

连锁经营管理师（三级）考核方案

一、考核方式

连锁经营管理师（三级）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	294	20	1	20
单选题			588	60	1	60
多选题			294	20	1	20
小计		—	1176	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	三级			
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	产品管理与财务管理	1	产品分析	闭卷	必考	15	5	1	20
		2	采购管理	机考	必考	20	5	1	20
2	营销管理与营运管理	1	促销管理	闭卷	必考	20	5	1	20
		2	客服管理	机考	必考	15	5	1	20
3	数字化管理与人员管理	1	数字化管理	闭卷	必考	10	5	1	10
		2	员工绩效管理	机考	必考	10	5	1	10
合计						90	30	6	100
备注									

连锁经营管理师（三级） 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	三级
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	2	
	1	1	1		职业认知	1	
1	1	1	1	1	职业的概念	1	
2	1	1	1	2	职业生​​涯的概念	1	
	1	1	2		职业规划认知	1	
3	1	1	2	1	职业规划的步骤	1	
4	1	1	2	2	职业规划的方法	1	
	1	2			职业道德	3	
	1	2	1		职业道德认知	1	
5	1	2	1	1	职业道德的概念与特征	1	
6	1	2	1	2	职业道德的产生与发展	1	
	1	2	2		职业道德的主要内容	2	
7	1	2	2	1	职业精神	1	
8	1	2	2	2	职业意识	1	
9	1	2	2	3	职业态度	1	
	2				基础知识	15	
	2	1			连锁经营管理知识	3	
	2	1	1		连锁经营相关概念	2	
10	2	1	1	1	连锁经营内涵	1	
11	2	1	1	2	连锁经营业态	1	
12	2	1	1	3	连锁经营模式	1	
13	2	1	1	4	连锁经营组织架构	1	
	2	1	2		连锁经营发展	1	
14	2	1	2	1	世界连锁经营发展历史	1	
15	2	1	2	2	中国连锁经营发展	1	
16	2	1	2	3	连锁经营发展展望	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	三级
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	2			安全知识	4	
	2	2	1		消防安全	1	
17	2	2	1	1	燃烧与火灾	1	
18	2	2	1	2	企业消防安全管理	1	
	2	2	2		人身安全	1	
19	2	2	2	1	员工安全	1	
20	2	2	2	2	顾客安全	1	
	2	2	3		食品安全	1	
21	2	2	3	1	食品安全标准	1	
22	2	2	3	2	食品安全管理体系	1	
	2	2	4		信息安全	1	
23	2	2	4	1	信息安全涉及的内容	1	
24	2	2	4	2	信息安全管理体系	1	
	2	3			环保知识	2	
	2	3	1		节能减排	1	
25	2	3	1	1	节能减排相关概念	1	
26	2	3	1	2	国家节能减排重要工程	1	
	2	3	2		绿色物流	1	
27	2	3	2	1	绿色物流的内涵	1	
28	2	3	2	2	绿色物流实施策略	1	
	2	4			相关法律、法规知识	6	
	2	4	1		与市场营销相关的法规	4	
29	2	4	1	1	中华人民共和国产品质量法	1	
30	2	4	1	2	中华人民共和国价格法	1	
31	2	4	1	3	中华人民共和国商标法	1	
32	2	4	1	4	中华人民共和国广告法	1	
33	2	4	1	5	中华人民共和国反不正当竞争法	1	
34	2	4	1	6	中华人民共和国消费者权益保护法	1	
35	2	4	1	7	中华人民共和国食品安全法	1	
	2	4	2		与公司经营相关的法律法规	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	三级
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			
36	2	4	2	1	中华人民共和国公司法	1	
37	2	4	2	2	商业特许经营管理条例	1	
	2	4	3		与劳动者相关的法律法规	1	
38	2	4	3	1	中华人民共和国劳动法	1	
39	2	4	3	2	中华人民共和国劳动合同法	1	
	3				产品管理	20	
	3	1			产品计划执行与评估	5	
	3	1	1		产品陈列	1	
40	3	1	1	1	产品陈列原则	1	
41	3	1	1	2	产品陈列类型	1	
42	3	1	1	3	产品陈列方法	1	
43	3	1	1	4	产品陈列工具	1	
	3	1	2		产品策略制定	1	
44	3	1	2	1	品类策略确定	1	
45	3	1	2	2	产品组合战术	1	
	3	1	3		市场环境分析	1	
46	3	1	3	1	市场环境的构成	1	
47	3	1	3	2	市场环境分析方法	1	
	3	1	4		竞争店分析	1	
48	3	1	4	1	竞争者的类型	1	
49	3	1	4	2	店铺基本竞争战略	1	
50	3	1	4	3	竞争店调查流程	1	
51	3	1	4	4	竞争店调查内容	1	
	3	1	5		供应商评估	1	
52	3	1	5	1	供应商选择	1	
53	3	1	5	2	供应商评价	1	
54	3	1	5	3	供应商日常管理	1	
55	3	1	5	4	供应商绩效考核	1	
	3	2			商品经营分析	5	
	3	2	1		品类	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	三级
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			
56	3	2	1	1	商品结构	1	
57	3	2	1	2	商品组织结构表	1	
58	3	2	1	3	品类配置商品组合	1	
	3	2	2		小分类单品数量确定	1	
59	3	2	2	1	单品数量确定	1	
60	3	2	2	2	小分类单品配置基本思路	1	
	3	2	3		商品价格带	1	
61	3	2	3	1	价格带的概念	1	
62	3	2	3	2	价格定位方法	1	
63	3	2	3	3	分类中最低价格的确定	1	
64	3	2	3	4	分类中不同价格带单品配置	1	
	3	2	4		商品关联分析	1	
65	3	2	4	1	关联商品的概念	1	
66	3	2	4	2	ABC 分类法	1	
67	3	2	4	3	四象限商品分类	1	
	3	2	5		购物篮系数	1	
68	3	2	5	1	购物篮系数的概念	1	
69	3	2	5	2	购物篮系数的计算	1	
70	3	2	5	3	购物篮分析的应用	1	
	3	3			采购管理	7	
	3	3	1		采购战略	1	
71	3	3	1	1	采购战略认知	1	
72	3	3	1	2	采购战略构思	1	
	3	3	2		采购实施	1	
73	3	3	2	1	采购需求分析	1	
74	3	3	2	2	采购计划编制	1	
75	3	3	2	3	采购方式选择	1	
	3	3	3		采购控制	1	
76	3	3	3	1	采购价格控制	1	
77	3	3	3	2	采购品质控制	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	三级
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			
78	3	3	3	3	采购成本控制	1	
79	3	3	3	4	采购库存控制	1	
	3	3	4		订货	1	
80	3	3	4	1	订货的概念	1	
81	3	3	4	2	定期订货	1	
82	3	3	4	3	定量订货	1	
	3	3	5		特殊订货	1	
83	3	3	5	1	特殊订货的概念	1	
84	3	3	5	2	特殊订货决策	1	
	3	3	6		补货	1	
85	3	3	6	1	补货流程	1	
86	3	3	6	2	补货方式	1	
87	3	3	6	3	补货时机	1	
88	3	3	6	4	补货作业要领	1	
	3	3	7		自动补货	1	
89	3	3	7	1	自动补货的概念	1	
90	3	3	7	2	自动补货流程	1	
	3	4			库存管理	3	
	3	4	1		库存管理认知	1	
91	3	4	1	1	库存的类型	1	
92	3	4	1	2	库存管理的相关费用	1	
93	3	4	1	3	库存管理实践	1	
	3	4	2		库存数据分析与管理方法	1	
94	3	4	2	1	ABC 分类管理法	1	
95	3	4	2	2	经济订货批量法	1	
	3	4	3		库存盘点	1	
96	3	4	3	1	库存盘点认知	1	
97	3	4	3	2	库存盘点的方法	1	
98	3	4	3	3	库存盘点流程	1	
99	3	4	3	4	库存盘点差异分析与处理	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	三级
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				营销管理	20	
	4	1			顾客需求调查	8	
	4	1	1		顾客需求	1	
100	4	1	1	1	顾客需求的类型	1	
101	4	1	1	2	顾客需求的识别	1	
	4	1	2		消费者行为	3	
102	4	1	2	1	消费者心理认知	1	
103	4	1	2	2	消费者个性心理分析	1	
104	4	1	2	3	消费者群体心理分析	1	
105	4	1	2	4	营销活动与消费者心理	1	
	4	1	3		顾客调查	3	
106	4	1	3	1	顾客调查方案设计	1	
107	4	1	3	2	顾客调查问卷设计	1	
108	4	1	3	3	顾客调查实施	1	
109	4	1	3	4	顾客调查报告撰写	1	
	4	1	4		顾客满意与忠诚	1	
110	4	1	4	1	顾客满意	1	
111	4	1	4	2	顾客忠诚	1	
	4	2			促销管理	12	
	4	2	1		促销认知	1	
112	4	2	1	1	促销的作用	1	
113	4	2	1	2	促销人员素质养成	1	
	4	2	2		促销策略	2	
114	4	2	2	1	人员促销	1	
115	4	2	2	2	广告促销	1	
116	4	2	2	3	公关促销	1	
117	4	2	2	4	销售促进	1	
	4	2	3		促销方案设计	1	
118	4	2	3	1	营业推广促销方案设计	1	
119	4	2	3	2	公关关系促销方案设计	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	三级
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			
120	4	2	3	3	广告促销方案设计	1	
	4	2	4		促销实施	3	
121	4	2	4	1	促销接近	1	
122	4	2	4	2	促销洽谈	1	
123	4	2	4	3	促销成交	1	
	4	2	5		促销评估	5	
124	4	2	5	1	促销预算分析	1	
125	4	2	5	2	促销成本分析	1	
126	4	2	5	3	促销效果分析	1	
127	4	2	5	4	时间管理	1	
128	4	2	5	5	效率管理	1	
	5				营运管理	20	
	5	1			规范与质量管理	12	
	5	1	1		门店管理认知	1	
129	5	1	1	1	门店管理的目的、要素与职能	1	
130	5	1	1	2	门店现场管理的基本内容	1	
	5	1	2		认识门店管理者	2	
131	5	1	2	1	门店管理者的角色与素质	1	
132	5	1	2	2	门店管理者的工作职责	1	
133	5	1	2	3	门店管理者的管理重点	1	
	5	1	3		质量管理	2	
134	5	1	3	1	质量管理的概念与特点	1	
135	5	1	3	2	质量管理体系	1	
136	5	1	3	3	全面质量管理	1	
137	5	1	3	4	PDCA 循环	1	
138	5	1	3	5	质量管理的方法	1	
	5	1	4		门店服务质量管理	1	
139	5	1	4	1	服务过程的管理与控制	1	
140	5	1	4	2	客户满意度量	1	
141	5	1	4	3	客户忠诚度量	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	三级
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			
	5	1	5		督导管理	2	
142	5	1	5	1	督导管理基本内容	1	
143	5	1	5	2	督导人员基本职责	1	
144	5	1	5	3	督导管理的方法	1	
	5	1	6		门店外部环境	1	
145	5	1	6	1	门店外观规划	1	
146	5	1	6	2	门店诱导设施规划	1	
147	5	1	6	3	门店出入口规划	1	
	5	1	7		门店内部环境	2	
148	5	1	7	1	内部空间组合	1	
149	5	1	7	2	流动线规划	1	
150	5	1	7	3	卖场橱窗	1	
151	5	1	7	4	磁石点	1	
	5	1	8		企业形象	1	
152	5	1	8	1	企业形象识别系统	1	
153	5	1	8	2	企业 CIS 导入步骤与实施流程	1	
154	5	1	8	3	设计与开发企业 CIS 系统	1	
	5	2			客服管理	8	
	5	2	1		门店客户服务	1	
155	5	2	1	1	现代客户服务理念	1	
156	5	2	1	2	门店客户服务内容	1	
157	5	2	1	3	门店客户服务基本技巧	1	
	5	2	2		顾客投诉管理	1	
158	5	2	2	1	顾客投诉意见的类型	1	
159	5	2	2	2	顾客投诉处理流程	1	
160	5	2	2	3	顾客流失和挽留	1	
161	5	2	2	4	提高客户服务质量的方法	1	
	5	2	3		门店安全管理概述	3	
162	5	2	3	1	安全管理基本理论	1	
163	5	2	3	2	人的行为与安全管理	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	三级
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			
164	5	2	3	3	人的心理与安全管理	1	
165	5	2	3	4	安全文化与安全管理	1	
166	5	2	3	5	门店安全管理的主要内容	1	
167	5	2	3	6	突发事件及其处理方式	1	
168	5	2	3	7	门店食品安全及其处理方式	1	
169	5	2	3	8	门店环境安全及其处理方式	1	
	5	2	4		消防安全	1	
170	5	2	4	1	认识火灾	1	
171	5	2	4	2	建筑环境与消防安全	1	
172	5	2	4	3	火灾应对	1	
	5	2	5		冲突管理	2	
173	5	2	5	1	冲突的类型	1	
174	5	2	5	2	冲突发展的阶段	1	
175	5	2	5	3	团队冲突产生的原因	1	
176	5	2	5	4	冲突管理风格	1	
177	5	2	5	5	冲突管理措施	1	
	6				信息与数字化管理	10	
	6	1			信息系统数据采集与处理	5	
	6	1	1		购买者决策树调查	1	
178	6	1	1	1	消费者购买决策	1	
179	6	1	1	2	定性与定量调研	1	
180	6	1	1	3	购买者决策树问卷设计	1	
	6	1	2		客户数据分析	1	
181	6	1	2	1	客户指标	1	
182	6	1	2	2	客户特征分析	1	
183	6	1	2	3	客户信息收集	1	
184	6	1	2	4	客户信息处理	1	
	6	1	3		门店销售预测	1	
185	6	1	3	1	销售目标制定	1	
186	6	1	3	2	销售预测方法	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	三级
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			
	6	1	4		库存需求预测	1	
187	6	1	4	1	库存需求预测方法	1	
188	6	1	4	2	库存需求预测内容	1	
189	6	1	4	3	库存需求预测影响因素	1	
190	6	1	4	4	库存需求性质	1	
	6	1	5		销售数据分析	1	
191	6	1	5	1	销售情况数据分析	1	
192	6	1	5	2	商品结构数据分析	1	
193	6	1	5	3	价格体系数据分析	1	
	6	2			数字化运营	2	
	6	2	1		精准营销	1	
194	6	2	1	1	精准营销的理论基础	1	
195	6	2	1	2	精准营销的市场定位体系	1	
	6	2	2		新媒体营销	1	
196	6	2	2	1	新媒体营销认知	1	
197	6	2	2	2	新媒体营销工具	1	
198	6	2	2	3	新媒体营销文案	1	
199	6	2	2	4	微博营销	1	
200	6	2	2	5	微信营销	1	
201	6	2	2	6	社群营销	1	
202	6	2	2	7	视频营销	1	
	6	3			办公室自动化管理	3	
	6	3	1		Excel 数据收集	1	
203	6	3	1	1	Excel 表单	1	
204	6	3	1	2	数字类型	1	
205	6	3	1	3	Excel 单元格	1	
206	6	3	1	4	数据图表	1	
207	6	3	1	5	数字格式	1	
208	6	3	1	6	数据采集相关理论	1	
209	6	3	1	7	数据采集技术	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	三级
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			
	6	3	2		Excel 常用函数处理数据	1	
210	6	3	2	1	创建函数公式	1	
211	6	3	2	2	计数函数	1	
212	6	3	2	3	求和函数	1	
213	6	3	2	4	平均值	1	
214	6	3	2	5	最大值最小值	1	
215	6	3	2	6	IF 类函数	1	
216	6	3	2	7	日期和时间函数	1	
217	6	3	2	8	分类汇总	1	
218	6	3	2	9	VLOOKUP 函数	1	
219	6	3	2	10	数据透视表	1	
	6	3	3		Excel 数据分析	1	
220	6	3	3	1	数据清洗	1	
221	6	3	3	2	比较分析	1	
222	6	3	3	3	分组分析	1	
223	6	3	3	4	平均分析	1	
224	6	3	3	5	结构分析	1	
225	6	3	3	6	交叉分析	1	
226	6	3	3	7	数据可视化	1	
227	6	3	3	8	数据分析报告展示	1	
	7				人员管理	5	
	7	1			招聘与培训	3	
	7	1	1		招聘	1	
228	7	1	1	1	招聘概述	1	
229	7	1	1	2	招聘流程	1	
230	7	1	1	3	招聘渠道	1	
	7	1	2		面试	1	
231	7	1	2	1	面试类型	1	
232	7	1	2	2	面试测评	1	
233	7	1	2	3	面试技巧	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	三级
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			
234	7	1	2	4	面谈六步法	1	
	7	1	3		员工培训	1	
235	7	1	3	1	培训需求分析	1	
236	7	1	3	2	培训对象及内容分析	1	
237	7	1	3	3	培训课程设计	1	
238	7	1	3	4	培训方法运用	1	
239	7	1	3	5	培训经费设计	1	
240	7	1	3	6	组织实施培训	1	
241	7	1	3	7	培训效果评估	1	
	7	2			团队与绩效管理	2	
	7	2	1		团队管理	1	
242	7	2	1	1	团队概述	1	
243	7	2	1	2	高效团队	1	
244	7	2	1	3	团队目标管理	1	
245	7	2	1	4	领导力	1	
246	7	2	1	5	激励	1	
247	7	2	1	6	授权管理	1	
	7	2	2		绩效管理	1	
248	7	2	2	1	绩效管理概述	1	
249	7	2	2	2	绩效计划制定	1	
250	7	2	2	3	绩效实施	1	
251	7	2	2	4	绩效考评	1	
252	7	2	2	5	绩效反馈	1	
253	7	2	2	6	绩效结果应用	1	
	8				财务管理	5	
	8	1			资产管理	2	
	8	1	1		损耗	1	
254	8	1	1	1	损耗产生原因	1	
255	8	1	1	2	门店重点区域损耗预防与管理	1	
256	8	1	1	3	损耗管控	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	三级
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			
257	8	1	1	4	偷盗行为的形成与预防	1	
258	8	1	1	5	欺诈行为的形成与预防	1	
	8	1	2		盘点管理	1	
259	8	1	2	1	盘点相关概念	1	
260	8	1	2	2	盘点方法	1	
261	8	1	2	3	盘点作业	1	
262	8	1	2	4	盘点工作要点	1	
263	8	1	2	5	盘点结果处理	1	
	8	2			资金管理	1	
	8	2	1		现金管理	1	
264	8	2	1	1	企业现金持有动机	1	
265	8	2	1	2	企业现金持有成本	1	
266	8	2	1	3	最佳现金持有量管理	1	
267	8	2	1	4	现金日常收支管理	1	
268	8	2	1	5	应收账款功能	1	
269	8	2	1	6	应收账款成本	1	
270	8	2	1	7	应收账款政策制定	1	
271	8	2	1	8	应收账款政策选择	1	
272	8	2	1	9	应收账款日常管理	1	
	8	3			报表分析	2	
	8	3	1		销售日报表分析	1	
273	8	3	1	1	销售额	1	
274	8	3	1	2	周转率	1	
275	8	3	1	3	营业收入	1	
276	8	3	1	4	动销率	1	
277	8	3	1	5	售罄率	1	
278	8	3	1	6	折扣率	1	
279	8	3	1	7	客单价	1	
280	8	3	1	8	复购率	1	
281	8	3	1	9	转化率	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	三级
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			
282	8	3	1	10	SKU 分析	1	
	8	3	2		门店利润表分析	1	
283	8	3	2	1	销售毛利率	1	
284	8	3	2	2	销售净利率	1	
285	8	3	2	3	总资产净利率	1	
286	8	3	2	4	总资产报酬率	1	
287	8	3	2	5	销售增长率	1	
288	8	3	2	6	利润增长率	1	
289	8	3	2	7	股东收益增长率	1	
290	8	3	2	8	成本与费用分析	1	
291	8	3	2	9	存货周转率	1	
292	8	3	2	10	存货周转次数	1	
293	8	3	2	11	存货周转天数	1	
294	8	3	2	12	商品适销率	1	

连锁经营管理师（三级） 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	三级
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	40分	
	1	1		产品分析	20分	
1	1	1	1	销售额预测	20分	
2	1	1	2	产品采销匹配		
3	1	1	3	产品价格带计算		
4	1	1	4	产品价格带设定因素分析		
5	1	1	5	残次品产生原因及解决办法		
6	1	1	6	产品丢失产生原因及解决办法		
7	1	1	7	购买连带率计算		
8	1	1	8	连带率销售额计算		
9	1	1	9	产品购物篮分析		
	1	2		采购管理	20分	
10	1	2	1	采购计划制定		
11	1	2	2	采购量确定		
12	1	2	3	制作产品加订订单表		
13	1	2	4	加订订单操作流程		
14	1	2	5	特殊产品订购		
15	1	2	6	自动补货参数制定		
16	1	2	7	库存数据分析		
17	1	2	8	盘点报告分析		
18	1	2	9	盘点数据分析		
	2			营销管理与营运管理	40分	
	2	1		促销管理	20分	
19	2	1	1	顾客购买行为调查		
20	2	1	2	顾客需求与购买行为分析		
21	2	1	3	会员管理要素分析		
22	2	1	4	会员数据分析		

23	2	1	5	促销方式选择	
24	2	1	6	促销筹备流程	
25	2	1	7	促销备货量确定	
26	2	1	8	制定促销价格	
27	2	1	9	制定广告促销策略	
28	2	1	10	调查问卷设计	
29	2	1	11	市场调查准备	
	2	2		客服管理	
30	2	2	1	投诉类型的判断	
31	2	2	2	处理顾客投诉的步骤	
32	2	2	3	线上投诉的回复方式	
33	2	2	4	处理顾客投诉的方法	
34	2	2	5	顾客投诉的改进措施	
	3			数字化管理与人员管理	20分
	3	1		数字化管理	10分
35	3	1	1	顾客数据分析	
36	3	1	2	销售数据分析	
37	3	1	3	平效差异分析	
38	3	1	4	人效差异分析	
39	3	1	5	毛利额差异分析	
40	3	1	6	库存预测	
41	3	1	7	智能补货	
	3	2		员工绩效管理	10分
42	3	2	1	绩效改进	
43	3	2	2	团队协作	
44	3	2	3	团队建设	
45	3	2	4	制度培训	
46	3	2	5	面试评估	
47	3	2	6	指导管理	

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 . 俗话说三百六十行，行行出状元，所以职业一共有 360 种之多。（ ）
- 2 . 职业生涯是一个人一生所有与职业相连的行为与活动以及相关的态度、价值观、愿望等连续性经历的过程，也是一个人一生中职业、职位的变迁及职业目标的实现过程。（ ）
- 3 . 确定好目标，接下来要做的就是规划职业生涯发展路线，主要有技术路线、管理路线，以及技术+管理路线等多种选择，结合自身情况制定即可。（ ）
- 4 . 职业的首要任务是要能够满足自己的物质需求，所以在做职业生涯规划的时候，“拜金主义法”是我们首选的方法。（ ）
- 5 . 诚实守信是职业道德的基础。（ ）
- 6 . 社会主义的职业道德是适应社会主义物质文明和精神文明建设的需要，在共产主义道德原则的指导下，批判地继承了历史上优秀的职业道德传统的基础上发展起来的。（ ）
- 7 . 职业精神是一般地反映社会精神的要求，是着重反映职业的一般利益和要求；不是在普遍的社会实践中产生的。（ ）
- 8 . 服务意识是敬业精神的延伸，就是指愿意把自己所从事的工作以及给他人带去方便和块垒当做自己应该做的事情。（ ）
- 9 . 个人的职业态度，对其职业选择的行为有所影响，观念正确、心态健全的人，对职业的选择较积极、慎重，作出正确选择的机会较大。（ ）

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 . （ ）指职业作为人们赖以谋生的劳动过程中所具有的逐利性一面。
(A) 职业的时代性
(B) 职业的功利性
(C) 职业的规范性
(D) 职业的技术性
- 2 . 大学生在职业生涯发展过程中需要不断尝试各种实践工作，因为此时大学生正处于职业生涯的（ ）。
(A) 成长阶段
(B) 探索阶段
(C) 确立阶段
(D) 维持阶段
- 3 . 职业生涯的中期规划一般需要（ ）。
(A) 1-2 年
(B) 2-3 年
(C) 2-5 年
(D) 3-5 年

- 4 .当我们 法选择的时候，不妨跳出选择本 ，看看“我为什么会被选择困住？”或者“我最后要达成什么样的 的？哪个选择距离我的目标更接近。”以上思考采用了生涯规划的（ ）。
- (A) 自然发生法
(B) 刻板印象法
(C) 拜金主义法
(D) 橱窗游走法
- 5 .职业道德是一种（ ）的约束机制。
- (A) 外在的、强制性
(B) 外在的、非强制性
(C) 内在的、强制性
(D) 内在的、非强制性
- 6 .“疾小不可云大，事易不可云难，贫富用心皆一，贵贱使药无别”是（ ）的表现。
- (A) 师德
(B) 官德
(C) 医德
(D) 将德
- 7 .职业精神与职业生活相结合，具有较强的（ ）。
- (A) 稳定性和连续性
(B) 稳定性和非连续性
(C) 稳定性和阶段性
(D) 不确定性和连续性
- 8 .“一诺千金”、“言必行，行必果”体现了职业意识的（ ）方面。
- (A) 质量意识
(B) 诚信意识
(C) 团队意识
(D) 责任意识
- 9 .一般人认为医生、律师、艺术家有较高的社会地位，清洁人员好象就是不入流的工作，这种职业态度受到了（ ）的影响。
- (A) 自我因素
(B) 职业因素
(C) 社会因素
(D) 家庭因素

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（ ）属于职业的属性。
- (A) 时代性
(B) 功利性
(C) 规范性
(D) 无偿性
- 2 .孔子曰：“三十而立，四十而不惑，五十而知天命，六十而耳顺，七十而从心所欲。”这句话体现了职业生涯的（ ）。

- (A) 独特性
 - (B) 终身性
 - (C) 发展性
 - (D) 可行性
- 3 . 职业生涯规划是指个人在选定的职业领域内未来时点上所要达到的具体目标，包括（ ）。
- (A) 短期目标
 - (B) 近期目标
 - (C) 中期目标
 - (D) 长期目标
- 4 . 以下关于职业生涯规划方法表达正确的有（ ）。
- (A) 橱窗游走法告诉我们有时候最好的选择，就是没有选择。
 - (B) 合法合理地追求经济利益最大化是没有错的。
 - (C) 前趋势法容易导致“酸葡萄心理”。
 - (D) 前趋势法，可以降低我们的外在风险，但是这个时候容易出现“盲从众”，并且会忽略 的个 感受。
- 5 . 职业道德是人民在进行职业活动过程中一切符合职业要求的（ ）的总和。
- (A) 心理意识
 - (B) 行为准则
 - (C) 道德规范
 - (D) 行为规范
- 6 . 职业道德较之一般社会道德，具有的特点包括（ ）。
- (A) 职业道德是在历史上形成的、特定的职业环境中产生和发展起来的。
 - (B) 职业道德反映着特定的职业关系，具有特定职业的业务特征。
 - (C) 职业道德通常以规章制度、工作守则、服务公约、劳动规程、行为须知等形式表现出来。
 - (D) 职业道德常常形成世代相袭的职业传统和比较稳定的职业心理和习惯，因此具有较强的稳定性和连续性。
- 7 . 职业精神的实践内涵体现在（ ）。
- (A) 敬业
 - (B) 勤业
 - (C) 创业
 - (D) 立业
- 8 . 规范意识是现代社会每个职业人必备的一种职业意识。规范意识包括（ ）。
- (A) 具有规范知识
 - (B) 具有规范自身的愿望和习惯
 - (C) 具有遵守规范的内在需要
 - (D) 具规范的技术要求
- 9 . 职业态度容易受到（ ）的影响。
- (A) 自我因素
 - (B) 职业因素
 - (C) 社会因素
 - (D) 家庭因素

