

连锁经营管理师（一级）考核方案

一、考核方式

连锁经营管理师（一级）的考核方式分为理论知识考试、操作技能考核、综合评审三项考核内容。理论知识考试和操作技能考核均采用闭卷计算机机考（或笔试）方式，综合评审采用口试方式。理论知识考试、操作技能考核、综合评审均实行百分制，成绩皆达 60 分及以上者为合格，不及格者可按规定分别补考。综合评审一般为本职业（连锁经营管理师（一级））最后一项考核内容，理论知识考试、操作技能考核成绩合格后才能参加。

二、理论知识考试方案（考试时间 90 分钟）

题型	题库参数	考试方式	题库数量	考核题量	分值 (分/题)	配分(分)
判断题		闭卷机考	254	25	1	25
单选题			508	55	1	55
多选题			254	10	2	20
小计		—	1016	90	—	100

三、操作技能考核方案（考试时间 90 分钟）

考核项目表

职业（工种）名称		连锁经营管理师			等级	一级			
职业代码		4-01-02-06							
序号	项目名称	单元编号	单元内容	考核方式	选考方式	考核时间（分钟）	题库数量	考核题量	配分（分）
1	人员、营运与财务管理	1	质量、服务与安全管理	闭卷 机考	必考	45	1	1	20
		2	人员、成本与绩效管理		必考				20
2	产品与营销管理	1	产品战略与渠道管理	闭卷 机考	必考	45	1	1	20
		2	市场定位与营销管理		必考				20
3	市场开发与特许经营	1	市场与商圈分析	闭卷 机考	必考	30	1	1	10
		2	特许经营管理		必考				10
合计						120	3	3	100
备注	封闭命题								

四、综合评审方案

综合评审要求表

职业（工种）名称	连锁经营管理师		等级	一级	
职业代码	4-01-02-06				
项目名称	单元编号	单元内容	考核方式	考核时间 (min)	配分
工作业绩评审	1	提交工作技术小结与业绩材料展示	评审	/	30
综合评审	1	工作技术小结答辩	口试	30	70
	2	拓展性提问			
合计					100
备注	<p>1、综合评审在工作技术小结和业绩证明等材料提交后进行。</p> <p>2、综合评审除工作技术小结答辩外，还包括本职业范畴的拓展性提问，测评职业资历与实践经验、专业素养、分析判断能力、应变能力、语言表达能力等。</p>				

连锁经营管理师（一级） 理论知识考试要素细目表

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	一级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
	1				职业道德	5	
	1	1			职业道德基本知识	2	
	1	1	1		职业道德的内涵	2	
1	1	1	1	1	职业道德的定义	1	
2	1	1	2	2	职业道德的基本内容	1	
	1	2			职业道德守则	3	
	1	2	1		职业道德内涵	3	
3	1	2	1	1	职业道德守则内容	1	
4	1	2	1	2	职业道德守则的价值	1	
5	1	2	1	3	职业道德守则的违规行为	1	
	2				基础知识	5	
	2	1			连锁经营管理相关知识	1	
	2	1	1		相关知识分类	1	
6	2	1	1	1	产品管理基础	1	
7	2	1	1	2	营销管理基础	1	
8	2	1	1	3	营运管理基础	1	
9	2	1	1	4	信息与数字化管理基础	1	
10	2	1	1	5	客户与服务管理基础	1	
	2	2			安全知识	1	
	2	2	1		安全知识分类	1	
11	2	2	1	1	消防安全知识	1	
12	2	2	1	2	人身安全知识	1	
13	2	2	1	3	食品安全知识	1	
14	2	2	1	4	信息安全知识	1	
	2	3			环保知识	1	
	2	3	1		环保分类	1	
15	2	3	1	1	节能减排	1	
16	2	3	1	2	绿色物流	1	
	2	4			相关法律法规知识	2	
	2	4	1		法律法规分类	2	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	一级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
17	2	4	1	1	《中华人民共和国民法典》相关知识	1	
18	2	4	1	2	《中华人民共和国劳动法》相关知识	1	
19	2	4	1	3	《中华人民共和国劳动合同法》相关知识	1	
20	2	4	1	4	《中华人民共和国公司法》相关知识	1	
21	2	4	1	5	《中华人民共和国产品质量法》相关知识	1	
22	2	4	1	6	《中华人民共和国价格法》相关知识	1	
23	2	4	1	7	《中华人民共和国反不正当竞争法》相关知识	1	
24	2	4	1	8	《中华人民共和国广告法》相关知识	1	
25	2	4	1	9	《中华人民共和国消费者权益法》相关知识	1	
26	2	4	1	10	《中华人民共和国商标法》相关知识	1	
27	2	4	1	11	《中华人民共和国食品安全法》相关知识	1	
28	2	4	1	12	《商业特许经营管理条例》相关知识	1	
	3				产品管理	15	
	3	1			制定产品战略	5	
	3	1	1		产品定位的概念和类型	1	
29	3	1	1	1	产品定位的概念	1	
30	3	1	1	2	产品定位的类型	1	
31	3	1	1	3	产品经营范围的确定	1	
	3	1	2		品类管理体系的构成	1	
32	3	1	2	1	商品组合结构管理	1	
33	3	1	2	2	单品数配置管理	1	
34	3	1	2	3	商品组合与选择管理	1	
35	3	1	2	4	新品引进管理	1	
36	3	1	2	5	滞销品管理	1	
	3	1	3		品类管理标准化的实施方法	1	
37	3	1	3	1	商品组合结构管理规范	1	
38	3	1	3	2	单品数配置管理的控制标准	1	
39	3	1	3	3	商品组合与选择管理的控制标准	1	
40	3	1	3	4	新品引进的控制标准	1	
41	3	1	3	5	滞销品管理控制标准	1	
	3	1	4		供应商协同的方式与方案制定原则	1	
42	3	1	4	1	供应商协同的方式	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	一级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
	3	1	5		品类战略回顾的目的与分类方法	1	
43	3	1	5	1	品类战略回顾的目的	1	
	3	2			品牌招商管理	4	
	3	2	1		招商规划方案的编制原则与方法	1	
44	3	2	1	1	招商规划方案的编制原则	1	
	3	2	2		产品（品牌）外部环境变化评估要素	1	
45	3	2	2	1	产品（品牌）外部环境	1	
	3	2	3		招商政策与招商文件编制方法	2	
46	3	2	3	1	招商政策	1	
47	3	2	3	2	招商文件编制方法	1	
	3	3			采购管理	4	
	3	3	1		采购谈判的内容与方法	1	
48	3	3	1	1	采购谈判的内容	1	
49	3	3	1	2	采购谈判的方法	1	
	3	3	2		采购管理体系的构成	1	
50	3	3	2	1	中央采购制度	1	
51	3	3	2	2	采购方法	1	
52	3	3	2	3	采购控制	1	
	3	3	3		供应商绩效评估系统的构成	2	
53	3	3	3	1	供应商管理工作	1	
54	3	3	3	2	供应商分类管理	1	
55	3	3	3	3	供应商评估标准	1	
56	3	3	3	4	供应商筛选标准	1	
	3	4			库存管理	2	
	3	4	1		配送中心库存测算方法和采购原则	1	
57	3	4	1	1	配送中心库存测算方法	1	
58	3	4	1	2	配送中心的采购原则	1	
	3	4	2		库存监控内容与分析方法	1	
59	3	4	2	1	库存监控内容	1	
60	3	4	2	2	库存监控分析方法	1	
	4				营销管理	15	
	4	1			市场定位	5	
	4	1	1		市场规模测算方法	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	一级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
61	4	1	1	1	测算方法	1	
	4	1	2		市场可行性分析报告内容	1	
62	4	1	2	1	市场分析报告	1	
	4	1	3		消费者购买行为分析	1	
63	4	1	3	1	购买行为	1	
	4	1	4		消费者市场调研	1	
64	4	1	4	1	市场调研	1	
	4	1	5		顾客满意和顾客忠诚	1	
65	4	1	5	1	顾客忠诚	1	
	4	2			渠道管理	5	
	4	2	1		营销渠道的建立	1	
66	4	2	1	1	营销渠道	1	
	4	2	2		营销渠道组合的模式	1	
67	4	2	2	1	营销组合	1	
	4	2	3		营销渠道模式的选择	1	
68	4	2	3	1	营销模式	1	
	4	2	4		营销渠道的量化管理	1	
69	4	2	4	1	量化管理	1	
	4	2	5		营销效果评估的内容与标准	1	
70	4	2	5	1	营销效果评估的内容与标准	1	
	4	3			营销策划	5	
	4	3	1		营销战略	1	
71	4	3	1	1	产品战略	1	
72	4	3	1	2	价格战略	1	
73	4	3	1	3	促销战略	1	
	4	3	2		线上与线下全渠道营销的策略和步骤	1	
74	4	3	2	1	线上全渠道营销的策略	1	
75	4	3	2	2	线下全渠道营销的策略	1	
76	4	3	2	3	线上与线下全渠道营销的路径	1	
	4	3	3		品牌营销策略的制定方法	1	
77	4	3	3	1	品牌形象构成及价值	1	
78	4	3	3	2	连锁品牌形象设计	1	
79	4	3	3	3	品牌形象战略实施	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	一级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
	4	3	4		营销策划管理控制	2	
80	4	3	4	1	零售企业企划报告控制	1	
81	4	3	4	2	零售企业 CI 系统报告控制	1	
82	4	3	4	3	零售企业促销方案制定控制	1	
83	4	3	4	4	零售企业卖场气氛布置控制	1	
84	4	3	4	5	零售企业 POP 广告制作控制	1	
85	4	3	4	6	零售企业场外促销活动控制	1	
	5				营运管理	10	
	5	1			规范和质量	4	
	5	1	1		营运管理体系的构成	1	
86	5	1	1	1	营运管理概述	1	
87	5	1	1	2	营运管理的基本特征	1	
88	5	1	1	3	营运管理的内容	1	
89	5	1	1	4	营运管理绩效指标体系	1	
	5	1	2		质量与环境标准体系的构成	1	
90	5	1	2	1	质量管理体系构成	1	
91	5	1	2	2	产品质量体系构成	1	
92	5	1	2	3	环境标准体系构成	1	
	5	1	3		营运管理手册的内容与编制方法	1	
93	5	1	3	1	营运管理手册的内容	1	
94	5	1	3	2	营运管理手册的编制方法	1	
	5	1	4		质量管理手册的编制方法	1	
95	5	1	4	1	质量管理概述	1	
96	5	1	4	2	产品质量管理的编制	1	
97	5	1	4	3	服务质量管理的编制	1	
98	5	1	4	4	顾客投诉管理的编制	1	
	5	2			客服管理	2	
	5	2	1		连锁企业服务管理分类与标准划分	1	
99	5	2	1	1	连锁企业服务的特征	1	
100	5	2	1	2	连锁企业服务管理分类	1	
101	5	2	1	3	连锁企业服务管理的标准划分	1	
	5	2	2		顾客忠诚度管理体系的构成	1	
102	5	2	2	1	顾客价值	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	一级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
103	5	2	2	2	顾客满意度	1	
104	5	2	2	3	顾客忠诚度	1	
105	5	2	2	4	客户关系管理定义	1	
106	5	2	2	5	客户关系管理要素	1	
107	5	2	2	6	客户关系管理的业务流程和步骤	1	
108	5	2	2	7	不同方式投诉的受理流程	1	
109	5	2	2	8	客户投诉的处理阶段	1	
110	5	2	2	9	客户投诉的反馈阶段	1	
111	5	2	2	10	零售企业客户咨询管理控制	1	
112	5	2	2	11	零售企业存包处管理控制	1	
113	5	2	2	12	零售企业会员管理控制	1	
114	5	2	2	13	零售企业卖场播音控制	1	
115	5	2	2	14	零售企业赠品管理控制	1	
116	5	2	2	15	零售企业发票开具控制	1	
	5	3			安全与危机管理	4	
	5	3	1		连锁企业安全管理体系的内容与实施要求	1	
117	5	3	1	1	连锁企业防损管理实施	1	
118	5	3	1	2	连锁企业安全监控管理实施	1	
119	5	3	1	3	连锁企业消防工作管理实施	1	
	5	3	2		危机预防与管理体系的内容与应对策略	1	
120	5	3	2	1	危机管理	1	
121	5	3	2	2	危机防范管理	1	
122	5	3	2	3	危机应对策略	1	
123	5	3	2	4	危机善后工作	1	
	5	3	3		媒体舆情危机的处置方法与技巧	1	
124	5	3	3	1	媒体舆情的含义	1	
125	5	3	3	2	媒体舆情危机的处置方法与技巧	1	
	5	3	4		突发危机的处置流程	1	
126	5	3	4	1	突发危机的特点	1	
127	5	3	4	2	突发危机的处置流程	1	
	6				信息与数字化管理	15	
	6	1			信息数据分析与决策	8	
	6	1	1		企业营运信息数据的分析与决策方法	2	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	一级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
128	6	1	1	1	企业营运信息数据的分析	1	
129	6	1	1	2	企业营运信息数据的决策方法	1	
	6	1	2		企业供应链信息数据的分析与决策方法	2	
130	6	1	2	1	企业供应链信息数据的分析	1	
131	6	1	2	2	企业供应链信息数据的功能	1	
	6	1	3		企业财务信息数据的分析与决策方法	2	
132	6	1	3	1	企业财务信息数据的分析	1	
133	6	1	3	2	企业财务信息数据的决策方法	1	
	6	1	4		企业顾客信息数据的分析与决策方法	2	
134	6	1	4	1	企业顾客信息数据的分析	1	
135	6	1	4	2	企业顾客信息数据的决策方法	1	
	6	2			数字化运营	7	
	6	2	1		线上与线下数字化运营流程	2	
136	6	2	1	1	数字化运营目标	1	
137	6	2	1	2	数字化运营执行	1	
138	6	2	1	3	数字化运营改善	1	
	6	2	2		线上与线下数字化经营模式的构建方法	2	
139	6	2	2	1	数字化改造	1	
140	6	2	2	2	数字化运营	1	
141	6	2	2	3	线上线下一体化	1	
	6	2	3		线上与线下数字化经营平台的建立方法	2	
142	6	2	3	1	自建平台	1	
143	6	2	3	2	外部云平台	1	
144	6	2	3	3	阿里/腾讯赋能	1	
	6	2	4		线上与线下数字化创新平台模式	1	
145	6	2	4	1	体验式消费	1	
146	6	2	4	2	线上线下直营经销	1	
147	6	2	4	2	开放式社交思维	1	
	7				人员管理	10	
	7	1			团队建设	5	
	7	1	1		领导方式与胜任力的评估方法	2	
148	7	1	1	1	领导方式的评估方法	1	
149	7	1	1	2	领导胜任力的特征	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	一级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
150	7	1	1	3	领导胜任力的评估方法	1	
	7	1	2		激励机制与奖惩机制的内容和方法	2	
151	7	1	2	1	激励机制的内容和方法	1	
152	7	1	2	2	奖惩机制的内容和方法	1	
	7	1	3		薪酬体系的构成要素	1	
153	7	1	3	1	薪酬构成	1	
154	7	1	3	2	薪酬计算方法	1	
155	7	1	3	3	薪酬体系管理流程与要求	1	
	7	2			企业文化建设	5	
	7	2	1		企业文化功能与机制	2	
156	7	2	1	1	企业文化功能	1	
157	7	2	1	2	企业文化机制	1	
158	7	2	1	3	企业文化作用	1	
	7	2	2		企业文化体系建设的原则与程序	2	
159	7	2	2	1	企业文化体系建设的原则	1	
160	7	2	2	2	企业文化体系建设的程序	1	
161	7	2	2	3	企业文化体系建设的内容	1	
162	7	2	1	4	企业文化建设的方式方法	1	
	7	2	3		企业团队文化建设	1	
163	7	2	3	1	团队管理的特征	1	
164	7	2	3	2	优秀企业建设的要素	1	
	8				财务管理	10	
	8	1			资产管理	2	
	8	1	1		资产构成与统计分析方法	1	
165	8	1	1	1	资产分类	1	
166	8	1	1	2	资产的特点	1	
167	8	1	1	3	资产的决策方法	1	
	8	1	2		资产管理的内容与方法	1	
168	8	1	2	1	资产管理的目的	1	
169	8	1	2	2	资产管理的内容	1	
170	8	1	2	3	资产管理的方法	1	
	8	2			成本效益分析	4	
	8	2	1		区域成本预测与决策方法	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	一级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
171	8	2	1	1	区域成本制定程序	1	
172	8	2	1	2	区域成本的管理	1	
173	8	2	1	3	区域成本编制与决策	1	
	8	2	2		区域成本计划编制方法	1	
174	8	2	2	1	构成项目	1	
175	8	2	2	2	编制方法	1	
	8	2	3		区域成本分析与成本目标管理方法	1	
176	8	2	3	1	区域成本的控制范围	1	
177	8	2	2	2	区域成本的原则	1	
178	8	2	2	3	降低成本费用的途径	1	
	8	2	4		区域综合业绩与效益分析方法	1	
179	8	2	4	1	区域综合业绩指标的原则与要求	1	
180	8	2	4	2	区域业绩评价指标	1	
181	8	2	4	3	区域效益考核方法	1	
	8	3			预算管理	4	
	8	3	1		区域预算目标确定原则	1	
182	8	3	1	1	区域预算目标的原则	1	
183	8	3	1	2	区域预算目标的要求	1	
	8	3	2		区域预算编制原则	1	
184	8	3	2	1	固定预算和弹性预算	1	
185	8	3	2	2	增量运算和零基预算	1	
186	8	3	2	3	定期预算和滚动预算	1	
	8	3	3		区域预算控制策略	1	
187	8	3	3	1	区域预算控制的意义	1	
188	8	3	2	2	区域预算控制的方法	1	
	8	3	4		区域财务报告	1	
189	8	3	4	1	资产负债表的编制	1	
190	8	3	4	2	利润表的编制	1	
191	8	3	4	3	财务报告分析	1	
	9				市场开发管理	10	
	9	1			市场发展规划	2	
	9	1	1		市场拓展战略与发展模式的内容与制定方法	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	一级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
192	9	1	1	1	市场拓展战略内容	1	
193	9	1	1	2	市场发展模式内容	1	
194	9	1	1	3	市场发展模式影响因素	1	
195	9	1	1	4	市场发展模式的制定方法	1	
	9	1	2		市场开发标准的内容	1	
196	9	1	2	1	市场开发的标准化建设	1	
197	9	1	2	2	市场开发的内容建设	1	
	9	2			城市与商圈分析	3	
	9	2	1		城市评估基本要素、步骤与方法	1	
198	9	2	1	1	评估基本要素	1	
199	9	2	1	2	商圈分析的类型	1	
200	9	2	1	3	商圈分析的基本步骤与方法	1	
	9	2	2		城市评估报告的内容与编制方法	1	
201	9	2	2	1	城市评估报告的内容	1	
202	9	2	2	2	城市评估报告内容与编制方法	1	
	9	2	3		商圈评估报告审核标准与流程	1	
203	9	2	3	1	商圈评估报告审核标准	1	
204	9	2	3	2	商圈评估报告流程	1	
	9	3			投资分析	2	
	9	3	1		门店开发评估体系的内容与构建方法	1	
205	9	3	1	1	门店开发评估体系的标准	1	
206	9	3	1	2	门店开发评估体系的要求	1	
207	9	3	1	3	门店开发评估体系的构建方法	1	
	9	3	2		门店开发投资决策的方法	1	
208	9	3	2	1	门店选址的考虑因素	1	
209	9	3	2	2	具体步骤	1	
210	9	3	2	3	盈亏平衡分析	1	
	9	4			门店布局	3	
	9	4	1		门店卖场区域划分标准与方法	1	
211	9	4	1	1	门店卖场划分的特点	1	
212	9	4	1	2	门店卖场区域划分标准	1	
213	9	4	1	3	门店卖场区域划分方法	1	
	9	4	2		门店业态的组合模式与效率的评估方法	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	一级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
214	9	4	2	1	传统型业态的选择	1	
215	9	4	2	2	复合型业态的选择	1	
216	9	4	2	3	现代型业态的选择	1	
217	9	4	2	4	评估体系构成	1	
218	9	4	2	5	经营绩效评价	1	
219	9	4	2	6	财务绩效评价	1	
	9	4	3		门店结构设计与活动评估	1	
220	9	4	3	1	门店的组织结构	1	
221	9	4	3	2	门店的职能	1	
222	9	4	3	3	门店的管理职责	1	
223	9	4	3	4	活动实施	1	
224	9	4	3	5	评估方法	1	
225	9	4	3	6	顾客服务评估	1	
	10				特许经营管理	5	
	10	1			特许经营市场分析	1	
	10	1	1		特许经营项目实施计划的内容、风险构成与报告内容	1	
226	10	1	1	1	特许经营项目实施计划的内容	1	
227	10	1	1	2	特许经营项目实施计划的编制方法	1	
228	10	1	1	3	风险因素的构成	1	
229	10	1	1	4	风险因素的防范措施	1	
230	10	1	1	5	特许经营可行性分析要素	1	
231	10	1	1	6	特许经营可行性分析方法	1	
232	10	1	1	7	特许经营可行性分析报告内容	1	
	10	2			特许经营模式设计	2	
	10	2	1		特许经营模式设计与费用组成	1	
233	10	2	1	1	特许经营模式的差异	1	
234	10	2	1	2	特许经营的流程设计	1	
235	10	2	1	3	特许经营业务模式设计与方法	1	
236	10	2	1	4	特许经营费用的组成	1	
237	10	2	1	5	特许经营费用的影响因素	1	
238	10	2	1	6	特许经营费用的设计方法	1	
	10	2	2		特许经营管理体系的构成与策略	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	一级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
239	10	2	2	1	加盟关系的构建	1	
240	10	2	2	2	提升加盟总部的管理服务水平	1	
241	10	2	2	3	加盟双方的沟通	1	
242	10	2	2	4	财务策略	1	
243	10	2	2	5	营销策略	1	
	10	3			特许经营文件编制与落实	2	
	10	3	1		特许加盟招商文件的内容、管理流程与内容	1	
244	10	3	1	1	招商计划	1	
245	10	3	1	2	方式的选择	1	
246	10	3	1	3	文件的准备	1	
247	10	3	1	4	加盟商运营管理的工作原则	1	
248	10	3	1	5	加盟商运营管理的流程	1	
249	10	3	1	6	加盟商运营管理的內容	1	
	10	3	2		特许经营合同的内容、条款与签订	1	
250	10	3	2	1	特许经营合同的特征	1	
251	10	3	2	2	特许经营合同的内容	1	
252	10	3	2	3	特许经营合同的条款	1	
253	10	3	2	4	特许经营合同形式	1	
254	10	3	2	5	履行的注意事项	1	

