

中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构



- 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；
- 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；
- 课件自报名之日起可反复观看不限时间、地点、次数，直到当期考试结束后一周关闭；
- 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时滚动更新；
- 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；

英语/高等数学预备班：英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有仅有高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。[立即报名！](#)

基础学习班：依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。[立即报名！](#)

冲刺串讲班：结合历年试题特点及命题趋势，规划考试重点内容，讲解答题思路，传授胜战技巧，为考生指出题眼，提供押题参考。配合高质量全真模拟试题，让学员体验实战，准确地把握考试方向、将已掌握的应试知识融会贯通，并做到举一反三。[立即报名！](#)

习题班：自考 365 网校与北大燕园合作推出，共计 390 门课程，均涵盖该课程全部考点、难点，在线测试系统按照考试难度要求自动组卷、全程在线测试、提交后自动判定成绩。我们相信经过反复练习定能使您迅速提升应试能力，使您考试梦想成真！[立即报名！](#)

论文答辩与毕业申请指导班：来自主考院校的指导老师全程视频授课，系统阐述申报自考论文的时间、论文的选题、论文的格式及内容、与导师的沟通技巧等，并提供论文范例供学员参考。[立即报名！](#)

自考实验班：针对高难科目开设，签协议，不及格返还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

全国 2008 年 1 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

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. 赫茨伯格提出了著名的()
A. 需求层次理论
B. 激励需求理论
C. X 理论~Y 理论
D. 双因素理论
2. 20 世纪 60~70 年代日本引入了美国质量管理专家戴明和朱兰的()
A. 战略管理思想
B. 全面质量管理的思想
C. 流程改造的思想
D. 市场营销的思想
3. 在网络经济时代，下列说法正确的是()
A. 企业实行顾客价值管理，所以提高顾客的忠诚度越来越容易
B. 信息对称性相对来说越来越高，转换成本也越来越低
C. 生产企业整体水平出现盈利水平上升
D. 信息技术降低了人们学习效率，提高了学习成本
4. 下面哪一种变化状态不是企业宏观环境变化的主要状态？()

- A. 缓慢发展
C. 快速变化
- B. 相对稳定
D. 动荡不定
5. 企业发展型战略包括()
A. 集中发展、同心多样化、纵向一体化、横向一体化、组合战略
B. 集中发展、同心多样化、稳定
C. 组合战略、同心多样化、纵向一体化、横向一体化
D. 集中发展、同心多样化、纵向一体化、横向一体化、复合多样化
6. 企业核心能力的特性不包括()
A. 异质性
C. 扩展性
- B. 不可交易性
D. 时间性
7. 下面选项, 哪个不是客户价值的组成部分? ()
A. 关系价值
C. 潜在价值
- B. 当前价值
D. 历史价值
8. 企业制造资源计划是指()
A. SCM
C. MRP II
- B. ERP
D. CRM
9. 实施客户关系管理基本步骤的第一步是()
A. 建立项目团队
C. 分析客户需求
- B. 确立业务计划
D. 选择合适方案
10. 对学习型组织的理解不正确的是()
A. 整个组织弥漫着学习的气氛
C. 具有高于个人绩效总和的综合绩效
- B. 鼓励员工发挥创造性思维
D. 整个组织以学习为主要任务
11. 组织的扁平化是指()
A. 减少管理层次、扩大管理幅度
C. 组织开始由许多临时团队组成
- B. 把按职能与按产品项目结合起来
D. 组织结构成为网络型
12. 关于网络型组织的优点说法不正确的是()
A. 有助于优化资源配置
C. 降低了交易成本
- B. 网络实现的价值等于各企业独立创造价值之和
D. 将不同企业核心能力迅速组合, 形成竞争优势
13. 在原有产品中增加一个或几个产品大类, 这种做法属于()
A. 产品线延伸
C. 产品差异化
- B. 扩大产品组合
D. 差异营销
14. 在消费品市场, 最重要的促销方式是()
A. 人员推销
C. 广告
- B. 公共关系
D. 销售促进
15. 企业网络营销站点规划的第一个步骤就是()
A. 确定站点的目标市场
C. 确定网站提供的信息和服务
- B. 制订企业建站的目标
D. 组织站点建设
16. 以下不是敏捷制造范畴的领域是()
A. 虚拟企业
C. 市场营销
- B. 信息与控制
D. 集成产品与过程开发
17. 下列消耗属于变动类消耗的是()

