

连锁经营管理师（四级）考核方案

一、考核方式

连锁经营管理师（四级）的考核方式分为理论知识考试和操作技能考核。理论知识考试采用闭卷计算机机考方式，操作技能考核采用闭卷计算机机考（或笔试）方式。理论知识考试和操作技能考核均实行百分制，成绩皆达 60 分及以上者为合格。理论知识或操作技能不及格者可按规定分别补考。

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	235	25	1	25
单选题			705	75	1	75
小计		—	940	100	—	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	四级			
职业代码		4-01-02-06							
序号	模块名称	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	产品管理与	1	产品分析	闭卷	必考	10	7	1	15
	财务管理	2	库存管理	机考	必考	20	7	1	15
2	营销管理与	1	促销管理	闭卷	必考	20	6	1	30
	营运管理	2	客服管理	机考	必考	20	7	1	20
3	数字化管理与人员管理	1	数字化管理	闭卷	必考	10	4	1	10
		2	团队管理	机考	必考	10	4	1	10
合计						90	35	6	100
备注									

连锁经营管理师（四级）

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	四级
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				基本要求	5	
	1	1			职业守则	5	
	1	1	1		连锁经营管理人员职业道德	5	
1	1	1	1	1	职业道德的含义	1	
2	1	1	1	2	职业道德的特点和作用	1	
3	1	1	1	3	连锁经营管理人员职业道德的内容	1	
4	1	1	1	4	商业职业道德建设内涵	1	
5	1	1	1	5	商业职业道德建设的指导思想、主要内容	1	
	2				基础知识	20	
	2	1			消防安全知识	3	
	2	1	1		火灾危险	2	
6	2	1	1	1	火灾分类	1	
7	2	1	1	2	放火防爆的基本技术措施	1	
8	2	1	1	3	火灾扑救	1	
	2	1	2		消防安全常识	1	
9	2	1	2	1	消防安全常识	1	
10	2	1	2	2	《中华人民共和国消防法》知识	1	
	2	2			人身安全知识	4	
	2	2	1		交通安全与信息安全知识	2	
11	2	2	1	1	交通安全知识	1	
12	2	2	1	2	信息安全知识	1	
	2	2	2		日常居家与职业岗位安全知识	2	
13	2	2	2	1	日常居家安全知识	1	
14	2	2	2	2	职业岗位安全知识	1	
	2	3			食品安全	1	
	2	3	1		食品安全知识	1	
15	2	3	1	1	食品安全知识	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	四级
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			
	2	4			环保知识	5	
	2	4	1		节能减排知识	5	
16	2	4	1	1	节能减排的含义和现实意义	1	
17	2	4	1	2	节能产品常识	1	
18	2	4	1	3	节能减排常识	1	
19	2	4	1	4	绿色物流的内涵	1	
20	2	4	1	5	绿色物流的原则和内容	1	
	2	5			相关法律、法规知识	7	
	2	5	1		《中华人民共和国民法典》相关知识	2	
21	2	5	1	1	自然人和法人	1	
22	2	5	1	2	民事权利和民事义务	1	
	2	5	2		《中华人民共和国产品质量法》相关知识	2	
23	2	5	2	1	本法所指的产品范围	1	
24	2	5	2	2	生产者、销售者的产品质量责任和义务	1	
	2	5	3		《中华人民共和国广告法》相关知识	1	
25	2	5	3	1	广告内容准则	1	
	2	5	4		《中华人民共和国消费者权益保护法》相关知识	1	
26	2	5	4	1	消费者的权利和经营者的义务	1	
	2	5	5		《中华人民共和国食品安全法》相关知识	1	
27	2	5	5	1	食品生产经营	1	
28	2	5	5	2	食品安全标准	1	
	3				产品管理	20	
	3	1			产品分类	5	
	3	1	1		产品编码信息内容	1	
29	3	1	1	1	13位标准版商品条码结构	1	
30	3	1	1	2	8位缩短版商品条码结构	1	
	3	1	2		产品识别方法	1	
31	3	1	2	1	产品分类原则与标志	1	
32	3	1	2	2	产品分类体系	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	四级
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	3		产品检查原则和流程	3	
33	3	1	3	1	分析质量要素	1	
34	3	1	3	2	区分商品标准	1	
35	3	1	3	3	选择鉴定方法	1	
36	3	1	3	4	产品检查原则和流程	1	
	3	2			产品分析	5	
	3	2	1		产品价格分析方法	3	
37	3	2	1	1	价签管理	1	
38	3	2	1	2	影响产品定价的因素	1	
39	3	2	1	3	新产品定价策略	1	
40	3	2	1	4	产品组合定价策略	1	
41	3	2	1	5	产品价格调整策略	1	
	3	2	2		产品经营状况分析方法	2	
42	3	2	2	1	产品经营状况分析	1	
43	3	2	2	2	产品生命周期策略	1	
	3	3			采购管理	3	
	3	3	1		产品订货与补货的原则、标准、流程和影响因素	2	
44	3	3	1	1	产品订货与补货的原则	1	
45	3	3	1	2	产品订货与补货的标准	1	
46	3	3	1	3	产品订货与补货的流程和影响因素	1	
	3	3	2		产品退换货流程	1	
47	3	3	2	1	产品退换货的原因	1	
48	3	3	2	2	产品退换货的操作流程	1	
	3	4			库存管理	7	
	3	4	1		产品收货、检验与出入库流程和方法	2	
49	3	4	1	1	产品收货、检验的原则	1	
50	3	4	1	2	产品收货、检验流程和方法	1	
51	3	4	1	3	产品出入库的原则	1	
52	3	4	1	4	产品出入库流程和方法	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	四级
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	4	2		产品盘点方法	4	
53	3	4	2	1	商品盘点的对象	1	
54	3	4	2	2	商品盘点作业的内容	1	
55	3	4	2	3	商品盘点的方式	1	
56	3	4	2	4	商品盘点前的准备	1	
57	3	4	2	5	商品盘点的原则和流程	1	
58	3	4	2	6	商品盘点问题的处理	1	
	3	4	3		库存产品台账构成与登记要求	1	
59	3	4	3	1	库存产品台账构成	1	
60	3	4	3	2	库存产品台账登记要求	1	
	4				营销管理	20	
	4	1			顾客需求分析	14	
	4	1	1		顾客购买行为类型	6	
61	4	1	1	1	消费者市场需求特点分析	1	
62	4	1	1	2	消费者购买动机与行为分析	1	
63	4	1	1	3	消费者购买形态分析	1	
64	4	1	1	4	消费者购买程序分析	1	
65	4	1	1	5	消费者分类标准及类型	1	
66	4	1	1	6	消费者购买行为特征	1	
	4	1	2		顾客需求信息内容	8	
67	4	1	2	1	消费者购买决策及其作用和特点	1	
68	4	1	2	2	消费者需求确认	1	
69	4	1	2	3	消费者信息搜寻	1	
70	4	1	2	4	消费者方案评价	1	
71	4	1	2	5	消费者制定购买决策	1	
72	4	1	2	6	消费者购买后的行为	1	
73	4	1	2	7	判断顾客需求的技巧	1	
74	4	1	2	8	完成顾客需求的方法	1	
	4	2			产品促销	6	
	4	2	1		促销方案实施流程	4	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	四级
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			
75	4	2	1	1	促销的含义	1	
76	4	2	1	2	促销的目标	1	
77	4	2	1	3	促销的类型	1	
78	4	2	1	4	促销工具	1	
79	4	2	1	5	促销策略的制定	1	
80	4	2	1	6	促销开始前的准备	1	
81	4	2	1	7	活动实施时的控制	1	
82	4	2	1	8	促销活动的评估	1	
	4	2	2		现场促销活动管理方法	2	
83	4	2	2	1	现场促销的特点	1	
84	4	2	2	2	现场促销常见方式	1	
85	4	2	2	3	现场促销两个阶段的管理方法	1	
	5				营运管理	20	
	5	1			规范与质量管理	6	
	5	1	1		门店营运规范、标准与流程的内容	2	
86	5	1	1	1	门店 QSC 工作标准的含义	1	
87	5	1	1	2	制定 QSC 工作标准的一般原则	1	
88	5	1	1	3	制定 QSC 工作标准的一般流程	1	
89	5	1	1	4	门店 QSC 工作标准的具体内容	1	
90	5	1	1	5	门店管理标准的主要内容	1	
91	5	1	1	6	门店营运质量考核的制度与标准的内容	1	
	5	1	2		门店产品与服务质量标准的内容	2	
92	5	1	2	1	门店产品品质标准包含的内容	1	
93	5	1	2	2	门店品质工作的基本要求	1	
94	5	1	2	3	门店服务的含义	1	
95	5	1	2	4	门店服务质量标准的内容	1	
96	5	1	2	5	门店服务工作的基本内容	1	
97	5	1	2	6	门店服务的基本要求	1	
	5	1	3		门店环境与企业形象标准的内容	2	
98	5	1	3	1	门店环境清洁卫生标准的内容	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	四级
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			
99	5	1	3	2	门店现场卫生工作的基本内容	1	
100	5	1	3	3	门店现场卫生工作要求	1	
101	5	1	3	4	门店环境布置的含义	1	
102	5	1	3	5	门店环境布置的内容	1	
103	5	1	3	6	企业形象的含义和构成	1	
104	5	1	3	7	企业形象的功能	1	
105	5	1	3	8	企业形象标准的内容	1	
	5	2			客服管理	8	
	5	2	1		顾客服务标准与流程	2	
106	5	2	1	1	顾客服务的含义	1	
107	5	2	1	2	顾客服务的重要性	1	
108	5	2	1	3	顾客服务的评价	1	
109	5	2	1	4	顾客服务标准的内容	1	
110	5	2	1	5	顾客服务的流程	1	
111	5	2	1	6	顾客服务的方法与技巧	1	
	5	2	2		简单顾客投诉处理原则与方法	2	
112	5	2	2	1	顾客投诉的含义	1	
113	5	2	2	2	顾客投诉的类型	1	
114	5	2	2	3	简单顾客投诉处理的原则	1	
115	5	2	2	4	顾客投诉处理的流程	1	
116	5	2	2	5	简单顾客投诉处理的方式	1	
	5	2	3		会员顾客识别标准	2	
117	5	2	3	1	会员顾客识别的含义	1	
118	5	2	3	2	会员顾客的分类	1	
119	5	2	3	3	会员顾客识别的意义	1	
120	5	2	3	4	会员顾客识别的内容	1	
121	5	2	3	5	会员顾客识别的流程	1	
122	5	2	3	6	会员顾客识别的方法	1	
	5	2	4		会员顾客拓展方法与技巧	2	
123	5	2	4	1	会员顾客拓展的意义	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	四级
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			
124	5	2	4	2	会员顾客拓展的途径	1	
125	5	2	4	3	会员顾客拓展的步骤	1	
126	5	2	4	4	会员顾客拓展的方法与技巧	1	
	5	3			安全与危机管理	6	
	5	3	1		产品安全管理要点与规范	2	
127	5	3	1	1	产品安全的含义	1	
128	5	3	1	2	产品安全性的形成	1	
129	5	3	1	3	零售环节商品安全的含义与表现	1	
130	5	3	1	4	零售环节商品安全存在的问题	1	
131	5	3	1	5	商品质量安全保障措施	1	
132	5	3	1	6	产品安全管理规范	1	
	5	3	2		公共设施安全检查标准与作业规范	2	
133	5	3	2	1	公共设施的含义	1	
134	5	3	2	2	公共设施的分类	1	
135	5	3	2	3	公共设施的作用	1	
136	5	3	2	4	公共设施安全检查的意义	1	
137	5	3	2	5	公共设施安全检查的范围	1	
138	5	3	2	6	公共设施安全检查标准	1	
	5	3	3		现金安全管理规范	2	
139	5	3	3	1	现金的含义	1	
140	5	3	3	2	现金的作用	1	
141	5	3	3	3	零售企业现金管理的风险及对策	1	
142	5	3	3	4	现金安全管理规范	1	
143	5	3	3	5	备用金的含义	1	
144	5	3	3	6	备用金的用途	1	
145	5	3	3	7	备用金管理的意义和方式	1	
146	5	3	3	8	备用金管理规范	1	
	6				信息与数字化管理	5	
	6	1			信息系统数据采集与处理	4	
	6	1	1		数据采集与储存方法	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	四级
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			
147	6	1	1	1	数据的含义和作用	1	
148	6	1	1	2	数据采集的含义	1	
149	6	1	1	3	数据采集的特点	1	
150	6	1	1	4	数据采集的步骤	1	
151	6	1	1	5	数据采集的渠道和方式	1	
152	6	1	1	6	数据储存的介质和方法	1	
	6	1	2		收银系统操作方法	1	
153	6	1	2	1	线下门店收银机、POS 机使用方法及注意事项	1	
154	6	1	2	2	线下门店收银机、POS 机的安全常识	1	
155	6	1	2	3	常用收银机、POS 机的特点	1	
156	6	1	2	4	商品扫描的原则和方法	1	
157	6	1	2	5	商品消磁的原则和方法	1	
158	6	1	2	6	商品条码的分类	1	
159	6	1	2	7	线上线下收银结算操作要求与流程	1	
	6	1	3		顾客信息管理系统操作方法	1	
160	6	1	3	1	顾客信息的内容	1	
161	6	1	3	2	顾客信息管理的意义	1	
162	6	1	3	3	顾客信息管理的收集与处理	1	
163	6	1	3	4	顾客信息数据库的录入与管理	1	
	6	1	4		订货与盘点等管理系统操作方法	1	
164	6	1	4	1	订货模式与方法	1	
165	6	1	4	2	订货管理系统操作方法	1	
166	6	1	4	3	盘点管理系统操作方法	1	
167	6	1	4	4	门店智能供应链管理系统的含义和组成	1	
168	6	1	4	5	门店智能供应链管理系统操作方法	1	
	6	2			数字化运营	1	
	6	2	1		应用程序、公众号、小程序等软件操作方法	1	
169	6	2	1	1	数字化运营的含义和背景	1	
170	6	2	1	2	社交平台发展历程与特征	1	
171	6	2	1	3	应用程序的特点与作用	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	四级
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			
172	6	2	1	4	应用程序运营基本作业	1	
173	6	2	1	5	公众号的特点与作用	1	
174	6	2	1	6	公众号运营基本作业	1	
175	6	2	1	7	公众号信息采集	1	
176	6	2	1	8	小程序的特点与作用	1	
177	6	2	1	9	小程序运营基本作业	1	
178	6	2	1	10	排队系统的含义和功能	1	
179	6	2	1	11	排队系统操作方法	1	
180	6	2	1	12	定位系统的含义和功能	1	
181	6	2	1	13	定位系统操作方法	1	
182	6	2	1	14	自主结算系统功能	1	
183	6	2	1	15	自主结算系统操作方法	1	
	7				人员管理	5	
	7	1			招聘与培训管理	3	
	7	1	1		招聘需求编制原则	1	
184	7	1	1	1	人员配置的基本原理	1	
185	7	1	1	2	员工招聘的程序	1	
186	7	1	1	3	职位规划	1	
187	7	1	1	4	岗位的配置	1	
188	7	1	1	5	职位需求预测	1	
189	7	1	1	6	员工招聘的方法	1	
	7	1	2		新员工就职流程和内容	1	
190	7	1	2	1	新员工入职交验的各种证件	1	
191	7	1	2	2	新员工办理入职的手续	1	
192	7	1	2	3	新员工就职流程	1	
193	7	1	2	4	新员工转正评估	1	
194	7	1	2	5	新员工入职培训的内容	1	
	7	1	3		工作指导的步骤与方法	1	
195	7	1	3	1	工作指导的含义	1	
196	7	1	3	2	工作指导的方式	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	四级
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			
197	7	1	3	3	工作指导的内容	1	
198	7	1	3	4	工作指导的方法设计	1	
199	7	1	3	5	工作岗位的现场教导步骤	1	
	7	2			团队与绩效管理	2	
	7	2	1		员工排班的设计方法	1	
200	7	2	1	1	员工排班的含义	1	
201	7	2	1	2	员工排班的作用	1	
202	7	2	1	3	员工排班的设计原则	1	
203	7	2	1	4	员工排班的参照依据	1	
204	7	2	1	5	人员排班的设计方法	1	
	7	2	2		员工绩效评估的方法	1	
205	7	2	2	1	绩效管理的概念	1	
206	7	2	2	2	绩效管理的功能	1	
207	7	2	2	3	绩效评估的常见指标业绩考评	1	
208	7	2	2	4	绩效评估的常见指标能力考评	1	
209	7	2	2	5	绩效评估的常见指标工作态度	1	
210	7	2	2	6	绩效评估的方法	1	
211	7	2	2	7	绩效评估的标准描述	1	
	8				财务管理	5	
	8	1			资产管理	2	
	8	1	1		固定资产管理的内容	1	
212	8	1	1	1	固定资产的含义	1	
213	8	1	1	2	固定资产的分类	1	
214	8	1	1	3	固定资产管理的意义	1	
215	8	1	1	4	固定资产管理的内容	1	
216	8	1	1	5	固定资产管理的方法	1	
	8	1	2		低值易耗品管理的内容	1	
217	8	1	2	1	低值易耗品的含义	1	
218	8	1	2	2	低值易耗品的分类	1	
219	8	1	2	3	低值易耗品管理的原则	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等 级	四 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			
220	8	1	2	4	低值易耗品管理的内容	1	
221	8	1	2	5	低值易耗品管理的方法	1	
	8	2			资金管理	3	
	8	2	1		收银流程与方法	1	
222	8	2	1	1	收银岗位职责	1	
223	8	2	1	2	收银流程	1	
224	8	2	1	3	收银作业规范	1	
	8	2	2		备用金支取管理制度	1	
225	8	2	2	1	备用金支取管理制度	1	
	8	2	3		现金盘点制度及缴存流程	1	
226	8	2	3	1	现金盘点的含义	1	
227	8	2	3	2	现金盘点的步骤	1	
228	8	2	3	3	现金盘点的技巧	1	
229	8	2	3	4	现金盘点注意事项	1	
230	8	2	3	5	现金盘点制度	1	
231	8	2	3	6	现金缴存流程	1	
232	8	2	3	7	门店销售日报表的含义	1	
233	8	2	3	8	门店销售日报表的作用	1	
234	8	2	3	9	门店销售日报表的内容	1	
235	8	2	3	10	门店销售日报表各栏目数据的含义	1	

连锁经营管理师（四级） 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	四级
序号	考核点代码			名称·内容	备注	
	项目	单元	细目			
	1			产品管理与财务管理	30分	
	1	1		产品分析	15分	
1	1	1	1	产品销售和库存分析		
2	1	1	2	产品竞品分析		
3	1	1	3	产品价格带分析		
4	1	1	4	产品销售数据分析		
5	1	1	5	产品销售数据计算		
6	1	1	6	产品销售数据洞察		
	1	2		库存管理	15分	
7	1	2	1	产品收货检验流程		
8	1	2	2	产品调拨和验收流程		
9	1	2	3	产品盘点流程		
10	1	2	4	产品盘点盈亏规避和处理流程		
11	1	2	5	产品物流签收规范		
12	1	2	6	产品台账登记要求		
	2			营销管理与营运管理	50分	
	2	1		促销管理	30分	
13	2	1	1	促销方案实施流程		
14	2	1	2	促销流程的设计		
15	2	1	3	促销成功的实施因素		
16	2	1	4	促销方案结果评估		
17	2	1	5	促销方案实施要点		
	2	2		客服管理	20分	
18	2	2	1	服务全流程要点		
19	2	2	2	服务案例要点分析		
20	2	2	3	客诉服务案例分析		
21	2	2	4	开拓VIP顾客方法		

22	2	2	5	引起顾客纠纷的原因及应对方法	
23	2	2	6	会员分类维护	
24	2	2	7	RFM 计算	
25	2	2	8	会员连带率分析之销售额杜邦分析图	
	3			数字化管理与人员管理	20 分
	3	1		数字化管理	10 分
26	3	1	1	数字化运营数据分析	
27	3	1	2	顾客数据分析	
28	3	1	3	销售数据分析	
	3	2		团队管理	10 分
29	3	2	1	培训导师素质要求	
30	3	2	2	现场培训内容要求	
31	3	2	3	员工招聘的需求	
32	3	2	4	员工排班的设计	
33	3	2	5	员工绩效的评估	

理论知识复习题

基本要求

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 . 职业道德没有确定形式，通常体现为观念、习惯、信念等。（ ）
- 2 . 由于在不同经济社会发展阶段，同种职业的服务对象、服务手段、职业利益、职业责任不同，因此，职业行为的道德要求很难被继承和发扬。（ ）
- 3 . 遵守职业道德与否，应该视情况而定。（ ）
- 4 . 职业道德是随着工业活动的发展形成、发展起来的。（ ）
- 5 . 遵纪守法是商业企业经营活动的最基本要求。（ ）

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 . 下列关于职业道德的说法错误的是（ ）。
(A) 职业道德是一种职业规范，受社会普遍的认可。
(B) 职业道德依靠文化、内心信念和习惯，通过员工的自律实现。
(C) 职业道德跟企业规章一样，是每个企业自己制定的。
(D) 职业道德大多没有实质的约束力和强制力。
- 2 . 以下属于职业道德内容的是（ ）。
(A) 爱岗敬业
(B) 诚实守信
(C) 奉献社会
(D) 其他选项都正确
- 3 . 以下属于职业道德的特点的是（ ）。
(A) 职业性
(B) 实践性
(C) 继承性
(D) 其他选项都正确
- 4 . 以下关于职业道德的作用说法正确的是（ ）。
(A) 不能调节从业人员内部关系
(B) 企业信誉靠产品和服务质量，与从业人员职业道德无关
(C) 职业道德有助于提高全社会的道德水平
(D) 职业道德不能促进行业的发展
- 5 . 以下属于连锁经营行业从业人员职业道德规范的是（ ）。
(A) 热爱本职，忠于职守
(B) 热情服务，诚信无欺
(C) 平等待客，买卖公平
(D) 其他选项都正确
- 6 . 从业人员对待上门投诉的顾客所持的下列态度中，正确的是（ ）。
(A) 认为这很丢面子，尽量避免与顾客碰面
(B) 认为有损于公司形象，想办法冷处理

- (C) 按照对方损失情况给予赔偿，让顾客尽快离开
(D) 把这件事当作纠正错误的一次机会
- 7 . 商业道德主要具有的特性包括（ ）。
- (A) 服务性、公平性、信用性、沟通性
(B) 服务性、公平性、政策性、媒介性
(C) 服务性、公平性、诚实性、沟通性
(D) 服务性、公平性、交换性、沟通性
- 8 . 商业职业道德建设的核心内容是（ ）。
- (A) 诚信
(B) 公平
(C) 敬业
(D) 服务
- 9 . 商业职业道德建设的主要内容包括守法、诚信、公平、敬业和（ ）。
- (A) 公正
(B) 宽容
(C) 爱民
(D) 服务
- 10 . 被视为企业的立足之本、发展之源的是（ ）
- (A) 诚信
(B) 公平
(C) 敬业
(D) 服务