连锁经营管理师（一级） 操作技能考核要素细目表

职业（工种）名称				连锁经营管理师	等级	一级
序号	考核点代码			名称·内容	备注	
	项目	单元	细目			
	1			人员、营运与财务管理	40分	
	1	1		质量、服务与安全管理	20分	
1	1	1	1	根据企业发展战略目标和内部管理制度，制定门店运营的质量和服務管理标准，分析影响门店规范、标准执行的因素		
2	1	1	2	根据企业战略规划，能理解顾客服务策略，优化顾客投诉流程，制定安全管理标准，规划应对各类危机的预案		
	1	2		人员、成本与绩效管理	20分	
3	1	2	1	根据企业的发展战略规划，制定和执行人力资源计划，组织企业管理团队，建立内部沟通机制，培育企业文化		
4	1	2	2	根据企业发展战略规划，建立各部门规章制度，执行人员培训计划，制定绩效考核方案，实施绩效管理		
5	1	2	3	根据企业运营状况，编制资金需求计划，分析资金使用效率的影响因素		
6	1	2	4	根据企业发展规划，编制和实施门店成本计划，能制定和执行门店预算		
	2			产品与营销管理	40分	
	2	1		产品战略与渠道管理	20分	
7	2	1	1	依据市场分析结果，对企业产品结构进行分析，按照品类管理理念完成货架优化工作		
8	2	1	2	依据产品计划，完成品牌招商业务，根据采购计划完成上游渠道管理，优化采购流程，制定库存计划		
	2	2		市场定位与营销管理	20分	
9	2	1	1	根据企业发展目标和市场定位，实施顾客调查，完成市场细分工作		
10	2	1	2	在市场细分的基础上完成宣传和营销策划方案		
	3			市场开发与特许经营	20分	

职业（工种）名称				连锁经营管理师	等级	一级
序号	考核点代码			名称·内容	备注	
	项目	单元	细目			
	3	1		市场与商圈分析	10分	
11	3	1	1	根据企业市场定位和发展战略，完成目标市场调查，形成分析报告		
12	3	1	2	根据企业发展战略，对门店所属商圈进行调查分析，编制调查报告，对影响商圈的因素进行分析列举		
	3	2		特许经营管理	10分	
13	3	1	1	根据企业发展规划，完成对新开店的投资分析报告，制定门店内外部规划报告		
14	3	1	2	根据企业发展规划，制定和实施特许推广方案，建立加盟商管理方案，完成和实施督导评价标准体系		

理论知识复习题

职业道德

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 · 狭义上的职业道德是指在一定职业活动中应遵循的、体现一定职业特征的、调整一定职业关系的职业行为准则和规范。（ ）
- 2 · 职业道德主要通过调节企业与市场的关系，增强企业的凝聚力。（ ）
- 3 · 创新对企事业和个人发展的作用表现在个人提高自身职业道德水平的重要条件（ ）
- 4 · 职业道德守则的价值主要表现在其对社会、群体组织和从业者个人三个层面上。（ ）
- 5 · 维护企业信誉必须做到保守企业一切秘密（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 · 狭义上的职业道德是指在一定职业活动中应遵循的、体现一定职业特征的、调整一定职业（ ）的职业行为准则和规范。
(A) 能力 (B) 关系 (C) 特点 (D) 内涵
- 2 · 关于诚实守信的说法，你认为错误的是（ ）。
(A) 诚实守信是市场经济法则 (B) 诚实守信是企业的无形资产 (C) 诚实守信是为人之本 (D) 奉行诚实守信的原则在市场经济中必定无法立足
- 3 · 要做到遵纪守法，对每个职工来说，必须做到（ ）。
(A) 有法可依 (B) 反对“管”、“卡”、“压” (C) 反对自由主义 (D) 努力学法，知法、守法、用法
- 4 · 职业道德守则的社会价值，通过（ ）来满足社会的需要。
(A) 从业者个体 (B) 群体组织 (C) 社会 (D) 职业群体
- 5 · 现实生活中一些人不断地跳槽到另一家公司，虽然说有利于人才的流动，但也说明这些从业人员缺乏（ ）
(A) 工作技能 (B) 强烈的职业责任感 (C) 光明磊落的态度 (D) 坚持真理的品质

三、多项选择题（选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 · 不同的职业人员在特定的职业活动中形成了特殊的职业关系，包括了（ ）。
(A) 职业主体与职业服务对象之间的关系 (B) 同一职业团体内部人与人之间的关系
(C) 职业劳动者 (D) 职业团体之间的关系 (E) 职业团体与国家之间关系
- 2 · 以下关于以德治国与依法治国的关系中不正确的是（ ）

- (A) 依法治国比以德治国更为重要 (B) 以德治国比依法治国更为重要 (C) 治国是目的，法制是手段 (D) 两者是相辅相成，相互促进 (E) 两者没有关系
3. 职业道德守则包括 ()。
- (A) 忠于职守，爱岗敬业 (B) 讲究规范，注重质量 (C) 钻研业务，开拓创新 (D) 遵纪守法，协作诚信 (E) 以上都不是
4. 职业道德守则的价值在于 ()。
- (A) 有利于企业提高产品和服务的质量 (B) 降低成本 (C) 有利于协调职工之间、职工与领导之间的关系 (D) 有利于企业树立良好形象，创造著名品牌 (E) 提高劳动生产率和效率
5. 以下那种行为属于不诚实劳动： ()
- (A) 出工不出力 (B) 制造假冒伪劣产品 (C) 盗版 (D) 炒股票 (E) 以上都是

理论知识复习题

基础知识

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 . 盘点作业可分为初点作业、复点作业和抽点作业。（ ）
- 2 . 产品组合是连锁企业提供给顾客的一组产品，包括所有产品线和产品项目（ ）
- 3 . 零售运营管理的对象是零售服务（ ）
- 4 . 连锁企业管理信息系统应具备的性能主要是安全可靠、可扩充性、先进性和易用性（ ）
- 5 . 顾客期望的形成源于购买的经验、亲友的影响、竞争者的信息和许诺等（ ）
- 6 . 门店的消防总指挥是保安部经理。（ ）
- 7 . 消费者有权要求经营者提供的商品和服务，尤其是那些可能危及人体健康、人身安全和财产安全的商品与服务，必须符合安全要求。（ ）
- 8 . 落实食品质量查验责任，严防有毒有害、污染、变质、不合格视频、冒牌视频进入经营场所，严防食品安全事故发生。（ ）
- 9 . 对企业内部用户的管理，系统应采用操作系统、数据库级用户权限和应用程序运行权限三重控制机制。（ ）
- 10 . 来自自然界不需要加工或转换而直接加以利用的能源叫二次能源（ ）
- 11 . “绿色物流”的概念：绿色物流是指以降低对环境的污染、减少资源消耗为目标，利用先进物流技术规划和实施运输、储存、包装、装卸、流通加工等物流活动。（ ）
- 12 . 当事人订立合同时，只能采取书面形式，以便于以后处理问题。（ ）
- 13 . 无固定期限劳动合同，是指用人单位和劳动者约定无确定续订时间的劳动合同。（ ）
- 14 . 用人单位发生分立或者合并等情况，原劳动合同由用人单位决定是否有效。（ ）
- 15 . 根据《中华人民共和国公司法》，股份有限公司董事会成员中应当包括公司职工代表。（ ）
- 16 . 《中华人民共和国产品质量法》规定的罚款和《刑法》规定的罚金，都是由违法行为人向国家缴纳一定数量的金钱，两者本质上是一回事。（ ）
- 17 . 市场形成价格是社会主义市场价格体制的核心，《价格法》规定我国实行市场调节价、政府指导价、政府定价三种价格形成形式，其中市场调节价在市场价格机制中占主导地位。（ ）
- 18 . 各级人民政府应该采取措施，制止不正当竞争行为，为价格竞争创造良好的环境和条

- 件。（ ）
- 19 . 广告主、广告经营者、广告发布者之间在广告活动中应当订立书面合同（ ）
- 20 . 按照《中华人民共和国消费者权益法》的规定，保护消费者的合法权益是政府的责任。（ ）
- 21 . 县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名，不得作为商标，但是，地名具有其他含义或者作为集体商标、证明商标组成部分的除外。（ ）
- 22 . 《中华人民共和国食品安全法》规定，国家食品药品监管部门负责餐饮消费环节监督管理。（ ）
- 23 . 特许经营合同约定的特许经营期限应当不少于 3 年。（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 零售商的商品政策是（ ）
 (A) 市场组分化策略 (B) 丰满策略 (C) 齐全策略 (D) 以上都是
- 2 . 广而浅的产品组合的优点是（ ）
 (A) 专业产品品种齐全 (B) 便于企业专业化管理 (C) 目标市场比较广泛，经营面较广 (D) 能稳定顾客，增加重复购买的可能性
- 3 . 零售企业绩效管理的主要方法不包括（ ）
 (A) 比较法 (B) 特性法 (C) 预测法 (D) 行为法
- 4 . 以下哪个不是连锁企业的信息系统？（ ）
 (A) 总部管理信息系统 (B) 门店管理信息系统 (C) 配送中心管理信息系统 (D) 库存管理信息系统
- 5 . 有效的客户投诉管理不仅能使客户满意，还能为企业带来正面影响，除了（ ）
 (A) 能有效防止客户的流失 (B) 能帮助企业尽可能减少负面影响 (C) 能使企业获得免费的有价值的信息 (D) 竞争对手效仿
- 6 . 保安部全面负责门店的消防报警和灭火器材的管理，负责以下工作，除了（ ）
 (A) 设备的定期检查 (B) 设备的试验和修理 (C) 建立档案登记 (D) 采购设备
- 7 . 门店安全作业管理的重要性，不包括以下哪项？（ ）
 (A) 确保消费者购物的安全 (B) 提供员工安全的工作环境 (C) 减少门店的财物损失 (D) 应付检查
- 8 . 以下哪种行为违反了从业人员的食品卫生安全管理制度？（ ）
 (A) 不准吸烟、吃食物 (B) 不准穿工作服上厕所 (C) 个人的衣服、药品、化妆品不得存放在食品区域 (D) 没有穿防护衣
- 9 . （ ）和应用软件的漏洞是电脑比较脆弱的地方，容易受到黑客的攻击和病毒木马入侵。

- (A) 操作系统 (B) 硬盘 (C) 显卡 (D) 虚拟内存
10. 循环经济的基本运行模式是“自然产品——产品——()”的循环模式，相对于封闭式和非线性式经济模式。
- (A) 再生资源 (B) 废弃物 (C) 报废产品 (D) 工业废料
11. 在以下关于物流对环境的危害的叙述中，不正确的是()
- (A) 物流活动 (B) 物流信息 (C) 物流设施 (D) 物流管理
12. 构成民事法律关系的三要素为()
- (A) 主体、行为、权利和义务 (B) 物、行为、智力和成果 (C) 主体合格、内容合法、意思真实 (D) 主体、客体、内容
13. 劳动者在试用期的工资不得低于本单位相同岗位最低档工资或者劳动合同约定工资的()，并不得低于用人单位所在地的最低工资标准。
- (A) 30% (B) 50% (C) 60% (D) 80%
14. 用人单位拖欠或者未足额支付劳动报酬的，劳动者可以依法向当地人民法院申请()
- (A) 法律援助 (B) 支付令 (C) 社会救济 (D) 依法制裁用人单位
15. 甲、乙两公司和郑某张某欲共同设立一家有限责任公司，并在拟定公司章程时约定了各自的出资方式，下列有关各股东的部分出资方式中，符合公司法律制度规定的是()
- (A) 甲公司以其获得的某知名品牌特许经营权评估作价 20 万元出资 (B) 乙公司以其企业商誉评估作价 30 万元出资 (C) 郑某以其享有的某项专利权评估作价 40 万元出资 (D) 张某以其设定了抵押权的某房产作价 50 万元出资
16. 生产者生产产品需要遵守的责任和义务不包括()
- (A) 不得掺假、掺杂 (B) 不得以假充真、以次充好 (C) 不得以不合格产品冒充合格产品 (D) 不得拒绝客户要求
17. 《中华人民共和国价格法》一方面规定国家实行主要由市场形成价格的机制，另一方面又规定国家要调控价格总水平。国家要调控价格总水平的根本原因是()
- (A) 市场对资源配置起基础作用 (B) 商品的价格总水平不一定完全由社会必要劳动时间决定 (C) 完全由市场形成的价格超越了人们的承受能力，所以要国家调控 (D) 市场具有自发性、投机性、滞后性的弱点和消极作用
18. 某商场为了庆祝 21 周年，推出了抽奖式的附奖增促销活动，根据《中华人民共和国反不正当竞争法》规定，最高的奖励限额是()
- (A) 4000 元 (B) 5000 元 (C) 50000 元 (D) 10000 元
19. 当事人对广告监督管理机关的行政处罚决定不服，可以在接到处罚通知()日内向做出处罚决定的上一级机关申请复议
- (A) 15 (B) 60 (C) 90 (D) 30
20. 消费者在购买、使用商品和接受服务时，应享有()

- (A) 价格优惠 (B) 热情接待 (C) 人格尊严 (D) 特殊照顾
21. 注册商标因连续三年未使用，被商标局撤销，下列说法中正确的是 ()
- (A) 该注册商标权自始即不存在 (B) 商标权从撤销决定之日起终止 (C) 对已经履行的商标许可行为具有溯及力 (D) 商标权从撤销决定六日起满三个月失效
22. 被吊销食品生产、流通或者餐饮服务许可证单位，其直接负责的主管人员自处罚 () 内不得从事食品生产经营管理工作。
- (A) 二年 (B) 三年 (C) 四年 (D) 五年
23. 特许人从事特许经营活动应当拥有成熟的经营模式，并具备为被特许人持续提供以下多种服务的能力，除了 ()。
- (A) 经营指导 (B) 技术支持 (C) 业务培训 (D) 资金扶持

三、多项选择题（选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

1. 以下哪些属于连锁经营的产品管理范围 ()
- (A) 制定产品战略 (B) 品牌招商管理 (C) 采购管理 (D) 库存管理 (E) 产品陈设
2. 连锁企业营销战略包括哪几个部分？ ()
- (A) 产品战略 (B) 价格战略 (C) 网点发展战略 (D) 促销战略 (E) 以上都不是
3. 运营管理发展历史包括 ()
- (A) 工业革命之前的管理 (B) 以效率为核心的运营管理 (C) 以人为核心的运营理念 (D) 以组织内外部系统设计为核心的运营思想 (E) 以技术为支撑，以优化产品和服务水平为核心的运营理念
4. 连锁企业主要的信息系统功能有 ()
- (A) POS 系统 (B) EDI 系统 (C) EOS 系统 (D) MIS 系统 (E) VAN 系统
5. 顾客感知利益包括 ()
- (A) 产品价值 (B) 服务价值 (C) 人员价值 (D) 形象价值 (E) 附加价值
6. 门店意外事故应变小组的编制由 () 组成。
- (A) 总指挥 (B) 副总指挥 (C) 救灾组组长 (D) 人员疏散组 (E) 财务抢救组
7. 不安全的卖场陈设与员工作业，容易使顾客或员工在卖场活动时，发生意外事故，主要包括以下几种情况 ()
- (A) 商品陈列不安全 (B) 卖场装横不安全 (C) 货架摆设不安全 (D) 地面缺乏安全 (E) 员工作业方式不当
8. 食品安全管理制度包括 ()
- (A) 岗位责任制 (B) 进货检查验收制度 (C) 索证索票制度 (D) 食品质量自检制度

- (E) 食品销售管理制度
- 9 · 连锁企业互联网信息管理系统的管理和维护包括以下工作：（ ）
- (A) 服务器的维护 (B) 数据的备份 (C) 各子系统内容的更新 (D) 用户的管理 (E) 后台数据库的维护和网络安全与维护
- 10 · 节能减排的工作重点是（ ）
- (A) 加快产业结构调整 (B) 大力发展循环经济 (C) 强化技术创新 (D) 加强组织领导 (E) 健全考核机制
- 11 · 绿色物流的内涵包括以下（ ）方面
- (A) 集约资源 (B) 绿色运输 (C) 绿色仓储 (D) 绿色包装 (E) 废弃物物流
- 12 · 不可抗力的判定需要同时满足以下哪些条件？（ ）
- (A) 不能预见 (B) 不能克服 (C) 不可抗力因为客观情况 (D) 不能避免 (E) 突发情况
- 13 · 劳动法律关系主体的权力和义务具有（ ）
- (A) 统一性 (B) 对应性 (C) 单一性 (D) 权益性 (E) 可能性
- 14 · 致使劳动合同终止的情形包括（ ）
- (A) 劳动合同期满 (B) 用人单位法定代表人死亡 (C) 劳动者被人民法院宣告失踪 (D) 劳动者死亡或者被人民法院宣告死亡 (E) 用人单位被依法宣告破产
- 15 · 董事会对股东会负责，依法行使下列职责（ ）
- (A) 对公司增加或者减少注册资本做出决议 (B) 对发行公司债券作出决议 (C) 制定公司合并、分立、解散或者变更公司形式的方案 (D) 决定公司的经营计划和投资方案 (E) 制定公司规章制度
- 16 · 下列对产品标识说法正确的是（ ）
- (A) 产品标识所用文字应当为规范中文 (B) 产品标识在使用规范中文的同时，可以使用汉语拼音或者外文 (C) 产品标识中，汉语拼音和外文应当小于相应中文 (D) 产品标识使用的汉字、数字和字母，其字体高度不得小于 1.8 毫米 (E) 以同时使用少数民族文字，少数民族文字应当与汉字有严密的对应关系。
- 17 · 哪些商品服务实行政府指导价和政府定价？（ ）
- (A) 与国民经济发展和人民生活关系重大的极少数商品 (B) 资源稀缺的少数商品 (C) 自然垄断经营的商品 (D) 重要的公用事业 (E) 重要的公益性服务
- 18 · 下列正确的选项为（ ）
- (A) 我国反不正当竞争法仅指 1993 年 9 月 2 日颁布的《中华人民共和国反不正当竞争法》 (B) 通常而言，竞争法包括反不正当竞争法和反垄断法 (C) 反不正当竞争法是规范市场竞争秩序的法律部门，与知识产权法没有关系 (D) 经营者必须是经工商登记，具有经营资格的个人、法人或者其他经营组织 (E) 经营者是指从事商品经营或者

营利性服务的个人、法人或者其他经济组织

- 19 . 对药品、医疗器械的广告内容要求不得有（ ）
- (A) 含有不科学的表示功效的断言或者保证的内容 (B) 说明至于或者有效率的内容
(C) 和其他药品、医疗器械的功效和安全性比较的内容 (D) 利用医药科研单位、学术机构、医疗机构或者专家、医生、患者做证明的内容 (E) 法律惩罚规定禁止的其他内容
- 20 . 经营者提供商品或者服务造成消费者财产损害的，应当按照消费者的要求承担（ ）民事责任
- (A) 修理、重做 (B) 更换、退货、补足数量 (C) 退还货款 (D) 支付服务费 (E) 赔偿损失
- 21 . 认定驰名商标应当考虑的因素：相关公众对该商标的知晓程度，以及（ ）
- (A) 该商标使用的持续时间 (B) 该商标驰名的其他因素 (C) 该商标的任何宣传工作的持续时间 (D) 该商标的任何宣传工作的程度和地理范围 (E) 该商标作为驰名商标受保护的记录
- 22 . 禁止食品生产经营者经营的食物、食品添加剂、食物相关产品有（ ）
- (A) 标注虚假生产日期的食物、食品添加剂 (B) 国家为防病等特殊需要明令禁止生产经营的产品 (C) 无标签的预包装食品、食品添加剂 (D) 超过范围、超限量使用食品添加剂的食物 (E) 标注虚假保质期或者超过保质期的食物、食品添加剂
- 23 . 特许人向商务主管部门备案，应当提交下列文件、资料（ ）
- (A) 营业执照复印件或者企业登记（注册）证书复印件 (B) 特许经营合同样本 (C) 特许经营操作手册 (D) 市场计划书 (E) 国务院商务主管部门规定的其他文件、资料

理论知识复习题

产品管理

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 · 产品定位是连锁经营企业根据所服务的目标顾客、目标市场和企业所制定的竞争策略（ ）
- 2 · 专业店的产品定位是根据市场的需求、竞争对手、经营者的实力（ ）
- 3 · 商品经营范围是指零售商经营的商品目录及其组合方式。（ ）
- 4 · 商品大分类是根据商品功能与用途进行分类。（ ）
- 5 · 适当配置单品数，可以提高卖场的利润。（ ）
- 6 · 商品功能组合前应进行食品和日用品的分类。（ ）
- 7 · 需求性引进是指以顾客需求为基础，考虑顾客对新品的需求程度、对新品的要求以及顾客的消费习惯三个要素。（ ）
- 8 · 超过半年无销量的产品称为滞销商品。（ ）
- 9 · 商品贡献度是商品结构优化的参考指标之一。（ ）
- 10 · 单品数配置管理的控制的目的是明确单品数的配置要求，合理配置单品数。（ ）
- 11 · 高价位的商品往往是该小分类中销售量的佼佼者。（ ）
- 12 · 食品类的引进标准是《食品卫生法》、《食品标签通用标准》。（ ）
- 13 · 管理好本门店滞销商品可以减少滞销品带来的损失。（ ）
- 14 · 供应商协同管理的内容包括样品试剂申请与跟踪管理。（ ）
- 15 · 战略层面的品类管理的回顾主要是重新审视制定零售品类总战略所依据的企业战略。（ ）
- 16 · 招商方案的编制不包括方案实施后的跟踪和反馈。（ ）
- 17 · 宏观环境分析常用的模型是 SWOT 分析法。（ ）
- 18 · 招商政策是当今经济一体化趋势日益加强的形势下广泛运用的一种经济交往方式，需要跨学科、跨专业的专业学问。（ ）
- 19 · 招商文件的编制需要遵循可行性和可靠性。（ ）
- 20 · 采购谈判的具体内容包括采购商品、送货、促销、价格、付款条件和售后服务保证等。（ ）
- 21 · 采购谈判要尽量提供准确的数据，例如市场份额、销售额等进行谈判。（ ）

