

中级经济师资格考试辅导丛书

工商管理 专业知识与实务 同步辅导与强化训练 1000题

○ 工商管理专业知识与实务命题研究专家组 编

中级

原命题组成员、阅卷组组长亲自把脉

经典、实战、权威

深挖命题规律

让考生全面了解历年试题的命题依据和解题方法

全方位、多角度 详解历年真题及押题试卷

超值赠送:

环球网校价值 **1000** 元精品课程大礼包

中国石化出版社
[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

教·育·出·版·中·心

中级经济师资格考试辅导丛书

工商管理 专业知识与实务 同步辅导与强化训练 1000题

○ 工商管理专业知识与实务命题研究专家组 编

中级

原命题组成员、阅卷组组长亲自把脉
经典、实战、权威

深挖命题规律

让考生全面了解历年试题的命题依据和解题方法

全方位、多角度 详解历年真题及押题试卷

超值赠送:

环球网校价值 1000 元精品课程大礼包

中国石化出版社
[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

教 育 出 版 中 心

图书在版编目(CIP)数据

工商管理专业知识与实务(中级)同步辅导与强化训练 1000 题 / 工商管理专业知识与实务命题研究专家组编. —
北京: 中国石化出版社, 2015. 1

ISBN 978-7-5114-3159-2

I. ①工… II. ①工… III. ①工商行政管理-资格考
试-习题集 IV. ①F203. 9-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 011459 号

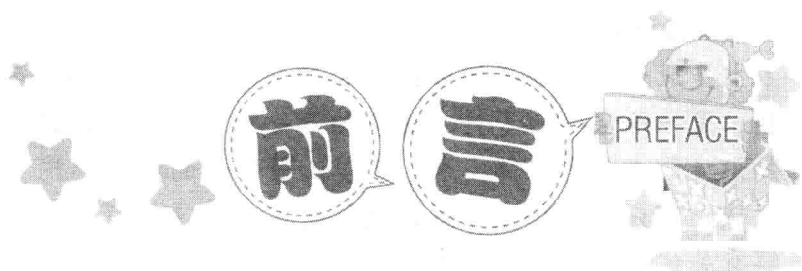
未经本社书面授权, 本书任何部分不得被复制、抄袭, 或者以任何
形式或任何方式传播。版权所有, 侵权必究。



中国石化出版社出版发行
地址: 北京市东城区安定门外大街 58 号
邮编: 100011 电话: (010) 84271850
读者服务部电话: (010) 84289974
<http://www.sinopec-press.com>
E-mail: press@sinopec.com
北京富泰印刷有限责任公司印刷
全国各地新华书店经销

*

787 × 1092 毫米 16 开本 11.5 印张 265 千字
2015 年 1 月第 1 版 2015 年 1 月第 1 次印刷
定价: 28.00 元



“经济师”是我国职称之一。要取得“经济师”职称，需要参加“经济专业技术资格考试”。经济专业技术资格实行全国统一考试制度，由全国统一组织、统一大纲、统一试题、统一评分标准。资格考试设置两个级别：经济专业初级资格、经济专业中级资格。参加考试并成绩合格者，获得相应级别的专业技术资格，由人事部统一发放合格证书。

1993年1月，人事部下发了《人事部关于印发〈经济专业专业资格考试暂行规定〉及其〈实施办法〉的通知》（人职发[1993]1号），决定在经济专业人员中实行中、初级专业技术资格考试制度。考试工作由人事部和部分专业主管部门负责，日常工作由设在人事部人事考试中心的经济专业技术资格考试办公室负责，具体考务工作委托人事部人事考试中心组织实施。考试设置两个级别：初级资格（经济员、助理经济师）和中级资格。

考试共分工商管理、农业、商业、财政税收、金融、保险、运输、人力资源管理、邮电、房地产、旅游、建筑12个专业。其中运输分公路、水路、铁路、民航4个子专业。

考试每年举行一次，考试时间一般安排在11月初。原则上只在地级以上城市设置考场，必要时可在县设置考场。初级和中级均2个科目，具体是：《经济基础知识》《专业知识与实务》。为了满足广大考生的迫切需求，我们特组织了大量有丰富教学、辅导及培训经验的专家和教授，花费大量的时间精心编写了这本《工商管理专业知识与实务（中级）同步辅导与强化训练1000题》。

