

A009 · 00151(通卡)

绝密★启用前

2021 年 4 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. 下列关于企业战略经营领域(SBA)的说法正确的是
 - A. “明星” SBA 是环境引力小与企业实力大的结合
 - B. “瘦狗” SBA 是环境引力大与企业实力大的结合
 - C. “金牛” SBA 是环境引力小与企业实力小的结合
 - D. “问题” SBA 是环境引力大与企业实力小的结合
2. 作为战略环境分析的常用方法, SWOT 分析法中 W 代表的含义是
 - A. 劣势
 - B. 威胁
 - C. 优势
 - D. 机会
3. 为扩大市场份额, MT 冰箱公司先后收购了两家较大的冰箱企业, 那么 MT 公司采取的战略属于
 - A. 前向一体化战略
 - B. 后向一体化战略
 - C. 横向一体化战略
 - D. 同心多元化战略
4. 企业经营战略控制包括若干层次, 其中作业控制层的责任主体是
 - A. 企业的控股股东
 - B. 企业高层领导者
 - C. 企业中层经营单位领导者和各职能部门负责人
 - D. 企业基层领导者

5. TG 公司与一家欧洲汽车企业各出 50% 的资金在国内成立新公司并生产汽车出口到欧洲市场, 则 TG 公司采取的国际化经营战略是
 - A. 商品出口战略
 - B. 合资经营出口战略
 - C. 加工出口战略
 - D. 境外投资战略
6. 某服装企业在进行品牌名称决策时, 针对高档、中档、低档服装分别确定不同的品牌名称, 则该服装企业实行的品牌名称策略属于
 - A. 个别品牌策略
 - B. 家族品牌策略
 - C. 独立家族品牌策略
 - D. 组合品牌策略
7. 企业各产品线的产品在最终使用、生产条件、分销等方面的相关程度被称为
 - A. 产品组合的广度
 - B. 产品组合的密度
 - C. 产品组合的长度
 - D. 产品组合的深度
8. 某企业采取工作丰富化的方式来激励员工, 则该企业的这种人才激励方式属于
 - A. 物质利益激励
 - B. 目标激励
 - C. 榜样激励
 - D. 任务激励
9. 被尊称为“战略管理的鼻祖”的管理学家是
 - A. 普拉哈拉德
 - B. 伊戈尔·安索夫
 - C. 迈克尔·波特
 - D. 明茨伯格
10. 某钢铁企业的投资主要用于购买先进设备, 改进工艺水平, 增加高端产品, 提高产品质量, 则该企业采取的投资战略是
 - A. 内涵型投资战略
 - B. 外延型投资战略
 - C. 兼顾型投资战略
 - D. 生产环境改造投资战略

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. 企业文化的主要特征表现为
 - A. 客观性
 - B. 独特性
 - C. 相对稳定性
 - D. 继承融合性
 - E. 发展性
12. 根据菲利普·科特勒的产品整体概念, 下列选项中属于形式产品的有
 - A. 品质
 - B. 安装
 - C. 品牌
 - D. 包装
 - E. 零部件供应
13. 人力资源战略的特点有
 - A. 战略性
 - B. 系统性
 - C. 独立性
 - D. 契合性
 - E. 目标导向
14. 一般对大型企业而言, 企业经营战略的层次体系包括
 - A. 计划层经营战略
 - B. 公司层经营战略
 - C. 业务层经营战略
 - D. 技术层经营战略
 - E. 职能层经营战略

15. 下列融资方式中属于债权融资的有

- A. 私募股权基金 B. 发行股票 C. 银行贷款
D. 政府贷款 E. 企业债券

第二部分 非选择题

三、名词解释题：本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分。

16. 无形资本
17. 跨国公司
18. 市场开发战略
19. 经营战略方针
20. 市场定位

四、判断改错题：本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分。判断下列各题的正误，正确的划上“√”；错误的划上“×”，并改正错误。

21. 按照企业经营领域同组织结构的对应关系，如果经营领域是非相关型多种经营，那么组织结构适宜采取职能制。
22. 在市场营销新谋略中，强调以互联网为核心，充分利用计算机处理信息的营销谋略是关系营销。
23. 企业人才层次结构是指由高层、中层、基层不同级别管理人才形成的比例关系。
24. 企业在经营失误造成竞争地位下降后被迫采取的收缩型战略属于调整型收缩战略。
25. 根据企业文化的层次结构，厂区厂貌、员工文明礼貌形象等属于制度与行为层文化。

五、简答题：本大题共 5 小题，每小题 5 分，共 25 分。

26. 简述企业收缩型战略的特点。
27. 简述确定企业使命应研究的重要问题。
28. 简述企业国际化经营战略的具体措施。
29. 简述企业经营实力分析包括的主要内容。
30. 简述企业进行技术创新战略决策时应考虑的主要因素。