- A. 原材料及燃料 B. 厂房
C. 地皮 D. 机械设备
18. 拟实制造如能缩短 1 年新产品上市时间, 将为企业节约多少开发成本? ()
A. 15% B. 20%
C. 25% D. 30%
19. 下面不属于网络时代新的风险管理模式特点的是()
A. 风险评估是持续的 B. 按风险和回报来评估机会
C. 重点控制财务风险和财务结果 D. 风险的主要因素是业务流程
20. 面对网络经济的巨大风险, 企业首先应建立()
A. 财务风险预测模型 B. 财务风险评价模型
C. 财务风险控制模型 D. 财务风险总结模型
21. 网络时代, 企业财务关系应侧重于企业与谁的财务关系? ()
A. 政府或监管部门 B. 债券人、债务人
C. 投资者、受资者 D. 员工
22. 在人力资源管理中, 最适合网络管理的业务是()
A. HR 管理系统 B. 薪资(Compensation)
C. 工资发放、福利和培训 D. 绩效考核
23. 如果企业的知名度不高, 且缺乏网络工程师, 那么企业在招聘工作方面应该()
A. 将网上招聘工作交由网上中介完成 B. 不要进行网上招聘
C. 自己建立网站 D. 在网上发布广告
24. 通过授予员工对自己的工作活动一定管理权, 扩大员工对工作的影响的是()
A. 纵向工作扩展 B. 横向扩展
C. 工作简单化 D. 多项扩展
25. 下面哪一项不属于知识的特点? ()
A. 增值性 B. 可逆性
C. 非稀缺性 D. 共享性
26. 在知识管理的螺旋循环中, 显性知识向显性知识的转化叫做()
A. 共同化 B. 外化
C. 连结化 D. 内外
27. 下面哪一项制度属于知识的明晰机制? ()
A. 员工知识成果申报 B. 市场信号收集
C. 员工知识成果稽核 D. 知识股权期权
28. 供应链是围绕什么为中心, 包括所有加盟的节点企业的一条整体的网链结构模式? ()
A. 供应商 B. 制造企业
C. 大型销售企业 D. 核心企业
29. 在下列哪种企业文化类型下, 员工应强制性要求进行协作和分享信息? ()
A. 网络型文化 B. 利益型文化
C. 分裂型文化 D. 公社型文化
30. 企业的经营哲学和价值观的核心问题是()
A. 如何思考和定义合作与竞争 B. 如何体现对企业利益相关者权力的尊重
C. 如何考虑对社会和环境的责任 D. 如何认识成本和利润

二、多项选择题(本大题共 5 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。

31. 企业管理组织结构的创新包括()
- A. 组织结构扁平化 B. 组织结构柔性化
C. 组织结构网络化 D. 组织结构职能化
E. 组织结构虚拟化
32. 在企业的发展过程中, 现代企业生产时期的主要特征包括()
- A. 产生了垄断组织 B. 协作关系复杂、严密
C. 企业之间的兼并与收购大量出现 D. 产生了科学管理理论
E. 所有权与经营权相分离
33. 对本企业所要进入的市场领域进行抉择时, 战略分析的主要内容和方法包括()
- A. 市场透视分析 B. 生产能力分析
C. 竞争对手分析 D. 产品分析
E. 产业组织分析
34. 企业再造中的“以顾客为中心”指的是()
- A. 坚持以更有效的满足顾客的需求为出发点
B. 顾客的满意度成为评价员工的直接的唯一标准
C. 以顾客为上帝
D. 以顾客需求为导向
E. 以上说法均正确
35. 典型的隐性知识对应的是()
- A. 技能知识 B. 原理知识
C. 事实知识 D. 人力知识
E. 经验知识

三、简答题(本大题共 5 题, 每小题 6 分, 共 30 分)

36. 简述五项修炼的基本内容。
37. 简述人力资源管理与传统人事管理的区别。
38. 简述企业文化有哪几部分构成? 企业文化有什么作用?
39. 简述企业实施网络财务所要解决的问题。
40. 什么是知识管理的个人化策略, 它有什么特点?

四、论述题(本大题 10 分)

41. 论述客户关系管理实施条件。

五、案例分析题(本大题共 20 分)

42.