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 . 金属由于坚硬，不可能引起火灾。（ ）
- 2 . 对于具有火灾、爆炸危险性的厂房，采用抽风或通风方法以降低可燃气体、蒸气和粉尘在空气中的浓度，可以防止火灾。（ ）
- 3 . 电脑着火了，应拔掉电源后用湿棉被遮住电脑。（ ）
- 4 . 一旦房间着火，应该打开门窗，保持空气流通。（ ）
- 5 . 公共场所发生火灾时，该公共场所的现场工作人员有组织、引导在场群众疏散的义务。（ ）
- 6 . 老刘在朋友家喝醉后坚持要骑自行车回家，他对朋友说，自行车速度慢，不会有危险。（ ）
- 7 . 为了信息安全，在使用密码时建议使用大写字母、小写字母、数字、特殊字符组成的密码。（ ）
- 8 . 安装灯泡是件简单的事情，但我们还是要先切断电源。（ ）
- 9 . 货架摆设不安全、货架摆设的位置不当、不稳固或是有凸角产生，都可能使顾客在购物时发生意外事故。（ ）
- 10 . 食品生产经营人员每年应当进行健康检查，取得健康证明后方可参加工作。（ ）
- 11 . 节约资源是我国的基本国策。只有坚持节约发展、清洁发展、安全发展，才能实现经济又好又快发展。。（ ）
- 12 . 国家通过财政补贴支持节能照明器具等节能产品的推广和使用。（ ）
- 13 . 空调、电视机等电器关闭后，未拔掉插销，不会耗电。（ ）
- 14 . 绿色物流是现代物流可持续发展的必然。（ ）
- 15 . 运输过程中的燃油消耗和尾气排放，是物流活动造成环境污染的主要原因之一。（ ）
- 16 . 某食品店因使用工业添加剂，被检察院以生产、销售有毒有害食品罪批准逮捕。该店侵害了顾客的生命健康权。（ ）
- 17 . 网购商品使用快递送达的，由于顾客已经付款，所以商品在快递途中、签收前损毁的风险由买家承担。（ ）
- 18 . 《产品质量法》所称的产品是指经过加工、制作的产品。（ ）
- 19 . 售出的产品不具备应具备的使用性能，销售者就应当负责修理、更换、退货；给购买产品消费者造成损失的，销售者应当赔偿损失。（ ）
- 20 . 广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。（ ）
- 21 . 如果经营者事先声明“售出商品，概不退货”，消费者遇到商品质量问题无权要求退货。（ ）
- 22 . 社会团体或其他组织、个人在虚假广告中向消费者推荐食品，使消费者的合法权益受到损害的，与食品生产经营者承担连带责任。（ ）
- 23 . 目前，食品添加剂生产企业必须严格执行国家标准、行业标准或卫生部指定的标准，不得执行企业标准。（ ）

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 . 根据可燃物的类型和燃烧特性划分，火灾可分为（ ）。
 - (A) 固体物质火灾，如木材、煤炭等火灾；气体火灾，如煤气、天然气火灾
 - (B) 液体或可溶化的固体物质火灾，如煤油、甲醇、乙醇、塑料火灾；金属火灾，如钾、钠等火灾
 - (C) 带电火灾；烹饪器具内烹饪物火灾
 - (D) 其他选项都正确
- 2 . 以下火灾属于气体火灾的是（ ）。
 - (A) 森林遇雷电发生的火灾
 - (B) 煤气泄漏引发的火灾
 - (C) 仓库电线老化引起的火灾
 - (D) 公园里烧烤引起的火灾
- 3 . 防火防爆的基本措施有（ ）。
 - (A) 控制可燃物，如以不燃材料代替可燃材料
 - (B) 隔绝助燃物，如将钠存于煤油中
 - (C) 控制引火源，如禁止明火、控制温度、接地避雷等
 - (D) 其他选项都正确
- 4 . 高层建筑、公共娱乐场所、百货商场等在进行室内装饰时应采用的装饰材料是（ ）。
 - (A) 可燃材料
 - (B) 难燃材料和不燃材料
 - (C) 易燃材料
 - (D) 钢筋混凝土
- 5 . 用灭火器灭火时，灭火器的发射口应当瞄准火焰的（ ）。
 - (A) 上部
 - (B) 中部
 - (C) 根部
 - (D) 上中根部都可以
- 6 . 身上着火后，以下哪一种灭火方法是错误的（ ）。
 - (A) 就地打滚
 - (B) 用厚重衣物覆盖压灭火苗
 - (C) 迎风快跑
 - (D) 用水浇
- 7 . 烟头中心温度可达（ ），它超过棉、麻、毛织物、纸张、家具等可燃物的燃点，若乱扔烟头，接触这些可燃物，容易引起燃烧，甚至酿成火灾。
 - (A) 100-200℃
 - (B) 200-300℃
 - (C) 300-400℃
 - (D) 700-800℃
- 8 . 油锅起火时使用以下方法中（ ）扑灭是不正确的。
 - (A) 用水扑灭
 - (B) 锅盖盖住油锅口
 - (C) 灭火毯覆盖

- (D) 干粉灭火器
- 9 . 举办大型集会、焰火晚会、灯会等群众性活动，具有火灾危险的，主办单位必须向（ ）申报。
- (A) 当地政府
(B) 公安治安机构
(C) 公安消防机构
(D) 当地街道办事处
- 10 . 公共娱乐场所安全出口的疏散门应（ ）。
- (A) 双向开启
(B) 向外开启
(C) 向内开启
(D) 关闭
- 11 . 在马路上行走要注意交通安全，下列哪种行为具有安全隐患（ ）。
- (A) 不跨越、攀登道路上的隔离护栏
(B) 不超过两人的情况下，列横队通行
(C) 横过道路时，注意左右观望，快速通过，不斜穿猛跑
(D) 绿灯过马路，走人行横道线
- 12 . 在没有交通信号灯控制也没有交通警察指挥的路口，相对方向行驶同为转弯的非机动车相遇时（ ）。
- (A) 左转弯的车让右转弯的车先行
(B) 右转弯的车让左转弯的车先行
(C) 谁抢先谁先行
(D) 各自转弯前进
- 13 . 以下做法有助于保证信息安全的是（ ）。
- (A) 电脑定期更换密码、定期杀毒
(B) 不轻易打开不明邮件
(C) 及时更新安全补丁、开启系统防火墙
(D) 其他选项都正确
- 14 . 以下哪项关于信息安全的认识是正确的（ ）。
- (A) 电脑病毒主要靠“杀”
(B) 文件删除后信息就不会恢复
(C) 网络共享文件是安全的
(D) 防病毒软件要定期升级
- 15 . 在家遇到烫伤，马上要做的第一件事是（ ）。
- (A) 将烫起的水泡挑破
(B) 用自来水冲烫伤部位降温
(C) 抹上豆浆或食用盐
(D) 用热毛巾敷
- 16 . 在火场中，充满了各种各样的危险：烈焰、高温、烟雾、毒气等。下面几种保护措施，哪一条是正确的（ ）。
- (A) 在火场中站立、直行并大口呼吸
(B) 迅速躲避在火场的下风处
(C) 用湿毛巾捂住口鼻，必要时匍匐前行
(D) 打开门窗通风

- 17 .单位或家庭维修中使用溶剂和油漆时除了杜绝一切火种，还应该注意（ ）。
- (A) 湿度
(B) 通风
(C) 温度
(D) 其他选项都正确
- 18 .火灾隐患是零售企业经营过程中的（ ），对顾客、员工人身安全构成重大威胁，对企业声誉产生重大不良影响，应引起各级管理人员及全体员工的高度重视。
- (A) 一般
(B) 较大
(C) 重大
(D) 特大
- 19 .进口的食品、食品添加剂以及食品相关产品，应当符合（ ）。
- (A) 出口国食品安全标准
(B) 我国食品安全国家标准
(C) 国际食品安全标准
(D) 合同约定的食品安全标准
- 20 .有关食品安全的正确表述是（ ）。
- (A) 经过灭菌后，食品中不含有任何细菌
(B) 食品无毒、无害，符合应当有的营养要求，对人体不造成任何急性、亚急性或者慢性危害
(C) 原料天然的食品中不含有任何人工合成物质
(D) 即使食品超过了保质期，但外观、口感正常仍是健康食品
- 21 .低碳是指（ ）。
- (A) 减少碳水化合物
(B) 减少二氧化碳排放
(C) 减少一氧化碳排放
(D) 减少碳金属
- 22 .我国能源发展的战略是（ ）。
- (A) 节约与开发并举，将节约放在首位
(B) 开发为主，节约为辅
(C) 优化开发与重点开发并举，将优化开发放在首位
(D) 节约与开发并举，将开发放在首位
- 23 .使用空调消耗电量很大，夏天调到多少度既相对舒适又省电（ ）。
- (A) 25 度
(B) 26 度
(C) 24 度
(D) 18 度
- 24 .节能灯是指红、绿、蓝三基色荧光灯，是一种绿色照明光源，它与白炽灯相比可节电（ ）。
- (A) 10%-20%
(B) 30%-40%
(C) 50%-60%
(D) 70%-80%
- 25 .减少“白色污染”，我们应该（ ）。

- (A) 自觉地不用、少用难降解的塑料包装袋
 (B) 乱扔塑料垃圾
 (C) 尽量使用塑料制品
 (D) 使用一次性塑料饭盒
- 26 . 人均而言，下列哪种出行方式所排放的二氧化碳最大（ ）。
- (A) 自行车
 (B) 飞机
 (C) 出租车
 (D) 公共汽车
- 27 . 绿色物流的内涵包括（ ）。
- (A) 集约资源
 (B) 绿色运输
 (C) 绿色仓储、包装
 (D) 其他选项都正确
- 28 . 绿色物流的最终目标是（ ）。
- (A) 保护环境、节约资源
 (B) 实现企业盈利
 (C) 可持续发展
 (D) 保持生态平衡
- 29 . 在宏观层次，绿色物流系统体现的原则不包括（ ）。
- (A) 减量化
 (B) 可再用、可回收
 (C) 无害化
 (D) 再循环
- 30 . 绿色物流的行为主体有（ ）。
- (A) 物流企业、物流行政主管部门
 (B) 制造企业、零售企业
 (C) 政府
 (D) 其他选项都正确
- 31 . 《民法典》规定，法人是具有民事权利能力和民事行为能力，依法（ ）享有民事权利和承担民事义务的组织。
- (A) 在上级授权范围内
 (B) 独立
 (C) 在股东授权范围内
 (D) 在董事会授权范围内
- 32 . 依据《民法典》规定，民法调整（ ）的自然人、法人和非法人组织之间的人身关系和财产关系。
- (A) 合同主体
 (B) 平等主体
 (C) 相关主体
 (D) 其他选项都正确
- 33 . 一名顾客到水果店买苹果，售货员硬把瘦小的梨也搭配给顾客。售货员的行为违背了市场交易的（ ）。
- (A) 平等原则

- (B) 自愿原则
(C) 公平原则
(D) 诚信信用原则
- 34 . 依据《民法典》规定，通过互联网等信息网络订立的电子合同的标的为交付商品并采用快递物流方式交付的，（ ）为交付时间。
(A) 快递公司接收商品的时间
(B) 收货人的签收时间
(C) 自提点收到货的时间
(D) 快递员拿到派送商品的时间
- 35 . 依照《产品质量法》的规定，下列何种产品属于该法所称的产品（ ）。
(A) 芝麻油
(B) 大坝
(C) 冰毒
(D) 电力
- 36 . 以下产品中，哪些是存在《产品质量法》所称“缺陷”的产品（ ）。
(A) 损伤皮肤的化妆品
(B) 制冷效果不好的空调机
(C) 图像效果不佳的电视机
(D) 保温效果不良的暖水瓶
- 37 . 使用不当，容易造成产品本身损坏或者可能危及人身、财产安全的产品，应当有（ ）。
(A) 警示标志
(B) 质量标识
(C) 质量合格证明
(D) 失效日期
- 38 . 按《产品质量法》规定，销售者的下列行为可以减轻或从轻处罚的是（ ）。
(A) 不知道该产品是《产品质量法》禁止销售的产品
(B) 提供出产品的进货渠道
(C) 有证据证明其不知道该产品为禁止销售的产品，并如实说明其进货渠道
(D) 举报出该产品的生产窝点
- 39 . 广告不得有下列情形（ ）。
(A) 使用中华人民共和国国旗、国徽、国歌
(B) 使用国家级、最高级、最佳等用语
(C) 妨碍社会安定和危害人身、财产安全，损害社会公共利益
(D) 其他选项都正确
- 40 广告中表明推销商品提供服务附带赠送礼品的，应标明赠送的品种和（ ）。
(A) 质量
(B) 等级
(C) 数量
(D) 价值
- 41 消费者在购买、使用商品和接受服务时，享有其（ ）得到尊重的权利。
(A) 人格尊严、民族风俗习惯
(B) 个人性格
(C) 商业惯例

- (D) 作为名人的特殊身份
- 42 经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但（ ）商品除外。
- (A) 消费者定制的
(B) 鲜活易腐的
(C) 在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品
(D) 其他选项都正确
- 43 生产下列哪些产品，必须遵守《食品安全法》的规定（ ）。
- (A) 食品、食品添加剂
(B) 用于食品的洗涤剂、消毒剂
(C) 食品包装材料、容器
(D) 其他选项都正确
- 44 食品企业直接用于食品加工的水必须符合（ ）。
- (A) 矿泉水标准要求
(B) 纯净水标准要求
(C) 生活饮用水卫生标准要求
(D) 蒸馏水标准要求
- 45 食品安全标准是（ ）的标准。
- (A) 自愿性
(B) 强制性
(C) 科学性
(D) 民主性
- 46 对因标签、标识或者说明书不符合食品安全标准而被召回的食品，食品生产者在采取补救措施且能保证食品安全的情况下（ ）；销售时应当向消费者明示补救措施。
- (A) 可以继续销售
(B) 不得继续销售
(C) 食品生产经营者自行决定
(D) 必须销毁

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 . 商品条形码分为标准版商品条形码和缩短版商品条形码。（ ）
- 2 . 按照《商品条码管理办法》的规定，商品条码印刷面积超过商品包装表面面积或者标签可印刷面积 1/2 时，才可以申请使用缩短版商品条码。（ ）
- 3 . 由于生产方法和加工工艺不同所形成的商品的质量水平、性能、特征等也存在明显的差异。（ ）
- 4 . 线分类法又称平行分类法。（ ）
- 5 . 安全卫生性是评价商品的一个重要指标。（ ）
- 6 . 按商品标准的约束程度，分为强制性标准和推荐性标准。（ ）
- 7 . 使用纤维燃烧鉴定法对羊毛进行鉴定，发现在熔融中快速燃烧，离开火焰速燃飞溅。（ ）
- 8 . 产品检验的方式包括抽检和全检。（ ）
- 9 . 标价签填写商品的条码、名称、价格、规格、产地即可。（ ）
- 10 . 价值导向定价分为最有价值定价和价值增强 定价。（ ）
- 11 . 价格是购买力为基础的，波动主要来自于供求关系和竞争因素。（ ）
- 12 . 产品组合定价策略包括五种情况，即产品系列定价、可选产品定价、附属产品定价、副产品定价、产品捆绑定价。（ ）
- 13 . 采用心理价格时，销售者着重考虑价格的经济作用。（ ）
- 14 . 产品的生命周期分为导入期、成长期、成熟期、衰退期四个阶段。（ ）
- 15 . 产品衰退期应该增加促销。（ ）
- 16 . 订货作业是门店在连锁企业总部所确定的供应商及商品范围内，依据订货计划而进行的叫货、点菜或称为添货的活动（ ）
- 17 . 紧急订货不受订货周期的时间限制，必须由收银主管或其以上职位的人员签名确认。（ ）
- 18 . 定时补货是指在营业高峰时对货架商品进行补充，不定时补货是指只要货架上商品即将售完，就立即补货。（ ）
- 19 . 退货只须将产品直接退回，换 货的流程如同重新订货。（ ）
- 20 . “退货单”一式三联，其中一联交会计，一联交门店经理，还有一联留仓库保存。（ ）
- 21 . 入库商品的验收工作，主要包括数量验收、质量验收和包装验收三个方面。（ ）
- 22 . 商品验收时如发现包装破损可先入仓，填好记录单后联系供货方。（ ）
- 23 . 货位的选择必须遵循“安全、优质、方便、多储、低耗”的原则，（ ）
- 24 . 商品出库严格贯彻“先进先出、发新储陈”的原则。（ ）
- 25 . 盘点的目的是保证商品库存的真实性及准确性，了解商品在某段时期的亏盈状况及经营的绩效（ ）

- 26 . 盘点作业的内容包括数量盘点、重量盘点、货与账核对、账与账核对。（ ）
- 27 . 盘点机盘点主要靠人员手工记录盘点内容、商品数据，然后同电脑记账进行核对。（ ）
- 28 . 排面盘点应在当日营业结束后进行（ ）
- 29 . 盘点是全店人员都参加的营运过程。为减少停业的损失，加快盘点的时间，超市各个部门必须有良好的配合协调意识。（ ）
- 30 . 盘点中应注意，赠品不盘，特价商品按特价盘点，破损、失窃商品按原来的实物进行盘点，（ ）
- 31 . 存货账目的范围包括入库单、出库单、存货台账等。（ ）
- 32 . 调换记账人员时，应注明交接日期，并由移交人、交接人签名或盖章（ ）

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 . 前缀码 692 代表（ ）注册产品。
- (A) 美国
(B) 德国
(C) 日本
(D) 中国
- 2 . 在超市购物时我们会发现，收银员可以通过对条形码的扫描，快速准确地找到商品的具体信息。条形码所对应的数字有（ ）位。
- (A) 10
(B) 13
(C) 15
(D) 17
- 3 . 商品条码印刷面积超过商品包装表面面积或者标签可印刷面积（ ）时，才可以申请使用缩短版商品条码。
- (A) 1/2
(B) 1/3
(C) 1/4
(D) 1/5
- 4 . 以下哪个部分不属于 8 位缩短版商品条码结构（ ）。
- (A) 前缀码
(B) 商品代码
(C) 校验码
(D) 制造产商代码
- 5 . 按照酿造方法对酒进行分类，以下哪一个选项是错误的（ ）。
- (A) 蒸馏酒
(B) 发酵原酒
(C) 配制酒
(D) 红酒
- 6 . 茶叶按（ ）可分为红茶、乌龙茶、绿茶。
- (A) 产地
(B) 加工方法
(C) 原材料

- (D) 用途
- 7 . 层级分类法又称 () 分类法。
- (A) 块
(B) 点
(C) 线
(D) 面
- 8 . () 分类法又称平行分类法。
- (A) 块
(B) 点
(C) 线
(D) 面
- 9 . 以下 () 不属于商品质量的基本要求。
- (A) 使用性
(B) 审美性
(C) 坚韧性
(D) 经济性
- 10 . 商品的 () 是指商品在规定条件下和规定时间内，完成规定功能的能力。
- (A) 使用性
(B) 审美性
(C) 信息性
(D) 寿命和可靠性
- 11 . () 表示强制性国家标准。
- (A) HB
(B) CB
(C) EB
(D) GB
- 12 . () 是质量管理保障体系认证标准。
- (A) IC09000
(B) IS09000
(C) IEC9000
(D) IHC9000
- 13 . 酒龄大于 15 年的老葡萄酒呈现 () 。
- (A) 砖红色
(B) 绿黄色
(C) 金黄色
(D) 宝石红色
- 14 . 酒龄 1 至 2 年的年轻葡萄酒呈现 () 。
- (A) 砖红色
(B) 绿黄色
(C) 金黄色
(D) 宝石红色
- 15 . 目前我国国家标准推荐，将不合格分为 () 个等级。
- (A) 2

- (B) 3
(C) 4
(D) 5
- 16 .单位产品重要的质量特性不符合规定或质量特性严重不符合规定属于（ ）不合格。
(A) A类
(B) B类
(C) C类
(D) D类
- 17 .特价和会员价用（ ）色价签。
(A) 红
(B) 黄
(C) 蓝
(D) 黑
- 18 .衣服价签的要求是上装要将价格签摆放在右上胸第（ ）个扣的平行线上，下装要求将价格签摆放在腰间的平行线上。
(A) 一
(B) 二
(C) 三
(D) 四
- 19 .（ ）决定了产品价格的上限。
(A) 顾客感知价值
(B) 产品使用价值
(C) 市场需求
(D) 产品成本
- 20 .以下（ ）不属于企业固定成本。
(A) 房租
(B) 原材料
(C) 供暖费
(D) 管理者薪酬
- 21 .新产品定价的策略有（ ）个。
(A) 2
(B) 3
(C) 4
(D) 5
- 22 .新产品定价可以在市场撇脂策略和（ ）中进行选择。
(A) 心理定价策略
(B) 市场温和策略
(C) 市场渗透策略
(D) 销售折扣策略。
- 23 .有些产品必须与主要产品一起使用，生产此类产品的企业采用（ ）。
(A) 产品捆绑定价
(B) 副产品定价
(C) 附属产品定价
(D) 可选产品定价

- 24 .销售者经常将几种产品组合起来，以较低的价格出售是（ ）。
- (A) 产品捆绑定价
(B) 副产品定价
(C) 附属产品定价
(D) 可选产品定价
- 25 .采用（ ）时，需要通过连续调整价格来满足顾客个人和特定情境的需要。
- (A) 心理定价
(B) 细分定价
(C) 促销定价
(D) 动态定价
- 26 .无论顾客在何处，企业向所有顾客收取相同的价格和运费是（ ）。
- (A) 原产地定价
(B) 分区定价
(C) 统一运送定价
(D) 运费免受定价
- 27 .由于竞争激化，产品利润持平或开始下降的阶段是（ ）。
- (A) 导入期
(B) 成长期
(C) 成熟期
(D) 衰退期
- 28 .产品销售收入和利润均大幅下降的阶段是（ ）。
- (A) 导入期
(B) 成长期
(C) 成熟期
(D) 衰退期
- 29 .（ ）的营销目标要削减品牌支出，挤取收益。
- (A) 导入期
(B) 成长期
(C) 成熟期
(D) 衰退期
- 30 .（ ）的营销目标是维持市场份额，盈利最大化。
- (A) 导入期
(B) 成长期
(C) 成熟期
(D) 衰退期
- 31 .（ ）是电子订货系统的缩写。
- (A) AOS
(B) COS
(C) EOS
(D) FOS
- 32 .以下（ ）不是订货作业遵循的原则。
- (A) 存货检查
(B) 适时订货

- (C) 尽量多订
(D) 适量订货
- 33 . 采购集中审核后，系统以自动传真或电子商务形式传递给供应商进行配送，这种物流模式是（ ）。
- (A) 配送
(B) 转送
(C) 调拨
(D) 直送
- 34 . 手工订货量以（ ）为基础。
- (A) 日均销售量
(B) 周均销售量
(C) 月均销售量
(D) 年均销售量
- 35 . 商品订货时应填写（ ），并由主管核准后才可订货。
- (A) 商品订货申请单
(B) 商品报废申请单
(C) 商品调价申请单
(D) 转货申请单
- 36 . 补货时，现将原有商品取下再将补充商品放在里面，做到（ ）。
- (A) 先进先出
(B) 前进陈列
(C) 始终新鲜
(D) 规范摆放
- 37 . （ ）等信息与订单不符时，都必须退回。
- (A) 商品条码
(B) 规格
(C) 数量
(D) 其他选项都正确
- 38 . 以下（ ）不属于可协议退货商品。
- (A) 季节性商品
(B) 试销商品
(C) 代销商品
(D) 买断商品
- 39 . 以下（ ）不属于退换货作业流程。
- (A) 清理需退换货的商品
(B) 瑕疵商品打折
(C) 填写退换货单
(D) 办理退换货
- 40 . 理货是把凌乱的商品整理整齐，同时清出问题商品，以下哪种商品需要清出。（ ）
- (A) 破包
(B) 过期
(C) 污损
(D) 其他选项都正确
- 41 . （ ）验收时要首先核对供应商送货单与门店订货单是否相符。

- (A) 直配商品
 (B) 库配商品
 (C) 调拨商品
 (D) 三方物流代配商品
- 42 . 超过 () 保质期的商品是不可以进行收货的。
 (A) 1/3
 (B) 2/3
 (C) 1/4
 (D) 1/5
- 43 . 以下 () 不是供货单位提供的验收凭证。
 (A) 材质证明书
 (B) 装箱单
 (C) 货运记录
 (D) 合格证
- 44 . 商品存放按 () 来进行分类。
 (A) 商品属性
 (B) 商品体积
 (C) 商品价格
 (D) 商品数量
- 45 . () 是防止各种自然条件对储存商品的质量影响的一项安全措施。
 (A) 商品堆码
 (B) 商品苫垫
 (C) 货位编码
 (D) 分区分类
- 46 . () 应当遵循安全第一、进出方便、节约仓容的原则。
 (A) 商品堆码
 (B) 商品苫垫
 (C) 货位编码
 (D) 分区分类
- 47 . 以下 () 不属于商品出库的“三不原则”。
 (A) 未经审核不送货
 (B) 未接单据不翻账
 (C) 未经审单不备库
 (D) 未经复核不出库
- 48 . () 不属于出库程序。
 (A) 核对凭证
 (B) 制单
 (C) 复核
 (D) 点交
- 49 . 商品盘点前应整理好所有单据、票证和商品，暂停 () 。
 (A) 商品出库
 (B) 仓库发货
 (C) 销售商品
 (D) 购进商品