- 22 . 中央采购制度下，各门店对商品采购无建议权，但有决定权。（ ）
- 23 . 所谓经济采购批量，就是使采购费用与保管费用之和减少到最小限度的采购批量。（ ）
- 24 . 采购控制包括流程、预算、指标控制，不需要供应商的考核控制。（ ）
- 25 . 对供应商进行编码，第一位为商品大分类代码，后三位为商品细目代码。（ ）
- 26 . 主力供应商采用排他性的经营方式，与其签订独家销售合同。（ ）
- 27 . 商品质量只需要符合有关国家规定即可，和消费者无关。（ ）
- 28 . 供应商的管理标准直接影响其商品的质量和价格以及财务水平。（ ）
- 29 . 确定安全库存常用的方法有概率法和市场调查法。（ ）
- 30 . 订货量不一定是一个常数，因此要对商品的销售进行动态分析。（ ）
- 31 . 存量管理标准的安全存量=每日出货量*2。（ ）
- 32 . 库存的控制管理方法主要有两种：推动式的和拉动式的。（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 以下各业态的产品定位，不正确的是（ ）
- （A）大型综合超市：消费者日常生活所需的全部中低档的商品。（B）便利店：应急、必须的商品（C）专卖店：市场知名度广、商业信誉好（D）仓储式商场：根据市场的需求、竞争对手、经营者的实力
- 2 . 商品细目（单品）是对商品规格、花色、（ ）等级的详尽划分，可以更具体地反映商品的特征。
- （A）重量（B）质量（C）服务（D）价格
- 3 . 按照消费者对商品的选择程度分类，可将商品分为便利品、（ ）、特殊品、非寻购品等。
- （A）急需用品（B）普通用品（C）选购品（D）快捷品
- 4 . 商品综合分类由以下层次进行，除了（ ）
- （A）大分类（B）中分类（C）小分类（D）细目
- 5 . 根据经营内容配置单品数，以下哪项是不正确的（ ）
- （A）食品和非食品各 50%：15000-20000 个（B）食品为主（生鲜）：《6000 个（C）食品 70-80%，杂货 20-30%：6000-10000 个（D）应急商品为主：10000 个
- 6 . 商品品牌组合定价要考虑以下各项因素，除了（ ）
- （A）顾客（B）竞争对手（C）供应商（D）股东
- 7 . 以下不属于初级生鲜食品引进的创新的是（ ）
- （A）开发净菜（B）从省外或国外引进新品种（C）积极引进反季节蔬菜和水果（D）争取同类产品早上市、晚下市
- 8 . 以下不属于商品滞销的原因是（ ）

- (A) 商品本身存在质量问题 (B) 供货不及时，延误了销售时机 (C) 贸然大量进货
(D) 竞争对手的计谋
- 9 . 以下不属于新单品导入的是 ()
(A) 新单品增加量 (B) 新单品的价格 (C) 新单品的服务 (D) 自制品或其他制品
- 10 . 同一小分类单品，应充分满足价位分布要求，以 () 为主
(A) 高价位 (B) 低价位 (C) 中间价位 (D) 优势价位
- 11 . 选择商品要考虑商品的品质与 ()
(A) 服务 (B) 价格 (C) 销量 (D) 品牌
- 12 . 以下不是进口保健食品引进的标准是 ()
(A) 进口食品卫生监督管理暂行规定 (B) 保健食品管理方法 (C) 保健食品标识规定
(D) 食品卫生法
- 13 . 销售量淘汰法适用于 () 的商品。
(A) 主力 (B) 单价低 (C) 单价高 (D) 所有
- 14 . 订单变更流程里不包括 ()
(A) 变更请求 (B) 变更审批 (C) 询价 (D) 消息通知
- 15 . 品类管理回顾的目的不包括 ()。
(A) 能够及时分析品类管理中的方法是否正确，目标是否明确等因素 (B) 品类评分表的回顾能使零售商和供应商更好地满足购物者的需求 (C) 增加零供双方的互信，使品类管理能够真正服务于零供双方的企业战略 (D) 可以有效地降低成本，增加效益
- 16 . 招商方案的编制步骤有以下几点，除了 ()
(A) 确立目标 (B) 召开高层会议 (C) 广泛收集各方面资料 (D) 比较各方案
- 17 . 下列 () 的情况下，新进入者的威胁会增加。
(A) 行业规模经济性高 (B) 行业中产品差异化低 (C) 行业对资本需求大 (D) 现有产品有与规模经济无关的成本优势
- 18 . 新引进品牌的试销期为 () 个月。
(A) 3 (B) 6 (C) 10 (D) 12
- 19 . 根据公司商品销售情况、商品淘汰数量、 () 及促销活动计划确定招商数量。
(A) 消费者需求调查 (B) 供应商资质调查 (C) 商品库存情况 (D) 消费者认可程度
- 20 . 供应商条件包括以下几点，除了 ()
(A) 供货条件 (B) 订货条件 (C) 付款条件 (D) 广告费用承担
- 21 . 下列谈判中符合优势谈判的秘诀是 ()
(A) 自己先表态报价 (B) 把起草合同的任务交给对方 (C) 无论对方的谈判技巧多么差劲，都要表示祝贺 (D) 白脸——黑脸策略一旦被识破，就必须放弃该策略。
- 22 . 中央采购制度的缺点是 ()

- (A) 可以降低采购费用 (B) 责任容易模糊, 不利于考核 (C) 规范企业采购行为 (D) 提高谈判的议价能力
- 23 . 定时采购的优点是 ()
- (A) 可以制定周密的采购计划 (B) 易出现断货 (C) 盘点工作复杂 (D) 不能随时掌握库存动态
- 24 . 以下不属于指标控制的考核体系的是 ()
- (A) 谈判能力指标 (B) 毛利率指标 (C) 商品结构指标 (D) 销售额指标
- 25 . 下面哪项不是建立供应商台账的内容? ()
- (A) 商品名称 (B) 盈利率 (C) 销售额 (D) 供应商代码
- 26 . 核心供应商的比例约为 ()
- (A) 50% (B) 30% (C) 20% (D) 10%
- 27 . 以下不是交易条件的评估标准的是 ()
- (A) 付款条件 (B) 价格及价格折扣优惠 (C) 外界评价良好 (D) 售后服务保证
- 28 . 按照质量水平的标准, 企业不应该选择以下那种供应商? ()
- (A) 规模大 (B) 质量平稳 (C) 符合企业质量标准 (D) 价格合理
- 29 . 最大最小的订货系统的工作程序中不包括 ()
- (A) 每隔一定时间间隔检查库存及确定库存余额 (B) 库存余额小于订货点时发出订货 (C) 确定最大库存量及再订货点 (D) 确定采购订货期
- 30 . 订货量的确定十分复杂, 以下不需要考虑的因素是 ()
- (A) 每日销售量 (B) 订货至送达的前置时间 (C) 陈列空间 (D) 价格
- 31 . 以下不属于存量标准的是 ()
- (A) 安全存量 (B) 最高存量 (C) 日出销量 (D) 请购量
- 32 . 以下不属于供应商管理库存 (VMI) 的系统原则的是 ()
- (A) 合作性 (B) 互惠性 (C) 目标一致 (D) 独立性

三、多项选择题 (选择两个及以上正确的答案, 将相应的字母填入题内的括号中)

- 1 . 产品定位的基本原则有 ()
- (A) 充分适应和满足消费者的某类需求 (B) 充分考虑市场上的竞争对手 (C) 要与零售业态特征一致 (D) 要求动态的管理 (E) 以不变应万变
- 2 . 产品定位的类型有 ()
- (A) 区域覆盖型 (B) 市场目标型 (C) 混合型 (D) 特色型 (E) 竞争型
- 3 . 影响商品经管范围的因素有 ()

- (A) 业态类型与规模特点 (B) 店址与目标市场 (C) 商品的生命周期 (D) 竞争对手的情况 (E) 商品的联动效应
- 4 . 确定商品组合的步骤, 可按照以下进行 () 。
- (A) 对商品进行大、中、小分类 (B) 确定主力商品、辅助商品 (C) 确定关联 (D) 商品确定商品组合的宽度和深度 (E) 确定商品组合结构
- 5 . 以下哪些因素在增加单品数时, 对企业利润有关? ()
- (A) 单品销售额 (B) 平均毛利率 (C) 经营费用 (D) 时效 (E) 客单价
- 6 . 以下按功能性组合商品的方式有: ()
- (A) 写字台型 (B) 方箱型 (C) 薄板型 (D) 木棍型 (E) 棋子型
- 7 . 新品引进计划是新品引进的一项重要工作, 主要有以下几个步骤: ()
- (A) 增加商品分类 (B) 增加商品品种 (C) 建立利润的分类标准 (D) 建立季节性重点商品采购计划 (E) 制订自行开发商品计划
- 8 . 以下属于滞销商品应对的措施有 ()
- (A) 退回厂家 (B) 回收利用 (C) 转入连锁折扣店 (D) 低价处理 (E) 转到商品处理货架
- 9 . 商品组合结构管理规范的目的有 ()
- (A) 节省陈列空间 (B) 有目的地删除和增加新单品 (C) 有效地和供货商谈判 (D) 提高对顾客的吸引力 (E) 提高商品的竞争力
- 10 . 得知新商品的方法有 ()
- (A) 向厂家询问 (B) 市场及竞争店调查 (C) 市场价格带 (D) 广告商品 (E) 季节性商品
- 11 . 商品组合管理规范里规定, 商品组合的原则有 ()
- (A) 利润导向原则 (B) 商品化原则 (C) 品种齐全原则 (D) 商品群原则 (E) 重点商品原则
- 12 . 新品引进的控制规范包括 ()
- (A) 合格证检查 (B) 清点检查 (C) 抽样检查 (D) 索取有关文件 (E) 标志包装检查
- 13 . 以下属于滞销品的淘汰标准的是有 ()
- (A) 排行榜淘汰法 (B) 销售量淘汰法 (C) 销售额淘汰法 (D) 质量淘汰法 (E) 人为淘汰法
- 14 . 以下属于供应商协同管理的内容的是 ()
- (A) 信息管理 (B) 交货与退货查询 (C) 供货品质反馈 (D) 对账和付款结算 (E) 采购订单的确认、变更与跟踪
- 15 . 第一磁石卖场的配置的商品类型包括 ()
- (A) 消费量多的商品 (B) 消费频度高的商品 (C) 主力商品 (D) 单价高的商品 (E)

单价低的商品

- 16 . 以下属于招商规划编制的原则的有 ()
- (A) 注意安全性 (B) 注意时机性 (C) 注意落实性 (D) 注意协调性 (E) 注意市场性
- 17 . 下列属于社会和文化环境因素的有 ()
- (A) 社会流动性 (B) 消费心理 (C) 文化传统 (D) 价值观 (E) 消费水平
- 18 . 招商政策分为 () 几类。
- (A) 报税 (B) 优惠地价 (C) 租金优惠 (D) 科技人才 (E) 财政政策
- 19 . 招商文件的编制包括 ()
- (A) 确立招商活动的目标 (B) 确定招商方案的原则 (C) 招商方案的实施 (D) 招商方案的实施与反馈 (E) 招商方案的内容
- 20 . 商品采购计划包括以下内容 ()
- (A) 总量目标 (B) 比例结构 (C) 周转率 (D) 进货标准 (E) 交易条件
- 21 . 采购谈判的技巧有以下几点 ()
- (A) 谈判前做好充分准备 (B) 只与有决定权的人谈判 (C) 即使对产品有兴趣, 也不要表现出来 (D) 以“开放式”的方式提问 (E) 以肯定的语气和对方谈话
- 22 . 中央采购制度的缺陷的弥补方式有 ()
- (A) 完善信息系统 (B) 岗前培训 (C) 经常参观门店 (D) 委派专人负责协调 (E) 权力适度下放
- 23 . 采购方法有 ()
- (A) 定时采购 (B) 定点采购 (C) 招标采购 (D) 联合采购 (E) 持续补货
- 24 . 流程控制包括以下几项内容 ()
- (A) 建立采购组织 (B) 制定采购计划 (C) 确定供应商和货源 (D) 谈判及签约 (E) 商品入场试销和正式销售
- 25 . 供应商进行管理, 需要做好以下哪些工作? ()
- (A) 对供应商进行分类与编号 (B) 建立供应商档案 (C) 建立供应商商品台账 (D) 采购合同管理 (E) 检查和监督商品和服务
- 26 . 供应商的分类管理指标有 ()
- (A) 销售毛利业绩 (B) 品牌组合 (C) 公司规模的性质 (D) 配合度 (E) 以上都不对
- 27 . 供应商的评估标准包括 ()
- (A) 供应商所供应的商品评估标准 (B) 货源的可靠程度评估标准 (C) 交货评估标准 (D) 交易条件评估标准 (E) 供应商的信誉评估标准
- 28 . 供应商筛选标准有 ()
- (A) 技术水平 (B) 质量水平 (C) 生产能力 (D) 价格情况 (E) 服务水平
- 29 . 库存管理方法有 ()

- (A) ABC 法 (B) EOQ 法 (C) MRP 法 (D) JIT 法 (E) VMI 法
- 30 .合理订货量的确定包括 ()
- (A) 准备把握商品库存量和其他信息 (B) 实施细致的商品管理 (C) 分析和把握商品销售趋势 (D) 分析节假日对销售的影响 (E) 分析季节的变化对销售的影响
- 31 .根据库存构成,分以下 () 方面来控制库存。
- (A) 需求管理 (B) 供应链上游管理 (C) 供需平衡 (D) 产能提升 (E) 库存周转率
- 32 .库存监控工作具体包括以下几项 ()
- (A) 各部商品主管每周进行周盘点 (B) 各部商品主管每日检查并分析 RF 枪 (C) 库管人员每日必须检查库房单品和低周转商品的数量 (D) 各商品部营业员检查商品排面 (E) 调拨信息的反馈

理论知识复习题

营销管理

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 . 市场规模测算的两种方法，自上而下的方法和自下而上的方法进行测算。（ ）
- 2 . 市场分析就是通过市场现状调查来认识项目产品市场的现在和过去，通过市场预测来认识市场的未来，通过市场趋势综合分析揭示出整个市场的结构和规律。（ ）
- 3 . 消费者购买行为的类型有考究型、调试型、变换型、常规型四类种。（ ）
- 4 . 实验法的最大特点是把调查对象置于特定空间内进行调研。（ ）
- 5 . 顾客价值是指消费者从产品或服务中获得的利益，这种利益主要是物质的。（ ）
- 6 . 营销渠道是一个制造商产品流向消费者渠道，制造商对其管理水平高低和控制力度大小，对该产品市场占有率提高有至关重要作用。（ ）
- 7 . 营销渠道中，通常存在多种形态的“流”，包括所有权流、实体流、信息流、促销流和货币流。（ ）
- 8 . 直接营销渠道也叫直销、自销或者叫零级渠道。（ ）
- 9 . 经销商的销售考核包括销售计划完成率、铺货率、销售增长率等多项指标。（ ）
- 10 . 响应率显示了客人对该活动的兴趣以及品牌的受欢迎度。（ ）
- 11 . 产品战略直接影响其他营销战略组合的管理。（ ）
- 12 . 可变价格政策的优点是刺激消费，加速商品周转。（ ）
- 13 . 促销的主要任务是引起消费者的注意与兴趣。（ ）
- 14 . 线上的促销优惠活动能激发一定的用户产生购买欲望。（ ）
- 15 . 渠道整合常见的是同类型商品之间的联动，现在许多行业内不相关的企业会进行这样的合作，一是打破形象，二是可能获取对方消费资源。（ ）
- 16 . 零售企业要建立与供应商、物流企业、第三方电子商务平台的合作机制，但是竞争者是不能合作的。（ ）
- 17 . 强势品牌形象是指大多数消费者对商店的看法趋于一致，连锁品牌在消费者头脑中具有鲜明的形象特征，足以影响其购买行为。（ ）
- 18 . 行为识别系统包括两个方面：员工的外在行为和员工的隐性行为。（ ）
- 19 . 外部推广是要将总部所展现的商店形象推广到所有门店中。（ ）
- 20 . 营销工具的种类有优惠、赠品、免费和竞赛营销等。（ ）
- 21 . 编制 CI 系统的前期准备包括设计企业的视觉识别体系。（ ）
- 22 . 促销主题关键在于新和实，新是指富有新意，实是指商品是正品。（ ）

- 23 . 卖场的色彩应该以深色为主，如果卖场面积不大，就要用多点的色彩。（ ）
- 24 . POP 广告最关键的因素是文案和色彩。（ ）
- 25 . 场外活动方案的构成要素与促销方案的构成要素是一致的。（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 以下不属于自下而上的市场规模推算方法的是（ ）
（A）典型反推法（B）抽样分析法（C）需求推算法（D）拍脑袋法
- 2 . 可行性研究分为三个阶段，除了（ ）
（A）初步可行性研究（B）详细可行性研究（C）可行性研究报告（D）数据分析
- 3 . 以下不属于影响消费者购买因素的是（ ）
（A）内在因素（B）不确定因素（C）外在因素（D）企业因素
- 4 . 以下不属于观察法的是（ ）
（A）实验法（B）直接观察法（C）亲身经历法（D）行为记录法
- 5 . 以下不属于培养顾客忠诚度的是（ ）
（A）建立顾客档案（B）提供超值服务（C）电话访问频繁（D）举办多种顾客活动
- 6 . 依据人有限理性、信息不充分和（ ）原理，制造商及其业务代表应通过各种渠道影响中间商决策，促使其加入营销渠道。
（A）对称（B）不对称（C）感性（D）差异化
- 7 . 分销渠道的每个层次使用同种类型的中间商数目的多少，被称为分销渠道的（ ）
（A）宽度（B）长度（C）深度（D）关联度
- 8 . 直接分销渠道主要用于分销的产品是（ ）
（A）消费品（B）产业用品（C）农产品（D）食品
- 9 . CRM 作为渠道量化管理的工具，具有以下作用，除了（ ）
（A）记录和经销商沟通联络全过程（B）实现对经销商的透明化、精细化管理（C）实现对渠道准确而迅速的绩效考核（D）对渠道变革没有作用
- 10 . 以下不属于品牌负债的是（ ）
（A）品质信誉（B）失败的产品或服务（C）诉讼和抵制（D）可疑的商业行为
- 11 . 窄而浅的产品组合的优点不包括（ ）
（A）投资少（B）产品占有资金不多（C）见效快（D）方便顾客
- 12 . 以下不属于定价方法的是（ ）
（A）成本导向法（B）竞争导向法（C）需求导向法（D）目标导向法
- 13 . 促销和营销的关系说法正确的是（ ）
（A）促销就是营销（B）促销是营销策略中的一部分（C）促销是营销的发展（D）营销的重点是促销

- 14 . 大部分消费会通过互联网（ ）查找产品服务，网络信息宽广，所以大部分电商企业重点通过方式实现用户流量获取。
- (A) 搜索引擎 (B) APP (C) 网站 (D) 朋友圈
- 15 . () 可线上线下结合方式进行推广，根据功能服务属性线上标注线下服务门店，通过转发有礼、邀请好友获得不同礼品等方式实现用户进店量。
- (A) 门店展示 (B) 渠道整合 (C) 进店有礼 (D) 传单发放
- 16 . 线上与线下全渠道营销的路径之一是针对线上线下不同客户群体进行（ ）营销。
- (A) 目标 (B) 精准 (C) 重点 (D) 定期
- 17 . 强势品牌形象价值有以下几点，除了（ ）
- (A) 向顾客传达清晰的价值感 (B) 向同行传达清晰的价值感 (C) 向员工传达清晰的价值感 (D) 向整个社会传达清晰的价值感
- 18 . 确定商店形象主题是寻找一个鲜明的主题来突出商店形象所代表的企业理念、市场定位、（ ），规划企业社会公众心目中的特定位置和印象。
- (A) 风格定位 (B) 产品定位 (C) 品牌定位 (D) 业态定位
- 19 . 品牌形象的内部推广包括以下几项，除了（ ）
- (A) 有计划地实施公益活动 (B) 品牌形象理念的推广 (C) 运营手册行为的推广 (D) 确保员工受到激励
- 20 . 以下不属于外部情况调查的是（ ）
- (A) 零售店调查 (B) 营业资料分析 (C) 批发市场调查 (D) 专项调查
- 21 . 以下不属于管理阶段的工作是（ ）
- (A) 对内发表 CI 成果 (B) 利用广告媒体对外发布 CI 成果 (C) 评价 CI 系统实施效果 (D) 制定具体的工作流程
- 22 . 促销时间安排一般不会安排在（ ）
- (A) 节假日 (B) 零售企业纪念日 (C) 换季时节 (D) 竞争对手促销日
- 23 . 关于陈列柜照明，以下哪项说法不正确？（ ）
- (A) 如要照亮下方的商品，只要在陈列柜的 2/3 高处的照明杆往前伸即可 (B) 陈列柜因光线不易平均照射，故照明相当困难 (C) 两侧都在使用的陈列柜，在两侧均配有照明装置，照明效果较好 (D) 陈列柜的墙壁先要考虑商品的色彩，再决定墙壁的颜色
- 24 . 以下不属于 POP 制作的原则的是（ ）
- (A) POP 风格应与目标消费群心理特征一致 (B) POP 广告上的促销价与原价同时标出，以示区别 (C) 文字尽量详细 (D) 写清限制条件
- 25 . 撰写活动方案的目的，一方面是向公司申请资源，一方面是与（ ）沟通以获得支持。
- (A) 消费者 (B) 目标顾客 (C) 网点 (D) 供应商

三、多项选择题（选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 计算市场规模时需要考虑以下（ ）几点。
(A) 当前的市场规模是如何测算的，计算逻辑是什么？ (B) 我们面对的是一个什么样的市场，增长潜力有多大？受哪些因素影响？ (C) 这个市场的终极模式会是什么样的？大概需要多长时间可以达到？ (D) 市场目前发展到什么阶段？驱动力是什么 (E) 市场的瓶颈可能在哪里。
- 2 . 市场的可行性分析报告包括（ ）
(A) 市场调查 (B) 市场预测 (C) 市场趋势的综合分析 (D) 市场规模 (E) 市场定位
- 3 . 消费者购买决策的过程有（ ）
(A) 引起需要 (B) 收集信息 (C) 分析选择 (D) 决定购买 (E) 售后评价
- 4 . 市场调研的程序一般分为（ ）
(A) 确定调研目标 (B) 制定调研计划 (C) 实施调研计划 (D) 数据整理和分析 (E) 撰写调研报告
- 5 . 为顾客提供超值服务主要包括（ ）
(A) 贵宾卡和特权 (B) 每月提供个人购物目录 (C) 奖励 (D) 人性化服务
- 6 . 选择渠道成员具有一定的标准，包括（ ）
(A) 管理水平 (B) 经营规模 (C) 合作精神 (D) 对顾客服务水平 (E) 对新生事物接受程度
- 7 . 营销渠道的功能有（ ）
(A) 便利 (B) 调节 (C) 服务 (D) 流通 (E) 降低成本
- 8 . 营销渠道选择的原则有（ ）
(A) 目标差异化 (B) 利益性 (C) 弹性 (D) 随机性 (E) 合作性
- 9 . 营销渠道的量化管理包括（ ）
(A) 销售业绩 (B) 信誉 (C) 市场开拓能力 (D) 渠道价格 (E) 经销商综合业绩
- 10 . 营销效果评估有哪些内容？（ ）
(A) 品牌知名度 (B) 品牌价值 (C) 响应率 (D) 转化率 (E) 成本
- 11 . 自有品牌开发需要注意一下问题（ ）
(A) 商标策略 (B) 商品选择 (C) 价格策略 (D) 价值来源 (E) 促销策略
- 12 . 稳定价格政策的优点有（ ）
(A) 稳定商品销售 (B) 减少人员开支和其他费用 (C) 为顾客提供更优质的服务 (D) 可以保持顾客的忠诚 (E) 以一带十，达到连带消费的目的
- 13 . 与其他促销工具相比，宣传具有下列特点（ ）
(A) 高度可信 (B) 没有防御 (C) 戏剧化表现 (D) 成本比较高 (E) 能够快速建立知晓度

