三、综合选择

|  |  |
| --- | --- |
| 1、管理的艺术性（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） | 6、企业债券 F |
| 2、管理的组织职能（把管理要素按目标的要求结合成一个整体） | 7、无形磨损（指固定资本由于劳动生产率的提高，而引起的价值损失） |
| 3、集中战略（指把经营战略的重点放在一个特定的目标市场上，为特定的地区或特定的购买者集团提供特殊的产品或服务） | 8、服务质量 K |
| 4、质量体系认证（由公正的第三方体系认证机构，依据正式发布的质量体系标准，对企业的质量体系实施评定，并颁发体系认证证书和发布注册名录，向公众证明企业的质量体系符合某一质量体系标准的全部活动。） | 9、市场定位(指为使产品在目标消费者心目中相对于竞争产品而言占据清晰、特别和理想的位置而进行的安排) |
| 5、绩效管理（通过有效的绩效计划和辅导，采用科学的方法对员工个人或团体的综合素质和工作业绩进行全面的衡量） | 10、关系营销(在企业与客户和其他利益相关者之间建立、保持并稳固一种长远的关系，进而实现信息及其他价值的相互交换) |
| 11、事业部制组织结构(集中决策，分散经营) | 16、绩效考评(利用合理的评价方法和技术对员工或团队的绩效进行评价) |
| 12、市场细分(指企业按照某种标准将市场上的顾客划分成若干个顾客群，每一个顾客群构成一个子市场，不同子市场之间，需求存在着明显差别。) | 17、直接性经济报酬(直接以现金的形式支付的工资，包括基本工资、绩效工资、津贴和各种奖金) |
| 13、稳定发展战略 | 18、网络营销(网络营销是企业整体营销战略的一个组成部分，网络营销是为实现企业总体经营目标所进行的，以互联网为基本手段营造网上经营环境的各种活动，是一个广义词，从目前的商业来讲网络营销更宽泛的涵盖网络的产品及投放互联网概念。) |
| 14、大量生产 | 19、技术寿命(从设备投入使用到因技术进步而使其丧失使用价值所经历的时间) |
| 15、全面质量管理（指一个组织以质量为中心，以全员参与为基础，目的在于通过顾客满意和本组织所有成员及社会受益而达到长期成功的管理途径） | 20、市场营销（市场营销是在创造、沟通、传播和交换产品中，为顾客、客户、合作伙伴以及整个社会带来经济价值的活动、过程和体系。主要是指营销人员针对市场开展经营活动、销售行为的过程。） |

A 利用合理的评价方法和技术对员工或团队的绩效进行评价。

B. 把管理要素按照目标的要求结合成一个整体。。

C. 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认证标志证明某一产品符合相应的标准和相应的技术要求的活动。

D. 在掌握一定管理理论和方法基础上，灵活运用这些知识和技能的技巧与诀窍。

E. 通过有效的绩效计划及辅导， 采用科学的方法对员工或团队的业绩进行全面衡量，从而发现问题并反惯， 不断提升工作绩效的一系列管理活动。。

F. 企业为筹措资金向投资者出具按规定利率支付利息，到期偿还本金的债券、债务关系的凭证。

G.由于劳动生产率的提高，生产同样设备所需的社会必要劳动量减少，使原有设备价值相应贬值。

H.企业把战略重点放在一个特定目标市场上，为特定的地区或特定的用户提供特殊的产品服务。

I.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。

J.企业根据目标市场上同类产品的竞争状况，为产品塑造强有力的与众不同的鲜明个性，并将其形象生动地传递给顾客，求得顾客认同。

K. 服务能够满足规定和潜在需求的特征和特性的总和。

四、简答题

1.简述波特的竞争五力量模型。

波特五力模型将大量不同的因素汇集在一个简便的模型中，以此分析一个行业的基本竞争态势。五种力量分别为：1．供应商的讨价还价能力2．购买者的讨价还价能力3．新进入者的威胁4．替代品的威胁5．行业内现有竞争者的竞争

根据上面五种竞争力量，企业可以采取尽可能地将自身的经营与竞争力量隔绝开来、努力从自身利益需要出发影响行业竞争规则、先占领有利的市场地位再发起进攻性竞争行动等手段来对付这五种竞争力量，以增强自己的市场地位与竞争实力。

2.简述全面质量管理的特点。。

1.“三全”的管理思想（全面的、全过程的、全员参与的）

2．“四个一切”的观点（一切为用户服务、一切以预防为主、一切用数据说话、哟企鹅按PDCA循环办事）

3.简述企业财务分析的主要目的。。

1.评价企业的支付能力。可以了解企业资产的流动性、负债水平以及偿还债务的能力，从而评价企业的财务状况和经营风险，为企业经营管理者、投资者和债权人提供财务信息。

2.评价企业的资产管理水平。资产的管理水平直接影响到企业的收益，它体现了企业的整体素质。

3.评价企业的盈利能力。获取利润是企业的主要经营目标之一，他也反映了企业的综合素质。

4.简述薪酬的主要内容。

薪酬本质上是劳动者和雇主之间公平的交易价格，劳动者提供劳动，雇主向员工支付薪酬。广义薪酬可定义为企业依据员工对企业所作的贡献付给的相应回报，包括直接经济性薪酬、间接经济性薪酬和非经济性薪酬。狭义薪酬指的是其中的经济性薪酬。