- 50 . 盘点表一式（ ），要求上下对齐，字迹工整清晰，如要涂改则划去，另起一行书写。
- (A) 两联
 - (B) 三联
 - (C) 四联
 - (D) 五联
- 51 . 商品盘点从时间上划分有（ ）和临时盘点。
- (A) 关门盘点
 - (B) 全面盘点
 - (C) 定期盘点
 - (D) 部分盘点
- 52 . 盘点先进的方法是（ ）法。
- (A) 关门盘点
 - (B) 部分盘点
 - (C) 复式平行盘点
 - (D) 定期盘点
- 53 . 需拆箱零售的商品，盘点时应采用（ ）。
- (A) 压码加零法
 - (B) 标尺测量法
 - (C) 盘整加零法
 - (D) 以销计存法
- 54 . 对于以长度出售的呢绒、布匹等商品，盘点时应采取（ ）。
- (A) 压码加零法
 - (B) 标尺测量法
 - (C) 盘整加零法
 - (D) 以销计存法
- 55 . 在盘点日前两天，要求店面（ ）清理好所有单据交到店面核算员处，以保证盘点所有数据的准确性。
- (A) 不收货、不退货
 - (B) 可收货、可退货
 - (C) 不收货、可退货
 - (D) 可收货、不退货
- 56 . 非排面的盘点工作在盘点日的（ ）白天完成，盘点结束后，盘点地点应贴条示意，不再安排上货。
- (A) 前一天
 - (B) 当天
 - (C) 后一天
 - (D) 其他选项都正确
- 57 . （ ）指在营业中随时进行盘点。
- (A) 自动盘点原则
 - (B) 售价盘点原则
 - (C) 即时盘点原则
 - (D) 非即时盘点原则
- 58 . 盘点要做到（ ）。
- (A) 真实

- (B) 完整
 (C) 团队精神
 (D) 其他选项都正确
- 59 . 盘点开始以后，所有盘点人员应面对货架，按（ ）的顺序开始盘点。
 (A) 从右到左，从上到下
 (B) 从右到左，从下到上
 (C) 从左到右，从下到上
 (D) 从左到右，从上到下
- 60 . 盘点中应注意（ ）不盘。
 (A) 特价商品
 (B) 破损商品
 (C) 失窃商品
 (D) 赠品
- 61 . （ ）不属于物品目录的内容。
 (A) 编号
 (B) 销量
 (C) 名称
 (D) 单位
- 62 . 物品入库或上架后，将物品名称、规格、数量或出入库状态等内容填在料卡上，称为（ ）。
 (A) 登账
 (B) 建档
 (C) 立卡
 (D) 入库
- 63 . 台账账页不准撕毁，遇到改错，可以划（ ）加盖私章订正。
 (A) 蓝线
 (B) 红线
 (C) 黑线
 (D) 其他选项都正确
- 64 . 出库的复核形式主要有专职复核、交叉复核和（ ）。
 (A) 平行复核
 (B) 斜向复核
 (C) 环环复核
 (D) 兼职复核

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 . 消费品市场需求是指城乡居民、社会集团在市场上获得必要生活资料的愿望和要求。（ ）
- 2 . 消费者的购买行为是在生理动机和心理动机支配下发生的。（ ）
- 3 . 购买形态主要是研究消费者何时、何地、如何购买。（ ）
- 4 . 消费者购买程序一般可分为这几个阶段：引起需要、收集资料、比较估价、购买决策、买后感受。（ ）
- 5 . 理智型购买行为的消费者，不轻率做出决定，做出决定之后也不轻易后悔。（ ）
- 6 . 有既定购买目的的顾客，他们按照自己的习惯和经验进行购买，很少受广告和他人的影响，通常是有目的的购买速度很快，对新产品态度冷淡。（ ）
- 7 . 消费者在寻找、选择、评估和处理与自身满足相关的产品和服务时所表现出来的这一系列行为活动过程就是消费者的决策过程。（ ）
- 8 . 人的需求是由两种刺激引起的，一是来自身心的内在刺激，这是引起需要的触发诱因，二是来自外部环境的刺激，这是引起需要的驱策力。（ ）
- 9 . 消费者选择信息的过程是选择性注意、选择性区别、选择性记忆（ ）
- 10 . 消费者进入方案评价阶段使用的评价过程和评价标准都是相同的。（ ）
- 11 . 购买决策同真正的购买行为就是一回事。（ ）
- 12 . 消费者的决策过程并不随着购买过程的结束而结束。（ ）
- 13 . 接待顾客的时候，要始终跟在顾客的身边，热情招呼，捕捉时机。（ ）
- 14 . 促成生意成交阶段为了努力促成生意，可以强行推销商品。（ ）
- 15 . 促销是一种长时间的、刺激性的手段。（ ）
- 16 . 对消费者的促销目标包括鼓励消费者大批量购买，争取未使用者试用，吸引竞争者的使用。（ ）
- 17 . 中间商的促销就是对批发商的促销。（ ）
- 18 . 一项促销工具只能为一项目标服务。（ ）
- 19 . 促销策略依据促销过程中所用的手段不同可分为人员促销策略、广告促销策略、公共关系促销策略和销售推广促销策略四种。（ ）
- 20 . 促销活动前期准备阶段的工作比较繁琐又不重要。（ ）
- 21 . 促销的控制是保证促销活动实现其方案构想的重要阶段。（ ）
- 22 . 短期促销绩效评估可以使企业了解消费者对促销活动的态度和反应，得知消费者真正的消费意图。（ ）

- 23 . 商品可以任意触摸，专人说明、真人示范，顾客购买现场促销商品的可能大幅提高。
()
- 24 . 进行限时折扣促销时，价格上必须与原定价格有五成以上的价格差，才会对顾客产生中国的吸引力。()
- 25 . 现场促销的两个阶段是准备阶段和实施阶段。()

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 . 人们的需求总是先满足最基本的生活需要，然后再满足社会交往需要和精神生活需要，这就是消费需求的()特点。
- (A) 多样性
(B) 发展性
(C) 伸缩性
(D) 层次性
- 2 . 消费需求的()就是指通过企业营销活动的努力，人们的消费需求可以发生变化和转移。
- (A) 发展性
(B) 时代性
(C) 可诱导性
(D) 联系性和替代性
- 3 . 消费者()购买动机一般购买行为特定描述是被商品的外观、式样，包装的新奇所吸引，缺立比较，受外界的影响较大。
- (A) 生存性
(B) 习惯性
(C) 冲动性
(D) 保守性
- 4 . 时髦性购买动机的购买目的的选定是()。
- (A) 全确定型
(B) 半确定型
(C) 确定型
(D) 不确定型
- 5 . 消费者购买形态分析要研究消费者在何处决定购买，家具、高档耐用品、一般食品这三大类商品在购买现场做决定的是()。
- (A) 家具
(B) 家具、高档耐用品
(C) 家具、高档耐用品、一般食品
(D) 一般食品
- 6 . 消费者()不仅会影响市场营销活动的状态，而且会影响产品设计价格政策以及营销计划的制定和其他经营决策。
- (A) 何时购买
(B) 何处购买
(C) 怎样购买
(D) 家庭决定
- 7 . 买何种商品、多少数量，以什么价格购买，这是消费者购买程序分析里面的()阶

- 段。
- (A) 收集资料
 - (B) 比较估价
 - (C) 购买决策
 - (D) 买后感受
- 8 . 消费者购买商品使用后，会重新考虑购买这种商品是否明智，是否合算，这就是（ ）阶段。
- (A) 收集资料
 - (B) 比较估价
 - (C) 购买决策
 - (D) 买后感受
- 9 . 特别重视价格，一心寻求经济合算的价格，从而得到心理上的满足，这种类型的消费者属于（ ）
- (A) 习惯型购买行为
 - (B) 理智型购买行为
 - (C) 经济型购买行为
 - (D) 冲动型购买行为
- 10 . （ ）的消费者往往有一定的艺术细胞，善于联想。
- (A) 理智型购买行为
 - (B) 经济型购买行为
 - (C) 冲动型购买行为
 - (D) 想象型购买行为
- 11 . （ ）顾客购买特征是很有自信，知道自己要买什么，所以不要给他们太多的解释，因为他们不喜欢别人替他做决定。
- (A) 从容不迫型
 - (B) 优柔寡断型
 - (C) 自我吹嘘型
 - (D) 豪爽干脆型
- 12 . 购物时顾客很难自己做决定，一定要有人替他做决定，销售人员接待时可以试着提一些问题以了解他的需求，然后说明你的产品可以更好的满足他的需要，这种类型的顾客购买特征属于（ ）
- (A) 从容不迫型
 - (B) 优柔寡断型
 - (C) 虚情假意型
 - (D) 沉默寡言型
- 13 . 消费者购买决策过程的外部影响因素有（ ）、社会文化、专家明星、社会群体、企业形象等。
- (A) 家庭
 - (B) 爱好
 - (C) 学习
 - (D) 经验和购买力
- 14 . （ ）不是消费者购买决策过程中参与决策的角色。
- (A) 使用者
 - (B) 购买者

- (C) 旁观者
(D) 影响者
- 15 . 购买家庭影院会导致对其附属产品如影碟需求的确认，属于需求确认诱因的（ ）。
(A) 不满意
(B) 相关产品的购买
(C) 新需要
(D) 新产品
- 16 . 一个买彩票中了大奖的人购买一辆家庭轿车，属于需求确认诱因的（ ）。
(A) 不满意
(B) 相关产品的购买
(C) 新需要
(D) 新产品
- 17 . 一般来说消费者最初的商品信息主要来自（ ）。
(A) 个人来源
(B) 商业来源
(C) 公共来源
(D) 经验来源
- 18 . 消费者外部信息的来源主要由个人来源，商业来源，经济来源和（ ）。
(A) 社会来源
(B) 公共来源
(C) 群体来源
(D) 他人来源
- 19 . 消费者以一种属性去评价他所考虑的几个品牌的商品，从中选出最符合他的评价标准的那个商品，这是属于（ ）。
(A) 单因素分离原则
(B) 多因素关联原则
(C) 排除法原则
(D) 理想品牌原则
- 20 . 在实际购买过程中采取（ ），能逐步排除商品以减少备选方案。
(A) 单因素分离原则
(B) 多因素关联原则
(C) 排除法原则
(D) 理想品牌原则
- 21 . （ ）通常分为两种品牌忠诚型购买和习惯型购买。
(A) 例行型决策
(B) 有限型决策
(C) 广泛型决策
(D) 复杂型决策
- 22 . 房屋汽车个人电脑等产品的购买上（ ）比较多见。
(A) 例行型决策
(B) 有限型决策
(C) 广泛型决策
(D) 复杂型决策
- 23 . 消费者采购产品后（ ）的处置方法会采用赠送，交换、卖掉、丢掉。

- (A) 临时摆脱
 (B) 中期摆脱
 (C) 永久摆脱
 (D) 保留
- 24 . 绩效与期望之间的差距较大又很难纠正，消费者的不满意感会（ ）。
 (A) 强烈
 (B) 无反应
 (C) 弱
 (D) 一般
- 25 . 销售员应采用灵活多用的技巧，带不同身份、不同爱好的顾客，接待老顾客（ ）。
 (A) 注重礼貌
 (B) 注重热情
 (C) 注重快捷
 (D) 注重耐心
- 26 . 销售员应采用灵活多用的技巧，带不同身份、不同爱好的顾客，接待急顾客（ ）。
 (A) 注重礼貌
 (B) 注重热情
 (C) 注重快捷
 (D) 注重耐心
- 27 . 顾客挑选商品的介绍用语是（ ）。
 (A) 别着急，你慢慢挑选。
 (B) 你穿上这套服装更显得成熟干练。
 (C) 请等一下我帮你包装好。
 (D) 这款商品过两天会有，请你抽空来看看。
- 28 . 解答顾客询问时的答询用语是（ ）。
 (A) 别着急，你慢慢挑选。
 (B) 你穿上这套服装更显得成熟干练。
 (C) 仔细看看，不合适的话我再给你拿。
 (D) 这款商品过两天会有，请你抽空来看看。
- 29 . 非人员促销的形式有广告、销售促进和（ ）。
 (A) 上门推销
 (B) 店面推销
 (C) 服务推销
 (D) 公共关系
- 30 . 促销的实质就是营销者与购买者和潜在购买者之间的（ ）。
 (A) 公开信息
 (B) 信息展示
 (C) 沟通活动
 (D) 普及活动
- 31 . 帮助中间商改善营销工作，生产用的计划是（ ）。
 (A) 样品赠送
 (B) 培训人员
 (C) 数量折扣
 (D) 展览会

- 32 . 刺激中间商更多购买，一般采用的促销计划是（ ）。
- (A) 样品赠送
(B) 培训人员
(C) 数量折扣
(D) 展览会
- 33 . 反映了以人为本的思想，但缺点是促销结果不能立竿见影，这是（ ）
- (A) 对消费者的促销
(B) 对中间商的促销
(C) 对政府的促销
(D) 推销人员的促销
- 34 . （ ）能给企业带来销售利润率增高，销售成本降低，资金周加快。
- (A) 对消费者的促销
(B) 对中间商的促销
(C) 对政府的促销
(D) 推销人员的促销
- 35 . 中间商促销的工具具有（ ）销售竞赛、价格折扣等。
- (A) 产品展览、展销订购
(B) 陈列与示范
(C) 抽奖
(D) 折价券
- 36 . 推销人员的促销工具有（ ）、销售竞赛、培训人员等。
- (A) 产品展览、展销订购
(B) 销售提成
(C) 样品赠送
(D) 折价券
- 37 . 企业在促销中普遍重视且应用最为广泛的促销方式是（ ）。
- (A) 人员促销策略
(B) 广告促销策略
(C) 公共关系促销策略
(D) 销售促进
- 38 . （ ）是指企业运用各种短期诱因鼓励消费者和中间商购买、代理企业产品或服务的促销活动。
- (A) 人员促销策略
(B) 广告促销策略
(C) 公共关系促销策略
(D) 销售促进
- 39 . 促销活动的 POP 宣传品的悬挂应在（ ）落实到位。
- (A) 前一天营业中
(B) 营业前
(C) 营业中
(D) 营业后
- 40 . 促销商品的价签应在（ ）更换。
- (A) 前一天营业中
(B) 营业前

- (C) 营业中
(D) 营业后
- 41 . () 的特征是长期性，固定性，速效性，现场通告性。
(A) 常规促销
(B) 非常规促销
(C) 主题促销
(D) 开业促销
- 42 . () 的特征是指导性、主题性、时效性、阶段性。
(A) 常规促销
(B) 非常规促销
(C) 周末促销
(D) 新品促销
- 43 . () 可以揭示消费者的消费态度，把握消费者的消费心理，从而使以后的商品促销活动更加具有针对性和目的性，增强促销活动的效果。
(A) 短期促销绩效评估
(B) 中期促销绩效评估
(C) 长期促销绩效评估
(D) 后期促销绩效评估
- 44 . () 可以使企业了解消费者对促销活动的态度和反应，但很难得知消费者真正的消费意图。
(A) 短期促销绩效评估
(B) 中期促销绩效评估
(C) 长期促销绩效评估
(D) 后期促销绩效评估
- 45 . () 现场促销活动是指门店在一定时间内针对多数预期顾客以扩大销售为目的所进行的促销活动。
(A) 促销
(B) 现场促销
(C) 网络促销
(D) 店头促销
- 46 . 现场促销通常会结合 () 并通过这种特殊形式直接达到扩大销售额的目的。
(A) 人员促销
(B) 广告促销
(C) 公共关系促销
(D) 销售促进
- 47 . 限定 16:00--18:00 某品牌服装 5 折限时优惠，这种常见的促销方式是 ()。
(A) 限时折扣
(B) 面对面销售
(C) 正品促销
(D) 免费试用
- 48 . () 是指门店的店员直接与顾客进行促销和销售的活动。
(A) 限时折扣
(B) 面对面销售
(C) 正品促销

- (D) 免费试用
- 49 . 促销人员在（ ）应该抓住有利时机，讲好开场白，抓紧时间向消费者促销商品。
- (A) 准备阶段
 - (B) 实施阶段
 - (C) 结束阶段
 - (D) 评估阶段
- 50 . （ ）的工作是要了解开展现场促销活动所针对目标顾客的风俗人情和特点。
- (A) 准备阶段
 - (B) 实施阶段
 - (C) 结束阶段
 - (D) 评估阶段

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. 门店 QSC 工作标准是商品品质、服务质量、清洁卫生的简称，是指门店对于品质、服务、清洁的统一管理。（ ）
2. 一个 QSC 工作标准的制定是否合理可行，会影响到该标准的实施效果，但对企业的发展未来不会有影响。（ ）
3. 制定 QSC 工作标准的一般步骤可分为规划设计、运行调整、检查完善。（ ）
4. 门店 QSC 工作标准的内容包括商品品质、服务质量、清洁卫生三个方面。（ ）
5. 门店运营与管理标准的具体内容，主要是制定门店工作人员上班的出勤计划，根据各时段工作量大小安排具体人员的调配，从而有效地发挥每一个员工的能量，提高劳动生产率。（ ）
6. 门店自主改变总部确定的商品布局 and 陈列，不会影响连锁企业统一的营业目标。（ ）
7. 制定商品品质标准主要可从采购，存储，加工，销售四个环节的品质管控来考虑。（ ）
8. 商品盘点是对门店购进商品按订货合同进行点数和质量检验，是品质控制的重要环节，是确保门店商品质量和信誉的关卡，必须认真把好品质盘点这一关。（ ）
9. 门店服务是指站在顾客角度帮助顾客完成或挖掘顾客需求时所提供的一切便利行为。（ ）
10. 服务质量和水平不是门店招揽顾客和提高美誉度的最好手段之一。（ ）
11. 门店现场服务工作基本内容主要包括核心服务、附加服务两个方面，分为显性服务、隐性服务两类。（ ）
12. 为了表示自己的服务热情，顾客在挑选商品时应紧随其后。（ ）
13. 餐饮企业需员工化妆、做时尚的发型和美甲。（ ）
14. 清洁卫生是门店的一项日常工作，其目的是净化门店环境，给顾客提供一个卫生、健康、舒适、优美的消费环境。（ ）
15. 店面招牌标识是否完整，不属于门店清洁卫生工作要求的内容。（ ）
16. 门店环境布置是指布置门店的商品布局，商品陈列动线设计门店装修的活动。（ ）
17. 购买低谷时播放一些奔放的音乐以加速消费者的流动；在购买高峰时，则播放一些清逸的轻音乐以留住消费者的脚步。（ ）
18. 企业形象是企业精神文化的一种外在表现形式，它是社会公众与企业接触交往过程中所感受到的总体印象。（ ）
19. 华为公司的口号“小企业做事，大企业做人”，产生了巨大的规范与导向作用，树立了华为的诚信、专业的企业形象。（ ）

20. 企业要树立良好的形象，最重要的是加强宣传，让公众加深印象。（ ）
21. 顾客服务作为市场营销的第五个因素，仅指对现实顾客的服务，不包括对潜在顾客的服务。（ ）
22. 顾客服务不直接创造经济效益，并且是一个持续时间较长的工作，因此，为了减少成本，企业可以不做这项工作。（ ）
23. 由于服务产品具有无形性和差异性等特点，服务产品的质量很难像有形产品的质量那样进行科学的测定和评价。（ ）
24. 熟悉相关法律、爱岗敬业、诚信服务、自觉维护公司利益和形象，这是服务人员应遵守的职业道德标准。（ ）
25. 提供顾客服务前，既要准备好产品知识，又要准备好良好服务心态。（ ）
26. 客户服务只是营销部门的事，销售人员去搞搞就可以了，跟其他部门无关。（ ）
27. 顾客投诉是顾客对企业管理和服务的不满，其实对企业来说也是有价值的信息来源，可以为企业创造许多机会。（ ）
28. 按投诉行为分，投诉可分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。（ ）
29. 处理顾客投诉时，应站在门店的立场，以企业的利益为先。（ ）
30. 客户投诉方案确定后，不需与顾客协商，直接处理即可。
31. 满意的顾客投诉处理，并不能培养顾客的忠诚度。（ ）
32. 会员顾客识别是指从目标市场的客户群体中识别出对企业有意义的顾客。（ ）
33. 忠诚客户是对企业十分满意和信任，长期、重复地购买同一企业的产品或服务的客户。（ ）
34. 顾客识别耗时耗力，企业不必研究顾客的特征和购买行为等。（ ）
35. 关系型客户带来的利润非常有限，结果往往是交易型客户在给关系型客户的购买进行补贴。（ ）
36. 按照 80/20 法则对客户进行分类管理和服务，企业可以把无限的资源集中到为最有价值的客户服务上，剔除不能为企业创造利润的无效客户。（ ）
37. 企业的高价值客户应该都属于关系型客户，因此要识别出高价值客户，首先就需要将交易型客户区分出来。（ ）
38. 无论新客户还是老客户都是企业的客户，但企业成长需要的是更多的优质客户，必须淘汰劣质顾客。（ ）
39. 在新零售背景下，拓展会员顾客的途径有直播、小程序、社群营销等。（ ）
40. 与顾客沟通需秉持一个原则是“站在客户的角度为客户考虑问题”。（ ）
41. 客户只有同时具备“用得着”（有需求）和“买得起”（有支付能力）条件的同时能够“说了算”的客户才是企业真正的潜在客户。（ ）
42. 产品是指向市场提供的能满足人们某种需要的一切东西，包括实物、服务保证、思想等各种形态。（ ）
43. 产品安全是衡量产品质量的一个方面。（ ）
44. 商品安全是以生产者的产品质量安全为前提，保证销售零售环节和相应的物流环节的产品质量安全。（ ）
45. 商品安全的最大程度和最早环节是由零售商决定和掌控的。（ ）
46. 由于召回缺陷产品成本过高，因此可以不进行召回。（ ）
47. 本公司的产品工艺比较成熟，而且从未出现产品质量事故，因此没有必要制定质量安全应急措施。（ ）
48. 公共设施是指由政府或其他社会组织提供的、给社会公众使用或享用的公共建筑或设

- 备。（ ）
49. 城市公共设施包括城市污水处理系统、城市垃圾（包括粪便）处理系统、城市道路、城市桥梁、港口、市政设施抢险维修、城市广场、城市路灯、路标路牌、城空防空设施、城市绿化、城市风景名胜区、城市公园等。（ ）
50. 公共设施的作用是满足人们公共需求（如便利、安全、参与）和公共空间的选择。（ ）
51. 公共设施一直在良好地使用，因此进行专门的检查不必要。（ ）
52. 熟悉商业建筑情况的顾客在没有任何标识的情况下也能很快进入建筑，因此指示牌可以不用设置。（ ）
53. 严禁在电房、机房门口摆放或堆放货物，以免在发生意外情况时影响工作人员的工作，延误抢险的最佳时机。（ ）
54. 现金是企业资产中流动性最强的货币性资产。（ ）
55. 企业的运行需要大量的资金，充足的现金可以维持运转。因此，现金流就是企业运行的基础。（ ）
56. 收银员在进行银行卡结算时，顾客在交易凭单上签名后还须核对其签名与卡背面的签名是否一致。（ ）
57. 收银员在收银时，如有事要离开，只要告诉临近的收银员即可。（ ）
58. 备用金可以分为定额备用金和非定额备用金两种。（ ）
59. 备用金应指定专人负责管理，按照规定用途使用。但应急时可以转借他人或挪作他用。（ ）
60. 备用金的管理方式只有专款专用，定额管理。（ ）
61. 各部门零星备用金，一般不得超过规定数额，若遇特殊需要应由企业部门经理核准。（ ）

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. （ ）是一个综合性的概念，从现代市场观念来看，是商品质量、外观质量，社会质量和经济质量等方面内容的综合体现。
- (A) 商品品质
(B) 服务质量
(C) 商品外观
(D) 清洁卫生
2. 服务质量是（ ）。
- (A) 顾客的预期服务水平
(B) 顾客对店员的印象
(C) 接待顾客所用的时间
(D) 满足规定或潜在要求特征的总和
3. 制定 QSC 工作标准的根本目的是帮助企业获取最佳效益. 这是制定 QSC 工作标准的（ ）原则。
- (A) 稳定性原则
(B) 效益最佳原则
(C) 可执行性原则
(D) 可量化原则
4. QSC 标准制定后，应保持相对稳定，并在一定的技术发展水平上组织实施，以获得经济效益，这是制定 QSC 工作标准的（ ）原则。