- 14 .新媒体渠道（ ）是目前互联网企业都比较重视发展的渠道，通过线下或线上活动增加粉丝提升用户关注度，通过活动引发用户转发裂变传播。
- (A) 微博 (B) 微信 (C) 抖音 (D) 自媒体 (E) 杂志
- 15 .线下的渠道营销策略包括（ ）
- (A) 门店展示 (B) 人群属性 (C) 进店有礼活动 (D) 传单发放 (E) 渠道整合
- 16 .线上与线下全渠道营销的路径有（ ）
- (A) 建立跨渠道合作机制 (B) 实施差异化经营战略 (C) 构建全渠道云商平台 (D) 打破线上线不同渠道间的壁垒 (E) 建立一站式购物平台
- 17 .连锁商店的形象包括（ ）
- (A) 市场形象 (B) 外观形象 (C) 商品形象 (D) 经营者形象 (E) 企业风气形象
- 18 .企业管理者与消费者对商店的形象认识差异主要来自以下原因（ ）
- (A) 原有的形象对新形象产生了强烈的影响 (B) 竞争对手有准备的树立企业形象所造成的影响 (C) 企业自身或其对手所犯的错误的事故 (D) 有些有影响力的媒体或人物赞扬或攻击企业所造成的影响 (E) 眼前的利益没有被潜在顾客看到或认识到
- 19 .门店的考核制度的主要目的有（ ）
- (A) 帮助门店认识自己的不足 (B) 总部派人进行专门指导 (C) 经验交流 (D) 提高门店服务质量 (E) 区分好和差
- 20 .零售企业企划报告包括（ ）
- (A) 企业主要政策 (B) 营业目标 (C) 推广计划 (D) 市场调查计划 (E) 销售管理计划
- 21 .CI 系统造型设计包括（ ）
- (A) 造型彩色稿及造型说明 (B) 造型立体效果图 (C) 造型基本动态 (D) 造型单色印刷规范 (E) 造型展开使用规范
- 22 .促销方案制定的原则有（ ）
- (A) 时效性 (B) 前瞻性 (C) 合法性 (D) 及时性 (E) 可接受性
- 23 .打造视觉效果可以从以下（ ）入手。
- (A) 灯光 (B) 色彩 (C) 内部装饰 (D) POP 广告 (E) 其他装饰品
- 24 .POP 广告在销售中的作用有（ ）
- (A) 使企业的销售作用活泼化 (B) 推动销售 (C) 推销供货厂商的商品 (D) 促使顾客产生购买的冲动 (E) 为消费者提供相应的信息
- 25 .场外促销活动的目的有（ ）
- (A) 新品上市 (B) 处理滞销品 (C) 加大分销减轻库存 (D) 品牌宣传 (E) 重大节日例行促销

理论知识复习题

营运管理

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 . 运营活动是企业活动的主体，企业创造的价值都在这一活动期间完成。（ ）
- 2 . 零售运营属于企业运营的一种，故零售运营的概念本质上与企业运营概念一致，没有特殊性。（ ）
- 3 . 运营流程设计是运营流程与执行的一项内容。（ ）
- 4 . 在确定开店速度时，一定要注意与本企业连锁化经营的制度建立、人才培养、后勤支援能力等相适应，否则，连锁化经营的快速发展的风险是很大的。（ ）
- 5 . 质量体系是为实施质量管理所需的组织结构、职责、程序和资源等构成的有机整体。（ ）
- 6 . 一个企业要是能将 1/4 的质量管理精力花在供应商管理上，那么商品质量通常可以提高 50%左右。（ ）
- 7 . 环境目标和环境指标可以量化，环境表现是可测量的。（ ）
- 8 . 营运手册里不需要编写有关突发事件处理的内容。（ ）
- 9 . 营业手册的编写实际上是将连锁门店经营的经验、技巧上升为明确的理论和原则。（ ）
- 10 . 顾客满意理论是在服务质量理论的基础上产生的。（ ）
- 11 . 企业的销售目标分析是从销售计划开始的 PDCA 循环的最后两个阶段。如果只完成了销售计划的 95%，则要分析失败的原因，假设企业完成了销售计划的 110%，则不需要分析成功的原因。（ ）
- 12 . 服务质量体系就是为实施服务质量管理所需的组织结构、程序、过程和资源。（ ）
- 13 . 投诉者是指因提供的产品和服务，或投诉处理过程引发客户不满意，并被要求解决不满意问题的生产者或经营者。（ ）
- 14 . 服务是包括服务所有权转移的特殊形式的交易活动。（ ）
- 15 . 尽管可以根据不同的因素来划分服务，但仍然不可避免地存在两个缺陷：第一，由于服务产品创新和技术进步，新的服务业不断产生，给服务理论研究带来相当大的不确定性；第二，有关服务业的这些分类是从不同的角度认识服务，缺乏统一的、被一致认同的分类标准。（ ）

16. 只有当管理者的职责及资源以及质量体系结构二者之间相互配合和协调时，才能保证顾客满意。（ ）
17. 顾客让渡价值是一个基于顾客感知的概念。（ ）
18. 购买同样的产品或服务，顾客的满意度是一样的。（ ）
19. 顾客满意即意味着顾客具有忠诚度。（ ）
20. CRM 的核心思想就是：客户是企业的一项重要资产，客户关怀是 CRM 的中心，客户关怀的目的是与所选客户建立长期和有效的业务关系，在与客户的每一个“接触点”上都更加接近客户、了解客户，最大限度地增加利润和利润占有率。（ ）
21. CRM 的对象是指企业再客户关系管理过程中想要继续维系或重新开拓的对企业具有较高价值的客户资源。（ ）
22. CRM 方案的设计，只需要企业自身努力即可，无需供应商参与。（ ）
23. “顾客投诉管理系统”是获取顾客持续力和顾客忠诚度所必不可少的工具。（ ）
24. 客户投诉的处理阶段，只是客户投诉处理流程的中间环节，因此并不重要。（ ）
25. 在客户投诉处理流程的国际标准中，强调的改进主要包括两层意思：对投诉处理过程的有效性进行改、对企业提供的产品质量和服务质量进行改进。（ ）
26. 顾客询问服务规范：当不知如何回答顾客的问题或对答案没有把握时，就应该说“不知道”。（ ）
27. 当顾客的存包牌丢失时，顾客需说出所存物品的特征后，应交一定金额的工本费，在办理取包手续。（ ）
28. 根据顾客的购物需求和性质，可以设置不同级别的会员卡，各级别间不允许自由升级。（ ）
29. 非日常广播，必须经过申请，由客服经理批准后方可广播。（ ）
30. 免费赠品促销的实质是一种折价销售，以此来吸引消费者。（ ）
31. 如开错发票，应作废另开，不得涂改。（ ）
32. 由于员工的不诚实行为或疏忽引起的损耗，将按照违规行为产生损耗数额的 50% 进行处罚。（ ）
33. 解决防盗器报警的基本原则：一定要在门口和顾客说清楚，不然不能让其他顾客通过。（ ）
34. 施工中如有需要可以修改防火设计。（ ）
35. 危机的迅速发生引起了各大传媒以及社会大众对于这些意外事件的关注，使得企业必须立即进行事件调查与对外说明。（ ）
36. 市场发生巨变，市场出现强有力的竞争对手、市场价格的下降等是管理行为方面出现的前兆。（ ）
37. 速度是危机控制阶段的关键，决策要快速，行动要果断，力度要到位。（ ）

- 38 . 危机不等同于企业失败，危机之中往往孕育着转机。（ ）
- 39 . 在互联网环境中，网络舆论的形成比较复杂，大致遵循产生话题——话题持续存活——形成网络舆论——网络舆论发展——网络舆论平息。（ ）
- 40 . 互联网舆情处置工作要警惕简单地从主观愿望和局部利益出发，不能以传统处置思维对舆论加以封堵、搪塞、推诿；更不能以虚假信息糊弄网民，而是要立足于事实，坦诚地面对网络舆论的曝光、质疑和批评。（ ）
- 41 . 不论什么性质和规模的突发事件，都必然会不同程度地给社会造成一定危害，往往具有连带效应，导致更大的损失和危机。（ ）
- 42 . ERP 系统遇到突发电力系统故障，应及时通知营业员到总部取老式电子秤到店使用。（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 以下不属于营运的要素的是（ ）
 (A) 投入 (B) 转移 (C) 转换 (D) 产出
- 2 . 零售服务与（ ）同步发展，互为促进。
 (A) 价格 (B) 销售 (C) 顾客需求 (D) 商品
- 3 . 以下哪项不属于运营改革与创新？（ ）
 (A) 自有品牌开发 (B) 品质管控 (C) 品类管理 (D) 流程再造
- 4 . 以下不属于改善销售的方法是（ ）
 (A) 降低进货成本 (B) 寻找优良商圈 (C) 商品力的提升 (D) 提升人员效率
- 5 . 以下哪项不属于 ISO9000 质量管理体系的效果？（ ）
 (A) 销售额提高 (B) 增加成本 (C) 排除失败要素 (D) 免去重复评价
- 6 . 产品要求（ ）
 (A) 由顾客规定或由组织通过预测规定 (B) 通常体现固有特性的要求 (C) 包括与产品有关过程的要求 (D) 以上都是
- 7 . 全部或部分的由组织的活动、产品或服务给环境造成的有害或有益的变化称为（ ）
 (A) 环境因素 (B) 环境影响 (C) 环境方针 (D) 环境
- 8 . 促销管理的编写包括以下内容，除了（ ）
 (A) 促销人员的信息 (B) 促销信息收集 (C) 促销准备与执行 (D) 常用促销方式
- 9 . 制定对门店营运质量考核的制度与标准，主要有以下几个方面，除了（ ）
 (A) 商品位置控制 (B) 单据控制 (C) 商品缺货率控制 (D) 价格控制
- 10 . 质量文化是指企业在生产经营活动中所形成的质量意识、质量精神、质量行为、质量价值观和（ ）
 (A) 质量形象 (B) 质量内涵 (C) 质量标准 (D) 质量目标

- 11 . 以下不属于为顾客而做的质量控制工作的是 ()
(A) 提供产品说明书 (B) 提供专用工具 (C) 拒绝索赔 (D) 做好市场保障工作
- 12 . 对服务质量体系而言, () 是对服务质量形成全过程的所有活动
(A) 过程 (B) 程序 (C) 组织结构 (D) 以上都不是
- 13 . 以下不属于客户投诉管理体系子系统的是 ()
(A) 客户系统 (B) 管理系统 (C) 处理系统 (D) 评审系统
- 14 . 服务缺乏所有权是指在较多服务的生产和消费过程中, 不涉及任何东西的 () 转移。
(A) 经营权 (B) 所有权 (C) 物权 (D) 特许经营权
- 15 . 以下不属于西方学者提出的分类方案是 ()
(A) 根据服务的行业划分 (B) 根据服务的对象特征分类 (C) 根据服务存在的形式划分 (D) 根据服务企业的性质分类
- 16 . () 是指从服务的市场开发、设计、提供全过程中与服务质量直接相关或间接相关的全部活动。
(A) 服务质量方针 (B) 服务质量活动 (C) 服务质量目标 (D) 以上都不是
- 17 . 货币成本、时间成本、体力成本和 () , 这些综合在一起就是顾客整体成本。
(A) 精力成本 (B) 精神成本 (C) 隐形成本 (D) 附加成本
- 18 . 以下属于顾客满意度指标的是 ()
(A) 环境 (B) 效果 (C) 人员 (D) 以上都是
- 19 . 识别关键顾客, 或将一般顾客培养成忠诚顾客首先要 ()
(A) 提供超值服务 (B) 建立联系 (C) 建立顾客档案 (D) 以上都不是
- 20 . CRM 的核心是客户价值管理, 它将客户价值分为 ()
(A) 既成价值 (B) 潜在价值 (C) 模型价值 (D) 以上都是
- 21 . 无论是实施 CRM 的企业还是受到相应影响的消费者都是整个 CRM 的 ()
(A) 客体 (B) 主体 (C) 实体 (D) 共同体
- 22 . 以下不属于客户服务的是 ()
(A) 销售产品 (B) 解决方案 (C) 满意度调查 (D) 客户反馈
- 23 . 网络投诉受理过程中应注意 ()
(A) 应该及时通过网络答复投诉客户 (B) 与客户再进一步沟通 (C) 防止客户的隐私泄露 (D) 以上都是
- 24 . 如果客户期望值过高, 且远远超出了企业能够承受的范围, 就应该 () 。
(A) 及时调整客户期望值 (B) 采用明示方式提高客户期望值 (C) 采用暗示方式提高客户期望值 (D) 以上都不正确
- 25 . 在客户投诉处理流程的国际标准中, 提出了 () 的方式
(A) 赔偿 (B) 更换 (C) 维修 (D) 以上都是

- 26 . 以下哪项顾客询问服务规范是不正确的？（ ）
- (A) 顾客询问时，目光不正视顾客 (B) 顾客询问商品是否新鲜时，应以肯定、确认的口气回答 (C) 看见有顾客询问时，主动说“请问我能帮助您吗？” (D) 顾客询问商品位置时，要说“您要的商品在 XX，请往这边走。”
- 27 . 以下哪项对于顾客未取包的处理是不正确的？（ ）
- (A) 进行登记 (B) 生鲜品立即销毁 (C) 顾客领取过期包无牌者需请示管理层 (D) 顾客领取过期包无须出示存包牌，可以直接取走
- 28 . 以下关于积分获得方式不正确的是（ ）
- (A) 会员积分限制累计 (B) 当日购买商品累计点数三日内有效 (C) 单张收银条按整数积分 (D) 香烟和电器单独积分
- 29 . 以下那个不属于广播室的管理内容？（ ）
- (A) 日常工作制度 (B) 进出管理制度 (C) 器材管理制度 (D) 人员管理制度
- 30 . 以下关于赠品的发放事项，错误的是（ ）
- (A) 赠品的包装破损没有关系 (B) 有充足的准备时间 (C) 赠品的宣传要明确、清晰 (D) 增加获取赠品的可选择性
- 31 . 以下关于税收发票开具的注意事项正确的是（ ）
- (A) 核实收据是否是当天 (B) 如果顾客只是需要收据上几个选择性商品，则要求手写发票 (C) 税收发票不能修改 (D) 以上都是
- 32 . 卖场入口处的防范要点错误的是（ ）
- (A) 保证顾客进场秩序良好 (B) 提醒顾客寄存携带物品 (C) 保证顾客遵守相关购物规定 (D) 设立电子防盗系统
- 33 . 关于偷盗 400 元价值以下的，可做如下处理，除了（ ）
- (A) 送公安机关 (B) 谈话记录 (C) 经济赔偿 (D) 单位开具个人表现证明，无单位者到街道开个人表现证明
- 34 . 以下关于消防设施、消防器材的管理规定错误的是（ ）
- (A) 保安部全面负责设备的管理 (B) 各班组、部门的设备由义务消防员管理 (C) 严谨非专业人员私自挪用设备 (D) 消防设施和标志在有需要时可以及进行装饰或者侵占
- 35 . 以下属于危机管理的目的是（ ）
- (A) 预防危机 (B) 控制危机 (C) 危机恢复 (D) 以上都是
- 36 . 企业危机的前兆主要表现在计划不周、在市场变化或政策调整等发生变化时，无应变能力的是哪个方面？（ ）
- (A) 管理行为 (B) 经营策略 (C) 内部管理 (D) 经营财务
- 37 . 危机发生后，以下哪个行为是错误的？（ ）
- (A) 当事人冷静下来 (B) 最快速度启动应变计划 (C) 拖延时间，隐瞒真相 (D) 随

时接受媒体和有关公众的访问

- 38 . 成功的企业不仅能够妥善处理危机，而且能够化危机为（ ）。
- (A) 时机 (B) 商机 (C) 利益 (D) 转机
- 39 . 网络舆情的的发展受多方面的影响，主要包括政府部门的参与、传统媒体的加入、（ ）、专家的分析。
- (A) 国际媒体冲击 (B) 传统道德的冲击 (C) 网络舆论领袖的影响 (D) 科技的进步
- 40 . 处理媒体引发的突发事件，其方法不包括（ ）
- (A) 早沟通 (B) 早报道 (C) 不报道 (D) 早隔离
- 41 . 突发事件的发生发展具有不同的情景，在表现形式上具有各自的特点，这是指突发危机的（ ）特点？
- (A) 公共性 (B) 多样性 (C) 突发性 (D) 危害性
- 42 . 顾客在店内发生受伤情况，以下处理不正确的是（ ）
- (A) 安抚好受伤顾客 (B) 帮助顾客及时就诊 (C) 代表公司答应顾客赔付医药费 (D) 向客服部汇报情况

三、多项选择题（选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 运营管理发展历史有（ ）
- (A) 工业革命之前的管理 (B) 以效率为核心的运营管理 (C) 以人为核心的营运理念 (D) 以组织内外部系统设计为核心营运思想 (E) 以技术为支撑，以优化产品和服务水平为核心的营运理念提升
- 2 . 以下属于运营管理特殊性的有（ ）
- (A) 零售企业以提供有形商品为载体，专注于无形的零售服务 (B) 零售服务成功与否顾客的体验最为关键。(C) 零售服务与顾客需求同步发展，互为促进 (D) 零售服务具有即时性 (E) 零售服务直接面对消费者，服务水平在很大程度上依赖于消费者的评价
- 3 . 运营战略与规划包括（ ）
- (A) 组织框架 (B) 服务组合设计 (C) 经营模式与业态组合 (D) 拓展规划 (E) 物流系统规划
- 4 . 门店经营绩效的指标有（ ）
- (A) 安全性指标 (B) 收益性指标 (C) 发展性指标 (D) 效率性指标 (E) 有效性指标
- 5 . 建立 ISO9000 质量管理体系对企业的必要性有（ ）
- (A) 顾客对企业的要求 (B) 服务质量的客观验证方法 (C) 管理企业业务的有效手段 (D) 衡量企业管理标准的有效尺度 (E) 达到企业的经济和社会效益双丰收

- 6 . 产品销售前的质量管理包括（ ）
- (A) 产品的包装 (B) 产品的识别标志 (C) 产品的搬运、存储和防护 (D) 安装与调试 (E) 交付使用
- 7 . 作为内部环境管理体系审核的目的，以下哪几项是适用的？（ ）
- (A) 为了确认标准和各种规定的符合性 (B) 为了发现环境管理体系上需改进的 (C) 为了监管工作人员 (D) 为了监控EMS体系是否被有效的控制和实施 (E) 为了和外部环境体系作比较
- 8 . 营运管理手册包括以下内容（ ）
- (A) 企业介绍 (B) 员工管理 (C) 店铺陈列管理 (D) 店铺促销管理 (E) 店铺营运流程
- 9 . 营运管理手册编写流程包括（ ）
- (A) 设定运营管理的目标 (B) 设定运营管理的标准 (C) 设定标准的展开 (D) 设定标准的实施 (E) 设定总部和门店的细则
- 10 . 在全面质量管理阶段，为了进一步提高和保证产品质量，从系统观点出发，提出了若干新理论，拓展了质量管理学科的理论和应用领域，这些新理论包括（ ）
- (A) 质量保证理论 (B) 产品质量责任理论 (C) 质量经济学 (D) 质量文化 (E) 顾客满意理论
- 11 . 调查的方法可以采用典型调查。也可以采用普遍调查。调查形式有：（ ）
- (A) 由企业领导带队有计划、定期地进行用户访问，听取用户的意见和要求 (B) 在产品说明书中随附质量调查表，请用户填写寄回 (C) 与专业维修部门建立经常联系 (D) 与重点使用单位建立长期的使用记录 (E) 在使用地进行现场调查
- 12 . 现代服务质量观大致可以概括为：（ ）
- (A) 服务质量就是要满足需要 (B) 服务质量是服务企业生存发展的第一要素 (C) 提高服务质量是最大的节约 (D) 服务质量的提高主要取决于科学技术的进步，其中包括科学的管理 (E) 应由提供者转变到消费者和其他受益者的立场来看待服务质量
- 13 . 投诉的分类有（ ）
- (A) 按客户投诉其原因分类 (B) 按投诉的理由是否成立分类 (C) 按投诉的目的分类 (D) 按投诉发生的规律分类 (E) 按客户投诉的严重程度分类
- 14 . 以下属于服务特征的有（ ）
- (A) 无形性 (B) 生产和消费不可分离性 (C) 服务是一系列的活动或过程 (D) 不可储存性 (E) 差异性
- 15 . 以下哪几项属于根据服务的对象特征分类？（ ）
- (A) 经销服务 (B) 生产者服务 (C) 社会服务 (D) 个人服务 (E) 直销服务
- 16 . 服务质量体系主要有（ ）

- (A) 管理者的职责 (B) 资源 (C) 质量体系结构 (D) 与顾客的接触 (E) 供应商管理
- 17 . 顾客价值包括以下几部分 ()
- (A) 顾客让渡价值 (B) 顾客整体价值 (C) 顾客整体成本 (D) 顾客整体利润 (E) 顾客附加值
- 18 . 顾客经验的形成一般源自 ()
- (A) 购买经验 (B) 亲友的影响 (C) 销售者的信息和许诺 (D) 竞争者的信息和许诺 (E) 凭感觉
- 19 . 挽回顾客流失的措施有 ()
- (A) 提高品牌价值 (B) 增加产品的附加值 (C) 增加情感联系 (D) 设置顾客退出障碍 (E) 增加服务的附加值
- 20 . 移动 CRM 系统就是一个集 () 等技术于一体的移动客户关系管理产品。
- (A) 3G 移动技术 (B) 智能移动终端 (C) 地理信息系统 (GIS) (D) 身份认证 (E) 商业智能
- 21 . CRM 的要素一般说来包括 ()
- (A) 主题 (B) 对象 (C) 决策 (D) 问题 (E) 建档
- 22 . 客户关系管理实施的主要步骤有 ()
- (A) 确立业务计划 (B) 建立 CRM 员工队伍 (C) 评估销售、服务过程 (D) 明确实际需求 (E) 选择供应商
- 23 . 现场投诉受理过程中应注意的事项有 ()
- (A) 选择合适的谈话地点 (B) 注意倾听客户的投诉 (C) 认真做好记录 (D) 要掌握和控制好客户的期望值 (E) 慎重提出解决问题的方案
- 24 . 处理客户投诉的基本程序有 ()
- (A) 对客户投诉内容的确认 (B) 对客户的投诉表示感谢 (C) 了解顾客对投诉处理的建议和看法 (D) 提出解决问题的一揽子方案 (E) 实施方案
- 25 . 客户投诉反馈阶段的基本程序是 ()
- (A) 提出解决问题的方案和改进的措施 (B) 监督检查解决问题的方案和改进措施的落实情况 (C) 对投诉客户的满意程度进行调查 (D) 要总结经验 (E) 不断改进, 提高投诉处理的有效性
- 26 . 处理顾客现场询问的技巧有 ()
- (A) 礼貌态度对待 (B) 耐心倾听, 给予恰当的回答 (C) 有需要请主管出面 (D) 手势说明方向时必须手心朝上 (E) 备有附近街市的地理位置图的有效沟通
- 27 . 存包处的工作标准有 ()
- (A) 保持整洁 (B) 确保存包牌和存包柜上的号码保持一致 (C) 在顾客存取包时面带微笑 (D) 接待顾客时要问候 (E) 存包牌要递到顾客手中

