计划的重要依据。

A. 定额标准

B. 期量标准

C. 定量标准

D. 批量标准

9. 通过对生产过程中产品质量分布状况的描绘与分析，来判断生产过程的质量控制方法称为（C)

A. 因果图法

B. 排列图法

C. 直方图法

D. 控制图法

10.（B）适用于要求供方质量体系提供具有对生产过程进行严格控制能力的足够证据，以保证生产和安装阶段符合规定要求。

A.ISO9001
B.ISO9002
C.ISO9003
D.ISO9004

11.MPRII 是指（D）

A. 质量成本分析

B. 自动化手段

C. 柔性加工系统

D. 制造资源计划

12. 成本差异分析方法是将实际成本与（C）成本相比较而得出结论

A. 定额成本

B. 标准成本

C. 目标成本

D. 计划成本

13. 关于对象专业化布置，下列描述错误的是（B）

A. 经济效果好

B. 管理工作复杂

C. 适应市场需求变化能力弱

D. 开展工艺技术管理工作的难度较大

14. 下列各项中属于大量大批生产类型的期量标准有（A）

A. 节拍

B. 批量

生产周期

D. 提前期

15.JIT 是指（A）

A. 准时生产方式

B. 定点生产方式

C. 定人生产方式

D. 定额生产方式

16. 工业企业的年度可生产计划，是要明确企业年度内应达到的产品（A）等指标，并在时间上对产品出产进度做出安排。

A. 品种、质量、产量、产值

B. 品种、成本、产量、市场占有率

C. 质量、品种、成本、利润

D. 利润、品种、质量、产量

17. 利用均衡安排方式安排产品出产进度，不会（C）。

A. 充分利用职权人力和设备

B. 有利于产品质量的稳定

C. 很好的把握市场机会

D. 增加库存保管费用

18. 把工厂专业方向规定生产的各种产品，分泌别交由不同的生产单位生产，每一个生产单位只负担一种或几种产品的全部或大部分工艺过程的生产任务，独立出产产品，这种方式要求企业的生产过程的空间组织为（B）

