

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（B）

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. 在企业中设置两套系统，一套是按命令统一原则组织的指挥系统，另一套是按专业化原则组织的管理系统。这是（ ）组织结构。
A. 直线型 B. 事业部制 C. 直线—职能型 D. 矩阵型
2. 企业的生产经营活动中，必须调动一切积极因素，努力使员工以高昂的士气、饱满的热情投身到组织活动中去。这种职能属于（ ）。
A. 计划职能 B. 组织职能 C. 控制职能 D. 领导职能
3. “人与管理方面保持不断和密切的合作，劳资双方应把注意力由盈余分配转移到盈余创造之上”是（ ）提出的观点。
A. 法约尔 B. 泰勒 C. 梅奥 D. 巴纳德
4. 企业战略要求实现资源配置和经营决策的共同效应，取得合力大于分力之和的最终效果。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. 按生产特点划分，以下属于订货型的是（ ）。
A. 机车 B. 紧固件 C. 小型电机 D. 轴承
6. 以下属于直接经济性报酬的是（ ）。
A. 社会基本保险 B. 企业补充保险 C. 绩效工资 D. 各类休假

自觉遵守考试规则，诚信考试，绝不作弊

7. 麦卡锡在 20 世纪 50 年代提出了包含产品、价格、() 和促销的 4P 营销理论。
- A. 消费者 B. 渠道 C. 成本 D. 沟通
8. 以下指标中能够体现企业的运营能力的是 ()。
- A. 流动资产周转率 B. 资产负债率 C. 资产报酬率 D. 市盈率
9. 随着社会经济的发展, 人们的收入和生活水平在不断提高, 消费需求也必然随之产生变化。这体现了消费者需求的 ()。
- A. 层次性 B. 时代性 C. 发展性 D. 连带性
10. 生产出来的服务产品不可能像物质产品那样以存货的形式被储存, 而顾客需求是经常变动的。这体现了服务的 ()。
- A. 无形性 B. 易逝性 C. 异质性 D. 生产消费的同时性

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										

- 管理的自然属性, 表明了凡是社会化大生产的劳动过程都需要管理, 它主要取决于生产力的发展水平和劳动社会化程度。
- 低成本的社会劳动力属于企业的内部资源。
- 生产系统的软件要素主要包括生产计划、生产环境、生产规模等。
- 质量认证是指依据产品标准和相应的技术要求, 经认证机构确认并通过颁发认证证书和标志证明某一产品符合相应的标准和技术要求的活动。
- 绩效考评是通过系统的方法、原理来评定和测量员工在职务上的工作行为、工作成果以及对企业的贡献或价值, 即对绩效的考核。
- 设备的技术寿命是指设备从开始使用, 直至因技术落后而淘汰所经历的时间。
- 在产品衰退期, 产品销售量会缓慢下来, 利润开始缓慢下降。
- 产品的质量水平、外观特色、式样等属于产品整体概念中的形式产品。
- 服务质量要素中的可靠性是指帮助顾客并迅速提供服务的能力。

10. 项目风险管理通过风险识别、风险界定和风险度量等工作去认识项目的风险。

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. 合作制企业 ()	6. 保险储备定额 ()
2. 梅奥 ()	7. 绩效 ()
3. 对象专业化 ()	8. 关系营销 ()
4. 全面质量管理 ()	9. 服务利润链 ()
5. 资金的时间价值 ()	10. 项目时间管理 ()

- A. 指资金在运动过程中由于时间因素所增加的价值。
- B. 本企业或合作经济实体内的劳动者平等持股、合作经营，股本与劳动共同分红，劳动者自愿、自助、自治的企业。
- C. 企业在前后两批物资进厂之间的供应间隔期内，为保证生产正常进行所必需的、经济合理的储备数量。
- D. 又叫项目工期管理或项目进度管理，是为确保项目按时完工所开展的一系列管理活动与过程。
- E. 由两个或两个以上的个体联合经营的企业。合伙人分享企业所得，并共同承担经营亏损责任。
- F. 在西方电器公司霍桑工厂所进行的试验基础上提出工人是“社会人”的假说，认为工人的表现不仅取决于物质条件的改变，更在于工作群体对个人的心理影响。
- G. 企业为了保证和提高产品质量，以全体成员相互合作为重点，运用一整套质量管理体系、手段和方法所进行的系统的质量管理活动。
- H. 把营销活动看成是一个企业与消费者、供应商、分销商、竞争者、政府机构及其他公众发生互动作用的过程，其核心是建立、发展、巩固企业这些个人和组织的良好关系。
- I. 指员工的知识、技能、能力等一切综合因素，在一定的环境影响下，通过一系列行为表现后产生的结果。
- J. 建立了企业、员工、顾客、利润之间关系的链。

K. 为了防止物资供应发生中断，或来料品种规格不符合需要等而建立的物资储备数量。

L. 在生产企业中以产品为对象来设置生产单位的一种专业化组织形式。

得分

四、简答题（每小题 4 分，共 20 分）

1. 请列举管理的特征。

2. 企业的经营战略可以分为哪几个层次？

3. 请简述人力资源的特征。

4. 请简述企业资金筹集的种类。

自觉遵守
装订线
内不要
答题

5. 请简述市场细分的标准。

得分

五、计算题（每小题 8 分，共 24 分）

1. 现有一批量 $n=10$ 的工件，需依次经过 $m=4$ 道工序，加工时间分别为 $t_1=25$ ， $t_2=20$ ， $t_3=10$ ， $t_4=15$ 。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）

2. 某企业现有两个备选的投资方案，方案I投资600万元，年经营费用为150万元；方案II投资为550万元，年经营费用为140万元，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。

