

绝密★启用前



2010 年同等学力人员申请硕士学位
学科综合水平全国统一考试

工商管理试卷

考生须知

1. 本试卷满分 100 分。
2. 请考生务必将本人考号最后两位数字填写在本页右上角方框内。
3. 第一题、第二题的答案一律用 2B 铅笔填涂在指定的答题卡上，写在试卷上或答题纸上的答案一律无效。
4. 在答题卡上正确的填涂方法为在答案所代表的字母上划线，如[A]  [C] [D]。
5. 其它题一律用蓝色或黑色墨水笔在答题纸指定位置上按规定要求作答，未做在指定位置上的答案一律无效。
6. 监考员收卷时，考生须配合监考员验收，并请监考员在准考证上签字（作为考生交卷的凭据）。否则，若发生答卷遗失，责任由考生自负。

一、单项选择题（每小题 1 分，共 10 分）

1. 非正式组织是指_____。
A. 正规组织之外的其他组织 B. 人们自发形成的各种组织
C. 非法组织 D. 人与人之间自发结合而成的类型化心理状态

2. 针对那些新颖、例外的问题所做出的决策是指_____。
A. 程序化决策 B. 非程序化决策
C. 理性决策 D. 满意决策

3. 正在成熟的行业具有的特点是_____。
A. 高速增长导致竞争加剧
B. 企业间的兼并和收购减少
C. 加速增加生产能力
D. 注重成本和服务上的竞争

4. 以下属于纵向并购的优点的是_____。
A. 并购竞争对手，获得现成的生产线，迅速扩大生产能力，实现规模经济
B. 利用规模经济降低成本
C. 降低企业交易成本
D. 有利多元化经营，可以降低单一行业经营风险

5. 百科全书属于_____。
A. 选购品 B. 便利品
C. 非渴求商品 D. 特殊品

6. 目标利润定价法属于_____。
A. 成本导向定价 B. 需求导向定价
C. 竞争导向定价 D. 混合导向定价

7. 企业针对最终消费者，花费大量的资金从事广告和消费者促销活动，以增加产品的需求，这被称为_____。
- A. 快速掠取策略 B. 推式策略
C. 拉式策略 D. 快速渗透策略
8. 如果证券价格完全反映了一切公开的和非公开的信息，这种市场属于_____。
- A. 无效市场 B. 弱式有效市场
C. 次强式有效市场 D. 强式有效市场
9. 在其他条件不变的情况下，如果企业资产负债率增加，则财务杠杆系数将会_____。
- A. 保持不变 B. 增大
C. 减小 D. 变化但方向不确定
10. 如果某一长期投资项目的净现值为负数，则说明该项目_____。
- A. 为亏损项目，不可行
B. 为盈利项目，可行
C. 投资报酬率低于预定的贴现率，不可行
D. 投资报酬率低于本企业的正常投资报酬率，不可行

二、多项选择题（每小题 2 分，共 8 分）

11. 正式组织的基本要素包括_____。
- A. 协作意愿 B. 组织结构
C. 共同目标 D. 信息沟通
E. 制度规范
12. 企业使命的界定是在对自身业务清晰界定的基础上进行的，从战略角度来讲，企业可以从_____几个方面界定自己的业务。
- A. 顾客的需求 B. 顾客群
C. 股东的利益 D. 企业相关者的利益
E. 满足顾客需求的方式

13. 市场由_____几个要素构成。

- A. 人口
- B. 公众
- C. 微观环境
- D. 购买力
- E. 购买欲望

14. 下列各项企业并购的动机中，属于财务动机的有_____。

- A. 实现多元化投资组合
- B. 提高企业发展速度
- C. 实现协同效果
- D. 改善财务状况
- E. 取得税负利益

三、名词解释（每小题 3 分，共 12 分）

1. 业务规范
2. 虚拟组织
3. 选择分销
4. 交易风险

四、简答题（每小题 7 分，共 28 分）

1. 简述分工给组织带来的弊端。
2. 简述矩阵组织结构的优点。
3. 推销观念和市场营销观念有哪些不同？
4. 简述企业筹资管理的基本原则。

五、论述题（每小题 11 分，共 22 分）

1. 在组织结构中应体现信息沟通的哪些要求？
2. 试述产业购买者的决策过程。

六、案例分析题（每小题 10 分，共 20 分）

案例一：吉利收购沃尔沃

2010 年 3 月 28 日，浙江吉利控股集团和美国福特汽车公司签署了吉利集团收购沃尔沃轿车 100% 股权以及相关资产（包括知识产权）的正式协议，双方最终用行动履行了在今年 3 月底之前完成最终签约的承诺。这桩跨国并购交易，成为中国汽车业有史以来规模最大的一次海外并购。

这是一场门第相差悬殊的跨国婚姻。2009 年，吉利总营业收入刚刚超过 20 亿美元，而沃尔沃的总收入则高达 124 亿美元。把总收入超过自己 5 倍的豪华汽车巨头沃尔沃收入囊中，吉利此举堪称“蛇吞象”。而更大的差距，则体现在品牌价值上：根据《福布斯》公布的国际品牌榜显示，拥有百年历史的沃尔沃，品牌价值高达 20 亿美元，名列世界汽车十大品牌，而名不见经传的吉利只是一个拥有十多年历史的民营汽车制造商。

海外主流媒体认为，这次交易的完成也意味着，“中国已经正式成为全球汽车行业一股不可忽视的力量”。据了解，在过去两年中，吉利与福特及沃尔沃一直就此交易不断进行磋商及谈判。对于福特而言，这也是该公司自出售阿斯顿马丁和路虎之后，所进行的又一次非核心资产剥离。自福特于 1999 年完成对沃尔沃的收购以来，后者的经营就一直处于低迷。根据计划，这桩交易的剩余部分将在未来几个月内完成。分析师认为，此次交易能够帮助福特公司进一步改善其现金流状况，同时将使福特更好地专注于福特、林肯等核心品牌的经营。