- 28 .会员资料管理包括以下哪几项？（ ）
- (A) 会员卡申办与资料填写 (B) 会员资料输入与发卡 (C) 会员资料查核 (D) 会员资料定期检查 (E) 会员资料变动与更新
- 29 .播音的内容包括以下哪几项？（ ）
- (A) 常规内容 (B) 促销短讯 (C) 紧急内容 (D) 安全广播 (E) 其他广播
- 30 .赠品发放处的工作内容有（ ）
- (A) 服务台备足赠品 (B) 每天账物核实 (C) 未发放完的退库 (D) 赠品摆放整齐 (E) 做好物品的交接班
- 31 .开票的程序有（ ）
- (A) 专人管理 (B) 字迹工整、不得涂改 (C) 填票人、收款人实名填写 (D) 严禁私开“大头小尾”的发票 (E) 不得转借、代开
- 32 .连锁企业防损管理的内容有（ ）
- (A) 收货口防范 (B) 员工出入区防范 (C) 卖场入口处防范 (D) 防范 (E) 后场防范
- 33 .顾客偷盗处理流程有（ ）
- (A) 举报和跟踪 (B) 认证查看是否结账付款 (C) 顾客通过安全门不管是否有警报均需请到办公室 (D) 与偷盗者当面对证，做好记录 (E) 进行处理
- 34 .门店消防工作的具体要求有（ ）
- (A) 逐级防火责任制 (B) 义务消防队有效扑灭初起火灾 (C) 健全的消防安全制度 (D) 明确消防重点部位 (E) 由消防档案和作战计划
- 35 .危机管理的基本原则有（ ）
- (A) 制度化 (B) 诚信 (C) 信息运用 (D) 领导重视与参与 (E) 快速反应
- 36 .企业危机防范的措施有（ ）
- (A) 组建企业内部危机管理小组 (B) 强化危机意识，观察发现危机前兆，分析预计危机情境 (C) 预先制定科学而周密的危机应变计划 (D) 建立预防危机的预警系统，进行危机管理的模拟训练 (E) 企业要从危机征兆中透视存在的危机，并引起高度重视
- 37 .企业面对危机最好的策略有（ ）
- (A) 主动 (B) 真诚 (C) 快速反应 (D) 公众利益至上 (E) 媒体发布会
- 38 .危机善后管理工作包括（ ）
- (A) 调查 (B) 进行危机总结 (C) 危机评估 (D) 对问题进行整顿 (E) 寻找商机
- 39 .以下不属于网络舆论的发展因素的有（ ）
- (A) 专家分析 (B) 虚假新闻泛滥 (C) 即时通讯工具 (D) 法律的不完善性 (E) 政府的参与
- 40 .舆情处置有哪些基本方法？（ ）
- (A) 做好互联网舆情分析预警 (B) 建立互联网舆情处置预案 (C) 明确互联网舆情处

- 置流程 (D) 强化互联网媒体沟通协调 (E) 组织互联网舆论有效引导
- 41 . 突发危机的特点有 ()
- (A) 突发性 (B) 公共性 (C) 不确定性 (D) 多样性 (E) 危害性
- 42 . 顾客在门店投诉突发争执的处理流程是 ()
- (A) 领导第一时间赶到现场 (B) 将顾客劝离门店 (C) 与顾客耐心沟通 (D) 根据情况进行赔偿承诺 (E) 向客服部反应情况并解决问题

理论知识复习题

信息与数字化管理

一、 判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 . 应付账款周转天数反映了企业免费使用供应商资金的能力。 ()
- 2 . 只要企业建立了数据仓库或企业资源规划系统，就可以提高决策水平。 ()
- 3 . 运输配送管理系统的任务是完成供应商与配送中心之间、配送中心与各门店之间的商品运输配送业务。 ()
- 4 . 调拨管理包括商品在不同货位间的调拨管理。 ()
- 5 . 现金流量表通常用于反映企业资产结构、偿债能力、管理水平、利益归属等情况。 ()
- 6 . 优选决策法指的是通过比较各个备选方案的优缺点，并根据经济效益的好坏程度进行逐一比拟，最后选优。 ()
- 7 . 目前对客户数据进行智能分析的核心技术数据仓库和数据挖掘技术。 ()
- 8 . 会员顾客的分析，可以从客户群体的消费行为特点、等级划分、活动管理等方面入手，但不是越丰富越好。 ()
- 9 . 仅仅是数据并不能说明事实，单一的数据更不能真实地反应事实。 ()
- 10 . 数字化运营的场景核心要素是线上是空间，线下是时间 ()
- 11 . 复盘时因为受到诸多资源的限制和制约，即便能找到问题，要改善也并不容易。 ()
- 12 . 数字化零售的发展早于新零售发展。 ()
- 13 . 数据偶尔是不可靠的，但数据可以解决感性问题。 ()
- 14 . 所有企业的数字化运营的基础是准确、完备的数据。 ()
- 15 . 自建平台的优点是数据私有，有利于数据和及衍生商业的价值创造 ()
- 16 . 外部云不仅是供选择性的其他企业和其成员来使用的云计算，也可以是整个公众社会。

()

17 . 利用阿里等互联网商业平台提供的全渠道零售“赋能”服务，实现全渠道业务融合。

()

18 . 在今后企业的发展中，差异化、个性化以及创新化的销售模式必将成为企业开疆破土的一把利刃。()

19 . 虽然数字化经济在不断高速发展，但线上电商业务与线下实体经济以及物流网络不必要一定要走向融合。()

20 . 从长远来看，拼价格、拼质量、拼供货渠道以及供货时效等运营要素才是各团购商家后续在市场竞争中成败的关键。()

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

1 . 一般来讲，库存周转天数越_则存货的流动性越_，存货积压和跌价的风险越低，存货所占资金使用效益高，门店经营能力强。()

(A) 小、低 (B) 大、高 (C) 小、高 (D) 大、低

2 . 在企业运营的营销策略中，对于价格的研究和制定可采用以下哪些方法，除了 ()

(A) 品牌价格抵补测试 (B) 价格敏感度测试 (C) TRUF 分析 (D) ABC 分类法

3 . () 是承担物流专业化管理职能的组织机构，它是连锁企业的重要组成部分。

(A) 订单中心 (B) 配送中心 (C) 库存中心 (D) 门店管理中心

4 . 以下哪项不属于配送管理信息系统的功能 ()

(A) 入库管理 (B) 出库管理 (C) 商品功能管理 (D) 查询管理

5 . 将实际达到的结果与不同时期的财务数据中同类历史指标数据进行比较，从而确定财务经营状况、经营成果和现金流量变换规律的一种分析方法是 ()

(A) 比较分析法 (B) 结构分析法 (C) 同型分析法 (D) 趋势分析法

6 . 概率决策法一般用于 () 的过程中，在实际工作中是根据以往的数据对未来风险的概率进行预测。

(A) 风险决策 (B) 乐观决策 (C) 悲观决策 (D) 损益决策

7 . () 是一种透过数理模式来分析企业内储存的大量资料，以找出不同的客户或市场划分，以此分析出消费者的喜好。

(A) 数据整理 (B) 数据挖掘 (C) 数据观察 (D) 数据结果

8 . 主要关注企业员工的流失率、人力结构、薪资结构等等，防止出现人力分布不均匀、薪资不合理的情况的数据分析方法属于 ()

(A) 员工综合素质分析 (B) 员工工作指标分析 (C) 员工效能分析 (D) 员工结构分析

9 . 数字化运营之 P (计划) 指的是 () 和指标设定

- (A) 目标分解 (B) 市场评估 (C) 建立数据逻辑 (D) 分析工具评估
- 10 . 流量规划指的是根据 () 规划流量来源、转化率，测算并获取投放金额。
(A) 产出需求 (B) 收益成效 (C) 市场预测 (D) 流量大小
- 11 . 数字化运营复盘的三个步骤分别是收集数据、对具体指标做分析以及 ()
(A) 提升数据效度 (B) 调整方向 (C) 形成改善意见 (D) 撰写报告
- 12 . 零售业的发展不论是在什么时期都应以 () 为主。
(A) 消费者 (B) 利润 (C) 公司发展 (D) 社会反响
- 13 . 数字化运营的本质还是注重“运营”的过程和手段，其过程应该为 ()
(A) 分析问题-发现问题-解决问题 (B) 提出问题-发现问题-解决问题 (C) 发现问题-分析问题-解决问题 (D) 发现问题-解决问题-分析问题
- 14 . 新零售的整体方法论是以 () 为入口实现与人的连接，人是新零售经营模式的核心所在。
(A) 商品 (B) 宣传 (C) 低价 (D) 流量
- 15 . 以下哪种平台的建立需要的投资最多 ()
(A) 模态搭建 (B) 外部云平台 (C) 自建平台 (D) 阿里/腾讯赋能
- 16 . 外部云平台指的是通过 () 对接外部服务资源。
(A) SaaS 平台 (B) 对接阿里体系 (C) 自建系统 (D) 虚拟网络
- 17 . 更适合小型企业或中型企业的数字化试水的平台搭建方法是 ()
(A) SaaS 平台 (B) 自建平台 (C) 阿里/腾讯赋能 (D) 虚拟网络搭建
- 18 . 例如餐饮、电影院、冰场、健身会馆、电玩城等产业的产生是体验式消费的哪种特征 ()
(A) 定位的精准性 (B) 功能的便利性 (C) 业态的协同性 (D) 经营的特色性
- 19 . 线上线下融合趋势出现以后，零售企业规模扩大现象频出，但扩大规模的背后出现了两极分化，其主要原因是企业缺乏 ()
(A) 领导力 (B) 资金 (C) 融合经验 (D) 相关人才
- 20 . 社区团购和直播带货成为疫情下更高效的电商模式，最主要的因素是 ()。
(A) 数字化指引和智能化的驱动 (B) 地方经济发展的稳定 (C) 国家政策的开放 (D) 消费者更加富有

三、多项选择题（选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 以下哪项属于 JDA 系统的期段数据 ()
(A) TOP20 断货率 (B) 滞销库存率 (C) 动销率 (D) 固定资产周转率 (E) 收益率
- 2 . 在企业运营的采购决策中，对于订货优选可采用的方法或模型有 ()
(A) ABC 法 (B) VMI (C) 聚类分析法 (D) TRUF 分析 (E) 成本回归分析

- 3 . 配送中心管理信息系统在企业供应链中有哪些系统作为必要支持（ ）
 - (A) 订货点分析系统 (B) 货区管理系统 (C) 配车支持系统 (D) JDA 系统 (E) 物流劳务系统
- 4 . 以下哪些属于配送管理信息系统的功能（ ）
 - (A) 盘点管理 (B) 出库管理 (C) 报警管理 (D) 条码打印管理 (E) 监控管理
- 5 . 财务数据的分析从而对企业的经营决策有所引导，通常有三种数据分析方法，分别是（ ）
 - (A) 同型分析法 (B) 趋势分析法 (C) 计算分析法 (D) 比较分析法 (E) 竞争分析法
- 6 . 以下哪项不是企业财务信息数据的决策方法（ ）
 - (A) 统计资料法 (B) 视听法 (C) 线性规划法 (D) 优选对比法 (E) 综合分析法
- 7 . 数据仓库建立的过程有以下哪些（ ）
 - (A) 数据预处理 (B) 制定项目计划 (C) 设计数据仓库模型 (D) 数据仓库的生成 (E) 数据仓库的使用和维护
- 8 . 以下哪些属于企业可以使用的收集顾客信息的基本方法（ ）
 - (A) 数据库收集法 (B) 统计资料法 (C) 预测法 (D) 视听法 (E) 客户对比法
- 9 . 数字化运营指标分解的两个原则是（ ）
 - (A) 找到变化的分解轴 (B) 找到不变的分解轴 (C) 能够做比对改善 (D) 不能做比对改善 (E) 不必要做分解轴
- 10 . 以下哪些事项是企业在执行数字化运营时需要关注的（ ）
 - (A) 尽可能多掌握数据 (B) 拥有数据专家 (C) 设定可衡量的目标 (D) 把数据运营作为优先事项 (E) 确保每个人都可以使用数据
- 11 . 改善以及优化运营可以为企业带来哪些好处（ ）
 - (A) 加快企业响应性 (B) 改善服务水平 (C) 减少成本 (D) 降低企业敏锐性 (E) 增加成本
- 12 . 以下哪些属于数字化经营的优势（ ）
 - (A) 支付便捷 (B) 支付快速 (C) 减少等待时间 (D) 消费者选择变多 (E) 实现随时支付
- 13 . 如今企业数字化运营的“数字化”主要体现哪两个部分（ ）
 - (A) 数据精度 (B) 数据驱动决策 (C) 数据驱动产品智能 (D) 数据效用 (E) 数据性能
- 14 . 从线上线下一体化的角度来看，新零售运营包括的三大要素是（ ）
 - (A) 提供特色商品 (B) 提供运送服务 (C) 引流商品 (D) 经营社群 (E) 增加服务内容 (E)
- 15 . 自建平台的优点有以下哪些（ ）

- (A) 自定义互联网产品 (B) 自定义互联网服务 (C) 数据私有 (D) 投资少 (E) 服务费用高
- 16 . 外部云平台的优点有以下哪些 ()
- (A) 投资多 (B) 实施快 (C) 运维要求低 (D) SaaS 平台对接服务资源 (E) 投资低
- 17 . 阿里/腾讯赋能的搭建方式有哪些缺点 ()
- (A) 创新力低 (B) 对接外部资源受到限制 (C) 平台具有较大限制性 (D) 投入资本相对较低 (E) 提供服务多元化
- 18 . 以下哪些属于体验式消费的特征 ()
- (A) 定位的精准性 (B) 功能的便利性 (C) 业态的协同性 (D) 经营的特色性 (E) 经营场所的感染力
- 19 . 以下哪些是可以促进线上线下直营经销的措施 ()
- (A) 提供高质量的服务 (B) 提升企业管理水平 (C) 独立发展 (D) 提高成本 (E) 提高技术水平
- 20 . 在数据大环境下，以下哪些是新零售背景下的创新业务模式 ()
- (A) 传统百货商场 (B) 线上线下直营经销 (C) 开放式社交思维 (D) 直播带货 (E) 体验式消费

理论知识复习题

人员管理

一、 判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 . 领导方式评价只涉及领导主体、领导环境两方面内容。 ()
- 2 . 只要领导者具备领导能力就一定把亏损的企业扭亏为盈。 ()
- 3 . 面试的方式一般最普遍但可靠度不高。 ()
- 4 . 激励机制在人力资源管理中不可小觑，但在其他领域无可厚非。 ()
- 5 . 员工奖励和处罚相辅相成密不可分。 ()
- 6 . 中层以上的管理人员才享有年薪 ()
- 7 . 薪酬管理规定对于表现级差者，即便进入淘汰期也不会停止福利的发放 ()
- 8 . 员工薪资采用薪点制，各等级薪点依“月薪点表”“月薪人员薪点表”规定。 ()
- 9 . 道德规范是从伦理的角度来约束企业领导力和职工的行为，但这是没必要的。 ()
- 10 . 团队竞赛机制的目的恰恰在于促进建立团队与个人进步之间的良胜互动循环。 ()

- 11 . 企业文化建设是良好的经济效益的来源,良好的企业形象可以帮助企业平稳发展。()
- 12 . 最大限度地激发职工内在潜力, 是企业文化的首要任务和主要内容。()
- 13 . 企业主动出击的招募方式有展览会和招商会、人员招募、内部创业制度和媒体招募这四种方式()
- 14 . 企业文化是企业长期生产、经营、建设、发展过程中所形成的管理思想、管理方式、管理理论、群体意识以及与之相适应的思维方式和行为规范的总和。()
- 15 . 团队精神包括以下二个层次: 一是团队的凝聚力, 二是团队成员之间相互信任的精神。()
- 16 . 企业团队管理团队是指在工作中拥有共同目的、绩效目标以及工作方法, 且以此自我约束的一小群人。()
- 17 . 企业文化是企业的灵魂, 是推动企业发展的不竭动力, 其核心是企业的精神和价值观。()

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 在电子计算机广泛用于管理活动后, 企业多采用() 评价。其关键是要确立各子项之间有效的数学关系, 根据实际材料, 求得各子项权重值。
(A) 定性评价 (B) 自我评价 (C) 定量评价 (D) 专家评价
- 2 . 以下哪项不属于领导胜任力的维度要求()
(A) 盈利能力 (B) 沟通能力 (C) 开拓能力 (D) 协调能力
- 3 . () 指的是用来评测人的自我情感认知、控制能力及人际关系处理能力。
(A) 情感模拟 (B) 智商测试 (C) 情商测试 (D) 自我测试
- 4 . () 是企业将远大理想转化为具体事实的连接手段。
(A) 激励机制 (B) 盈利机制 (C) 员工鼓励机制 (D) 福利机制
- 5 . 以下哪种行为不需要被处罚()
(A) 不听从领导监督 (B) 泄露公司机密 (C) 按时完成团队任务 (D) 破坏公司公共财产
- 6 . 技术维修工人的薪酬核定要素主要是()
(A) 技术层次划分 (B) 素质技能评价 (C) 绩效状况 (D) 岗位价值评价
- 7 . 薪酬管理原则认为, 越底层升级越__, 级差越__()
(A) 快、小 (B) 快、大 (C) 慢、小 (D) 慢, 大
- 8 . () 是依据政府编印统计月报所载都市消费者物价总指数的换算。
(A) 生活补助指数 (B) 工会会费 (C) 薪资指数 (D) 薪点
- 9 . 企业文化的约束功能主要是通过完善管理制度和() 来实现。
(A) 道德规范 (B) 激励制度 (C) 行为规范 (D) 心理特征

- 10 . 企业文化理念的渗透作为一种精神活动是每时每刻进行的，它与员工日常工作和生活
中的每一个行为相联系，因此，企业文化建设的关键是实现（ ）。
- （A）先进化（B）激励（C）日常化（D）主导性
- 11 . 企业领导者素质的高低，决定了企业未来的道路是否长远。因此企业领导者的素质应
该是（ ）
- （A）多元化的（B）独裁的（C）唯一化的（D）单一的
- 12 . 企业文化模式必须以（ ）为中心，充分反映思想文化意识
- （A）物（B）文（C）理（D）人
- 13 . 以下哪种方法不属于企业主动招募（ ）
- （A）主动出击（B）与申请者接洽（C）媒体招募（D）展览会和招商会
- 14 . 企业文化建设的（ ）是产品和各种物质设施等构成的器物文化，是一种以物质形态加
以表现的表层文化。
- （A）物质层（B）行为层（C）制度层（D）精神层
- 15 . （ ）是建设良好团队文化的基础
- （A）选对人（B）磨合、协调与沟通洽（C）身体力行、多管齐下（D）以上都不是
- 16 . 随著组织工作的复杂性日益增多，很多工作实难靠个人独立完成，必须有赖于团队合
作才能发挥力量，所以团队管理有（ ）。
- （A）时代需求性（B）时代多样性（C）发展统一性（D）组织认同性
- 17 . 企业文化可以把员工紧紧地团结在一起，形成强大的向心力，使员工万众一心、步调
一致，为实现目标而努力奋斗体现了其（ ）
- （A）导向作用（B）凝聚作用（C）引力作用（D）激励作用

三、多项选择题（选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 领导方式评价的目的有哪些（ ）
- （A）当面指出领导错误（B）选择最有效的领导方式（C）改善领导行为（D）提高领
导效能服务（E）获得最高领导效果
- 2 . 以下哪些属于领导胜任力的特征（ ）
- （A）积极进取（B）强烈欲望（C）精致利己（D）正直自信（E）自私自利
- 3 . 以下哪些属于领导胜任力心理评测工具（BDE）
- （A）面试（B）智商测试（C）行为事件访谈（D）职业动机测试（E）情商测试）
- 4 . 以下哪些属于激励的方法（ ）
- （A）荣誉激励（B）物质激励（C）晋升激励（D）培训激励（E）成长激励

- 5 . 企业设立奖惩机制的好处有哪些（ ）
 - (A) 增强员工工作积极性 (B) 提高工作效率和经济效益 (C) 维护公司企业正常工作秩序 (D) 一定会帮助企业获得盈利 (E) 实现公司转型
- 6 . 零售企业行政部门薪酬的考核因素有哪些（ ）
 - (A) 岗位价值评价 (B) 素质技能评价 (C) 技术层次 (D) 市场人员供求状况 (E) 获利情况
- 7 . 绩效奖金根据考核期、考核层次的不同，参考业绩指标完成情况，发放的时间可以是（ ）
 - (A) 每月一次 (B) 两年一次 (C) 半年一次 (D) 三年一次 (E) 一年一次
- 8 . 以下哪些情况员工可以扣薪资（ ）
 - (A) 依职员管理办法请假 (B) 因公出差 (C) 奉调受训 (D) 奉派考察 (E) 私自外出
- 9 . 企业文化的功能包括（ ）
 - (A) 激励功能 (B) 导向功能 (C) 规范功能 (D) 凝聚功能 (E) 辐射功能
- 10 . 以下哪些属于企业文化的公开化机制的作用（ ）
 - (A) 扩大影响 (B) 加强监督 (C) 增强公平感 (D) 突出少数先进，带动多数参与 (E) 形成统一价值观念
- 11 . 以下哪些不属于企业文化的积极作用（ ）
 - (A) 培养团队精神 (B) 提升企业形象 (C) 对同行企业具有打压作用 (D) 培养利己主义的恶习 (E) 提高员工团队责任意识
- 12 . 企业文化建设是一项（ ）的工作
 - (A) 战略性 (B) 统一性 (C) 多样性 (D) 长期性 (E) 复杂性
- 13 . 以下哪些属于企业主动出击的招募方式（ ）
 - (A) 媒体招募 (B) 展览会和招商会 (C) 人员招募 (D) 店面 POP+口碑宣传 (E) 线上招聘
- 14 . 企业文化建设的内容主要包括（ ）这些层次的文化。
 - (A) 物质层 (B) 行为层 (C) 制度层 (D) 精神层 (E) 组织层
- 15 . 常见的团队文化沟通方式有哪些（ ）
 - (A) 媒介文化 (B) 文化生活会 (C) 制度文化 (D) 核心价值观 (E) 组织文化
- 16 . 团队管理乃是运用成员专长，鼓励成员参与及相互合作，致力于组织发展，所以可说是（ ）管理
 - (A) 合作式 (B) 参与式 (C) 发展式 (D) 特长式 (E) 复杂式
- 17 . 企业的商业模式主要包含（ ）
 - (A) 产品模式 (B) 用户模式 (C) 推广模式 (D) 盈利模式 (E) 商业模式

