

浙江省 2020 年 10 月高等教育自学考试

企业经营模拟(二) 试题

课程代码:11996

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

选择题部分

注意事项:

每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 企业经营模拟中,虽然也有随机因素的作用,但其_____主要体现在竞争对手的策略变化莫测方面。
A. 互动性 B. 参与性 C. 多样性 D. 复杂性
2. 企业经营模拟的竞争性、_____和趣味性是其他课堂教学形式难以比拟的。
A. 实用性 B. 参与性 C. 复杂性 D. 多样性
3. 虽然模拟规则会有变化,但模拟规则的_____是一样的,所不同的是其中的参数。
A. 实用性 B. 有效性 C. 基本原理 D. 多样性
4. 下列例子中,属于企业战略的问题的是
A. 宝洁与沃尔玛签订协议 B. 某公司打算未来进军美国市场
C. 滴滴打车下线“顺风车”业务 D. 拼多多上马“双十一”促销活动
5. 下列商品中,需求的价格弹性最小的是
A. 果粒橙 B. 电脑 C. 婴儿奶粉 D. 食盐
6. 下列企业预测方法中,属于定性预测方法的是
A. 季节性预测模型 B. 简单移动平均法
C. 德尔菲法 D. 加权移动平均法

7. 娃哈哈的“联销体”反映了营销组合策略中的
- A. 产品策略 B. 价格策略 C. 促销策略 D. 分销策略
8. 苹果手机新品的售价总是高于其他安卓系同一配置的手机,这反映了苹果手机的_____定价策略。
- A. 配置导向型 B. 成本导向型 C. 竞争导向型 D. 需求导向型
9. 江小白推出了新品:表达瓶,就是用户自己可以在瓶身上创作文案,给了用户一个输出自己观点的机会。瓶身上的文案彼此不一样,充分透露出用户的个性。请问江小白的广告属于下列哪种广告?
- A. 通知性广告 B. 说服性广告 C. 提醒性广告 D. 宣传性广告
10. 制定计划应该遵循的主要原则包括:承诺原则、弹性原则和
- A. 滚动原则 B. 目标导向原则 C. 落地原则 D. 参与原则

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. 在建构主义的教学模式下,目前比较成熟的有代表性的教学方法主要有
- A. 支架式教学 B. 抛锚式教学 C. 随机进入教学 D. 建构主义教学
12. 在企业经营模拟中,“导师”面对的主要挑战包括
- A. 循序渐进的原则 B. 不断创设新的情境
- C. 突出学生的个性 D. 采取灵活的教学策略
13. 企业经营模拟系统中的内部报表模块包括
- A. 公司会计账目 B. 期末净资产
- C. 期末产品状况 D. 时间序列数据
14. 企业战略的制定过程包括
- A. 确定战略目标 B. 发现机会和威胁
- C. 环境的预测与分析 D. 战略方案的制定
15. 按照负债项目到期日的远近,企业债务或负债可分为
- A. 流动负债 B. 短期负债 C. 长期负债 D. 中期负债

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、简答题:本大题共 5 小题,每小题 6 分,共 30 分。

16. 请简述“结构——行为——绩效”模型。

17. 试说明寡头垄断市场的特点。
18. 请简述 BCG 矩阵分析法(请结合图示予以说明)。
19. 小王开了一家在线教学培训机构(小学),试根据“企业战略决策”中的相关知识,为小王的公司确定一个愿景。请说明,为什么确定这样的愿景?这样的愿景对公司有什么帮助?
20. 请简述企业的无形资源分为哪几类?并请介绍每一类无形资源包括哪些内容?

四、案例分析题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

21. 华菱星马内部环境分析

华菱星马汽车(集团)股份有限公司(简称华菱星马),是全国重要的重型卡车、重型专用车及核心零部件生产研发基地,国家重点支持企业,首批“国家汽车整车出口基地企业”,第四批国家科技部科技创新型试点企业,国家倡导发展自主品牌、坚持自主创新的典范。