- (A) 稳定性原则
 - (B) 效益最佳原则
 - (C) 可执行性原则
 - (D) 可量化原则
- 5 . 在完成 QSC 工作标准的规划设计后，到标准确定实施前，应进行小范围的（ ），以检查标准组织实施的可执行性。
- (A) 企业调研
 - (B) 规划设计
 - (C) 运行调整
 - (D) 检查完善
- 6 . 没有检查制度的标准是无效的标准，因此要制定工作标准的自查和检查流程，并在自查和检查中发现问题，对标准进行（ ），最终形成 QSC 工作标准。
- (A) 企业调研
 - (B) 规划设计
 - (C) 运行调整
 - (D) 检查完善
- 7 . （ ）是企业为使目标顾客满意而提供的服务水平的基本要求。
- (A) 商品品质标准
 - (B) 服务质量标准
 - (C) 产品陈列标准
 - (D) 清洁卫生标准
- 8 . 为了提供良好的购物消费环境，门店应提高店员的卫生意识，制定门店的（ ）。
- (A) 商品品质标准
 - (B) 服务质量标准
 - (C) 产品陈列标准
 - (D) 清洁卫生标准
- 9 . （ ）是比较关键的工作，包括把何种工作、多少工作量、在什么时间内安排给何人承担。
- (A) 确定作业的对象分工
 - (B) 确定标准化作业的程序
 - (C) 记录作业情况
 - (D) 记录商品缺货率
- 10 . 连锁企业往往是劳动力密集行业，门店作业人员流动率较高。因此，需要确立（ ），在明确出勤计划的基础上，通过具体操作表来明确这项工作的具体操作规则，使门店作业不重复。
- (A) 作业的对象分工
 - (B) 标准化作业的程序
 - (C) 门店产品标准
 - (D) 商品服务标准
- 11 . 商品缺货率控制主要是对（ ）缺货率的控制。
- (A) 季节商品
 - (B) 主力商品
 - (C) 便利性商品
 - (D) 名牌商品

- 12 . 门店营运质量考核的制度与标准，不包括（ ）。
- (A) 商品陈列控制
 - (B) 商品缺货率控制
 - (C) 服务质量控制
 - (D) 员工培训控制
- 13 . 在商品储存环节，需要按商品品类建立一套针对不同类别商品的（ ），以保障商品品质。
- (A) 商品陈列标准
 - (B) 商品验收标准
 - (C) 存储流程和保管方式
 - (D) 商品品类说明
- 14 . 在进行商品补货上架时应严格遵守（ ）原则。
- (A) 后进先出
 - (B) 先进后出
 - (C) 先进先出
 - (D) 后进早出
- 15 . 商品在门店内的（ ）是保障商品质量、降低商品损耗的关键环节。
- (A) 商品陈列
 - (B) 商品的存储保鲜
 - (C) 商品验收
 - (D) 商品加工
- 16 . 完善的商品品质管理，一定要根据商品的特点，使用正确的陈列设备和陈列方法。下面商品陈列方法错误的是（ ）。
- (A) 生鲜食品的陈列设备应保持清洁，无积水和污渍。
 - (B) 理货添货时应清拿轻放，注意及时保鲜并挑出残次品。
 - (C) 货架陈列的商品包装必须有生产期和保质期标签保持干净整洁，无错别字。
 - (D) 在售卖检查中，如发现商品标签脱落，或超过保质期等可以更换标签保质期，重新上架。
- 17 . （ ）即在商品出售前所进行的各种服务工作，目的是向顾客传递商品信息从而激发顾客的购买欲望。这一阶段的任务是商品信息的提供、商品的陈列摆放、购物气氛的营造等。
- (A) 接待服务
 - (B) 售中服务
 - (C) 售后服务
 - (D) 售前服务
- 18 . （ ）是指服务人员在销售过程中为消费者提供的各种服务，如接待顾客、商品介绍、挑选、收银服务、包装商品等。
- (A) 收银服务
 - (B) 售中服务
 - (C) 售后服务
 - (D) 售前服务
- 19 . 服务质量由服务的技术质量、职能质量、（ ）、真实瞬间四个方面构成。
- (A) 感知质量
 - (B) 商品质量

- (C) 形象质量
(D) 接待质量
- 20 . () 是服务过程中服务人员与顾客进行服务接触的过程。
(A) 技术质量
(B) 职能质量
(C) 形象质量
(D) 真实瞬间
- 21 . 附加服务是满足顾客的次要需求，是产品的附加价值。下列服务属于门店的附加服务的是 ()。
(A) 干净明亮的卖场环境
(B) 新鲜丰富的商品
(C) 亲切舒适的导购
(D) 线上下单，线下商品直送到家
- 22 . 显性服务是指行业规范的服务及其过程或流程，是消费者现场可以感受到的经营者行为。下列不属于显性服务的是 ()。
(A) 路上碰到顾客主动打招呼
(B) 礼貌接待顾客
(C) 良好的购物环境
(D) 满意的咨询服务
- 23 . 当为顾客指示方向时，可以用 () 指示方向。
(A) 笔
(B) 手臂伸直，五指并拢
(C) 转头
(D) 努嘴
- 24 . 顾客临柜，营业员应面向顾客，面带微笑地 ()。
(A) 主动上前打招呼
(B) 挥手致意
(C) 在原地打招呼
(D) 注视不打招呼
- 25 . 下列不适合作为门店环境清洁卫生标准描述的是 ()。
(A) 地面干净
(B) 无灰尘、水渍
(C) 货品摆放整齐
(D) 商品无污迹
- 26 . 下列符合门店环境清洁卫生标准的是 ()。
(A) 仓库货柜有点灰尘
(B) 店员服装邋遢
(C) 将样品堆在角落
(D) 货品摆放整齐，无灰尘、污迹
- 27 . 门店现场卫生工作的基本内容不包括 ()。
(A) 工作场所干净明亮
(B) 仪容仪表整洁
(C) 橱窗物品放置整齐
(D) 必需品随意堆放

- 28 . 下列不属于门店日常卫生工作应遵循的原则的是（ ）。
- (A) 必需品和非必需品分开放置
 - (B) 必需品整齐摆放并做标识
 - (C) 工作场所干净明亮
 - (D) 员工无良好卫生习惯
- 29 . 环境卫生清洁工作基本要求不包括（ ）。
- (A) 五定即定人，定地点，定时间，定任务，定质量，便于监督和检查。
 - (B) 周围环境打扫干净，废物袋扎口处理。
 - (C) 室内长期密闭，不保持通风。
 - (D) 每位员工工作岗位严禁出现卫生死角。
- 30 . 下列符合门店清洁卫生标准的是（ ）。
- (A) 展台清洁干燥
 - (B) 服装整洁规范
 - (C) 店内音响音量很大
 - (D) 员工有洗手消毒习惯
- 31 . 下列不属于门店环境布置的作用的是（ ）。
- (A) 营造门店营销氛围
 - (B) 展示门店形象
 - (C) 提高门店经营效率
 - (D) 提高员工素养
- 32 . 针对老年人的商经常采用紫色、色和（ ）。
- (A) 深灰色
 - (B) 黄色
 - (C) 红色
 - (D) 绿色
- 33 . 商场灯光分为三种，分别是（ ）、特殊照明、装饰照明。
- (A) 一般照明
 - (B) 基本照明
 - (C) 宣传照明
 - (D) 有效照明
- 34 . 节日中的商场经常采用热烈、温暖的（ ）。
- (A) 红色
 - (B) 紫色
 - (C) 绿色
 - (D) 蓝色
- 35 . 不属于企业环境形象的是（ ）。
- (A) 建筑物
 - (B) 布局装修
 - (C) 历史传统
 - (D) 环保绿化
- 36 . 企业的文化形象包括历史传统、价值观念、英雄人物、（ ）等。
- (A) 领导层
 - (B) 社区关系

- (C) 服务质量
(D) 职业道德
37. 只有塑造好企业的（ ），才能为企业构建良好的公共关系打下基础，才可以从根本上留住顾客。
- (A) 信念
(B) 价值观
(C) 服务理念
(D) 形象
38. 企业形象可言有效强化员工的归属意识，充分调动员工的积极性。这是企业形象的（ ）功能。
- (A) 构建关系
(B) 激励
(C) 资产增值
(D) 辐射
39. 内在精神是企业的精神风貌，是企业文化的综合表现，下列不属于内在精神的是（ ）。
- (A) 开拓创新精神
(B) 积极的社会观和价值观
(C) 诚实公正的态度
(D) 企业广告宣传语
40. 树立企业外观形象的内容不包括（ ）。
- (A) 俗招牌
(B) 良好的环境设施
(C) 优秀的广告
(D) 颜色风格
41. 为顾客服务的观念贯穿于从产品设计到（ ）的整个活动过程，也被运用到产品的生命同期策略中。
- (A) 售前服务
(B) 售中服务
(C) 售后服务
(D) 产品销售
42. 顾客服务不仅包括对现实顾客的服务，而且也包括对潜在顾客的服务；不仅要提高顾客的售后的满意程度，还要提高预期的（ ）的满意程度。
- (A) 售前
(B) 售中
(C) 售后
(D) 消费者
43. （ ）代表着一个企业的文化修养、整体形象和综合素质，与企业利益直接挂钩。
- (A) 产品价格
(B) 良好的环境设施
(C) 优秀的广告
(D) 顾客服务工作的好坏
44. 在日益激烈的市场竞争环境下，企业仅靠产品的质量已经难以留住客户，（ ）成为企业竞争制胜的另一张王牌。

- (A) 产品
(B) 服务
(C) 竞争
(D) 价格
- 45 .可靠性是评价服务质量最重要的指标,是指服务供应者准确无误地完成所承诺的服务。下列属于服务可靠性的是()。
- (A) 快速服务
(B) 准时交货
(C) 优秀的广告
(D) 产品质量好
- 46 .以下不属于顾客服务评价指标的是()。
- (A) 设身处地为顾客着想
(B) 良好的环境设施
(C) 良好的服务态度
(D) 合理的价格
- 47 .以下服务语言不符合标准的是()。
- (A) 称呼“您好”
(B) 我能为您做点什么吗?
(C) 不清楚,您自己找下
(D) 欢迎您再次光临
- 48 .以下服务不符合标准的是()。
- (A) 与顾客交流,声音温和
(B) 主动了解顾客需求,详细回答客户咨询
(C) 尊敬顾客、不轻视、不怠慢
(D) 无顾客时,趴着休息一下
- 49 .以下属于了解顾客需求的做法是()。
- (A) 即时问候顾客
(B) 观察顾客发现需求
(C) 感谢顾客
(D) 热情推荐
- 50 .下列属于售中服务的是()。
- (A) 咨询服务
(B) 商品包装服务
(C) 维修
(D) 产品设计
- 51 .下列顾客服务方法错误的是()。
- (A) 倾听顾客
(B) 知识渊博
(C) 今天心情不好,反感难缠的顾客
(D) 对所有顾客一视同仁
- 52 .下列不是优质顾客服务方法的是()
- (A) 始终站在顾客角度想问题
(B) 快速回复顾客询问
(C) 被动服务

- (D) 出色的产品和服务
- 53 . 顾客投诉产生的根源是不愉快的购物经历，也就是顾客期望的价值与（ ）之间的落差。
- (A) 产品的实际价值
(B) 服务的价值
(C) 顾客所感知的商品或服务的价值
(D) 企业形象的价值
- 54 . 下列不属于顾客投诉产生的心理的是（ ）。
- (A) 求发泄的心理
(B) 求名的心理
(C) 求补偿的心理
(D) 求尊重的心理
- 55 . 按投诉原因分，投诉可分为（ ）、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。
- (A) 建设性投诉
(B) 产品质量投诉
(C) 发泄型投诉
(D) 批评性投诉
- 56 . 按投诉的严重程度来分，可分为（ ）和严重投诉。
- (A) 控告性投诉
(B) 建设性投诉
(C) 诚信投诉
(D) 一般投诉
- 57 . 在处理顾客投诉事件时，对于不合理的投诉应做到（ ）。
- (A) 第一时间辩解
(B) 迅速反驳
(C) 尊重顾客，有理、有节
(D) 不理不睬
- 58 . 客户要求确实太离谱的话，则可通过（ ）来解决客户投诉。
- (A) 武力
(B) 恐吓
(C) 法律途径
(D) 要挟
- 59 . 下列关于顾客投诉处理的流程，说法正确的是（ ）。
- (A) 第一步：巧妙道歉，平息不满
(B) 第一步：调查分析，立即处理
(C) 第一步：执行方案，总结经验
(D) 第一步：控制情绪，有效倾听
- 60 . 在顾客将事情原委全部说清楚之后，应该（ ），这会让顾客感觉对方是有诚意为他解决问题的。
- (A) 真诚的表达出对顾客的同理心
(B) 按流程处理
(C) 规劝顾客
(D) 巧妙道歉
- 61 . 客户投诉时，（ ）显得十分重要。

- (A) 招销售员
 (B) 找主管
 (C) 认真倾听
 (D) 找证据
- 62 .对于顾客的（ ），工作人员应先安抚好顾客的情绪，将顾客请到办公室，认真聆听顾客的抱怨。
 (A) 书信投诉
 (B) 电话投诉
 (C) 当面投诉
 (D) 网络投诉
- 63 .顾客识别的目的是（ ）。
 (A) 推销商品
 (B) 进行促销
 (C) 判断顾客需求和顾客价值
 (D) 吸引粉丝
- 64 .客户识别的内容有（ ）、识别有价值的顾客、识别顾客需求。
 (A) 识别潜在顾客
 (B) 识别顾客特征
 (C) 识别顾客购买偏好
 (D) 识别顾客购买习惯
- 65 .可将客户分为经济型客户、道德型客户、个性化客户和方便型客户，这是从（ ）角度对客户进行的分类。
 (A) 营销
 (B) 管理
 (C) 交易进展状况
 (D) 交易情况
- 66 .忠诚客户是对企业十分满意和信任，长期、重复地购买同一企业的产品或服务的客户。从其购买行为上看，具有（ ）四个特征。
 (A) 无序购买、重复购买、相关购买、推荐购买
 (B) 指向购买、重复购买、相关购买、推荐购买
 (C) 指向购买、间断购买、相关购买、推荐购买
 (D) 指向购买、重复购买、非相关购买、推荐购买
- 67 .客户识别的意义表现在对客户的保持和（ ）上。
 (A) 客户分类
 (B) 新客获取
 (C) 老客户维护
 (D) 节约成本
- 68 .客户识别在新客获取方面可以（ ）。
 (A) 区别对待客户
 (B) 节约成本
 (C) 提高客户反馈率
 (D) 提高客户忠诚
- 69 .（ ）更关注商品的质量和服务，愿意与供应商建立长期友好的合作关系，客户忠诚度高。

- (A) 大客户
 (B) 交易型客户
 (C) 潜在客户
 (D) 关系型客户
- 70 . 在识别有价值的客户时，不属于有价值的关系型客户的是（ ）。
 (A) 带来可观利润并且有可能成为最大利润来源的客户
 (B) 给公司带来最大利润的客户
 (C) 交易型客户
 (D) 现能够带来利润，但正在失去价值的客户
- 71 . 根据消费行为来定位只能适用于（ ），对于潜在客户，由于消费行为还没有开始，当然无从谈起。
 (A) 交易型客户
 (B) 关系型客户
 (C) 现有客户
 (D) 大客户
- 72 . 在客户关系管理里，可以根据不同的维度去细分客户群，可以根据客户的价值进行划分，可以根据客户与企业的关系划分，可以根据客户的状态划分，（ ）不属于根据客户的状态进行的分类。
 (A) 新客户
 (B) 忠诚客户
 (C) 流失客户
 (D) 中小商户
- 73 . 下面不属于“优质”客户特征的是（ ）。
 (A) 购买欲望强烈、购买力度大，有足够大的需求量来吸收企业提供的产品或服务。
 (B) 能够保证企业赢利，对价格的敏感度较低，回款及时，有良好的信誉。
 (C) 客户服务成本的相对比例值较高，不需要过多的额外服务成本。
 (D) 能够正确处理与企业的关系，忠诚度高，有良好的开发前景。
- 74 . RFM 模型是衡量客户价值和客户创利能力的重要工具，以下不属于 RFM 模型指标的是（ ）。
 (A) 消费时间间隔
 (B) 消费频率
 (C) 消费时机
 (D) 消费金额
- 75 . 对于企业来说，达到（ ）是基本任务，否则产品卖不出去，而获得（ ）是参与竞争取胜的保证。（ ）
 (A) 客户忠诚，客户满意
 (B) 客户价值，客户忠诚
 (C) 客户满意，客户价值
 (D) 客户满意，客户忠诚
- 76 . （ ）是客户价值最直观的体现，在不考虑其他因素的前提下，消费金额越高，客户价值越大。
 (A) 消费金额
 (B) 消费次数
 (C) 消费频率

- (D) 消费额度
- 77 会员顾客拓展是从寻找（ ）开始的，是一项复杂工作。
- (A) 现有顾客
(B) 流失顾客
(C) 潜在顾客
(D) 满意顾客
- 78 以下不是新零售企业常用的拓展顾客的途径的是（ ）。
- (A) 电话
(B) 直播
(C) 社群
(D) APP 广告
- 79 在顾客拓展的过程中，需要了解顾客的需求，其目的是（ ）。
- (A) 区分有效目标顾客
(B) 节省成本
(C) 开发新产品
(D) 推广新产品
- 80 （ ）是我们能找到有效目标顾客的关键。
- (A) 准确把握顾客需求
(B) 铺开寻找覆盖面
(C) 识别关系型顾客
(D) 识别交易型顾客
- 81 （ ）指顾客开发人员在某特定的范围内发掘出一批具有影响力和号召力的核心人物，并在这些核心人物的协助下，将该范围的个人和组织都变成准顾客的一种方法。
- (A) 中心开花法
(B) 连锁介绍法
(C) 地毯式寻找法
(D) 委托助手法
- 82 企业客户开发方式中，最具时效、最有针对性的一种方法是（ ）。
- (A) 广告方式
(B) 电话方式
(C) 网络方式
(D) 品牌开发
- 83 产品安全指产品在（ ）、储运、销售等过程中，保障人体健康和人身和财产安全免受伤害的能力。
- (A) 设计
(B) 生产
(C) 使用
(D) 购买
- 84 产品安全性的特点不包括（ ）。
- (A) 是产品固有的特性
(B) 关注的是损失
(C) 不同产品安全性要求相同
(D) 存在于产品整个生命周期内
- 85 在设计开发过程中，如何把产品的风险降低到（ ）以下，就需要将产品各环节的风

- 险进行识别、分析、评价，进而转化为产品的参数指标。
- (A) 顾客可接受风险水平
 - (B) 临界值
 - (C) 企业要求的风险水平
 - (D) 竞争对手的风险水平
- 86 产品安全性从顾客自身需要、国家标准法规要求等，转化为产品的参数指标及生产管理、技术上的要求、对各过程的风险分析、控制，进而变化成（ ），从而实现产品的“本质安全”。
- (A) 产品的使用寿命
 - (B) 产品的外观
 - (C) 产品的质量
 - (D) 产品中的性能参数
- 87 商品在流通过程中的商品安全主要由零售商负责，其表现不包括（ ）。
- (A) 在采购出售商品时确保商品自身的产品规格等级，所含成分与保质期等品质安全。
 - (B) 商品的销售包装，产品合格证明和其他标识。
 - (C) 销售缺陷产品
 - (D) 在销售环节注明或告知消费者准确的商品使用方法，避免使用不当造成的产品本身损坏或危及人身，财产安全。
- 88 物流部门确保商品安全的措施不包括（ ）。
- (A) 创造合理商品养护环境
 - (B) 冷藏车运输
 - (C) 送货上门
 - (D) 库存后进先出
- 89 以下不会引发零售环节商品安全问题的做法是（ ）。
- (A) 配送中心囤积大量商品
 - (B) 出厂包装不当
 - (C) 运输时间过长
 - (D) 出厂产品质量达标
- 90 生产厂商的生产环境较差、质量管理体系不健全、（ ）等都会导致商品质量达不到标准。
- (A) 原材料严格把关
 - (B) 生产设施良好
 - (C) 严格生产标准
 - (D) 生产人员卫生条件较差
- 91 零售环节的商品在品质、数量、重量、卫生安全以及包装运输等方面的准确可靠，还需做到物流环节的（ ）。
- (A) 运输路线合理
 - (B) 恰当的储存
 - (C) 商品检验和养护
 - (D) 成本节约
- 92 缺陷商品易在零售环节和（ ）发现，应加强这两个环节的商品质量检验，及时发现商品质量问题。
- (A) 物流环节
 - (B) 生产环节

- (C) 流通环节
(D) 消费环节
- 93 内部勾结、监守自盗，直接拿取货款，利用上下班时间直接拿取商品等是（ ）。
(A) 顾客盗窃
(B) 店员盗窃
(C) 供应商盗窃
(D) 外人盗窃
- 94 对贵重商品或小商品要（ ）销售。
(A) 设保险柜
(B) 设柜
(C) 密封
(D) 装盒
- 95 各种公共场所与基础性公共设施，为人们的正常生活与交往提供了基本的物质条件，为此我们应该（ ）。①自觉遵守公共场所秩序②自觉爱护公共设施③在公共场所里，跟着感觉走，按自己的想法干④遵守公共生活的准则
(A) ①②
(B) ①②④
(C) ①②③④
(D) ①④
- 96 美国某服装零售公司在中国大陆的首个旗舰店在上海南京路步行街开张，原因是（ ）。
(A) 公共交通便利
(B) 集聚效益好
(C) 基础设施齐全
(D) 居民购买能力强
- 97 下列属于公共设施的是（ ）
①公共汽车②公路③邮筒④路灯⑤出租车
(A) ①②③④⑤
(B) ①②④⑤
(C) ①②③④
(D) ①④⑤
- 98 下列哪个不属于居住区公共服务设施（ ）
(A) 公交车首末站
(B) 垃圾站
(C) 老年活动中心
(D) 文体活动广场
- 99 公共设施的作用有（ ）。①提供便利②保证安全③美化环境④满足精神需求⑤满足人们公共空间的选择
(A) ①②③④⑤
(B) ①②④⑤
(C) ①②③④
(D) ①④⑤
- 100 指示牌、导游图的作用是（ ）。
(A) 提供出行便利

- (B) 方便人们交流
(C) 提供休闲娱乐
(D) 美化环境
- 101 公共设施安全检查能发现隐患，以下哪些属于隐患（ ）。①监控视线死角②消防通道障碍物③责任意识不清晰④超负荷运行设备⑤随意停车
(A) ①②③④⑤
(B) ①②④⑤
(C) ①②③④
(D) ①④⑤
- 102 购物中心进行公共设施安全检查的目的有（ ）。①及时发现和纠正人的不安全行为②及时发现设施是否腐蚀、老化等③发现和弥补管理漏洞④及时发现并推广先进经验⑤例行公事检查
(A) ①②③④⑤
(B) ①②④⑤
(C) ①②③④
(D) ①④⑤
- 103 以下不属于公共设施安全检查范围的是（ ）。
(A) 地面拼花砖
(B) 外墙
(C) 排水管
(D) 货物
- 104 属于公共设施安全检查的范围的是（ ）。①走廊座椅②遮阳伞③饮水器④废物箱⑤指示牌
(A) ①②③④⑤
(B) ①②④⑤
(C) ①②③④
(D) ①④⑤
- 105 以下不符合停车场安全检查标准的是（ ）。
(A) 道杆灵活自如无损坏
(B) 车位画线色彩鲜明
(C) 消防栓无渗漏现象
(D) 禁停线较暗淡模糊
- 106 以下关于公共设施安全检查标准描述正确的是（ ）。①路面平滑②地砖有几块松动③停车场标志齐全规范④路牙有一块破损⑤台阶完好
(A) ①②③④⑤
(B) ①③⑤
(C) ①②③④
(D) ①④⑤
- 107 狭义的现金指库存现金，是可由企业任意支配使用的纸币、硬币、（ ）。
(A) 微信余额
(B) 股票
(C) 定期存单
(D) 基金
- 108 属于现金的特征的是（ ）。①交易的媒介②衡量价值的尺度③通用性④流动性