理论知识复习题

财务管理

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 . 固定资产按使用情况可分为使用中、未使用和不需用固定资产。（ ）
- 2 . 资产是指由企业过去的交易或事项形成的、由企业拥有或者控制的、预期会给企业带来经济利益的资源。（ ）
- 3 . 折余价值是指按照市场条件重新购置或建造该项固定资产所需全部支出。（ ）
- 4 . 资产管理是指在整个生命周期中从团体或实体所负责的事情中管理和实现价值的系统方法。（ ）
- 5 . 固定资产管理是公司经营管理的一个重要组成部分，一个公司要实现可持续发展目标，必然离不开对固定资产的管理。（ ）
- 6 . 企业要建立以企业技术部门为轴心的综合管理、统一核算、成本总控制的成本控制中心。（ ）
- 7 . 成本计划编制方式有统一编制和分级编制。（ ）
- 8 . 目标管理是贯彻执行计划的一种方法，它把计划的方针、任务目标和措施等逐一加以分解，提出进一步的具体要求，并分别落实到执行计划的有关部门、店面和个人。（ ）
- 9 . 现金计划编制方法有现金收支法和净收益调整法两种。（ ）
- 10 . 成本计划是以货币形式预先规定企业计划期内产品生产耗费和各种产品的成本水平。（ ）
- 11 . 在企业规模较小的情况下一般采用多级成本计划编制方法（ ）
- 12 . 一个成本控制范围下可以有多个公司代码（ ）
- 13 . 成本费用是一项综合性的指标，它涉及连锁经营企业组织中各个部门的工作业绩。（ ）
- 14 . 开设连锁店和实时配送是连锁经营企业发展的两个重点。（ ）
- 15 . 利润是衡量经营业绩最重要的标准和获取收入的依据。（ ）
- 16 . 营业额是连锁经营企业最重要的一个经营指标（ ）
- 17 . 考核的目的是纠正偏差，改进工作。（ ）
- 18 . 预算目标首先要以资源状况为基础。（ ）
- 19 . 预算目标是预算期内企业生产经营活动所要达到的目标和结果。（ ）
- 20 . 现代企业财务控制主要方法之一就是编制财务预算。（ ）

- 21 . 零基预算是指以零为基数编制的预算。（ ）
- 22 . 滚动预算就是以会计年度为单位编制的各类预算。（ ）
- 23 . 预算可以实现企业内部各个部门之间的协调。（ ）
- 24 . 制度控制法即通过制定企业财务活动规范而进行控制的一种方法。（ ）
- 25 . 资产负债表编制是总括反映报告期末的资产、负债和所有者权益的构成（ ）
- 26 . 利润表是反映企业一定期间生产经营成果的会计报表。（ ）
- 27 . 财务报告分析是由不同的使用者进行的，他们各自有不同的分析重点，也有共同的要求。（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . （ ）是指企业向外单位租入的固定资产。
- (A) 租入固定资产 (B) 租出固定资产 (C) 接受投资固定资产 (D) 自有固定资产
- 2 . 资产必须具有交换价值和（ ）
- (A) 投资价值 (B) 清算价值 (C) 保险价值 (D) 使用价值
- 3 . 双倍余额递减法和（ ）属于加速折旧法
- (A) 净现值法 (B) 工作量法 (C) 平均年限法 (D) 年数总和法
- 4 . 资产管理可以适用于（ ）的资产
- (A) 有形 (B) 无形 (C) 有形和无形 (D) 以上都不是
- 5 . 以下哪个不属于折旧管理（ ）
- (A) 资产减值准备 (B) 资产维修 (C) 计提折旧 (D) 累计折旧明细
- 6 . 企业要建立以企业（ ）为轴心的综合管理、统一核算、成本总控制的成本控制中心。

- (A) 行政部门 (B) 人力部门 (C) 生产部门 (D) 财务部门
- 7 . 统一编制以企业 () 部门为核心, 在其他有关部门的配合下, 根据综合经营计划的要求, 编出产品成本计划。
- (A) 财会 (B) 生产 (C) 人力 (D) 技术
- 8 . 全面控制的原则即成本费用的全员控制和 () 控制
- (A) 店面 (B) 产品 (C) 广告 (D) 全过程
- 9 . () 是实现财务目标的中心环节
- (A) 财务控制 (B) 财务分类 (C) 财务预算 (D) 财务计划
- 10 . 以下哪个不属于直接费用 ()
- (A) 措施费 (B) 人工费 (C) 材料费 (D) 机械费
- 11 . 在企业规模较小的情况下一般采用 () 成本计划编制方法
- (A) 一级 (B) 三级 (C) 多级 (D) 一级与分级相结合
- 12 . 成本控制范围用来核算企业的 () 及费用支出使用情况
- (A) 收益 (B) 资产 (C) 人员 (D) 以上都不是
- 13 . 以下哪些不属于节约的原则 ()
- (A) 全过程控制 (B) 严格执行财政制度 (C) 提高科学的管理水平 (D) 采取预防措施
- 14 . 连锁经营企业在降低 () 送成本则有较大的空间。

- (A) 店面房租 (B) 广告营销 (C) 人才招聘 (D) 物流配送
- 15 . () 是企业财务管理活动中最重要的环节
- (A) 业绩评价 (B) 预算编制 (C) 预算执行 (D) 以上都不是
- 16 . 动态评价属于 () 控制。
- (A) 事前 (B) 事中 (C) 事后 (D) 以上都不是
- 17 . 纠正偏差最重要的原则是 ()
- (A) 奖惩 (B) 制定计划 (C) 采取行动 (D) 以上都不是
- 18 . 以下不属于预算目标确定原则的是 ()
- (A) 先进性原则 (B) 可行性原则 (C) 适应性原则 (D) 统一性原则
- 19 . 预算目标是在 () 和平衡企业内部各项资源的基础上，经过公司投资者、决策者、经营者以及内部各个预算执行部门反复协调、测算确定的。
- (A) 市场预测 (B) 资源状况 (C) 生产能力 (D) 技术能力
- 20 . 可控费用应采用与 () 挂钩的费用率来进行弹性预算
- (A) 折旧 (B) 租金 (C) 销售收入 (D) 以上都不是
- 21 . 增量预算法与零基预算法两者的差别在于编制预算的 () 不同。
- (A) 过程 (B) 个数 (C) 种类 (D) 基础
- 22 . () 一般以会计年度为单位定期编制

- (A) 定期预算 (B) 固定预算 (C) 滚动预算 (D) 以上都不是
- 23 . 预算通过规划、控制和引导经济活动，使 () 达到预期目标。
- (A) 企业经营 (B) 广告营销 (C) 产量 (D) 以上都不是
- 24 . 定额控制是通过定额指标与 () 之间的对比，提示将要发生的财务活动与规定标准的差异
- (A) 范围指标 (B) 计划指标 (C) 预期指标 (D) 发生指标
- 25 . 资产负债表一般有表首、 () 两部分
- (A) 正表 (B) 注释 (C) 表尾 (D) 以上都不是
- 26 . 利润表以 “ () ” 为设置理论依据。
- (A) 收入—费用=利润 (B) 资产—负债=所有者权益 (C) 利润—费用=收入 (D) 以上都不是
- 27 . 分析连锁经营企业的偿债能力，可以 ()
- (A) 制定企业筹资策略。(B) 测算企业未来的资金需用量 (C) 预测企业赢利前景 (D) 预测企业规模

三、多项选择题（选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 连锁经营企业的固定资产可以按 () 进行分类，以加强企业管理，分析各类固定资产的结构，考核利用效率。
- (A) 经济用途 (B) 使用情况 (C) 产权归属 (D) 实物形态 (E) 文化组织
- 2 . 资产按照流动性可以划分为流动资产、 () 和其他资产。
- (A) 长期投资 (B) 短期投资 (C) 固定资产 (D) 有形资产 (E) 无形资产
- 3 . 根据固定资产管理和核算的需要，其计价方法有以下 ()
- (A) 剩余价值 (B) 使用价值 (C) 折余价值 (D) 重置完全价值 (E) 原始价值
- 4 . 资产管理是一种以最具成本效益的方式，包括所有成本、风险和绩效属性 () 资产

- 的系统过程。
- (A) 创新 (B) 开发 (C) 运营 (D) 维护 (E) 升级
- 5 . 以下哪些属于报表管理 ()
- (A) 分类明细统计报表 (B) 部门明细统计报表 (C) 新增资产统计报表 (D) 退出资产统计报表 (E) 折旧月报
- 6 . 成本管理的方法主要有 () 的控制
- (A) 存货 (B) 人员 (C) 营销 (D) 成本 (E) 组织
- 7 . 成本控制的程序, 具体可分为成本 () 环节。
- (A) 事前控制 (B) 费用控制 (C) 事中控制 (D) 事后控制 (E) 总体控制
- 8 . 会计机构或人员在办理费用支出业务时, 应当根据经批准的费用支出申请, 对发票、结算凭证等相关凭据的 () 进行严格审核。
- (A) 真实性 (B) 完整性 (C) 合法性 (D) 复杂性 (E) 合规性
- 9 . 财务预测环节包括以下哪些工作内容 ()
- (A) 明确预测对象和目的 (B) 搜集和整理资料 (C) 确定预测方法, 利用预测模型进行测算 (D) 确定最优值, 提出最佳方案 (E) 创新和革新制度
- 10 . 成本计划的内容主要包括三项, 即按产品计算的 ()
- (A) 商品产品成本计划 (B) 制造费用计划 (C) 生产经营费用预算 (D) 员工工资预算 (E) 组织成本评估
- 11 . 由于企业生产的特点和管理的要求不同, 其编制方法也不一样, 常见的成本计划的编制方法有 ()
- (A) 一级成本计划编制方法 (B) 三级成本计划编制方法 (C) 多级成本计划编制方法 (D) 一级与分级相结合成本计划编制方法 (E) 三级与分级相结合成本计划编制方法
- 12 . 成本控制范围用来核算企业的 ()
- (A) 收益 (B) 资产 (C) 费用支出 (D) 人员 (E) 组织
- 13 . 以下哪些属于成本费用的控制原则 ()
- (A) 政策性原则 (B) 目标管理原则 (D) 节约的原则 (C) 统一执行原则 (E) 收支对比的原则
- 14 . 连锁经营企业的基本要求是实现统一, 即 ()
- (A) 统一管理 (B) 统一采购 (C) 统一配送 (D) 统一信息 (E) 统一评估
- 15 . 连锁经营企业业绩评价指标设立基本原则有哪些 ()
- (A) 全面性原则 (B) 可操作原则 (C) 可比性原则 (D) 难操纵原则 (E) 统一性原则
- 16 . 企业业绩评价作为一个体系由评价目标 () 这几个基本要素构成。
- (A) 评估核算 (B) 评价指标 (C) 评价标准 (D) 评价报告 (E) 评价对象
- 17 . 考核涉及 () 等问题

- (A) 业绩报告 (B) 差异调查 (C) 奖惩 (D) 员工 (E) 组织
- 18 . 以下属于预算目标确定原则的是 ()
- (A) 先进性原则 (B) 可行性原则 (C) 适应性原则 (D) 统一性原则 (E) 创新性原则
- 19 . 预算目标是预算期内企业生产经营活动所要达到的 ()
- (A) 目标 (B) 过程 (C) 结果 (D) 评估 (E) 以上都是
- 20 . 以下哪些属于不可控费用 ()
- (A) 包装费 (B) 折旧 (C) 开办费 (D) 租金 (E) 盈利
- 21 . 增量预算是指以基期现有的水平为基础，根据预算业务量水平及有关影响因素的变动情况，通过调整基期 () 而编制的预算。
- (A) 项目 (B) 规模 (C) 种类 (D) 数额 (E) 目标
- 22 . 为了定期预算的 ()，企业可以采用滚动预算。
- (A) 盲目性 (B) 统一性 (C) 不变性 (D) 间断性 (E) 复杂性
- 23 . 预算是企业预测、决策的基础上，以 () 的形式反映企业未来一定时期内经营、投资、财务等活动的具体计划
- (A) 数量 (B) 金额 (C) 产品 (D) 种类 (E) 营销
- 24 . 在实行计划控制的过程中，由于计划指标本身的特点，可分别采用 () 两种方式
- (A) 固定程序控制 (B) 非弹性程序控制 (C) 综合程序控制 (D) 多样程序控制 (E) 弹性程序控制
- 25 . 资产负债表正表的格式一般有 () 两种。
- (A) 报告式资产负债表 (B) 账户式资产负债表 (C) 统一式资产负债表 (D) 部分式资产负债表 (E) 分级式资产负债表
- 26 . 以主营业务收入为基础，减去 () 计算出主营业务利润。
- (A) 主营业务成本 (B) 营业外支出 (C) 销售费用 (D) 主营业务税金及附加 (E) 营业外收入
- 27 . 从企业总体来看，财务报告分析的基本内容，主要包括以下哪些方面 ()
- (A) 分析连锁经营企业的偿债能力 (B) 评价连锁经营企业资产的营运能力 (C) 评价连锁经营企业的赢利能力 (D) 评价连锁经营企业的规模 (E) 创新连锁经营企业制度

理论知识复习题

市场开发管理

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 . 定向消费 也就是必须消费者，其核心的解决渠道作为主要依靠，不应该是前提。（ ）
- 2 . 企业要密切关注环境变化，顺应时代发展潮流，不必进行商业模式创新。（ ）
- 3 . 初创期的企业更倾向于选择“线上下单+物流配送”的模式，这样不仅可以降低线下的运营成本，还可以扩大前置仓的辐射范围。（ ）
- 4 . 标准化建设要点在于体系，建立可持续发展的商业模式，可复制的经营模式，可裂变的团队模式。（ ）
- 5 . 标准化建设力求简洁，与国际接轨，重点在于统一，统一便于管理，统一便于品牌建设。（ ）
- 6 . 店铺式直销成为消费者普遍接受的一种新销售模式，着重解决连锁店单店的生存与快速提升，难于复制。（ ）
- 7 . 商店过少的商圈内有很多的商店提供满足商圈内消费者需求的特定产品与服务。（ ）
- 8 . 商业区的消费习性为消费者群稳定，讲究便利性、亲切感，家庭用品购买率较高。（ ）
- 9 . 饱和指数表明一个商圈所能支持的商店不可能超过一个固定数量，主要功能是确定商圈内投资新店的风险程度的大小。（ ）
- 10 . 对连锁企业来说，门店的地理位置是形成企业市场竞争力的一个重要因素，门店地理位置的优劣直接决定顾客流量的高低、商品销售额的多少。（ ）
- 11 . 在商圈概念上有一个很著名的海滩原理，即在一条海滩上做冷饮生意的两家商贩，开始其各自的商圈范围是不均衡的，由于竞争因素致使他们走到一起，共同吸引顾客。（ ）
- 12 . 零售引力法则告诉我们，商圈的确定要考虑人口和距离两个变量，商圈规模由于人口的多少和距离店铺的远近而不同，门店的吸引力是由最邻近商圈的人口和里程距离共同决定的。（ ）
- 13 . 在中国，一种典型街道是车道、自行车和人行道分别被隔开，这是一路封闭的交通，选择这种位置开店较好。（ ）
- 14 . 门店位置：店面选择应临主干道，最好在拐角的位置，位于两条街道的交叉处。（ ）
- 15 . 店址评估作业要求所有选址作业完成之后，资料必须上交事业拓展部存档。（ ）
- 16 . 租赁谈判是一个双方博弈的过程，要对谈判过程做好相关记录，以备签订合同时的查

- 阅。（ ）
- 17 .零售企业在选择店址时，要力求将店址选在相对比较混乱、治安较差的地段，不要将店址选在比较规范、社会治安较好的地段。（ ）
 - 18 .人口密度高的地区，到商业设施之间的距离近，会减少购物频率。（ ）
 - 19 .公司的利益分配，除了交纳各项税收外，可以依照有关财务规定提取公积金，或是作为红利分配给股东。（ ）
 - 20 .为提高卖场空间的生产性，商品包装、搬运工具、陈列器具的规格化、系统化越来越重要，商品定购、入库、保管等也应引进科学的管理方法。（ ）
 - 21 .从商品经营的角度看，引导部分、营业部分和辅助部分三部分中，辅助部分是超市的主体，其它部分均围绕其组织空间。（ ）
 - 22 .第一陈列位应该陈列各类易于连带销售的小商品，基本款、方便配搭的款式等，增加连带销售几率。（ ）
 - 23 .传统业态经营者应依据市场的竞争情况和自己的详细情况，在经营规模、市场定位、经营业态等方面进行适应性创新，以增强竞争能力或开拓生存空间。（ ）
 - 24 .复合型业态指提供同时满足消费者生存、享受和发展需求的商品及服务的零售组织。（ ）
 - 25 .现代型业态指提供同时满足消费者生存、享受和发展需求的商品及服务的零售组织。（ ）
 - 26 .连锁门店绩效评估体系的构成有助于改善持续性，但会使管理者与执行者产生分歧。（ ）
 - 27 .连锁门店经营效率的评估需要计算商品周转率、交叉比率，不需要考虑盈亏平衡点。（ ）
 - 28 .建立连锁财务的思考要求连锁门店要选择合适的财务管理模式。（ ）
 - 29 .连锁门店组织结构相对较为简单，其管理层次根据门店规模而定。（ ）
 - 30 .在职能方面，门店主要是按照总部的指示和服务规范要求，承担日常销售业务。所以说，门店是连锁总部各项政策的决策者。（ ）
 - 31 .专营店收银员应坐下工作，坚持唱收、唱付、唱找，准确、迅速地收货款。（ ）
 - 32 .对于消费品市场而言，公共关系的作用最大，销售促进的作用次之，然后是人员推销和广告。（ ）
 - 33 .在促销活动结束后的一段时期内称为有货消耗期，消费者因消耗在促销期间积累的存货而没有实施新的购买。（ ）
 - 34 .连锁企业或者连锁门店可以组织有关人员抽取合适的消费者样本进行调查，向其了解促销活动的效果。（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

1 . 通过合作单位、合作企业所产生的定向消费者，依靠自身营销解决是（ ）的市场拓展战略。

(A) 定向消费 (B) 潜在消费 (C) 新生消费 (D) 体验消费

2 . 实现线上线下一体化是新零售主要商业模式中的（ ）。

(A) 初级模式 (B) 中级模式 (C) 高级模式 (D) 终极模式

3 . 当企业转型成本较高时，宜在保留原有优势的同时采用“（ ）”模式，如苏宁。

(A) 线上下单+物流配送 (B) 线上下单+门店体验 (C) 全渠道+自营平台 (D) 线上下单+自营平台

4 . 通过数据库的积累进行商业推广，让消费的反复模式有较大的作用，重点是（ ）。

(A) 体验销售 (B) 线上线下结合销售 (C) VIP 销售模式 (D) 会员销售

5 . 标准化建设要点在于体系，建立（ ）。

(A) 可持续发展的商业模式 (B) 可复制的经营模式 (C) 可裂变的团队模式 (D) 以上都是

6 . 通过电子商务结合进行推广销售，关注新商业的必然渠道，商务运行的良好效益，重点是（ ）。

(A) 体验销售 (B) 线上线下结合销售 (C) VIP 销售模式 (D) 会员销售

7 . 如果商圈内产业多角化，则零售市场一般不会因对某产品市场需求的波动而发生（ ）。

(A) 增长 (B) 减少 (C) 不变 (D) 相应波动

- 8 . () 分为住商混合，住教混合，工商混合等，具备单一商品圈形态的消费特色，一个商圈内往往含有多种商圈类型，属于多元化消费习性。
- (A) 商业区 (B) 住宅区 (C) 文教区 (D) 综合区
- 9 . 商圈的饱和数值越大，潜在的市场需求就越大，投资风险就 () 。
- (A) 越大 (B) 越小 (C) 不变 (D) 无关
- 10 . 广告、价格、顾客服务、产品及服务种类都能随着环境的变化较迅速地做出调整，相比之下，店铺选址时可以说是市场策略组合中灵活性 () 的因素。
- (A) 最好 (B) 最差 (C) 中等 (D) 无关
- 11 . 方位是指店铺坐落的方向位置，以正门的朝向为标志。东西走向、南北走向的街道最好 () 。
- (A) 坐北朝南、坐西朝东 (B) 坐南朝北、坐西朝东 (C) 坐北朝南、坐东朝西 (D) 坐南朝北、坐东朝西
- 12 . 一般来说，选址在饱和程度低的地区，其成功率必然要 () 高饱和的地区。
- (A) 低于 (B) 高于 (C) 不变 (D) 无关
- 13 . 商圈内家庭和人口商品消费能力是家庭和人口的总收入扣除储蓄和各项服务性支出后的金额，它与收入水平成正比例关系，收入水平越高，则消费能力 () 。
- (A) 越强 (B) 越弱 (C) 不变 (D) 无关
- 14 . 门店所在商圈的标准包括强二、强三线城市进入 () ，塑造强二强三线城市的品牌效应。
- (A) 核心商圈 (B) 次级商圈 (C) 核心商圈的边缘区域 (D) 次级商圈的边缘区域
- 15 . 店址评估作业要求调研工作完成之后，必须将表单、工具等交予 () ，然后对该项目

评估作出审核。

(A) 拓展部 (B) 人力行政部 (C) 财务部 (D) 商品部

16 . 门店租赁注意事项包括出租方必须具备房屋出租权，出据房屋 ()，并承担房屋出租的相关纳税责任。

(A) 所有权证 (B) 不动产权证 (C) 出租许可证 (D) 授权许可证

17 . 交叉路口一般是指十字路口和三岔路口，一般来说在这种交接地，店铺建筑的能见度大。如果是三岔路口，最好将卖场设在三岔路口的 ()，这样店面最显眼。

(A) 正面 (B) 背面 (C) 侧面 (D) 对面

18 . 门店选址 ()，越有利于顾客来店购买商品。

(A) 经过的公交车越多，店址离车站越远 (B) 经过的公交车越多，店址离车站越近
(C) 经过的公交车越少，店址离车站越远 (D) 经过的公交车越少，店址离车站越近

19 . () 则包括人事费用、水电费和各项管理费等，也有部分与营业额高低相关联的费用。

(A) 变动费用 (B) 固定费用 (C) 经营费用 (D) 开办费用

20 . 停车场、自行车停放处一般布置在超市的 ()，设计上要注意兼顾便捷性和美观。

(A) 距离较远处 (B) 次出入口附近 (C) 主出入口附近 (D) 后出入口附近

21 . 大型超市出租店往往占据底层空间与出入口直接相连，是顾客 () 的空间。

(A) 流速最慢、流量最小 (B) 流速最慢、流量最大 (C) 流速最快、流量最小 (D) 流速最快、流量最大

22 . () 位于客流通过的方向，视觉扫描第一接触的位置，例如橱窗。

- (A) 第一陈列位 (B) 第二陈列位 (C) 展示位 (D) 销售位
- 23 . 传统型业态的特点是 () 。
- (A) 经营形态丰富，经营手段技术水平较高 (B) 经营形态丰富，经营手段技术水平较低 (C) 经营形态单一，经营手段技术水平较高 (D) 经营形态单一，经营手段技术水平较低
- 24 . 复合型业态因其每一种业态适合不同不同目标市场特定的需要，从而通过资源合理配置和 () 获得合力效应的模式，而被越来越多的商业企业所采用。
- (A) 资源共享 (B) 资源独占 (C) 资源聚集 (D) 资源浪费
- 25 . 随着城市消费者学历的整体提升，零售业态的功能需求和服务需求相应提高，金融服务水平越发达，制度环境越完善，现代型业态 () 。
- (A) 无明显变化 (B) 竞争越温和 (C) 竞争越激烈 (D) 竞争越少
- 26 . 连锁超市绩效模型的过程评价中，总部对分店的监督检查不包括 () 。
- (A) 服务质量 (B) 客户质量 (C) 商品质量 (D) 环境质量
- 27 . () 各分店只有所有权，没有经营权，总部和各分店之间以知识产权为纽带。
- (A) 公司总部 (B) 自由连锁 (C) 加盟连锁 (D) 正规连锁
- 28 . 加强连锁店的资产、财务管理的要求不包括 () 。
- (A) 减缓资金周转 (B) 培养和管理财务人员 (C) 推行电脑化存货控制系统 (D) 开拓筹资渠道
- 29 . 如果门店规模大和门店工作人员较多，可以将门店划分 () 进行管理。

(A) 不同的阶层 (B) 不同的等级 (C) 不同的部门 (D) 不同的地位

30 .