自觉遵守
考试规则，
诚信考试，
绝不作弊

3. 某工程项目有两个可比方案，方案I：期初投资25万元，年维持费用5万元；方案II：期初投资40万元，年维持费用3万元。两个方案的服务年限均为8年，利率*i*=5%，试用年经费法比较两个方案的优劣。

[注：资金还原系数 $(A/P, 5\%, 8) = 0.15472$]

得 分

六、案例分析题（16 分）

美团、大众合并 O2O 竞争只会更激烈

美团网与大众点评网行业领跑者的合并并非先例，2012 年优酷网、土豆网宣布合并，2015 年 2 月 14 日滴滴、快的合并，4 月 15 日赶集网和 58 同城网合并。根据美团和大众点评目前的估值，合并后的新公司市值可能超过 150 亿美元，成为国内最大的 O2O 企业，暂时占据国内 80% 以上的团购市场。市场前两名不打了、联姻了，其他小伙伴还有得玩吗？美团、大众点评合并后看似减弱了竞争，但长期来看无非是让真正的竞争更加显性化而已。

猜想 1 是否会出现更多对手？

双方“从相杀到相爱”震动业界，外界舆论对“饿了么”何去何从有种种猜测。本周，饿了么 CEO 张旭豪在内部信中明确表示：“大众点评仍是‘饿了么’的股东之一，只不过与美团合并之后，大众点评将放弃在‘饿了么’的董事席位及投票权。原有的合作仍继续。”

外界对于饿了么何去何从的隐忧，本质是对广大中小 O2O 公司前景的担忧。根据易观国际数据，2015 年上半年合并双方在中国 O2O 行业持有 80% 以上市场份额。合并后，其业务除百度和阿里会紧张外，其他同样从事相关业务的企业是否会面对冲击？

以酒店订购业务为例，今年（2015 年）上半年美团的酒店间夜量成交量突破 3300 万，交易额达 53 亿元。同样的，大众点评也在旗下设立了酒店事业部，酒店间夜量达

到了 50 万。劲旅咨询 CEO 魏长仁就指出，美团和大众点评合并后，体量有了大提升，业务越来越综合，对几家专注做旅游的 OTA（在线旅游社）平台会形成越来越直接的竞争态势。

易观分析师刘旭巍向南都记者指出，合并后除了百度和阿里这类巨头会紧张外，广大线下商家也可能受到冲击。“对商户来讲，美团大众合并之后，有可能会提升原来不是特别高的商户佣金率。同时，寡头或垄断平台的形成，势必会压缩商户选择权”，刘旭巍表示。但从目前看，因行业格局未定，商户强势位置还很难改变，毕竟还没有出现一家通吃的局面，商户仍然是有选择权的。

猜想 2 烧钱大战能终结吗？

易观分析师刘旭巍表示：“合并之后新美大会往综合化平台方向发展，与阿里百度旗下的 O2O 业务存在直接竞争关系。未来的竞争并不会因为他们两家合并而有所减缓，反而会更加激烈，因为面对的竞争对手的量级已经不一样了。”

今年 6 月，李彦宏宣布未来 3 年内，百度将向百度糯米业务增加投入 200 亿，用资本猛砸 O2O。阿里也与蚂蚁金服重启合作，把 O2O 精英整合到新口碑中。“从业务线的规划和布局来看，美团势必会和他们形成非常直接的竞争关系。”分析师刘旭巍说。目前来讲，猛砸资本的百度糯米和合体的点评美团会打一场互不相让的持久战，加之阿里开始发力地面陆战队，O2O 好戏还在后头。

“原价 29 元的奶酪蛋糕现在只卖 0.1 元！”O2O 的战争正在白热化，在百度糯米 App 出现的这段话意味着竞争使得交易几乎无利可图。“这个领域的竞争一直都是很紧张很焦灼的，从早期的几千家到剩下几家，竞争从来都没有缓和过，未来也是一样的”，分析师洪波表示。

作为一种商业手段，“烧钱”补贴模式一直都是互联网公司发展的重要方式之一，培养用户习惯是烧钱的本质目的。未来，这种补贴模式也将会持续进行下去。刘旭巍表示：“在竞争没有完全水落石出、市场真正的领先者地位稳固之前，很难说烧钱会停止。因为竞争对手在做，不做就等于放弃。这个也是身不由己。”

猜想 3 王兴欲成 BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）外的第四极？

中银国际报告显示，两家公司合并的原因包括过去几个月国际投资者对中国 O2O 市场的兴趣正快速降温；其次，美团网、大众点评网以及百度旗下糯米网持续进行激烈竞争，导致现金快速枯竭、利润率前景不佳；第三，受百度激进的 O2O 投资的支撑，糯米网的市场份额及成交总额上升。

BAT 巨头在资本和用户规模方面的优势有目共睹，因为美团网和大众点评网将解除两者间的价格和返利竞争，中银国际预计新美大将专注于那些糯米网快速追赶的领域和垂直环节。

不过，有接近交易的人士向南都记者透露，美团大众联手后的业务范围将超出团购，网上评论、店铺搜索、预约等功能也将不仅限于餐饮业，更多领域的应用将帮助实体店吸引更多顾客，预计新公司未来将成为提供多领域 O2O 服务的门户。

.....

——摘编自《南方都市报》，有删节

- (1) 你是否同意合并会加剧竞争这一判断？试用竞争五要素模型对美团与大众点评合并后所处的竞争环境进行分析。(8 分)
- (2) 请根据所学的战略管理知识以及案例材料，为美团和大众点评合并后的发展提出建议。(8 分)

自觉
遵守
考试
规则
诚信
考试
绝不
作弊