- (A) ①②③④
(B) ①②④
(C) ①②③
(D) ①④
- 109 以下案例中现金的功能分别是（ ）。张三早上起床，洗漱完毕后出门上班。张三出门后先到附近的包子铺买了两个肉包子，肉包子的价格是 2 元/个（ ），张三从口袋掏出 5 元纸币递给包子铺老板（ ），包子铺老板回找了张三 1 元纸币（ ），这天下班后，张三拿着手中的 7000 元现金，在 AMT 机器上存到的银行账户（ ）。①商品计价功能②交易支付功能③交易支付功能④记账功能⑤价值储藏功能
- (A) ①②③④⑤
(B) ①②④⑤
(C) ①②③⑤
(D) ①④⑤
- 110 对企业而言，现金有三大作用，其中不包括的是（ ）。
(A) 支付作用
(B) 预防作用
(C) 投资作用
(D) 对比作用
- 111 以下不能控制零售企业现金管理漏洞的是（ ）。
(A) 收银员独立管理备用金
(B) 同一个人收账和对账
(C) 严格收款程序
(D) 定期更换现金保管库密码
- 112 顾客信用卡刷不出时可以（ ），或指点顾客到附近的银行提款。
(A) 不收银
(B) 不卖商品
(C) 检查 POS 机是否有问题
(D) 指责顾客
- 113 对于当日不能存入银行的现金，应由店长进行清点、登记，并由当班收银员进行监督，一并存入（ ）。
(A) 收银机
(B) 办公桌抽屉
(C) 保险柜
(D) 店长银行卡
- 114 以下关于现金的管理规范正确的是（ ）。①店长负责备用金领用和使用管理②门店人员可以向未购买商品的顾客更换零钞③当门店停电时，收银员不得独自操作④店长清点完毕后，第一时间将营业款存放于保险柜中⑤收银员收银前，检查钱箱是否有遗漏钱币
- (A) ①③④⑤
(B) ①②④⑤
(C) ①②③④
(D) ①④⑤
- 115 企业备用金的使用方法是（ ）。
(A) 先领后用，用后报销

- (B) 先用后报销
(C) 用时再申请
(D) 先记账再使用
- 116 备用金指企业预付给企业内部各部门或个人的用于（ ）的款项。
(A) 差旅费
(B) 工资
(C) 业绩奖励
(D) 日常零星开支
- 117 备用金的用途有（ ）。
(A) 门店找零备用
(B) 门店任意使用
(C) 门店促销费用
(D) 门店发生设备维修费
- 118 备用金的用途是：（ ）。
(A) 用于退还顾客多交的购物款
(B) 预付工作餐采购款
(C) 购买前台文具
(D) 采购货款到账前预先支付的现金
- 119 业务人员根据单位规定，可以持有 200 元的备用金乘坐出租车。到钱用的差不多时，业务人员可以将发票报销。如果报了 186 元，出纳就再将 186 元的现金补足给业务人员。这属于备用金的（ ）管理方式。
(A) 非定额管理
(B) 定额管理
(C) 专人管理
(D) 预算管理
- 120 实行备用金制定，有利于（ ）。
(A) 节约成本
(B) 积极灵活开展业务，提高工作效率
(C) 调动员工积极性
(D) 促进销售业绩提高
- 121 下列关于备用金的管理说法错误的是（ ）。
(A) 经管人员需妥善保存支付备用金的收据及报销凭证
(B) 借用备用金的人员需及时清账报销
(C) 可以暂时挪用备用金，只要日后补齐就可以
(D) 备用金不得转借他人
- 122 备用金的管理不论采用何种办法，都应严格备用金的预借、（ ）和报销的手续制度。
(A) 领用
(B) 使用
(C) 保管
(D) 清账

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 . 数据是一种可以被识别的记载客观事物性质、状态、相互关系等的物理符号或者物理符号组合。（ ）
- 2 . 在互联网行业快速发展的今天,数据采集已经被广泛应用于互联网及分布式领域。（ ）
- 3 . 数据采集在技术执行、团队内部成员协同以及数据分析需求和目标实现方面都要求高效性。（ ）
- 4 . 数据采集时面对不同的网站我们只有选择更加合适采集工具组合才能使采集结果更加有效。（ ）
- 5 . 5W2H 分析法也称为五问分析法,通过主动建立问题,找到解决问题的线索,针对性地分析线索,最终得出结论。（ ）
- 6 . 存储介质越贵越好、越先进越好。（ ）
- 7 . “删除”键与“清除”键的区别在于删除光标前一个字符。（ ）
- 8 . 显示器、小票打印机、键盘和条形码电子秤都属于 POS 终端收银机的基本构成。（ ）
- 9 . 条形码的扫描设备分为 CCD 扫描器和激光扫描器。（ ）
- 10 . 商品扫描的方法包括机器扫描和人工扫描两种。（ ）
- 11 . 收银员把所有商品都扫描完后再进行消磁。（ ）
- 12 . 商品条码是由一组按照一定的编码规则排放的条、空及对应数字代码组成的图形标识符,表示一定商品信息。（ ）
- 13 . 收银不仅是商业交易完成的最后标志,也是商家门店采集顾客信息的重要工作。（ ）
- 14 . 客户地域分析是从空间角度分析客户的来源,如客户来自于哪个国家。（ ）
- 15 . 企业通过客户行为的分析可以了解到客户真正需求,改善客户与企业之间的关系。（ ）
- 16 . 客户数据的来源主要包括内部经营过程产生和电子邮件。（ ）
- 17 . 顾客信息数据库是为了所收集的客户数据资料能有助于门店今后实现利润、服务销售、维持客户关系等营销目标,而建立的关于个人或预期客户的综合性信息的集合。（ ）
- 18 . 不定期不定量采购不适用于紧急订货。（ ）
- 19 . 用户进入系统不可以修改密码,所以需要做好密码保护,以防泄密。（ ）
- 20 . 采集器盘点时候按架位号、商品种类盘,盘完之后可以手工计算盘亏盘赢表。（ ）
- 21 . 随着传统商超门店数量增多,物流中心需要越来越大的仓库面积,新型供应链结构中不再是通过大量囤积库存来满足门店订单。（ ）

- 22 .有了大数据及算法的能力积累，可以进行科学合理的供应链规划，平衡产能，减少库存，缩短平均运输距离。（ ）
- 23 .企业实现数字化业务体验的关键是要完成企业各个要素之间的数字化打通与连接。（ ）
- 24 .把活动现场接入互联网，使得现场随着事件的发生、发展进程同时制作和播出节目的播出方式称为电视播放。（ ）
- 25 .货位的选择必须遵循“安全、优质、方便、多储、低耗”的原则。（ ）
- 26 .ToC 直播平台能为用户创造价值，主要面向企业或者产业大会、沙龙活动这类商务会议的直播。（ ）
- 27 .微信订阅号适用于个人、企业、组织，每天可以群发一条消息。（ ）
- 28 .微信公众平台的投票主题、问题项、选项长度以 20 个字以内为佳。（ ）
- 29 .对数据进行采集时要客观对待取关人数，只有当取消关注人数超过警戒线，运营人员才需要引起重视。（ ）
- 30 .微信小程序是一个很重要的营销工具，利用好微信小程序，也能给企业带来更多引流和盈利的可能。（ ）
- 31 .每日签到后给积分活动的目的在于让客户每日都登陆微信小程序，这也可以让客户见到近期店家都是有哪些的主题活动。（ ）
- 32 .排队系统只能实现单台取号机取号。（ ）
- 33 .排队系统除了满足排队取号需求之外，还可以实现业务分流，VIP 重点客户办理、短信通知等功能。（ ）
- 34 .定位系统无需施工布线，粘贴无线定位器即可使用。（ ）
- 35 .定位餐牌自动定位，识别所在餐桌，并无线传输定位信息给定位系统主机。如果客人换桌，多人拼桌，不会自动定位更新。（ ）
- 36 .自助收银机实现快速结账，减少消费者排队时间，在购物高峰期，可减轻人工收银压力。（ ）
- 37 .自主结算系统全程可无人值守，真正实现门店的顾客自助结算。（ ）

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 .对于仓储数据分析的意义，下列说法不正确的是（ ）。
- (A) 判断供应商是否存在变动、是否稳定和具有竞争力
- (B) 判断库存产品结构是否完整、是否符合市场需求
- (C) 判断库存产品结构是否完整、是否符合市场需求
- (D) 判断库存是否处于健康水平、是否存在经济损失的风险
- 2 .在日常数据分析工作中，不可用于数据可视化的展示工具有（ ）。
- (A) Word
- (B) Excel
- (C) PPT
- (D) Xmind
- 3 .数据采集的数据类型有（ ）。
- (A) 图像类
- (B) 文本类
- (C) 语音视频类
- (D) 其他选项都正确

- 4 . 数据采集是利用一种装置，从系统外部采集数据并输入到系统内部的一个接口，能作为数据采集工具的是（ ）。
- (A) 摄像头
(B) 麦克风
(C) 八爪鱼采集器
(D) 其他选项都正确
- 5 . “查看 app 的使用情况”这一行为，我们需要采集用户使用的 app 的哪些功能、点击频率、使用时常、打的 app 的时间间隔等多个属性。才能使采集的结果满足我们的数据分析。这属于数据采集的（ ）特点。
- (A) 多维性
(B) 全面性
(C) 高效性
(D) 综合性
- 6 . 数据采集的特点有（ ）。
- (A) 多维性
(B) 全面性
(C) 高效性
(D) 其他选项都正确
- 7 . 数据采集时数据的存储方式根据（ ）来确定。
- (A) 数据类型
(B) 采集范围
(C) 采集量大小
(D) 采集工具
- 8 . 数据采集的步骤是（ ）。①明确数据需求②调研数据来源③确定采集工具、软件、代码④确定存储方式⑤实施采集
- (A) ①②③④⑤
(B) ①②④⑤
(C) ①②③④
(D) ①④⑤
- 9 . 以下属于常用的数据采集工具的是（ ）。
- (A) 生意参谋
(B) SPSS
(C) 京东商智
(D) 店侦探
- 10 . 以下（ ）问题不适用 5W2H 模型进行分析。
- (A) 用户行为分析
(B) 业务问题专题分析
(C) 营销活动效果分析
(D) 产品成长周期分析
- 11 . 尽管数据的自身价值不同，其所处的生命周期的阶段也不一样，对存储介质的要求不同，但选择存储介质的一般原则有（ ）。①介质的耐久性②容量恰当③低费用④广泛的可接受性
- (A) ①②③④
(B) ①②④

- (C) ①②③
(D) ①④
- 12 . 数据存储的基本方法有()。①顺序存储法②链接存储法③索引存储法④散列存储法
(A) ①②③
(B) ①②④
(C) ①②③④
(D) ①④
- 13 . POS 机钱箱中用来存放纸币的是()。
(A) 票夹
(B) 扎条
(C) 钱包
(D) 钱槽
- 14 . 收银机的主要输入设备是()。
(A) 显示器
(B) 打印机
(C) 主机
(D) 键盘
- 15 . 当收银机屏幕显示“打印机未准备好”时，首先检查()。
(A) 打印机是否已上好纸
(B) 数据线是否连接
(C) 打印机电源开关
(D) 打印机与主机是否连接
- 16 . 收银机可以放在()环境中。
(A) 常温
(B) 潮湿
(C) 酸性气体
(D) 振动频繁
- 17 . 下列说法正确的有()。
(A) 收银空闲时间里，不要随意打开钱箱点钞。
(B) 收银台上除茶水外，收银员可以放置其他任何私人物品。
(C) 不启用的收银通道时不必用链条拦着。
(D) 收银员在营业期间可以看报与谈笑
- 18 . 有关收银机打印机维护的说法不正确是()。
(A) 当打印机突然停止打印，检查是否按错了“不出票”键。
(B) 打印机面架不能承受过大的压力。
(C) 因打印机的旋钮杆很小，应小心旋转。
(D) 打印机的打印厚薄间隔不必调好
- 19 . 扫描商品时扫描的是()。
(A) 商品名称
(B) 商品标志
(C) 商品条码的数字
(D) 商品条码的条、空
- 20 . () 不属于商品扫描的原则。

- (A) 快速原则
 (B) 安全原则
 (C) 无多原则
 (D) 无漏原则
- 21 . 商品消磁的方法除了人工消磁还有（ ）。
- (A) 机器消磁
 (B) 安全消磁
 (C) 快速消磁
 (D) 无多消磁
- 22 . 以下（ ）不属于消磁例外的程序。
- (A) 第一时间处理
 (B) 直接回收
 (C) 向顾客致歉
 (D) 记住例外商品
- 23 . 商品条码“6920927181221”中“制造商代码”是（ ）。
- (A) 1
 (B) 690
 (C) 18122
 (D) 0927
- 24 . 商品条码“6928899488690”中“48869”是（ ）。
- (A) 商品代码
 (B) 前缀码
 (C) 校验码
 (D) 制造商代码
- 25 . 收银员在向出纳交支票时，应填（ ）。
- (A) 支票交款单
 (B) 支票进账单
 (C) 现金交款单
 (D) 收据
- 26 . 收银数据分析最基本的统计分析方法是定性描述和（ ）。
- (A) 定点统计
 (B) 定量统计
 (C) 定价统计
 (D) 其他选项都正确
- 27 . 以下数据指标中，属于客户粘性指标的是（ ）。
- (A) 访问频率
 (B) 平均停留时长
 (C) 客单价
 (D) 平均访问深度
- 28 . （ ）不是影响客户忠诚度的主要因素。
- (A) 客户满意度
 (B) 客户贡献度
 (C) 客户信誉度
 (D) 客户依存度

- 29 . 客户体验管理的内容不包括（ ）。
- (A) 产品、价格
 - (B) 关系、便利性
 - (C) 服务、品牌形象
 - (D) 成本
- 30 . 以下关于客户访问时间分析描述不正确的是（ ）
- (A) 帮助企业了解客户访问时间规律
 - (B) 以时间维度和空间维度进行客户分析
 - (C) 有助于合理规划不同时间段的推广计划
 - (D) 有助于合理规划不同时间段的推广计划
- 31 . 由于数据仓库的访问和查询往往能够通过工具来提供，因此数据仓库的功能取决于（ ）。
- (A) 系统的规划和设计
 - (B) 客户数据的收集
 - (C) 营销设计和规划
 - (D) 数据处理的硬件和软件调价
- 32 . 数据挖掘是 CRM 中的（ ），透过数据挖掘，能有效地提供行销、销售和服务的决策支持，让工作人员得到充分的信息而展开行动，并于适当的时间和地点给客户适当的产品及服务。
- (A) 先导性阶段
 - (B) 关键性阶段
 - (C) 总结性阶段
 - (D) 基础性阶段
- 33 . 深入策划客户数据库的组成部分，应保留一定的（ ），以满足未来变化的需求。
- (A) 基础数据
 - (B) 具体数据
 - (C) 弹性
 - (D) 抽象数据
- 34 . （ ）通过使用一个包含主题的事实表和多个包含事实的非正规化描述的维度表来执行典型的决策支持查询。
- (A) 聚合模式
 - (B) 决策支持模式
 - (C) 雪花模式
 - (D) 星型模式
- 35 . （ ）适用于品种数量少，平均占用资金大，需要重点管理的商品。
- (A) 定期定量
 - (B) 定期不定量
 - (C) 定量不定期
 - (D) 不定期不定量
- 36 . （ ）适用于品种数量大，平均占用资金小，需要一般管理的商品。
- (A) 定期定量
 - (B) 定期不定量
 - (C) 定量不定期
 - (D) 不定期不定量

- 37 . () 不是订货系统的功能。
- (A) 异地订货
 - (B) 实时方便
 - (C) 增加销量
 - (D) 便捷查询
- 38 . 以下 () 不是订货系统的作业流程。
- (A) 进入商品列表
 - (B) 选择商品
 - (C) 预测销量
 - (D) 提交订单
- 39 . 以下 () 不属于盘点机的特点。
- (A) 体积小
 - (B) 重量重
 - (C) 高性能
 - (D) 机动性强
- 40 . 使用盘点机盘点，先把商品信息通过 () 格式倒入采集器中。
- (A) EXCEL
 - (B) DBF
 - (C) TXT
 - (D) 其他选项都正确
- 41 . 门店销售模型项测、库存预测、采购预测，以 () 为颗粒度进行未来销量预测。
- (A) KPI
 - (B) SKU
 - (C) CPU
 - (D) SKI
- 42 . 新型供应链结构中最大的特征就是不断加大 () 。
- (A) 门店囤货
 - (B) 仓库面积
 - (C) 库存
 - (D) 物流越库作业比例
- 43 . 供应链补货是通过 () 决策达到仓库中需求和供给的平衡。
- (A) 供应时间
 - (B) 供应周期
 - (C) 供应数量
 - (D) 其他选项都正确
- 44 . 智能补货的前提是 ()
- (A) 费用预测
 - (B) 天气预测
 - (C) 数据收集
 - (D) 销量预估
- 45 . 数字化运营对实体门店的人、货、财和 () 进行分析。
- (A) 场
 - (B) 质

- (C) 存
(D) 量
- 46 . 5G、云和 AI 等技术的碰撞和融合将为社会带来数字（ ）效益。
(A) 溢出
(B) 叠加
(C) 压缩
(D) 孪生
- 47 . （ ）属于垂直社交平台的代表。
(A) 大众点评
(B) 开心网
(C) 人人网
(D) 微博
- 48 . 自媒体运营的核心是（ ）。
(A) 内容
(B) 展示量
(C) 流量
(D) 浏览量
- 49 . （ ）直播平台能为用户创造价值，主要面向企业或者产业大会、沙龙活动这类商务会议的直播。
(A) TOC
(B) TOB
(C) TOG
(D) TOP
- 50 . （ ）不是微信平台的基本功能。
(A) 广告功能
(B) 社交功能
(C) 信息媒介
(D) 电商平台
- 51 . 为了提升粉丝填写比例，增强问卷调研的有效性，策划人员可以利用（ ）方式鼓励用户参与。
(A) 红包
(B) 积分
(C) 礼物
(D) 其他选项都正确
- 52 . 粉丝依赖度是指（ ）。
(A) 受欢迎度×互动频率×粉丝评价
(B) 粉丝数×功能受欢迎度
(C) 粉丝数×粉丝评价
(D) 推广力度×互动频率×粉丝评价
- 53 . 服务号的消息显示次数为（ ）。
(A) 最多 200 条/分钟
(B) 最多一条/天
(C) 最多四条/月
(D) 最多八条/月

- 54 . 以下（ ）不属于微信公众平台的常规分类。
- (A) 微信订阅号
 - (B) 微信服务号
 - (C) 企业微信
 - (D) 智慧生活类
- 55 . （ ）不符合企业微信公众号的品牌策略。
- (A) 适应性
 - (B) 系列化
 - (C) 单一化
 - (D) 视觉化
- 56 . （ ）属于微信公众号的推送策略。
- (A) 推送文章
 - (B) 推送视频
 - (C) 推送时间
 - (D) 推送图片
- 57 . （ ）属于阅读量的的观测指标。
- (A) 点赞数
 - (B) 公众号会话打开人数
 - (C) 留言数
 - (D) 菜单点击数
- 58 . （ ）不属于用户增长数据的观测指标。
- (A) 用户新增
 - (B) 取关
 - (C) 留言数
 - (D) 名片分享
- 59 . 以下属于小程序的功能是（ ）。
- (A) 预定
 - (B) 商品购买
 - (C) 信息查询
 - (D) 其他选项都正确
- 60 . 以下不属于小程序特点的是（ ）。
- (A) 灵活性差
 - (B) 轻应用
 - (C) 推广迅速
 - (D) 服务性强
- 61 . 以下（ ）不符合微信小程序设计要求。
- (A) 多个平行操作
 - (B) 突出重点
 - (C) 清晰明确
 - (D) 反馈及时
- 62 . 以下（ ）不符合模版开发的小程序特点。
- (A) 成本低
 - (B) 不能二次开发

- (C) 功能有限
(D) 成本高
- 63 . () 不属于排队系统的组成部分。
(A) 取号器
(B) 呼叫器
(C) 显示屏
(D) 收银机
- 64 . () 不是排队系统的特征。
(A) 易管理性
(B) 实时监控
(C) 支持多网络
(D) 低安全性
- 65 . 排队系统支持网上预约和 () 两种方式。
(A) 现场取号
(B) 电话预约
(C) 邮件预约
(D) 传真预约
- 66 . 排队系统可以发布 () 。
(A) 视频
(B) 图片
(C) 文字
(D) 其他选项都正确
- 67 . () 用来定位感应顾客的位置。
(A) 显示终端
(B) 定位器
(C) 显示器
(D) 键盘
- 68 . 室内无线定位系统主要采用 () 短距离无线技术。
(A) 红外
(B) Wi-Fi
(C) 蓝牙
(D) 其他选项都正确
- 69 . 以下 () 不属于定位系统的使用流程。
(A) 点餐支付
(B) 发表评价
(C) 定位送餐
(D) 回收餐牌
- 70 . 上餐完毕后，收回定位餐牌，屏幕上的定位信息会 () 。
(A) 继续保留
(B) 不停更新
(C) 自动消失
(D) 手动取消
- 71 . 自助收银机采用嵌入 () ，配备条码识别、采集、数据传输特性系统对接后台购物和移动支付，操作流程无需收银员 () 加盖私章订正。

- (A) 商品暂放箱
 - (B) 条码扫描器
 - (C) 称重台
 - (D) 触摸屏
- 72 . 自助结算系统可接受的付款方式（ ）。
- (A) 二维码支付
 - (B) 现金
 - (C) 信用卡
 - (D) 其他选项都正确
- 73 . 只需将（ ）对准收银机扫码窗口，在屏幕上就会立即显示商品的名称、单价、数量还有总价等商品信息。
- (A) 商品条码
 - (B) 商品价格
 - (C) 商品说明
 - (D) 商品保质期
- 74 . 只需将商品条码对准收银机扫码窗口，在屏幕上就会立即显示商品的（ ）信息。
- (A) 名称
 - (B) 单价
 - (C) 数量
 - (D) 其他选项都正确

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 . 人原配置的基本原理是员工有用原理、能位对应原理、互补增值原理、动态适应原理。（ ）
- 2 . 员工招聘的程序是人力需求诊断，制定招聘计划，招聘信息发布，招聘实施。（ ）
- 3 . 职位规划时 6W1H 基本概括了工作分析所要收集的信息内容。（ ）
- 4 . 岗位配置就是在职位结构上每个岗位的人力编制。（ ）
- 5 . 人力需求预测由于受各种因素的影响，还不能作为人力招募参考及人力调度的依据。（ ）
- 6 . 情景面试在员工招聘中的适用面广，费用较低，可以大规模的运用。（ ）
- 7 . 新员工入职不需要准备社保卡、住房公积金卡。（ ）
- 8 . 为了规范员工管理，提高工作效率，人事部门制定新员工入职报到手续办理流程。（ ）
- 9 . 入职就属于正常上班了，这时候已经开始计算工资了。（ ）
- 10 . 转正评估可以为员工提供一次重新认识自己及工作的机会，帮助员工自我提高。（ ）
- 11 . 新进人员培训的形式就是课堂讲授，费用低、效果好。（ ）
- 12 . “扶上马还要送一程”，讲的就是工作指导 4 步法中的工作传授。（ ）
- 13 . 工作指导的方式可分为职前培训、在职培训、脱产学习、自我开发。（ ）
- 14 . 各岗位的岗位责任制和排班、排岗以及原料的订货、盘点、质量检查、安全生产等，这些都是岗位基本知识的工作指导内容。（ ）
- 15 . 课堂教授法适合学员人数少，利用各种媒体辅助的集中上课法，师资质量对教育效果影响很大。（ ）
- 16 . 现场教导的步骤是讲授、示范、实操、检查。（ ）
- 17 . 排班制度能合理分配人力资源激发工作热情，为客户提供优质的服务。（ ）
- 18 . 通过合理的排班，可以让员工有足够的时间休息、学习等，降低离职率。（ ）
- 19 . 人员排班时，无需考虑员工的独特性及个别性需要。（ ）
- 20 . 门店的销售计划和预算对人员排班没有影响。（ ）
- 21 . 直接工时是指不因小时营业额及直接从事产品的准备、制作、包装及传递给顾客的工时，如开门打烊、清洁卫生、开会工时等。（ ）
- 22 . 绩效管理是一套正式的、结构化的制度。（ ）