不走寻常路的美特斯邦威

浙江温州的虚拟企业在肯尼思·普瑞斯、罗杰·内格尔等美国学者于 1991 年最早提出“虚拟企业”概念仅仅 7 年后, 美特斯邦威就运用“虚拟经营”之道, 成功地打破了温州家族式民营企业通常发展至 5 亿元左右年营业额就徘徊不前的“温州宿命”。

从温州妙果寺服装市场里的一个寻常的前店后厂式的服装摊起家, 穷苦出身的美特斯邦威集团董事长周成建于 1994 年一手创建的这个休闲服装连锁集团, 以 8.7 亿元的年营业收入跻身全国工商联评出的“2001 年度中国民营企业 500 强”并排位第 120 名。2002 年, 美特斯邦威集团的年销售额已近 15 亿元。

2002 年 8 月 23 日, 来自国家科技部和清华大学、西南大学、浙江大学的教授组成的专家组来到美特斯邦威集团, 考察其电子商务的应用情况。他们和近几年来到这个曾被看作“皮包公司”的企业考察和访问的数万人所看到的并没有什么不同。这个花了 200 万美元聘请郭富城做形象大使、2001 年度中国最受消费者欢迎的休闲装

品牌，当然不会在这之前给这些在信息化建设上术业有专攻的专家们留下什么特别的印象。但令实地考察的专家组大感惊讶的是，在这里已经看不到一台缝纫机，初步具备了虚拟品牌运营商概念的美特斯邦威集团，竟然自行研究开发了包括 ERP 在内的全部信息系统！经过考察，专家组得出结论：在目前的国内企业中，美特斯邦威在信息技术运用上已处于领先地位，真正把信息技术成功运用到了生产、管理、流通、销售等各个环节。

在今天的美特斯邦威 IT 系统里面，每个特许加盟的专卖店都投射在这一包括电子商务系统、门店管理系统、销售时点系统在内的系统内，加上打通各 OEM 厂商的 ERP，仅有 300 余人的美特斯邦威总部在 40 余人的计算机中心的支持下，从容地控制着 1000 余家专卖店和 100 余家远在江苏和广东的 OEM 生产工厂。对于整个供应链来讲，专卖店可以从网上查看新货品的实物照片来快速订货，美特斯邦威总部可实时考核每个专卖店的销售业绩（甚至可以细到每一件服装卖出时的天气情况及消费者情况），对于整条供应链的进、销、存数据进行经营分析，以便及时做出促销、配货、调货的经营决策。这不仅提高了市场反应能力，也为货品、资金的快速周转提供了保证，提高了资金使用的效率。

对年生产能力高达 70 亿件、产能严重过剩的世界第一服装大国的中国来说，今天美特斯邦威运用 IT 系统实现的这种虚拟运营的业务模式完全是颠覆式的。国内服装行业传统的运作方式仍然占据着主流，通常工厂生产出来的服装发送到公司物流中心，然后再向全国各个配送中心或分公司配发，周转库存很大，往往存在巨大的库存积压风险。但现在的美特斯邦威不仅利用“虚拟库存”帮助供应链的上下游化解库存风险，而且开始通过提高整条供应链的资金利用效率来放大自有资金的杠杆效应，一个极有说服力的现象是，美特斯邦威 2001 年 8.7 亿元的销售较 2000 年 5 亿元的销售额上升了 74%，但自有资金的占用比例却反而有所下降。

自己不生产一双鞋却成为全世界最大的运动鞋厂商的耐克公司，正是依靠“虚拟经营”而走上成功之路的。目前，定位在“流通行业”的美特斯邦威又在上海康桥开发区全力兴建自己的物流配送中心，这是年仅 38 岁、被誉为“温州新一代商人”的周成建实现国际化的又一新动作。“方法比事情本身更重要”，企业必须有新的突破，才能使 IT 系统支撑起美特斯邦威在 2005 年实现 40 亿元人民币营业规模的目标。

- 问题：（1）结合美特斯邦威的案例，谈谈对虚拟企业概念和优势的理解。（8 分）
（2）结合美特斯邦威的案例，谈谈信息技术对供应链管理的支持。（7 分）
（3）如果你是美特斯邦威最高决策者，公司下一步的战略决策是什么，并简单说明理由。（5 分）