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 . 连锁经营的专业化表现在总部与门店的专业分工、各个环节、岗位、人员的专业分工。（ ）
- 2 . 专业店的商品能赢得顾客的心，是因为其商品在某一类商品上做到了品种齐全，或在某一种商品上做到了款式多样、花色齐全。（ ）
- 3 . 连锁经营模式中的直营模式，经营范围广泛，尤其在零售行业、快餐业、服务业中最为突出。（ ）
- 4 . 特许经营是特许总部将自己开发的产品、服务、商标和经营模式等许可给加盟店去经营，加盟店需出钱购买，因此，总店与加盟店不是同一资本。（ ）
- 5 . 百货商店最早在 1852 年产生于美国芝加哥。（ ）
- 6 . 1998 年我国原国家国内贸易局颁布了《零售业态分类规范意见》，标志着“业态”正式得到了官方认可。（ ）
- 7 . 全渠道经营由 PC 电商、移动电商和第三方平台三方面构成。（ ）
- 8 . 燃素学说认为，某种物体之所以能燃烧是因为其中含有一种燃烧素，燃烧时，燃烧素就从物体内逸出。（ ）
- 9 . 在设有车间或仓库的建筑物内，不得设置员工集体宿舍。（ ）
- 10 . 安全文化是安全管理的基本要求。（ ）
- 11 . 许多连锁企业门店的设备老化，或是从不做定期保养和检查。这样不仅可能危害到消费者的利益，门店内部员工的工作安全也无法得到保障。（ ）
- 12 . 食品检验机构对出具的食物检验报告负责，检验人对出具的食物检验报告不承担相关责任。（ ）
- 13 . 对地方特色食品，没有食品安全国家标准的，省、自治区、直辖市人民政府卫生行政部门可以制定并公布食品安全地方标准。（ ）
- 14 . 对数据进行加密传输可以有效防范网络监听带来的风险。（ ）
- 15 . 息安全管理体系是组织在整体或特定范围内建立信息安全方针和目标，以及完成这些目标所用方法的体系。（ ）
- 16 . 环境标准是为了保护人群健康从而对大气，水，土壤等环境质量的监测方法以及其他需要所指定的标准。（ ）
- 17 . 国家鼓励和引导公民使用节能、节水、节材和有利于保护环境的产品及再生产品，减少废物的产生量和排放量。（ ）
- 18 . 绿色流通加工是指出于环保考虑的无污染的流通加工方式及相关政策措施的总和。（ ）
- 19 . 目前国家已经形成一套完整的回收包装废弃物的有效机制和相关政策配套。（ ）
- 20 . 在中华人民共和国境内从事产品生产、销售活动，必须遵守《中华人民共和国产品质量法》。（ ）

- 21 . 政府指导价是指由政府价格主管部门或者其他有关部门,按限定价权限和范围制定的价格。()
- 22 . 商标异议申请应当向商标局提出。()
- 23 . 烟草制品生产者或者销售者发布的迁址、更名、招聘等启事中,不得含有烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容。()
- 24 . 《中华人民共和国反不正当竞争法》是为了加强对产品质量的监督管理,提高产品质量水平,明确产品质量责任,保护消费者的合法权益,维护社会经济秩序而制定。()
- 25 . 消费者通过网络交易平台购买商品或者接受服务,其合法权益受到损害的,可以向销售者或者服务者要求赔偿。网络交易平台提供者不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的,消费者也可以向网络交易平台提供者要求赔偿;网络交易平台提供者作出更有利于消费者的承诺的,应当履行承诺。网络交易平台提供者赔偿后,有权向销售者或者服务者追偿。()
- 26 . 食品生产经营许可证的有效期为5年。()
- 27 . 股份有限公司董事会的组成人数为3-17人。()
- 28 . 特许经营知识产权是一种看不见、摸不着的非物质化财产权。()
- 29 . 休息权属于劳动权,是劳动权的必要补充。()
- 30 . 劳动合同解除后,用人单位就无需给付劳动者经济补偿金。()

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 . 连锁门店的主要职能是()。
 - (A) 制定连锁企业总目标
 - (B) 制定连锁企业各项服务规范
 - (C) 制定连锁企业各项规章制度
 - (D) 商品的销售与服务及相关的管理作业
- 2 . 经营包括服装、家电、日用品等众多种类商品的大型零售商店的业态是()。
 - (A) 百货商店
 - (B) 超级市场
 - (C) 便利店
 - (D) 折扣店
- 3 . 分店不具有企业法人资格的连锁经营形式是()。
 - (A) 正规连锁
 - (B) 特许加盟
 - (C) 自愿连锁
 - (D) 其他选项都不正确
- 4 . ()是连锁经营总部专门从事某项工作的工作小组形式拓展而来的一种组织形式。
 - (A) 直线型组织结构
 - (B) 职能型组织结构
 - (C) 事业部制组织结构
 - (D) 矩阵结构组织结构
- 5 . 零售业发展的前提条件是()。

- (A) 市场细分
 (B) 以需定销
 (C) 扩大经营规模
 (D) 降低成本
- 6 . 根据我国 2004 年 10 月 1 日开始实施的国家标准《零售业态分类》(GB/T18106-2004)，该标准对百货商店的面积要求为()。
 (A) 4000 平方米以上
 (B) 5000 平方米以上
 (C) 6000 平方米以上
 (D) 3000 平方米以上
- 7 . 全渠道营销包含了 pc 电商、()、零售门店和第三方平台这四个板块。
 (A) 电子商务
 (B) 移动电商
 (C) OTO
 (D) 第三方平台
- 8 . 液体有机物质燃烧的火灾为()类火灾。
 (A) A
 (B) B
 (C) C
 (D) D
- 9 . 消防控制室一般应设在建筑物的()。
 (A) 首层
 (B) 地下室
 (C) 任何一层
 (D) 顶层
- 10 . 目前我国职业病共分 10 大类()种。
 (A) 100
 (B) 110
 (C) 132
 (D) 120
- 11 . 服务业应当把()放在首位。
 (A) 顾客安全
 (B) 企业利益
 (C) 员工安全
 (D) 企业信誉
- 12 . 制定我国《食品安全法》的根本目的是保障公众身体健康和生命安全，其前提是()。
 (A) 保证食品安全
 (B) 保障食品生产者利益
 (C) 保护食品正常出口
 (D) 严惩违法行为
- 13 . 进口食品、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) 我国食品安全标准

- (C) 国际食品安全标准
(D) 第三国食品安全标准
- 14 . 在客户机 / 服务器网络中，最常见的安全问题是()。
- (A) 过期的软件
(B) 旧的账号
(C) 不安全的端口
(D) 浏览器缺陷
- 15 . 信息安全管理体系是按照 () 标准《信息技术安全技术信息安全管理体系要求》的要求进行建立的。
- (A) ISO/IEC 27001
(B) BS7799-2
(C) IEC 27001
(D) ISO 27001
- 16 . 以下哪一项为环境指标 () 。
- (A) 减少有害原料使用
(B) 提高员工环境意识
(C) 较少原材料使用
(D) 二氧化硫浓度低于 200mg/m³
- 17 . 根据《环境影响评价技术导则—地下水环境》，根据()，将地下水分为包气带水、潜水和承压水。
- (A) 埋藏条件
(B) 来源
(C) 受引力作用的条件
(D) 含水空隙的类型
- 18 . 国家物流术语标准对绿色物流的定义是：在物流过程中 () 物流对环境造成危害的同时，实现对物流环境的净化，使物流资源得到充分利用。
- (A) 阻止
(B) 抑制
(C) 预防
(D) 补偿
- 19 . 美国为了进一步拓展塑料的应用领域于 () 年建立了“废旧塑料研究基金会”及“塑料回收研究中心”。
- (A) 1985
(B) 1995
(C) 1986
(D) 1996
- 20 . () 是为了加强对产品质量的监督管理，提高产品质量水平，明确产品质量责任，保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序而制定。
- (A) 《中华人民共和国产品质量法》
(B) 《中华人民共和国消费者权益保护法》
(C) 《中华人民共和国食品安全法》
(D) 《中华人民共和国反不正当竞争法》
- 21 . 价格法规定，政府指导价，政府定价的定价权限和具体适用范围，以中央和地方() 为依据。

- (A) 听证目录
(B) 定价目录
(C) 价格控制目录
(D) 调价目录
22. 根据我国商标法规定，办理续展的申请时间只能是（ ）。
- (A) 期满前 3 个月内
(B) 期满后 3 个月内
(C) 期满前后各 3 个月
(D) 期满前后各 6 个月
23. 因发布虚假广告被吊销营业执照的公司、企业的法定代表人，对违法行为负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起（ ）年内不得担任公司、企业的董事、监事、高级管理人员。
- (A) 1
(B) 2
(C) 3
(D) 5
24. 根据我国《反不正当竞争法》和相关法律的规定，下列哪一种关于诋毁商誉行为的表述是正确的？（ ）
- (A) 新闻单位被经营者唆使对其他经营者从事诋毁商誉行为的，可与经营者构成共同的不正当竞争行为
(B) 经营者通过新闻发布会形式发布影响其他同业经营者商誉的信息，只要该信息是真实的，不构成诋毁行为
(C) 诋毁行为只能是针对市场上某一特定竞争对手实施的
(D) 经营者对其他竞争者进行诋毁，必须是广而告之的，如果只告知几个人，不构成诋毁行为。
25. 《中华人民共和国消费者权益保护法》赋予消费者的第一项权利是（ ）。
- (A) 安全保障权
(B) 知悉权
(C) 请求权
(D) 自主选择权
26. 生产不符合食品安全标准的食品或者经营明知是不符合食品安全标准的食品，消费者除要求赔偿损失外，还可以向生产者或者经营者要求支付货款（ ）或者损失（ ）的赔偿金。（ ）
- (A) 3 倍 10 倍
(B) 10 倍 3 倍
(C) 5 倍 10 倍
(D) 10 倍 5 倍
27. 根据《公司法》的规定，有限责任公司的股东在（ ）不得再抽逃其出资。
- (A) 缴纳出资后
(B) 经法定验资机构验资后
(C) 提出公司设立登记申请后
(D) 公司成立后
28. 特许经营中，不同的商家之间通过诋毁竞争对手、伪造对竞争对手不利的假新闻等，争夺客源等行为属于（ ）。

- (A) 不正当竞争行为
 - (B) 垄断行为
 - (C) 侵犯商家隐私行为
 - (D) 侵犯专利权行为
- 29 . 下列法律关系中适用劳动法调整的是（ ）。
- (A) 公司董事与公司的关系
 - (B) 在某饭店从事社会实践实习的学生与饭店间的关系
 - (C) 丁公司为其职工购房向银行提供担保而发生的关系
 - (D) 某律师事务所与其聘请的助理之间的关系
- 30 . 下列选项中关于劳动合同解除的表述，错误的是（ ）。
- (A) 劳动合同经双方协商一致可以解除
 - (B) 劳动者在试用期内可以随时解除劳动合同
 - (C) 劳动合同解除后双方当事人之间依然应当履行法定义务
 - (D) 用人单位单方解除劳动合同的条件比劳动者单方解除劳动合同的条件严格

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 . 连锁经营管理上的“3S”原则是指（ ）。
- (A) 标准化
 - (B) 规模化
 - (C) 简单化
 - (D) 专业化
- 2 . 以下门店属于服务类业态的有（ ）。
- (A) 餐饮店
 - (B) 百货商店
 - (C) 酒店
 - (D) 便利店
- 3 . 以下属于特许连锁的主要特征的是（ ）。
- (A) 经营权高度集中
 - (B) 统一核算
 - (C) 同一资本
 - (D) 所有权分散
- 4 . 下列属于连锁总部基本职能的是（ ）。
- (A) 基本政策制定
 - (B) 连锁门店开发
 - (C) 商品采购管理
 - (D) 商品促销管理
- 5 . 下列说法正确的是（ ）。
- (A) 商业是一种盈利性事业
 - (B) 商业的事业内容是组织与组织之间、组织和个人之间的商品交换
 - (C) 商业是专业化和社会化的商品交换
 - (D) 商业的主体由两部分构成，一部分是商品的生产者或提供者，一部分是商品的购

- 买者或消费者
- 6 . 下列说法准确的是（ ）。
- (A) 《商业特许经营管理条例》已经 2007 年 1 月 31 日国务院第 167 次常务会议通过。
 (B) 我国 2004 年 10 月 1 日开始实施国家标准《零售业态分类》(GB/T18106-2004)。
 (C) 我国的零售业态主要分为 17 类。
 (D) “业态”一词，大约出现在 20 世纪 60 年代，来源于中国。
- 7 . 新技术背景下网店推广的常用方式包括（ ）。
- (A) 搜索引擎优化
 (B) 搜索引擎营销
 (C) 信息流推广
 (D) 融媒体推广
- 8 . 可燃粉尘爆炸应具备的条件，下列正确的条件是（ ）。
- (A) 粉尘本身具有爆炸性
 (B) 粉尘必须悬浮在空气中并与空气混合到爆炸浓度
 (C) 有足以引起粉尘爆炸的火源
 (D) 粉尘必须与空气混合到爆炸浓度
- 9 . 建筑物的安全疏散设施有（ ）。
- (A) 疏散楼梯
 (B) 疏散走道
 (C) 安全出口
 (D) 应急广播
- 10 . 职业病，是指（ ）等用人单位的劳动者在职业活动中，因接触粉尘、放射性物质和其他有毒、有害因素而引起的疾病。
- (A) 企业
 (B) 社会团体
 (C) 事业单位
 (D) 个体经济
- 11 . 人身安全的主要范围包括（ ）。
- (A) 职场暴力
 (B) 内部威胁
 (C) 外部威胁
 (D) 暴力事件
- 12 . 食品安全事故是指（ ）等源于食品，对人体健康有危害或者可能有危害的事故。
- (A) 食物中毒
 (B) 食源性疾病
 (C) 食品污染
 (D) 食品有害因素
- 13 . 食品安全事故是指（ ）等源于食品，对人体健康有危害或者可能有危害的事故。
- (A) 食物中毒
 (B) 食源性疾病
 (C) 食品污染
 (D) 食品有害因素
- 14 . 信息安全的目标 CIA 指的是（ ）。

- (A) 机密性
(B) 完整性
(C) 可靠性
(D) 可用性
- 15 .信息安全管理的内容包括信息的真实性，信息的完整性，（ ）。
(A) 信息的保密性
(B) 所寄生系统的安全性
(C) 未授权的拷贝
(D) 信息的关联性
- 16 .新建、改建、扩建建设项目，应当配套建设节水设施。节水设施应当与主体工程（ ）。
(A) 同时设计
(B) 同时施工
(C) 同时投产使用
(D) 同时建设
- 17 .国资委对中央企业节能减排实行分类监督管理，按照企业能源消耗及主要污染物排放情况，重点类企业必须满足以下哪三个之一即可。（ ）。
(A) 年耗能超过 200 万吨标准煤
(B) 年耗能在 10 万吨标准煤以上
(C) 年二氧化硫排放量超过 50000 吨
(D) 年化学需氧量排放量超过 5000 吨
- 18 .绿色物流包装系统包括（ ）。
(A) 微观绿色物流包装系统
(B) 宏观绿色物流包装系统
(C) 循环绿色物流包装系统
(D) 再循环绿色物流包装系统
- 19 .加强物流包装废弃物管理的重要意义是（ ）。
(A) 加强物流包装废弃物的管理，走可持续发展之路
(B) 加强物流包装废弃物的管理，是保护环境，造福后代的大事
(C) 加强物流包装废弃物的管理，可以促进物流包装工业的良性循环
(D) 加强物流包装废弃物的管理，促进经济发展
- 20 .根据《中华人民共和国产品质量法》相关规定，售出的产品有下列（ ）情形之一的，销售者应当负责修理、更换、退货。
(A) 不具备产品应当具备的使用性能而事先未作说明的
(B) 不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的
(C) 不符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况的
(D) 将产品投入流通时的科学技术水平尚不能发现缺陷的存在的
- 21 .下列商品实行政府指导价或者政府定价的有（ ）。
(A) 蔬菜
(B) 居民用水
(C) 电视机
(D) 汽油
- 22 .商标许可使用合同中许可人的义务有（ ）。
(A) 保持注册商标的有效性

- (B) 监督被许可人使用注册商标的商品质量
 (C) 未经被许可人同意，不得向第三人转让注册商标权
 (D) 维护被许可人合法的使用权
23. 以下（ ）情形不得设置户外广告。
 (A) 利用交通安全设施、交通标志的
 (B) 妨碍生产或者人民生活，损害市容市貌的
 (C) 在国家机关、文物保护单位等的建筑控制地带
 (D) 在县级以上地方人民政府禁止设置户外广告的区域
24. 根据我国《反不正当竞争法》和相关法律的规定，下列哪一种关于诋毁商誉行为的表述是错误的？（ ）
 (A) 新闻单位被经营者唆使对其他经营者从事诋毁商誉行为的，可与经营者构成共同的不正当竞争行为
 (B) 经营者通过新闻发布会形式发布影响其他同业经营者商誉的信息，只要该信息是真实的，不构成诋毁行为
 (C) 诋毁行为只能是针对市场上某一特定竞争对手实施的
 (D) 经营者对其他竞争者进行诋毁，必须是广而告之的，如果只告知几个人，不构成诋毁行为。
25. 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，但下列商品除外：（ ）。
 (A) 消费者定作的
 (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) 交付的报纸、期刊
26. 食品生产企业的进货查验记录应当如实记录（ ）。
 (A) 产品名称
 (B) 产品规格
 (C) 产品数量
 (D) 进货日期
27. 张某、李某为甲公司的股东，分别持股 65%与 35%，张某为公司董事长。为谋求更大的市场空间，张某提出吸收合并乙公司的发展战略。关于甲公司的合并行为，下列表述正确的是（ ）。
 (A) 只有取得李某的同意，甲公司内部的合并决议才能有效
 (B) 在合并决议作出之日起 15 日内，甲公司须通知其债权人
 (C) 债权人自接到通知之日起 30 日内，有权对甲公司的合并行为提出异议
 (D) 合并乙公司后，甲公司须对原乙公司的债权人负责
28. 下列选项中，哪些属于特许经营合同履行原则。（ ）
 (A) 统一履行
 (B) 全面履行
 (C) 协作履行
 (D) 适度履行
29. 下列权利中属于劳动者的就业权内容的有（ ）。
 (A) 就业自由权
 (B) 就业平等权
 (C) 解雇限制权

- (D) 接受职业技能培训权
- 30 . 张某去甲公司应聘财务主管，双方签订了劳动合同。下列选项中属于公司可以解除与张某劳动合同的情形包括（ ）。
- (A) 张某在试用期内被证明不符合录用条件
 - (B) 张某因违反交通规则而被行政处罚
 - (C) 张某在哺乳期内，但其不能胜任工作，调整工作岗位仍然不能胜任
 - (D) 张某严重违反单位的劳动纪律

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 . 禁止倒放、倾斜、散包、悬空，禁止超高放置，超重放置，锋利商品要保护起来，是为了让顾客在购物过程中能够方便识别所需要的商品。（ ）
- 2 . 特写式的展示陈列一主要集中介绍某一种商品，这种方法适用于介绍新产品，特色商品。（ ）
- 3 . 当企业需要将商品大量推销给消费者时可以采用集中陈列的方式。（ ）
- 4 . POP 看板是放在卖场出口处的，用图片和文字结合的平面 POP 告知卖场营销信息。（ ）
- 5 . 高效率的品种优化策略目的是提高品类生产力及善用商店货架空间。（ ）
- 6 . 多渠道冲突是指一个生产商通过两条或两条以上的渠道向同一市场分销产品而发生的冲突，其本质是几种分销渠道在同一个市场内争夺同一种顾客群而引起的利益冲突（ ）
- 7 . 相比其他的环境影响因素，政治环境对企业的经营活动有着更广泛而直接的影响。（ ）
- 8 . 对于足够强大的企业而言，外部环境中不存对企业的盈利能力和市场地位构成威胁的因素。（ ）
- 9 . 替代品价格越低、质量越好、用户转换成本越低，其所能产生的竞争压力就强。（ ）
- 10 . 成本领先战略的核心内容是要使企业产品的成本低于竞争对手的成本。（ ）
- 11 . 商圈调研报告当我们对某些数据不确定时，可使用“大概”、“也许”、“差不多”来表述。（ ）
- 12 . 周围门店数量的多少是决定一个零售店铺能否成功的关键因素。（ ）
- 13 . 谈判法是常用的供应商选择方法。（ ）
- 14 . 供应商评价是指利用指标评价体系，对供应商供货质量、供货价格、准时性、信用度等进行评价，为供应商的选择奠定基础。（ ）
- 15 . 供应商关系管理的目的是，通过改善与供应链上游供应商的关系，与供应商建立长期、紧密的业务关系，并通过双方资源和竞争优势的整合来共同开发市场，扩大市场需求和份额，降低产品成本，实现双赢。（ ）
- 16 . 一般说来，评价供应商绩效的准则因素主要包括质量、价格、交货准时程度、供应柔性、售后服务等。（ ）
- 17 . 15000 个品项的卖场一定比 8000 个品项的卖场在商品上更有竞争力。（ ）
- 18 . 零售商各个门店小分类中的单品数量应该是不同的，在中国这样巨大而多样化的市场上，采取全国统一的单品数量是非常不切实际的。（ ）
- 19 . 要适当控制新品的引进速度，否则商品组合会很快又趋于不合理。（ ）

- 20 . 如果我们假设每个小分类中的单品数量不做管理,那么必然就会出现分类中的单品数量越来越少的现象,而且这种趋势几乎是零售商无法自我控制的。()
- 21 . 从门店的角度来看,除了一些特殊的零售业态以外,大部分的零售业态中的门店都希望能吸引商圈内的所有顾客,无法舍弃其中的一部分顾客,而只针对另外一部分顾客,这符合现代零售业的基本经营思想。()
- 22 . 商品的价格带,是指同类商品或一种商品类别中的最低价格和最高价格的差别范围,一般会分成好几个不同的价格区间段。()
- 23 . 边际贡献定价法是竞争导向定价法。()
- 24 . 对于一个分类来说,总有一个价格是分类中的最低价格。()
- 25 . 如果门店缺乏价格分布管理,那么可能导致其市场定位与其所执行的商品组合政策是相违背的。()
- 26 . 在咖啡馆中甜点属于关联商品。()
- 27 . 50%的商品贡献了 50%的商品销售,70%商品贡献了 10%商品销售,说明需要在 B 和 C 类商品中加大促销力度。()
- 28 . 利润贡献商品是指利润贡献高但销售量较低的商品。()
- 29 . 要想提升企业销售业绩,必须改善企业购物篮,全面提升客单价。()
- 30 . 某进口食品超市本月销售 30000 件商品,一共有 9.5 万张销售单,那么该进口食品超市本月购物篮系数为 3。()
- 31 . 我们应该选择销售量小,PI 值小的商品进行促销。()
- 32 . 谈判采购又称战略采购。()
- 33 . 供应商数量由多到少而精是战略采购的关键要素之一。()
- 34 . 改变业绩评估方式是编制采购预算的注意事项。()
- 35 . 投标文件正本和副本如不一致时,应与正本为准。()
- 36 . 批量优惠是联合采购的唯一好处。()
- 37 . 供应商成本的高低是影响采购价格最根本、最直接的因素。()
- 38 . 狭义的商品质量是指特定使用目的的所要求的商品各种特性的总和,即商品的自然属性的综合。()
- 39 . 采购成本的控制就是采购管理,也是企业经营管理的重点。()
- 40 . 集中库存同时也集中了风险,库存越集中,抵御缺货风险能力越强,安全库存水平越低。()
- 41 . 订购商品要有质量保证书,无质保书的要协商好价格和交货条件。()
- 42 . 定期订货库存控制法要求仓库作业人员对库存商品进行严格的控制精心地管理,经常检查、详细记录、认真盘点。()
- 43 . 单价比较便宜,不便于少量订货的产品适合于运用定量订货法。()
- 44 . 追加订货通常是指在计划执行过程中,由外单位临时提出的额外订货任务。()
- 45 . 企业有足够的剩余生产能力,能够保质保量按时完成产品生产任务就可以接受特殊订单。()
- 46 . 补货时先将货架上的商品拿出,清洁货架,然后再将要补充的商品放在里面,做到先进先出。()
- 47 . 托盘补货适合于体积大或出货量多的货品。()
- 48 . 定时补货适用于每批次拣取量不大,紧急插单多以至于一日内作业量不容易事先掌握的情况时。()
- 49 . 补货时要先将原有的商品取下,然后打扫陈列货架,将补充的新产品放在里面,最后

- 将原有商品放在前面，做到先进先出。（ ）
- 50 . 补货点=交货期×平均销售数量+最佳销售陈列量（ ）
- 51 . 当计算出补货数量小于1时，补货数量可以取1。（ ）
- 52 . 在途库存是尚未到达目的地、正处于运输状态或等待运输状态而储备在运输工具中的库存。（ ）
- 53 . 补货费与补货量、补货次数和补货时间有关。（ ）
- 54 . 第三方库存管理是介于供应商管理库存和客户管理之间的一种库存管理方式。（ ）
- 55 . 物料管理 ABC 分析法的基本原理是对客户区别管理。（ ）
- 56 . EOQ 模型就是要使订货费用最省。（ ）
- 57 . 盘点时由初盘人员先清点所负责区域的货品，将清点结果填入各货品的盘存单之下半部分。（ ）
- 58 . 定期盘点就是每天盘点一定数量的库存，按照入库先后顺序来进行，先进来的物品先盘点。（ ）
- 59 . 盘点前必须先核对货架编号，货架编号要按从小到大的顺序填写，不予许空号、漏号或货架号从大到小填写。（ ）
- 60 . 由于人为盘点操作不规范导致的盘点差异可通过再次复盘解决。（ ）

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 . 在商品陈列的过程中要注意商品的放置的高度要适中，这是因为在商品陈列过程中需要遵循（ ）的原则。
- (A) 艺术性
(B) 先进先出
(C) 便于放取
(D) 整齐清洁
- 2 . 纵向陈列有（ ）的好处。
- (A) 消费者在每一项单品注视的时间较长
(B) 消费者能一次性轻而易举看清所有商品
(C) 消费者要看清商品需要反复折返好几次
(D) 符合人类视觉偏好
- 3 . 以下（ ）适用于悬挂式陈列。
- (A) 方便面
(B) 食用油
(C) 袜子
(D) 啤酒
- 4 . 对于无法整齐摆放得商品，最好使用分（ ）。
- (A) 挂钩
(B) 隔栏
(C) 护栏
(D) 拐角层板
- 5 . 下列各项品类策略与品类角色关系的表述正确的是（ ）。
- (A) 同一品类在不同的商店承担相同角色
(B) 品类角色不同，零售商为了统一管理、提升效率，应该对该品类使用统一的经营策略