- 23 . 绩效管理的员工测评功能为调节劳动关系提供技术支持。（ ）
- 24 . 客户满意度指标是常见绩效考评指标的能力考评指标。（ ）
- 25 . 能力考核指标中能力作为绩效的投入是产生高水平业绩的基础，体现了员工业绩达到某种水平的可能性，也是绩效的重要组成部分。（ ）
- 26 . 对工作态度的考评可以是过程考评也可以是结果考评。（ ）
- 27 . 绩效评估的方法有品质主导型，行为主导型，结果主导型，综合型。（ ）
- 28 . 绩效考评标准的描述时常见量词式、等级式、数量式、定义式这 4 种考评标准。（ ）

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 . 人与事的不适应是绝对的，适应是相对的，从不适应到适应是动态的，这是人员配置的（ ）。
- (A) 员工有用原理
(B) 能位对应原理
(C) 互补增值原理
(D) 动态适应原理
- 2 . 通过个体之间取长补短而形成整体优势，实现组织目标最优化是组织人力资源增值，这是人员配置的（ ）。
- (A) 员工有用原理
(B) 能位对应原理
(C) 互补增值原理
(D) 动态适应原理
- 3 . 确定招聘小组人员属于员工招聘程序中的（ ）。
- (A) 人力需求诊断
(B) 制定招聘计划
(C) 招聘信息发布
(D) 招聘实施
- 4 . 员工内部招聘可以通过（ ）、内部办公网络或者张贴通知进行发布。
- (A) 借助招聘信息发布
(B) 委托各种劳动就业机构
(C) 会议
(D) 校园宣讲
- 5 . （ ）是人力资源管理的基础文件，是人力资源管理各项工作的基本依据。
- (A) 职位说明书
(B) 员工编制
(C) 考核标准
(D) 绩效管理
- 6 . （ ）是指对企业内部现有的工作进行分析，将职务类似的工作职位归类到相同的类别。
- (A) 职位
(B) 职系
(C) 职类
(D) 职级
- 7 . （ ）是公司确定和持续追踪关键岗位的高潜能人才，并对这些高潜能人才进行开发，

- 以作为企业中某特定岗位的后备人才。
- (A) 人员晋升
 - (B) 人员淘汰
 - (C) 人员轮换
 - (D) 人员储备
- 8 . () 是将员工指派到特定职位上去的一种方式。它是企业中人员职务或职位的一种提升性的改变。
- (A) 人员晋升
 - (B) 人员淘汰
 - (C) 人员轮换
 - (D) 人员储备
- 9 . 影响人力资源需求的内部因素有企业目标的变化、()、形势的变化，企业最高领导层的理念等。
- (A) 劳动力市场的变化
 - (B) 政府相关政策变化
 - (C) 行业发展状况变化
 - (D) 员工素质的变化
- 10 . 人才的年龄结构、素质结构及退休的多少等() 都直接影响企业对人才的需求量。
- (A) 企业外部环境因素
 - (B) 企业内部因素
 - (C) 人才自身因素
 - (D) 劳动力身体因素
- 11 . () 就是面试官按照事先制定好的面试提纲上的问题一一发问，并按照标准格式记下应聘者的回答和对他的评价。
- (A) 笔试
 - (B) 结构化面试
 - (C) 非结构化面试
 - (D) 情景面试
- 12 . 没有固定的面谈程序，面试官可以针对应试者的特点进行有区别的提问，这种面试形式叫()。
- (A) 笔试
 - (B) 结构化面试
 - (C) 非结构化面试
 - (D) 情景面试
- 13 . 新员工入职需要交() 以上医院入职体检表 1 份。
- (A) 私人诊所
 - (B) 街道医院
 - (C) 区级医院
 - (D) 市级医院
- 14 . 离职证明要填写离职者姓名、()、证明开具日期、开具日期处加盖公章。
- (A) 单位名称
 - (B) 曾任职务
 - (C) 在职时间
 - (D) 其他选项都正确

- 15 . 《劳动合同法》第十九条劳动合同期限一年以上不满三年的，试用期不得超过（ ）个月。
- (A) 1
 - (B) 2
 - (C) 3
 - (D) 4
- 16 . 已建立劳动关系，未同时订立书面劳动合同的，应当自用工之日起（ ）个月内订立书面劳动合同。
- (A) 1
 - (B) 2
 - (C) 3
 - (D) 4
- 17 . 从事营销工作的新进人员薪资适用（ ）。
- (A) 年薪制
 - (B) 提成工资制
 - (C) 结构工资制
 - (D) 固定工资制
- 18 . 新员工的行为准则要做到办公时间（ ），不从事与本岗位无关的活动。
- (A) 吃零食
 - (B) 睡觉
 - (C) 禁烟
 - (D) 干私活
- 19 . 一般员工的转正由（ ）发放《新员工试用期满考核表》。
- (A) 人事部门
 - (B) 销售部门
 - (C) 生产部门
 - (D) 工作部门
- 20 . 对存在的问题分析透彻，重点把握准确，有效开展工作，这是对新入职员工转正评估的（ ）评估。
- (A) 文化认同
 - (B) 影响能力
 - (C) 团队建设
 - (D) 分析能力
- 21 . 让新员工知道企业的价值观、反对什么、鼓励什么、追求什么，这是新进人员的（ ）培训。
- (A) 规章制度
 - (B) 企业文化
 - (C) 组织结构
 - (D) 业务技能
- 22 . 使新员工们了解和熟悉各个部门的职能，以便在今后工作中能准确地与各个有关部门进行联系，这是新进人员的（ ）培训。
- (A) 规章制度
 - (B) 企业文化
 - (C) 组织结构

- (D) 业务技能
- 23 . 上级了解直接下属掌握工作进度，员工了解自己，了解上司对自己的看法，这是（ ）的作用。
- (A) 工作指导
(B) 现场指导
(C) 工作交谈
(D) 现场交谈
- 24 . 了解员工的基本情况、性格特点、兴趣爱好、基本能力，这是工作指导 4 步法的（ ）。
- (A) 教导准备
(B) 工作传授
(C) 试做指导
(D) 检验跟踪
- 25 . （ ）是员工暂时脱离工作岗位到学校或者其他机构参加为期较长的培训。
- (A) 职前培训
(B) 在职培训
(C) 脱产学习
(D) 自我开发
- 26 . （ ）是鼓励员工利用业余时间进行自我学习与提高。
- (A) 职前培训
(B) 在职培训
(C) 脱产学习
(D) 自我开发
- 27 . 了解系统的主要功能件和主要的查询功能运用，处理系统的各种报告和相关程序，这是（ ）工作指导。
- (A) 安全
(B) 管理艺术
(C) 岗位基本知识
(D) 电脑系统基本知识
- 28 . 了解管理者的角色与功能，进行有效的沟通，进行员工评估，建立良好的团队，开展批评与表扬，这是（ ）工作指导。
- (A) 安全
(B) 管理艺术
(C) 岗位基本知识
(D) 电脑系统基本知识
- 29 . 用模拟器模拟与现场相同的条件、状态、让参加者体验这些条件，练习在实际条件下运用学到的知识，这种工作指导形式是（ ）。
- (A) 课堂教授
(B) 角色扮演
(C) 模拟训练法
(D) 行为示范法
- 30 . 通过表演者的示范，使其他参加者看到事态发展的多种可能的倾向，并根据各种倾向考虑对策，这种工作指导形式是（ ）。
- (A) 课堂教授

- (B) 角色扮演
(C) 模拟训练法
(D) 行为示范法
- 31 . 现场教导可以分为 4 个步骤，（ ）是指请他实际操作。
(A) 讲授
(B) 示范
(C) 实操
(D) 检查
- 32 . 现场教导可以分为 4 个步骤，（ ）是指修正错误之处并给予回馈。
(A) 讲授
(B) 示范
(C) 实操
(D) 检查
- 33 . 国家实行劳动者平均每周工作时间不超过（ ）小时的工时制度。
(A) 40
(B) 42
(C) 44
(D) 46
- 34 . 用人单位由于生产经营需要，因特殊原因需要延长工作时间的，在保障劳动者身体健康的条件下，延长工作时间每月不得超过（ ）小时。
(A) 34
(B) 36
(C) 38
(D) 40
- 35 . 进行合理的员工排班作用有（ ）。①保证门店正常营运②减少门店人工成本③提高员工的生产力④保证员工身心健康⑤让顾客满意
(A) ①②③④⑤
(B) ①②④⑤
(C) ①②③④
(D) ①④⑤
- 36 . 以下关于员工排班的作用说法错误的是（ ）。
(A) 将合适的员工在适当的时候放置在适当的岗位，使员工的职业专才得以发挥，提升员工满足感
(B) 确保足够的人员提供优质的顾客服务
(C) 有效控制人工成本
(D) 让员工尽量多上班，人尽其才
- 37 . 员工排班应采取原则，对所有员工。（ ）
(A) 公平，区别对待
(B) 个性化原则，独立看待
(C) 公平，一视同仁
(D) 个性化原则，一视同仁
- 38 . 员工排班应保证员工早晚班次的合理轮换，并保持排班有一定的（ ），以应对特殊情况的调整。
(A) 合理性

- (B) 弹性和机动性
(C) 公平性
(D) 最小投入产出性
- 39 . 人员排班参考的依据是()。①前三周每天营业额②季节改变③节假日④商场或门店的活动⑤人员的效率
(A) ①②③④⑤
(B) ①②④⑤
(C) ①②③④
(D) ①④⑤
- 40 . 人员排班前, 不需要了解的是()。
(A) 目前的班次情况
(B) 员工的素质、工作能力与经验
(C) 员工收入
(D) 员工请假、休假申请情况
- 41 . 因创造小时营业额, 直接参与产品的制作、包装及传递给顾客的工时, 如生产产品、提供服务所发生的工时是()。
(A) 基本工时
(B) 超额工时
(C) 直接工时
(D) 间接工时
- 42 . 通过计算门店员工的平均工作效率, 就可以与预估营业额进行对比, 通过换算, 就可以得出完成任务所需()。
(A) 人员数量
(B) 工时
(C) 时间
(D) 班次
- 43 . 绩效管理覆盖所有人员和所有活动过程是指它的()
(A) 特点
(B) 基础
(C) 目的
(D) 范围
- 44 . 绩效管理的目标不断改善组织氛围, ()。
(A) 优化作业环境
(B) 持续激励员工
(C) 提高组织效率
(D) 其他选项都正确
- 45 . 绩效管理对员工层面的功能是激励功能, 规范功能, (), 控制功能, 沟通功能。
(A) 诊断功能
(B) 人力资源规划
(C) 发展功能
(D) 员工测评
- 46 . 绩效管理对 HRM 其他环节的功能是(), 员工测评, 劳动关系。
(A) 诊断功能
(B) 人力资源规划

- (C) 发展功能
(D) 员工测评
- 47 . () 指绩效成果内在的、质的数字化标准。
(A) 数字指标
(B) 质量指标
(C) 工作效率指标
(D) 成本费用指标
- 48 . () 反映了实现直接绩效成果的代价。
(A) 数字指标
(B) 质量指标
(C) 工作效率指标
(D) 成本费用指标
- 49 . 能力考核指标中能将某一工作中有卓越成就者与表现平平者区分开来的个人潜在特征的是 () 。
(A) 任职资格
(B) 胜任特征
(C) 潜在能力
(D) 满意程度
- 50 . 能力考核指标中为了保证工作目标的实现，任职者必须具备完成岗位工作所需要最低要求的是 () 。
(A) 任职资格
(B) 胜任特征
(C) 潜在能力
(D) 满意程度
- 51 . 对工作的态度评价主要考核项目有员工对工作的积极性，主动性， () ，责任感等。
(A) 开拓能力
(B) 判断能力
(C) 工作热情
(D) 协调沟通力
- 52 . 积极学习工作上所需要的知识这是对工作态度考核指标 () 的考核要求。
(A) 开拓能力
(B) 积极性
(C) 工作热情
(D) 协调沟通力
- 53 . () 采用行为性效标以被考评者的工作行为为主，重点考量员工的工作方式和工作行为。
(A) 品质主导型
(B) 行为主导型
(C) 结果主导型
(D) 综合型
- 54 . () 采用结果性效标以被考评者工作效果为主，着眼于员工干出了什么。
(A) 品质主导型
(B) 行为主导型
(C) 结果主导型

- (D) 综合型
- 55 . 绩效考评描述时用具有量化意义的数字表示不同的等级水平的是（ ）的考评标准。
- (A) 量词式
 - (B) 等级式
 - (C) 数量式
 - (D) 定义式
- 56 . 绩效考评描述时一些能够体现等级顺序的字词、字母或数字表示不同的考评等级的是（ ）的考评标准。
- (A) 量词式
 - (B) 等级式
 - (C) 数量式
 - (D) 定义式

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 . 固定资产是指为生产商品、提供劳务、对外出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。（ ）
- 2 . 使用中固定资产是指企业正在使用的各种固定资产，不包括由于季节性和大修理等原因暂时停用以及存放在使用部门以备替换使用的机器设备（ ）。
- 3 . 单位的固定资产可以随意报废、变卖。（ ）
- 4 . 凡不属于固定资产管理范围的财产物资均为材料或低值易耗品。（ ）
- 5 . 闲置固定资产应为状态完好，仍具有使用价值的资产。（ ）
- 6 . 低值易耗品在生产过程中可以多次使用不改变其实物形态，在使用时不需维修，报废时可能无残值。（ ）
- 7 . 低值易耗品指不能作为固定资产的各种用具用品，可分为工具、管理用具、包装容器、劳动保护用品等。（ ）
- 8 . 低值易耗品价值低，使用期限短，所以采用简单方法，将其价值摊入产品成本中。（ ）
- 9 . 低值易耗品的采购和领用，既要保证公司经营需要，又要防止积压浪费。（ ）
- 10 . 由于低值易耗品价值较低，盘点中出现损耗或盈亏，可以自行平账。（ ）
- 11 . 收银员只需负责收银，无需熟悉商品价格及促销内容。（ ）
- 12 . 恪守职业道德是做好收银工作的基础，营业员每天要与营业款打交道，要具备抵制金钱诱惑的能力，这是作为一名合格员工的基本要求。（ ）
- 13 . 收银员不要求站立工作，只要求坚持唱收、唱付、倡找，准确迅速的点收货款。（ ）
- 14 . 备用金的管理不论采用何种办法，都应严格备用金的预借、使用和报销的手续制度。（ ）
- 15 . 现金盘点是指将现金的帐面数与实际出纳手上的现钞进行核对。（ ）
- 16 . 计算库存现金实存数时应注意：盘点时如有已经收付但尚未入账的收付凭证，应在盘点结果的基础上进行调整，以计算清点日库存现金实存数。（ ）
- 17 . 现金盘点工作一般由被审计单位出纳在现场清点现金并作记录，审计人员直接参与盘点，并现场监督盘点。（ ）
- 18 . 对库存现金进行复盘时，必须要求现金出纳人员始终在场。（ ）

- 19 . 出纳人员应每日盘点现金并与现金日记账核对。（ ）
- 20 . 各单位必须依据开户银行核定的库存现金限额保管使用现金，对当日业务活动收入的现金以及超过库存现金限额的现金，应按规定及时送存开户银行。（ ）
- 21 . 门店销售日报表可以反映销售数量、销售员业绩、销售产品品类结构、销售费用等信息。（ ）
- 22 . 销售报表可作为拟定现在到将来营销计划的基础，也是管理者发出指令与任务的依据。（ ）
- 23 . 一份销售日报表应满足一些基本要求：包含当日销售工作的主要信息，简单，易于填写；格式化，便于统计、比较，反映市场信息等。（ ）
- 24 . 成交率=成交的总笔数÷进店顾客总数。（ ）

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 . 固定资产的特征主要有（ ）。①以经营使用为持有目的②以出售获得收益为持有目的③是有形资产④具有较强的变现能力⑤使用寿命超过一个会计年度
- (A) ①②③④⑤
(B) ①②④⑤
(C) ①②③④
(D) ①③⑤
- 2 . 固定资产包括单位价值在 2000 元以上的购置物，如（ ）。①包括房屋②建筑物③机器④运输工具⑤其他与生产经营活动有关的设备、器具、工具
- (A) ①②③④⑤
(B) ①②④⑤
(C) ①②③④
(D) ①③⑤
- 3 . 固定资产按使用情况分类，可分为（ ）。①使用中的固定资产②未使用的固定资产③报废的固定资产④不需要的固定资产
- (A) ①②③④
(B) ①②④
(C) ①②③
(D) ①④
- 4 . 职工宿舍、食堂、托儿所、幼儿园、浴室、医务室、图书馆属于（ ）。
- (A) 房屋及建筑物
(B) 生产经营用固定资产
(C) 非生产经营用固定资产
(D) 不需用固定资产
- 5 . 单位的固定资产报废须经使用部门、分管部门、财务部门、（ ）四方同意方可办理。
- (A) 物价部门
(B) 资产管理部门
(C) 审计部
(D) 采购部
- 6 . 很多公司都制定了固定资产管理办法，其主要目的是（ ）。①规范公司资产管理②提高资产利用率③防止资产贬值④避免重复购置和浪费

- (A) ①②③④
 (B) ①②④
 (C) ①②
 (D) ①③④
- 7 . 某单位今天报废了 10 张办公桌，新购了 10 套办公电脑，请问该单位的固定资产数量情况（ ）。
 (A) 增加了
 (B) 减少了
 (C) 不变
 (D) 无法计算
- 8 . 进行固定资产盘点目的是掌握实物资产的（ ）。①实时数量②价值③使用状况④损坏情况⑤丢失情况
 (A) ①②③④⑤
 (B) ①②④⑤
 (C) ①②③④
 (D) ①④⑤
- 9 . 对于占用资金大，管理难度小的固定资产应（ ）。
 (A) 及时报废
 (B) 闲置
 (C) 合理利用，创造经济效益
 (D) 变卖
- 10 . 固定资产盘点采用（ ）。
 (A) 技术推算法
 (B) 抽查盘点法
 (C) 实地盘点法
 (D) 账面盘点法
- 11 . 下面属于低值易耗品的是（ ）。①工具②玻璃器皿③经营过程中周转使用的容器④库存商品
 (A) ①②③④
 (B) ①②④
 (C) ①②③
 (D) ①④
- 12 . 低值易耗品的特点有（ ）。①价值低②品种多③数量大④易损耗⑤使用年限短
 (A) ①②③④⑤
 (B) ①②④⑤
 (C) ①②③④
 (D) ①④⑤
- 13 . 低值易耗品一般可分为经营用具、管理用具、（ ）、其他用具。
 (A) 工具
 (B) 桌椅
 (C) 劳动保护用品
 (D) 包装容器
- 14 . 发给工人用于劳动保护的安全帽、工作服和各种防护用品属于（ ）。

- (A) 固定资产
(B) 管理用具
(C) 低值易耗品
(D) 存货
- 15 .低值易耗品管理原则是（ ）。
(A) 注重效益，厉行节约
(B) 能省则省
(C) 及时
(D) 多多益善
- 16 .低值易耗品必须坚持（ ）的管理原则。
(A) 先领用后入库
(B) 先入库后领用
(C) 无需入库
(D) 直接领用
- 17 .以下低值易耗品管理做法正确的是（ ）。
(A) 采购本着节省成本、物廉价美原则
(B) 按月或季定期盘点
(C) 指定专人保管
(D) 谁用谁领
- 18 .以下不是造成低值易耗品重复购买的原因的是（ ）。
(A) 用量大、分布不均
(B) 重视不够
(C) 价值较低
(D) 随意报废
- 19 .低值易耗品应（ ）进行管理，则管理时应根据类别不同，建立合适的分类编码体系。
(A) 分类
(B) 统一
(C) 混合
(D) 按用途管理
- 20 .贵重办公用品领用应（ ）。
(A) 随时领用
(B) 一次性领用
(C) 经主管领导批准后领用
(D) 统一领用
- 21 .收银员应检查自己的仪容仪表包括整洁的制服、清爽的发型、（ ）、干净的双手。
(A) 浓烈的妆容
(B) 精致的首饰
(C) 适度的妆容
(D) 干净的领结
- 22 .收银员应熟悉收银机的操作、正确迅速地结账、熟悉商品价格及促销内容、（ ）、坚持唱收唱付等。

- (A) 为顾客提供咨询服务
(B) 为顾客介绍商品
(C) 接待顾客
(D) 提供售后服务
- 23 . 下面属于收银工作营业中的操作规范的是 () 。
- (A) 营业款确认并及时存款
(B) 在扫码商品前确认所拿商品是否正确, 包括品名、规格、产地等
(C) 严格执行公司价格标准, 力求销售利润最大化
(D) 对地堆和货架的空位进行补货
- 24 . 不属于正常门店营业结束后的收银操作规范的是 ()
- (A) 按规定程序退出收银状态关机, 严禁非正常关机
(B) 检查微信群中是否有顾客需要商品
(C) 好安全检查工作
(D) 收好备用金、营业款及各种交易票证
- 25 . 顾客将商品拿到收银台, 负责收银的员工应第一时间 () 。
- (A) 拿过商品进行扫描
(B) 询问顾客是否有会员
(C) 询问顾客是否还需要其他商品
(D) 向顾客讲解当季的促销活动
- 26 . 以下不属于收银工作六必须的是 () 。
- (A) 按规定穿着工装、佩戴胸牌
(B) 按要求每日盘点库存
(C) 精神饱满, 主动迎客, 微笑待客
(D) 文明用语, 唱收唱付
- 27 . 收银备用金需班班交接, 但在无人接柜的情况下, 当班收银员应清点好备用金, 做好交接记录后, 将备用金封存, 并按备用金存取程序存放至 () 。
- (A) 银行
(B) 收银保险箱
(C) 收银机
(D) 个人背包
- 28 . 领取备用金时, 需填制 () , 一方面财务部门核定其零星开支便于管理; 另一方面, 凭此单据支给现金。
- (A) 报销单
(B) 备用金借款单
(C) 收据
(D) 申请表
- 29 . 盘点库存现金是证实 () 所列现金是否存在的一项重要程序。
- (A) 利润表
(B) 现金流量表
(C) 资产负债表
(D) 所得税表
- 30 . 现金盘点是对所保管的现金进行实地清查, 以确定其 () , 并将其与账面数进行核对, 从而确定账实是否相符, 有无挪用、短款等问题。

- (A) 账面数
(B) 实有数
(C) 报表数
(D) 实际状态
31. 实地盘点库存现金时，除盘点库存现金外，还要看是否有（ ）等，如有则应在“库存现金清点表”中注明，并作出必要的调整。①票据②债券③充抵库存现金的借条④白条
- (A) ①②③④
(B) ①②④
(C) ①②③
(D) ①④
32. 根据实地现金盘点结果，由审计人员填制（ ），计算库存现金实存数，并由参加盘点的人员签字。
- (A) 现金记账
(B) 库存现金清点表
(C) 现金汇总表
(D) 备用金领用表
33. 安排库存现金的清点工作前，先（ ），然后将保险柜外所有单位公款全部放入保险柜，最后封存保险柜。
- (A) 取出保险柜中混入私人个人的钱
(B) 放入当天营业款
(C) 拿出备用金
(D) 放入收款凭证
34. 现金盘点结束后，审计人员应对盘点中出现的进一步审查，分析（ ）。
- (A) 库存现金盘盈或盘亏的原因
(B) 现金使用情况
(C) 现金账目问题
(D) 现金盘点制度
35. 现金盘点出现的长款问题，应（ ）。
- (A) 由于是长款不予追究
(B) 查明原因和责任
(C) 表扬
(D) 奖励
36. 盘点库存现金时，对于存放在不同地点的库存现金应（ ）。
- (A) 分别进行盘点
(B) 全部打上封条，同时盘点
(C) 不同的人同时盘点后加总
(D) 走到哪里就先盘点哪里的现金
37. 库存现金的盘点应采用（ ）。
- (A) 账面核对法
(B) 账面盘点法
(C) 账实核对法
(D) 实地盘点法
38. 以下不属于库存现金盘点制度的内容是（ ）。

