

南京邮电大学 2015/2016 学年第一学期

《现代管理科学基础》期末试卷（A）

院(系)\_\_\_\_\_ 班级\_\_\_\_\_ 学号\_\_\_\_\_ 姓名\_\_\_\_\_

题号	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	总分
得分											

得分

一、单项选择题（每小题 1 分，共 10 分。从每小题四个备选答案中，选出一个正确答案，并将正确答案的字母序号写在答题栏相应空格内）

题号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
答案										

1. 由两个或两个以上的个体联合经营，合伙人分享企业所得，并共同承担经营亏损责任。这是（ ）。  
A. 个体企业    B. 合作制企业    C. 合伙制企业    D. 有限责任公司
2. （ ）在《工业管理与一般管理》中提出了著名的管理 14 项原则。  
A. 法约尔    B. 泰勒    C. 梅奥    D. 巴纳德
3. 以下项目中，不属于企业的内部资源的是（ ）。  
A. 实物资源    B. 社会物流系统    C. 企业文化    D. 企业品牌
4. 企业战略既是谋求长远发展要求的反映，也是企业对未来较长时期生存和发展的通盘筹划。这体现了企业战略的（ ）。  
A. 纲领性    B. 全局性    C. 协同性    D. 长远性
5. 按生产工艺特性划分，以下属于加工装配型的是（ ）。  
A. 食品    B. 化工产品    C. 家具    D. 纸张
6. 产品的质量特性，概括起来包括五个方面，即性能、寿命、可靠性、安全性和（ ）。  
A. 环保性    B. 技术性    C. 先进性    D. 经济性

自觉遵守考场规则，诚信考试，绝不作弊

7. 在人力资源管理中注重团队建设，这体现了人力资源的（ ）。
- A. 能动性 B. 社会性 C. 再生性 D. 时效性
8. 以下指标中能够体现企业的短期支付能力的是（ ）。
- A. 流动比率 B. 流动资产周转率 C. 资产负债率 D. 应收账款周转率
9. 使用智能手机的用户总会觉得电池待机时间太短，往往要购买充电宝，此现象反映出消费者需求具有（ ）。
- A. 层次性 B. 多样性 C. 伸缩性 D. 连带性
10. 服务接触中的三元组合包括顾客，与顾客接触的员工以及（ ）。
- A. 服务内容 B. 服务质量 C. 服务组织 D. 服务时间

得分	二、判断题（每小题 1 分，共 10 分。正确的在答题栏相应方格内划“√”，错误的划“×”）									

题号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
答案										

- 管理的综合性是指在掌握一定理论和方法的基础上，灵活运用这些知识和技能的技巧与诀窍。
- 竞争战略是企业的业务单位或事业部、子公司的战略。
- 企业总体环境主要包括政治环境、经济环境、社会环境和文化环境。
- 生产单位专业化组织形式包括工艺专业化和对象专业化。其中，对象专业化有利于提高劳动生产率，便于工艺管理和提高职工技术水平。
- 社会基本保险、各类休假以及企业补充保险属于间接经济性薪酬。
- 企业资金的筹集方式有筹集权益资本和筹集负债资金两种。
- 第 II 种无形磨损是由于新技术的发明和应用，出现了性能更好、效率更高的设备，使原有设备提前淘汰。
- 品牌是用来识别一个或一群出售者的产品的名称、术语、标记、符号、图案或其组合，即企业的商标。
- 服务交易差距是五种服务质量差距之一。
- 国民经济效益评估是项目评估的内容之一。

得分	三、综合选择题（每小题 2 分,共 20 分。备选项是对企业管理相关
	知识点的解释，请找出其对应的知识点，将字母序号填写在知识点后面的括号内，每个知识点对应一个解释）

1. 多维立体型组织结构（ ）	6. 服务质量（ ）
2. 泰勒（ ）	7. 自然寿命（ ）
3. 生产系统硬件要素（ ）	8. 人力资源管理（ ）
4. 市场细分（ ）	9. 整合营销（ ）
5. 资产负债表（ ）	10. 项目可行性研究（ ）