- (C) 同样的品类角色，应该使用不同的品类策略
 (D) 品类策略应深入品类内部，即不同的次品类可以有不同的策略
- 6 . 下列商品中最适合采用习惯定价策略的是（ ）。
- (A) 鲜花
 (B) 口红
 (C) 服装
 (D) 大米
- 7 . 下列哪些资源不属于企业无形资产？（ ）
- (A) 技术资源
 (B) 企业文化
 (C) 人力资源
 (D) 组织资源
- 8 . 企业选择利用其长处去避免或减轻外在威胁的打击，此时企业利用的是（ ）战略。
- (A) SO
 (B) WO
 (C) ST
 (D) WT
- 9 . 中国移动与中国电信、可口可乐与百事之间属于（ ）
- (A) 行业竞争者
 (B) 品牌竞争者
 (C) 产品竞争者
 (D) 市场竞争者
- 10 . 如果竞争对手的实力较强，正面的防御阵线非常严密，市场挑战者企业可以采用（ ）。
- (A) 正面进攻
 (B) 迂回进攻
 (C) 直接进攻
 (D) 游击进攻
- 11 . 下列哪些不属于试点调研过程中应该注意的问题是（ ）。
- (A) 建立一个精干有力的调研队伍
 (B) 择适当的调研对象
 (C) 采取灵活的调研方式和方法
 (D) 做好经验总结和推广
- 12 . 零售饱和指数的公式为 $IRS=C \times RE/RF$ ，若某竞争店全部营业面积有 3000m²，本店的营业面积为 2000m²，其中本店销售水果类商品的营业面积为 500m²，竞争店销售水果类商品的营业面积为 450m²，那么请问 RF 应该如何选择？（ ）
- (A) 500m²
 (B) 450m²
 (C) 2000m²
 (D) 3000m²
- 13 . 下列哪项是选择供应商的关键（ ）。
- (A) 价格
 (B) 质量
 (C) 包装

- (D) 商品形象
- 14 . () 属于供应考核指标体系。
- (A) 产品数量
(B) 产品质量
(C) 供货速度
(D) 产品包装
- 15 . 下列哪项是供应链管理模式下的激励手段 () 。
- (A) 正激励
(B) 机制激励
(C) 奖励机制
(D) 供应商激励机制
- 16 . 下列哪项是供应商绩效评价中最基本、最核心的指标 () 。
- (A) 供应商服务态度
(B) 供应商商品形象
(C) 供应商供货质量
(D) 准时交货率
- 17 . 商品结构层次中排在最高层次的是 () 。
- (A) 商品组织结构表
(B) 门店定位
(C) 品类配置商品组合
(D) 单品
- 18 . 在国内目前，洗发水常规的购买决策顺序排在第一位的是 () 。
- (A) 价格
(B) 包装容量
(C) 品牌
(D) 功能
- 19 . 下列促销最容易给竞争对手带来沉重打击的商品是 () 。
- (A) 高购买比例、高购买频率的商品
(B) 低购买比例、高购买频率的商品
(C) 高购买比例、低购买频率的商品
(D) 低购买比例、低购买频率的商品
- 20 . 对于商店招牌的目的性品类而言，与竞争对手相比单品数应该 () 。
- (A) 少于竞争对手
(B) 多于竞争对手
(C) 与竞争对手持平
(D) 没有必要参照竞争对手
- 21 . 下列那种商品不应放在配置图的明显位置 () 。
- (A) 周转率高
(B) 毛利高
(C) 单价高
(D) 需求程度低
- 22 . () 决定了门店所面对的消费者的受众层次和数量。
- (A) PP 点

- (B) 商品卖点
(C) 价格带的宽度
(D) 价格带
23. 产品价格是由生产成本，（ ）税金和利润四大要素构成。
(A) 营销成本
(B) 固定成本
(C) 变动成本
(D) 流通过费用
24. 最低价格商品在各个分类中给顾客一个价格参考基础，（ ）
(A) 没有实质意义
(B) 不是分类中顾客最关心的价格范围
(C) 会产生大量销售量
(D) 无法吸引高价格敏感客户
25. 在连锁门店的信息系统中，要设立每一个品项商品的（ ）。
(A) 信息资料卡
(B) 编码
(C) 库存信息
(D) 供货商信息
26. 贡献度数额越大，表示该类商品所占的地位越重要，是连锁店的（ ）。
(A) 主力商品
(B) 便利性商品
(C) 目标性商品
(D) 竞争性商品
27. 若 A 类加上 B 类也仅仅占比 18%，那么可以（ ）。
(A) 针对 A 类商品做促销
(B) 引进新品
(C) 针对 A 和 B 类商品做促销
(D) 大力推销 C 类商品
28. 能带来很大的利润，是门店目前的主要收入来源，一般处在生命周期的成熟期阶段的商品属于（ ）。
(A) 盈利性商品
(B) 利润贡献商品
(C) 吸引客流商品
(D) 问题类产品
29. 购物篮的表现形式就是（ ），它直接影响零售企业的经营绩效。
(A) 销售额
(B) 利润
(C) 客单价
(D) 客流量
30. 某服装店本月平均购物篮系数为 3，通过店长统计，发现有 354 份购物清单里有新品红色毛衣，这些销售单一共有 481 件商品，那么新品毛衣的购物篮系数（ ）本店铺的平均购物篮系数。
(A) 低于
(B) 高于

- (C) 等于
(D) 无法计算
- 31 . 通过一种礼品包装的婴儿护肤品购物篮分析时发现，该礼品的购买者基本都是一些商务卡客户，进一步了解才知道，商品都是作为礼品买来送人的，而不是原先预想的“母亲”客户买给自己的子女。从中可以看出购物篮系数可以应用于（ ）。
- (A) 商品配置分析
(B) 客户需求分析
(C) 盈利能力分析
(D) 销售趋势分析
- 32 . 现代战略采购决策的着眼点是（ ）。
- (A) 价格
(B) 设计
(C) 售后服务
(D) 总占有成本
- 33 . 采购战略计划的基本原则是（ ）。
- (A) 采购战略计划是长期性计划
(B) 采购战略计划是全局性计划
(C) 采购战略计划必须支持企业战略和业务战略
(D) 很好的管理为企业产品或服务的供应观关系
- 34 . （ ）是采购预测的基本要素。
- (A) 经济要素
(B) 信息要素
(C) 人文要素
(D) 环境要素
- 35 . 项目评标时的评价标准可以是（ ）。
- (A) 主观的
(B) 客观的
(C) 主观和可观的
(D) 其他选项都不正确
- 36 . 联合采购是（ ）在外延上的进一步拓展
- (A) 集中采购
(B) 供应链采购
(C) 分散采购
(D) 政府采购
- 37 . 采购企业对（ ）要求越复杂，采购价格越高。
- (A) 所购物品的供需关系
(B) 采购数量
(C) 规格与品质
(D) 供应商成本的高低
- 38 . 采购商品的（ ）标准是以能否满足采购企业的生产、销售需求是商品采购管理的首要、根本依据和标准。
- (A) 技术标准
(B) 安全标准
(C) 市场标准

- (D) 质量认证标准
- 39 . 采购过程中的直接行情包括品名、()、交货地点、价格、数量等。
- (A) 质量
(B) 政治
(C) 金融
(D) 技术
- 40 . 以下() 不属于延迟化策略的特征。
- (A) 空间延迟
(B) 时间延迟
(C) 位置延迟
(D) 形式延迟
- 41 . 近年来，越来越多的连锁企业开始采用 EOS 系统订货，力图做到订货的规范性，体现了订货的() 原则。
- (A) 时效性原则
(B) 适量性原则
(C) 规范性原则
(D) 库存控制原则
- 42 . 订货周期是指()。
- (A) 订货日到下次订货日的第一次进货日之间的天数
(B) 订货日到下次订货日之间的天数
(C) 订货日到下次进货日之间的天数
(D) 其他选项都不正确
- 43 . 某超市对于 A 类商品的平均订货提前期为 12 天，平均每天正常的需求量为 32 千克，安全库存量为 120 千克，A 类商品的订货点为()。
- (A) 500
(B) 504
(C) 600
(D) 604
- 44 . 当产品的订货单价() 产品的正常订货价格，有时还有可能() 产品的单位成本时就产生了特殊订货。
- (A) 高于、低于
(B) 高于、高于
(C) 低于、低于
(D) 低于、高于
- 45 . 特殊订货提供的() 大于其追加的专属成本总额，使企业有利可图就可以接受该批特殊订单了。
- (A) 销售总收入
(B) 销售毛利
(C) 利润总额
(D) 贡献毛利总额
- 46 . 白天补货作业的流程包括寻找库存、() 补货、库存归库存区、垃圾处理、检查通道、补货结束。
- (A) 填写补货单
(B) 商品整理

- (C) 商品质量检查
(D) 商品上架
47. () 方式的保管区为料架储放区，当动管区的存货低于设定标准时则进行补货作业，由作业员到货架保管区取货箱，用手推车载箱至拣货区较适合于体积小且少量多货的物品。
- (A) 整箱补货
(B) 托盘补货
(C) 货架上层—货架下层的补货
(D) 随机补货
48. 随机补货遵循 () 的原则。
- (A) 一次性补足
(B) 不定时补足
(C) 定时补足
(D) 定期补足
49. () 指在非营业高峰时候的补货。
- (A) 定期补货
(B) 定时补货
(C) 不定时补货
(D) 定量补货
50. 下列哪种商品适用于自动补货商品。()
- (A) 名贵商品
(B) 淘汰品
(C) 销售稳定的商品
(D) 新品
51. 以下符合自动补货流程的是 ()。
- (A) 生成自动订单→订单审核→修改参数→上传配送→打印订单
(B) 订单审核→生成自动订单→修改参数→上传配送→打印订单
(C) 修改参数→订单审核→生成自动订单→上传配送→打印订单
(D) 订单审核→生成自动订单→修改参数→打印订单→上传配送
52. () 指为防止未来物资供应或需求的不确定性因素（如大量突发性订货、交货意外中断或突然延期等）而准备的缓冲库存。
- (A) 季节性库存
(B) 安全库存
(C) 在途库存
(D) 投资库存
53. ()，库存管理决策时可以不考虑购置费用。
- (A) 当采购量影响物品价格的时候
(B) 当供应商对购物量大的商品给予价格优惠的时候
(C) 当购置费用不受批量大小影响的时候
(D) 当库存没有现货供应的时候
54. 库存量过小可能产生 () 的问题。
- (A) 造成服务水平的下降，影响销售利润和企业信誉
(B) 造成资金呆滞
(C) 影响资金的时间价值和机会收益

- (D) 加重货款利息
- 55 . () 是 C 类物资管理策略。
- (A) 每件商品皆做编号
(B) 与供应商协调，尽可能缩短前置时间
(C) 货物放至易出入库位置
(D) 安全库存量适当，避免库存短缺
- 56 . 某超市以 10 元每年购入 A 产品 8000 件，每次订货费用为 30 元，资金年利息率 12%，单位维持库存费按库存货物价值的 18% 计算。若每次订货提前期为 2 周，那么期经济订货批量为 () 件。
- (A) 400
(B) 1600
(C) 800
(D) 6400
- 57 . 对于昂贵的货品所用的一种盘点方法是：()。
- (A) 重点盘点
(B) 全面盘点
(C) 临时盘点
(D) 缺料盘点
- 58 . () 指将物资逐区、逐类、分批、分期、分库连续盘点，或者在某类物资达到最低存量时。
- (A) 永续盘点法
(B) 循环盘点法
(C) 临时盘点法
(D) 动态盘点法
- 59 . 连锁门店商品盘点流程中涉及到了盘点人员的培训，盘点人员必须要参加 () 的培训。
- (A) 盘点方法、人员管理知识
(B) 商品知识、人员管理知识
(C) 商品知识、财务知识
(D) 盘点方法、商品知识
- 60 . 盘盈是指实际库存比账面库存数量多，以下符合出现盘盈的现象的是 ()。
- (A) 出库时货品少发
(B) 出库时货品多发
(C) 破损处理未记账造
(D) 出库拿错货品

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 . 陈列的基础原则是 ()。
- (A) 明了
(B) 简洁
(C) 易看

- (D) 易触
- 2 . 专题式陈列一般可运用于（ ）。
- (A) 节日陈列
(B) 氛围陈列
(C) 场景陈列
(D) 事件陈列
- 3 . 关于同系列商品的陈列说法正确的有（ ）。
- (A) 从上至下的陈列
(B) 从左至右的陈列
(C) 从小到大的陈列
(D) 从轻到重的陈列
- 4 . 服装专卖店常用展示器具包括（ ）。
- (A) 高架（柜）
(B) 风车架
(C) 裤架
(D) 饰品柜
- 5 . 关于品类策略与品类角色的关系的表述不正确的是（ ）。
- (A) 同样的品类角色，应该使用不同的品类策略
(B) 同一品类在不同的商店承担不同角色
(C) 品类角色不同，零售商为了统一管理、提升效率，应该对该品类使用统一的经营策略
(D) 品类策略应深入品类内部，即不同的次品类可以有不同的策略
- 6 . 一般来说，（ ）的产品成熟期较长，衰退过程也较缓。
- (A) 科技发展快，消费者偏好经常变化
(B) 消费者偏好相对稳定
(C) 技术相对稳定
(D) 新潮产品
(E) 季节产品
- 7 . 一般情况下资源可以被分为以下几类，即（ ）。
- (A) 有形资源
(B) 无形资源
(C) 人力资源
(D) 战略资源
- 8 . 通过 SWOT 分析可以帮助企业选择以下几种战略类型，即（ ）。
- (A) 增长型战略
(B) 多种经营战略
(C) 扭转型战略
(D) 防御型战略
- 9 . 根据产品替代原则，竞争对手可以分为（ ）。
- (A) 品牌竞争者
(B) 行业竞争者
(C) 产品竞争者
(D) 市场竞争者

- 10 . 美国哈佛商学院的迈克尔·波特教授根据企业的两个基本优势，提出了企业可以采用的三种基本竞争战略是（ ）。
- (A) 成本领先战略
(B) 产品差异化战略
(C) 目标集中战略
(D) 一体化战略
- 11 . 商圈调研方案设计的原则有（ ）。
- (A) 科学性原则
(B) 可行性原则
(C) 有效性原则
(D) 系统性原则
- 12 . 商圈调研微观内容分析包括（ ）。
- (A) 消费者分析
(B) 商圈资源分析
(C) 竞争者分析
(D) 商圈交通资源分析
(E) 协作者分析
- 13 . 供应商选择的技术方法和工具主要分为（ ）。
- (A) 定性与定量相结合的方法
(B) 定量方法
(C) 定性方法
(D) 定性合做法
- 14 . 供应商的供货及时性及柔性水平相关的评价准则主要包括（ ）。
- (A) 订单变化接受率
(B) 准时交货率
(C) 来料抽检缺陷率
(D) 来料在线报废率
- 15 . 供应商伙伴合作关系的意义在于（ ）。
- (A) 提高产品质量
(B) 保证商品的供应
(C) 缩短交货期
(D) 提高交货率
- 16 . 评价供应商绩效的准则因素主要包括（ ）。
- (A) 评价的内容、时间
(B) 各类供应商的绩效考评准则
(C) 售后服务
(D) 参与新产品开发的表现
- 17 . 确定商品结构的目的是（ ）。
- (A) 使调整成为可能：按类分层逐级追踪
(B) 使控制成为可能：一进一出严格遵守
(C) 使考核成为可能：采购、运营
(D) 使发展成为可能：可复制
- 18 . 货架上的商品过剩对消费者的影响有（ ）。
- (A) 不良影响

- (B) 良性影响
(C) 没有影响
(D) 耗费了消费者的选择时间
- 19 . A类商品的占比为 5%，意味着这家店（ ）。
- (A) 重点商品太少，风险系数很高
(B) 如果 B 类商品占比也低，那该店很危险
(C) 如果是大店则比小店情况要更糟糕
(D) 可以选择 A 类商品做促销
- 20 . 小分类单品数量确定的影响因素包括（ ）。
- (A) 业态定位对单品数量的影响；
(B) 门店面积大小对单品数量的影响；
(C) 品类角色对单品数量的影响；
(D) 竞争对手单品数量的参考价值
- 21 . 小分类单品配置工作的核心是（ ）
- (A) 将每一个小分类的所有单品划分为若干消费者的购物需求点。
(B) 确定每一个消费量的需求点覆盖率，即录取多少个需求点，然后按需求点销售额高低进行取舍。
(C) 需要以门店营业面积及周边消费者的消费特点为依据。
(D) 确定每一个需求点内的单品覆盖率，并按单品销售额高低进行取舍。
- 22 . 下列关于 PP 点（price point），说法正确的是（ ）。
- (A) 顾客根据 PP 点来判断该门店的商品价格是贵的还是便宜的
(B) 决定了门店所面对消费者的受众层次
(C) 决定了门店所面对消费者的数量
(D) 要尽量增加 PP 点的商品品种数目，使 PP 点价位附近的商品种类或单品数量最多，形成该小分类上的高峰点（区）。
- 23 . 商品价格定位包括（ ）。
- (A) 高端路线
(B) 中端路线
(C) 低端路线
(D) 满意路线
- 24 . 对于一个分类来说，总有一个价格是分类中的最低价格，此时的最低价格可以理解为（ ）。
- (A) 单位最低价格
(B) 商品的整体价格
(C) 商品的平均价格
(D) 商品的最低价格
- 25 . 商品配置表的功能是（ ）。
- (A) 商品品项的有效控制
(B) 商品陈列的定位管理和排面管理
(C) 畅销商品的保护管理
(D) 商品利润的控制管理
(E) 超市经营的标准化管理工具
- 26 . 以下属于关联商品的有（ ）。
- (A) 录音机和磁带

- (B) 牛仔裤与衬衫
(C) 香烟和打火机
(D) 皮鞋和鞋油、鞋刷子
27. 50%的商品贡献了 50%的商品销售，超市应（ ）。
(A) 寻找有待挖掘的主力商品
(B) 调整主力商品销售的陈列
(C) 调整与供应商的合作关系
(D) 加大促销力度
28. 针对问题商品，店铺可以采取（ ）措施。
(A) 逐渐淘汰
(B) 减少生产批量
(C) 重新整顿产品系列
(D) 增加资金投入，进行营销推广
29. 购物篮分析可以应用于（ ）。
(A) 商品配置分析
(B) 客户需求分析
(C) 盈利能力分析
(D) 销售趋势分析
30. 在购物篮分析中 PI 值是一个非常重要的零售分析指标，某店铺主打两件新品，新品 A 的平均售价为 8.2 元，日均购物篮为 67 次，新品 B 的平均售价为 3.2 元，日均购物篮为 98 次，那么以下哪个说法正确？（ ）。
(A) A 商品的 PI 值为 23
(B) B 商品的 PI 值为 45
(C) B 商品的 PI 值为 35
(D) A 商品的 PI 值为 77
(E) A 商品的 PI 值大于 B 商品的 PI 值
31. 通过计算不同商品的购物篮系数，可以分析商品的关联程度，那么以下说法正确的是（ ）。
(A) 针对强关联关系的商品，可以在相同或相邻区域内一同进行促销。
(B) 针对弱关联关系的商品，说明两者是一定不能陈列在一起的。
(C) 通过将不同毛利水平、具有关联关系的商品放在一起，可以满足客户不同购买需求，也可以将商品的毛利相互进行弥补。
(D) 在陈列时，将互斥关系的商品陈列在一起，可以让客户有更多选择余地的，满足不同客户需求的。
32. 采购战略包含（ ）。
(A) 供应市场定位战略
(B) 供应商发展战略
(C) 采购人员培训发展战略
(D) 采购成本与价格战略
33. 采购战略计划的内容范围包括（ ）。
(A) 资源战略
(B) 供应商战略
(C) 应急计划
(D) 业务战略

- 34 . 编制采购预算的影响因素有（ ）。
- (A) 生产效率
 - (B) 预期价格
 - (C) 物料标准成本的设定
 - (D) 拥有资本
- 35 . 项目投标报价类型有（ ）。
- (A) 生存型
 - (B) 竞争型
 - (C) 风险型
 - (D) 盈利型
- 36 . 下列哪些是选择集中采购或分散采购是应考虑的标准（ ）。
- (A) 采购需求的通用性
 - (B) 领导者的偏好
 - (C) 供应市场结构
 - (D) 地理位置
- 37 . 采购价格控制的策略包括（ ）。
- (A) 成本分析
 - (B) 共同采购
 - (C) 统一采购
 - (D) 改善采购途径
- 38 . 采购商品质量管理的依据有（ ）。
- (A) 采购商品质量管理的技术标准
 - (B) 采购商品质量管理的市场标准
 - (C) 采购商品质量管理中的质量认证
 - (D) 采购商品质量管理的安全标准
- 39 . 采购过程中的重点环节管理包括（ ）。
- (A) 检测市场
 - (B) 计划审查
 - (C) 价格把关
 - (D) 严格验收
- 40 . 库存控制的五大常用策略是（ ）。
- (A) 共担风险策略
 - (B) 集中和分散策略
 - (C) 直接运输策略
 - (D) 越库作业策略
 - (E) 延迟策略
- 41 . 连锁门店订货存在的主要问题包括（ ）。
- (A) 盲目订货
 - (B) 无计划性订货
 - (C) 以价订货
 - (D) 订货成本过大
- 42 . 下列关于定期订货说法正确的有（ ）。
- (A) 定期订货适用于 ABC 分类管理中品种数量小，平均占用资金较大的商品。
 - (B) 定期订货可以借用经济订货批量的计算公式确定使库存成本最有利的订货周期。

- (C) 定期订货库存控制法每次订购商品的批量是相同的。
 (D) 定期订货法中每次的订货数量可能变化。
- 43 . 下列关于定量订货说法正确的有 () 。
- (A) 定量订购库存控制法适用于品种数量少, 平均占用资金大的、需重点管理的 A 类商品。
 (B) 定量订购库存控制法每次请购商品的批量相同, 都是事先确定的经济批量。
 (C) 定量订货适合于通用性强、需求总量比较稳定的产品。
 (D) 定量订货库存控制法适用于品种数量大、平均占用资金少的、只需一般管理的 B 类、C 类商品。
- 44 . () 属于显性成本。
- (A) 支付租金
 (B) 所有者的土地
 (C) 贷款利息
 (D) 经理的薪水
- 45 . 企业接受订单不足、上油剩余生产能力的情况下, 是否接受特殊订货, 必须考虑 () 因素。
- (A) 特殊订单的价格
 (B) 特殊订单的数量
 (C) 产品的固定成本
 (D) 产品的单位变动成本
 (E) 特殊订货需要追加的专属成本
- 46 . 当发现 () 情况时, 商品应立即撤出。
- (A) 商品过期
 (B) 商品上的标志不清楚
 (C) 商品有破损
 (D) 商品存在变质
- 47 . 常见的补货方式有 () 。
- (A) 整箱补货
 (B) 托盘补货
 (C) 货架上层—货架下层的补货
 (D) 随机补货
- 48 . 批次补货适用于 () 。
- (A) 紧急插单较多的情况
 (B) 紧急插单不多的情况
 (C) 一日内作业量较稳定的情况
 (D) 一日内作业量不稳定的情况
- 49 . 以下符合补货作业规范的是 () 。
- (A) 补货时, 应尽可能避免影响顾客购物, 补货结束应立即清理现场。
 (B) 不定时补货是指在非营业高峰时的补货。
 (C) 补货区域的先后次序是: 端架→堆头→货架
 (D) 补货必须补在商品排列图所确定的陈列位置上, 未经批准不得擅自调整陈列位置。
- 50 . 企业运用自动补货的目的是 () 。
- (A) 替代人工订货
 (B) 减少不良缺货

- (C) 库存管理更加科学
(D) 防止商品丢失
- 51 . 自动补货应该根据 () 来确定是否要补货。
(A) 库存信息
(B) 日均销售量
(C) 采购在途量
(D) 补货参数
- 52 . 以下关于投资库存说法正确的有 () 。
(A) 投资库存就是安全库存，都是为了防止未来物资供应或需求的不确定性因素造成库存不问题。
(B) 投资库存主要为了解决目前需求而设立的库存。
(C) 企业为了应对未来价格上涨，可以设置投资库存。
(D) 企业为了预防未来无聊短缺，可以设置投资库存。
- 53 . 以下与库存管理有关的费用是 () 。
(A) 订货费
(B) 保管费
(C) 购置费
(D) 缺货费
(E) 补货费
- 54 . 下列属于供应商库存管理的特点的是 ()
(A) 零售商与供应商之间可以信息共享。
(B) 供应商能按照销售时点的数据，对需求做出预测，能更准确地确定客货批量，减少预测的不确定性。
(C) 借助现代信息系统技术，通过建立经销商一体化的战略联盟，把各个经销商的库存联合在一起。
(D) 供应商完全管理和拥有库存，直到零售商将其售出为止。
- 55 . 以下关于 ABC 库存管理方法的表述正确的有 () 。
(A) 运用 ABC 库存管理法可以使库存结构合理化。
(B) 管理好 A 类物品，就能管理好 70% 左右的年消耗金额，因此 A 类物品是关键少数。
(C) ABC 库存管理方法忽视了 C 类和 B 类库存品对企业的影响。
(D) 在实际工作中，可采用“双堆法”或“红线法”对 A 类物品进行管理。
- 56 . 以下属于独立需求的是： ()
(A) 汽车生产企业生产所需的轮胎
(B) 汽车维修厂家所需的轮胎
(C) 汽车生产厂家生产的汽车
(D) 超市销售的商品
- 57 . 表单盘点的盘点准备阶段的内容包括： () 。
(A) 确定盘点程序和盘点方法
(B) 安排盘点人员
(C) 盘存单打印准备
(D) 仓库清理
- 58 . 盘点作业方法主要包括： () 。
(A) 手工盘点
(B) 机械盘点

- (C) 表单盘点
 - (D) RF 盘点
- 59 . 以下属于盘点计划主要解决的问题的是（ ）。
- (A) 确定盘点方法
 - (B) 确定参与盘点人员
 - (C) 商品陈列确定
 - (D) 确定盘点流程
 - (E) 确定盘点日伪
- 60 . 盘点差异处理方式包括：（ ）。
- (A) 再次复盘
 - (B) 由主管部门调整和完善财务制度
 - (C) 盈处理
 - (D) 亏处理

