

【解析】P703, 从知识主体之间的相互关系角度、从知识主体知识存量角度、从知识传播内容角度将知识模型分为: 知识场模型、知识势能流动模型和知识转化模型。所以选择 A。

试题 16-【2023 年上半年-第 14 题】- 知识管理

知识管理需要遵循积累原则, 共享原则和交流原则, 其中 () 是实施知识管理的基础, () 需要建立有利于知识管理的组织结构和文化气氛。

- A. 共享原则 交流原则 B. 积累原则 交流原则
C. 积累原则 共享原则 D. 交流原则 共享原则

【答案】B

【解析】P697, 知识管理是一个复杂的过程, 要遵循以下 3 条原则:

- ①积累原则。知识积累是实施知识的管理基础。
- ②共享原则。知识共享是指一个组织内部的信息和知识要尽可能公开, 使每一个员工都能接触和使用组织的知识和信息。
- ③交流原则。知识管理的核心就是要在组织内部建立一个有利于交流的组织结构和文化气氛, 使人员之间的交流毫无障碍。

试题 17-【2023 年下半年-第 1 批次自编】- 隐形知识

() 不是隐形知识的特征。

- A. 非陈述性 B. 个体性 C. 实践性 D. 客观存在性

【答案】D

【解析】P696, 隐性知识具有 6 个主要特征: ①非陈述性②个体性③实践性④情境性⑤交互性⑥非编码性。

显性知识具有 4 个主要特征: ①客观存在性②静态存在性③可共享性④认知元能性。

试题 18-【2024 年上半年-第 2 批次】- 显性知识

显性知识的特征不包括 ()。

- A. 静态存在性 B. 可共享性 C. 非陈述性 D. 客观存在性

【答案】C

【解析】P696, 显性知识具有 4 个主要特征: ①客观存在性 ②静态存在性 ③可共享性 ④认知元能性。

23.4 市场营销

试题 1-【野人老师自编模拟题】- 市场营销

() 的目的是通过承诺卓越的价值来吸引客户, 以及通过提升满意度来留住和发展客户。

- A. 人力资源管理 B. 流程管理 C. 知识管理 D. 市场营销

【答案】D

【解析】P705, 市场营销的目的是通过承诺卓越的价值来吸引客户, 以及通过提升满意度来留住和发展客户。广义上, 市场营销是一种通过创造和与他人交换价值, 来实现个人和组织的需要和欲望的社会和管理过程。在狭义的商业环境中, 市场营销涉及与顾客建立价值导向的交换关系。于是, 将市场营销定义为: 组织为获得利益回报而为客户创造价值并为之建立稳固关系的过程。所以选择 D