本书特色如下：

一、鲜明的创新特色，编写体例非常符合考生的需要

本书全面吸收了同类图书的优点，结合作者丰富的辅导经验，博采众长，推陈出新，使书中的结构和内容具有鲜明的特色。编写者都是多年从事经济师考试命题研究和考试辅导的专家、学者，他们熟悉考试的大纲、教材，考生的需要和考试辅导，深谙命题原则、思路和最新考试动态，经过精心研究，认真组织，编写出了这本高水平的辅导书。

二、配套练习丰富

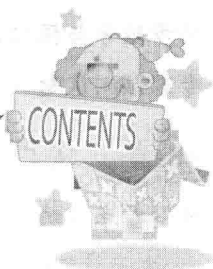
本书是北大清华经济师考试辅导教师及原考试命题组的专家、教授智慧和劳动的结晶，是一份宝贵的资料。其中的每一道试题，既反映了经济师考试大纲对考生基础知识、能力和水平的要求，又蕴涵着命题的指导思想、基本原则和趋势。因此，对照考试大纲分析、研究这些试题，考生不仅可以了解考试的全貌，而且可以方便地了解有关试题和信息，从中发现规律，归纳出各部分内容的重点、难点，以及常考的题型，进一步把握考试的特点及命题的思路和规律，从而从容应考，轻取高分。

好的学习方法、好的辅导老师、好的辅导教材以及好的学习热情，是必不可少的成功要素。我们的精益求精和热情付出，恰恰是广大考生迫切需要和殷切期待的。

本书在编写过程中曾几易其稿，希望能尽量满足读者的需求。然而纰漏之处在所难免，敬请同行和读者批评指正。

编者
于北大燕园

目 录



第一章 企业战略与经营决策	1
核心考点归纳	1
一、企业战略环境分析	1
二、企业战略选择	2
三、企业战略的制定、实施与控制	3
四、企业经营决策过程	4
五、企业经营决策方法	4
同步辅导与强化训练	5
专家预测试题	17
第二章 公司法人治理结构	28
核心考点归纳	28
一、公司所有者与经营者	28
二、股东机构	29
三、董事会	29
四、经理机构	30
五、监督机构	30
六、集团公司及母子公司管理	31
同步辅导与强化训练	31
专家预测试题	39
第三章 市场调研管理	51
核心考点归纳	51
一、市场调研概论	51
二、二手数据和原始资料的收集方法	52

三、问卷和抽样的设计	52
四、数据分析	53
同步辅导与强化训练	56
专家预测试题	62
第四章 生产管理与控制	71
核心考点归纳	71
一、生产计划	71
二、生产作业计划	74
三、生产控制	74
四、生产作业控制	75
五、现代生产管理与控制的方法	77
同步辅导与强化训练	79
专家预测试题	85
第五章 物流管理	93
核心考点归纳	93
一、物流管理概述	93
二、生产物流管理	95
三、销售物流管理	96
四、回收物流与废弃物物流管理	97
同步辅导与强化训练	98
专家预测试题	103
第六章 技术创新管理	111
核心考点归纳	111
一、技术创新含义、类型与过程	111
二、技术创新组织与管理	112
三、技术转移与技术交易	113
四、技术创新与知识产权管理	114
同步辅导与强化训练	114
专家预测试题	122
第七章 人力资源规划与薪酬管理	133
核心考点归纳	133

一、人力资源规划	133
二、员工招聘	133
三、薪酬管理	134
四、员工流动管理	135
同步辅导与强化训练	137
专家预测试题	145
第八章 企业投融资决策及重组	156
核心考点归纳	156
一、筹资决策	156
二、投资决策	158
三、企业重组	159
同步辅导与强化训练	160
专家预测试题	168