连锁门店的信息管理不包括 ()。

(A) 门店经营信息管理 (B) 客户投诉与建议管理 (C) 商品销售活动的实施 (D) 竞争者信息管理

31 .

下列哪项不属于专营店收银员的主要工作职责 ()。

(A) 正确迅速结账 (B) 随时对陈列商品进行整理 (C) 熟悉促销商品的价格 (D) 妥善保管好营业款

32 .

在制定总体促销预算时，哪项方法不可行 ()。

(A) 量力而行法 (B) 目标任务法 (C) 销售百分比法 (D) 竞争不对等法

33 .

促销的 () 是通过比较促销前后产品和企业品牌的知名度、认知度、销售量、销售额等变化来评价其实际效果。

(A) 事前评估 (B) 事中评估 (C) 事后评估 (D) 事外评估

34 .

促销初期奏效，但在促销中期销售就逐渐下降，一旦到结束时，就已恢复到原来销售水平。说明 ()。

(A) 这种促销冲击力强，但缺乏实质内容 (B) 促销出现后遗症 (C) 促销没有任何影响，且浪费了促销费用 (D) 促销效果明显，这种促销方式是正确之举

三、多项选择题（选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 市场拓展战略的要点包括（ ）。
 - (A) 物流体系建设 (B) 产品体系建设 (C) 人脉关系建设 (D) 管理标本建设 (E) 电子商务建设
- 2 . 新零售的三种运营模式包括（ ）。
 - (A) 线上下单+物流配送 (B) 线上下单+门店体验 (C) 全渠道+自营平台 (D) 全渠道+物流配送 (E) 线上下单+自营平台
- 3 . 新零售运营模式选择的关键性因素包括（ ）。
 - (A) 渠道整合 (B) 生命周期 (C) 转型成本 (D) 战略布局 (E) 资本结构
- 4 . 管理的可持续发展的标本建设（容易快速复制的通道建设）包括服务的（ ）建设。
 - (A) 专业化 (B) 标准化 (C) 科普化 (D) 傻瓜化 (E) 重复化
- 5 . 连锁管理的标准化建设中的品牌建设包括（ ）。
 - (A) 统一的 CIS 建设 (B) 商品系列化建设 (C) 营销与数据库建设 (D) 管理标准建设 (E) 服务与传播体系建设
- 6 . 市场开发与拓展的目标包括（ ）。
 - (A) 重复消费 (B) 定向消费 (C) 潜在消费 (D) 新生消费 (E) 大额消费
- 7 . 连锁企业在进行门店选址的时候，一般要进行商圈分析。而在进行具体商圈分析的时候，包括但不限于从（ ）方面对其进行具体分析。
 - (A) 人口规模及特征 (B) 劳动力保障 (C) 供货来源 (D) 经济情况 (E) 竞争情况
- 8 . 商业区的消费习性具有（ ）消费的特色，而且消费金额比较高。
 - (A) 快速 (B) 流行 (C) 娱乐 (D) 冲动 (E) 盲目
- 9 . 商圈分析的第二个步骤是确定调查的内容，包括（ ）。
 - (A) 购物频率 (B) 购物倾向 (C) 平均购买数量 (D) 顾客隐私信息 (E) 顾客集中程度
- 10 . 门店选址的重要性主要表现在以下几个方面（ ）。
 - (A) 一项重大的长期性投资 (B) 一项重大的短期性投资 (C) 确定经营目标的重要依据 (D) 制定经营战略的重要依据 (E) 影响企业经济效应的一个重要因素
- 11 . 以下哪种周围环境是恶劣的开店环境，不利于城市评估（ ）。
 - (A) 公共厕所旁或附近 (B) 店门外灰尘飞舞 (C) 邻居是怪味四溢的化工厂 (D) 位于繁华的街道 (E) 位于交通便利处
- 12 . 交通条件是影响企业门店选址的一个主要因素，交通的便利性主要从以下几个方面表现出来（ ）。
 - (A) 交通线路的通达性 (B) 交通方式的多样性 (C) 交通时间的便捷性 (D) 交通费用的低廉性 (E) 交通设施的完善性

- (A) 公交车辆 (B) 停车环境 (C) 运输动脉 (D) 交通状况 (E) 配套设施
- 13 .在对顾客流量做进一步的分析时，主要应考虑以下几个方面（ ）。
- (A) 行人流量 (B) 人口密度 (C) 周边状况 (D) 居住环境 (E) 客流性质
- 14 .门店开发评估体系中卖场的结构标准包括（ ）。
- (A) 选择楼层的最高层门店 (B) 无台阶为最优 (C) 门店内有死角 (D) 形状以正方形为最佳 (E) 形状以圆形为最佳
- 15 .门店内部结构调研的主要因素有（ ）。
- (A) 门店形状 (B) 门面宽度 (C) 门店层数 (D) 门店可调整性 (E) 门店基础设施
- 16 .门店租赁注意事项中租赁谈判的内容包括（ ）。
- (A) 租赁的时限 (B) 首付租金金额和支付日期 (C) 租金的方式 (D) 租金交纳方式 (E) 合同到期时的优先承租权
- 17 .在选店址的时候不能仅看表面的价格，而应考虑租金的性价比，不同（ ）的店面，租金会有很大出入。
- (A) 地理环境 (B) 交通条件 (C) 建筑结构 (D) 社会治安 (E) 基础设施
- 18 .连锁企业门店选址步骤包括（ ）。
- (A) 商圈的评估 (B) 顾客流量的分析 (C) 交通环境的考察 (D) 目标消费群的选择 (E) 形成选址报告
- 19 .连锁门店开店资金运用计划大致可分成（ ）三部分。
- (A) 收支计划 (B) 利益分配计划 (C) 短期计划 (D) 前置计划 (E) 资金计划
- 20 .卖场是经营者展示、陈列商品，激发消费者购买热情促成交易完成的场所，也是消费者比较、选择商品，完成购买行为的场所，其设计具备两个特点（ ）。
- (A) 卖场空间人性化 (B) 卖场空间私人化 (C) 卖场空间系统化 (D) 卖场空间杂乱化 (E) 卖场空间复杂化
- 21 .超市的功能空间包括：从建筑设计的角度看可分为（ ）。
- (A) 广告空间 (B) 引导空间 (C) 营业空间 (D) 辅助空间 (E) 剩余空间
- 22 .一般而言，我们卖场的区域划分要和品牌的推广、营销策略相符合。而一个区域设置完整的门店，一般划分为（ ）。
- (A) 导入区 (B) 销售区 (C) 休息区 (D) 服务区 (E) 办公区
- 23 .传统型业态的经营方式为有店铺形式，包括（ ）。
- (A) 大卖场 (B) 标准超市 (C) 便利店 (D) 电话购物 (E) 网络购物
- 24 .复合型业态的经营方式为有店铺形式，包括（ ）。
- (A) 网上商店 (B) 仓储式会员店 (C) 百货店 (D) 专卖店 (E) 购物中心
- 25 .现代型业态强调经营手段上广泛运用现代高新技术，经营方式为无店铺形式，包括（ ）。

- (A) 电视购物 (B) 邮购 (C) 工厂直销中心 (D) 自动售货亭 (E) 百货店
26. 连锁门店绩效评估体系的构成包括 ()。
- (A) 制造商对批发商的特许 (B) 制造商对零售商的特许 (C) 顾客满意程度 (D) 过程的能力 (E) 产品的测量和评价
27. 连锁门店绩效性评估原则包括 ()。
- (A) 收益性 (B) 安全性 (C) 发展性 (D) 效率性 (E) 交叉性
28. 建立科学合理内部财务管理制度包括 ()。
- (A) 资金管理 (B) 库存管理 (C) 成本费用管理 (D) 人事管理 (E) 项目管理
29. 连锁门店的组织结构可分为 ()。
- (A) 直线制 (B) 职能制 (C) 直线-职能制 (D) 事业部制 (E) 公司制
30. 连锁门店的商品管理包括 ()。
- (A) 商品质量 (B) 员工管理 (C) 商品盘点 (D) 收银管理 (E) 进货票据管理
31. 门店店长的工作职责包括 ()。
- (A) 维持店内良好的销售业绩 (B) 严格控制店内的损耗 (C) 维持店内整齐生动的陈列 (D) 合理控制人事成本 (E) 维护商场良好的顾客服务
32. 连锁经营的促销计划执行主要是考虑以下几个方面的内容 ()。
- (A) 总体部署 (B) 促销时间 (C) 促销商品 (D) 促销主题 (E) 促销区域
33. 连锁企业对促销效果评估的具体方法有以下几种 ()。
- (A) 目标评估法 (B) 前后比较法 (C) 消费者调查法 (D) 主观决断法 (E) 先入为主法
34. 评估商店促销活动的效果可以向顾客调查以下问题 ()。
- (A) 是否记得商店的促销活动 (B) 对商店的促销活动有何评价 (C) 是否感觉从中获得了利益 (D) 对未来购物场所的选择是否会有影响 (E) 对商店的促销活动有何建议

理论知识复习题

特许经营管理

一、 判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 . 单店系统的初步设计有：经营模式、业务主流程及组织架构、商标商号等。（ ）
- 2 . 总体发展规划报告的前言应概括描述组织的现状和未来特许经营发展的愿景、使命，以及未来3~5年内要达到的阶段性目标。（ ）
- 3 . 加盟总部在开展特许经营前对有关业务概念的测试不适当或没有做充分的测试不是加盟者面临的风险来源。（ ）
- 4 . 加盟店出现的问题可能有：加盟者没有按照规定的经营模式和操作规程行事。（ ）
- 5 . 社会效益是一份可行性研究报告中不可缺少的部分，一个具有良好社会效益的特许经营项目可以引起政府和社会的高度重视，并在未来公共关系上获得成功。（ ）
- 6 . 企业要进行扩张发展的方式只有特许经营一种。（ ）
- 7 . 如果不容易实现特许经营对成功模式的复制，那么就很难开展特许经营。（ ）
- 8 . 特许经营不是特许人和受许人之间的契约关系。（ ）
- 9 . 一个好的流程不仅能够反映出每个特许经营加盟步骤的具体实施状况，而且能够体现加盟总部对每个环节的工作要求。（ ）
- 10 . 加盟总部往往根据不同的面积和投资额设计不同类型的特许经营业务，以满足不同规模投资者的需要。（ ）
- 11 . 市场推广及广告基金一般由加盟总部统一管理，加盟商不可以向加盟总部申请使用。（ ）
- 12 . 如果加盟总部能向加盟者提供更多的服务和援助，加盟总部就可以收取更高的特许经营费用；反之则反。（ ）
- 13 . 加盟总部的期望利润不一定能够直接实现，还要受现实各种因素的制约（ ）
- 14 . 法律关系是加盟关系的基础，因此法律上的合约可以保证相互建设性的关系。（ ）
- 15 . 营销创新就是指目标顾客的创新、营销产品的创新和营销组合的创新。（ ）
- 16 . 成立加盟商协会能激发加盟商作为特许经营体系的主人感和归属感。（ ）
- 17 . 杠杆比率是衡量长期负债及特许人应付这类负债的能力。（ ）
- 18 . 企业的目标有三部分，即目标阐述、数量和时间计划。（ ）

- 19 . 特许经营的招募加盟工作一定要有序、有计划地进行，绝不能因一时的利益而忽视了特许经营体系的健康成长（ ）
- 20 . 企业主动出击的招募方式有展览会和招商会、人员招募、内部创业制度和媒体招募这四种方式（ ）
- 21 . 许多加盟总部将加盟模式设计成两种：一种是单体加盟模式；另一种是区域加盟模式。（ ）
- 22 . 专业化是特许加盟店最重要最基本的经营原则（ ）
- 23 . 加盟总部招募加盟商一般经过招募宣传，发布信息、回应潜在加盟者的询问、向感兴趣的人士提供基本加盟资料、初步约谈、加盟者条件评估、加盟计划的沟通和正式签约这几个步骤（ ）
- 24 . 加盟总部的发展历史及所处阶段属于加盟总部的竞争力（ ）
- 25 . 主合约和辅助合约决定了特许经营合约的复杂性（ ）
- 26 . 合约期限属于特许经营合同的主要内容（ ）
- 27 . 国内的特许经营单店合同大致可以被分为四个组成部分，合同引言、合同中关键用语释义、合同的主体部分以及合同的附件部分（ ）
- 28 . 特许经营合约是加盟者在被授予特许经营权时所签订的唯一文件（ ）
- 29 . 目前，国内的特许经营单店合同大致可以被分为四个组成部分，合同引言、合同中关键用语释义、合同的主体部分以及合同的附件部分。（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 特许经营的总体规划中，论证及决策的内容包括（ ）。
 - (A) 总部年收入/成本预测 (B) 总部年收入/费用预测 (C) 总部年费用/成本预测
 - (D) 总部年收入/利润预测
- 2 . 特许经营制定总体规划需要经过五个步骤，其中最后一个步骤是（ ）。
 - (A) 行业环境研究 (B) 团队的组建和学习 (C) 撰写总体发展规划报告 (D) 特许经营可行性研究
- 3 . 来自特许经营加盟商本身的风险不包括以下哪点（ ）。
 - (A) 缺乏管理经验 (B) 过分独立于加盟总部 (C) 过分依赖于加盟总部 (D) 投资者不亲自经营

- 4 . 加盟总部的风险预警监测内容不包括以下哪点（ ）。
- (A) 管理混乱 (B) 资金不足 (C) 控制严格 (D) 管理不善
- 5 . 特许经营的可行性研究报告中 SWOT 分析不包括（ ）。
- (A) 项目优势分析 (B) 项目劣势分析 (C) 项目预计收入分析 (D) 项目可能遭遇的威胁分析
- 6 . 《商业特许经营管理条例》之所以强调特许人需要具备为受许人持续提供经营指导、技术支持和业务培训等服务能力，是因为特许经营（ ）其他的商业模式。
- (A) 不同于 (B) 完全相同于 (C) 类似于 (D) 仿照于
- 7 . 特许经营的技术可行性主要分析项目是否具有（ ）。
- (A) 可参考性 (B) 可借鉴性 (C) 可复制性 (D) 可批判性
- 8 . 需要相对较大的投资用于采购商品、设备和购买或租赁营业场所的特许经营模式是（ ）。
- (A) 工作型特许经营 (B) 业务型特许经营 (C) 投资型特许经营 (D) 出口型特许经营
- 9 . 特许经营流程包括 12 大步骤，其中最后一个步骤为（ ）。
- (A) 对潜在加盟者进行评估 (B) 开业后的持续服务与管理控制 (C) 全面的业务培训 (D) 特许经营项目备案及信息披露
- 10 . 加盟总部对区域代理商的要求不包括（ ）。
- (A) 区域代理商不负责加盟总部在该地区的加盟管理业务 (B) 区域代理商授权当地加盟店 (C) 各种配送物料均由区域代理商分销给各加盟店 (D) 申请区域代理权必须具有一定的商业表达能力
- 11 . 如果加盟双方违背合同中规定的义务及禁止事项，按合同规定向受损害的一方交纳违约金作为赔偿的费用被称为（ ）。

- (A) 赔偿金 (B) 违约金 (C) 补给金 (D) 一般罚款
- 12 . 以下哪项不是影响特许经营费用的行业因素 ()
- A 竞争程度 B 技术更新 C 平均盈利水平 D 盈利渠道
- 13 . 当加盟总部的盈利渠道有多种来源时, 加盟总部采取 () 策略, 而增加其他费用, 如设备租赁费、原材料费等, 可以转移加盟者的注意力, 更容易吸引人。
- A 零加盟金 B 低加盟金 C 高加盟金 D 市场平均加盟金
- 14 . 加盟总部掌握市场变化最直接、最有效的方法是 ()
- (A) 加盟店保持良好关系和加强联络 (B) 提高加盟店的归属感 C 相互督促业务发展
(D) 鼓励所有成员投身事业发展
- 15 . () 是指企业能够营造一种氛围, 使顾客在不知不觉中受到新文化的感染。
- (A) 文化营销 (B) 企业战略营销 C 体验营销 (D) 整合营销传播
- 16 . () 是一种有效的信息交流手段, 用以介绍特许经营加盟总部的各项活动或是提供其他积极有用的信息。
- (A) 设立网络沟通平台 (B) 内部交流刊物 C 设立 24 小时电话热线 (D) 开展会议交流
- 17 . () 反映一个特许企业偿还短期债务或财务义务的能力。
- (A) 速动比率 (B) 流动比率 C 获利比率 (D) 效率比率
- 18 . 通过评价每个细分的子市场以确定进入一个或更多的子市场的方式被称为 ()
- (A) 目标市场选择 (B) 市场细分 C 市场调查 (D) 消费者偏好调查

- 19 . 早期的商业模式特许经营体系，在发展初期从（ ）中间招募加盟商
- (A) 内部人员 (B) 展会人员 (C) 同行业人员 (D) 招商会人员
- 20 . 以下哪种方法不属于企业主动招募（ ）
- (A) 主动出击 (B) 与申请者接洽 (C) 媒体招募 (D) 2) 展览会和招商会
- 21 . （ ）往往也是一个特许经营体系品牌的浓缩
- (A) 加盟总部基本信息 (B) 企业文化 (C) 产品和行业介绍 (D) 特许经营优势及加盟总部支持
- 22 . 专业化是指在工作方面是指专业细分，在商品方面则强调（ ）
- (A) 复杂化 (B) 标准化 (C) 统一化 (D) 差异化
- 23 . 一些加盟总部要求潜在加盟者必须有自己的店面或承租店面，在这一过程中，一个重要的内容是对加盟店的（ ）进行评估
- (A) 地点 (B) 面积 (C) 资金 (D) 人员
- 24 . 以下哪个不属于加盟总部的竞争力（ ）
- (A) 加盟总部的发展历史及所处阶段 (B) 加盟店经营情况 (C) 加盟总部的财务状况 (D) 加盟总部产品及业务的市场竞争力
- 25 . 以下哪个属于特许经营合约的多样性（ ）
- (A) 超市场交易性质 (B) 管理制度契约化 (C) 法律关系多元化 (D) 主合约和辅助合约
- 26 . 以下哪个不属于特许经营合同的主要内容（ ）
- (A) 商标、商号等的使用 (B) 2) 合约期限 (C) 3) 加盟总部提供服务的种类和范围 (D) 地点的选择
- 27 . 以下哪一项不属于合同的主体部分（ ）

- (A) 特许授权的内容 (B) 加盟店的所在地点 (C) 特许费用 (D) 合同的附件
- 28 . 加盟总部可以根据自己想要得到的法律保护程度、 () 以及特许经营体系所处的行业规则来决定辅助合约的签订。
- (A) 加盟总部的地点 (B) 加盟双方关系的性质 (C) 加盟商想要得到的法律保护程度 (D) 加盟商的个数
- 29 . 特许经营除了可以收取特许经营费，还可以收取 ()
- (A) 保证金 (B) 营业额 (C) 租金 (D) 以上都不是

三、多项选择题（选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 特许经营的总体规划中，论证及决策的内容包括 () 。
- (A) 市场推广总体策略 (B) 运营管理总体策略 (C) 危机处理总体策略 (D) 团队学习总体策略 (E) 创新评估总体策略
- 2 . 特许经营的总体发展规划报告通常包括以下内容 () 。
- (A) 前言 (B) 组织开展特许经营的可行性分析 (C) 特许经营体系构想 (D) 特许经营发展总体策略 (E) 总结
- 3 . 特许经营对加盟总部而言是一把“双刃剑”，其中的风险来源包括 () 。
- (A) 来自合约缺陷的风险 (B) 来自错误招募的风险 (C) 来自加盟双方冲突的风险 (D) 来自营销冲突的风险 (E) 来自内部管理的风险
- 4 . 从总体上看，特许经营的风险预警要从以下几个方面着手 () 。
- (A) 总结项目风险 (B) 设立风险管理的常设机构 (C) 监测企业的风险信号 (D) 制订风险管理方案 (E) 树立风险意识
- 5 . 项目经济可行性分析通过计算 () 等不同的指标，分析该项目在经济上的可行性。
- (A) 动态投资回收期 (B) 静态投资回收期 (C) 项目盈利指数 (D) 经营安全率 (E) 灵活投资回收期
- 6 . 特许经营市场可行性分析包括 () 。
- (A) 市场前景分析 (B) 公司地址位置分析 (C) 消费行为分析 (D) 消费趋势判断