目前，吉利集团以 18 亿美元收购沃尔沃轿车的收购资金已经到位。此外备受沃尔沃工会关切的沃尔沃今后业务运营所需的资金也已经筹集完毕。据了解，吉利集团与福特汽车公司签订的协议中，除了对沃尔沃轿车公司 100% 的股权收购，还涉及沃尔沃轿车、吉利集团以及福特汽车三方之间在知识产权、零部件供应和研发方面的重要条款，这将充分保证沃尔沃轿车未来的独立运营、继续执行既有商业计划，保障可持续发展。

问题：

1. 结合案例，讨论整体并购方式的特点。
2. 结合案例，分析整体并购的主要优缺点。

案例二：

某企业 2009 年度赊销收入净额为 2000 万元，销售成本为 1600 万元；年初、年末应收账款余额分别为 100 万元和 400 万元；年初、年末存货余额分别为 200 万元和 600 万元。该企业年末现金为 560 万元，流动负债为 800 万元，假定该企业流动资产由速动资产和存货组成，速动资产由应收账款和现金组成，一年按 360 天计算。

- 要求：（1）计算 2009 年应收账款周转天数。
- （2）计算 2009 年存货周转天数。
 - （3）计算 2009 年年末速动比率。
 - （4）计算 2009 年年末流动比率。

2010 年同等学力人员申请硕士学位
学科综合水平全国统一考试
工商管理试题参考答案及评分标准

一、单项选择题（每小题 1 分，共 10 分）

1. D 2. B 3. D 4. C 5. C
6. A 7. C 8. D 9. B 10. C

二、多项选择题（每小题 2 分，共 8 分）

11. ACD 12. ABE 13. ADE 14. ADE

三、名词解释（每小题 3 分，共 12 分）

1. 是针对业务活动过程中那些大量存在、反复出现、又能够摸索出科学处理办法的事物所制定的作业处理规定。
2. 虚拟组织，是指企业保留核心资源，而把非核心业务分包给其他组织完成，从而创造竞争优势的新型组织。
3. 是指制造商在某一地区仅仅通过少数几个精心挑选的、最合适的中间商推销其产品。
4. 交易风险是指企业因进行跨国交易而取得外币债权或承担外币债务时，由于交易发生日的汇率与结算日的汇率不一致，可能使收入或支出发生变动的风险。

四、简答题（每小题 7 分，共 28 分）

1. 分工可以使各种工作简单化，使工人都能掌握专业化的操作技能。分工也会给组织带来一些弊端。（1 分）
 - （1）分工会带来工作的单调化。（2 分）
 - （2）分工会阻碍组织内部人员的流动，降低其对组织变化的适应能力。（2 分）
 - （3）专业化会助长组织内部的冲突。（2 分）
2. 这种结构是在原来按直线指挥系统与职能部门组成纵向垂直领导系统的基础上，又增加一个横向的以产品（项目）为中心的领导系统，两者合成为矩阵形结构。（1 分）

优点：

 - （1）适于进行以项目为中心的经营活动；（1.5 分）
 - （2）能最有效地发挥职能部门管理人员的作用；（1.5 分）
 - （3）能激发管理人员的创造性，利于开展多种业务项目；（1.5 分）
 - （4）中层管理者可以更多的接触企业战略问题。（1.5 分）

3. (1) 起点不同。推销观念的起点是工厂，营销观念的起点是目标市场。(2分)
- (2) 焦点不同。推销观念关注的是产品，营销观念关注的是客户需要。(2分)
- (3) 手段不同。推销观念运用推销和促销手段，市场营销观念运用整合营销手段。(2分)
- (4) 目标不同。推销观念下的目标是通过增加销售量，实现利润增长；市场营销观念下的目标是通过客户满意实现利润增长。(1分)
4. 企业筹资是一项重要而复杂的工作，为了有效地筹集资金，实现筹资管理的目的，必须遵循一些基本原则。(1分)
 - (1) 分析科研生产经营情况，合理预测资金需要量。(1.5分)
 - (2) 合理安排资金的筹集时间，适时取得所需资金。(1.5分)
 - (3) 了解筹资渠道和资金市场，认真选择资金来源。(1.5分)
 - (4) 研究各种筹资方式，选择最佳资金结构。(1.5分)

五、论述题（每小题 11 分，共 22 分）

1. (1) 要通过明确工作内容和性质、职权和职责关系等，使每一个组织成员都能清楚地了解各自的信息沟通对象、内容、方式和渠道，并视之为职责范围内的事。(2分)
 - (2) 沟通渠道要短捷、高效。(2分)
 - (3) 信息必须按既定路线和层次进行有序传递。(2分)
 - (4) 要在信息联系中心设置称职的管理人员。(2分)
 - (5) 保持信息联系的连续性。(2分)
 - (6) 重视非正式组织在信息沟通中的作用。(1分)
 2. (1) 认识需要。(1分)
 - (2) 确定需要。(1分)
 - (3) 说明需要。(1分)
 - (4) 物色供应商。(1分)
 - (5) 征求建议。(1分)
 - (6) 选择供应商。(1分)
 - (7) 选择订货程序。(1分)
 - (8) 检查合同履行情况。(1分)
- (每个要点 1 分，有充分论述者酌情加 1~3 分。)

六、案例分析题（每小题 10 分，共 20 分）

答案略