A. 由三部分内容组成，第一部分是资产；第二部分是负债；第三部分是所有者权益。以上三个部分的关系是：资产=负债+所有者权益。

B. 由按产品（项目或服务）划分的部门（事业部）；按职能划分的专业参谋机构以及按地区划分的管理机构等三方面管理系统组成的组织结构。

C. 由于有形磨损的原因所决定的寿命，即从设备投入使用开始，磨损老化、损坏直至报废为止经历的时间。

D. 为考察项目经济上的合理性、营利性，技术上的先进性、适用性，实施上的可能性、风险性，在项目投资决策前，对项目进行调查研究、进行全面的技术经济分析论证，为项目决策提供科学依据的一种科学方法和工作阶段。

E. 服务能够满足规定和潜在需求的特征和特性的总和，是指服务工作能够满足被服务者需求的程度，是企业为使目标顾客满意而提供的最低服务水平，也是企业保持这一预定服务水平的连贯性程度。

F. 为了建立、维护和传播品牌，以及加强客户关系，而对品牌进行计划、实施和监督的一系列营销工作。

G. 包括生产技术、生产设施、生产规模、生产一体化程度等。是构成生产系统的基本要素，决定了生产系统的功能性质。

H. 营销者根据顾客之间需求的差异性，把一个整体市场划分为若干消费者群（子市场）的市场分类过程。

I. 运用现代化的科学方法，对与一定物力相结合的人力进行合理的招聘、开发、培训、组织和调配，使人力物力经常保持最佳比例；同时对人的思想、心理和行为进行恰当的诱导、控制和协调，充分发挥人的主观能动性。

- J. 由于无形磨损的原因所决定的寿命，即从设备开始使用，直至因技术落后而淘汰所经历的时间。
- K. 基于多平台的大量数据，在大数据的基础上，应用于互联网广告行业的营销方式。
- L. 科学管理理论的创始人，他认为科学管理的中心问题是提高劳动生产率，要制订出有科学依据的劳动定额。

得 分

四、简答题(每小题 4 分，共 20 分)

1. 请简述梅奥的人际关系理论的主要论点。
2. 请简述绩效管理的流程。
3. 请简述企业组织生产过程的基本要求。

自  
觉  
遵  
守  
考  
试  
规  
则  
，  
诚  
信  
考  
试  
，  
绝  
不  
作  
弊

4. 影响消费者购买的主要因素包括哪些？

5. 请简述 PDCA 循环的特点。

得分	<b>五、计算题（每小题 8 分，共 24 分）</b>
	1. 现有一批量 $n=20$ 的工件，需依次经过 $m=4$ 道工序，加工时间分别为 $t_1=30$ ， $t_2=20$ ， $t_3=40$ ， $t_4=10$ 。试用计算法确定该批工件按依次移动方式、平行移动方式和混合移动方式进行时间组织时的加工周期。（单位为分钟）

自觉遵守考场规则，诚信考试，绝不作弊

2. 某企业现有两个备选的投资方案，方案I投资500万元，年经营费用为120万元；方案II投资为600万元，年经营费用为110万元，标准投资回收期为8年，试计算追加投资回收期并选择最优方案。

3. 某产品计划产量每年为6000件，销售单价为225元，每年固定成本为120000元，单位产品可变成本为145元。试计算：

- （1）盈亏平衡点产量；
- （2）若企业按计划产量生产，在年固定成本和单位产品可变成本不变的情况下，销售单价定为多少时才不会亏损？

得分

六、案例分析题（16 分）

苹果音乐入华 在线音乐市场突变在即

近日，苹果宣布为中国内地用户推出 Apple Music，iTunes 电影以及 iBooks 服务。苹果表示，Apple Music 囊括数百万首歌曲，由苹果与音乐厂商直接对接获取内容，针对本地化，苹果突出独家定制内容，有林俊杰等华语乐坛音乐人通过 Apple Music 的 Connect 与歌迷互动。此外，“For you”功能以及本地化电台也将在中国内地市场推出。这意味着，在国内，苹果将由一个软件分发平台变成一个内容平台。

