

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务 | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务 |

开设班次：（请点击相应班次查看班次介绍）

基础班	串讲班	精品班	套餐班	实验班	习题班	高等数学预备班	英语零起点班
-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	--------

网校推荐课程：

思想道德修养与法律基础	马克思主义基本原理概论	大学语文	中国近现代史纲要
经济法概论（财经类）	英语（一）	英语（二）	线性代数（经管类）
高等数学（工专）	高等数学（一）	线性代数	政治经济学（财经类）
概率论与数理统计（经管类）	计算机应用基础	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	

[更多辅导专业及课程>>](#)

[课程试听>>](#)

[我要报名>>](#)

全国 2012 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。

- 法约尔的企业管理活动“五职能论”，包括计划、组织、指挥及（ ）
A.领导和控制
B.协调和控制
C.沟通和控制
D.创新和控制
- 长期计划的时间一般是（ ）
A.一年以上
B.三年以上
C.五年以上
D.十年以上
- 现场控制，又称（ ）
A.预先控制
B.反馈控制
C.适时控制
D.一般控制
- 事业层战略又称为（ ）
A.经营战略
B.竞争战略
C.职能战略
D.企业总体战略
- 在竞争优势分析的基本价值链模型中，下列属于基本活动的是（ ）

- A.市场销售
B.人力资源管理
C.技术开发
D.采购
- 6.企业通过购买、联合或兼并与自己有竞争关系的企业,这是()
A.集中发展战略
B.纵向一体化战略
C.横向一体化战略
D.同心多样化战略
- 7.波士顿矩阵中,市场增长率高,市场占有率低的业务是()
A.明星类业务
B.问号类业务
C.金牛类业务
D.瘦狗类业务
- 8.客户关系管理的基本活动中,客户分析的第一步是()
A.定义终生价值
B.客户投资和利润分析
C.收集客户资料
D.客户分组
- 9.在客户投资和利润分析中,高投资、低利润的是()
A.期望的客户
B.普通的客户
C.重复购买的客户
D.忠诚的客户
- 10.在客户组合分析法中,针对低历史价值、高潜在价值的客户应采取()
A.维持策略
B.投资策略
C.放弃策略
D.培育策略
- 11.对传统组织进行改革,提高敏捷性、快速响应市场的变化,这是指()
A.组织结构柔性化
B.组织结构虚拟化
C.组织结构扁平化
D.组织结构网络化
- 12.3C理论是指顾客、变化和()
A.商业
B.沟通
C.竞争
D.创造
- 13.企业再造的核心是()
A.对企业的业务流程进行再设计
B.对企业的市场定位进行再设计
C.对企业的经营战略进行再设计
D.对企业的组织结构进行再设计
- 14.学习型组织的精神基础是()
A.建立共同愿景
B.团队学习
C.系统思考
D.自我超越
- 15.目标营销要经历三个阶段,它们包括选择目标市场、进行市场定位和()
A.市场差异分析
B.市场细分
C.顾客分组
D.4Ps营销组合
- 16.从内部因素看,影响定价的因素主要有定价目标、产品成本和()
A.产品品牌
B.地点/分销

- C.企业的营销组合
D.企业利润目标
- 17.产品分销渠道的类型有密集分销、选择分销和（ ）
A.联合分销
B.许可分销
C.区域分销
D.独家分销
- 18.一般来说，产业市场上，最重要的促销方式是（ ）
A.销售促进
B.公共关系
C.广告
D.人员推销
- 19.准时生产（JIT）也被称为（ ）
A.推式生产
B.全面质量管理
C.制造资源计划
D.丰田生产模式
- 20.被认为网络经济下的企业运作管理的是（ ）
A.敏捷制造
B.全面质量管理
C.制造资源计划
D.JIT 生产
- 21.财务管理中的平衡法、因素法和比例法属于（ ）
A.财务预测方法
B.财务决策方法
C.财务计划方法
D.财务分析方法
- 22.企业财务运作的起点是（ ）
A.收入
B.成本
C.融资
D.注册资本
- 23.财务管理中，长期投资又称为（ ）
A.权益性投资
B.收益投资
C.直接投资
D.对外投资
- 24.财务管理中，投资管理的原则包括投资收益最大化原则和（ ）
A.投资流动性原则
B.投资风险降低原则
C.投资多样化原则
D.投资平衡原则
- 25.经济活动中居于主导地位，也是最积极、最活跃的生产要素的是（ ）
A.生产资源
B.人力资源
C.营销资源
D.财务资源
- 26.人力资源规划的内容框架图中，作为基础性工作的是工作分析和（ ）
A.教育培训
B.企业目标
C.劳动关系
D.业绩评估
- 27.对员工工作中的不利因素进行补偿，这通常是薪酬中的（ ）
A.绩效薪酬
B.奖金
C.福利
D.津贴