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 . 平常微信里抢一分钱的红包并不是因为客户真的缺这一分钱，而是因为这一行为满足了客户的心理需求（ ）
- 2 . 识别客户需求时，需要判断客户的有效需求：购买欲望+购买力+产品+服务（ ）
- 3 . 消费心理是在消费过程中发生的心理活动及心理现象就叫做消费心理，即消费者在购买、使用和消耗商品及劳务过程中所表现出来的心理态势及其规律。
- 4 . 测量行动成分是指通过“语意差别量表”予以测量。（ ）
- 5 . 网络名人可以作为参照群体出现。（ ）
- 6 . 价格折扣是吸引消费者购买产品的重要手段，在实际应用的过程中分为直接折扣和间接折扣两种方式。（ ）
- 7 . 衡量一个调查设计是否科学的标准，主要就是看方案的设计是否体现调查目的的要求，是否符合客观实际。（ ）
- 8 . 在问卷问题的顺序安排中，一般先事实性问题，后态度性问题和敏感性问题。（ ）
- 9 . 入户接触表实际上就是按一定的规律抽取的，并按一定要求抄录的一定数量的受访者地址。（ ）
- 10 . 报告初稿撰写完成后，要注意设计好每级标题的格式、正文的格式、表格样式、图片格式等各类素材的格式（ ）
- 11 . 如果顾客感知到的效果远远超过期望值，客户就会高度满意。（ ）
- 12 . 如果顾客感知到的效果远远超过期望值，客户就会高度满意。（ ）
- 13 . 推销属于市场营销活动中促销活动的一部分。（ ）
- 14 . 广泛的社交能力是促销人员最重要的能力。（ ）
- 15 . 人员推销的步骤是识别潜在客户、推销准备、接近潜在客户、推销介绍、应付异议、成交。（ ）
- 16 . 有正确的诉求对象和正确的诉求方法即达到了广告诉求。（ ）
- 17 . 员工关系管理是企业内部公关的重要对象。（ ）
- 18 . 营业推广是一种经常性的促销方式。。（ ）
- 19 . 活动主题应该突出促销的商业目的。（ ）
- 20 . 公关活动主题表现方式是多种多样。它可以是一个口号，也可以是一句陈述或一个表白。（ ）
- 21 . 广告策划是在市场调查研究基础上，对广告整体活动或某一方面活动预先设想和策划。（ ）

- 22 . 推销洽谈的第一步，是推销人员与潜在目标顾客正式推销面谈的前奏的是顾客选择。（ ）
- 23 . 推销灭火剂的销售员在自己的手上涂满灭火剂，然后用点燃的喷灯对自己的手喷，他使用的是直接提示法。（ ）
- 24 . 影响成交最重要的障碍是推销人员心理障碍。（ ）
- 25 . 营销预算是指执行各种市场营销战略、政策所需的最适量的预算以及在各个市场营销环节、各种市场营销手段之间的预算分配。（ ）
- 26 . 企业营销策划人员自行策划，需要发放奖金，所以营销开支相对较高。（ ）
- 27 . 在公司的实际营销活动中，营销效果的优劣表现不一定完全反映在一定时限的营销实绩上。如一个零售公司的某个销售部门，由于突然而至的机会，取得了短期的销售高增长率，然而这并不能代表这个部门已经具备了优质的营销管理水平。（ ）
- 28 . 我们既然是以目标的实现为导向，那么在一系列以实现目标为依据的待办事项中，到底哪些应该先着手处理，哪些可以拖后处理，哪些甚至不予处理？一般认为是按照自己的感觉来判断。（ ）
- 29 . 标杆分析包括：确定进行标杆比较的问题；寻找最佳等级的竞争对手；收集标杆数据；比较分析自身与标杆企业的差距；制定缩小差距的方案。（ ）

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 . 客户可以分为经济型客户、道德型客户、个性化客户和方便型客户，这是从哪个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
- 2 . 顾客识别 RFM 分析法适用于（ ）。
- (A) 生产多种商品的企业，而且这些商品单价相对很高
(B) 生产多种商品的企业，而且这些商品单价相对很低
(C) 生产单一商品的企业，而且这些商品单价相对很高
(D) 生产单一商品的企业，而且这些商品单价相对很低
- 3 . （ ）是由人的生理因素所决定，属于自然状态下的心理反应。
- (A) 社会性消费心理
(B) 自然性消费心理
(C) 本能性消费心理
(D) 利它性消费心理
- 4 . （ ）是指人顺利完成某种活动所必备的并直接影响活动效率的个性心理特征。
- (A) 性格
(B) 能力
(C) 兴趣
(D) 态度
- 5 . 以下产品中，参照群体影响最大的是（ ）。
- (A) 汽车
(B) 床垫
(C) 家庭娱乐中心

- (D) 冰箱
- 6 . 直观宣传时，心理策略和手段主要是 把握色彩与（ ）的关系，使场景形成某种“色彩重心”；巧妙做到宣传内容的不完全表达，勾起消费者的兴趣。
- (A) 性格
(B) 价值观
(C) 心理倾向
(D) 情绪
- 7 . 一般来说，市场调查项目中，（ ）主是回答是什么问题的内容。
- (A) 调查对象的基本特征项目
(B) 调查主题的主体项目
(C) 调查主题的相关项目
- 8 . 某调查问卷的问题：“您自己有手机吗？请选择：A. 有；B. 没有”，属于（ ）问题。
- (A) 公开式
(B) 开放式
(C) 保守式
(D) 封闭式
- 9 . 下列哪项不属于调查项目培训的主要内容（ ）。
- (A) 相关行业的背景知识与调查项目的特定要求
(B) 问卷主要内容
(C) 如何使用接触表
(D) 调查项目的工具使用
- 10 . （ ）是顾客市场调查报告内容的浓缩点。
- (A) 题目
(B) 摘要
(C) 调查结论
(D) 调查建议
- 11 . 客户让渡价值是指客户购买产品或服务的（ ）与客户购买该项产品或服务付出的总成本之间的差额。
- (A) 总价值
(B) 价值
(C) 成本
(D) 效益
- 12 . 客户让渡价值是指客户购买产品或服务的（ ）与客户购买该项产品或服务付出的总成本之间的差额。
- (A) 总价值
(B) 价值
(C) 成本
(D) 效益
- 13 . 为了使顾客在买到商品后能够方便的使用，更好的满足各方面的利益，要求推销人员在成交后做到（ ）。
- (A) 做好分手工作
(B) 完善售后服务
(C) 回访顾客
(D) 对顾客表示感谢

- 14 . 推销人员掌握产品知识的主要目的是（ ）。
- (A) 丰富自己的知识
(B) 为企业推销产品
(C) 更多地了解产品
(D) 为顾客提供全面服务
- 15 . 在人员促销活动中，影响成交的诸因素中，关键因素是（ ）。
- (A) 推销人员
(B) 顾客
(C) 企业
(D) 产品
- 16 . 保牌的广告目标是为了（ ）。
- (A) 开发新产品
(B) 加强企业和品牌的宣传竞争
(C) 巩固已有市场占有率
(D) 开拓新市场
- 17 . 公关策划一般经过（1）选择和分析目标公众、（2）编制预算（3）分析公关现状、（4）制定行动方案（5）确定公关目标等五个步骤。正确的流程顺序为（ ）。
- (A) 51324
(B) 35142
(C) 15342
(D) 31524
- 18 . 最能立杆见影，对顾客刺激性最强的促销手段是（ ）。
- (A) 人员销售
(B) 广告
(C) 营业推广
(D) 公关
- 19 . （ ）指预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较。
- (A) 活动目的
(B) 活动主题
(C) 活动方式
(D) 活动效果评估
- 20 . 公关活动（ ）是对公关活动内容高度概括，对整个公关活动起着指导作用。
- (A) 主题
(B) 摘要
(C) 方式
(D) 附录
- 21 . 在广告策划书（ ）中，应详细说明广告策划任务和目标，必要时还应说明公司营销战略。
- (A) 摘要
(B) 前言
(C) 目录
(D) 附录
- 22 . 运用问题接近法的关键是（ ）。
- (A) 实事求是的介绍商品对顾客益处

- (B) 刺激顾客的感觉器官
 (C) 情真意切，切忌虚伪、造作
 (D) 发现并提出有针对性的问题
- 23 . 在推销洽谈中，推销人员应遵循的最基本的行为准则是（ ）。
- (A) 诚实性
 (B) 鼓动性
 (C) 倾听性
 (D) 针对性
- 24 . 最常用、最有效、最基本的成交方法是（ ）。
- (A) 从众成交法
 (B) 机会成交法
 (C) 请求成交法
 (D) 选择成交法
- 25 . （ ）是指对营销预算要能根据未来环境的动态变化而表现出灵活机动性。公司营销活动受到营销环境变化的影响，当营销环境发生变化，原有的预算也应当调整，与环境变化相适应。
- (A) 效益性原则
 (B) 经济性原则
 (C) 充足性原作
 (D) 弹性原则
- 26 . （ ）要根据市场调研的规模大小和难易程度来准确预算所需费用。
- (A) 营销调研费用
 (B) 信息收集费用
 (C) 培训费用
 (D) 策划报酬
- 27 . 对（ ）的评价标准，除了包括初期目标值以外，还应该包括公司在营销活动中新增加的目标值，同时扣除某种原因而减少的目标值。。
- (A) 营销调研费用
 (B) 信息收集费用
 (C) 目标达成率
 (B) 效果递进率
- 28 . （ ）是时间管理的误区。
- (A) 习惯拖延时间
 (B) 导致时间浪费的各种因素
 (C) 不擅处理无端电话的打扰
 (D) 能够按照预先制定的计划按时完成任务
- 29 . PDCA 原则中的（ ）指对总结检查的结果进行处理，对成功的经验加以肯定，并予以标准化；对于失败的教训也要总结，引起重视。对于没有解决的问题，应提交给下一个 PDCA 循环中去解决。
- (A) 计划
 (B) 实施
 (C) 检查
 (D) 行动

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 . 从购买目标的确定程度划分，可以把消费者分为（ ）。
 - (A) 确定型
 - (B) 犹豫型
 - (C) 半确定型
 - (D) 盲目型
- 2 . 专题式陈列一般可运用于（ ）。
 - (A) 了解客户过去的经历
 - (B) 了解客户的购买能力
 - (C) 收集和掌握客户要求
 - (D) 了解客户需求层次及强度
 - (E) 确认客户期望值
- 3 . 消费心理效应除了首因效应、近因效应外，还应该有的（ ）。
 - (A) 定势效应
 - (B) 锚定效应
 - (C) 晕轮效应
 - (D) 破窗效应
- 4 . 自我概念的组成部分有（ ）。
 - (A) 实际的自我概念
 - (B) 理想的自我概念
 - (C) 私人的自我概念
 - (D) 社会的自我概念
- 5 . 群体的划分标准有（ ）。
 - (A) 成员资格
 - (B) 接触类型
 - (C) 忠诚效应
 - (D) 吸引力
- 6 . 影响消费者品牌认知心理的三大心理要素包括（ ）。
 - (A) 品牌认知
 - (B) 品牌知名
 - (C) 品牌美誉
 - (D) 品牌忠诚
 - (E) 品牌联想
- 7 . 市场调查方案附录一般应包括的内容有（ ）。
 - (A) 调查项目负责人及主要参加者
 - (B) 抽样方案及技术说明
 - (C) 调查表及问卷有关技术说明
 - (D) 数据处理所用软件
- 8 . 在调查问卷问题内容确定时应注意的问题包括（ ）。
 - (A) 调查项目
 - (B) 调查方法
 - (C) 调查表
 - (D) 调查表及问卷有关技术说明
 - (E) 数据处理所用软件

- (A) 尽量避免提出与调查目的无直接关系的问题
 (B) 问题不要超过被调查者的知识、能力范围
 (C) 尽量避免提出调查者不愿意回答的问题
 (D) 避免提问中内容的交叉
 (E) 问题不要涉及被调查者的隐私
- 9 . 一般来说，对调查现场进行监督、控制，保证访问员按要求进行访问的现场管理者是督导。其中现场督导的主要职责包括（ ）。
 (A) 监督访问员是否进行真实调查
 (B) 及时检查访问质量，纠正可能的偏差
 (C) 处理现场意外情况
 (D) 为访问员提供现场服务
 (E) 负责访问员的招聘、培训
- 10 . 调研报告汇报须精心准备哪几项内容（ ）。
 (A) 调研汇报 PPT
 (B) 项目调研报告
 (C) 成员协作排练
 (D) 汇报着装准备
- 11 . 影响和决定客户满意的因素有很多，比如：（ ）。
 (A) 服务质量
 (B) 客户期望
 (C) 员工满意度
 (D) 客户价值
- 12 . 影响和决定客户满意的因素有很多，比如：（ ）。
 (A) 服务质量
 (B) 客户期望
 (C) 员工满意度
 (D) 客户价值
- 13 . 促销工作前期需要进行市场信息搜集，市场信息收集的内容包括（ ）。
 (A) 市场情况
 (B) 企业情况
 (C) 消费者情况
 (D) 竞争情况
- 14 . 促销人员在与顾客语言交流时必须注意的内容包括（ ）。
 (A) 将所要说的问题进行分析
 (B) 说话内容要与场合相适应
 (C) 表现稳重大方，最好不用形体表达
 (D) 善于倾听
- 15 . 人员推销的特点包括（ ）。
 (A) 过程灵活
 (B) 效果可衡量
 (C) 信息传递双向
 (D) 成本高
- 16 . 按目的的不同，广告目标可分为（ ）。
 (A) 创牌

- (B) 保牌
(C) 竞争
(D) 渗透
17. 常用的公关工具包括 ()
(A) 新闻
(B) 公关活动
(C) 公关宣传资料
(D) 人员交际
(E) 赞助
18. 促销组合和促销策略的制定其影响因素较多，主要应考虑的因素有 ()。
(A) 消费者状况
(B) 促销目标
(C) 产品因素
(D) 市场条件
(E) 促销预算
19. 营业推广策划书的内容比较多，其中有 ()。
(A) 活动目的
(B) 活动主题
(C) 活动方式
(D) 活动效果评估
20. 设计一个好公关活动主题一般要考虑 ()。
(A) 公关活动目标
(B) 信息特性
(C) 从众心理
(D) 现场布置
21. 在如此众多媒体种类中如何选择，对目标受众规模有以下 () 可行衡量尺度。
(A) 发行量
(B) 目标受众
(C) 有效目标受众
(D) 接触广告有效目标受众
22. 通过满足顾客求荣心理而接近顾客的方法是 ()。
(A) 赞美接近法
(B) 求教接近法
(C) 利益接近法
(D) 馈赠接近法
23. 推销洽谈计划的内容包括 ()。
(A) 确定目标
(B) 确定时间、地点
(C) 确定缘由
(D) 选择方法
24. 下列现象中，属于成交信号的有 ()。
(A) 顾客询问新、旧产品的比价
(B) 顾客用铅笔轻轻敲击桌子
(C) 客户询问能否试用商品

- (D) 客户皱眉
- 25 . 营销预算通常有 () 三个部分。
- (A) 销售收入预算
 - (B) 销售成本预算
 - (C) 财务费用预算
 - (D) 营销费用预算
- 26 . 营销成本费用的种类包括 () 等。
- (A) 营销调研费用
 - (B) 策划报酬
 - (C) 营销会议费用
 - (D) 销售展示费用
- 27 . () 是目标达成率评价的主要方面。
- (A) 维修费用目标达成
 - (B) 营销业绩目标达成
 - (C) 营销能力目标达成
 - (D) 环境适应目标达成
- 28 . 有目标才会有结果，目标能够激发我们的潜能。我们在选择或制定目标时应考虑两个方面：一是目标要符合自己的价值观，二是要了解自己目前的状况。同时一个目标应该具备以下 () 五个特征才可以说是完整的。
- (A) 具体的 (specific)
 - (B) 可衡量的 (measurable)
 - (C) 可达到的 (attainable)
 - (D) 相关的 (relevant)
 - (E) 基于时间的 (time-based)
- 29 . 效率管理常用的工具有 () 。
- (A) 决策树
 - (B) 网络计划评审技术
 - (C) 排列图
 - (D) 因果分析图

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 . 连锁经营中，加盟店要向总部支付一定的加盟费。（ ）
- 2 . 门店的营运手册是根据直营店实践总结出的一套成功的、可复制的运作体系。（ ）
- 3 . 教育者是门店管理者最重要的角色。（ ）
- 4 . 店长要执行连锁经营企业总部下达的经营任务和有关规章制度。（ ）
- 5 . 店长只要想好营业额就可以了。（ ）
- 6 . 最早提出全面质量管理概念的是美国通用电气公司质量经理阿曼德·菲根堡姆。（ ）
- 7 . ISO9000 标准 ISO/TC176, 国际标准化组织质量管理 and 质量保证技术委员会制定的某些标准，它受到具体行业或经济部门的限制。（ ）
- 8 . 全面的质量管理的对象主要是指产品质量，强调狭义的质量管理。（ ）
- 9 . 在执行阶段，可以运用排列图、直方图、因果图找到问题的主要原因。（ ）
- 10 . 散布图可简单容易判断 X 与 Y 两个变量间相关关系、相关关系强弱和正负相关。（ ）
- 11 . 客户服务质量是企业为是客户满意而提供的一般服务水平。（ ）
- 12 . 客户关系管理是一项企业经营的商业策略，其核心思想是将企业的客户（包括最终客户、分销商和合作伙伴）作为最重要的企业资源，透过选择和管理客户，挖掘其最大的长期价值。（ ）
- 13 . 不能用客户重复购买次数作为客户忠诚度的衡量指标。（ ）
- 14 . 督导在特许经营体系中起到了领导作用。（ ）
- 15 . 督导人员应该具备相应的专业知识和一定的任职经验。（ ）
- 16 . 远程督导是指特许体系督导人员不亲赴加盟店现场检查。（ ）
- 17 . 集散空间的大小应视超市的规模、出入口的位置及多少来确定，若受基地条件限制，不能留出集中空地，可采取适当增加出入口的方法，分散人流。（ ）
- 18 . 楼层导向垂直导向包括电梯自动扶梯导向、活动引导、休息区引导。（ ）
- 19 . 小型门店的进出口位置应设置在中央。（ ）
- 20 . 引导部分含广场、门厅、问讯、寄存、垂直交通等，具有组织疏散人流功能能力。（ ）
- 21 . 对水平人流流动线设计来说，最具代表性的形状是“凸”字形。（ ）
- 22 . 不同地域的橱窗在设计时应该有意识地汲取地域营养，体现地域特色。（ ）
- 23 . 配置在第三磁石点的商品有特价商品、高利润商品、季节性商品和厂家促销商品。（ ）

24. 企业经营哲学主要包括企业的经营方向、经营理念、营销战略的特征等内容。（ ）
25. 企业 CIS 策划与导入应掌握下列六项原则：战略性原则、民族化原则、个性化原则、系统化原则、创新性原则、可操作性原则。（ ）
26. 企业办公事务用品属于企业 VI 要素。（ ）
27. 客户服务是全面的、深入履行现代市场营销观念的有效方式之一。现代营销学观念，从以生产产品为中心的生产观念转变到满足客户需求为中心的客户服务观念和大客户服务观念。（ ）
28. 连锁企业服务活动涉及最重要的对象是客户，客户是连锁企业服务活动的中心。（ ）
29. 客服人员倾听顾客讲话可随时可打断别人的谈话。（ ）
30. 对商品投诉包括对商品的价格、商品的质量以及缺货。（ ）
31. 各层级在处理顾客投诉时，对于无法掌握的投诉事件，必须在事态扩大之前，迅速将事件转移至上一层级的权责单位处理。（ ）
32. 客户流失包括恶意流失和被动流失。（ ）
33. 维持老顾客的成本大大高于吸引新顾客的成本。（ ）
34. 本质安全化原则，是指从一开始和从本质上实现安全化，但并不能从根本上消除事故发生的可能性。（ ）
35. 安全教育的法律依据包括《生产经营单位安全培训规定》、《特种作业人员安全技术培训考核管理规定》、《安全生产培训管理办法》等。（ ）
36. 工作期间，应该坚守岗位，不应该凑趣；工作之余可以肆无忌惮通宵消遣。（ ）
37. 安全文化是在人类生存、繁衍和发展的历程中，在其从事生产、生活乃至实践的一切领域内，为使人类变得更加安全、健康而创造的物质财富、精神财富的总和。（ ）
38. 顾客之间产生矛盾导致再门店购物中相互伤害而引发不安全因素不属于门店按安全管理的范畴。（ ）
39. 门店很多突发事件的发生是人为疏忽导致的。（ ）
40. 天然食品添加剂一定比化学合成的食品添加剂更安全。（ ）
41. 连锁企业经营场所环境安全是构成为客户服务的基本条件。（ ）
42. 液体的火灾危险性是根据液体的自燃点分类的。（ ）
43. 某酒店厨房的火灾探测器经常误报火警，最可能的原因是厨房内安装的是感烟火灾探测器。（ ）
44. 在防火重点部位我们应注意不在这些场所吸烟和随意使用明火；不将易燃易爆物品带人防火重点部位；严格遵守各种安全标志、消防标志的要求，遵守各项防火安全制度，服从消防保卫人员的管职；劝阻违章人员、制止违章行为。维护防火重点部位的消防安全。（ ）
45. “前怕狼，后怕虎”属于驱避冲突。（ ）
46. 冲突的处理总会有结果。（ ）
47. 目标冲突既可以产生好的结果又可以产生坏的结果，并且在一定的条件下可以相互转换。（ ）
48. 当冲突发生时，最佳的方式是折中。（ ）
49. 降低任务依赖性可以有效减少冲突发生的几率。（ ）

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. （ ）总部对各门店实施人、财、物及商流、物流、信息流、资金流等方面的统一管

- 理。
- (A) 正规连锁
 - (B) 加盟连锁
 - (C) 合同连锁
 - (D) 自由连锁
2. 以下说法正确的是（ ）。
- (A) 连锁门店运营管理是对借助于门店各种有形要素为顾客提供服务的“过程”的管理。
 - (B) 门店营运标准是由门店制定的。
 - (C) 门店可以在繁忙的营业时间开会。
 - (D) 商品管理是门店运营管理的中心，其主要内容是商品质量管理。
3. “道也者，不可须臾离也，可离非道也。是故君子戒慎乎其所不睹，恐乎其所不闻。莫见乎隐，莫显乎微，故君子慎其独也。”要求连锁店铺从业者具备（ ）。
- (A) “防微杜渐”的工作作风
 - (B) 良好的道德品质和道德修养
 - (C) 保护环境的公民意识
 - (D) 敏锐的市场观察力
4. 值班中巡视的目的是（ ）。
- (A) 消除营运障碍
 - (B) 拟定值班计划
 - (C) 改变餐厅营运标准
 - (D) 其他选项都正确
5. 关于连锁企业员工绩效考核的内容，下列描述有误的是（ ）。
- (A) 德：包括思想政治、社会道德及职业道德水平等
 - (B) 能：包括体能、学识和智能、技能等
 - (C) 勤：包括出勤率、纪律性、责任心、主动性等
 - (D) 绩：包括工作作风、工作效率及效果
6. 通过各种的检测设备仪表，严格把关进行百分之百的检验。这样的阶段属于（ ）。
- (A) 科学质量管理阶段
 - (B) 质量检验阶段
 - (C) 统计质量控制阶段
 - (D) 全面质量管理阶段
7. 质量管理体系不包括（ ）。
- (A) 为实现质量方针和目标而构建
 - (B) 实现的目标是管理
 - (C) 协调组织内容的人
 - (D) 各种要求和系统的有机组成
8. 不属于全员质量管理可以采用以下哪些方法？（ ）
- (A) QC 小组
 - (B) 全员把关
 - (C) 质量教育培训
 - (D) 领导作用
9. 在 PDCA 循环应用案例中，质量统计控制分析方法，如因果图、关联图法，主要运用在了哪个阶段？（ ）

- (A) P 阶段
(B) D 阶段
(C) C 阶段
(D) A 阶段
- 10 .关于因果图，说法正确的是？（ ）
(A) 只能用来分析原因
(B) 又称鱼骨图，鱼头始终在最右边
(C) 通过不同箭线，反映原因的层次性
(D) 只能用来分析对策
- 11 .下例哪一项属于个性化服务措施？（ ）
(A) 24 小时服务热线
(B) 交流会
(C) 行业考察
(D) 亲情服务
- 12 .在客户关系管理里，客户的满意度是由以下哪两个因素决定的？（ ）。
(A) 客户的期望和感知
(B) 客户的抱怨和忠诚
(C) 产品的质量和价格
(D) 产品的性能和价格
- 13 .丁先生喜欢去 XX 名牌眼镜店消费，认为该店能够给自己带来愉悦和轻松的心情，很符合自己的品位和风格，请问这是哪种类型的忠诚客户？（ ）
(A) 理智型客户
(B) 惯性型忠诚客户
(C) 感情型忠诚客户
(D) 不满意型客户
- 14 .督导组织的设置，常见的有（ ）种情况。
(A) 3
(B) 4
(C) 5
(D) 6
- 15 .对于加盟店出现的营运问题，督导人员会协助加盟店找出原因，并协助制定解决方案，这体现了督导人员的（ ）职能。
(A) 指导帮助
(B) 信息传达与沟通
(C) 业务查核
(D) 其他选项都正确
- 16 .下列关于“神秘顾客”说法不正确的是（ ）。
(A) 是特许经营运营督导管理的常用方法
(B) 最早由麦当劳、肯德基等跨国公司引进国内的
(C) 善于深度挖掘管理工作中的深层问题
(D) 神秘顾客所观察到的是服务人员无意识的表现，是最真实的
- 17 .为突出超市建筑的可识别性，大型综合超市的匾牌、店徽、标志物等，用（ ）色调。
(A) 高纯度
(B) 高明度

- (C) 低纯度
(D) 低明度
- 18 . 购物商场的外部导向不包括（ ）。
- (A) 休憩广场
(B) 外部标识
(C) 外部导向
(D) 停车场
- 19 . 下列（ ）不属于卖场出入口流量的类型。
- (A) 客流
(B) 物流
(C) 货流
(D) 车流
- 20 . （ ）是货架陈列空间与单品销售相对变化的比率。
- (A) 销售弹性
(B) 价格弹性
(C) 空间弹性
(D) 交叉弹性
- 21 . 通常通道的照度起码要达到（ ）勒克斯。
- (A) 400
(B) 500
(C) 600
(D) 700
- 22 . 橱窗底部的高度以眼睛能看见的高度为好，一般离地面（ ）厘米。
- (A) 30-60
(B) 40-70
(C) 50-80
(D) 60-90
- 23 . 第二磁石点位于（ ）。
- (A) 常在商品的配置上必须以单项商品来规划
(B) 主通道外侧、靠近卖场边缘、远离入口的区域
(C) 位于收银台前的中间卖场
(D) 又称卖场堆头
- 24 . （ ）作为 CIS 战略的最主要部分，在企业形象传递过程中，是应用最广泛、出现频率最高，同时也是最关键的元素。
- (A) 广告词
(B) 口号
(C) 标志
(D) 颜色
- 25 . 一家企业认真考虑消费者问题，对顾客的服务很周到，善于宣传广告，销售网相当完善，竞争力强，表明企业的（ ）形象良好。
- (A) 市场
(B) 外观
(C) 技术
(D) 产品

- 26 .在企业 VI 应用要素中,企业用的货架标牌属于()。
- (A) 办公事务用品
 - (B) 企业内部建筑环境
 - (C) 企业外部建筑环境
 - (D) 广告媒体
- 27 .新型互联网服务工具不包括()。
- (A) 微博客服
 - (B) 微信客服
 - (C) E-mail 客服
 - (D) 电话客服
- 28 .门店不提供送货、提货、换零钱等服务属于()。
- (A) 服务项目不足
 - (B) 享有服务作业不当
 - (C) 原有服务项目取消
 - (D) 收银作业不当
- 29 .下列()不属于客服沟通态度。
- (A) 树立端正、积极的态度
 - (B) 有足够耐心
 - (C) 有足够热情
 - (D) 回避、推脱问题
- 30 .顾客认为门店过于拥挤,然后拨打连锁企业客户服务电话进行投诉,这类投诉属于()。
- (A) 对商品的投诉
 - (B) 对服务员的投诉
 - (C) 对服务的投诉
 - (D) 对安全与环境的投诉
- 31 .下列()不属于顾客抱怨的处理流程。
- (A) 道歉、倾听
 - (B) 表达理解
 - (C) 问题处理
 - (D) 无需反馈
- 32 .由于客户的经济情况改变或发生地理位置迁徙,将被迫和企业断绝交易关系,这种客户流失类型是()。
- (A) 过失流失
 - (B) 自然流失
 - (C) 竞争流失
 - (D) 恶意流失
- 33 .企业实施顾客关系管理的最终目的是()。
- (A) 把握顾客的消费动态
 - (B) 针对顾客的个性化特征提供个性化服务,极大化顾客的价值
 - (C) 做好顾客服务工作
 - (D) 尽可能多的收集顾客信息
- 34 .对于事故的预防与控制,安全技术对策着重解决()。
- (A) 认定不安全行为