第一章 企业战略与经营决策



核心考点归纳

一、企业战略环境分析

(一) 企业战略的定义、特征、层次

定义：指企业在市场竞争激烈的环境中，在总结历史经验、调查现状、预测未来的基础上，为谋求生存和发展而做出的长远性、全局性的谋划或方案。

特征：长期性、全局性(最根本)、灵活性、风险性。

层次：企业总体战略、企业业务战略、企业职能战略。

(二) 企业战略管理的定义和任务

定义：指管理者指定企业战略和实施企业战略的动态管理过程，从智能化管理走向战略性管理是现代企业管理的一次飞跃。

任务：基本任务：实现特定阶段的战略目标。

最高任务：实现企业使命。

(三) 宏观环境的主要要素

政治环境：①政局稳定状况；②政策的连续性和稳定性；③政府对企业的影响。

法律环境：①法律规范；②国家司法执法机关；③企业法律意识；④国际法律环境。

技术环境：①社会科技水平；②社会科技力量；③科技体制；④科技政策和科技立法。

经济环境：①社会经济结构；②经济发展水平；③经济体制；④经济政策；⑤社会购买力；⑥消费者的收入水平和支出模式。

社会文化环境：1. 人口环境(数量、地域结构、质量)；2. 文化因素(文化传统、价值观、社会发展趋势)。

(四) 行业经济特征，即行业发展周期(形成期、成长期、成熟期、衰退期)、行业竞争结构(新的竞争对手进入市场、市场现有企业间的竞争、替代性产品或服务的威胁、购买者的谈判能力、供应者的谈判能力)和行业内战略群体。

(五) 企业内部环境条件

1. 企业结构：直线型、职能型、直线职能型、矩阵型。

2. 企业文化。

3. 企业资源。



(六)内部条件分析方法

1. 核心竞争力分析法: 全体员工的知识和技能; 企业技术体系; 企业管理; 企业文化; 整合集成。

2. 价值链分析法。

价值链分为主体活动和辅助活动

主体活动: 原料供应、生产加工、成品储运、市场营销、售后服务

辅助活动: 企业基础管理、人力资源管理、技术开发、采购

3. SWOT 分析法的运用。

评估优势(Strengths)、劣势(weaknesses)、机会(opportunities)、威胁(threats)

4. 内部要素评价法矩阵。

5. 组织温度调查法。

二、企业战略选择

(一)基本竞争战略的构成: 成本领先战略、产品差异化战略及集中战略

1. 成本领先战略。

适用范围: 大批量生产; 较高的市场占有率; 有能力使用先进的设备; 能严格控制一切费用开支。

途径: 规模效应、技术优势、企业资源整合、经营地点选择优势、与价值链的联系、跨业务相互关系。

2. 差异化战略。

就是通过提供与众不同的产品或服务, 满足顾客的特殊需要。其核心是取得某中对顾客有价值的特殊性。

适用范围: 有很强的研发能力、有强烈的创新意识和创新眼光; 在产品或服务上具有领先的声望, 有很高的知名度和美誉度; 有很强的市场营销能力。

途径: 产品质量; 提高产品的可靠性; 产品创新; 产品特性差别; 产品名称的不同; 提供不同的服务。

3. 集中战略: 指企业把经营活动集中于某一特定的购买群体、产品线的某一部分或某一地区市场上的战略。

适用范围: 在行业中或某一地区有特殊需求的顾客存在; 没有其他竞争对手试图在上述目标市场采取集中战略; 经营实力较弱。

途径: 选择产品系列; 通过细分市场选择重点客户、重点地区; 发挥优势集中经营。

(二)企业总体战略的构成: 发展、稳定、收缩

(三)发展型战略的含义和构成

1. 一体化战略。

(1)纵向一体化: 向后一体化、向前一体化

(2)横向一体化

(3)混合一体化

2. 多元化战略: 相关多元化、非相关多元化。

(四)稳定性战略的含义和构成:



1. 无变化战略。
2. 维持利润战略。
3. 暂停战略。
4. 谨慎实施战略。

(五)收缩型战略的含义和构成

1. 转向战略。
2. 放弃战略。
3. 清算战略。

(六)战略选择的主要方法的构成和含义

1. 战略逻辑性评估。

(1)组合分析法：波士顿矩阵

金牛区：产生较大现金余额 瘦狗区：资金紧缺，应转向或放弃

幼童区：继续投资或者放弃 明星区：即产生也需要大量现金

(2)生命周期分析法：生命周期组合矩阵分为行业的生命周期阶段和企业的竞争地位(统治地位、强大地位、受欢迎地位、可维持地位、弱地位)

(3)价值系统分析法：协同分析是其主要工具

2. 财务指标分析。

(1)投资收益分析法

(2)资金流分析法

3. 风险分析法。

(1)敏感性分析

(2)决策矩阵

三、企业战略的制定、实施与控制

(一)企业战略制定的含义和流程

1. 识别和鉴定现行的战略。
2. 分析外部环境、评估自身的能力。
3. 确定企业使命和目标。
4. 准备战略方案。
5. 评价和确定战略方案(择优原则、民主协调原则、综合平衡原则)。

(二)企业战略实施的涵义、基本原则和流程

原则：合理性原则、统一指挥原则、权变原则

流程：战略变化分析、战略方案分解和实施、组织结构调整、考核与激励

(三)企业战略实施的模式构成

1. 指挥型：(强制命令)。
2. 转化型：缺点是过分强调组织体系和结构，有可能失去战略的灵活性，适合环境确定的较大型企业。
3. 合作型：把战略决策扩大到企业高层管理集体中。协调高层管理人员成为管理者的重点。适合于复杂而又缺少稳定环境的企业。



4. 文化性:参与成分扩大到企业的较低层次,力图使整个企业人员支持企业的目标和战略,起到指导作用。局限性:要求企业员工的素质较高。

5. 增长型:战略从基层单位自下而上的产生。关键是激励管理人员的创造性和制定与实施完善的战略。

(四)企业战略控制的含义和流程

含义:指企业战略管理者及参与战略实施者根据战略目标和行动方案,对战略的实施状况进行全面的评审,及时发现偏差并纠正偏差的活动。

流程:制定绩效标准、衡量实际绩效、审查结果、采取纠正措施。

(五)战略控制的方法构成

1. 预算控制(弹性预算、零基预算、标准成本、责任中心)。
2. 审计监控(财务审计、经济效益审计)。
3. 财务控制——杜邦分析:投资周转率乘以销售利润率等于投资回报率。
4. 统计分析控制。

四、企业经营决策过程

(一)企业经营决策的含义和内涵

含义:指企业通过内部条件和外部环境的调查研究、综合分析,并运用科学的方法选择合理方案,实现企业经营目标的整个过程。

内涵:1. 有明确目标 2. 有多个可行方案供选择 3. 决策是建立在调查研究、综合分析、评价和选择的基础上的

(二)企业经营决策的要素:决策者(最基本)、决策目标、决策备选方案、决策条件、决策结果

(三)企业经营决策的类型

时间分类:长期决策、短期决策。

重要性分类:战略决策(战略性、长期性、稳定性)、战术决策(桥梁纽带作用)、业务决策(战术性、短期性、可操作性)。

起点分类:初始决策、追踪决策。

可控程度分类:确定性、风险性、不确定性。

(四)企业经营决策过程

1. 确定目标阶段。
2. 拟定方案阶段。
3. 选定决策方案阶段。
4. 方案实施和监督阶段。
5. 评价阶段。

五、企业经营决策方法

(一)定性经营决策方法的构成

1. 头脑风暴法:畅所欲言、思维共振。缺点易屈服于权威。
2. 德尔菲法:匿名、背靠背。关键:选择好专家、专家人数(10~50人)、拟定好意见



征询表。普遍用于政府机关、企业。

3. 名义小组技术: 独立思考、挨个陈述自己的意见, 进行投票。企业决策者可以决定接受或拒绝。

4. 淘汰法: 规定最低满意度、规定约束条件、根据目标主次筛选方案。

(二) 定量经营决策方法的构成

1. 确定性决策方法。

(1) 线性规划: 在线性等式或不等式的约束条件下, 求借目标函数的最大值或最小值。

(2) 盈亏平衡点法: $S - C = 0$ 。

2. 风险性决策。

(1) 决策收益表法: 其标准是损益期望值, 即各种状态下加权性质的平均值。该方法又称决策损益矩阵。

(2) 决策树分析法:

状态节点的期望值: $\sum (\text{损益值} \times \text{概率值}) \times \text{经营年限}$

方案净效果 = 该方案状态节点的期望值 - 投资额

3. 不确定性决策方法。

(1) 乐观原则(大中取大): 取最大损益值。

(2) 悲观原则(小中取大法): 指决策者在进行方案取舍时以每个方案在各种状态下的最小值为标准, 在从各方案的最小值中取最大值对应的方案。

(3) 折衷原则(最大值和最小值加权平均), 加权系数 a 为乐观系数。

(4) 后悔值原则(大中取小法)。

(5) 等概率原则(假定每一状态具有相等概率)。



同步辅导与强化训练

一、单项选择题

1. 在制定企业战略过程中, 企业内部环境分析的核心内容是()。

A. 核心能力 B. 资金状况 C. 核心产品 D. 设备状况

2. 某企业过去长期生产经营家电, 今年投入巨资进入汽车行业。该企业实施的新战略属于()。

A. 关联多元化战略 B. 前向一体化战略

C. 无关联多元化战略 D. 后向一体化战略

3. 根据企业内部资源条件和外部环境, 确定企业的经营范围是()要解决的主要问题。

A. 竞争战略 B. 公司层战略 C. 业务层战略 D. 职能层战略

4. 为了提高原材料质量和降低原材料采购成本, 某中成药生产企业投资开发了一个属于自己的中药材种植基地。这种战略属于()。

A. 后向一体化战略 B. 前向一体化战略

C. 专业化发展战略 D. 集中化发展战略

5. 根据 BCG 矩阵法, 企业“明星”类业务应采取的经营战略是()。



A. 抽资转向战略 B. 扩张型战略 C. 收缩型战略 D. 稳定型战略

6. 在行业生命周期的成熟期, 市场需求呈现出多样化、复杂化与个性化的变化趋势, 市场竞争更为激烈。这时企业应积极实施()。

A. 成本领先战略 B. 无差异战略
C. 集中化战略 D. 差异化战略

7. 企业经营战略的实质是谋求()三者之间的动态平衡。

A. 生产、销售与战略目标
B. 外部环境、内部资源条件与战略目标
C. 生产、研究开发与管理体制
D. 外部环境、内部资源条件与管理体制

8. 能够成为企业持续竞争优势源泉的经营资源是()。

A. 先进的机器设备 B. 原材料库存
C. 土地使用权 D. 研发能力

9. 对企业外部环境的分析可以分为()两个层次。

A. 宏观环境分析和微观环境分析
B. 宏观环境分析和产业环境分析
C. 人文社会环境分析和自然环境分析
D. 政治法律环境分析和自然环境分析

10. 在分析潜在进入者对产业内现有企业的威胁时, 应重点分析()。

A. 产业进入壁垒 B. 产业内现有企业数量
C. 产业生命周期 D. 买方及卖方集中度

11. 根据 BCG 矩阵, “瘦狗”类业务应采取的经营战略是()。

A. 一体化发展战略 B. 扩张型战略
C. 收缩型战略 D. 稳定型战略

12. 在下列关于稳定型战略特征的表述中, 错误的是()。

A. 在执行稳定型战略时, 企业继续提供相同的产品和服务
B. 稳定型战略追求的是稳定的、均衡的发展
C. 稳定型战略可能会使企业丧失一些发展机会
D. 稳定型战略风险相对较大

13. 在行业生命周期的投入期, 为刺激需求, 抢占市场, 防止潜在进入者的进入, 企业应采用()。

A. 成本领先战略 B. 无差异战略
C. 集中化战略 D. 差异化战略

14. 实施集中化竞争战略有利于企业()。

A. 实现优势互补
B. 充分利用其资源和发挥其能力
C. 构筑行业进入壁垒
D. 降低经营风险