苹果相关订阅服务信息显示，苹果为每个 Apple Music 账号赠送 3 个月免费试用期，试用期过后，Apple Music 在国内的价格是每月 10 元人民币，如果选择家庭共享计划，可以让 6 名成员共同使用，价格是每月 15 元。而苹果在美国市场的收费为个人每月 9.99 美元，家庭账户 14.99 美元。对此，知名互联网行业观察人士李安麟认为，这是苹果公司为一直想吃“免费午餐”的中国网友，制定的“不痛不痒”的价格。不过，目前 Apple Music 服务仅提供在线音乐和离线试听，并未提供下载功能。

“Apple Music 毕竟刚在中国上线，在美国等市场上线的时间也不过 3 个月，而国内目前的音乐 APP 大部分为用户提供免费下载，本土曲库资源也较完善，苹果的优势还没有显现。”张晶对记者表示。

法治周末记者注意到，此前，国家版权局发布《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐的通知》，要求今年 8 月 1 日起，未经授权传播的音乐作品，在各网络音乐服务商平台必须全部下线。公开数据统计显示，在 7 月 31 日前，腾讯下线未经授权传播的音乐作品 2.37 万首，阿里音乐下线 2.6 万首，百度音乐下线 62.4 万首，多米音乐下线 40 余万首。“禁止传播未经授权的音乐作品，只是实施线上线下音乐收费制度的一个过渡措施，最快，今年年底或明年年初，音乐下载将迎来收费时代。”张晶对记者表示，苹果音乐此次加速入华的原因之一，也是我国对网络音乐版权存在的问题越来越重视，再加上在国内拥有庞大的 Apple 用户群，未来其或在网络付费音乐市场占有重要地位。

法治周末记者了解到，从国内付费音乐实践看，QQ 音乐作为流媒体音乐平台的先行者，打造了业内知名的绿钻收费模式，腾讯还曾多次为绿钻用户举办专享首唱会，旨在引导用户自愿付费使用。

文化部发布的《2014 年中国网络音乐市场年度报告》中显示，2014 年网络音乐用户规模为 4.78 亿人，增长率为 5.5%，数字音乐市场规模则达到 440.7 亿元人民币。易观国际分析师姚海风告诉法治周末记者，音乐付费的趋势已经明朗，互联网音乐平台为了抢夺用户蛋糕，就必须在内容上下工夫，为了独家和海量内容，主流平台的投入都在亿元级别。

法治周末记者了解到，目前版权购买能力最强的是腾讯，已经拿下华纳、索尼、英皇在内 20 多家唱片公司的独家版权，还争取到综艺节目《我是歌手》《中国好声音第四季》等的独家版权。同时，腾讯旗下微信已禁止用户分享 QQ 音乐以外的在线音乐平台链接。阿里音乐的虾米音乐和天天动听两大平台，则已经拿下德国贝塔斯曼音

乐集团音乐数字版权分发协议，并获得滚石唱片、相信音乐、华研音乐等多家唱片公司的独家音乐版权。然而，音乐版权人从数字音乐中获取收入的状况似乎并不乐观。斯坦福大学法学院研究员刘家瑞博士近期完成的音乐产业发展实证研究报告显示，在中国的数字音乐总收入中，在线音乐版权人获得 1%，移动音乐版权人获得 7%，移动运营商获得 92%。虽然中国在线音乐仅为版权人带来 1% 的收入，但却是 97% 的中国网络用户获得音乐的主要途径。

“对于已经拥有海量版权的苹果来说，针对大陆地区的用户，只需将音乐厂商的华语音乐曲库版权购入，即可完成本地化计划。”李安麟认为，在苹果对音乐厂商具有绝对控制力的情况下，国内市场更需要出现整合者。

——摘编自 <http://finance.chinanews.com/it/2015/10-14/7569087.shtml>，有删改

- (1) 试用竞争五要素模型对苹果音乐在中国大陆的竞争环境进行分析。(8 分)
- (2) 请根据所学的战略管理和市场营销知识，结合案例材料，为苹果音乐在中国大陆的发展战略和营销策略提供建议。(8 分)