

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，不及格退还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

## 全国 2008 年 4 月高等教育自学考试 工商管理管理学概论试题

课程代码：00108

### 一、单项选择题（本大题共 25 小题，每小题 1 分，共 25 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。

- 建立市场秩序应遵循的原则是（ ）  
A. 科学性、非确定性、规范性、合理性      B. 科学性、确定性、稳定性、可操作性  
C. 科学性、合理性、易变性、可操作性      D. 科学性、确定性、合法性、易变性
- 在市场规则中，起着决定性作用的是（ ）  
A. 非正式规则      B. 法律规则  
C. 行政规则      D. 自律规则
- 在国民经济管理的主要手段中，行政手段具有的特点有（ ）  
A. 强制性、间接性、纵向性、稳定性      B. 强制性、直接性、利益性、灵活性  
C. 强制性、间接性、灵活性、稳定性      D. 强制性、直接性、纵向性、稳定性
- 与发达的市场经济国家相比，我国的市场经济体系还很很不成熟，今后应着重加快发展（ ）

- A. 商品市场  
B. 服务市场  
C. 期货市场  
D. 生产要素市场
5. 无形产品交换活动的场所和交换关系的总和, 称为 ( )  
A. 商品市场  
B. 服务市场  
C. 生产要素市场  
D. 资本市场
6. 当某种商品的供给价格弹性  $E_s > 1$  时, 则这种商品的供给弹性为 ( )  
A. 不充足  
B. 完全无弹性  
C. 充足  
D. 完全有弹性
7. 由于市场机制不能正常地发挥作用而使资源配置缺乏效率或资源配置失当的情况, 被称为 ( )  
A. 外部影响  
B. 市场结构  
C. 公共产品  
D. 市场失灵
8. 工商行政管理机关的管理是一种 ( )  
A. 被动管理  
B. 主动管理  
C. 协助管理  
D. 主动或被动管理
9. 拟定、发布工商行政管理规章制度的主体是 ( )  
A. 国家工商行政管理总局  
B. 全国人大常委会  
C. 国务院  
D. 省级地方人民代表大会
10. 要求市场经营主体不为一定的行为, 在工商行政管理机关行政执法手段中称为 ( )  
A. 禁止  
B. 命令  
C. 免除  
D. 撤销
11. 在我国工商行政管理机关纵向结构组织系统中, 属于管理协调层的是 ( )  
A. 国家工商行政管理总局  
B. 各省、自治区、直辖市的工商行政管理局  
C. 县级工商行政管理局  
D. 区级工商行政管理局
12. 各级工商行政管理机关日常监督管理工作的进行, 一般应按 ( )  
A. 信用原则  
B. 精简原则  
C. 效益原则  
D. 属地原则
13. 工商行政管理机关是 ( )  
A. 立法机关  
B. 司法机关  
C. 监察机关  
D. 行政执法机关
14. 1998 年以后, 我国的工商行政管理体制是一种 ( )  
A. “以块为主, 条块结合” 的分级管理体制



24. 我国《消费者权益保护法》确定的保护消费者权益的主要部门是 ( )
- A. 卫生监督管理部门                      B. 质量技术监督部门  
C. 工商行政管理部门                      D. 价格监督部门
25. 日本的竞争政策与美国、德国的最大不同是 ( )
- A. 提倡自由竞争                          B. 政府干预下的市场竞争  
C. 不完全竞争                              D. 在竞争的基础上强调全方位多层次合作

## 二、多项选择题 (本大题共 10 小题, 每小题 2 分, 共 20 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。

26. 下列不具备市场客体入市资格的有 ( )
- A. 假冒伪劣商品                          B. 盗版书刊  
C. 盗版光盘、软件                        D. 武器弹药、核材料  
E. 过期变质的商品
27. 影响市场需求变动的因素有 ( )
- A. 商品本身的价格                        B. 消费者的个人收入  
C. 消费偏好                                D. 互补品的价格  
E. 替代品的价格
28. 完全竞争市场的特征包括 ( )
- A. 无数的规模小的买者和卖者            B. 产品无差别  
C. 进出市场无障碍                        D. 买卖双方充分了解市场信息  
E. 只有一个生产者
29. 目前国家工商行政管理总局设置的对外职能机构有 ( )
- A. 法规司                                  B. 人事教育局  
C. 公平交易司 (局)                        D. 企业注册司 (局)  
E. 消费者权益保护司 (局)
30. 各级工商行政管理机关之间管理权限划分的依据主要有 ( )
- A. 管辖的区域                              B. 管理的内容  
C. 管理的效率                              D. 管理的对象  
E. 管理政策的统一性
31. 市场经营主体的基本特征包括 ( )
- A. 营利性                                  B. 独立性  
C. 平等性                                  D. 非竞争性  
E. 灵活性
32. 下列属于无效合同的有 ( )

- A. 一方以欺诈、胁迫的手段订立的合同  
B. 恶意串通、损害国家、集体或者第三人利益的合同  
C. 以合法形式掩盖非法目的的合同  
D. 损害社会公共利益  
E. 违反法律、行政法规的强制性规定的合同
33. 下列情况中, 属于要约邀请的有 ( )  
A. 寻找丢失证件的悬赏广告  
B. 三九医药的招股说明书  
C. 东百商场寄送的价目表  
D. 京福高速公路建设的招标公告  
E. 拍卖公司的艺术品拍卖公告
34. 下列商标中, 符合商标显著性特征的有 ( )  
A. “长江”牌西裤  
B. “老虎”牌香烟  
C. “巴黎”牌花露水  
D. “紫山”牌矿泉水  
E. “锐利”牌剪刀
35. 关于注册商标的转让, 下列表述正确的是 ( )  
A. 注册商标可以进行商标专用权的部分转让  
B. 合同转让是注册商标转让中的一种主要形式  
C. 注册商标转让, 必须依法办理转让手续, 才能发生法律效力  
D. 注册商标转让就是指商标使用权的转移  
E. 注册商标的转让与注册商标的使用许可性质相同

### 三、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 6 分, 共 30 分)

36. 简述工商行政管理的特点。  
37. 简述工商行政管理法律、法规的性质。  
38. 简述工商行政管理机关对市场经营主体进行监督管理的必要性。  
39. 简述广告的特征。  
40. 简述德国《反对不公平竞争法》的主要内容。

### 四、论述题(本大题共 2 小题, 第 41 小题 13 分, 第 42 小题 12 分, 共 25 分)

41. 试论对不正当竞争行为进行监督管理的意义和原则。  
42. 试论工商行政管理部门保护消费者权益的主要任务。