- (B) 管理的缺陷
 (C) 物的不安全状态
 (D) 员工安全素质低
- 35 . 以下 () 和监督功能是领导在安全管理中的功能。
 (A) 组织功能
 (B) 激励功能
 (C) 协调功能
 (D) 其他选项都正确
- 36 . 统计表明, 一个班次的时间中, 约有一半的事故发生在刚上班的 1 个多小时和临下班的 1 个多小时, 这主要可归因于 () 的不安全心理。
 (A) 紧张心理
 (B) 情绪波动
 (C) 意识昏沉
 (D) 注意分散
- 37 . 以下不属于 () 安全文化建设的主要任务。
 (A) 建立安全保障网络, 实现本质安全化
 (B) 建立安全风尚和道德规范, 规范安全行为
 (C) 建立绩效意识、竞争意识
 (D) 规范安全教育体系, 提高安全教育效果
- 38 . 对消费者而言, 门店安全作业管理的重要意义是 () 。
 (A) 减少财物损失
 (B) 维持良好形象
 (C) 确保员工安全
 (D) 是消费者愉悦购物的基础
- 39 . 影响企业生产经营活动的正常进行, 对企业的生存、发展构成威胁, 从而使企业形象遭受损失的某些突发事件, 称之为 () 。
 (A) 企业形象
 (B) 企业危机
 (C) 形象识别
 (D) 公关关系危机
- 40 . 食品安全管理人员应接受不少于 () 小时的安全集中培训。
 (A) 12
 (B) 24
 (C) 30
 (D) 40
- 41 . 容易引起视觉疲劳的色彩是 () 。
 (A) 浅绿色
 (B) 淡黄色
 (C) 白色
 (D) 红色
- 42 . 生产和储存火灾危险性为丙类的液体, 其闪点 () 。
 (A) $>28^{\circ}\text{C}$
 (B) $<60^{\circ}\text{C}$
 (C) $\geq 60^{\circ}\text{C}$

- (D) $\leq 28^{\circ}\text{C}$
43. 疏散走道的指示标志宜设在疏散走道及其转角处距地面（ ）米以下的墙面上，走道疏散指示灯的间距不应大于（ ）米。答案（ ）
- (A) 1.5, 20
(B) 1.2, 20
(C) 1.0, 20
(D) 1.0, 10
44. 身上着火后，下列哪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) 尽快把身上的衣服撕脱下来
45. 人同时受到两种威胁，产生同等程度的逃避动机，但迫于形势只能择其一时的冲突称为（ ）。
- (A) 双驱冲突
(B) 双避冲突
(C) 驱避冲突
(D) 一驱一避冲突
46. 当冲突已经造成了情绪上的影响，可能会对不公的待遇感到气愤，也可能对需要进行的选择感到困惑。此时、冲突处于（ ）。
- (A) 潜伏阶段
(B) 被认识阶段
(C) 被感觉阶段
(D) 处理阶段
(E) 结局阶段
47. 沟通障碍中（ ）是指信息发送者有意操纵信息，以使信息显得对接受者有利。
- (A) 选择性知觉
(B) 信息过量
(C) 语义理解差异
(D) 信息过滤
48. 在发生冲突的时候，双方可通过积极地解决问题来寻求互惠和共赢，这种冲突管理风格是（ ）。
- (A) 协同
(B) 回避
(C) 折中
(D) 斗争
(E) 迁就
49. （ ）能够有效解决由模糊性带来的团队冲突。
- (A) 增加资源
(B) 明确规则与程序
(C) 第三方介入
(D) 谈判

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 . 连锁门店的四个统一主要体现在以下几个方面？（ ）
 - (A) 企业识别系统及商标统一
 - (B) 商品和服务统一
 - (C) 经营管理统一
 - (D) 经营理念统一
- 2 . 门店是连锁企业总部各项政策、制度、标准、规范的执行单位，也是利润的直接创造者，其基本职能有（ ）。
 - (A) 销售管理
 - (B) 商品、人事、财务管理
 - (C) 情报管理
 - (D) 环境管理
- 3 . 作为门店管理者，能够承担的角色有（ ）。
 - (A) 经营者
 - (B) 教育者
 - (C) 领导者
 - (D) 激励着
 - (E) 执行者
- 4 . 在负责店内综合管理中，应该做到（ ）。
 - (A) 统筹制定每月销售计划和任务分配
 - (B) 协助落实产品促销和效果追踪
 - (C) 协助店铺同事，合理分配工作，培养有潜力员工
 - (D) 定时向上级提交店铺销售报表及客户状态分析报表
- 5 . 店长对于店员管理的内容包括（ ）。
 - (A) 出勤人数
 - (B) 休假人数
 - (C) 排班表
 - (D) 迟到早退
- 6 . 人类跨入工业化时代，质量管理的发展大致经历了三个阶段，分别是（ ）。
 - (A) 科学质量管理阶段
 - (B) 质量检验阶段
 - (C) 统计质量控制阶段
 - (D) 全面质量管理阶段
- 7 . 人类跨入工业化时代，质量管理的发展大致经历了三个阶段，分别是（ ）。
 - (A) 科学质量管理阶段
 - (B) 质量检验阶段
 - (C) 统计质量控制阶段
 - (D) 全面质量管理阶段
- 8 . 全面质量管理的基本特点包括以下哪些？（ ）
 - (A) 全面的质量管理
 - (B) 全过程的质量管理
 - (C) 全员的质量管理
 - (D) 质量管理方法多样化

- 9 . 在 PDCA 循环应用案例中，计划阶段包括了哪些步骤？（ ）。
(A) 现状分析
(B) 原因分析
(C) 制定对策
(D) 实施对策
- 10 . 以下属于质量管理新七种方法的有（ ）。
(A) 散布图法
(B) 矩阵图法
(C) 箭线图法
(D) PDPC 法
- 11 . 客户服务不是简单的微笑，而是一项复杂的系统工程，它需要硬件的支撑和软件的推动，它更需要价值的提升。确切地说，它应该包含下列哪几个层次？（ ）。
(A) “软”服务和“硬”服务
(B) 超额服务
(C) 利益服务
(D) 价值服务
(E) 优势服务
- 12 . 客户满意度影响因素模型将一个企业提供给客户的产品分为（ ）。
(A) 产品及服务
(B) 支持性服务
(C) 承诺服务兑现
(D) 沟通因素
(E) 情感因素
- 13 . 常用的客户计划忠诚模式有（ ）。
(A) 独立积分计划
(B) 积分计划联盟模式
(C) 联名卡和认同卡
(D) 会员俱乐部
- 14 . 下面哪几项属于督导的作用（ ）。
(A) 承上启下
(B) 将各加盟店信息反馈给特许总部
(C) 加盟店重要的顾问和参谋
(D) 人力资源管理
- 15 . 督导组织的设置常见的有（ ）。
(A) 隶属于总部的营运部门
(B) 隶属于客服部门
(C) 是单独设立督导部门
(D) 由特许总部总经理直接领导和管理
- 16 . 对于社会监督，说法正确的是（ ）。
(A) 常用到的有：荣誉顾客监督、利用顾客投诉和第三方监控
(B) 被众多大型特许企业所推崇
(C) 能提高监督管理的工作效率，也利于企业节约成本，但监督管理效果会有折损
(D) 特许企业广泛借助社会团体、新闻媒体、社会舆论等多种途径
- 17 . 门店外观规划的原则包括（ ）。

- (A) 抽象性
 (B) 识别性
 (C) 延展性与统一性
 (D) 时代性
 (E) 美观性
- 18 . 购物商场导向系统的视角设计在以功能为前提的基础上，导向系统设计按照视角的角度分为（ ）。
 (A) 平视
 (B) 仰视
 (C) 俯视
 (D) 斜视
- 19 . 常见的卖场出入口设计方法包括（ ）。
 (A) 封闭型
 (B) 半开型
 (C) 全开行
 (D) 出入分开型
 (E) 出入合一型
- 20 . 从建筑设计角度看，超市的功能空间包括（ ）。
 (A) 引导空间
 (B) 营业空间
 (C) 辅助空间
 (D) 出入空间
- 21 . 超市卖场中垂直交通设施有（ ）。
 (A) 自动扶梯
 (B) 自动人行坡道
 (C) 疏散楼梯
 (D) 安全通道
- 22 . 在选择橱窗商品时应遵循以下原则。（ ）
 (A) 通常在一个橱窗内只摆放一个品类的商品
 (B) 选择新技术产品，引领市场潮流
 (C) 选择高价商品，展示商家档次
 (D) 精心选择附属品，烘托整体气氛
- 23 . 针对第五磁石点，下列说法正确的有（ ）。
 (A) 通常在商品的配置上必须以单项商品来规划
 (B) 商品有特价商品、高利润商品、季节性商品和厂家促销商品
 (C) 位于收银台前的中间卖场
 (D) 又称卖场堆头
- 24 . 下列哪些要素属于企业视觉识别系统的基本要素？（ ）
 (A) 办公用品
 (B) 制服饰物
 (C) 交通工具
 (D) 企业名称
 (E) 标志组合
- 25 . CIS 规划与实施导入的作业流程包括（ ）。

- (A) 企业实态调查阶段
 (B) 形象概念确立阶段
 (C) 设计作业展开阶段
 (D) 完成与导入阶段
 (E) 监督与评估阶段
- 26 . 下列哪些属于企业 VI 设计的应用要素? ()
 (A) 企业名称
 (B) 企业外部建筑环境
 (C) 企业标准字体
 (D) 员工服装服饰
 (E) 产品包装
- 27 . 如何树立良好的客户服务意识? ()
 (A) 以客户需求为导向
 (B) 一切为了客户
 (C) 对专业信息的及时需求
 (D) 对价格的参与需求
- 28 . 接待顾客说话原则中拒绝的场合要如何说话? ()
 (A) 真诚
 (B) 微笑
 (C) 平等
 (D) 代表公司
- 29 . 对于沉默客户的服务技巧包括 ()。
 (A) 诱导法
 (B) 沉默对沉默
 (C) 捕捉对方的真实意图
 (D) 循循善诱, 让对方打开心扉
- 30 . 下列属于对安全与环境的投诉 ()。
 (A) 顾客摔伤、被窃
 (B) 门店内音响声音太大
 (C) 卖场过道的垃圾没有及时清理, 影响商品品质卫生
 (D) 商品卸货时影响行人和车辆的出入
- 31 . 处理顾客投诉时应首先控制自己的情绪, 然后 () 最后, 核实顾客满意度, 改善提高服务质量。
 (A) 鼓励顾客解释投诉问题
 (B) 有效倾听
 (C) 判断事情真相
 (D) 提供解决办法
- 32 . 客户流失的原因可能有很多, 归纳起来讲, 主要有 ()。
 (A) 主动放弃的客户
 (B) 主动离开的客户
 (C) 被挖走的客户
 (D) 被迫离开的客户
- 33 . 顾客数据库包括的顾客类型有 ()。
 (A) 现有顾客

- (B) 潜在顾客
(C) 分销商
(D) 流失的顾客
(E) 无关顾客
- 34 .依据系统安全理论的思想，下列情况中，企业必须进行危险源识别与风险评价的有（ ）。
(A) 新员工入厂
(B) 变更生产工艺
(C) 采用新材料或新能源
(D) 颁布新适用的安全生产法规标准
- 35 .有效沟通有利于企业安全，那时因为（ ）。
(A) 利于获取隐患方面的真实信息
(B) 能增进同事之间情感，改善心情，有利于工作安全
(C) 利于获得紧急情况的应对技巧
(D) 增加知识和其他信息
- 36 .以下（ ）是控制逞能心里的措施。
(A) 培养敬业精
(B) 养成踏实成熟的品质
(C) 认识反省自己
(D) 打肿脸充胖子
- 37 .安全文化建设的主要方法有（ ）。
(A) 选点突破，点面结合。
(B) 舆论宣传，活动推进
(C) 强化培训，规范行为
(D) 灌输渗透，自觉践行
- 38 .门店安全是为了（ ）。
(A) 当事人痛苦和灾难
(B) 及时止损
(C) 员工士气低落
(D) 企业形象受损
- 39 .当顾客突然在门店患病，作为超市员工，应该（ ）。
(A) 迅速拨打 120
(B) 立即通知卖场中相关负责人进行必要急救处理
(C) 陪同就医
(D) 属于意外伤害或重大伤害情况营业员需及时上报上级管理人员
- 40 .未取得食品经营许可证从事餐饮服务，应当承担以下哪项法律责任（ ）。
(A) 没收用于违法经营的工具、设备、原料等物品
(B) 违法经营食品货值金额不足 1 万元的，处 5 万-10 万元罚款
(C) 货值金额 1 万元以上的，处货值金额 5 倍以上 10 倍以下罚款
(D) 没收违法所得
- 41 .在企业生产中可以通过（ ），应对噪声，保障安全。
(A) 控制噪声水平
(B) 采用心理学手段
(C) 播放功能音乐

- (D) 对语言传递的影响
- 42 . 热传播除了火焰直接接触外，还有（ ）途径。
- (A) 传导
 - (B) 辐射
 - (C) 照射
 - (D) 对流
- 43 . 在室内防火通道内并非一定要设置的是（ ）。
- (A) 安全指示灯
 - (B) 防火标语
 - (C) 防火海报
 - (D) 照明设备
- 44 . 确定防火间距的基本原则是（ ）。
- (A) 考虑热辐射的作用
 - (B) 考虑灭火作战实际需要
 - (C) 考虑节约用地
 - (D) 考虑建筑物内的消防设施
 - (E) 防火间距为相邻建筑物外墙的最近距离计算
- 45 . 冲突的类型包括（ ）。
- (A) 双驱冲突
 - (B) 双避冲突
 - (C) 驱避冲突
 - (D) 一驱一避冲突
- 46 . 下列属于冲突发展的阶段的是（ ）。
- (A) 潜伏阶段
 - (B) 被认识阶段
 - (C) 被感觉阶段
 - (D) 处理阶段
 - (E) 结局阶段
- 47 . 下列属于因资源竞争产生的团队冲突行为的是（ ）。
- (A) 销售部门想要更多的产品，生产部门产能跟不上
 - (B) 销售部门想要最新的产品，生产部门想要把库存清理掉。
 - (C) 销售部门产品滞销，生产部门产能跟不上。
 - (D) 销售部门产品滞销，人力资源部门最近员工流失率过高。
- 48 . 冲突管理的精髓在于针对不同情况采取不同冲突管理风格，企业的冲突管理风格包括（ ）。
- (A) 协同
 - (B) 回避
 - (C) 折中
 - (D) 斗争
 - (E) 迁就
- 49 . 第三方介入是指相对中立的第三方作为调解人或仲裁者，帮助冲突各方解决分歧。第三方介入主要应该达到的目标是（ ）。
- (A) 效果好
 - (B) 效率高

- (C) 结果公平
- (D) 程序公正

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 . 从消费者购买商品的原因和驱动力而言，消费者的购买动机可分为生理性购买动机和理智性购买动机两大类。（ ）
- 2 . 定量调查就是对一定数量的有代表性的样本，进行封闭式（结构性的）问卷访问，然后对调查的数据进行计算机的录入、整理和分析，并撰写报告的方法。（ ）
- 3 . 在问卷调查中，问卷的质量水准间接影响着数据的质量水准。（ ）
- 4 . 决策树的内容包括以下几个方面：预先计划性、决策过程中各因素的重要性、促销活动的影响、面对缺货的选择、购物者的背景。（ ）
- 5 . 收入是影响消费的最关键因素，其不仅可以决定客户的消费水平，而且也可以决定客户的购买量。（ ）
- 6 . 客户信息收集是客户信息管理的出发点和落脚点，是信息管理的首要环节，常用8种办法来解决。（ ）
- 7 . 数据仓库是一个信息提供平台，其从业务处理系统获得数据，主要以星型模型和雪花模型进行数据组织，并为企业用户提供各种手段从数据中获取信息和知识。（ ）
- 8 . 周权重指数概念适用于传统零售业、专卖店等。（ ）
- 9 . 销售预测中的算术平均法适用于销售量稳定，没有季节性波动的产品的预测。（ ）
- 10 . 季节指数法属于定性预测法。（ ）
- 11 . 供应链管理环境下的需求预测的内容包含市场需求预测、市场资源预测和市场营销组合预测。（ ）
- 12 . 竞争者可以采用“迟走半步”竞争策略，既不用研制新产品投入，又可针对新产品缺陷、不足，加以大幅度改进，最终把创新产品公司挤出市场。（ ）
- 13 . 从属需求是一种不能从上一级需求派生出本级需求的需求类型，即不会发生其他项目的需求对这一个项目的需求产生影响的需求形式。（ ）
- 14 . 进行数据预处理时，可形成“未付款、未处理”订单数据表。（ ）
- 15 . 大型超市一定会限定商品的宽度值。（ ）
- 16 . 在需求有弹性的情况下，降价会引起购买量的相应增加，从而使消费者对这种商品的货币支出减少。（ ）
- 17 . 精准营销关心客户细分和客户价值。（ ）
- 18 . 精准营销借助先进的数据库技术、网络通讯技术及现代高度分散物流等手段保障和顾客的长期个性化沟通，使营销达到可度量、可调控等精准要求。摆脱了传统广告沟通的高成本束缚，使企业低成本快速增长成为可能。（ ）

- 19 . 新媒体营销是指利用新媒体平台进行营销的方式。 ()
- 20 . 在制作主图时, 不同类型的产品主图要求相同。 ()
- 21 . 以文字为主要表现方式的海报的特点是形象, 直观可读, 被广泛应用。 ()
- 22 . 涨粉微博蕴含的深层营销价值。 ()
- 23 . 加入论坛等交流会可以为自己的微信群加粉。 ()
- 24 . 众筹是社群经济中最好的商业模式。 ()
- 25 . UGC 视频营销是一种低成本的方式, 风险低。 ()
- 26 . 在 Excel 中, 同一工作簿内的不同工作表, 可以有相同的名称。 ()
- 27 . Excel 可以输入多种数据类型的数据, 但“数值型”例外。 ()
- 28 . Excel 可以输入多种数据类型的数据, 但“数值型”例外。 ()
- 29 . 数据图表形式太过丰富, 干扰了新闻报道。 ()
- 30 . 在 Excel 中, 可对单元格中的数字进行格式设置, 使其适用于货币、百分比、小数、日期、电话号码或社会安全号码。 ()
- 31 . Web 网络爬虫系统的功能是下载网页数据, 为搜索引擎系统提供数据来源。 ()
- 32 . 自动采集软件能自动按周期检索网页信息, 保证了搜索到的数据的实时性和完整性, 因此互联网时代不需要人工采集。 ()
- 33 . 当在函数或公式中没有可用数值时, 将产生错误值是“#N/A”。 ()
- 34 . 当在函数或公式中没有可用数值时, 将产生错误值是“#N/A”。 ()
- 35 . 在 Excel 中, 函数 SUMIF(A1:A10, ">60") 的返回值是“不能执行”。 ()
- 36 . 在单元格输入“Average(15, -5)-Pi()”并确认后, 该单元格显示的值是“大于零”。 ()
- 37 . min, 在数学中, 专指一个区间内指最小数, 与 max 相对。 ()
- 38 . IF 函数是 Excel 中最常用的函数之一, 它可以对值和期待值进行逻辑比较。 ()
- 39 . IF 函数是 Excel 中最常用的函数之一, 它可以对值和期待值进行逻辑比较。 ()
- 40 . 在 Excel 中, 在进行自动分类汇总之前必须对数据清单进行索引。 ()
- 41 . 在使用 VLOOKUP 函数时, 要求查找的数字的格式一致。 ()
- 42 . 数据透视表能够将筛选、排序和分类汇总等操作依次完成, 并生成汇总表格。 ()
- 43 . 数据清洗是一个反复的过程, 不可能在几天内完成, 只有不断的发现问题, 解决问题。 ()
- 44 . 通过结构分析不能完全认识总体构成的特征。 ()
- 45 . 分组分析, 是指将客体(问卷、特征、现实)按研究要求进行分类编组, 使得同组客体之间的差别小于各种客体之间的差别, 进而进行分析研究的方法。 ()
- 46 . 移动平均法可以对现象变动的长期趋势进行动态预测。 ()
- 47 . 结构分析法是指被分析总体内的各部分与总体之间进行对比的分析方法, 即总体内各部分占总体的比例, 一般某部分的比例越大, 说明其重要程度越低。 ()
- 48 . 交叉表分析法通常用于分析两个变量(字段)之间的关系, 即同时将两个有一定联系的变量及其值交叉排列在一张表格内, 使各变量值成为不同变量的交叉结点, 形成交叉表, 从而分析交叉变量之间的关系, 所以也叫交叉表分析法。 ()
- 49 . Excel 图表中的标题属于数据元素, 曲线属于非数据元素。 ()
- 50 . 数据分析报告在撰写的过程中需注意以下四项原则: 规范性原则、突出重点原则、创新性原则及多样性原则。 ()

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 . 某消费者在买完西服后，想要买与之匹配的领带和皮鞋，这是需要的（ ）。
 - (A) 多样性
 - (B) 互补性
 - (C) 互替性
 - (D) 发展性
- 2 . （ ）是采用函询或现场深度访问的方式，反复征求专家意见，经过客观分析和多次征询，逐步使各种不同意见趋于一致。一般要通过几轮征询，才能达到目的。
 - (A) 小组座谈会
 - (B) 专家意见法
 - (C) 问卷调查法
 - (D) 深度访谈法
- 3 . 当对研究对象缺乏了解的情况下，要回答“有没有、是不是”等问题时进行研究的调查是（ ）。
 - (A) 描述性调查
 - (B) 因果性调查
 - (C) 探测性调查
 - (D) 实地性调查
- 4 . 超市习惯进行（ ）来洞悉消费者的购物行为。
 - (A) 商品构成分析
 - (B) 客户满意度分析
 - (C) 客户忠诚度分析
 - (D) 购物篮分析
- 5 . 以下（ ）不属于客户特征分析作用。
 - (A) 精准营销
 - (B) 团队人员规划
 - (C) 客户研究
 - (D) 产品策划
- 6 . 客户档案按管理对象按客户性质划分时不包括（ ）。
 - (A) 政府机构
 - (B) 特殊企业
 - (C) 普通企业
 - (D) 服务企业
- 7 . 客户信息分析的方法中不包括（ ）。
 - (A) 分类分析法
 - (B) 聚类分析法
 - (C) 序列分析法
 - (D) 排列分析法
- 8 . 制定年度销售目标务必（ ）先行。
 - (A) 数据
 - (B) 策略
 - (C) 人员
 - (D) 思维

- 9 . 下列各种销售预测方法中，属于没有考虑远近期销售业务量对未来销售状况会产生不同影响的方法是（ ）。
- (A) 移动平均法
(B) 算术平均法
(C) 加权平均法
(D) 季节预测分析法
- 10 . 下面属于定量预测的方法有（ ）。
- (A) 季节指数法
(B) 专家预测法
(C) 销售人员综合和意见法
(D) 德尔菲法
- 11 . （ ）是指在特定时间内满足需求的次数。
- (A) 库存需求数量
(B) 库存需求时间
(C) 库存需求频率
(D) 库存量的维持
- 12 . 以下不属于影响库存需求预测因素的是（ ）。
- (A) 库存需求性质
(B) 库存需求内容
(C) 库存需求方法
(D) 库存需求人员
- 13 . （ ）指外界或消费者对制成品或最终产品之市场需求，亦即企业所承接市场之订单需求，因为它的需求量是由市场所决定，企业本身只可根据以往之经验法则予以预测，而无法加以控制或决定。
- (A) 独立需求
(B) 从属需求
(C) 一般需求
(D) 特殊需求
- 14 . 选择（ ）可以得到某一时间段的不同产品的销售情况。
- (A) 日期
(B) 日期范围
(C) 时间
(D) 时间范围
- 15 . （ ）可以影响 SKU 数量中的商品销售情况。
- (A) 行为
(B) 价格
(C) 水平心理
(D) 计划
- 16 . （ ）是供给变动率与引起其变动的价格变动率的比率，反映价格与生产量的关系。
- (A) 供给价格弹性
(B) 需求价格弹性
(C) 交叉价格弹性
(D) 预期价格弹性
- 17 . （ ）是在精准定位的基础上，依托现代信息技术手段建立个性化的顾客沟通服务体系

- 系，实现企业可度量的低成本扩张之路，是有态度的网络营销理念中的核心观点之一。
- (A) 服务营销
 - (B) 市场营销
 - (C) 精准营销
 - (D) 互联网营销
- 18 . 精准营销是充分利用各种新式媒体，将营销信息推送到比较准确的受众群体中，从而既节省营销成本，又能起到最大化的营销效果。以下属于精准营销运营的媒体形式的是（ ）。
- (A) 电视
 - (B) 报刊
 - (C) 广播
 - (D) 微信
- 19 . 下列（ ）不属于新媒体运营者应具备的能力。
- (A) 运用心理学的能力
 - (B) 语言表达能力
 - (C) 图片、视频剪辑能力
 - (D) 数据分析能力
- 20 . 下列（ ）不属于内容编辑器。
- (A) 135 微信编辑器
 - (B) 易点微信编辑器
 - (C) 秀米微信编辑器
 - (D) Photoshop
- 21 . 以下属于危机式标题的是（ ）。
- (A) 不要让最后一滴水变成眼泪
 - (B) 高效工作的 5 个秘籍
 - (C) 你的手机耗电高么？
 - (D) 全场 7 折
- 22 . 以下（ ）不属于微博营销的主要策略。
- (A) 建立微博矩阵
 - (B) 病毒式传播
 - (C) 开通微博橱窗
 - (D) 创建微博活动
- 23 . 以下不属于微信公众号的账号类型的是（ ）。
- (A) 订阅号
 - (B) 工作号
 - (C) 企业号
 - (D) 服务号
- 24 . 以下哪个选项涵盖了构成社群的所有要素。（ ）
- (A) 同好、结构、输出、盈利和复制
 - (B) 同好、结构、输入、运营和复制
 - (C) 同好、结构、输出、运营和复制
 - (D) 其他选项都正确
- 25 . 发送视频内容时，（ ）。