- (E) 竞争状况分析
- 7 . 企业在开展特许经营之前，必须对自己进行可行性分析，主要包括（ ）。
- (A) 政策可行性 (B) 市场可行性 (C) 技术可行性 (D) 经济可行性 (E) 创新可行性
- 8 . 按特许权的交易形式，特许经营可分为以下三种（ ）。
- (A) 制造商对批发商的特许 (B) 制造商对零售商的特许 (C) 制造商之间的特许 (D) 消费者之间的特许 (E) 零售商之间的特许
- 9 . 特许经营的流程设计中，对潜在加盟者进行评估之后的步骤包括（ ）。
- (A) 制订特许经营开发计划 (B) 开业后的持续服务与管理控制 (C) 全面的业务培训 (D) 准备特许经营所需的文件 (E) 评估特许经营计划
- 10 . 许多加盟总部都为潜在的投资者设计了不同类型的业务模式，包括按（ ）的不同来设计。
- (A) 投资店铺的面积和投资额 (B) 加盟区域或加盟商权利 (C) 业务管理方式 (D) 加盟总部标准化工作 (E) 投资店铺位置分析
- 11 . 特许经营费用的两个基本组成费用是（ ）
- (A) 保证金 (B) 特许经营转让费 (C) 特许权使用费 (D) 加盟金 (E) 补给金
- 12 . 以下哪些选项是影响特许经营费用的内部因素（ ）
- (A) 特许经营体系的成熟度 (B) 加盟总部提供的援助 (C) 加盟商的资金分布 (D) 加盟商的素质和贡献 (E) 加盟总部的管理水平
- 13 . 特许权使用费的计算方式主要有（ ）
- (A) 按时间收取 (B) 按统一费用收取 (C) 按营业收入的百分比收取 (D) 按利润的百分比收取 (E) 按效度收取
- 14 . 影响加盟双方良好关系建立的主要两个因素是（ ）
- (A) 加盟总部的服务质量 (B) 加盟总部的管理服务水平 (C) 加盟双方的有效沟通 (D) 加盟双方对于价格的制定 (E) 资金分布
- 15 . 品牌联盟能为企业带来哪些好处（ ）
- (A) 方便顾客，扩大客源 (B) 减少综合投资和营运成本 (C) 一定会获得利益最大化 (D) 割裂原品牌特色化服务 (E) 共享广告效益
- 16 . 加盟总部与加盟店之间的沟通交流可以有以下几种途径（ ）
- (A) 人员访店 (B) 定期和不定期报告 (C) 经常性的会议交流 (D) 内部交流刊物 (E) 设立电话热线
- 17 . 特许人必须有选择地公开其财务报表以获取外部资金。一般要求公开的三大核心报表是（ ）
- (A) 损益表 (B) 资产负债表 (C) 现金流量表 (D) 利润表 (E) 收益表
- 18 . 以下哪些是特许人为受许人提供的营销服务（ ）

- (A) 提供资金支持 (B) 提供信任担保 (C) 授权开业的系列服务 (D) 持续的广告支持 (E) 其他营销推广项目
- 19 .招商加盟外包策划的原则一般包括 ()
- (A) 严格筛选、宁缺毋滥 (B) 理念、眼光更长远 (C) 多样化选择 (D) 门当户对 (E) 共同发展
- 20 .企业主动出击的招募方式有哪些 ()
- (A) 媒体招募 (B) 展览会和招商会 (C) 人员招募 (D) 店面 POP+口碑宣传 (E) 内部创业制度
- 21 .一本完整的加盟指南或宣传手册应该包括如下内容 ()
- (A) 加盟总部基本信息 (B) 企业文化 (C) 产品和行业介绍 (D) 特许经营优势及加盟总部支持 (E) 加盟模式及投资回报
- 22 .特许加盟店的经营管理中, 最强调 () 的 3s 原则
- (A) 简单化 (B) 标准化 (C) 多样化 (D) 独立化 (E) 专业化
- 23 .加盟计划的沟通的重点有哪些 ()
- (A) 人员安排 (B) 合约安排 (C) 流程安排 (D) 资金安排 (E) 时间安排
- 24 .加盟总部的竞争力包括哪些 ()
- (A) 加盟总部的发展历史及所处阶段 (B) 加盟店经营情况 (C) 加盟总部的财务状况 (D) 加盟总部产品及业务的市场竞争力 (E) 加盟总部的内部管理
- 25 . () 决定了特许经营合约的复杂性
- (A) 主合约和辅助合约 (B) 超市市场交易性质 (C) 管理制度契约化 (D) 法律关系多元化 (E) 资源条件和市场基础
- 26 .以下哪些属于特许经营合同的主要内容 ()
- (A) 加盟费 (B) 区域保护 (C) 仲裁 (D) 租金 (E) 合同期限
- 27 .合同的附件通常可以包括 () 等。
- (A) 特许人单店的经营范围 (B) 特许人的部分手册目录 (C) 工作程序 (D) 加盟设计图及照片 (E) 保密协议
- 28 .加盟总部可以根据 () 来决定辅助合约的签订。
- (A) 想要得到的法律保护程度 (B) 加盟双方关系的性质 (C) 加盟商类型 (D) 加盟商的个数 (E) 特许经营体系所处的行业规则
- 29 .合约终止的处理以下哪些方面 ()
- (A) 审查资料 (B) 加盟总部标志物品的处理 (C) 设备设施的处理 (D) 库存商品的处理 (E) 结算各项费用

理论知识考试模拟试卷及答案

连锁经营管理师（一级）理论知识试卷

1. 考试时间：90 min。
2. 请首先按要求在试卷的标封处填写您的姓名、准考证号和所在单位的名称。
3. 请仔细阅读各种题目的回答要求，在规定的位置填写您的答案。
4. 不要在试卷上乱写乱画，不要在标封区填写无关的内容。

	一	二	总分
得分			

得分	
评分人	

一、判断题（第1题～第25题。将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”。每题1分，满分25分）

- 1 . 职业道德主要通过调节企业与市场的关系，增强企业的凝聚力。（ ）
- 2 . 产品定位是连锁经营企业根据所服务的目标顾客、目标市场和企业所制定的竞争策略。（ ）
- 3 . 供应商协同管理的内容包括样品试剂申请与跟踪管理。（ ）
- 4 . 宏观环境分析常用的模型是SWOT分析法。（ ）
- 5 . 采购谈判要尽量提供准确的数据，例如市场份额、销售额等进行谈判。（ ）
- 6 . 对供应商进行编码，第一位为商品大分类代码，后三位为商品细目代码。（ ）
- 7 . 存量管理标准的安全存量=每日出货量*2。（ ）
- 8 . 实验法的最大特点是把调查对象置于特定空间内进行调研。（ ）
- 9 . 营销渠道中，通常存在多种形态的“流”，包括所有权流、实体流、信息流、促销流和货币流。（ ）
- 10 . 响应率显示了客人对该活动的兴趣以及品牌的受欢迎度。（ ）
- 11 . 零售企业要建立与供应商、物流企业、第三方电子商务平台的合作机制，但是竞争者是不能合作的。（ ）
- 12 . 一个企业要是能将1/4的质量管理精力花在供应商管理上，那么商品质量通常可以提高50%左右。（ ）
- 13 . 由于员工的不诚实行为或疏忽引起的损耗，将按照违规行为产生损耗数额的50%进行处罚。（ ）
- 14 . 调拨管理包括商品在不同货位间的调拨管理。（ ）
- 15 . 现金流量表通常用于反映企业资产结构、偿债能力、管理水平、利益归属等情况。（ ）
- 16 . 数字化运营的场景核心要素是线上是空间，线下是时间（ ）

- 17 . 外部云不仅是供选择性的其他企业和其成员来使用的云计算，也可以是整个公众社会。（ ）
- 18 . 领导方式评价只涉及领导主体、领导环境两方面内容。（ ）
- 19 . 固定资产按使用情况可分为使用中、未使用和不需用固定资产。（ ）
- 20 . 营业额是连锁经营企业最重要的一个经营指标（ ）
- 21 . 预算目标是预算期内企业生产经营活动所要达到的目标和结果。（ ）
- 22 . 定向消费：也就是必须消费者，其核心的解决渠道作为主要依靠，不应该是前提。（ ）
- 23 . 门店位置：店面选择应临主干道，最好在拐角的位置，位于两条街道的交叉处。（ ）
- 24 . 在职能方面，门店主要是按照总部的指示和服务规范要求，承担日常销售业务。所以说，门店是连锁总部各项政策的决策者。（ ）
- 25 . 特许经营合约是加盟者在被授予特许经营权时所签订的唯一文件（ ）

得 分	
评分人	

二、 单项选择题（第 1 题～第 55 题。选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中。每题 1 分，满分 55 分）

- 1 . 狭义上的职业道德是指在一定职业活动中应遵循的、体现一定职业特征的、调整一定职业（ ）的职业行为准则和规范。
（A）能力（B）关系（C）特点（D）内涵
- 2 . 现实生活中一些人不断地跳槽到另一家公司，虽然说有利于人才的流动，但也说明这些从业人员缺乏（ ）
（A）工作技能（B）强烈的职业责任感（C）光明磊落的态度（D）坚持真理的品质
- 3 . 零售商的商品政策是（ ）
（A）市场组分化策略（B）丰满策略（C）齐全策略（D）以上都是
- 4 . 门店安全作业管理的重要性，不包括以下哪项？（ ）
（A）确保消费者购物的安全（B）提供员工安全的工作环境（C）减少门店的财物损失（D）应付检查
- 5 . 循环经济的基本运行模式是“自然产品——产品——（ ）的循环模式，相对于封闭式和非线性式经济模式。
（A）再生资源（B）废弃物（C）报废产品（D）工业废料
- 6 . 商品综合分类由以下层次进行，除了（ ）
（A）大分类（B）中分类（C）小分类（D）细目
- 7 . 同一小分类单品，应充分满足价位分布要求，以（ ）为主
（A）高价位（B）低价位（C）中间价位（D）优势价位
- 8 . 新引进品牌的试销期为（ ）个月。
（A）3（B）6（C）10（D）12
- 9 . 根据公司商品销售情况、商品淘汰数量、（ ）及促销活动计划确定招商数量。

- (A) 消费者需求调查 (B) 供应商资质调查 (C) 商品库存情况 (D) 消费者认可程度
10. 供应商条件包括以下几点，除了 ()
 (A) 供货条件 (B) 订货条件 (C) 付款条件 (D) 广告费用承担
11. 中央采购制度的缺点是 ()
 (A) 可以降低采购费用 (B) 责任容易模糊，不利于考核 (C) 规范企业采购行为
 (D) 提高谈判的议价能力
12. 最大最小的订货系统的工作程序中不包括 ()
 (A) 每隔一定时间间隔检查库存及确定库存余额 (B) 库存余额小于订货点时发出订货
 (C) 确定最大库存量及再订货点 (D) 确定采购订货期
13. 以下不属于供应商管理库存 (VMI) 的系统原则的是 ()
 (A) 合作性 (B) 互惠性 (C) 目标一致 (D) 独立性
14. 以下不属于自下而上的市场规模推算方法的是 ()
 (A) 典型反推法 (B) 抽样分析法 (C) 需求推算法 (D) 拍脑袋法
15. 以下不属于培养顾客忠诚度的是 ()
 (A) 建立顾客档案 (B) 提供超值服务 (C) 电话访问频繁 (D) 举办多种顾客活动
16. 依据人有限理性、信息不充分和 () 原理，制造商及其业务代表应通过各种渠道影响中间商决策，促使其加入营销渠道。
 (A) 对称 (B) 不对称 (C) 感性 (D) 差异化
17. 直接分销渠道主要用于分销的产品是 ()
 (A) 消费品 (B) 产业用品 (C) 农产品 (D) 食品
18. CRM 作为渠道量化管理的工具，具有以下作用，除了 ()
 (A) 记录和经销商沟通联络全过程 (B) 实现对经销商的透明化、精细化管理
 (C) 实现对渠道准确而迅速的绩效考核 (D) 对渠道变革没有作用
19. 以下不属于定价方法的是 ()
 (A) 成本导向法 (B) 竞争导向法 (C) 需求导向法 (D) 目标导向法
20. 确定商店形象主题是寻找一个鲜明的主题来突出商店形象所代表的企业理念、市场定位、()，规划企业在社会公众心目中的特定位置和印象。
 (A) 风格定位 (B) 产品定位 (C) 品牌定位 (D) 业态定位
21. 以下不属于管理阶段的工作是 ()
 (A) 对内发表 CI 成果 (B) 利用广告媒体对外发布 CI 成果 (C) 评价 CI 系统实施效果
 (D) 制定具体的工作流程
22. 以下不属于 POP 制作的原则的是 ()
 (A) POP 风格应与目标消费群心理特征一致 (B) POP 广告上的促销价与原价同时标出，以示区别
 (C) 文字尽量详细 (D) 写清限制条件
23. 零售服务与 () 同步发展，互为促进。
 (A) 价格 (B) 销售 (C) 顾客需求 (D) 商品
24. 促销管理的编写包括以下内容，除了 ()
 (A) 促销人员的信息 (B) 促销信息收集 (C) 促销准备与执行 (D) 常用促销方式
25. 对服务质量体系而言，() 是对服务质量形成全过程的所有活动

- (A) 过程 (B) 程序 (C) 组织结构 (D) 以上都不是
26. 企业危机的前兆主要表现在计划不周、在市场变化或政策调整等发生变化时，无应变能力的是哪个方面？（）
- (A) 管理行为 (B) 经营策略 (C) 内部管理 (D) 经营财务
27. 网络舆情的发展受多方面的影响，主要包括政府部门的参与、传统媒体的加入、（）、专家的分析。
- (A) 国际媒体冲击 (B) 传统道德的冲击 (C) 网络舆论领袖的影响 (D) 科技的进步
28. 顾客在店内发生受伤情况，以下处理不正确的是（）
- (A) 安抚好受伤顾客 (B) 帮助顾客及时就诊 (C) 代表公司答应顾客赔付医药费 (D) 向客服部汇报情况
29. （）是承担物流专业化管理职能的组织机构，它是连锁企业的重要组成部分。
- (A) 订单中心 (B) 配送中心 (C) 库存中心 (D) 门店管理中心
30. 概率决策法一般用于（）的过程中，在实际工作中是根据以往的数据对未来风险的概率进行预测。
- (A) 风险决策 (B) 乐观决策 (C) 悲观决策 (D) 损益决策
31. （）是一种透过数理模式来分析企业内储存的大量资料，以找出不同的客户或市场划分，以此分析出消费者的喜好。
- (A) 数据整理 (B) 数据挖掘 (C) 数据观察 (D) 数据结果
32. 主要关注企业员工的流失率、人力结构、薪资结构等等，防止出现人力分布不均匀、薪资不合理的情况的数据分析方法属于（）
- (A) 员工综合素质分析 (B) 员工工作指标分析 (C) 员工效能分析 (D) 员工结构分析
33. 数字化运营复盘的三个步骤分别是收集数据、对具体指标做分析以及（）
- (A) 提升数据效度 (B) 调整方向 (C) 形成改善意见 (D) 撰写报告
34. 零售业的发展不论是在什么时期都应以（）为主。
- (A) 消费者 (B) 利润 (C) 公司发展 (D) 社会反响
35. 新零售的整体方法论是以（）为入口实现与人的连接，人是新零售经营模式的核心所在。
- (A) 商品 (B) 宣传 (C) 低价 (D) 流量
36. 更适合小型企业或中型企业的数字化试水的平台搭建方法是（）
- (A) SaaS 平台 (B) 自建平台 (C) 阿里/腾讯赋能 (D) 虚拟网络搭建
37. 例如餐饮、电影院、冰场、健身会馆、电玩城等产业的产生是体验式消费的哪种特征（）
- (A) 定位的精准性 (B) 功能的便利性 (C) 业态的协同性 (D) 经营的特色性
38. （）是企业将远大理想转化为具体事实的连接手段。
- (A) 激励机制 (B) 盈利机制 (C) 员工鼓励机制 (D) 福利机制
39. 企业文化的约束功能主要是通过完善管理制度和（）来实现。
- (A) 道德规范 (B) 激励制度 (C) 行为规范 (D) 心理特征
40. 企业文化模式必须以（）为中心，充分反映思想文化意识
- (A) 物 (B) 文 (C) 理 (D) 人

- 41 . () 是建设良好团队文化的基础
(A) 选对人 (B) 磨合、协调与沟通 (C) 身体力行、多管齐下 (D) 以上都不是
- 42 . 随著组织工作的复杂性日益增多，很多工作实难靠个人独立完成，必须有赖于团队合作才能发挥力量，所以团队管理有 () 。
(A) 时代需求性 (B) 时代多样性 (C) 发展统一性 (D) 组织认同性
- 43 . 以下哪个不属于折旧管理 ()
(A) 资产减值准备 (B) 资产维修 (C) 计提折旧 (D) 累计折旧明细
- 44 . 连锁经营企业在降低 () 送成本则有较大的空间。
(A) 店面房租 (B) 广告营销 (C) 人才招聘 (D) 物流配送
- 45 . 可控费用应采用与 () 挂钩的费用率来进行弹性预算
(A) 折旧 (B) 租金 (C) 销售收入 (D) 以上都不是
- 46 . 定额控制是通过定额指标与 () 之间的对比，提示将要发生的财务活动与规定标准的差异
(A) 范围指标 (B) 计划指标 (C) 预期指标 (D) 发生指标
- 47 . 分析连锁经营企业的偿债能力，可以 ()
(A) 制定企业筹资策略。 (B) 测算企业未来的资金需用量 (C) 预测企业赢利前景 (D) 预测企业规模
- 48 . 标准化建设要点在于体系，建立 () 。
(A) 可持续发展的商业模式 (B) 可复制的经营模式 (C) 可裂变的团队模式 (D) 以上都是
- 49 . 广告、价格、顾客服务、产品及服务种类都能随着环境的变化较迅速地做出调整，相比之下，店铺选址时可以说是市场策略组合中灵活性 () 的因素。
(A) 最好 (B) 最差 (C) 中等 (D) 无关
- 50 . 一般来说，选址在饱和程度低的地区，其成功率必然要 () 高饱和的地区。
(A) 低于 (B) 高于 (C) 不变 (D) 无关
- 51 . () 则包括人事费用、水电费和各项管理费等，也有部分与营业额高低相关联的费用。
(A) 变动费用 (B) 固定费用 (C) 经营费用 (D) 开办费用
- 52 . 大型超市出租店往往占据底层空间与出入口直接相连，是顾客 () 的空间。
(A) 流速最慢、流量最小 (B) 流速最慢、流量最大 (C) 流速最快、流量最小 (D) 流速最快、流量最大
- 53 . 复合型业态因其每一种业态适合不同不同目标市场特定的需要，从而通过资源合理配置和 () 获得合力效应的模式，而被越来越多的商业企业所采用。
(A) 资源共享 (B) 资源独占 (C) 资源聚集 (D) 资源浪费
- 54 . 特许经营的总体规划中，论证及决策的内容包括 () 。
(A) 总部年收入/成本预测 (B) 总部年收入/费用预测 (C) 总部年费用/成本预测 (D) 总部年收入/利润预测
- 55 . 早期的商业模式特许经营体系，在发展初期从 () 中间招募加盟商

(A) 内部人员 (B) 展会人员 (C) 同行业人员 (D) 招商会人员

得 分	
评分人	

三、 多项选择题（第 1 题～第 10 题。选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中。每题 2 分，满分 20 分）

1. 职业道德守则包括（ ）。
 - (A) 忠于职守，爱岗敬业 (B) 讲究规范，注重质量 (C) 钻研业务，开拓创新
 - (D) 遵纪守法，协作诚信 (E) 以上都不是
2. 不可抗力的判定需要同时满足以下哪些条件？（ ）
 - (A) 不能预见 (B) 不能克服 (C) 不可抗力因为客观情况 (D) 不能避免 (E) 突发情况
3. 第一磁石卖场的配置的商品类型包括（ ）
 - (A) 消费量多的商品 (B) 消费频度高的商品 (C) 主力商品 (D) 单价高的商品
 - (E) 单价低的商品
4. 消费者购买决策的过程有（ ）
 - (A) 引起需要 (B) 收集信息 (C) 分析选择 (D) 决定购买 (E) 售后评价
5. 以下哪几项属于根据服务的对象特征分类？（ ）
 - (A) 经销服务 (B) 生产者服务 (C) 社会服务 (D) 个人服务 (E) 直销服务
6. 在企业运营的采购决策中，对于订货优选可采用的方法或模型有（ ）
 - (A) ABC 法 (B) VMI (C) 聚类分析法 (D) TRUF 分析 (E) 成本回归分析
7. 零售企业行政部门薪酬的考核因素有哪些（ ）
 - (A) 岗位价值评价 (B) 素质技能评价 (C) 技术层次 (D) 市场人员供求状况
 - (E) 获利情况
8. 成本控制的程序，具体可分为成本（ ）环节。
 - (A) 事前控制 (B) 费用控制 (C) 事中控制 (D) 事后控制 (E) 总体控制
9. 连锁企业在进行门店选址的时候，一般要进行商圈分析。而在进行具体商圈分析的时候，包括但不限于从（ ）方面对其进行具体分析。
 - (A) 人口规模及特征 (B) 劳动力保障 (C) 供货来源 (D) 经济情况 (E) 竞争情况
10. 特许经营的流程设计中，对潜在加盟者进行评估之后的步骤包括（ ）。
 - (A) 制订特许经营开发计划 (B) 开业后的持续服务与管理控制 (C) 全面的业务培训
 - (D) 准备特许经营所需的文件 (E) 评估特许经营计划

连锁经营管理师（一级）理论知识试卷答案

一、判断题（第 1 题～第 25 题。将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”。每题 1 分，满分 25 分）

- | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. × | 2. √ | 3. √ | 4. × | 5. √ | 6. × |
| 7. × | 8. × | 9. √ | 10. √ | 11. × | 12. √ |
| 13. × | 14. √ | 15. × | 16. × | 17. × | 18. × |
| 19. √ | 20. √ | 21. √ | 22. × | 23. √ | 24. × |
| 25. × | | | | | |

二、单项选择题（第 1 题～第 55 题。选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中。每题 1 分，满分 55 分）

- | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. B | 2. B | 3. D | 4. D | 5. A | 6. D |
| 7. C | 8. B | 9. A | 10. D | 11. B | 12. D |
| 13. D | 14. C | 15. C | 16. B | 17. A | 18. C |
| 19. D | 20. A | 21. D | 22. C | 23. C | 24. A |
| 25. B | 26. B | 27. C | 28. C | 29. B | 30. A |
| 31. B | 32. D | 33. C | 34. A | 35. A | 36. C |
| 37. A | 38. A | 39. A | 40. D | 41. A | 42. A |
| 43. B | 44. D | 45. C | 46. D | 47. A | 48. D |
| 49. B | 50. B | 51. B | 52. D | 53. A | 54. A |
| 55. A | | | | | |

三、多项选择题（第 1 题～第 10 题。选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中。每题 2 分，满分 20 分）

- | | | | | | |
|---------|--------|----------|----------|---------|--------|
| 1. ABCD | 2. ABD | 3. ABC | 4. ABCDE | 5. ABCD | 6. ABE |
| 7. ABD | 8. ACD | 9. ABCDE | 10. BC | | |

上海商学院版权所有