1. 直接性经济薪酬，即直接以现金的形式支付的工资，包括基本工资、绩效工资、津贴和各种奖金。
2. 间接经济性薪酬，主要指福利和服务，以间接的方式提供外在的薪酬，与劳动者的能力和绩效没有什么关系的收入，如社会基本保险、各类休假、企业补充保险、其他福利、培训发展等。
3. 非经济性薪酬，主要指工作本身、工作环境、身份标志、组织特征几个方面带来的心理效应。

5.简述消费者购买决策过程。

消费者购买决策过程是消费者作出购买决策的过程。由问题识别、信息收集、方案评价、购买决策和购后行为等阶段构成。其中问题识别阶段需要确认需求并将之与特定的产品或服务联系起来；信息收集阶段将通过多种来源获得产品或服务信息，以提高决策理性；方案评价阶段，将根据产品或服务的属性、利益和价值组合，形成各种购买方案，并确认购买态度；购买决策阶段，将会在不同方案之间形成购买意图和偏好；购后行为阶段，将会评估购买获得的价值，并通过行动表达满意或不满意等。

6. 简要分析事业部制组织结构的优缺点。

事业部制是一个企业内对拥有独立产品市场、独立责任利益的部门实行分权管理的一种组织结构形式。其优点是把统一管理、多种经营与专业分工更好地结合起来，既保证绩效和利润，又利于调动员工积极性，培养管理人才；主要缺点是管理人员比重较大，分权有可能架空总公司，协调较为困难，资源重复配置，造成内耗。

7.企业战略的特点是什么?。

全局性、长远性、抗争性、纲领性、协同性

8.企业资金筹集的方式包括哪些?。

银行贷款、发行企业债券、发行股票、融资租赁、买方信贷、利用外资

9.合理组织生产过程的基本要求是什么?

1．生产过程的连续性 2．生产过程的平行性

3. 生产过程的比例性 4. 生产过程的均衡性

5. 生产过程的适应性 6. 生产过程的经济性

10.产品投入期具有什么样的特点?

产品投入期是新产品刚投放市场时期，这个阶段的主要特点是：产品设计可能有缺陷，生产批量小，生产成本高，生产工艺还不成熟，废品率高，质量波动性较大，用户对产品不熟悉，不了解，销售量增长缓慢，销售费用开支较高，企业往往会出现亏损。

五。计算题

1.某企业投资购买两条生产线，它们的投资和年生产成本分别为:

第1条生产线: K1=1900万元，C1= 180万元

第2条生产线: K2=1800万元， C2=220万元

若该工业部门规定基准投资回收期是5年，问哪条生产线更好？

答： N=(K1-K2)(C2-C1)=(1900-1800）÷（220-180）=2.5年＜5年

追加投资回收期小于标准投资回收期，因此投资大的方案优，

第一条生产线是最优方案

2.某厂生产甲产品， 生产能力每年60000只，年固定成本为240000元，单位可变成本为15元，售价为20元，要求:(1 )计算盈亏点产量。(2)求盈亏平衡点时的生产能力利用率。(3)若该产品销售情况良好，试求按年生产能力安排生产时的利润额。

答:（1）Q＊＝240000／（20－15）＝48000只

（2）48000÷60000＝80％

（3）R＝（20－15）×6000－24000＝60000元

3.某工程项目有两个可比方案，方案1:投资30万元，年费用5万元:方案2:投资50万，年费用3万元。两方案的服务年限均为8年，i=5%，试分别用年经费法和现值法比较两个方案的优劣。附：复利系数数据: (a/p,5%,8)= 0.15472 . (p/a.5%.8)=6.4632.

答 年经济法

方案1：AC1＝30×(a/p,5%,8)＋5＝

方案2：AC2＝50×(a/p,5%,8)＋3＝ 算出来哪个小就哪个方案优

现值法

方案1：P1＝－30＋5×(p/a.5%.8)=

方案2：P2＝－50＋3×(p/a.5%.8)= 算出来哪个大……………优

4.现有一批量n=200的工件，需依次经过m=4道工序，加工时间分别为t1=8，t2=12,t3=10,t4=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)。

答 依次移动: T=200×（8+12+10+15）=9000min

平行移动: T=（8+12+10+15）+199×15=3030min

混合移动: T=200×（8+12+10+15）－(200－1)×(8+10+10)=3428min（公式一定要写！）

五、材料分析

问：

1. 根据案例,你认为UGG公司采取的是什么样的战略?体现在哪些方面(9分)
2. 结合4P营销理论,说明 UGG Austrilia公司都采用了哪些营销策略。(9分)

答题思路：

1、结合公司战略、竞争战略分析UGG公司的战略。如公司战略(增长战略:案例中各种销量系涨的语句;国际化战略:如在亚洲、在另外一些国家等)(4分)竞争战略(差异化战略、集中战略)等。(4分)

2、先介绍4P营销理论包括产品、价格、分销和促销四个方面2分)再结合四个方面分别谈营销策略。产品战略(质量好、有品牌战略、品牌定位高端等)(2分)、渠道策咯(冲浪商品店、自已的门店等)(2分)、促销战略(如广告营销、媒体管销、名人效应等)(2分)。案例中并没有提到价格策略。但学生可以根据己的了解谈下价格策略(如心理定价中的声望定价等)。(2分)

二、

问题：

1. 是结合竞争五力量模型，分析华为公司面临的竞争压力
2. 请根据4ps营销理论，为华为公司未来的营销策略提出建议