15. 从价值链角度看, 委托生产实现的是生产环节与()的联盟。
A. 供应环节 B. 服务环节 C. 营销环节 D. 加工环节
16. 从行业生命周期各阶段的特点来看, 行业的产品逐渐完善, 规模不断扩大, 市场迅速扩张。行业内企业的销售额和利润迅速增长, 则该行业处于()。
A. 形成期 B. 成长期 C. 成熟期 D. 衰退期
17. 某驰名空调企业为了进一步扩大生产规模, 收购另一品牌空调配套元件生产企业, 这属于()战略。
A. 横向一体化 B. 纵向一体化 C. 相关多元化 D. 混合一体化
18. 按照战略控制权的归属, 战略控制可分为()。
A. 反馈控制、实时控制、前馈控制 B. 回避控制、直接控制
C. 集中控制、分散控制 D. 跟踪控制、基准控制
19. 企业在战略实施过程中, 深入宣传发动、使所有人员都参与并且支持企业的目标和战略, 这是()战略实施模式。
A. 指挥型 B. 转化型 C. 合作型 D. 文化型
20. 从环境因素的可控程度看, 经营决策可分为()。
A. 长期决策和短期决策 B. 战略决策、战术决策和业务决策
C. 初始决策和追踪决策 D. 确定型决策、风险型决策和不确定型决策
21. 企业无法掌握决策必需的情报和资料, 只能根据各决策方案可能出现的不同结果的发生概率进行判断并做出决策的方法是()。
A. 确定型决策 B. 风险型决策 C. 不确定型决策 D. 追踪决策
22. 某著名家电集团公司建立医药子公司, 进军医药行业, 该集团公司采用的是()发展战略。
A. 横向一体化 B. 纵向一体化 C. 相关多元化 D. 不相关多元化
23. 当企业研发和营销能力较强、经营的产品市场异质性又比较高时, 企业应选择的市场战略为()。
A. 低成本战略 B. 集中战略 C. 差异化战略 D. 无差异化战略
24. 战略实施流程的第一步骤为()。
A. 战略方案的分解与实施 B. 战略变化分析
C. 组织结构调整 D. 战略实施的考核与奖励
25. 企业高层领导确定战略后, 向管理人员宣布企业战略, 然后强制管理人员执行, 这种战略实施模式为()模式。
A. 指挥型 B. 转化型 C. 文化型 D. 增长型
26. 根据决策的重要程度, 经营决策可分为()。
A. 长期决策和短期决策 B. 战略决策、战术决策和业务决策
C. 初始决策和追踪决策 D. 确定型决策、风险型决策和不确定型决策
27. 企业经营决策的最基本要素是()。
A. 决策者 B. 决策目标 C. 决策方案 D. 决策条件



28. 某食品生产企业决定进军家电业, 该企业的这项战略属于()。
- A. 企业业务战略 B. 企业职能战略
C. 企业竞争战 D. 企业总体战略
29. 企业价值链由主体活动和辅助活动构成, 下列企业活动中, 属于主体活动的是()。
- A. 技术开发 B. 采购 C. 成品储运 D. 人力资源管理
30. 在波士顿矩阵分析工具中, 代表产品业务增长率高、市场占有率低的区域是()。
- A. 幼童区 B. 明星区 C. 瘦狗区 D. 金牛区
31. 企业通常运用各种现代化的控制方法进行战略控制。运用杜邦分析法旨在进行()。
- A. 质量控制 B. 进度控制 C. 财务控制 D. 工艺控制
32. 企业战略从基层单位自下而上地产生, 并加以推进和实施。这种战略实施()模式。
- A. 指挥型 B. 转化型 C. 合作型 D. 增长型
33. 某企业开发新产品, 有四种产品方案可供选择, 四种方案在不同市场利益值如下表所示。决策者采用折衷原则进行决策, 给定最大值系数 $\alpha = 0.75$, 该企业应选择的方案为()。