- (A) 可以对大众进行说教
 (B) 只在某一平台推广即可
 (C) 要将视频做得繁冗复杂
 (D) 要讲述一个完整有趣的故事
- 26 . 在 Excel 中，若需要将工作表中某列上大于某个值的记录挑选出来，应执行（ ）。
 (A) 排序命令
 (B) 筛选命令
 (C) 分类汇总命令
 (D) 合并计算命令
- 27 . Excel 可以输入多种数据类型的数据，但（ ）例外。
 (A) 数值型
 (B) 文字型
 (C) 日期型
 (D) 性别型
- 28 . 在 Excel 工作表的任一单元格输入内容后，都必须确认后才可。确认的方法不包括（ ）。
 (A) 单击另一单元格
 (B) 按光标移动键
 (C) 单击该单元格
- 29 . 以折线的上升和下降来表示统计数量的增减变化的图形是（ ）。
 (A) 条形图
 (B) 折线图
 (C) 气泡图
 (D) 雷达图
- 30 . （ ）是指数字的一般表示，可以指定要使用的小数位数、是否使用千位分隔符以及如何显示负数。
 (A) 货币
 (B) 数字
 (C) 时间
 (D) 百分比
- 31 . 下列搜索引擎中，属于目录索引搜索引擎的是（ ）。
 (A) Google
 (B) 百度
 (C) 雅虎
 (D) 中搜
- 32 . 传感技术，同计算机技术和（ ），被列为现代信息技术的三大支柱。
 (A) 汽车制造技术
 (B) 建筑技术
 (C) 通信技术
 (D) 测量技术
- 33 . Excel 提供了（ ）类函数供用户使用。
 (A) 5
 (B) 12
 (C) 9

- (D) 11
- 34 .在 Excel 中,函数 COUNT(A1:A5)的返回值是 () ,其中 A1 单元格的值是文字"统计", A2 为时间格式"8:24", A3 为 0, A4 为数字 50, A5 为逻辑值"TRUE"。
- (A) 1
(B) 2
(C) 3
(D) 4
- 35 .在 Excel 中,函数=SUMIF(B1:B10,">60",B1:B10)的返回值是 () 。
- (A) 10
(B) 将 B1:B10 这 10 个单元中大于 60 的数据求和
(C) 统计大于 60 的数据个数
(D) 不能执行
- 36 .A1=80,B1=60,则公式=average(A1,B1)返回结果为 () 。
- (A) 140
(B) 140.00
(C) 70
(D) 70.00
- 37 .在 Excel 中,函数 MIN(2,5,FALSE)的执行结果是 () 。
- (A) 2
(B) 3
(C) 0
(D) -1
- 38 .当单元格 D2 的值为 6 时,函数 IF(D2>8,D2/2,D2*2)的结果为 () 。
- (A) 3
(B) 8
(C) 12
(D) 18
- 39 .在 Excel 中,输入当前时间可按 () 。
- (A) Ctrl+
(B) Shift+
(C) Ctrl+Shift+
(D) Ctrl+Shift+
- 40 .在 Excel 中,在进行自动分类汇总之前必须 () 。
- (A) 对数据清单进行索引
(B) 选中数据清单
(C) 对数据清单按要进行分类汇总的列进行排序
(D) 数据清单的第一行里必须有列标记
- 41 .关于 VLOOKUP 函数说法错误的是 () 。
- (A) VLOOKUP 与 LOOKUP 函数和 HLOOKUP 函数属于一类函数
(B) 如果找不到数据,函数总会传回一个这样的错误值#N/A
(C) Lookup_value 是一个很重要的参数,它可以是数值、文字字符串、或参照地址
(D) Lookup_value 是一个很重要的参数,是以数值形式展现的
- 42 .在 Excel 中选取"自动筛选"命令后,在清单上的 () 出现了下拉式按钮图标。

- (A) 字段名处
(B) 所有单元格内
(C) 空白单元格内
(D) 底部
- 43 . 数据清洗 (Data cleaning) 是对数据进行重新审查和校验的过程, 目的在于删除重复信息、纠正存在的错误, 并提供数据一致性。其主要处理类型不包括 ()。
- (A) 残缺数据
(B) 错误数据
(C) 重复数据
(D) 多余数据
- 44 . 下列各列财务分析的基本方法中, 最常用的是 ()。
- (A) 比率分析法
(B) 比较分析法
(C) 因素分析法
(D) 趋势分析法
- 45 . 在 Excel 中, 组距式分组数据的频数统计的实现借助函数是 ()。
- (A) IF
(B) COUNTIF
(C) FREQUENCY
(D) VLOOKUP
- 46 . 采用几何平均法计算平均发展速度的依据是 ()。
- (A) 各年环比发展速度之积等于总速度
(B) 各年环比发展速度之和等于总速度
(C) 各年环比增长速度之积等于总速度
(D) 各年环比增长速度之和等于总速度
- 47 . 以下关于结构分析法计算公式正确的是 ()。
- (A) 结构指标 (%) = (总体中某一部分 / 总体中的另一部分) X 100%
(B) 结构指标 (%) = (总体总量 / 总体中某一部分) X 100%
(C) 结构指标 (%) = (总体中某一部分 / 总体总量) X 100%
(D) 结构指标 (%) = (总体中某一部分 / 总体个数) X 100%
- 48 . 交叉分析法运用于分析 ()。
- (A) 单个变量的构成
(B) 两个变量之间的关系
(C) 两个变量之间的平均值
(D) 多个变量之间的关系
- 49 . 下列不适合展示二维数据集的图表类型是 ()。
- (A) 折线图
(B) 雷达图
(C) 条形图
(D) 柱形图
- 50 . 以下不属于数据分析报告的作用的是 ()。
- (A) 展示分析技巧
(B) 展示分析结果
(C) 验证分析质量

(D) 为决策者提供参考依据

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 . 消费者在进行购买决策时，信息搜集的渠道主要有（ ）。
 - (A) 个人来源
 - (B) 商业来源
 - (C) 公众来源
 - (D) 企业来源
- 2 . 以下属于定性调查的方法的是（ ）。
 - (A) 小组座谈会
 - (B) 专家意见法
 - (C) 问卷调查法
 - (D) 深度访谈法
- 3 . 下列选项中，问卷设计的排序原则包括（ ）。
 - (A) 需要被访问者思考的问题应放在中间
 - (B) 问题应该循序渐进
 - (C) 引起被调查者兴趣
 - (D) 运用过滤性问题
 - (E) 关键点的提示
- 4 . 购买决策树分析中，面对缺货的选择，下列正确的是（ ）。
 - (A) 换商店
 - (B) 换品牌
 - (C) 继续购买
 - (D) 干脆不买
- 5 . 以下说法正确的是（ ）。
 - (A) 伴随着年龄的增长，人的消费方式会发生变化，从年轻时的冲动消费逐渐向理性消费过渡。因此，人处在不同的年龄阶段会存在不同的购物特征。
 - (B) 按照国家区域划分，英国境内使用亚马逊电商平台的人数是最多的。
 - (C) 用户的消费特征与年龄没有直接联系。
 - (D) 收入是影响消费的最关键因素，其不仅可以决定客户的消费水平，而且也可以决定客户的购买量。
- 6 . 客户的原始资料包括（ ）。
 - (A) 客户档案资料
 - (B) 可行性研究报告
 - (C) 交易过程中的合同
 - (D) 报审及批准文件
- 7 . 公司客户信息数据库对客户分类管理可以按（ ）分类。
 - (A) 所在行业
 - (B) 客户性质
 - (C) 客户地域
 - (D) 客户类型
- 8 . 从内容角度出发，销售目标一般可分为（ ）等。

- (A) 销售额目标
 (B) 销售费用目标
 (C) 利润额目标
 (D) 新增客户目标
- 9 . 属于趋势预测分析法的是 () 。
 (A) 移动平均法
 (B) 平滑指数法
 (C) 回归分析法
 (D) 修正的时间序列回归分析
- 10 . 需求预测的方法有 () 。
 (A) 定性预测
 (B) 定量预测
 (C) 市场资源预测
 (D) 市场营销组合预测
- 11 . 确定库存需预测的内容包括 () 。
 (A) 库存需求数量
 (B) 库存需求时间
 (C) 库存需求频率
 (D) 库存需求范围
- 12 . 以下属于影响库存需求预测因素的有 () 。
 (A) 产品生命周期
 (B) 商业周期
 (C) 客户需求
 (D) 竞争者行为
- 13 . 以下属于独立需求的是 () 。
 (A) 对于网球的需求预测
 (B) 对于鞋带的需求预测
 (C) 对于胡萝卜的需求预测
 (D) 对于促销用上网光盘的需求预测
- 14 . 进行数据预处理时, 可形成 () 订单数据表。
 (A) 已付款
 (B) 已处理
 (C) 未付款
 (D) 未处理
- 15 . SKU 计划的制定和下采用的是 () 和 () 两种方式。 ()
 (A) 自上而下
 (B) 自左而右
 (C) 自下而上
 (D) 自右而左
- 16 . 使用购物篮分析工具有 () 。
 (A) 在“购物篮分析”对话框中, 选择包含交易 ID 的列
 (B) 然后选择包含要分析的项或产品的列
 (C) 可以选择添加包含产品金额的列
 (D) 单击“高级”打开“高级参数设置”对话框

- (E) 增加“最低支持”的值将会减少组合为项集的产品数
- 17 . 以下属于精准营销主要理论构成的是 () 。
- (A) 4C 理论
(B) 顾客让渡价值
(C) 沟通理论
(D) 反应理论
- 18 . 不同业务人员对精准营销的关注重点不同，主要包括 ()
- (A) 流量提升导向
(B) GMV 提升导向
(C) 支付率提升导向
(D) 购买率提升导向
- 19 . 新媒体的发展趋势包括 () 。
- (A) 图形化文章
(B) 趣味短视频
(C) 静态沉浸式阅读
(D) 交互式 H5
- 20 . 手机拍摄需注意的问题，包括 () 。
- (A) 保持稳定
(B) 选择合适的拍摄模式
(C) 先想后拍
(D) 靠近拍摄对象
- 21 . 文案正文的构思方法包括 () 。
- (A) 直接陈述
(B) 层层递进
(C) 描述卖点
(D) 诙谐幽默
- 22 . 以下属于微博营销的主要模式的是 () 。
- (A) 媒体模式
(B) 专家模式
(C) 明星模式
(D) 分享模式
- 23 . 微信营销的价值包括 () 。
- (A) 输出个人品牌
(B) 刺激产品销售
(C) 维护客户关系
(D) 吸粉引流
- 24 . 下面对社群和社群营销的说法正确的是 () 。
- (A) 社群的群成员由一群具有相同爱好或对某种事物具有共同认可或行为的人组成
(B) 社群群成员具有一致的行为规范和持续的互动关系
(C) 自媒体或其他媒体不能发展为社群不同，因为它们的运营模式不同
(D) 社群营销主要依靠专业的优质内容输出形成社群圈层
- 25 . 视频营销的素材的选取途径包括 () 。
- (A) 网络下载

- (B) 视频录制
(C) 自己拍摄
(D) 自己编造
- 26 . 在 Excel 中，单元格地址引用有哪些形式？（ ）
(A) 绝对引用
(B) 相对引用
(C) 混合引用
(D) 一般引用
- 27 . 在 Excel 中，单元格地址引用有哪些形式？（ ）
(A) 绝对引用
(B) 相对引用
(C) 混合引用
(D) 一般引用
- 28 . 向 Excel 工作表的任一单元格输入内容后，都必须确认后才认可。确认的方法有（ ）。
(A) 单击 Esc 键
(B) 单击回车键
(C) 单击另一单元格
(D) 单击 BackSpace 键
- 29 . () 强调各数据点值之间的差异，() 则强调起伏变化的趋势。（ ）
(A) 饼图
(B) 柱形图
(C) 折线图
(D) 盒须图
- 30 . 在 Excel 中，可对单元格中的数字进行格式设置，使其适用于（ ）。
(A) 货币
(B) 数字
(C) 时间
(D) 百分比
- 31 . 搜索引擎的工作过程包含（ ）。
(A) 需求分析
(B) 抓取网页
(C) 处理网页
(D) 提供检索服务
- 32 . 搜索引擎的工作过程包含（ ）。
(A) 需求分析
(B) 抓取网页
(C) 处理网页
(D) 提供检索服务
- 33 . 在分类汇总时，下列属于汇总方式的运算有（ ）。
(A) 计数
(B) 平均值
(C) 等比
(D) 最小值

- 34 . 公式: COUNT(value1, value2, ...)中 ()。
- (A) value1 是必要参数
 - (B) value1 是可选参数
 - (C) value2 是必要参数
 - (D) value2 是可选参数
- 35 . 下列 () 可以作为 SUM 函数的参数。
- (A) A1, A3
 - (B) SUM(A1:A3)
 - (C) TURE
 - (D) TR
- 36 . 对 B2、B3、B4 三个单元格中的数值求平均值, 则公式或函数可为 ()。
- (A) =AVERAGE (B2:B4)
 - (B) =SUM(B2:B4)
 - (C) =AVERAGE (B2, B3, B4)
 - (D) =(B2+B3+B4)/3
- 37 . 在 Excel 中, 函数 MAX(0, -1, TRUE)的返回值, 以下错误的是 ()。
- (A) 1
 - (B) 3
 - (C) -1
 - (D) 0
- 38 . Excel 表格中 IF 函数中包含三个参数, ()。
- (A) 条件判断
 - (B) 结果为真返回值
 - (C) 结果为假返回值
 - (D) 可选参数
- 39 . 在 Excel 工作表中, A1 单元格内日期数据内容“3月3日”, 将 A1 单元格的格式修改为数值型, 下列对话框中, 运用错误的是 ()。
- (A) 样式
 - (B) 条件格式
 - (C) 自动套用格式
 - (D) 单元格格式
- 40 . 在分类汇总时, 下列属于汇总方式的运算是 ()。
- (A) 计数
 - (B) 平均值
 - (C) 等比
 - (D) 最小值
- 41 . 自动显示会计科目在 VLOOKUP () 函数, 还需要辅助以下自变量: ()。
- (A) Logical—test
 - (B) Value—if_true
 - (C) Value—if_false
 - (D) Falue—if_false
- 42 . 关于数据透视表 (Pivot Table) 下列说法正确的是 ()。
- (A) 数据透视表是一种交互式的表, 可以进行某些计算, 如求和与计数等。
 - (B) 如果原始数据发生更改, 则可以更新数据透视表。

- (C) 数据透视表所进行的计算与数据跟数据透视表中的表单位位置有关。
(D) 若要创建数据透视表，请运行“数据透视表和数据透视图向导”。
- 43 .清洗数据的内容包括：（ ）。
- (A) 缺失值清洗
(B) 逻辑错误清洗
(C) 格式内容清洗
(D) 重复数据清洗
- 44 .比较分析法的两种具体方法是（ ）。
- (A) 绝对数比较
(B) 相对数比较
(C) 横向比较法
(D) 水平比较法
- 45 .关于分组分析说法准确的是（ ）。
- (A) 分组分析的特点在于不依赖于原始资料分布的正常性假设，可以按任意规律分布。
(B) 分组分析的特点在依赖于原始资料分布的正常性假设。
(C) 分组分析是指客体按研究要求进行分类编组。
(D) 分组分析中同组客体之间的差别小于各种客体之间的差别。
- 46 .关于平均分析法的描述正确的是（ ）。
- (A) 平均分析法是运用计算平均数的方法来反映总体在一定时间、地点条件下某一数量特征的一般水平
(B) 平均数是综合指标，它的特点是将总体内各单位数量差异具体化
(C) 平均指标比总量指标更具有说服力
(D) 利用平均指标对比某些现象在不同历史时期的变化，更能说明其发展趋势和规律
- 47 .结构分析法是在统计分组的基础上，计算各组成部分所占比重，进而分析某一总体现象的（ ）依时间推移而表现出的变化规律性的统计方法。
- (A) 总体外部结构
(B) 内部结构特征
(C) 总体的性质
(D) 总体内部结构
- 48 .交叉分析法通常用于分析两个变量之间的关系，实际使用中我们通常把这个概念推广到行变量和列变量之间的关系，那么下面说法正确的是（ ）。
- (A) 行变量可能有多个变量组成
(B) 列变量可能有多个变量
(C) 可能只有行变量没有列变量
(D) 可能只有列变量没有行变量
- 49 .图表制作完成后，还需要对图表进行美化，使得所呈现出来的图表简约大方，美化要点体现在（ ）。
- (A) 最大化数据墨水比
(B) 选择合适的字体及数字格式
(C) 图表的色彩应柔和、自然、协调
(D) 图表中字体只能使用宋体或者微软雅黑
- 50 .正文是一篇数据分析报告的核心部分，必须与分析思路相结合，要以严谨科学的论证，确保观点的合理性和真实性。以下对正文部分的描述正确的是（ ）。

- (A) 正文部分要包括分析背景、目的及思路三方面
- (B) 正文部分以图文并茂的方式将数据分析过程与分析结果进行展示
- (C) 正文部分的展示需要美观，可以风格多样，加入多种展示样式、丰富展示的类型
- (D) 正文在编写过程中应科学严谨、结构清晰、结论明确

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 . 招聘是企业填补职位空缺的唯一方法。（ ）
- 2 . 录用决策阶段的主要任务是根据预先确定的人员录用标准与录用计划进行录用决策。（ ）
- 3 . 在进行招募工作时，要尽可能使用所有的渠道。（ ）
- 4 . 结构化面试是漫谈式的，面试考官与应聘者随意交谈。（ ）
- 5 . 面试官通过 MBTI 测试可以准确测量面试人员的职业能力，因此常常被运用于企业面试中。（ ）
- 6 . 一般让应聘者对某一问题做出明确的答复的面试提问方式是封闭式提问。（ ）
- 7 . 材料筛选法主要依据应聘者个人的基本信息及背景材料，因而必须与其他人才选拔方法如面试、笔试等方法结合使用，才能取得令人满意的结果。（ ）
- 8 . 从企业经营战略出发确定培训需求的是基于任务分析视角的。（ ）
- 9 . 公司企业文化培训是新员工培训中基本专业知识方面的内容。（ ）
- 10 . 课程“组织结构设计与部门职能划分”属于行政管理岗位员工的培训。（ ）
- 11 . 师徒制培训方法一般用于在岗培训。（ ）
- 12 . 学员学习用的教科书、参考资料、纸张包括在职工教育经费之内。（ ）
- 13 . 新员工培训的一般程序为：部门层次的培训—概括介绍—企业层次的培训—参观（ ）
- 14 . 对培训效果进行学习评估时，不宜采用的评估方法是行为观察。（ ）
- 15 . 高绩效团队的特征有良好的沟通、合理的薪酬和清晰的目标。（ ）
- 16 . 有一些团队成员比另一些更适合某些团队角色，这取决于他们的付出和努力。（ ）
- 17 . 目标管理方式比计划管理方式在推进组织工作进展，保证组织最终目标完成方面更胜一筹。（ ）
- 18 . 合理用权是领导者运用权力遵循的原则之一。（ ）
- 19 . 基于公平理论，当员工感到不公平时会立即辞职。（ ）
- 20 . 授权可将团队领导者从常规的任务中解脱出来，去执行更重要的任务。（ ）
- 21 . 最简单且易操作的标杆管理方式是竞争标杆管理。（ ）

- 22 . 基于 KPI 的绩效考核体系指标的产生是自下而上根据个人以往的绩效与目标产生的。（ ）
- 23 . 绩效管理系统的子系统，主要功能是监督各个部门的领导者，有效地组织员工的绩效考核工作。（ ）
- 24 . 评语法是一种常见的、以一篇简短的书面鉴定来进行考评的方法，对考评内容、格式、篇幅与重点等均有特定的标准规范，不能由考评者根据需要自由掌握。（ ）
- 25 . 绩效沟通辅导贯穿于绩效管理的全过程。（ ）
- 26 . 绩效结果的运用虽对过去的绩效进行奖惩，但更强调将来绩效的进一步提高。（ ）

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 . 下列关于招聘效果评估的表述错误的是（ ）。
- (A) 将招聘过程中各个阶段所用的时间与计划的时间对比可对计划的准确性进行评估和分析
- (B) 其他条件相同时，招聘单价越低，说明该招聘方法越有效
- (C) 其他条件相同时，应聘的比率越低，说明招聘的效果越好
- (D) 其他条件相同时，录用的比率越高，说明招聘的效果越好
- 2 . 招聘工作的第一步是（ ）。
- (A) 制定招聘计划
- (B) 识别招聘需求
- (C) 人员招募
- (D) 人员甄选
- 3 . 外部招聘的优势是（ ）。
- (A) 有利于提高员工的士气和发展期望
- (B) 节约时间和费用
- (C) 风险小
- (D) 能给企业带来活力
- 4 . 在（ ）中，面试者被置于与工作相关的一个假设的情景中，面试官通过观察面试者在假设的情景中的表现，预测其未来在工作岗位上的行为。
- (A) 情景面试
- (B) 行为面试
- (C) 压力面试
- (D) 技能面试
- 5 . 人力测评中了解人际关系能力最有效的方法是（ ）。
- (A) 集体面试
- (B) 资历审核
- (C) 文件筐测验
- (D) 无领导小组讨论
- 6 . （ ）是人员面试中的核心技巧。
- (A) 开放式提问
- (B) 封闭式提问
- (C) 确认式提问
- (D) 举例式提问
- 7 . 应聘申请表设计时，要符合当地有关（ ）。

- (A) 法律
 (B) 上级主管部门
 (C) 业务部门主管
 (D) 人事行政总监
- 8 . 培训需求分析的关键是 () 。
 (A) 工作现状
 (B) 工作目标
 (C) 人员绩效
 (D) 现状与目标的差距
- 9 . 华为新员工培训的“721”法则表述正确的是 () 。
 (A) 70%的能力提升来自于导师的帮助, 20%来自于实践, 10%来自于课堂的学习
 (B) 70%的能力提升来自于实践, 20%来自于导师的帮助, 10%来自于课堂的学习
 (C) 70%的能力提升来自于学习, 20%来自于导师的帮助, 10%来自于课堂的实践
 (D) 70%的能力提升来自于实践, 20%来自于学习, 10%来自于课堂的导师的帮助
- 10 . 整个培训教学方案的重心是 () 。
 (A) 确定教学目的
 (B) 检查培训内容
 (C) 确定教学方法
 (D) 设计教学方式
- 11 . 下列哪种方法是脱产培训的方法? ()
 (A) 导师制
 (B) 案例研讨法
 (C) 工作轮换
 (D) 教练式
- 12 . 一般企业在做培训经费预算时, 下列 () 可以列为间接费用。
 (A) 食宿费用
 (B) 鉴定、认证、取证费
 (C) 教育仪器、设备费
 (D) 场地费
- 13 . 企业防范培训风险, 可根据 () 考虑培训成本的分摊与补偿。
 (A) 利益获得原则
 (B) 利益补偿原则
 (C) 利益分摊原则
 (D) 利益均等原则
- 14 . 在培训效果评估的评估体系中, () 是第四级评估。
 (A) 行为评估
 (B) 学习评估
 (C) 反应评估
 (D) 结果评估
- 15 . () 是由同一等级、不同工作领域的员工组成, 他们是为了完成不同任务来到一起, 它能够监督改善涉及组织中不同部门的工作程序, 使之标准化并有效地提高工作效率。
 (A) 问题解决开题团队
 (B) 多功能型团队
 (C) 自我管理型团队

- (D) 虚拟团队
- 16 . 团队的成功必备因素是 () 。
- (A) 人
(B) 目标
(C) 职能分配
(D) 计划
- 17 . 下列哪项不属于目标管理的三个阶段 () 。
- (A) 设置目标
(B) 组织过程
(C) 管理过程
(D) 实现目标
- 18 . 下列选项中不属于领导的主要作用的是 () 。
- (A) 激励
(B) 指挥
(C) 控制
(D) 协调
- 19 . 根据归因理论的观点，将人的成功归因于 () 可以给人带来惊喜感。
- (A) 内在因素
(B) 外在因素
(C) 稳定因素
(D) 不稳定因素
- 20 . 授权主要有四个步骤，在下达指令后，领导接下来的主要工作是 () 。
- (A) 制订授权计划
(B) 检查进展情况
(C) 评估授权效果
(D) 汇报授权情况
- 21 . 绩效考核的方法和方案，必须在实践当中不断进行改善和完整，而不是一成不变的，这个体现了绩效考核的 () 。
- (A) 可行性原则
(B) 回馈原则
(C) 制度化原则
(D) 实用性原则
- 22 . 绩效管理活动实施过程中的中坚力量是 () 。
- (A) 高层领导
(B) 一般员工
(C) 直接上级/主管
(D) 人力资源管理人员
- 23 . 企业在考评时，除了确保绩效考评的准确性，主要重视考评的 () 。
- (A) 正确对待
(B) 公平
(C) 公正公平性
(D) 正确认识
- 24 . 建立在一个假设基础之上，即一个范围内的人员工作状况，是按正态分布的，这种评价方法称为 () 。

- (A) 简单分级法
 - (B) 强制分布法
 - (C) 交替分级法
 - (D) 效果基础评价
- 25 . 找出工作绩效的差距和不足的方法不包括（ ）。
- (A) 目标设定法
 - (B) 目标比较法
 - (C) 水平比较法
 - (D) 横向比较法
- 26 . 以下关于绩效结果的应用说法错误的是（ ）。
- (A) 鼓励企业内部的正确行为
 - (B) 激励企业员工为达到企业目标而共同努力
 - (C) 奖惩员工
 - (D) 对企业内部运作中出现的问题进行指导和纠正，以达到企业的整体进步

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 . 在招聘活动中，属于人力资源部门的职责的是（ ）。
- (A) 招聘计划的制定与审批
 - (B) 招聘信息的发布
 - (C) 应聘者登记、资格审查
 - (D) 负责面试、考试工作
 - (E) 个人资料的核实、人员体检
- 2 . 人员招募包括以下哪些环节（ ）。
- (A) 选择招聘渠道
 - (B) 发布招聘广告
 - (C) 人员甄选
 - (D) 收集简历、填写登记表
- 3 . 外部招聘的方法包括（ ）。
- (A) 广告招聘
 - (B) 外出招聘
 - (C) 借助职业中介结构招聘
 - (D) 推荐招聘
 - (E) 档案记录
- 4 . 以下关于结构化面试描述正确的是（ ）。
- (A) 又叫模式化面试，是对考官构成、考察要素、面试题目、评分标准、面试实施程序等进行规范化、标准化和精细化的面试方法
 - (B) 结构化面试可以综合考查应试者各个方面的素质与能力
 - (C) 是对与面试有关的因素不作任何限定的面试
 - (D) 只对面试的部分因素有统一要求的面试，如规定有一半用统一的程序和评价标准，而另外一半的面试题目可以根据面试对象而随机变化

- 5 . 下列属于评价中心技术的是（ ）。
- (A) 无领导小组讨论
 - (B) 文件筐测试
 - (C) 头脑风暴
 - (D) 案例分析
- 6 . （ ）不属于假设式的提问方式。
- (A) “如果你处于这样的情况，你将怎么做？”
 - (B) “你的意思是这样的吗？”
 - (C) “你曾经做过销售工作吗？”
 - (D) “你认为这样做对吗？”
- 7 . 以下说法不准确的是：一般来说，应聘者的直接上司的评价和人力资源管理人员的评价相比（ ）。
- (A) 同等重要
 - (B) 更为可信
 - (C) 作用不大
 - (D) 更为主观
- 8 . 培训需求分析应从（ ）三个方面来进行。
- (A) 组织需要
 - (B) 经营需要
 - (C) 工作需要
 - (D) 个人需要
- 9 . 新员工培训的主要内容有（ ）。
- (A) 企业基本情况、制度与政策
 - (B) 基本礼仪与工作基础知识
 - (C) 部门职能与岗位职责要求
 - (D) 专业技术深化与提高
- 10 . 培训课程体系设计的原则包括（ ）。
- (A) 符合现代化社会学习者的需求
 - (B) 符合成人学习认知规律
 - (C) 培训课程体系设计系统化
 - (D) 培训课程体系设计最优化
- 11 . 下列（ ）培训方法常用在脱产培训中。
- (A) 演讲法
 - (B) 角色扮演法
 - (C) 案例分析法
 - (D) 师徒式
- 12 . 一般企业在做培训经费预算时，下列（ ）可以列为直接费用。
- (A) 授课费
 - (B) 场地费
 - (C) 差旅费
 - (D) 课程开发费用
- 13 . 培训课程开始前应做好后勤准备工作，确认（ ）。
- (A) 培训师
 - (B) 培训时间

