

全国 2011 年 10 月高等教育自学考试  
文化产业与管理试题  
课程代码:04122

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。

1. 提出文化产业概念的学派是( )  
A. 芝加哥学派  
B. 法兰克福学派  
C. 文化研究学派  
D. 政治经济学派
2. 中华民族的传统节日——春节，是一种( )  
A. 语言文化  
B. 器物文化  
C. 精神文化  
D. 行为文化
3. 文化生产是群体性的，文化消费也是群体性的，具有这一特征的社会发展时期是( )  
A. 石器时期  
B. 铁器时期  
C. 工业时期  
D. 后工业时期
4. 服务性行业属于( )  
A. 第一产业  
B. 第二产业  
C. 第三产业  
D. 第四产业
5. 提出创意产业概念的国家是( )  
A. 英国  
B. 美国  
C. 德国  
D. 法国
6. 中国人发明活字印刷是在( )  
A. 公元十一世纪  
B. 公元十四世纪  
C. 公元十五世纪  
D. 公元十五世纪中叶
7. 真正影响和决定经济增长方式变动的革命性因素是( )  
A. 技术  
B. 人  
C. 资源  
D. 资金
8. 《未来之路》的作者是( )  
A. 丹尼尔·贝尔  
B. 威尔伯·施拉姆  
C. 比尔·盖茨  
D. 皮埃力·布尔迪厄



- C.有独特性  
D.商品化
- 19.“信息经济”的概念出自于( )  
A.《第三次浪潮》  
B.《美国的知识生产和流通》  
C.《创意经济》  
D.《大趋势——改变我们生活的十个新趋向》
- 20.指出新创意才是推动一国经济增长原动力的经济学家是( )  
A.马斯洛  
B.罗默  
C.熊彼得  
D.赫鲁普
- 21.在文化监管方面，国际通行的监督文化活动的主要方式是( )  
A.舆论监督  
B.行政监督  
C.司法监督  
D.经济制裁
- 22.品牌资产在现有产品基础上进行企业间的转移，这种品牌提升战略是( )  
A.品牌延伸战略  
B.品牌联盟  
C.品牌授权  
D.品牌特许经营
- 23.投资管理中最为重要的，也是一切投资管理活动的起点，这项工作是( )  
A.企业投资决策的组织  
B.投资评价  
C.投资管理控制  
D.投资模式确定
- 24.通常具有较大市场需求，所蕴含的精神内容具有可复制性和规模效应的文化产品是( )  
A.公益性文化产品  
B.经营性文化产品  
C.混合性文化产品  
D.单一性文化产品
- 25.通过转移公司所有权或控制权的方式实现企业资本扩张和业务发展的经营手段是( )  
A.项目孵化  
B.直接投资  
C.并购  
D.合资

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.市场主体的动力机制主要包括( )  
A.自主选择  
B.市场导向  
C.消费需求  
D.利润目标

E.社会效益

27.精神文化包含的层次有( )

A.心理意识层次

B.思想观念层次

C.精神信仰层次

D.语言文化层次

E.潜意识层次

28.文化经济运动的历史形态大致可分为( )

A.物质形态和非物质形态

B.表现形态和符号形态

C.固定形态和非固定形态

D.自由形态和计划形态

E.机器复制形态和数字信息形态

29.在现阶段我国文化产业结构体系中,文化产业核心层包括( )

A.新闻服务

B.出版发行和版权服务

C.广播、电视、电影服务

D.文化艺术服务

E.网络文化服务

30.授权产业的种类很多,主要包括( )

A.产品生产授权

B.产品销售授权

C.艺术品授权

D.产品服务授权

E.品牌授权

31.企业集团的组建有多种形式,主要有( )

A.资本结合

B.企业并购

C.政府主导

D.资金结合

E.行业联合

32.文化市场规则的主要内容包括( )

A.市场准入规则

B.市场竞争规则

C.政府调节规则

D.市场交易规则

E.市场监督规则

33.文化行政组织所具有的特点是( )

A.政治性

B.社会性

C.公共性

D.服务性

E.协调性

34.文化产业政策的执行过程主要包括( )

- A.政策宣传
- B.政策分解
- C.政策实施准备和组织准备
- D.政策实验
- E.全面实施与协调

35.文化产品的核心要素是精神内容，对精神内容消费的本质是( )

- A.心理的体验
- B.心理的满足
- C.追求文化产品的实用性
- D.追求品牌所象征的社会身份
- E.追求品牌所象征的文化意义

三、名词解释（本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分）

36.恩格尔系数

37.文化市场形态

38.非物质文化遗产

39.实证分析

40.品牌延伸战略

四、简答题（本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分）

41.简述文化资源转化为资本的必备条件。

42.简述品牌联盟的好处与不足。

43.简述如何实现文化产业项目行政管理的目标。

44.简述团队绩效管理体系的构成。

五、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

45.试述现代社会文化需求增长的表现及其原因。

46.试述政府对文化产业投资管理的内容。

