

2025年10月高等教育自学考试全国统一命题考试

企业经营战略

(课程代码 00151)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分, 第一部分为选择题, 第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答, 答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用 2B 铅笔, 书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

第一部分 选择题

一、单项选择题: 本大题共 10 小题, 每小题 1 分, 共 10 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的, 请将其选出。

1. 1965 年首次提出了“企业战略”这一概念的学者是
A. 迈克尔·波特
B. 伊戈尔·安索夫
C. 普拉哈拉德
D. 加里·哈默尔
2. 1989 年, 日本索尼公司以 48 亿美元的价格买下了美国哥伦比亚电影公司, 这表明索尼公司此时采取的战略是
A. 多元化战略
B. 横向一体化战略
C. 前向一体化战略
D. 后向一体化战略
3. 企业从事国际化经营, 应树立在全球范围内进行专业化协作生产, 参与国际生产的分工与协作的观念。该观念属于
A. 联合参与国际竞争的观念
B. 产品整体化观念
C. 生产全球化观念
D. 国际市场营销观念
4. 产品作为一个整体的概念可以分为若干层次, 产品的包装属于
A. 核心产品
B. 期望产品
C. 延伸产品
D. 形式产品
5. 技术竞争态势类的技术创新战略中, 具有“方法的主动性和创新性”特点的是
A. 模仿型技术创新战略
B. 追随型技术创新战略
C. 资源型技术创新战略
D. 领先型技术创新战略

6. 某企业采取使工作具有更丰富的内容、更大的挑战性的方式来激励员工, 此时该企业的人才激励方式属于
A. 物质利益激励
B. 目标激励
C. 荣誉激励
D. 任务激励
7. 海尔集团在成功推出了海尔冰箱之后, 继续推出了海尔品牌的洗衣机、电视机、空调等新产品, 海尔集团采取的品牌发展模式属于
A. 品牌延伸
B. 产品线扩展
C. 多品牌
D. 合作品牌
8. 下列融资方式中, 不属于外源型融资渠道的是
A. 股票
B. 合资经营
C. 折旧准备基金
D. 企业债券
9. 按照企业文化的层次构成, 企业文化的核心和灵魂属于
A. 理念层文化
B. 物质层文化
C. 制度与行为层文化
D. 表层文化
10. 企业高层领导者通过一系列改革, 创造良好条件来推动下级管理人员进行经营战略实施的方式属于
A. 合作型方式
B. 增长型方式
C. 变革型方式
D. 指令型方式

二、多项选择题: 本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的, 请将其选出, 错选、多选或少选均无分。

11. 关于企业经营战略概念的理解, 下列说法正确的是
A. 企业经营战略指明了企业发展的方向和道路
B. 企业经营战略制定的依据是内外各种环境条件的变化
C. 企业经营战略制定的目的是确保企业长期的生存和实现持续的发展
D. 企业经营战略就是企业的愿景
E. 企业经营战略明确了企业发展目的、目标和途径、手段之间的关系
12. 以下情况中, 适用于实施产品开发战略的有
A. 企业产品具有较高的市场信誉度和顾客满意度
B. 企业所在产业属于适宜创新的高速发展的高新技术产业
C. 企业所在产业正处于高速增长阶段
D. 企业具有较强的研究和开发能力
E. 主要竞争对手以类似价格提供更高质量的产品

13. 一个成功的市场细分，需要具备的有效条件包括
- A. 可组合性 B. 可衡量性
C. 可盈利性 D. 可进入性
E. 可区分性
14. 人力资源战略的特点包括
- A. 战略性 B. 系统性
C. 新颖性 D. 契合性
E. 目标导向
15. 战略领导群体的组建需要遵循的主要原则有
- A. 直接控制的原则 B. 选择主要领导的原则
C. 精干、高效的原则 D. 合作和谐的原则
E. 优化组合的原则

第二部分 非选择题

三、辨析题：本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分。判断正误并说明理由。

16. 根据确定战略经营领域（SBA）结构的一般原则，“问题”SBA 的平衡是无前途、失败的平衡。
17. 企业所拥有的产品品种的平均数被称为产品组合的深度。
18. 企业人才能力结构优化战略指各个等级的职称人才比例合理化，向金字塔形结构优化。
19. 内涵型投资的主要特征是把投资用来扩建或新建厂房，增添设备，扩大生产规模。
20. 根据经营领域同组织结构的对立关系，非相关型多种经营的企业适宜采取职能制的组织结构。

四、简答题：本大题共 5 小题，每小题 5 分，共 25 分。

21. 简述确定企业使命应研究的重要问题。
22. 简述企业稳定型战略的特点。
23. 简述企业国际化经营的主要动因。
24. 简述自主创新战略的特点。
25. 简述企业文化在企业经营战略中的作用。

五、论述题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

26. 试述企业经营实力分析的主要内容。
27. 试述总成本领先战略的风险。

六、案例分析题：本大题共 3 小题，第 28 小题 3 分，第 29、30 小题各 6 分，共 15 分。
材料：

茅台被称为我国的“国酒”，产于贵州省仁怀市茅台镇，是与苏格兰威士忌、法国科涅克白兰地齐名的三大蒸馏酒之一。茅台在产品、价格、渠道和促销方面分别采取了如下策略：

（1）产品

茅台酒旗下有很多的产品，按产品线分为陈年酒、礼盒酒、普通酒、其它酒系列。茅台在品牌策略上使用了企业名称加个别名称并用，比如陈年茅台酒下有 15 年陈年茅台酒、30 年陈年茅台酒、50 年陈年茅台酒等；在品牌决策上茅台还使用了个别品牌，即企业对各种不同的产品使用不同的品牌，比如汉帝茅台、盛世国藏等。

（2）价格

影响产品定价的因素是多方面的，包括定价目标、产品成本、市场需求、竞争者的产品价格等。茅台采用的是声望定价策略，即根据茅台在消费者心中的声望、信任度和社会地位而确定价格。声望定价可以满足某些消费者的特殊欲望，如对身份、地位、财富以及自己形象等方面的虚荣心理。企业也可以通过高价格显示茅台的名贵品质。

（3）渠道

从 1998 年起，茅台集团开始重新构建自己的营销网络。首先是把自己的销售片区从 6 个逐渐发展到 28 个。其次是把不同层次、不同所有制的具有经济实力和经营能力的经销商发展到自己的网络中来。最后是大力进行专卖店的建设。经过多年努力，茅台集团已经建立起了由“国酒茅台专卖店+区域总经销商+特约经销商”所构筑的“复合渠道营销”方式。

（4）促销

茅台持续进行巨额广告投入，既在短时间内引起大量消费者的购买，也宣传了自己的企业文化，引导消费者去消费茅台酒。比如，茅台夺得了中央电视台 2012 年广告“标王”称号，无疑给茅台带来了巨大的销量和利润。

问题：

28. 什么是营销组合战略？
29. 营销组合战略有哪些类型？你认为茅台最适合采取其中哪种营销组合战略？为什么？
30. 企业在进行营销组合战略选择时应考虑的主要因素有哪些？结合案例材料加以阐述。