- 28.根据经合组织(OECD)对知识的分类, Know-why 是()
- A.人力知识 B.技能知识
C.事实知识 D.原理知识
- 29.知识管理的螺旋循环中, 将不连续的显性知识碎片合并成一个新的整体, 这是()
- A.共同化 B.外化
C.连接化 D.内化
- 30.供应链管理环境下, 采购的目的是()
- A.为了补充库存 B.为了获得资源
C.为了顾客的订单 D.为了企业生产

二、多项选择题(本大题共 5 小题, 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.现代企业显著的特点, 包括()
- A.生产规模扩大 B.拥有现代技术
C.拥有现代化管理 D.所有者与经营者相分离
E.企业的社会责任
- 32.在竞争优势分析的基本价值链模型中, 属于支持辅助活动的有()
- A.售后服务 B.企业基础设施
C.人力资源管理 D.技术开发
E.采购
- 33.常用的财务分析方法有()
- A.平衡分析法 B.因素分析法
C.综合分析法 D.比率分析法
E.对比分析法
- 34.根据经合组织(OECD)对知识的分类, 隐性知识包括()
- A.人力知识 B.技能知识
C.事实知识 D.原理知识
E.专业知识
- 35.网络时代企业文化倡导人本文化, 可以表述为()
- A.企业管人 B.企业养人
C.企业为人 D.企业即人
E.企业靠人

三、简答题(本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分)

- 36.网络时代有哪些企业管理方法和手段的创新?

- 37.简述迈克尔·波特的产业竞争结构分析。
- 38.简述企业组织虚拟化的具体形式。
- 39.简述敏捷制造模式的主要支撑技术。
- 40.简述人力资源管理中薪酬管理的内容和影响因素。
- 41.简述网络时代企业文化的发展。

四、论述题(本大题 10 分)

- 42.论述客户关系管理的基本流程和支持流程。

五、案例分析题(本大题 20 分)

43. 戴尔放弃直销：冒险即生路？

最近，全球 PC 巨头戴尔公司已经决定放弃单一直销模式，戴尔电脑将进入美国、加拿大以及波多黎各三国的 3000 多家沃尔玛超市进行销售，并逐步向全球铺开。

这项渠道变革被认为是戴尔公司颠覆性的战略变革。戴尔公司的成功主要源于直销模式及其背后的装配和配送体系，这种模式的精华在于按需定制，在明确顾客的需求后迅速回应，并直接向顾客发货。通过这种独特的顾客定制和直销模式，戴尔获取了超越其他竞争对手的竞争优势，而且也能够更敏锐地感受到顾客需求。

戴尔直销模式不仅给戴尔公司多年来的快速成长做出了巨大贡献，在战略管理理论上亦有重大贡献，戴尔的成功使得战略管理大师迈克尔·波特的三个基本战略理论面临窘境。波特在三个基本战略当中曾明确提出成本领先和差异化战略是互相排斥的，不可兼得。然而戴尔的成功表明了差异化战略和成本领先战略可以融为一体，而成功的关键因素也就是直销模式。

那么戴尔公司此次渠道变革意味着什么呢？意味着企业必须在战略环境的不断变化当中寻求应变，以不断适应新的战略环境。戴尔放弃单一的直销模式，选择与渠道经销商合作，即是戴尔在旧有单一直销模式无法适应市场竞争的情况下所做出的战略性应变。

单一直销模式是戴尔赖以成功的关键要素，这是无可否认的。但同时也必须看到的是这一业务模式之所以能够成功，是与计算机行业发展的特定阶段紧密联系的。自个人计算机问世以来，一直以高科技、高价格为主要特点，在这种情况下通过充分发挥其独有的快速装配和配送体系，戴尔直销模式可以赢得价格和成本优势。这是因为通过直销和供应链管理，戴尔尽最大可能地压缩了库存，并通过减少中间渠道环节，戴尔与其它竞争对手相比非常有竞争力。正是这种竞争力使得戴尔获取了快速成长。