- (A) 审查现金收付凭证及有关账簿
 (B) 对现金进行定期和不定期盘点
 (C) 出纳员日常盘点
 (D) 库存现金清查应采用账面盘点法
- 39 . 现金缴存银行业务办理流程不包括 () 。
- (A) 整理现金
 (B) 填写现金缴款单
 (C) 送交存款
 (D) 账务处理
- 40 . 将现金缴存银行后需要 () 。
- (A) 无需处理
 (B) 编制库存现金付款记账凭证
 (C) 登记库存现金日记账
 (D) B 和 C 都有
- 41 . 销售报表是拟定营销计划的 () 。
- (A) 参考资料
 (B) 唯一资料
 (C) 基本依据
 (D) 二者相互独立
- 42 . 销售报表是销售管理者了解销售情况及向销售人员发出销售任务的 () 。
- (A) 主要根据
 (B) 唯一线索
 (C) 参考资料
 (D) 无关紧要的材料
- 43 . 通过销售日报表分析, 不可以 () 。
- (A) 了解市场需求及变化动向
 (B) 了解销售目标达成度
 (C) 了解销售员的表现
 (D) 了解库存情况
- 44 . 通过对销售日报表的实时监控与分析, 可以 () 。①掌握累计销量和销售完成比例②实时监控各商品销量③明确各品项商品每日累计出货量④及时发现异常, 跟进问题品项
- (A) ①②③④
 (B) ①②
 (C) ①③
 (D) ①④
- 45 . 门店销售日报表的内容不包括 () 。
- (A) 产品销售利润率
 (B) 产品销售数量
 (C) 销售费用
 (D) 销售折扣情况
- 46 . 以下不属于销售日报表内容的是 () 。

- (A) 销售员姓名、组别
 (B) 销售品牌名称
 (C) 产品销售数量、价格
 (D) 销售员提成
47. 某手机专卖店的销售日报表显示当日顾客进店量 2110 人，高端系列 1 销售数量 6 台，单价 7199 元，中端系列 2 销售数量 53 台，单价 3888 元，中端系列 2 销售数量 16 台，单价 2990 元，成交率和成交平均单价分别是（ ）。
 (A) 3%，4692.3 元
 (B) 3.55%，4692.3 元
 (C) 3.55%，3961.3 元
 (D) 3%，3961.3 元
48. 某门店一周的销售日报表显示，乌龙茶的销量增加特别明显，而果汁类的销量连续下降，酸奶类由于活动优惠，销量增加明显。请问下周该如何进货（ ）。
 (A) 增加茶饮料数量，果汁减少，酸奶不变
 (B) 都不变
 (C) 增加酸奶和乌龙茶，减少果汁
 (D) 增加乌龙茶，减少果汁和酸奶

第 4 部分

操作技能复习题

产品分析

一、产品分析（试题代码 1：1.1.8；考核时间：10 min）

1. 试题单

（1）背景资料：

作为门店经营者，你需要通过对销售数据的各种分析深挖影响因素，找到问题点和相应的有效对策，控制销售变化。你是某区域店铺的负责人，会定期分析数据，通过数据查找可以提升的点，你目前店铺有上月代表性的一天的销售时间段数据和本周店铺员工销售数据，请根据对以下数据的分析，完成以下问题。

（2）试题要求：

表 1 上月代表性的一天的销售时间段数据

时段	零售金额	小票数	客单价	连带率	销售件数	零售占比
09:00-11:00	779	1	779	1.0	1	0.4%
11:00-13:00	4,074	6	679	1.3	8	2.0%
13:00-15:00	27,465	9	3,051.70	4.7	42	13.5%
15:00-17:00	0	0	/	/	0	0.0%
17:00-19:00	140,355	87	1,613.30	3.1	273	68.9%
19:00-23:59	31,048	26	1,194.20	2.4	63	15.2%

表 2 本周店铺员工销售数据

员工工号	姓名	本月销售目标	本月累计销售额	月度达成率	本周销售指标	本周销售金额	周达成率	小票数	连带率	客单价
023015	张三	206,000	45,084	21.9%	36,000	45,084	125.2%	2	59.0	2,542
023018	李四	206,000	291,753	141.6%	36,000	79,576	221.0%	20	4.9	3,979
023020	王五	206,000	285,268	138.5%	36,000	87,040	241.8%	28	3.9	3,109
023022	赵六	206,000	309,100	150.0%	36,000	98,323	273.1%	34	3.9	2,892
023023	孙七	206,000	305,288	148.2%	36,000	58,874	163.5%	17	3.8	3,463
合计		1,030,000	1,236,493	120.0%	180,000	368,897	204.9%	101	5.2	,652

- 1) 请写二个最好的销售高峰时间段。
- 2) 请写出连带率最高的二位员工，其中哪一位的数据存在着异常？
- 3) 请写出既属于销售高峰，又连带率比较高的时间段。此时间段，除张三外，我们应该多安排哪二位销售能手在班？
- 4) 从数据的维度分析，请写出销售能力最需加强的员工和销售比较有潜力的员工。

2. 评分表

评价要素	配分	得分
1、确定销售高峰时间段	3	
2、确定连带率最高员工及异常	3	
3、员工安排	3	
4、员工销售能力分析	6	
合计	15	

库存管理

一、库存管理（试题代码 2：1.2.8；考核时间：20 min）

1. 试题单

（1）背景资料：

作为一名仓库保管员，你除了保管好仓库货品外，还需要会登记库存产品台帐，清楚记录每个商品的进销存帐。某仓库数据如下：

产品序号	品号	期初库存	来货数量	调入数量	调出数量	退货数量	销售数量	退售数量	期末库存
1	商品 A	500	203	18	0	0	200	0	
2	商品 B	100	110	9	4	6	100	0	
3	商品 C	105	100	20	0	0	80	2	
4	商品 D	211	80	0	15	0	20	0	
5	商品 E	126	20	0	30	1	15	1	

（2）试题要求：

请根据以上表格，计算以下 5 个商品的期末库存（写出计算过程）。

2. 评分表

评价要素	配分	得分
1、商品库存量计算	15	
合计	15	

促销管理

一、促销管理（试题代码 3：2.1.7；考核时间：20 min）

1. 试题单

（1）背景资料：

很多商超都会推出自己的会员卡，可以通过会员卡的各种玩法来拉新、引流。会员卡常用的方法有积分、储值等方式。如何更有吸引力就成了营销的关键点。你作为一家商超的店长，需要吸引顾客来办理储值会员卡。目前总部给出的促销资源是：

1) 开通办理会员的前 500 位顾客每人可以送 12 斤鸡蛋，领取的方式，店长可以灵活设计。

2) 关于充值和到账如下：

- 充 300 元到账 335 元
- 充 500 元到账 560 元
- 充 1000 元到账 1150 元

但是这个促销资源在活动期 6 月 1 日—6 月 15 日内有效。

（2）试题要求：

请策划一个又实惠又能引流的 POP 方案。

2. 评分表

评价要素	配分	得分
1. POP 方案制定	30	
合计	30	

客服管理

一、客服管理（试题代码 4：2.2.8；考核时间：20 min）

1. 试题单

（1）背景资料：

在门店销售中，顾客在选购商品时不仅会注重产品本身和售前服务，也会更加重视产品的售后服务。作为一名店铺的店长，不仅应该知道如何避免出现顾客投诉以及处理好已发生的顾客投诉，还能够培训员工在处理顾客纠纷时做出正确的反应，把投诉的顾客转化为门店的忠实顾客。

客户投诉：昨天买的饺子，是你们包好冻起来的，结果今天煮好，大部分都露馅皮破烂，没法吃，我向你们反应，表示我对你们的产品不满意，希望你们以后注意！

客服部门回复此客户的投诉内容如下（修改前）：

尊敬的顾客，您好：

看到您的留言我们非常重视，首先给您带来的不便真诚的向您表示歉意，主管第一时间和您取得联系，电话沟通后立即安排人员上门按照《客诉补偿标准》为您办理并赠送饺子一份。由于您不在家，先以微信转账的形式为您办理退货，约定 24 号晚上 6：00 上门赠送您饺子一份。

针对您所反馈饺子烂的问题，由于在制作过程中出现包不严实、冷冻后张口现象，并且在销售过程中员工未能按照标准进行挑拣，导致您购买的饺子出现煮烂的现象；我们按照胖东来《各项管理制度》对责任人及各级主管逐级连带处理，同时利用例会给员工分享案例，并要求员工在上货、理货过程中时刻注意饺子的完整度；主管不定时的抽查，发现不合格的产品不予上架，避免类似的问题再次发生；

如果您有其他需要帮助的地方可直接拨打我们的值班电话：187****8062，祝您生活愉快！

客服部门回复此客户的投诉内容如下（修改后）

尊敬的顾客您好：

看到您的留言我们非常重视，首先给您带来的不便真诚的向您表示歉意，主管第一时间给您联系，由于我们工作的失误，给您带来一个不愉快的冬至，影响了您及家人的用餐心

情，为了表达我们的歉意，邀请您全家在小区附近饭店安排用餐！由于您家孩子太小，出门不便，您婉言谢绝！经沟通后，我们按照胖东来《客诉补偿标准》为顾客先以微信转账形式办理退货，并制作多种口味饺子，制作后安排专人于24号晚上6:00之前已送到，并赠送礼品一份，以表我们的再次歉意。

针对您提出的建议，我们立即对该批次商品进行排查，由于在制作过程中出现包不严实、冷冻后裂口现象，我们已将该批次商品已全部下架报损，这是我们销毁的视频。同时我们通知各门店，将严格按照制作标准流程加工，保证商品口感和品质，希望您再提宝贵意见，并利用例会给员工分享案例，并要求员工在上货、理货过程中时刻注意饺子的完整度，主管不定时的抽查，发现不合格的产品不予上架，避免类似的问题再次发生；

如果您有其他需要帮助的地方可直接拨打我们的值班电话：187****8062，祝您生活愉快！

（2）试题要求：

根据客服部门回复此客户投诉内容修改前和修改后的内容，分析两份不同回复中看到客户服务需要注意的方面。

2. 评分表

评价要素	配分	得分
1. 处理客户投诉的注意要点	20	
合计	20	

数字化管理

一、数字化管理（试题代码 5：3.1.5；考核时间：10 min）

1. 试题单

（1）背景资料：

利用客户数据可以更加个性化地了解每个客户，并给客户有针对性地创造更多的惊喜，减少客户流失和给公司带来更大的利润。但在客户信息的收集上需要考虑很多维度。

（2）试题要求：

我们应该收集哪些方面的客户个人信息？（不少于 5 个）

收集客户信息有哪些原则？（不少于 5 点）

2. 评分表

评价要素	配分	得分
1、客户信息收集的要素	5	
2、客户信息收集的原则	5	
合计	10	

店铺排班管理

一、店铺排班管理（试题代码 6：3.2.5；考核时间：10 min）

1. 试题单

（1）背景资料：

为了提高员工的工作主动性，提升工作质量和工作主动性，以结果为导向，为员工转正、薪资调整、职务变动、晋升和培训提供依据，给店铺员工制定了绩效考核。

每月员工的工资收入根据考核结果进行计算。具体的计算和规定如下：

- 1) 当月工资=岗位工资+工龄工资+管理工资+当月销售提成
- 2) 管理工资=管理工资标准额度*行为制度考核得分。
- 3) 员工当月销售提成和他们完成销售目标的情况相关联，提成的具体计算方式如下。但是请注意员工试用期三个月，首月不按销售业绩提成。
 - a) 未完成销售目标时：计算公式为 = 销售额 * 8% * 80%；
 - b) 已完成销售目标时：计算公式为 = 销售额 * 8% + 超出目标金额 * 5%

以下是 5 位员工的当月销售考核和行为考核结果，其中员工 E 为首月入职的新员工。

员工	销售目标 (万)	实际销售额 (万)	岗位工资	工龄工资	管理工资标 准额度	行为制 度考核
A	5	5.9	2000	400	800	100%
B	5	4.8	2000	200	800	97%
C	5	5.2	2000	100	800	96%
D	5	5.1	2000	0	800	100%
E	2	2.3	2000	0	800	100%

（2）试题要求：

根据考核的要求，和工资计算方式计算 5 位员工的当月工资，请列好公式并计算结果。

2. 评分表

评价要素	配分	得分
1. 计算员工工资	10	
合计	10	

理论知识考试模拟试卷及答案

连锁经营管理师（四级）理论知识试卷

注 意 事 项

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. 遵守职业道德与否，应该视情况而定。（ ）
2. 老刘在朋友家喝醉后坚持要骑自行车回家，他对朋友说，自行车速度慢，不会有危险。（ ）
3. 运输过程中的燃油消耗和尾气排放，是物流活动造成环境污染的主要原因之一。（ ）
4. 广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。（ ）
5. 由于生产方法和加工工艺不同所形成的商品的质量水平、性能、特征等也存在明显的差异。（ ）
6. 标价签填写商品的条码、名称、价格、规格、产地即可。（ ）
7. 紧急订货不受订货周期的时间限制，必须由收银主管或其以上职位的人员签名确认。（ ）
8. 盘点机盘点主要靠人员手工记录盘点内容、商品数据，然后同电脑记账进行核对。（ ）
9. 消费者购买程序一般可分为这几个阶段：引起需要、收集资料、比较估价、购买决策、买后感受。（ ）
10. 消费者的决策过程并不随着购买过程的结束而结束。（ ）
11. 一项促销工具只能为一项目标服务。（ ）
12. 进行限时折扣促销时，价格上必须与原定价格有五成以上的价格差，才会对顾客产生中国的吸引力。（ ）
13. 清洁卫生是门店的一项日常工作，其目的是净化门店环境，给顾客提供一个卫生、健康、舒适、优美的消费环境。（ ）

14. 顾客服务不直接创造经济效益，并且是一个持续时间较长的工作，因此，为了减少成本，企业可以不做这项工作。（ ）
15. 按投诉行为分，投诉可分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。（ ）
16. 顾客识别耗时耗力，企业不必研究顾客的特征和购买行为等。（ ）
17. 城市公共设施包括城市污水处理系统、城市垃圾（包括粪便）处理系统、城市道路、城市桥梁、港口、市政设施抢险维修、城市广场、城市路灯、路标路牌、城空防空设施、城市绿化、城市风景名胜、城市公园等。（ ）
18. 显示器、小票打印机、键盘和条形码电子秤都属于 POS 终端收银机的基本构成。（ ）
19. 不定期不定量采购不适用于紧急订货。（ ）
20. 入职就属于正常上班了，这时候已经开始计算工资了。（ ）
21. 工作指导的方式可分为职前培训、在职培训、脱产学习、自我开发。（ ）
22. 绩效管理是一套正式的、结构化的制度。（ ）
23. 固定资产是指为生产商品、提供劳务、对外出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。（ ）
24. 低值易耗品在生产过程中可以多次使用不改变其实物形态，在使用时不需维修，报废时可能无残值。（ ）
25. 备用金的管理不论采用何种办法，都应严格备用金的预借、使用和报销的手续制度。（ ）

得 分	
评分人	

二、 单项选择题（第 1 题～第 75 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 75 分）

1. 以下属于职业道德内容的是（ ）。
 - (A) 爱岗敬业
 - (B) 诚实守信
 - (C) 奉献社会
 - (D) 其他选项都正确
2. 以下关于职业道德的作用说法正确的是（ ）。
 - (A) 不能调节从业人员内部关系
 - (B) 企业信誉靠产品和服务质量，与从业人员职业道德无关
 - (C) 职业道德有助于提高全社会的道德水平
 - (D) 职业道德不能促进行业的发展
3. 商业职业道德建设的核心内容是（ ）。
 - (A) 诚信
 - (B) 公平
 - (C) 敬业
 - (D) 服务
4. 被视为企业的立足之本、发展之源的是（ ）
 - (A) 诚信

- (B) 公平
(C) 敬业
(D) 服务
5. 以下火灾属于气体火灾的是（ ）。
- (A) 森林遇雷电发生的火灾
(B) 煤气泄漏引发的火灾
(C) 仓库电线老化引起的火灾
(D) 公园里烧烤引起的火灾
6. 高层建筑、公共娱乐场所、百货商场等在进行室内装饰时应采用的装饰材料是（ ）。
- (A) 可燃材料
(B) 难燃材料和不燃材料
(C) 易燃材料
(D) 钢筋混凝土
7. 油锅起火时使用以下方法中（ ）扑灭是不正确的。
- (A) 用水扑灭
(B) 锅盖盖住油锅口
(C) 灭火毯覆盖
(D) 干粉灭火器
8. 以下哪项关于信息安全的认识是正确的（ ）。
- (A) 电脑病毒主要靠“杀”
(B) 文件删除后信息就不会恢复
(C) 网络共享文件是安全的
(D) 防病毒软件要定期升级
9. 在火场中，充满了各种各样的危险：烈焰、高温、烟雾、毒气等。下面几种保护措施，哪一条是正确的（ ）。
- (A) 在火场中站立、直行并大口呼吸
(B) 迅速躲避在火场的下风处
(C) 用湿毛巾捂住口鼻，必要时匍匐前行
(D) 打开门窗通风
10. 火灾隐患是零售企业经营过程中的（ ），对顾客、员工人身安全构成重大威胁，对企业声誉产生重大不良影响，应引起各级管理人员及全体员工的高度重视。
- (A) 一般
(B) 较大
(C) 重大
(D) 特大
11. 有关食品安全的正确表述是（ ）。
- (A) 经过灭菌后，食品中不含有任何细菌
(B) 食品无毒、无害，符合应当有的营养要求，对人体不造成任何急性、亚急性或者慢性危害
(C) 原料天然的食品中不含有任何人工合成物质
(D) 即使食品超过了保质期，但外观、口感正常仍是健康食品
12. 我国能源发展的战略是（ ）。

- (A) 节约与开发并举，将节约放在首位
(B) 开发为主，节约为辅
(C) 优化开发与重点开发并举，将优化开发放在首位
(D) 节约与开发并举，将开发放在首位
13. 节能灯是指红、绿、蓝三基色荧光灯，是一种绿色照明光源，它与白炽灯相比可节电（ ）。
(A) 10%-20%
(B) 30%-40%
(C) 50%-60%
(D) 70%-80%
14. 人均而言，下列哪种出行方式所排放的二氧化碳最大（ ）。
(A) 自行车
(B) 飞机
(C) 出租车
(D) 公共汽车
15. 绿色物流的最终目标是（ ）。
(A) 保护环境、节约资源
(B) 实现企业盈利
(C) 可持续发展
(D) 保持生态平衡
16. 依据《民法典》规定，民法调整（ ）的自然人、法人和非法人组织之间的人身关系和财产关系。
(A) 合同主体
(B) 平等主体
(C) 相关主体
(D) 其他选项都正确
17. 依据《民法典》规定，通过互联网等信息网络订立的电子合同的标的为交付商品并采用快递物流方式交付的，（ ）为交付时间。
(A) 快递公司接收商品的时间
(B) 收货人的签收时间
(C) 自提点收到货的时间
(D) 快递员拿到派送商品的时间
18. 以下产品中，哪些是存在《产品质量法》所称“缺陷”的产品（ ）。
(A) 损伤皮肤的化妆品
(B) 制冷效果不好的空调机
(C) 图像效果不佳的电视机
(D) 保温效果不良的暖水瓶
19. 按《产品质量法》规定，销售者的下列行为可以减轻或从轻处罚的是（ ）。
(A) 不知道该产品是《产品质量法》禁止销售的产品
(B) 提供出产品的进货渠道
(C) 有证据证明其不知道该产品为禁止销售的产品，并如实说明其进货渠道
(D) 举报出该产品的生产窝点
20. 经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但（ ）商品除外。

- (A) 消费者定制的
(B) 鲜活易腐的
(C) 在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品
(D) 其他选项都正确
21. 食品企业直接用于食品生产加工的水必须符合（ ）。
(A) 矿泉水标准要求
(B) 纯净水标准要求
(C) 生活饮用水卫生标准要求
(D) 蒸馏水标准要求
22. 在超市购物时我们会发现，收银员可以通过对条形码的扫描，快速准确地找到商品的具体信息。条形码所对应的数字有（ ）位。
(A) 10
(B) 13
(C) 15
(D) 17
23. 商品的（ ）是指商品在规定条件下和规定时间内，完成规定功能的能力。
(A) 使用性
(B) 审美性
(C) 信息性
(D) 寿命和可靠性
24. （ ）是质量管理保障体系认证标准。
(A) ICO9000
(B) IS09000
(C) IEC9000
(D) IHC9000
25. 单位产品重要的质量特性不符合规定或质量特性严重不符合规定属于（ ）不合格。
(A) A类
(B) B类
(C) C类
(D) D类
26. 以下（ ）不属于企业固定成本。
(A) 房租
(B) 原材料
(C) 供暖费
(D) 管理者薪酬
27. 新产品定价可以在市场撇脂策略和（ ）中进行选择。
(A) 心理定价策略
(B) 市场温和策略
(C) 市场渗透策略
(D) 销售折扣策略。
28. 产品销售收入和利润均大幅下降的阶段是（ ）。
(A) 导入期
(B) 成长期

- (C) 成熟期
(D) 衰退期
29. () 的营销目标是维持市场份额，盈利最大化。
(A) 导入期
(B) 成长期
(C) 成熟期
(D) 衰退期
30. 以下 () 不是订货作业遵循的原则。
(A) 存货检查
(B) 适时订货
(C) 尽量多订
(D) 适量订货
31. 以下 () 不属于可协议退货商品。
(A) 季节性商品
(B) 试销商品
(C) 代销商品
(D) 买断商品
32. 超过 () 保质期的商品是不可以进行收货的。
(A) 1/3
(B) 2/3
(C) 1/4
(D) 1/5
33. 商品存放按 () 来进行分类。
(A) 商品属性
(B) 商品体积
(C) 商品价格
(D) 商品数量
34. 盘点表一式 () ，要求上下对齐，字迹工整清晰，如要涂改则划去，另起一行书写。
(A) 两联
(B) 三联
(C) 四联
(D) 五联
35. 盘点先进的方法是 () 法。
(A) 关门盘点
(B) 部分盘点
(C) 复式平行盘点
(D) 定期盘点
36. 非排面的盘点工作在盘点日的 () 白天完成，盘点结束后，盘点地点应贴条示意，不再安排上货。
(A) 前一天
(B) 当天
(C) 后一天
(D) 其他选项都正确

37. 物品入库或上架后，将物品名称、规格、数量或出入库状态等内容填在料卡上，称为（ ）。
- (A) 登账
 - (B) 建档
 - (C) 立卡
 - (D) 入库
38. 消费需求的（ ）就是指通过企业营销活动的努力，人们的消费需求可以发生变化和转移。
- (A) 发展性
 - (B) 时代性
 - (C) 可诱导性
 - (D) 联系性和替代性
39. 时髦性购买动机的购买目的的选定是（ ）。
- (A) 全确定型
 - (B) 半确定型
 - (C) 确定型
 - (D) 不确定型
40. 消费者（ ）不仅会影响市场营销活动的状态，而且会影响产品设计价格政策以及营销计划的制定和其他经营决策。
- (A) 何时购买
 - (B) 何处购买
 - (C) 怎样购买
 - (D) 家庭决定
41. （ ）的消费者往往有一定的艺术细胞，善于联想。
- (A) 理智型购买行为
 - (B) 经济型购买行为
 - (C) 冲动型购买行为
 - (D) 想象型购买行为
42. 购物时顾客很难自己做决定，一定要有人替他做决定，销售人员接待时可以试着提一些问题以了解他的需求，然后说明你的产品可以更好的满足他的需要，这种类型的顾客购买特征属于（ ）
- (A) 从容不迫型
 - (B) 优柔寡断型
 - (C) 虚情假意型
 - (D) 沉默寡言型
43. （ ）不是消费者购买决策过程中参与决策的角色。
- (A) 使用者
 - (B) 购买者
 - (C) 旁观者
 - (D) 影响者
44. 一个买彩票中了大奖的人购买一辆家庭轿车，属于需求确认诱因的（ ）
- (A) 不满意
 - (B) 相关产品的购买
 - (C) 新需要

