

# 2024年中级经济师之中级工商管理高分通关题库 A4 可打印版

## 单选题（共 45 题）

1、某企业通过不同营销方法，使同种同质的产品在消费者心目中树立起不同的产品形象，进而根据自身特点，选取低于或高于竞争者的价格作为本企业产品价格，该企业采取的定价方法属于（ ）。

- A. 随行就市定价法
- B. 认知价值定价法
- C. 竞争价格定价法
- D. 密封投标定价法

**【答案】 C**

2、在服务产品常用的分销渠道模式中，服务业企业最常采用的模式是（ ）。

- A. 直接分销模式
- B. 中介机构组建的分销渠道
- C. 间接分销模式
- D. 平台销售模式

**【答案】 B**

3、一批产品或零件从投入到产出的时间间隔称为（ ）。

- A. 生产准备期
- B. 生产提前期
- C. 生产周期
- D. 生产间隔期

【答案】 C

4、某儿童玩具企业并生产经营 10 种军事系列，8 种城市系列，15 种公主系列，6 种森林系列玩具。其中，森林系列分为高中低三种价格档次，价格分别为 300 元、100 元和 30 元。目前该企业拟开发一种遥控玩具的投资额为 400 万元，年固定成本为 120 万元，年变动成本为 100 万元，目标年收益率为 20%，年销售量为 6 万个，遥控玩具上市后，该企业为迅速占领市场，决定将遥控玩具的定价低于同类产品，并且给与经销商折扣，购货超过 200 个，单价下调 10%。

A. 39

B. 33

C. 4

D. 18

【答案】 A

5、根据步行动作路线观察调查方法，估算一个店铺销售额的公式是()。

A. 销售额=动作路线的长度\*路过总次数\*视认次数\*购买次数\*商品单价

B. 销售额=动作路线的长度\*过路率\*购买率\*购买个数\*商品单价

C. 销售额=动作路线的长度\*过路率\*视认率\*购买率\*购买频数\*商品单价

D. 销售额=动作路线的长度\*过路率\*视认率\*购买率\*购买个数\*商品单价

【答案】 C

6、企业采购管理最基本的目标是(??)。

A. 降低存货投资和存货损失

B. 有效降低采购成本

C. 确保生产经营的物资需要

D. 保证并提高采购物品的质量

【答案】 C

7、在绩效考核时，以企业战略为导向，从顾客、内部流程、学习与成长、财务等角度建立与关键成功因素有密切联系的绩效指标体系。基于这种做法的绩效考核方法是（ ）。

A. 标杆超越法

B. 平衡计分卡

C. 关键绩效指标法

D. 目标管理法

【答案】 B

8、某企业随着业务规模扩大和经销商数量的增加，出现了渠道控制力下降及区域窜货等问题。按渠道冲突对企业发展的影响方向划分，该企业面对的渠道冲突属于（ ）。

A. 功能性冲突

B. 垂直冲突

C. 水平冲突

D. 破坏性冲突

【答案】 D

9、利用消费者仰慕名牌商品或名店的声望所产生的某种心理来制定商品的价格，这种心理定价策略是（ ）。

A. 声望定价策略

B. 习惯定价策略

C. 整数定价策略

D. 分档定价策略

【答案】 A

10、某股份有限公司召开股东大会表决与另一公司合并事项。根据我国公司法，此项决议必须经该股份有限公司出席会议的股东所持表决权的()通过。

A. 1 / 3 以上

B. 1 / 2 以上

C. 2 / 3 以上

D. 全体

【答案】 C

11、某企业把整个市场看成一个目标市场，只向市场投放一种产品，通过大规模分销和大众化广告推销产品。这种目标市场策略属于（）。

A. 无差异营销策略

B. 集中性营销策略

C. 差异性营销策略

D. 市场组合营销策略

【答案】 A

12、某企业通过官方门户网站的新闻报道，把企业、品牌、产品、服务等相关信息及时、全面地向社会公众广泛传播宣传，该企业所采用的网络营销方式是（）。

A. 网络知识性营销

B. 网络直复营销

C. 网络软文营销

D. 博客营销

【答案】 C

13、G 公司拟新建一条生产线，经调研和测算，该生产线的讲解寿命为 10 年，新建厂房投资额为 200 万元，设备投资额为 600 万元，流动资产投资额为 120 万元，公司决定，该投资形成的固定资产采用直线法计提折旧，无残值。该生产线建成投产后的第 2 年至第 10 年，每年可实现 200 万元净利润。公司总经理要求在进行项目可行性分析时，要根据风险评估来调整现金流量，以体现谨慎原则。

