

2005年10月自考《企业管理咨询》试题 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/215/2021\\_2022\\_2005\\_E5\\_B9\\_B410\\_E6\\_c67\\_215576.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/215/2021_2022_2005_E5_B9_B410_E6_c67_215576.htm) 课程代码：00154

一、单项选择题（本大题共20小题，每小题1分，共20分）在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

- 1.咨询主体是客户企业变革的（ ） A.引导者 B.决策者 C.参与者 D.实施者
- 2.质量管理的宗旨和方向属于（ ） A.质量方针 B.质量控制 C.质量改进 D.质量保证
- 3.衡量企业产品的市场竞争力大小的一般指标为（ ） A.销售增长率 B.市场占有率 C.生产均衡率 D.劳动生产率
- 4.生产力系统和经营管理系统中的能动因素，主要指（ ） A.科技资源 B.物质资源 C.人力资源 D.信息资源
- 5.凡可放宽控制、管理粗放的物资，通常选择的订购方式为（ ） A.“以期订购”方式 B.“以量订购”方式 C.直达供应方式 D.混合方式
- 6.在设备磨损过程中，磨损速度最快、时间最短的阶段是（ ） A.初期磨损阶段 B.后期磨损阶段 C.正常磨损阶段 D.剧烈磨损阶段
- 7.当客户企业的品牌失去信誉，产品形象已经失去光彩时，宜采用的品牌策略为（ ） A.品牌扩展 B.多品牌 C.中间商品牌 D.品牌再定位
- 8.某企业产品投放地区数占全市场应销售地区数的比例，称作（ ） A.整体市场占有率 B.相对市场占有率 C.对比市场占有率 D.产品市场覆盖率
- 9.企业管理咨询的产生主要是由于（ ） A.咨询主体的发展 B.咨询客体的需要 C.咨询课题的扩大 D.咨询科学的发展
- 10.管理咨询组织的工作不为企业领导人意见所左右，表明其具有（ ） A.合作性 B.独立性 C.创造性 D.科学性
- 11.企业扩大老产品在原有市场上

的销售量，属于市场战略中的（ ） A.市场渗透型战略 B.市场开发型战略 C.产品开发型战略 D.混合型战略 12.若企业面临的宏观环境是平稳的，则对企业的影响是（ ） A.很少风险、很少机遇 B.少风险、大机遇 C.大风险、大机遇 D.无风险、无机遇 13.决定机构设置的最根本因素是（ ） A.权责结构 B.组织体制 C.职能 D.制度 14.以企业生产经营过程的某一阶段或某一要素为对象，能自成系统的职能是（ ） A.基本职能 B.派生职能 C.二级职能 D.综合职能 15.企业再生产的基本手段是（ ） A.原材料 B.工艺 C.设备 D.环境 16.若客户企业具有十分强大的科研和开发实力，则其适合的技术开发战略是（ ） A.全新型 B.换代型 C.改进型 D.引进型 17.在生产系统中，存在于输出环节的客体主要是（ ） A.生产要素 B.在制品 C.产品或服务 D.生产信息 18.产品质量首要的基本特性是（ ） A.产品外在质量特性 B.产品经济特性 C.产品寿命特性 D.产品性能特性 19.生产经营成果分析属于企业财务管理咨询中的（ ） A.财务成本战略咨询 B.经济效益咨询 C.成本管理咨询 D.资金管理咨询 20.在企业哲学的指导下，为实现企业目标所制定的企业方针和企业政策称为（ ） A.企业作风 B.企业精神 C.企业价值观 D.企业宗旨 [1] [2] [3] 下一页 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)