- (D) 新产品
45. 消费者外部信息的来源主要由个人来源，商业来源，经济来源和（ ）。
(A) 社会来源
(B) 公共来源
(C) 群体来源
(D) 他人来源
46. 在实际购买过程中采取（ ），能逐步排除商品以减少备选方案。
(A) 单因素分离原则
(B) 多因素关联原则
(C) 排除法原则
(D) 理想品牌原则
47. 房屋汽车个人电脑等产品的购买上（ ）比较多见。
(A) 例行型决策
(B) 有限型决策
(C) 广泛型决策
(D) 复杂型决策
48. 销售员应采用灵活多用的技巧，带不同身份、不同爱好的顾客，接待急顾客（ ）。
(A) 注重礼貌
(B) 注重热情
(C) 注重快捷
(D) 注重耐心
49. 解答顾客询问时的答询用语是（ ）。
(A) 别着急，你慢慢挑选。
(B) 你穿上这套服装更显得成熟干练。
(C) 仔细看看，不合适的话我再给你拿。
(D) 这款商品过两天会有，请你抽空来看看。
50. 促销的实质就是营销者与购买者和潜在购买者之间的（ ）。
(A) 公开信息
(B) 信息展示
(C) 沟通活动
(D) 普及活动
51. 刺激中间商更多购买，一般采用的促销计划是（ ）。
(A) 样品赠送
(B) 培训人员
(C) 数量折扣
(D) 展览会
52. （ ）能给企业带来销售利润率增高，销售成本降低，资金周加快。
(A) 对消费者的促销
(B) 对中间商的促销
(C) 对政府的促销
(D) 推销人员的促销
53. 现场促销通常会结合（ ）并通过这种特殊形式直接达到扩大销售额的目的。
(A) 人员促销

- (B) 广告促销
(C) 公共关系促销
(D) 销售促进
54. 服务质量是（ ）。
(A) 顾客的预期服务水平
(B) 顾客对店员的印象
(C) 接待顾客所用的时间
(D) 满足规定或潜在要求特征的总和
55. QS 标准制定后，应保持相对稳定，并在一定的技术发展水平上组织实施，以获得经济效益，这是制定 QS 工作标准的（ ）原则。
(A) 稳定性原则
(B) 效益最佳原则
(C) 可执行性原则
(D) 可量化原则
56. 在进行商品补货上架时应严格遵守（ ）原则。
(A) 后进先出
(B) 先进后出
(C) 先进先出
(D) 后进早出
57. 完善的商品品质管理，一定要根据商品的特点，使用正确的陈列设备和陈列方法。下面商品陈列方法错误的是（ ）。
(A) 生鲜食品的陈列设备应保持清洁，无积水和污渍。
(B) 理货添货时应清拿轻放，注意及时保鲜并挑出残次品。
(C) 货架陈列的商品包装必须有生产期和保质期标签保持干净整洁，无错别字。
(D) 在售卖检查中，如发现商品标签脱落，或超过保质期等可以更换标签保质期，重新上架。
58. 下列符合门店环境清洁卫生标准的是（ ）。
(A) 仓库货柜有点灰尘
(B) 店员服装邋遢
(C) 将样品堆在角落
(D) 货品摆放整齐，无灰尘、污迹
59. 顾客服务不仅包括对现实顾客的服务，而且也包括对潜在顾客的服务；不仅要提高顾客的售后的满意程度，还要提高预期的（ ）的满意程度。
(A) 售前
(B) 售中
(C) 售后
(D) 消费者
60. 下列不属于顾客投诉产生的心理的是（ ）。
(A) 求发泄的心理
(B) 求名的心理
(C) 求补偿的心理
(D) 求尊重的心理
61. 客户识别的内容有（ ）、识别有价值的顾客、识别顾客需求。
(A) 识别潜在顾客

- (B) 识别顾客特征
(C) 识别顾客购买偏好
(D) 识别顾客购买习惯
62. () 是客户价值最直观的体现, 在不考虑其他因素的前提下, 消费金额越高, 客户价值越大。
(A) 消费金额
(B) 消费次数
(C) 消费频率
(D) 消费额度
63. 以下不是新零售企业常用的拓展顾客的途径的是 ()。
(A) 电话
(B) 直播
(C) 社群
(D) APP 广告
64. 产品安全性的特点不包括 ()。
(A) 是产品固有的特性
(B) 关注的是损失
(C) 不同产品安全性要求相同
(D) 存在于产品整个生命周期内
65. 产品安全性从顾客自身需要、国家标准法规要求等, 转化为产品的参数指标及生产管理、技术上的要求、对各过程的风险分析、控制, 进而变化成 (), 从而实现产品的“本质安全”。
(A) 产品的使用寿命
(B) 产品的外观
(C) 产品的质量
(D) 产品中的性能参数
66. 美国某服装零售公司在中国大陆的首个旗舰店在上海南京路步行街开张, 原因是 ()。
(A) 公共交通便利
(B) 集聚效益好
(C) 基础设施齐全
(D) 居民购买能力强
67. 属于现金的特征的是 ()。①交易的媒介②衡量价值的尺度③通用性④流动性
(A) ①②③④
(B) ①②④
(C) ①②③
(D) ①④
68. 对企业而言, 现金有三大作用, 其中不包括的是 ()。
(A) 支付作用
(B) 预防作用
(C) 投资作用
(D) 对比作用
69. 在日常数据分析工作中, 不可用于数据可视化的展示工具有 ()。
(A) Word

- (B) Excel
(C) PPT
(D) Xmind
70. () 不是影响客户忠诚度的主要因素。
(A) 客户满意度
(B) 客户贡献度
(C) 客户信誉度
(D) 客户依存度
71. 5G、云和 I 等技术的碰撞和融合将为社会带来数字 () 效益。
(A) 溢出
(B) 叠加
(C) 压缩
(D) 孪生
72. 通过个体之间取长补短而形成整体优势，实现组织目标最优化是组织人力资源增值，这是人员配置的 ()。
(A) 员工有用原理
(B) 能位对应原理
(C) 互补增值原理
(D) 动态适应原理
73. 用人单位由于生产经营需要，因特殊原因需要延长工作时间的，在保障劳动者身体健康的条件下，延长工作时间每月不得超过 () 小时。
(A) 34
(B) 36
(C) 38
(D) 40
74. 收银员应熟悉收银机的操作、正确迅速地结账、熟悉商品价格及促销内容、()、坚持唱收唱付等。
(A) 为顾客提供咨询服务
(B) 为顾客介绍商品
(C) 接待顾客
(D) 提供售后服务
75. 现金盘点是对所保管的现金进行实地清查，以确定其 ()，并将其与账面数进行核对，从而确定账实是否相符，有无挪用、短款等问题。
(A) 账面数
(B) 实有数
(C) 报表数
(D) 实际状态

连锁经营管理师（四级）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 75 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 75 分）

- | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. D | 2. C | 3. A | 4. A | 5. B | 6. B |
| 7. A | 8. D | 9. C | 10. C | 11. B | 12. A |
| 13. D | 14. B | 15. C | 16. B | 17. B | 18. B |
| 19. C | 20. D | 21. C | 22. B | 23. D | 24. B |
| 25. B | 26. B | 27. C | 28. D | 29. C | 30. C |
| 31. D | 32. A | 33. A | 34. A | 35. C | 36. B |
| 37. C | 38. C | 39. D | 40. C | 41. D | 42. B |
| 43. C | 44. C | 45. B | 46. C | 47. C | 48. C |
| 49. D | 50. C | 51. C | 52. B | 53. A | 54. D |
| 55. A | 56. C | 57. D | 58. D | 59. A | 60. B |
| 61. A | 62. A | 63. A | 64. C | 65. D | 65. B |
| 66. B | 67. A | 68. D | 69. D | 70. C | 71. A |
| 72. C | 73. B | 74. A | 75. B | | |

第 6 部分

操作技能考核模拟试卷

注 意 事 项

1. 考生根据操作技能考核通知单中所列的试题做好考核准备；
2. 请考生仔细阅读试题单中具体考核内容和要求，并按要求完成操作或进行笔答或口答，若有笔答请考生在答题卷上完成。
3. 操作技能考核时要遵守考场纪律，服从考场管理人员指挥，以保证考核安全顺利进行。

注：操作技能考核试题评分表及答案是考评员对考生考核过程及考核结果的评分记录表，也是评分依据。

连锁经营管理师（四级）

操作技能考核通知单

姓名：

准考证号：

考核日期：

试题 1

试题代码：1.1.8。

试题名称：产品分析。

考核时间：10min。

配分：15 分。

试题 2

试题代码：1.2.8。

试题名称：库存管理。

考核时间：20min。

配分：15分。

试题3

试题代码：2.1.7。

试题名称：促销管理。

考核时间：20min。

配分：30分。

试题4

试题代码：2.2.8。

试题名称：客服管理。

考核时间：20min。

配分：20分。

试题5

试题代码：3.1.5。

试题名称：数字化管理。

考核时间：10min。

配分：10分。

试题6

试题代码：3.2.5。

试题名称：店铺排班管理。

考核时间：10min。

配分：10分。

连锁经营管理师（四级）操作技能考核 试题单

考生姓名：

准考证号：

试题代码：1.1.8

试题名称：产品分析——服饰

考核时间：10 min

1、背景资料：

作为门店经营者，你需要通过对销售数据的各种分析深挖影响因素，找到问题点和相应的有效对策，控制销售变化。你是某区域店铺的负责人，会定期分析数据，通过数据查找可以提升的点，你目前店铺有上月代表性的一天的销售时间段数据和本周店铺员工销售数据，请根据对以下数据的分析，完成以下问题。

2、试题要求：

表1 上月代表性的一天的销售时间段数据

时段	零售金额	小票数	客单价	连带率	销售件数	零售占比
09:00-11:00	779	1	779	1.0	1	0.4%
11:00-13:00	4,074	6	679	1.3	8	2.0%
13:00-15:00	27,465	9	3,051.70	4.7	42	13.5%
15:00-17:00	0	0	/	/	0	0.0%
17:00-19:00	140,355	87	1,613.30	3.1	273	68.9%
19:00-23:59	31,048	26	1,194.20	2.4	63	15.2%

表2 本周店铺员工销售数据

员工工号	姓名	本月销售目标	本月累计销售额	月度达成率	本周销售指标	本周销售金额	周达成率%	小票数	连带率	客单价
023015	张三	206,000	45,084	21.9%	36,000	45,084	125.2%	2	59.0	2,542
023018	李四	206,000	291,753	141.6%	36,000	79,576	221.0%	20	4.9	3,979

023020	王五	206,000	285,268	138.5%	36,000	87,040	241.8%	28	3.9	3,109
023022	赵六	206,000	309,100	150.0%	36,000	98,323	273.1%	34	3.9	2,892
023023	孙七	206,000	305,288	148.2%	36,000	58,874	163.5%	17	3.8	3,463
合计		1,030,000	1,236,493	120.0%	180,000	368,897	204.9%	101	5.2	,652

- (1) 请写二个最好的销售高峰时间段。
- (2) 请写出连带率最高的二位员工，其中哪一位的数据存在着异常？
- (3) 请写出既属于销售高峰，又连带率比较高的时间段。此时间段，除张三外，我们应该多安排哪二位销售能手在班？
- (4) 从数据的维度分析，请写出销售能力最需加强的员工和销售比较有潜力的员工。

连锁经营管理师（四级）操作技能考核 试题评分表及答案

考生姓名：

准考证号：

试题代码：1.1.8

试题名称：产品分析——服饰

考核时间：10 min

评分表：

评价要素	配分	得分
1、确定销售高峰时间段	3	
2、确定连带率最高员工及异常	3	
3、员工安排	3	
4、员工销售能力分析	6	
合计	15	

考评员（签名）：

参考答案：

1. 请写二个最好的销售高峰时间段（3分）

二个最好的销售高峰时间段：

A、 17：00-19：00

B、 13：00-15：00

2. 请写出连带率最高的二位员工，其中哪一位的数据存在着异常（3分）

A、 连带率最高的二位员工分别是-张三和李四

B、 其中张三数据存在着异常

3. 请写出既属于销售高峰，又连带率比较高的时间段。此时间段，除张三外，我们应该多安排哪二位销售能手在班？（3分）

A、 13:00-15:00

B、 李四和王五

4. 从数据的维度分析，销售能力最需加强的员工：孙七（3分）

销售比较有潜力的员工：李四（3分）

上海商学院版权所有

连锁经营管理师（四级）操作技能考核 试题单

考生姓名：

准考证号：

试题代码：1.2.8

试题名称：库存管理——通用

考核时间：20 min

1、背景资料：

作为一名仓库保管员，你除了保管好仓库货品外，还需要会登记库存产品台帐，清楚记录每个商品的进销存帐。某仓库数据如下：

产品序号	品号	期初库存	来货数量	调入数量	调出数量	退货数量	销售数量	退售数量	期末库存
1	商品 A	500	203	18	0	0	200	0	
2	商品 B	100	110	9	4	6	100	0	
3	商品 C	105	100	20	0	0	80	2	
4	商品 D	211	80	0	15	0	20	0	
5	商品 E	126	20	0	30	1	15	1	

2、试题要求：

请根据以上表格，计算以下 5 个商品的期末库存（写出计算过程）。

连锁经营管理师（四级）操作技能考核 试题评分表及答案

考生姓名：

准考证号：

试题代码：1.2.8

试题名称：库存管理——通用

考核时间：20 min

评分表：

评价要素	配分	得分
1、商品库存量计算	15	
合计	15	

考评员（签名）：

参考答案：

商品 A： $500+203+18-0-0-200+0=521$

商品 B： $100+110+9-4-6-100+0=109$

商品 C： $105+100+20-0-0-80+2=147$

商品 D： $211+80-0-15-0-20+0=256$

商品 E： $126+20-0-30-1-15+1=101$

（每点 3 分，答对 5 个计算过程及答案得 15 分，共 15 分）

连锁经营管理师（四级）操作技能考核 试题单

考生姓名：

准考证号：

试题代码：2.1.7

试题名称：促销管理——通用

考核时间：20 min

1、背景资料：

很多商超都会推出自己的会员卡，可以通过会员卡的各种玩法来拉新、引流。会员卡常用的方法有积分、储值等方式。如何更有吸引力就成了营销的关键点。你作为一家商超的店长，需要吸引顾客来办理储值会员卡。目前总部给出的促销资源是：

1.开通办理会员的前500位顾客每人可以送12斤鸡蛋，领取的方式，店长可以灵活设计。

2.关于充值和到账如下：

- 充300元到账335元
- 充500元到账560元
- 充1000元到账1150元

但是这个促销资源在活动期6月1日—6月15日内有效。

2、试题要求：

请策划一个又实惠又能引流的POP方案。

连锁经营管理师（四级）操作技能考核 试题评分表及答案

考生姓名：

准考证号：

试题代码：2.1.7

试题名称：促销管理——通用

考核时间：20 min

评分表：

评价要素	配分	得分
1. POP 方案制定	30	
合计	30	

考评员（签名）：

参考答案：

1. 活动主题：不限，但需要凸显储值会员卡对顾客的吸引力；（15 分）
 2. 储值会员卡的内容：说明充值金额；可以写明折扣比例（举例如下）（5 分）
 - 例如充 300 元到账 335 元，约 90 折
 - 例如充 500 元到帐 560 元，约 89 折
 - 例如充 1000 元到帐 1150 元，约 87 折
 3. 入会权益：（5 分）
 - 活动的稀缺性 —— 只有 500 名，先到先得
 - 领取鸡蛋的形式，可以是每月会员领取 1 斤，促使会员每月到店
- 活动时间：6 月 1 日—6 月 15 日有效 （5 分）

连锁经营管理师（四级）操作技能考核 试题单

考生姓名：

准考证号：

试题代码：2.2.8

试题名称：客服管理——通用

考核时间：20 min

1、背景资料：

在门店销售中，顾客在选购商品时不仅会注重产品本身和售前服务，也会更加重视产品的售后服务。作为一名店铺的店长，不仅应该知道如何避免出现顾客投诉以及处理好已发生的顾客投诉，还能够培训员工在处理顾客纠纷时做出正确的反应，把投诉的顾客转化为门店的忠实顾客。

客户投诉：昨天买的饺子，是你们包好冻起来的，结果今天煮好，大部分都露馅皮破烂，没法吃，我向你们反应，表示我对你们的产品不满意，希望你们以后注意！

客服部门回复此客户的投诉内容如下（修改前）：

尊敬的顾客，您好：

看到您的留言我们非常重视，首先给您带来的不便真诚的向您表示歉意，主管第一时间和您取得联系，电话沟通后立即安排人员上门按照《客诉补偿标准》为您办理并赠送饺子一份。由于您不在家，先以微信转账的形式为您办理退货，约定24号晚上6:00上门赠送您饺子一份。

针对您所反馈饺子烂的问题，由于在制作过程中出现包不严实、冷冻后张口现象，并且在销售过程中员工未能按照标准进行挑拣，导致您购买的饺子出现煮烂的现象；我们按照胖东来《各项管理制度》对责任人及各级主管逐级连带处理，同时利用例会给员工分享案例，并要求员工在上货、理货过程中时刻注意饺子的完整度；主管不定时的抽查，发现不合格的产品不予上架，避免类似的问题再次发生；

如果您有其他需要帮助的地方可直接拨打我们的值班电话：187****8062，祝您生活愉快！

客服部门回复此客户的投诉内容如下（修改后）

尊敬的顾客您好：

看到您的留言我们非常重视，首先给您带来的不便真诚的向您表示歉意，主管第一时间给您联系，由于我们工作的失误，给您带来一个不愉快的冬至，影响了您及家人的用餐心情，为了表达我们的歉意，邀请您全家在小区附近饭店安排用餐！由于您家孩子太小，出门不便，您婉言谢绝！经沟通后，我们按照胖东来《客诉补偿标准》为顾客先以微信转账形式办理退货，并制作多种口味饺子，制作后安排专人于24号晚上6:00之前已送到，并赠送礼品一份，以表我们的再次歉意。

针对您提出的建议，我们立即对该批次商品进行排查，由于在制作过程中出现包不严实、冷冻后裂口现象，我们已将该批次商品已全部下架报损，这是我们销毁的视频。同时我们通知各门店，将严格按照制作标准流程加工，保证商品口感和品质，希望您再提宝贵意见，并利用例会给员工分享案例，并要求员工在上货、理货过程中时刻注意饺子的完整度，主管不定时的抽查，发现不合格的产品不予上架，避免类似的问题再次发生；

如果您有其他需要帮助的地方可直接拨打我们的值班电话：187****8062，祝您生活愉快！

2、试题要求：

根据客服部门回复此客户投诉内容修改前和修改后的内容，分析两份不同回复中看到客户服务需要注意的方面。

连锁经营管理师（四级）操作技能考核 试题评分表及答案

考生姓名：

准考证号：

试题代码：2.2.8

试题名称：客服管理——通用

考核时间：20 min

评分表：

评价要素	配分	得分
1. 处理客户投诉的注意要点	20	
合计	20	

考评员（签名）：

参考答案：

根据修改前后的回复，进行分析，写出你的见解。（每点5分，答对4点得20分，共计20分）

1、对比修改前后的回复，修改后**更有温度，让顾客心里面很舒服**。因为照顾到了“因为我们的商品问题，导致顾客产生了不愉快的情绪”，顾客知道自己的心情被理解！同时又主动承认过失、真心的道歉，并提出解决方案。

2、修改前版本本着一份工作的态度，生硬的、缺乏情感的套用模板，修改后版本**体现真诚**在处理的过程中。顾客服务中的标准只是为了保证最基本的方式，要高于标准去处理问题！

3、以后但凡是商品品质有问题，顾客提出来也确实存在，要对**批次进行质量检查**，如需要进行召回和销毁！并及时送给顾客反馈。在修改后的版本提到此点。

4、关于商品品质，各个部门的排查、员工的上货把控环节等，要切实的落实到位，通过客诉**查找到我们工作的漏洞和标准的缺失，优化和完善流程**。在修改后的版本提到此点。

（以上答案不唯一，意思表达对可得分）

连锁经营管理师（四级）操作技能考核 试题单

考生姓名：

准考证号：

试题代码：3.1.5

试题名称：数字化管理——通用

考核时间：10 min

1、背景资料：

利用客户数据可以更加个性化地了解每个客户，并给客户有针对性地创造更多的惊喜，减少客户流失和给公司带来更大的利润。但在客户信息的收集上需要考虑很多维度。

2、试题要求：

- 1) 我们应该收集哪些方面的客户个人信息？（不少于5个）
- 2) 收集客户信息有哪些原则？（不少于5点）

连锁经营管理师（四级）操作技能考核 试题评分表及答案

考生姓名：

准考证号：

试题代码：3.1.5

试题名称：数字化管理——通用

考核时间：10 min

评分表：

评价要素	配分	得分
1、客户信息收集的要素	5	
2、客户信息收集的原则	5	
合计	10	

考评员（签名）：

参考答案：

- 1、我们应该收集哪些方面的客户个人信息？（不少于5个）（每点1分，答对其中5点得5分，共计最高5分）

客户昵称、性别、年龄、家庭情况、通讯方式、购买产品名称、时间、地点、购买频次、收货地址等。

- 2、收集客户信息有哪些原则？（不少于5点）。（每点1分，答对其中5点得5分，共计最高5分）

- 1) 收集信息时需向客户明示信息处理目的、方式、范围和规则等。
- 2) 征求客户授权同意。
- 3) 应与系统供应商签订保密协议，防止顾客信息被滥用及泄露的可能。
- 4) 在存储、备份客户信息时，需对信息进行加密处理，确保信息安全。
- 5) 需在公司管理制度中明确客户信息具体的负责人、权限等。
- 6) 客户可随时注销应用的帐户，且操作方法简便易操作
- 7) 系统需通过公安部信息安全系统等保二级（含）以上的信息安全认证。

（以上答案不唯一，意思表达对可得分）

《连锁经营管理师》（四级）操作技能鉴定 试题单

考生姓名：

准考证号：

试题代码： 3.2.5

试题名称：店铺排班管理

考核时间：10 min

1、背景资料：

为了提高员工的工作主动性，提升工作质量和工作主动性，以结果为导向，为员工转正、薪资调整、职务变动、晋升和培训提供依据，给店铺员工制定了绩效考核。

每月员工的工资收入根据考核结果进行计算。具体的计算和规定如下：

- 1) 当月工资=岗位工资+工龄工资+管理工资+当月销售提成
- 2) 管理工资=管理工资标准额度*行为制度考核得分。
- 3) 员工当月销售提成和他们完成销售目标的情况相关联，提成的具体计算方式如下。但是请注意员工试用期三个月，首月不按销售业绩提成。
 - a) 未完成销售目标时：计算公式为 = 销售额 * 8% * 80%；
 - b) 已完成销售目标时：计算公式为 = 销售额 * 8% + 超出目标金额 * 5%

以下是5位员工的当月销售考核和行为考核结果，其中员工E为首月入职的新员工。

员工	销售目标 (万)	实际销售额 (万)	岗位工资	工龄工资	管理工资标 准额度	行为制 度考核
A	5	5.9	2000	400	800	100%
B	5	4.8	2000	200	800	97%
C	5	5.2	2000	100	800	96%
D	5	5.1	2000	0	800	100%
E	2	2.3	2000	0	800	100%

2、试题要求：

根据考核的要求，和工资计算方式计算5位员工的当月工资，请列好公式并计算结果。

《连锁经营管理师》（四级）操作技能鉴定 试题评分表及答案

考生姓名：

准考证号：

试题代码：3.2.5

试题名称：店铺排班管理

考核时间：10 min

评分表：

评价要素	配分	得分
1. 计算员工工资	10	
合计	10	

考评员（签名）：

参考答案：

- 1、根据考核的要求，和工资计算方式计算 5 位员工的当月工资，请列好公式并计算结果。
（共 10 分，每位员工工资计算过程正确，各得 1 分，共计 5 分；每位员工工资计算结果正确，各得 1 分，共计 5 分）

员工 A 当月工资

$$=2000+400+59000*8\%+(59000-50000)*5\%+800*100\%$$

$$=8370$$

员工 B 当月工资

$$=2000+200+48000*8\%*80\%+800*97\%$$

$$=6048$$

员工 C 当月工资

$$=2000+100+52000*8\%+(52000-50000)*5\%+800*96\% \\ =7128$$

员工 D 当月工资

$$=2000+0+51000*8\%+(51000-50000)*5\%+800*100\% \\ =6930$$

员工 E 当月工资

$$=2000+0+800*100\% \\ =2800$$

上海商学院版权所有