A. 100

B. 150

C. 240

D. 280

【答案】 D

14、企业高层领导确定企业战略，然后安排下层管理人员执行。这种战略实施模式为（ ）模式。

A. 指挥型

B. 转化型

C. 增长型

D. 合作型

【答案】 A

15、某国有独资公司拟改组监事会，确定监事会共有成员 9 人，根据我国公司法，该公司改组后监事会成员中职工代表不得少于（）人。

A. 3

B. 2

C. 1

D. 4

【答案】 A

16、人人网、开心网等都是（ ）型网站。

A. RSS

B. 博客营销

C. SNS

D. BBS

【答案】 C

17、在绩效考核时，以企业战略为导向，从顾客角度、内部流程角度、学习与成长角度、财务角度建立与关键成功因素有密切联系的绩效指标体系，基于这种做法的绩效考核方法是（ ）。

A. 平衡计分卡

B. 目标管理法

C. 标杆超越法

D. 关键绩效指标法

【答案】 A

18、关于企业库存的说法，错误的是（ ）。

A. 库存是指存储作为今后按预定的目的使用而处于闲置或非生产状态的物品

B. 经常库存指企业在正常的经营环境下为满足日常的需要而建立的库存

C. 库存存货是指已经运到企业，并已验收入库的各种原材料、半成品或商品

D. 委托代销库存是指委托其他单位代销，且办理代销结算的库存

【答案】 D

19、根据 MM 资本结构化，在没有企业所得税和个人所得税的情况下，风险相同的企业，其价值不受（ ）影响。

- A. 亏损
- B. 盈利
- C. 负债
- D. 行业竞争

【答案】 C

20、某日化企业通过生产业务外包的形式扩大生产，提高市场占有率。该企业采用的战略联盟形式是（ ）。

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

【答案】 A

21、（2020 年真题）某网络技术有限公司由高层管理集体进行共同战略决策，积极协调高层管理人员达成战略共识并付诸实施。该企业的战略实施模式是（ ）。

- A. 合作型
- B. 变革型
- C. 文化型
- D. 增长型

【答案】 A

22、某企业为降低营销成本，把整体市场看作一个大的目标市场、只投放单一产品，采用一种营销组合策略，该企业采用的是（ ）。

- A. 差异性营销策略
- B. 专业化营销策略
- C. 无差异营销策略
- D. 集中性营销策略

【答案】 C

23、某公司只生产洗衣机、空调、冰箱三种产品，且均使用“星星”这一品牌推广销售，这种品牌战略属于（ ）。

- A. 伞形品牌战略
- B. 产品线单一品牌战略
- C. 组合品牌战略
- D. 多品牌战略

【答案】 A

24、丰田生产方式的最基本的理念是（ ）。

- A. 以人为本
- B. 从需求出发，杜绝浪费
- C. 更短的生产周期
- D. 零缺陷

【答案】 B

25、企业生产计划指标中的废品率属于（ ）指标。

- A. 产品品种
- B. 产品产量
- C. 产品产值
- D. 产品质量

【答案】 D

26、下列不是经济订货批量模型假设的是（ ）。

- A. 只涉及一种产品
- B. 年需求量已知，而且在整个周期内是连续的
- C. 一年之中的需求发生平滑，需求比例按固定速度增长
- D. 货物脱销、市场反应速度等其他成本忽略不计

【答案】 C

27、商品空间位移（包括静止）过程中所耗费的各种资源的货币表现为（ ）。

- A. 企业销售物流成本
- B. 物流成本率
- C. 企业生产物流成本
- D. 仓库成本率

【答案】 A

28、（2021年真题）有限责任公司股东会表决年度利润分配方案和弥补亏损方案，经代表（ ）表决权的股东通过。

- A. 二分之一以上

- B. 三分之一以上
- C. 三分之二以上
- D. 四分之三以上

【答案】 A

29、累计编号法又称为（ ）。

- A. 在制品定额法
- B. 提前期法
- C. 生产周期法
- D. 生产间隔期法

【答案】 B

30、多品种小批量型生产的特征之一是（ ）。

- A. 生产重复程度极高
- B. 生产过程组织一般采用混流生产
- C. 物料的消耗定额可以准确制定
- D. 外部物流的协调比较容易

【答案】 B

31、控制采购的原材料及零部件的采购价格是企业生产过程中的重要环节，这说明企业采购具有（ ）功能。

- A. 生产成本控制
- B. 生产调度控制
- C. 产品质量控制

D. 促进新产品开发

【答案】 A

32、根据我国劳动合同法，非全日制用工劳动报酬的支付周期最长不得超过()日。

A. 7

B. 10

C. 15

D. 38

【答案】 C

33、(2018年真题)某企业生产的电视机统一使用“星X”品牌，同时对不同型号的电视机分别冠以“逸X”，“扬X”“彩X”等名称以突出产品的个性形象，这种品牌战略属于( )。

A. 统一品牌战略

B. 核心品牌战略

C. 独立品牌战略

D. 主副品牌战略

【答案】 D

34、根据迈克·波特教授提出的“五力模型”分析法，在行业中普遍存在五种竞争力量。这五种竞争力量分别是新进入者的威胁、行业中现有企业间的竞争、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

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/416211114122010241>