然而经过近十年的快速发展，个人计算机已经从少数人拥有的奢侈品发展成为非常普及的消费品。以大学为例，十年前大学生可能需要排队到学校的机房去练习和使用电脑，而如今每个大学生宿舍都至少拥有一台电脑。与电脑的普及相对应的是电脑的价格已经下降到十年前的十分之一甚至更多，而在库存和供应链管理方面各大 PC 制造商都获取了长足进展。这样一来，戴尔单一直销模式所能够获取的竞争优势已经变得微不足道。以北京为例，如果你到电脑市场去定制一台电脑，商户可以在两个小时之内组装一台你所想要的任何一台电脑，而且往往也能够提供必要的售后服务，而价格上却拥有戴尔无法比拟的优势。抛开个体商户组装电脑不说，联想、惠普等专业 PC 制造商在产品质量、服务和价格上同样不处下风，甚至要优于戴尔。

在这种情况下，戴尔过去的单一直销模式自然就失去了其曾经拥有的威力。从行业发展和竞争格局的变化来看，

戴尔决不应该是到今天才对渠道进行变革，之所以拖到今天，恐怕与戴尔直销模式所带来的辉煌息息相关，毕竟对于企业家和高层团队来说，对自己赖以成功的业务模式说“不”是异常艰难的，同时对于规模十分庞大、早已不是小舢板的戴尔来说“调头”也将是十分困难的。

终结单一直销模式木已成舟，但执行起来绝非简单地进入超市等零售终端那么轻松，也并不能确保戴尔摆脱业务下滑泥潭，原因有以下几个方面：

首先，戴尔旧有业务模式是以直接面对消费者为核心特征的，这就使得戴尔的配送体系和支付体系没有中间环节，这不仅节省了资源，也避免了效率低下和不良账款问题。如今戴尔启用零售终端，则要面临终端消耗库存、应收账款、物流配送以及终端网点建设投资等一系列问题。这些问题一方面会直接带来大量的投资，另一方面会因为中间环节的增加而带来效率问题，同时渠道分销体系在资金回笼上也面临着更长的账期，增加环节也将会加长信息传递距离而造成信息失真，这些都将是戴尔此前所无须理会的问题。

其次，分销体系的建立并非一日之功，而必然会经历一个投入期。也就是说在戴尔引入分销体系的初期，不仅无法迅速实现销售业绩的提升，相反还会侵蚀现有的资源。这一时期的长短将会直接决定变革能否成功，如果分销体系迟迟不见预期回报，投资者和管理层的耐心能够保持多久就是个问题。

第三，戴尔涉足分销体系并不意味着就完全抛弃过去的直销模式，也不能放弃直销模式。当直销和分销体系并行的时候，顾客既可以通过零售终端来购买戴尔的产品，又可以直接向戴尔购买产品。如此一来渠道经销商与戴尔就构成了在合作基础上的竞争关系，如果顾客通过直销能够享受更低价格，那么渠道经销商就会因为被顾客抛弃而无利可图；相反，如果顾客通过零售终端和直接购买享受的价格是一致的，那就意味着渠道经销商只是从戴尔分走了一部分利润，而非帮助戴尔创造了价值，在这种情况下渠道经销商以其便利性将会从直销体系争夺顾客。总之，如何处理直销和分销之间的矛盾并使之和谐运行将是一个难题。

第四，戴尔直销模式下能够保持与顾客的密切接触，并通过这种直接服务来理解顾客需求，这被认为是戴尔关键的成功要素之一。那么在分销体系下，顾客通过零售终端来购买电脑，势必大大减少了与戴尔公司的直接接触，这意味着戴尔要支付更高成本来感知顾客需求的变化，这对于戴尔的业务运营改进和产品研发都将是一种阻碍，如何在新的营销模式下更好地理解 and 满足顾客需求也将是一个挑战。

在全球经济一体化和竞争不断加剧的战略环境下，没有一成不变的成功法则，戴尔通过直销模式在 PC 制造业取得了巨大成功，并一度登上行业王座。如今环境的变化又迫使戴尔求新求变，变革总是与冒险和不安全感相伴随，能否成功尚且不得而知，但墨守陈规恐怕只有死路一条。昔日戴尔在成本领先和差异化之间找到连接点推动了战略管理思想的发展，今天戴尔痛下决心进行渠道变革，同样提供了企业通过战略转型适应环境变化的鲜活案例，戴尔能否重获生机再创辉煌，让我们拭目以待。

根据以上资料，结合课程知识，回答以下问题：

- (1) 戴尔直销模式为什么会成功？现在为什么要改变这一模式？(10 分)
- (2) 从供应链管理和市场营销角度简单分析戴尔新的经营战略的困难。(10 分)