六、论述题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

31. 企业在不同寿命周期阶段应采取不同的产品战略，试述在成长期和成熟期适宜采取的产品战略。
32. 试述企业实施差异化战略的优势。

绝密★启用前

2021 年 4 月高等教育自学考试全国统一命题考试

企业经营战略试题答案及评分参考

(课程代码 00151)

一、单项选择题：本大题共 10 小题，每小题 1 分，共 10 分。

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

二、多项选择题：本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分。

11. ABCDE 12. ACD 13. ABDE 14. BCE 15. CDE

三、名词解释题：本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分。

16. 无形资产：指资本要素中表现为专利、技术、诀窍、商标、品牌、企业文化、管理能力等知识产权形态的非物质化的生产要素。

17. 跨国公司：一个国家的大型企业为获取巨额利润，通过对外直接投资，在多个国家设立分支机构或子公司，从事生产、营销或其他经营活动的跨国企业组织形式。

18. 市场开发战略：由现有产品和新市场组合而产生的战略，即利用现有产品或服务寻找新的市场，满足新市场对产品的需要的战略。

19. 经营战略方针：企业为贯彻经营战略思想、经营战略目标和经营战略重点所确定的生产经营活动应遵循的基本原则、指导规范和行动方略。

20. 市场定位：在目标市场上针对竞争对手产品在该市场的地位和顾客对该产品的态度，有目的地树立本企业产品的形象，确立其在目标市场上的位置。

四、判断改错题：本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分。

21. × (2 分)。两种改法均可：把“职能制”改为“母公司制”；或者把“非相关型多种经营”改为“单一经营”(2 分)。

22. × (2 分)。两种改法均可：把“关系营销”改为“网络营销”；或者改为“关系营销强调企业把顾客看作有多重利益关系并与顾客建立长期友好关系”。(2 分)

23. √ (4 分)

24. × (2 分)；两种改法均可：把“调整型收缩战略”改为“失败型收缩战略”，或者改为“调整型收缩战略是企业利用环境中出现的新机会，主动做出调整而采取的收缩型战略”(2 分)。

25. × (2 分)。两种改法均可：把“制度与行为层文化”改为“物质层文化(或表层文化/视觉文化)”；或者把“厂区厂貌、员工文明礼貌形象”改为“企业的组织形式、规章制度、生产方式”。(2 分)

五、简答题：本大题共 5 小题，每小题 5 分，共 25 分。

26. (1) 经营规模缩小;
(2) 经营投入压缩;
(3) 存在短期性。
(评分说明: 每个要点 1 分, 再根据阐述情况酌情加 1~2 分, 满分 5 分。)
27. (1) 要以顾客的基本需求为中心确定企业使命;
(2) 正确的企业使命必须具有约束力; (3) 企业使命要具有鼓动性。
(评分说明: 答对 3 个要点给满分 5 分; 答对 2 个要点给 4 分; 答对 1 个要点给 2 分。)
28. (1) 培训国际化经营人才;
(2) 建立有效的国际市场信息网络系统;
(3) 适时调整产品结构;
(4) 提高技术和产品开发能力;
(5) 加强管理控制能力。
(评分说明: 每个要点 1 分, 满分 5 分。)
29. (1) 产品竞争能力分析;
(2) 技术开发能力分析;
(3) 生产能力分析;
(4) 市场营销能力分析;
(5) 产品获利能力分析。
(评分说明: 每个要点 1 分, 满分 5 分。)
30. (1) 国内外科学技术发展的总趋势;
(2) 国家的科技发展战略和技术政策;
(3) 竞争对手的技术状况和技术创新战略;
(4) 企业技术队伍和职工技术素质。
(评分说明: 答对 4 个要点给满分 5 分; 答对 3 个要点给 4 分; 答对 2 个要点给 3 分; 答对 1 个要点给 2 分。)

六、论述题: 本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分。

31. 成长期的产品战略: (1) 新品生产扩大化战略;
(2) 新品名牌战略。

成熟期适宜采取的产品战略: (1) 改进或改革产品战略;
(2) 优质低价战略;
(3) 产品差异化战略。

(评分说明: 每个要点 1 分, 再根据论述情况酌情加 0~5 分, 满分 10 分。)

32. (1) 建立起顾客对企业的忠诚;

- (2) 差异性产品为潜在进入者设置了一道进入壁垒;
- (3) 可以缓解公司所面临的竞争压力;
- (4) 增强企业对供应商讨价还价的能力;
- (5) 削弱购买商讨价还价的能力;
- (6) 差异化产品可以更好地满足消费者需求,同时也就促使企业提高销售量或允许企业制定更高的价格。

(评分说明:每个要点1分,再根据论述情况酌情加0~4分,满分10分。)