- (C) 公司政策
(D) 培训设备
(E) 培训场地
- 14 . 培训评估可以从 () 层面进行。
(A) 反应层面
(B) 学习层面
(C) 态度层面
(D) 行为层面
(E) 结果层面
- 15 . 团队可以分为不同的类型，按团队存在的目的和形态进行分类有 () 。
(A) 虚拟团队
(B) 多功能型团队
(C) 自我管理开题型团队
(D) 任务群体
- 16 . 建立高效团队的途径包括 () 。
(A) 人际关系
(B) 目标导向
(C) 共识导向
(D) 角色界定
- 17 . 在目标管理的制度下，上级与下级的关系是 () 。
(A) 平等的
(B) 尊重的
(C) 有明显级别划分的
(D) 依赖的
(E) 支持的
- 18 . 被领导者出现对领导者的服从与追随的反应主要基于以下心理 () 。
(A) 对正统观念的认同
(B) 对利益的追逐
(C) 基于恐惧心理
(D) 理性服从
(E) 感情因素
- 19 . 根据公平理论，员工公平感不取决于 () 。
(A) 报酬的绝对量
(B) 晋升的合理性
(C) 报酬的相对量
(D) 管理者的态度
- 20 . 王总是销售部经理，为了对销售部门进行监督，他制定了一系列的硬指标，属于硬指标的是 () 。
(A) 市场占有率
(B) 合同成交率
(C) 销售额
(D) 顾客意见调查表
- 21 . 绩效管理系统的的设计包括 () 。
(A) 市场占有率

- (B) 合同成交率
 (C) 销售额
 (D) 顾客意见调查表
- 22 . 下列 () 属于确定权重方法。
 (A) 专家意见法
 (B) 权值因子判断法
 (C) 倍数加权法
 (D) 分级法
- 23 . 为了切实保证企业绩效管理制度和管理系统的有效性和可行性，必须采取“抓住两头，吃透中间”的策略，其具体办法是 ()。
 (A) 获得高层领导的全面支持
 (B) 获得全体员工的支持
 (C) 赢得一般员工的理解和认同
 (D) 寻求中间各层管理人员的全心投入
 (E) 寻求决策层的理解
- 24 . 绩效考评的考评方法包括 ()。
 (A) 排列法
 (B) 交替排列法
 (C) 成对比较法
 (D) 强迫分配法
 (E) 效果分布法
- 25 . 在剖析各种绩效差距的原因时，“工作计划性不周”不属于 () 原因。
 (A) 个人
 (B) 外部
 (C) 组织
 (D) 管理
- 26 . 下面提法中，绩效管理的总结阶段过程不包括的是 ()。
 (A) 各个单位要认真总结经验和教训绩效管理的系统开发
 (B) 对企业绩效管理系统的全面诊断
 (C) 企业组织的绩效开发
 (D) 各单位的领导要与考评员工认真沟通

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 . 门店损耗即顾客偷盗。（ ）
- 2 . 一般来说，洗护用品、文具用品、内衣用品、高档糖果、奶粉、保健品、鞋类等商品经营区域，以及试衣间通常是门店商品的低损耗区域。（ ）
- 3 . 闭路监控系统、入侵报警系统和EAS电子防盗系统都是常用的门店防损技术系统。（ ）
- 4 . 创造整洁有序的环境是防止非销售区域内盗发生的最重要条件。（ ）
- 5 . 欺诈是指故意告知对方虚假情况，或者故意隐瞒真实情况，诱使对方基于错误判断作出意思表示。（ ）
- 6 . 盘点是全店人员都参加的营运过程。（ ）
- 7 . 盘点就是定期或不定期对店内的商品进行全部或部分清点，所有盘点工作就是清点商品的实际数量。（ ）
- 8 . 当某一商品的库存数量为零时，为缺货，指“货架上”或“存货区”无货可卖的情况。（ ）
- 9 . 盘点当日，应停止任何休假，特别是全面盘点至少应于两周前安排妥当。（ ）
- 10 . 由于人为盘点操作不规范导致的盘点差异可通过再次复盘解决。（ ）
- 11 . 现金持有量过多，它所提供的流动性边际效益便会随之上升，从而使企业的收益水平提高。（ ）
- 12 . 现金转换成本即便在企业不持有短期有价证券即允许现金短缺情况下也会发生。（ ）
- 13 . 利用存货模式控制现金持有量时，若现金持有量超过总成本线最低点时，机会成本上升的代价大于转换成本下降的好处。反之，则相反。（ ）
- 14 . 库存现金持有越多，企业各种需求越容易满足，企业应当持有大量现金。（ ）
- 15 . 企业是否给客户延长信用期限主要看延长信用期限增加的销售利润是否超过增加的成本费用。（ ）
- 16 . 通常延长信用期限，可以在一定程度上扩大销售，但信用期限过长会给企业带来成本的增加：一是使平均收账期延长，占用在应收账款上的资金相应增加，引起机会成本的增加。二是引起坏账成本增加和管理成本的减少。（ ）
- 17 . 信用标准是指信用申请者获得企业提供信用所必须达到的最低信用水平，通常以预期的坏账损失率作为判别标准。（ ）

- 18 . 信用标准是指信用申请者获得企业提供信用所必须达到的最低信用水平，通常以预期的坏账损失率作为判别标准。（ ）
- 19 . 收款管理一般来说，应从收账费用最小的方法开始，逐渐增加收账费用，即从信函通知、电讯催收、派员面谈直至诉诸法律。（ ）
- 20 . 如果销售价格种类很多，则可能导致顾客不需要的商品增加，使顾客选择商品成为困难，并失去了商店的特性。（ ）
- 21 . 衡量商品周转水平的最主要指标是周转次数和周转天数。（ ）
- 22 . 营业收入计划的编制主要是通过预测的销售量计算出其销售收入。（ ）
- 23 . 动销率等于 100% 一定就是正常，动销率小于 100% 也不一定就是滞销商品惹得祸。（ ）
- 24 . 售罄率反映了产品的销售速度是否受欢迎，要充分关注新货上市的售罄率，发现问题研究问题，及时采取措施。（ ）
- 25 . 在计算折扣时，应该是将商品价格和增值税一同计算现金折扣。（ ）
- 26 . 购物篮和购物车一样都有助于提高客单价，而且购物篮比购物车更有效。（ ）
- 27 . 客户重复消费情况可以通过顾客退货次数来反映。（ ）
- 28 . 订单转化率代表的是下单人数中最后完成付款的人数占比。（ ）
- 29 . SKU 计划会随着商圈环境和门店定位而有所变化。（ ）
- 30 . 毛利率越大，说明在销售收入净额中销售成本所占比例越大，企业通过销售获取利润的能力越强。（ ）
- 31 . 销售净利率越高，说明企业在正常经营的情况下由盈转亏的可能性越小，并且通过扩大主营业务规模获取利润的能力越强。（ ）
- 32 . 提高产品销售价格和销售数量会提高总资产净利率。（ ）
- 33 . 销售收入增长率是评价企业发展能力的重要指标。（ ）
- 34 . 如果企业销售收入增长率处于行业内平均值下方，则被认为竞争力较差，高于行业平均值则是具有竞争力或者成长较快。（ ）
- 35 . 只要企业净利润增长率为正数，就说明企业营业利润发展潜力尚可。（ ）
- 36 . 股东权益增长率越低，企业本期股东权益增加得越多；反之，股东权益增长率越高，表明企业本期股东权益增加得越少。（ ）
- 37 . 销售成本变动对利润有着直接影响，销售成本降低多少，利润就会增加多少。（ ）
- 38 . 存货周转率不仅可以反映企业的销售能力，而且能用以衡量企业生产经营中的各环节运用和管理存货的工作水平。（ ）
- 39 . 计算存货周转率次数时分子是销售收入。（ ）
- 40 . 存货周转天数表示在一个会计年度内，存货从入账到销账周转一次的平均天数（平均占用时间），存货周转天数越短越好。（ ）
- 41 . 商品适销量越高说明企业适应消费需求的能力越强。（ ）

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 . 工作人员经常单独完成交易可能是哪种损耗形式的迹象？（ ）
- (A) 外部偷盗
- (B) 内部偷盗
- (C) 自燃损耗
- (D) 盘点损耗

- 2 . 下列属于超市中的高损耗品的是（ ）。
- (A) 高档糖果
(B) 矿泉水
(C) 方便面
(D) 粮油
- 3 . 超市应采取哪些手段来控制生鲜损耗？（ ）
- (A) 进货控制
(B) 卖场管理
(C) 分析解决
(D) 其他选项都正确
- 4 . 以下哪项行为不符合内部偷窃的预防？（ ）
- (A) 尊重自己的门店/店铺、员工和公司的价值观，始终做正确的事
(B) 始终坚持公平公正及忠诚诚信的原则
(C) 发现店铺员工有异常行为，视而不见，毕竟没有侵犯到我的个人权益
(D) 所有的操作，遵循公司的规章制度，如有问题，及时反馈给管理组
- 5 . 利用虚假销售额入帐，再退回到个人信用卡的行为属于哪种类型的内部盗窃？（ ）
- (A) 撤销交易欺诈
(B) 折扣欺诈
(C) 信用卡欺诈
(D) 退款欺诈
- 6 . 临时盘点又称：（ ）。
- (A) 突击性盘点
(B) 动态盘点
(C) 循环盘点
(D) 缺料盘点
- 7 . （ ）可以及时发现差错和及时处理。
- (A) 全面盘点
(B) 动态盘点
(C) 临时盘点
(D) 缺料盘点
- 8 . 某商品盘点时发现少于账面仓存数，应填制（ ）。
- (A) 溢余单
(B) 损耗单
(C) 调出单
(D) 配货出货单
- 9 . 盘点损失的计算应该以（ ）为基础。

- (A) 售价
(B) 进价
(C) 手工盘点
(D) 机器盘点
- 10 . 哪一种盘点方法可以及时发现差错和及时处理：（ ）。
- (A) 全面盘点
(B) 动态盘点
(C) 临时盘点
(D) 缺料盘点
- 11 . 下列哪些不属于交易性需要的支出（ ）。
- (A) 到期还本付息
(B) 支付工资
(C) 交纳税款
(D) 购买彩票
- 12 . 在一定范围内，下列不随现金持有量变动而变动的成本是（ ）。
- (A) 短缺成本
(B) 机会成本
(C) 短缺成本
(D) 管理成本
- 13 . 某公司根据存货模型确定的最佳现金持有量为 100000 元，有价证券的年利率为 10%。在最佳现金持有量下，该公司与现金持有量相关的现金使用总成本为（ ）元。
- (A) 5000
(B) 10000
(C) 15000
(D) 20000
- 14 . 企业在进行现金管理时，可利用的现金浮游量是指（ ）。
- (A) 企业账户所记存款余额
(B) 银行账户所记企业存款余额
(C) 企业账户与银行账户所记存款余额之差
(D) 企业实际现金余额超过最佳现金持有量之差
- 15 . 不适当的延长信用期限，会给企业带来的不良后果有（ ）。
- (A) 降低应收账款的机会成本
(B) 引起坏账损失和收账费用的增加
(C) 使得平均收账期缩短
(D) 造成销售萎缩
- 16 . 以下与应收账款机会成本无关的因素是（ ）。
- (A) 应收账款平均余额
(B) 变动成本率
(C) 销售成本率
(D) 资金成本率
- 17 . （ ）指个人申请人或公司申请人管理者的诚实和正直表现，它反映了个人或公司在过去的还款中所体现的还款意图和愿望。

- (A) 品质
(B) 资本
(C) 能力
(D) 抵押
- 18 . 不适当的延长信用期限，会给企业带来（ ）的后果。
(A) 降低应收账款的机会成本
(B) 引起坏账损失和收账费用的增加
(C) 使得平均收账期缩短
(D) 造成销售萎缩
- 19 . 按照 ABC 分析法，作为催款的重点对象是（ ）。
(A) 应收账款数额占全部应收账款数额比重大的客户
(B) 应收账款账龄长的客户
(C) 应收账款逾期金额占应收账款逾期金额总额的比重大的客户
(D) 应收账款比重小的客户
- 20 . 最小的周权重指数应该是（ ），周权重指数越大说明这个企业的日销售越不稳定，这个值越接近（ ），说明这个企业每天的销售都差不多。（ ）
(A) 1.0、7.0
(B) 1.0、7.0
(C) 7.0、1.
(D) 7.0、7.0
- 21 . 商品周转率的不同表示法，以下表述正确的是（ ）。
(A) 用售价来计算便于观察销售库存额及销售成本的比率
(B) 用销售量来计算便于观察销售库存额及销售成本的比率
(C) 用成本来计算便于观察销售库存额及销售成本的比率
(D) 用利益和成本来计算便于观察销售库存额及销售成本的比率
- 22 . 通常在营业收入管理中主要应考虑的影响因素很多，以下不属于营业收入管理中应考虑的因素的是（ ）。
(A) 价格与销售量
(B) 销售折扣
(C) 销售退回
(D) 赠品
- 23 . 商品动销率=商品累计销售数量 ÷ 商品（ ）数量
(A) 销售
(B) 畅销
(C) 库存
(D) 促销
- 24 . 计划销售春装 50 万件，已知店铺综合折扣是 9 折，货品成本是 5 折，店铺费用率是 20%，则春装产品销售的盈亏平衡售罄率达到（ ）时可收回成本和费用。
(A) 90%
(B) 68%
(C) 69%
(D) 71%
- 25 . （ ）是销售企业让利给购货商，其分为商业折扣和现金折扣。

- (A) 折扣
(B) 分期
(C) 延长时间
(D) 低价
26. 提升客单价的方法不包含 ()
(A) 品牌定位可面对高端消费人群
(B) 向高购买能力的客户推广产品
(C) 多做关联营销
(D) 单品降价促销
27. 重复购买率计算方法说法准确的是 ()。
(A) 可以按照所有购买过产品的顾客，以每个人人为独立单位重复购买产品的次数来计算。
(B) 可以按照所有购买过产品的顾客，以重复购买交易次数与总交易次数的比值来计算。
(C) 可以按照交易量，以每个人人为独立单位重复购买产品的次数来计算。
(D) 可以按照单位时间，以重复购买交易次数来计算
28. 重复购买率计算方法说法准确的是 ()。
(A) 可以按照所有购买过产品的顾客，以每个人人为独立单位重复购买产品的次数来计算。
(B) 可以按照所有购买过产品的顾客，以重复购买交易次数与总交易次数的比值来计算。
(C) 可以按照交易量，以每个人人为独立单位重复购买产品的次数来计算。
(D) 可以按照单位时间，以重复购买交易次数来计算
29. SKU 数量的确定是采用 () 商品管理方法。
(A) 间接式
(B) 连续式
(C) 粗放式
(D) 封闭式
30. 销售毛利率的计算公式为 ()。
(A) 利润总额/销售收入净额
(B) 净利润/销售收入净额
(C) (销售收入净额-销售成本)/销售成本
(D) (销售收入净额-销售成本)/销售收入净额
31. 下列关于销售净利率的说法，不正确的是 ()。
(A) 是指净利润与销售收入净额的百分比
(B) 反映每一元销售收入带来的营业利润的多少
(C) 与净利润成正比例关系
(D) 与销售收入净额成反比例关系

32. 数值越高，则表明企业全部资产的利用效率越高、盈利能力越强的财务指标是（ ）。
- (A) 营业增长率
(B) 总资产净利率
(C) 资产负债率
(D) 资本积累率
33. 总资产报酬率是指（ ）与平均总资产之间的比率。
- (A) 利润总额
(B) 息税前利润
(C) 净利润
(D) 息前利润
34. 销售收入增长率大于0，则说明（ ）。
- (A) 销售收入比上一期多
(B) 销售收入比上一期少
(C) 利润总额比上一期多
(D) 净利润比上一期多
35. 一个公司的可持续增长率取决于利润率、留存利润、财务杠杆和资产效率四个变量，下列对于四个变量的描述不准确的是（ ）。
- (A) 公司财务杠杆越高，销售增长越快
(B) 公司资产效率越高，销售增长越快
(C) 公司用于分红的利润越少，销售增长越慢
(D) 公司利润率越高，销售增长越快
36. 股东权益增长率的计算公式正确的是（ ）。
- (A) $(\text{本期股东权益总额}-\text{上期股东权益总额})/\text{股东权益期初余额} \times 100\%$
(B) $(\text{本期股东权益总额}-\text{上期股东权益总额})/\text{股东权益期末余额} \times 100\%$
(C) $(\text{净利润}+\text{股东新增投资}+\text{直接计入股东权益的利得和损失})/\text{股东权益期初余额} \times 100\%$
(D) $\text{本期股东权益增加额}/(\text{股东权益期初余额}+\text{股东权益期末余额}) \times 100\%$
37. 对于期间费用分析的表述中，错误的是（ ）。
- (A) 应从某项费用绝对值的增减来评价费用控制情况
(B) 应当分析费用开支比例和提取标准的费用项目是否符合有关制度的规定
(C) 由于各项费用包括的项目较多，应根据重要性原则选择费用比重较大、超支或节约数额较大的项目有重点的进行分析
(D) 分析应符合成本效益原则
38. 存货周转率是衡量企业生产经营各个环节中存货运营效率的一个综合性指标，是一定时期内（ ）与存货平均余额的比率。
- (A) 营业成本
(B) 坏账准备
(C) 营业收入
(D) 应收票据
39. 存货周转率次数越大，则存货周转天数（ ）。

- (A) 越少
 (B) 越多
 (C) 不变
 (D) 二者无必然联系
- 40 . 下列关于存货周转天数说法正确的是（ ）。
- (A) 如果存货积压，变现能力差，则周转次数多，周转天数短。
 (B) 存货周转天数一定越少越好。
 (C) 存货周转天数越少，表明存货周转次数越多，平均存货越少。
 (D) 存货周转天数=存货周转次数/360
- 41 . 商品适销率是指经营的商品在品种、质量、价格、包装、供应时间等方面与（ ）的相适应程度。
- (A) 企业需求
 (B) 库存需求
 (C) 消费者需求
 (D) 社会消费需求

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 . 可能会与垃圾袋关联的内盗损耗情况包括哪些？（ ）
- (A) 未彻底检查废弃物，造成商品被意外丢弃
 (B) 商品被藏匿在垃圾箱中带出门店
 (C) 纸板箱未正确拆解，商品意外丢弃
 (D) 未定期主动清理废弃物
- 2 . 可能会与垃圾袋关联的内盗损耗情况包括哪些？（ ）
- (A) 未彻底检查废弃物，造成商品被意外丢弃
 (B) 商品被藏匿在垃圾箱中带出门店
 (C) 纸板箱未正确拆解，商品意外丢弃
 (D) 未定期主动清理废弃物
- 3 . 卖场经营中如何进行运营环节的损耗控制？（ ）
- (A) 夜勤管理
 (B) 鲜度管理
 (C) 顾客管理
 (D) 员工购物管理
- 4 . 目前超市小偷常见的作案手法有（ ）。
- (A) 声东击西
 (B) 藏身法
 (C) 以贵充贱
 (D) 生态转换法
- 5 . 以下属于欺诈行为构成要件的是（ ）。
- (A) 欺诈的一方须出于故意。
 (B) 欺诈行为人在客观上实施了欺诈的行为。
 (C) 受欺诈一方是在违背真实意思的情况下实施民事法律行为。
 (D) 另一方当事人受行为人的欺诈，而使自己陷入错误的认识之中，由此作出错误的

- 意思表示，与行为人订立民事法律行为。
- 6 . 下列概念中正确的是（ ）。
- (A) HHT 属于电脑设备的一种，可以储存商品的资料和数据，相当于输入终端记忆器，它与主机联网后，可以将数据传输给主机进行处理
 - (B) 初点：是指第一次进行的商品点数
 - (C) 复点：是指第二次进行的商品点数
 - (D) 抽点：是指对已经经过复点的商品进行抽查点数
- 7 . 定期盘点的方法包括（ ）。
- (A) 盘点单盘点法
 - (B) 货架签盘点法
 - (C) 盘点箱点法
 - (D) 货架签盘点法
- 8 . 表单盘点的盘点准备阶段的内容包括：（ ）。
- (A) 确定盘点程序和盘点方法
 - (B) 安排盘点人员
 - (C) 盘存单打印准备
 - (D) 仓库清理
- 9 . 商品盘点按照是否盘实物商品分为（ ）。
- (A) 账面盘点
 - (B) 现货盘点
 - (C) 部分盘点
 - (D) 库存盘点
- 10 . 盘点差异处理方式包括：（ ）。
- (A) 再次复盘
 - (B) 由主管部门调整和完善财务制度
 - (C) 盈处理
 - (D) 亏处理
- 11 . 在持有现金的动机中，预防性需求是指企业需要维持充足现金，以应付突发事件。那么为应付意料不到的现金需求，企业需要掌握的现金取决于（ ）。
- (A) 它愿意冒缺少现金风险的程度
 - (B) 它预测现金收支可靠的程度
 - (C) 企业临时融资的能力
 - (D) 金融市场投资机会的多少
- 12 . 关于企业持有现金的机会成本说法不正确的有（ ）。
- (A) 与现金余额成反比
 - (B) 与有价证券的利息率成正比
 - (C) 与持有时间成反比
 - (D) 是决策的无关成本
- 13 . 下列关于最佳现金持有量存货模式的表述中正确的有（ ）。
- (A) 现金的交易成本与现金的平时持有量成反比
 - (B) 现金的机会成本与现金的平时持有量成正比
 - (C) 机会成本与交易成本相等时的现金持有量是最佳现金持有量
 - (D) 存货模式的假定是现金流出量是不稳定的
- 14 . 下列各项中，属于现金支出管理措施的是（ ）。

- (A) 使用零余额账户
 (B) 提高信用标准
 (C) 以汇票代替支票
 (D) 力争现金流量同步
- 15 .对信用期限的叙述，不正确的是（ ）。
- (A) 信用期限越长，企业坏账风险越小
 (B) 信用期限越长，表明客户享受的信用条件越优越
 (C) 延长信用期限，不利于销售收入的扩大
 (D) 信用期限越长，应收账款的机会成本越低
- 16 .下列各项中，属于应收账款管理成本的是（ ）。
- (A) 坏账损失
 (B) 收账费用
 (C) 客户信誉调查费
 (D) 应收账款占用资金的应计利息
- 17 .下列关于信用政策的说法中，正确的有（ ）。
- (A) 如果企业执行的信用标准过于严格，可能会限制公司的销售机会
 (B) 如果企业执行的信用标准过于宽松，可能会增加随后还款的风险并增加坏账费用。
 (C) 公司的信用条件决定了其应收长款的水平
 (D) 企业现金折扣的确定，要与信用期间结合起来考虑
- 18 .对信用期限的叙述，不正确的是（ ）。
- (A) 信用期限越长，企业坏账风险越小
 (B) 信用期限越长，表明客户享受的信用条件越优越
 (C) 延长信用期限，不利于销售收入的扩大
 (D) 信用期限越长，应收账款的机会成本越低
- 19 .企业在进行营运资金管理时，应遵循的原则有（ ）。
- (A) 满足合理的资金需求
 (B) 提高资金使用效率
 (C) 节约资金使用成本
 (D) 保持足够的短期偿债能力
- 20 .下列属于商品销售环节分析指标的是（ ）。
- (A) 动销率
 (B) 货龄
 (C) 商品价格带
 (D) 价格弹性指数
- 21 .以下属于商品周转率金额法计算公式的是（ ）。
- (A) 商品周转率=把总销售额改为总进价额 / 平均库存商品购进价
 (B) 商品周转率=商品出库总和 / 平均库存数
 (C) 商品周转率=销售总额 / 改为销售价的平均库存额
 (D) 商品周转率=全年纯销售额（销售价） / 平均库存额（购进价）
- 22 .下列属于销售与收款循环中的业务活动有（ ）。
- (A) 办理和记录现金、银行存款收入
 (B) 注销坏账
 (C) 提取坏账准备
 (D) 验收商品

- 23 . 动销率<100%产生的原因有（ ）。
- (A) 品种过多，特别是同质同类品种过多
 - (B) 进货品种的结构有问题
 - (C) 该类商品的淘汰力度不够或者淘汰与购进不成比例
 - (D) 该类商品的陈列、促销等策略需要调整。
- 24 . 以下关于售罄率的用途，说法正确的有（ ）。
- (A) 按总进货计算卖出多少还有多少没卖出，直观反映某款产品或某类产品卖出多少比例。
 - (B) 分析售罄率时间变化，确定货品销售到多少比例时进行促销，作为确定促销时机的参考依据。
 - (C) 结合进货成本计算收回成本费用的销售比例节点，反映产品盈利情况。
 - (D) 对比相同时间段内相同进货量的不同产品的售罄率，评估产品适销性。
- 25 . 折扣主要分为（ ）和（ ）。（ ）
- (A) 商业折扣
 - (B) 个人折扣
 - (C) 网银折扣
 - (D) 现金折扣
- 26 . 关于客单价的计算公式，以下说法正确的是（ ）。
- (A) 客单价=商品平均单价×每一顾客平均购买商品个数
 - (B) 客单价=销售总额÷顾客总数
 - (C) 客单价=动线长度×停留率×注目率×购买率×购买个数×商品单价
 - (D) 客单价=动线长度×停留率×购买率×购买个数×商品单价
- 27 . 客户重复消费情况可以通过（ ）来反映。
- (A) 客户购买次数
 - (B) 销售总金额
 - (C) 消费最高金额
 - (D) 消费最低金额
- 28 . 网点转化率和（ ）有关。
- (A) 成交转化率
 - (B) 自然搜索转化率
 - (C) 咨询转化率
 - (D) 订单转化率
- 29 . SKU 数量的调整时，要符合（ ）。
- (A) 安全性
 - (B) 准确性
 - (C) 完全性
 - (D) 科学性
- 30 . 成本毛利率的计算公式为（ ）。
- (A) 销售成本/销售收入净额
 - (B) 销售毛利/销售成本
 - (C) (销售收入净额-销售成本)/销售成本
 - (D) (销售收入净额-销售成本)/销售收入净额
- 31 . 以下方法中，能够用来提高销售净利率的是（ ）。