1970 年马鞍山市建筑材料机械厂(即华菱星马集团前身)成立。1979 年第一台散装水泥车问世。1980 年开始批量生产散装水泥车。1986 年成为散装水泥车全国定点生产企业。1994 年更名为马鞍山专用车制造厂。1996 年开发出第一台混凝土搅拌车。1997 年改制为马鞍山星马专用车制造厂,取得独立法人资格。1999 年更名为安徽星马汽车股份有限公司。2000 年开发出第一台混凝土泵车。2001 年入驻马鞍山市经济技术开发区。2003 年星马汽车股票发行上市,安徽华菱汽车有限公司注册成立。2004 年第一辆重型汽车底盘下线并顺利投放市场。2005 年首次走出国门,出口海外市场。2006 年代表国内整车企业首次参加汉诺威国际商用车展。2007 年华菱重型车桥项目奠基。2008 年第二代重卡新产品星凯马(汉马 H9)问世。2009 年,单班年产 50000 辆重卡项目奠基。2010 年,湖南衡阳年产 10000 辆重卡及 70000 套车桥项目破土动工,华菱公司国家级企业技术中心奠基,入选第四批国家科技部科技创新试点企业,首次跨入年产销过百亿汽车企业行列。2011 年完成重组上市,“单班年产 50000 辆重卡项目”总装车间建成投产。2012 年完成重组之后的整合,正式更名为“华菱星马汽车(集团)股份有限公司”,“单班年产 50000 辆重卡”项目一期全部建成投产,“汉马动力”总成正式发布。2013 年“华菱单班年产五万辆重卡”项目二期工程竣工,华菱公司荣获第二届安徽省政府质量奖,非公开发行股票工作顺利完成。2014 年汉马系列新车型投向市场,华菱公司荣获“中国质量诚信企业”。2015 年华菱公司技术中心被认定为国家级企业技术中心,华菱“节能环保大功率发动机国际科技合作基地”被认定为示范型国家合作基地,汉马天然气发动机投放市场。2016 年汉马动力年产首次突破 10000 台,华菱柴油甲醇双燃料重卡面世,华菱汽车获批组建“安徽省重型专用车发动机工程研究中心”。2017 年新能源汽车项目取得阶段性成果,获批组建重型专用车发动机安徽省重点实验室,汉马发动机被认定为中国机械工业名牌产品,获制造业与互联网融合发展工业大数据服务平台试点示范企业,国六发动机项目点火成功。2018 年,发动机工厂信息

化项目基本建成,纯电动重卡产品首次投放市场。

产品包括:华菱重卡底盘(汉马 H7 系列、汉马 H9 系列、华菱重卡系列)、汉马动力总成(发动机、变速箱、车桥)、星马专用车(混凝土搅拌车系列、散装水泥车系列、混凝土泵车系列、随车起重运输车系列、环卫车系列、普通半挂车系列)、新能源汽车,以及华菱矿卡。

华菱星马的金融服务:为了给用户提供更全面的金融解决方案,成立了上海徽融融资租赁有限公司。主要面向工程机械及重型卡车行业提供金融服务及解决方案。华菱星马金融业务涵盖车辆的按揭贷款、融资租赁等众多领域,为客户提供一站式、全流程整体解决方案,旨在为客户提供低成本的车辆贷款融资。

相关金融政策包括:①首付灵活、②融资期限多选择、③低值的融资成本,适时提供部分车型的免息贷款。④法人企业车辆融资、自然人车辆融资、自然人挂靠均可办理。⑤提供多种还款方式、等额定金、等额本金,⑥可制定区域性的季节性还款、不规则还款,⑦可提供二手车辆的融资租赁。

服务目标:车行万里、一路平安。服务宗旨:质量第一、用户第一、信誉第一等。服务理念:车在用户手中,用户在我们心中等。

2019 年 12 月 21 日,《中国汽车报》刊文介绍华菱星马。文章介绍了华菱汉马 H9 旗舰版,以及汉马 H7 牵引车。(1)华菱汉马 H9 旗舰版采用高顶低地板驾驶室,内部空间大,同时配置了车载冰箱、三段式设计的卧铺、220V 电源插口、加热座椅、独立的驻车暖风等,可以保证卡车司机在长途运输中更加轻松舒适。在动力上,汉马 H9 旗舰版采用“汉马发动机+汉马变速箱+汉马车桥”的黄金动力链和轻量化超强度整车底盘;外观上采用时尚动感的外形设计,前格栅配合镀铬装饰、剑锋式日间行车灯等细节均体现了旗舰版车型的高级感。凭借着靓丽的外形和“大马力+高出勤率+低油耗”的优势,汉马 H9 旗舰版满足了当下物流行业对时效、省油、可靠的追求,自上市一年多以来,市场反响热烈,成为众多城市与城际高效物流用户的首选车型。(2)而获得年度“节油车型”奖项的汉马 H7 牵引车,则是正向开发的重卡产品平台,发动机、变速箱和等三大核心总成均为自主开发;驾驶室造型突显了欧式风格,动感强烈,威猛大气,风阻系数小;内饰豪华,设计人性化;智能化电气系统,同时还可实现多项统计功能和增值服务;发动机拥有独一无二的智能节油管理系统和国际先进的缸内制动技术,完全符合国家的环保政策要求;整车匹配专业、科学,拥有节能、安全、动力强劲、可靠性高等产品优势,是华菱星马产品的又一次自我超越。

问题:(1)请根据材料分析,企业内部环境分析包括哪些?应该遵循怎样的步骤进行企业内部环境分析?(6 分)