A. 工艺转移化布置

对象专业化布置

C. 定位布置

D. 零散布置

第七章 企业组织管理

1. 对一个企业的组织结构构成直接影响的是（A）

A. 行为企业规模结构

B. 资金供应

C. 市场

D. 政府

2. 以下柔性组织结构描述正确的是（D）

A. 名曲规定各部门的任务、职责和权限

B. 各部门及岗位的分工精细而具体

C. 管理权利高度集中于企业的上层

D. 组织内部主要靠横向沟通

3. 一般来讲，基层组织的管理者主要承担（D）职能。

A. 沟通

B. 传递

C. 决策

D. 控制

4. 企业组织结构的核心内容是（A）

A. 企业组织职权的规定

B. 企业组织的划分

企业组织的建立

D. 子也组织的授权

5. 集权与分权的程度，常常是根据各管理层次拥有的（D）的情况来衡量。

A. 指挥权

B. 命令权

C. 委派全

D. 决策权

6. 管理组织有若干类型，其中，管理权利主要集中在上层机构和领导者手中，下层组织和人员主要根据指令和计划完成自己承担的责任，这种类型属于（B）

A. 集权和分权一体型管理

B. 集权型管理

C. 分权型管理

D. 一般适应型管理

7. 管理层次是指（D）

A. 一个主管能够直接有效的智慧下属成员的数目

B. 管理部门的职务高低

C. 管理员元的行政级别

D. 企业组织设立的行政等级的数目

8. （C）是指公司作为法人对公司财产的排他性占有权、使用权、收益权和转让权。

A. 产权

终极所有权

C. 法人产权

D. 股权

9. 公司中的最终决策机构是（B）

A. 监事会

B. 董事会

C. 股东大会

D. 总经理

10. 公司的执行结构主要由（D）组成

A. 监事

B. 董事

C. 股东

D. 高级经理人员

11. 拥有中级所有权的是（C）

A. 企业

B. 企业职工

C. 股东（出资人）

D. 政府

12. 从法定程序上讲，高层经理人员一般由（B）任命

A. 股东大会

B. 董事会

C. 监事会

董事长

13. 在现代公司制度中，出资人的终极所有权一般表现为（C）

A. 法人财产权

B. 实际占有权

C. 股权

D. 收益权

14. 股东大会是（A）

A. 公司最高权利机构

B. 股东代表大会

C. 股东会议

D. 对内执行业务的组织机构

15. 以有关管理幅度和管理层次的表述，错误的是（C）

A. 管理幅度和管理层级是组织结构设计和调整中的基础

B. 管理幅度*管理层级=企业规模

C. 管理幅度越宽，层级越多，其管理组织机构的形式越多样。

D. 管理层次是指一个企业组织设立的行政等级数目

16. 分权型管理主要适用于哪一种情况（B）。

A. 规模较大、品种单一、市场较小的大企业

B. 规模较大基层单位分散、是实行多样化经营的企业

C. 规模较小、品种单一、市场变化不大的企业

D. 规模较小、品种多样的、基层单位集中的企业

17. 一个事必躬亲的领导，在公司增加一个管理层次的好处在于（C）

上校联系渠道缩短，有利于信息沟通和管理效率的提高

B. 有利于节约管理费用

C. 有利于领导者从复杂的日常事务中解脱出来

D. 有利于达成全体共识

18. 集权型管理是用于（A）

A. 规模小、经营内容单位、生产单位分布集中的企业

B. 规模小、经营内容复杂、市场变化较大的企业

C. 规模笑答、经营内容单一、生产单位分布较分散的企业

D. 经营内容复杂、生产单位分布集中、市场变化较大大企业

第八章 人力资源开发与管理

1. 人力资源开发与管理是指企业人力资源的获得、开发（A）和利用等方面多进行的计划、组织、领导和控制活动

A. 保持

B. 激烈

C. 批评

D. 培训

2. （D）是指预测企业未来的任务和环境对人才的要求，以及为完成这些任务和满足这些要求而提供人力资源的过程。

A. 人力资源选拔

B. 人力资源利用

C. 人力资源预测

D. 人力资源规划

3. 人力资源规划是企业（B）的重要组成部分，是企业开展各项人力资源管理活动的依据。

A. 部门规划

B. 总体规划

C. 近期计划

D. 远景规划

4. 人力资源规划可以分为两个层次，其一是总体规划。另一个是（D）

A. 人力资源规划

B. 企业销售规划

C. 实施计划

D. 各项任务计划

5. （C）是进行人力资源规划的依据

A. 人力资源规划

B. 人力资源需求

C. 人力资源信息

D. 人力资源供给

6. 为了提高信息搜集的效率，企业有必要建立起自己的（C）

A. 监督机构

B. 调研机构

C. 人力资源信息系统

D. 责任机制

7. 德尔菲法是 20 世纪 40 年代由美国（A）公司发展起来的一种定性预测技术

A. 蓝德

B. 福特

C. 可口可乐

D. 希尔顿

8. 德尔菲法的特点是以（B）的方式征求专家的意见

A. 口头表达

B. 匿名问卷

C. 记名投票

D. 举手表决

9. 时间序列分析法比较适合于（A）预测

A. 短期缩的人力资源

B. 长期的人力资源

C. 中长期的人力资源

D. 企业长期规划

10. 在人力资源需求预测中（C）方法的关键是找出人力资源需求高度相关的变量

A. 德尔菲法

B. 时间序列分析法

C. 回归分析法

D. 转化比率分析法

11. 人力资源信息系统是企业对有关人力资源和工作的信息进行手机、保存、分析和报告的过程，是企业人力资源管理的（B）

A. 决定性一环

B. 基础性工作

C. 收尾工作

D. 工作日表

E. 调查问卷

12.（D）主要说明任职者需要做什么、怎么做以及为什么要做，具体包括工作内容、承担责任、环境条件与其他职务的关系以及从业要求等。

A. 职务规范

B. 工作日表

C. 调查问卷

D. 职务说明书

13.（D）是将任务组合起来构成一项完整职务的过程。

A. 职务分析

B. 工作日表

C. 职务规范

D. 职务设计

14. 避免职务专业化缺陷的一种方法是（A）

A. 职务轮换

B. 职务调动

C. 职务规范

D. 职务分析

15. 避免职务专业化缺陷的另一种方法是（C），即通过增加某职务所完成任务的数量，实现工作多样化。

A. 职务轮换

B. 职务对调

C. 职务扩大化

D. 职务监督

16. 职务丰富化是指（B）

A. 实现工作多样化

B. 赋予员工更多的责任、自主权和控制权

C. 通过让员工工作多样化，避免产生工作厌倦

D. 把职务简化为细小、专业化的任务

17. （A）的宗旨是由下级与上级共同决定具体的绩效目标，并确定奖惩。

A. 目标管理法

B. 评分表法

C. 配对比较法

D. 绩效考核法

18. 狭义的讲，经营者的激励机制主要是指报酬的激励机制。目前国际上对经营普遍实行（C）的报酬机制。

A. 超额奖励

B. 计件工资法

C. 年薪制

D. 按日报酬法

单元测试题

1（B）认为消费者欢迎那些质量高，性能好、有特色的产品。

A生产观念

B产品观念

C推销观念

D市场营销观念

2（C）是指市场对某种产品毫无兴趣或漠不关心。

A负需求

B潜在需求

C无需求

D充分需求

3（D）是指消费者感官直接接触刺激物所获得地直观的、形象化的反映。

A动机

B学习

C信念

D知觉

4 售后服务是属于产品概念中的（C）

A核心产品

B有形产品]

C附加产品

D以上均不对

5 每种产品使用不同的品牌，称（A）品牌战略

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：https://d.book118.com/896000113203010231