各方案损益值表

单位: 万元

市场状态损益值方案	畅销	一般	滞销
I	60	50	40
II	70	45	30
III	85	60	15
IV	95	70	-20

- A. 方案 I B. 方案 II C. 方案 III D. 方案 IV
34. 企业对非常规的无法预估决策方案结果发生概率的业务活动进行决策时, 宜采用()。
- A. 确定性决策法 B. 不确定型决策法 C. 风险型决策法 D. 离散型决策法
35. 某家电企业为拓展经营领域, 决定进军医药行业, 从战略层次角度分析, 该企业的此项战略属于()。
- A. 企业总体战略 B. 企业业务战略 C. 企业部门战略 D. 企业职能战略
36. 在各种战略控制方法中, 具有前馈控制和反馈控制双重功能的方法是()。
- A. 预算控制方法 B. 审计控制方法 C. 现场控制方法 D. 统计控制方法
37. 企业进行科学经营决策的前提是()。
- A. 确定决策目标 B. 调查分析决策条件 C. 确定决策标准 D. 评估决策备选方案
38. 某日化生产企业为了提高牙膏产品在市场中的竞争地位, 加大儿童牙膏的投资和研



发力度,不断开拓儿童牙膏市场,从企业战略层次分析,该企业的此项战略属于()。

- A. 企业总体战略 B. 企业业务战略 C. 企业营销战略 D. 企业职能战略

39. 企业愿景主要包括()。

- A. 核心信仰和未来前景 B. 核心信仰和企业哲学
C. 企业哲学和企业定位 D. 未来前景和企业定位

40. SWOT 分析法中的 S 和 T 是指()。

- A. 机会和劣势 B. 优势和机会 C. 优势和威胁 D. 劣势和威胁

41. 在波士顿矩阵中,幼童区的产品特征是()。

- A. 业务增长率比较低,市场占有率比较高
B. 业务增长率比较低,市场占有率比较低
C. 业务增长率比较高,市场占有率比较低
D. 业务增长率比较高,市场占有率比较高

42. 某钢铁生产企业为降低原材料价格,将经营范围延伸至采矿业,该企业实施的是()。

- A. 后向一体化 B. 前向一体化 C. 横向一体化 D. 水平一体化

43. 某企业为了增强生产和经营能力,通过契约交易,以联合生产形式与某世界 500 强企业建立战略联盟,该战略联盟属于()。

- A. 技术开发与研究联盟 B. 营销联盟
C. 产业协调联盟 D. 产品联盟

44. 企业战略分为三个层次,具体由企业总体战略、企业业务战略和()组成。

- A. 企业竞争战略 B. 企业事业部战略
C. 企业发展战略 D. 企业职能战略

45. 企业战略从基层单位自下而上产生,并加以推进和实施,这种战略实施模式为()模式。

- A. 指挥型 B. 转化型 C. 增长型 D. 合作型

46. 利润计划罗盘是罗伯特·西蒙斯提出的以后总基于企业战略的业绩绩效模式,其构成为利润轮盘、现金轮盘和()。

- A. 资产轮盘 B. 负债轮盘 C. 销售利润率轮盘 D. 净资产收益率轮盘

47. 根据迈克·波特提出的“五力模型”,在行业中普遍存在五种竞争力量,分别是行业内现有企业间的竞争、新进入者的威胁、替代品的威胁、购买者的谈判能力和()。

- A. 供应者的谈判能力 B. 生产者的谈判能力
C. 销售者的谈判能力 D. 使用者的谈判能力

48. 某行业的市场趋于饱和,内部竞争异常激烈,许多小企业逐步被淘汰,行业由分散走向集中,按照行业生命周期理论,该行业处于()。

- A. 形成期 B. 成长期
C. 成熟期 D. 衰退期

49. 为了扭转亏损,某家电生产企业将旗下的洗衣机事业部整体出售,这一做法表明该企业采取的战略是()。

- A. 放弃战略 B. 暂停战略 C. 转向战略 D. 清算战略