(2)结合案例材料,试对华菱星马的企业内部环境进行分析。(4 分)

22. 可口可乐公司的核心竞争力

可乐是由美国的一位名叫约翰·彭伯顿的药剂师发明的。他期望创造出一种能提神、解乏、治头痛的药用混合饮料。彭伯顿调制的“可卡可拉”，起初是不含气体的，饮用时兑上凉水，只是由于一次偶然的意外，才变成了碳酸饮料。1886年5月8日下午，一个酒鬼跌跌撞撞地来到了彭伯顿的药店。“来一杯治疗头痛脑热的药水可卡可拉。”营业员本来应该到水龙头那儿去兑水，但水龙头离他有二米多远，他懒得走动，便就近抄起苏打水往可卡可拉里掺。结果酒鬼居然挺喜欢喝，他喝了一杯又一杯，嘴里不停地说道：“好喝！好喝！”酒鬼还到处宣传这种不含酒精的饮料所产生的奇效。在约翰·彭伯顿去世前，他们把专利权出售。四十年后，世界上无人不知可口可乐。一种含有可乐果提取物及其他调味品的碳酸软饮料，刚开始源于美国，至今流传于世界各地。但是，可乐中含有咖啡因，是一种对人体有害的物质，但是还有益处，可乐中含有二氧化碳大家都是知道的，二氧化碳到了人体里再打嗝出来的时候就会把人体的热量带走，可以散热。

可口可乐的配方自1886年在美国亚特兰大诞生以来，一直被保密至今，当时法国一家报社曾经说过：世界上有3个秘密为世人所不知道的，那就是英国女王的财富、巴西球星罗纳尔多的体重以及可口可乐的秘方。

为了保住这个秘方，可口可乐公司元老级别的罗伯特先生，在1923年成为公司领导人的时候，就把保护秘方作为公司的首要任务。当时，可口可乐公司向民众播放了，这一饮料发明者约翰·彭伯顿的手书藏在银行保险库中的过程，并标明如果谁要查询这一秘方必须先提出申请，经由信托基金董事会批准，才能在有官员在场的情况下，在指定的时间内打开。

喝可乐本来是跟喝其他饮料没什么差别的消费行为。但是，由可口、百事（主要是可口可乐）孕育和培养的可乐文化，其内涵太丰富了，远远超出了“喝饮料”的范畴。可乐是一种美国文化的阐述，是一种美国精神的扩张。这是“两乐”虽历经沧桑依然挺拔的根本原因。而这一点，任何国内品牌是无法比拟的。

笼统来说，作为一种美国文化的积淀，可口可乐、百事可乐孕育的可乐文化具有以下内涵和外延：可乐代表着青春、活力、年龄、生命、时尚。“可乐是那些反潮流、反传统的青年人的最佳饮品”。可口可乐和百事可乐都将目标消费群定位于颠覆传统、个性张扬的青年一代，并为之而苦心经营了近百年。

同时，流行音乐与运动是可乐文化的主要载体。可口与百事不约而同地选择了流行音乐与运动作为可乐文化和企业理念传播的主要载体，根本的原因在于，他们都发现了音乐、运动与当下社会中的人尤其是年轻人的生活有着非常紧密的联系。

在公司的精心经营下，可口可乐连续长期居于世界五百强企业，可口可乐成为了真正的百

年饮料企业,即使现如今的饮料企业越来越多,鲜有企业能够撼动可口可乐的市场地位。

问题:(1)请根据材料分析,企业的核心竞争力通常有哪几个标准?(4分)

(2)结合案例材料,试分析可口可乐公司的核心竞争力。(6分)

五、论述题:本大题 10 分。

23. 四川海底捞餐饮股份有限公司成立于 1994 年,是一家以经营川味火锅为主,融汇各地火锅特色于一体的大型跨省直营餐饮民营企业。公司倡导个性化的特色服务,将用心服务作为基本经营理念,致力于为顾客提供“贴心、温心、舒心”的服务;在管理上,倡导双手改变命运的价值观,为员工创建公平公正的工作环境,实施人性化和亲情化的管理模式,提升员工价值。

试论述海底捞的竞争战略。

六、计算题:本大题 10 分。

24. 某产品 A、B 价格分布为 50 元/件、40 元/件,其关键设备有效工时为 4600 小时/年,A、B 产品在关键设备上的时间定额分别为 3 小时/件、1 小时/件;关键材料的最大供应量为 9500Kg/年;A、B 产品关键材料的定额分别为 2 公斤/件、4 公斤/件;A 产品的单位配套元件为 2 件,订货量为 2400 件/年;B 产品的年销售量少于 1800 台。

问应该如何组织 A、B 产品的生产?(只需要列出目标函数,以及约束条件即可,不要求解)