- (A) 提高净利润
(B) 提高资产周转率
(C) 降低成本费用
(D) 提高其他利润
- 32 .关于总资产净利率的内容，下列说法正确的有（ ）。
(A) 总资产净利率=净利润/平均总资产*100%
(B) 总资产净利率指标是反映企业盈利能力的指标
(C) 用银行存款归还应收账款会降低总资产净利率
(D) 产品价格和销售成本会影响总资产净利率的高低
- 33 .一般情况下，对于总资产报酬率，下列表述正确的有（ ）。
(A) 该指标越高，表明企业的资产利用效益越好
(B) 该指标高于市场资本利率，表明企业可以充分利用财务杠杆
(C) 该指标越高，表明企业为取得利润付出的代价越小
(D) 该指标越高，表明该企业获利能力越强
- 34 .从计算公式来看，哪些因素会影响销售增长率大小（ ）。
(A) 本期销售收入
(B) 上期销售收入
(C) 本期销售成本
(D) 上期销售成本
- 35 .关于企业净利润增长率的描述，下列正确的有（ ）。
(A) 净利润增长率为正数，说明企业本期净利润增加
(B) 净利润增长率越大，则说明企业收益增长得越多
(C) 净利润增长率为负数，则说明企业本期净利润减少，收益降低
(D) 该指标可能为正数可能为负数。
- 36 .股东权益的增加主要来源于（ ）。
(A) 经营活动产生的净利润
(B) 融资活动产生的股东净支付
(C) 直接计入股东权益的利得
(D) 直接计入股东权益的损失
- 37 .营业成本的分析应该关注（ ）。
(A) 不同时期营业成本的趋势分析
(B) 营业成本同行业的比较分析
(C) 围绕企业可控因素分析
(D) 营业成本预算完成情况分析
- 38 .下列有存货周转率的叙述，正确的是（ ）。
(A) 存货周转率次数越大，存货变现的速度越快
(B) 存货周转率天数越大，存货变现的速度越快
(C) 存货周转率次数越大，存货占用水平越低
(D) 存货周转率天数越大，存货占用水平越低
- 39 .下列有关存货周转次数说法准确的是（ ）。
(A) 存货周转次数=365/存货周转天数
(B) 库存周转次数是用来反映一年中库存流动的速度的数据。
(C) 存货周转次数=销售成本/存货平均余额
(D) 存货周转率次数越大，则存货周转天数越多

- 40 . 下列关于存货周转天数说法错误的是（ ）。
- (A) 如果存货积压，变现能力差，则周转次数多，周转天数短。
 - (B) 存货周转天数一定越少越好。
 - (C) 存货周转天数越少，表明存货周转次数越多，平均存货越少。
 - (D) 存货周转天数=存货周转次数/360
- 41 . 下列与商品适销率相关的计算公式正确的是（ ）。
- (A) 商品品种适销率=(适销商品品种数/实际商品品种数)×100%
 - (B) 商品质量适销率=(质量适销品种数/实际商品品种数)×100%
 - (C) 商品价格适销率=(价格适销品种数/实际商品品种数)×100%
 - (D) 商品适销率=(库存适销商品额/库存商品总额)×100%

第 4 部分

操作技能复习题

产品分析

一、产品购物篮分析（试题代码 1：1.1.6；考核时间：15 min）

1. 试题单

（1）背景资料

某少女服饰品牌专卖店，今年夏季商品的平均单价是 380 元，顾客平均单笔消费金额为 874 元，夏季完成销售业绩 360 万。秋季商品的平均单价是 500 元，秋季业绩目标为 450 万，按照往年数据统计，秋季的顾客购买总单数会比春季提升 15%。

（2）试题要求

- 1) 请问该服饰专卖店夏季的顾客购买连带率是多少？
- 2) 请预估该店秋季的顾客购买连带率？（保留个位，四舍五入）

2. 评分表

评价要素	配分	得分
1. 购买连带率计算	5	
2. 购买连带率预估	15	
合计	20	

考评员（签名）：

采购管理

一、盘点数据分析（试题代码 2：1.2.6；考核时间：20 min）

1. 试题单

（1）背景资料

某成熟女装品牌品专卖店每月底最后一天为例行盘点日。

下表为本月连衣裙品类的盘点表：

货号	品名	颜色	系统结存	实盘库存	
				正品数量	次品数量
****101	蕾丝中袖连衣裙	白色	25	23	2
****102	蕾丝中袖连衣裙	黑色	32	32	/
****103	真丝圆领连衣裙	米白	15	15	/
****104	真丝圆领连衣裙	藏青	18	15	3
****105	全棉翻领长裙	墨绿	53	52	/
****106	全棉翻领长裙	天蓝	35	35	/
****107	束腰百褶连衣裙	米黄	38	36	1
****108	束腰百褶连衣裙	浅咖	31	29	/
****109	西装领商务套裙	灰色	19	19	/
****110	西装领商务套裙	黑色	26	26	/

（2）试题要求

1) 通过盘点表中显示的次品情况，请尝试分析可能造成次品的原因及如何避免和减少次品的发生？

2) 盘点表中哪些款有盘点差异，请尽可能性说明造成盘点差异的原因？

2. 评分表

评价要素	配分	得分
1. 盘点报告分析	12	
2. 盘点数据分析	8	
合计	20	

上海商学院版权所有

促销管理

一、顾客需求与购买行为分析（试题代码 3：2.1.6；考核时间：20 min）

1. 试题单

（1）背景资料

某时尚女装品牌专卖店依据会员的消费周期来对顾客的消费状态进行分类。

下表是该店老会员各消费周期的人数占比：

3 个月内	3 个月至半年	半年至 1 年	超 1 年未消费
13%	22%	29%	36%

（2）试题要求

1) 请问该时尚女装店 1 年内有消费顾客占比是多少？店长根据数据决定要提升 1 年内有消费会员的占比到 70%以上，于是店长进一步制订了邀约老会员到店的目标，请写出至少三种邀约老会员到店的理由？

2) 你认为时尚女装专卖店顾客的购买周期应以多长时间为最佳，从数据看，该时尚女装专卖店应重点提升哪个消费周期的顾客人数占比？

2. 评分表

评价要素	配分	得分
1. 会员数据分析	12	
2. 销售数据分析	8	
合计	20	

客服管理

一、处理顾客投诉（试题代码 4：2.2.6；考核时间：15 min）

1. 试题单

（1）背景资料

某家居用品专卖店，店长正在接待一位前来投诉产品质量问题的顾客。这位顾客在半年前购买了一款真皮沙发。近期在沙发扶手位置的皮质出现了破损开裂的情况，于是顾客前来寻求店长给出解决办法。

2. 试题要求

- 1) 投诉分为哪几大类型？该案例属于哪类投诉？
- 2) 请写出店长接待该位投诉顾客的处理步骤？
- 3) 请问这起顾客投诉店长可以提供哪 2 种解决方案供顾客选择？

2. 评分表

评价要素	配分	得分
1.投诉的分类	4	
该投诉的类型	2	
2.顾客投诉的处理步骤	8	
3.顾客投诉的处理方法	6	
合计	20	

数字化管理

一、顾客数据分析（试题代码 5：3.1.6；考核时间：10 min）

1. 试题单

（1）背景资料

某知名品牌箱包店实行会员制，消费的顾客均可成为会员。同时会根据顾客的消费金额匹配不同的卡级，顾客享有其对应卡级的会员福利。以下为系统统计上季度各卡级会员的消费情况：

卡级	铂金卡	金卡	银卡	普卡
消费人数占比	13%	19%	27%	41%
消费占比	24%	26%	21%	29%
平均客单	5856 元	4675 元	3783 元	3527 元
平均连带	2.1 件	1.7 件	1.4 件	1.2 件

（2）试题要求

1) 请通过各卡级的消费占比数值分析出，哪个卡级会员的人数和消费比值最高？并请列举匹配该卡级会员需求的至少 3 种会员互动维护形式。

2) 从营销角度分析应主要从哪两个方面来提升普卡会员的消费产出比？

2. 评分表

评价要素	配分	得分
1. 会员类型分析	6	
2. 会员数据分析	4	
合计	10	

员工绩效管理

一、指导管理（试题代码 6：3.2.6；考核时间：10 min）

1. 试题单

（1）背景资料

某商务男装品牌专卖店每周三为到货日，本周三的到货店长请刚刚担任店铺仓库管理 1 周的小李独立完成收货工作，同时店长也协同左右，同步了解小李执行收货流程是否规范。过程中，店长发现小李虽然按照流程先核对了装箱单与每箱箱贴上的箱号和数量，但在清点过程中，为了节省时间，未将每箱清点完的货品再放回原箱，这样将不同箱的货品混在一起，一旦单款数量出现差异将导致无法核查具体是哪箱货品存在数量差异。仓库管理工作最重要的就是严谨、规范，店长决定借此机会给予小李进一步的工作指导。

2. 试题要求

- 1) 请简述店长对小李进行工作指导的方法和流程？
- 2) 与小李的工作指导结束后，店长还需做好哪些工作，才能确保指导工作的有效性？

2. 评分表

评价要素	配分	得分
1. 员工指导的方法和流程	6	
2. 员工指导的反馈	4	
合计	10	

理论知识考试模拟试卷及答案

连锁经营管理师（三级）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 20 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 20 分）

- 1 . 俗话说三百六十行，行行出状元，所以职业一共有 360 种之多。（ ）
- 2 . 连锁经营的专业化表现在总部与门店的专业分工、各个环节、岗位、人员的专业分工。（ ）
- 3 . 安全文化是安全管理的基本要求。（ ）
- 4 . 环境标准是为了保护人群健康从而对大气，水，土壤等环境质量的监测方法以及其他需要所指定的标准。（ ）
- 5 . 《中华人民共和国反不正当竞争法》是为了加强对产品质量的监督管理，提高产品质量水平，明确产品质量责任，保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序而制定。（ ）
- 6 . 禁止倒放、倾斜、散包、悬空，禁止超高放置，超重放置，锋利商品要保护起来，是为了让顾客在购物过程中能够方便识别所需要的商品。（ ）
- 7 . 谈判法是常用的供应商选择方法。（ ）
- 8 . 利润贡献商品是指利润贡献高但销售量较低的商品。（ ）
- 9 . 采购成本的控制就是采购管理，也是企业经营管理的重点。（ ）
- 10 . 补货点=交货期×平均销售数量+最佳销售陈列量（ ）
- 11 . 平常微信里抢一分钱的红包并不是因为客户真的缺这一分钱，而是因为这一行为满足了客户的心理需求（ ）
- 12 . 衡量一个调查设计是否科学的标准，主要就是看方案的设计是否体现调查目的的要求，是否符合客观实际。（ ）
- 13 . 推销属于市场营销活动中促销活动的一部分。（ ）
- 14 . 推销洽谈的第一步，是推销人员与潜在目标顾客正式推销面谈的前奏的是顾客选择。（ ）
- 15 . 企业营销策划人员自行策划，需要发放奖金，所以营销开支相对较高。（ ）
- 16 . 连锁经营中，加盟店要向总部支付一定的加盟费。（ ）

- 17 . 在执行阶段，可以运用排列图、直方图、因果图找到问题的主要原因。（ ）
- 18 . 集散空间的大小应视超市的规模、出入口的位置及多少来确定，若受基地条件限制，不能留出集中空地，可采取适当增加出入口的方法，分散人流。（ ）
- 19 . 连锁企业服务活动涉及最重要的对象是客户，客户是连锁企业服务活动的中心。（ ）
- 20 . 门店很多突发事件的发生是人为疏忽导致的。（ ）

得 分	
评分人	

二、 单项选择题（第 1 题～第 60 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 60 分）

- 1 . 职业生涯的中期规划一般需要（ ）。
- (A) 1-2 年
(B) 2-3 年
(C) 2-5 年
(D) 3-5 年
- 2 . 职业道德是一种（ ）的约束机制。
- (A) 外在的、强制性
(B) 外在的、非强制性
(C) 内在的、强制性
(D) 内在的、非强制性
- 3 . 一般人认为医生、律师、艺术家有较高的社会地位，清洁人员好象就是不入流的工作，这种职业态度受到了（ ）的影响。
- (A) 自我因素
(B) 职业因素
(C) 社会因素
(D) 家庭因素
- 4 . 经营包括服装、家电、日用品等众多种类商品的大型零售商店的业态是（ ）。
- (A) 百货商店
(B) 超级市场
(C) 便利店
(D) 折扣店
- 5 . 制定我国《食品安全法》的根本目的是保障公众身体健康和生命安全，其前提是（ ）。
- (A) 保证食品安全
(B) 保障食品生产者利益
(C) 保护食品正常出口
(D) 严惩违法行为
- 6 . 信息安全管理体系是按照（ ）标准《信息技术安全技术信息安全管理体系要求》的要求进行建立的。
- (A) ISO/IEC 27001
(B) BS7799-2

- (C) IEC 27001
(D) ISO 27001
- 7 . 国家物流术语标准对绿色物流的定义是：在物流过程中（ ）物流对环境造成危害的同时，实现对物流环境的净化，使物流资源得到充分利用。
(A) 阻止
(B) 抑制
(C) 预防
(D) 补偿
- 8 . （ ）是为了加强对产品质量的监督管理，提高产品质量水平，明确产品质量责任，保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序而制定。
(A) 《中华人民共和国产品质量法》
(B) 《中华人民共和国消费者权益保护法》
(C) 《中华人民共和国食品安全法》
(D) 《中华人民共和国反不正当竞争法》
- 9 . 生产不符合食品安全标准的食品或者经营明知是不符合食品安全标准的食品，消费者除要求赔偿损失外，还可以向生产者或者经营者要求支付货款（ ）或者损失（ ）的赔偿金。（ ）
(A) 3 倍 10 倍
(B) 10 倍 3 倍
(C) 5 倍 10 倍
(D) 10 倍 5 倍
- 10 . 根据《公司法》的规定，有限责任公司的股东在（ ）不得再抽逃其出资。
(A) 缴纳出资后
(B) 经法定验资机构验资后
(C) 提出公司设立登记申请后
(D) 公司成立后
- 11 . 下列各项品类策略与品类角色关系的表述正确的是（ ）。
(A) 同一品类在不同的商店承担相同角色
(B) 品类角色不同，零售商为了统一管理、提升效率，应该对该品类使用统一的经营策略
(C) 同样的品类角色，应该使用不同的品类策略
(D) 品类策略应深入品类内部，即不同的次品类可以有不同的策略
- 12 . 下列哪些资源不属于企业无形资产？（ ）
(A) 技术资源
(B) 企业文化
(C) 人力资源
(D) 组织资源
- 13 . 商品结构层次中排在最高层次的是（ ）。
(A) 商品组织结构表
(B) 门店定位
(C) 品类配置商品组合
(D) 单品
- 14 . 对于商店招牌的目的性品类而言，与竞争对手相比单品数应该（ ）。

- (A) 少于竞争对手
 (B) 多于竞争对手
 (C) 与竞争对手持平
 (D) 没有必要参照竞争对手
- 15 . 购物篮的表现形式就是（ ），它直接影响零售企业的经营绩效。
 (A) 销售额
 (B) 利润
 (C) 客单价
 (D) 客流量
- 16 . 现代战略采购决策的着眼点是（ ）。
 (A) 价格
 (B) 设计
 (C) 售后服务
 (D) 总占有成本
- 17 . 近年来，越来越多的连锁企业开始采用 EOS 系统订货，力图做到订货的规范性，体现了订货的（ ）原则。
 (A) 时效性原则
 (B) 适量性原则
 (C) 规范性原则
 (D) 库存控制原则
- 18 . 当产品的订货单价（ ）产品的正常订货价格，有时还有可能（ ）产品的单位成本时就产生了特殊订货。
 (A) 高于、低于
 (B) 高于、高于
 (C) 低于、低于
 (D) 低于、高于
- 19 . （ ）指为防止未来物资供应或需求的不确定性因素（如大量突发性订货、交货意外中断或突然延期等）而准备的缓冲库存。
 (A) 季节性库存
 (B) 安全库存
 (C) 在途库存
 (D) 投资库存
- 20 . （ ）是 C 类物资管理策略。
 (A) 每件商品皆做编号
 (B) 与供应商协调，尽可能缩短前置时间
 (C) 货物放至易出入库位置
 (D) 安全库存量适当，避免库存短缺
- 21 . （ ）是由人的生理因素所决定，属于自然状态下的心理反应。
 (A) 社会性消费心理
 (B) 自然性消费心理
 (C) 本能性消费心理
 (D) 利它性消费心理
- 22 . （ ）是指人顺利完成某种活动所必备的并直接影响活动效率的个性心理特征。

- (A) 性格
 (B) 能力
 (C) 兴趣
 (D) 态度
- 23 . 某调查问卷的问题：“您自己有手机吗？请选择：A. 有；B. 没有”，属于（ ）问题。
 (A) 公开式
 (B) 开放式
 (C) 保守式
 (D) 封闭式
- 24 . （ ）是顾客市场调查报告内容的浓缩点。
 (A) 题目
 (B) 摘要
 (C) 调查结论
 (D) 调查建议
- 25 . 在人员促销活动中，影响成交的诸因素中，关键因素是（ ）。
 (A) 推销人员
 (B) 顾客
 (C) 企业
 (D) 产品
- 26 . 保牌的广告目标是为了（ ）。
 (A) 开发新产品
 (B) 加强企业和品牌的宣传竞争
 (C) 巩固已有市场占有率
 (D) 开拓新市场
- 27 . 在推销洽谈中，推销人员应遵循的最基本的行为准则是（ ）。
 (A) 诚实性
 (B) 鼓动性
 (C) 倾听性
 (D) 针对性
- 28 . 最常用、最有效、最基本的成交方法是（ ）。
 (A) 从众成交法
 (B) 机会成交法
 (C) 请求成交法
 (D) 选择成交法
- 29 . 对（ ）的评价标准，除了包括初期目标值以外，还应该包括公司在营销活动中新增的目标值，同时扣除某种原因而减少的目标值。。
 (A) 营销调研费用
 (B) 信息收集费用
 (C) 目标达成率
 (B) 效果递进率
- 30 . （ ）是时间管理的误区。
 (A) 习惯拖延时间
 (B) 导致时间浪费的各种因素

- (C) 不擅处理无端电话的打扰
(D) 能够按照预先制定的计划按时完成任务
- 31 . “道也者，不可须臾离也，可离非道也。是故君子戒慎乎其所不睹，恐乎其所不闻。莫见乎隐，莫显乎微，故君子慎其独也。”要求连锁店铺从业者具备（ ）。
- (A) “防微杜渐”的工作作风
(B) 良好的道德品质和道德修养
(C) 保护环境的公民意识
(D) 敏锐的市场观察力
- 32 . 值班中巡视的目的是（ ）。
- (A) 消除营运障碍
(B) 拟定值班计划
(C) 改变餐厅营运标准
(D) 其他选项都正确
- 33 . 下例哪一项属于个性化服务措施？（ ）
- (A) 24 小时服务热线
(B) 交流会
(C) 行业考察
(D) 亲情服务
- 34 . 督导组织的设置，常见的有（ ）种情况。
- (A) 3
(B) 4
(C) 5
(D) 6
- 35 . （ ）是货架陈列空间与单品销售相对变化的比率。
- (A) 销售弹性
(B) 价格弹性
(C) 空间弹性
(D) 交叉弹性
- 36 . 通常通道的照度起码要达到（ ）勒克斯。
- (A) 400
(B) 500
(C) 600
(D) 700
- 37 . 顾客认为门店过于拥挤，然后拨打连锁企业客户服务电话进行投诉，这类投诉属于（ ）。
- (A) 对商品的投诉
(B) 对服务员的投诉
(C) 对服务的投诉
(D) 对安全与环境的投诉
- 38 . 对于事故的预防与控制，安全技术对策着重解决（ ）。
- (A) 认定不安全行为
(B) 管理的缺陷

- (C) 物的不安全状态
(D) 员工安全素质低
39. 身上着火后，下列哪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) 尽快把身上的衣服撕脱下来
40. 人同时受到两种威胁，产生同等程度的逃避动机，但迫于形势只能择其一时的冲突称为（ ）。
- (A) 双驱冲突
(B) 双避冲突
(C) 驱避冲突
(D) 一驱一避冲突
41. 某消费者在买完西服后，想要买与之匹配的领带和皮鞋，这是需要的（ ）。
- (A) 多样性
(B) 互补性
(C) 互替性
(D) 发展性
42. 超市习惯进行（ ）来洞悉消费者的购物行为。
- (A) 商品构成分析
(B) 客户满意度分析
(C) 客户忠诚度分析
(D) 购物篮分析
43. 制定年度销售目标务必（ ）先行。
- (A) 数据
(B) 策略
(C) 人员
(D) 思维
44. 下面属于定量预测的方法有（ ）。
- (A) 季节指数法
(B) 专家预测法
(C) 销售人员综合和意见法
(D) 德尔菲法
45. （ ）可以影响 SKU 数量中的商品销售情况。
- (A) 行为
(B) 价格
(C) 水平心理
(D) 计划
46. （ ）是在精准定位的基础上，依托现代信息技术手段建立个性化的顾客沟通服务体系，实现企业可度量的低成本扩张之路，是有态度的网络营销理念中的核心观点之一。
- (A) 服务营销
(B) 市场营销

- (C) 精准营销
(D) 互联网营销
47. 下列（ ）不属于新媒体运营者应具备的能力。
(A) 运用心理学的能力
(B) 语言表达能力
(C) 图片、视频剪辑能力
(D) 数据分析能力
48. 在 Excel 中，若需要将工作表中某列上大于某个值的记录挑选出来，应执行（ ）。
(A) 排序命令
(B) 筛选命令
(C) 分类汇总命令
(D) 合并计算命令
49. Excel 提供了（ ）类函数供用户使用。
(A) 5
(B) 12
(C) 9
(D) 11
50. 下列各列财务分析的基本方法中，最常用的是（ ）。
(A) 比率分析法
(B) 比较分析法
(C) 因素分析法
(D) 趋势分析法
51. 下列关于招聘效果评估的表述错误的是（ ）。
(A) 将招聘过程中各个阶段所用的时间与计划的时间对比可对计划的准确性进行评估和分析
(B) 其他条件相同时，招聘单价越低，说明该招聘方法越有效
(C) 其他条件相同时，应聘的比率越低，说明招聘的效果越好
(D) 其他条件相同时，录用的比率越高，说明招聘的效果越好
52. 在（ ）中，面试者被置于与工作相关的一个假设的情景中，面试官通过观察面试者在假设的情景中的表现，预测其未来在工作岗位上的行为。
(A) 情景面试
(B) 行为面试
(C) 压力面试
(D) 技能面试
53. 培训需求分析的关键是（ ）。
(A) 工作现状
(B) 工作目标
(C) 人员绩效
(D) 现状与目标的差距
54. （ ）是由同一等级、不同工作领域的员工组成，他们是为了完成不同任务来到一起，它能够监督改善涉及组织中不同部门的工作程序，使之标准化并有效地提高工作效率。

- (A) 问题解决开题团队
 (B) 多功能型团队
 (C) 自我管理型团队
 (D) 虚拟团队
55. 绩效考核的方法和方案，必须在实践当中不断进行改善和完整，而不是一成不变的，这个体现了绩效考核的（ ）。
- (A) 可行性原则
 (B) 回馈原则
 (C) 制度化原则
 (D) 实用性原则
56. 工作人员经常单独完成交易可能是哪种损耗形式的迹象？（ ）
- (A) 外部偷盗
 (B) 内部偷盗
 (C) 自燃损耗
 (D) 盘点损耗
57. 临时盘点又称：（ ）。
- (A) 突击性盘点
 (B) 动态盘点
 (C) 循环盘点
 (D) 缺料盘点
58. 下列哪些不属于交易性需要的支出（ ）。
- (A) 到期还本付息
 (B) 支付工资
 (C) 交纳税款
 (D) 购买彩票
59. 商品周转率的不同表示法，以下表述正确的是（ ）。
- (A) 用售价来计算便于观察销售库存额及销售成本的比率
 (B) 用销售量来计算便于观察销售库存额及销售成本的比率
 (C) 用成本来计算便于观察销售库存额及销售成本的比率
 (D) 用利益和成本来计算便于观察销售库存额及销售成本的比率
60. 销售毛利率的计算公式为（ ）。
- (A) 利润总额/销售收入净额
 (B) 净利润/销售收入净额
 (C) (销售收入净额-销售成本)/销售成本
 (D) (销售收入净额-销售成本)/销售收入净额

得分	
评分人	

三、多项选择题（第1题~第20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20分）

1. 职业精神的实践内涵体现在（ ）。
 - (A) 敬业
 - (B) 勤业
 - (C) 创业
 - (D) 立业
2. 下列说法正确的是（ ）。
 - (A) 商业是一种盈利性事业
 - (B) 商业的事业内容是组织与组织之间、组织和个人之间的商品交换
 - (C) 商业是专业化和社会化的商品交换
 - (D) 商业的主体由两部分构成，一部分是商品的生产者或提供者，一部分是商品的购买者或消费者
3. 可燃粉尘爆炸应具备的条件，下列正确的条件是（ ）。
 - (A) 粉尘本身具有爆炸性
 - (B) 粉尘必须悬浮在空气中并与空气混合到爆炸浓度
 - (C) 有足以引起粉尘爆炸的火源
 - (D) 粉尘必须与空气混合到爆炸浓度
4. 下列商品实行政府指导价或者政府定价的有（ ）。
 - (A) 蔬菜
 - (B) 居民用水
 - (C) 电视机
 - (D) 汽油
5. 下列权利中属于劳动者的就业权内容的有（ ）。
 - (A) 就业自由权
 - (B) 就业平等权
 - (C) 解雇限制权
 - (D) 接受职业技能培训权
6. 根据产品替代原则，竞争对手可以分为（ ）。
 - (A) 品牌竞争者
 - (B) 行业竞争者
 - (C) 产品竞争者
 - (D) 市场竞争者
7. 下列关于 PP 点（price point），说法正确的是（ ）。
 - (A) 顾客根据 PP 点来判断该门店的商品价格是贵的还是便宜的
 - (B) 决定了门店所面对消费者的受众层次
 - (C) 决定了门店所面对消费者的数量
 - (D) 要尽量增加 PP 点的商品品种数目，使 PP 点价位附近的商品种类或单品数量最多，形成该小分类上的高峰点（区）。
8. 编制采购预算的影响因素有（ ）。
 - (A) 生产效率
 - (B) 预期价格
 - (C) 物料标准成本的设定
 - (D) 拥有资本
9. 当发现（ ）情况时，商品应立即撤出。

- (A) 商品过期
 (B) 商品上的标志不清楚
 (C) 商品有破损
 (D) 商品存在变质
10. 盘点作业方法主要包括：（ ）。
- (A) 手工盘点
 (B) 机械盘点
 (C) 表单盘点
 (D) RF 盘点
11. 群体的划分标准有（ ）。
- (A) 成员资格
 (B) 接触类型
 (C) 忠诚效应
 (D) 吸引力
12. 影响和决定客户满意的因素有很多，比如：（ ）。
- (A) 服务质量
 (B) 客户期望
 (C) 员工满意度
 (D) 客户价值
13. 营业推广策划书的内容比较多，其中有（ ）。
- (A) 活动目的
 (B) 活动主题
 (C) 活动方式
 (D) 活动效果评估
14. 营销预算通常有（ ）三个部分。
- (A) 销售收入预算
 (B) 销售成本预算
 (C) 财务费用预算
 (D) 营销费用预算
15. 效率管理常用的工具有（ ）。
- (A) 决策树
 (B) 网络计划评审技术
 (C) 排列图
 (D) 因果分析图
16. 人类跨入工业化时代，质量管理的发展大致经历了三个阶段，分别是（ ）。
- (A) 科学质量管理阶段
 (B) 质量检验阶段
 (C) 统计质量控制阶段
 (D) 全面质量管理阶段
17. 对于社会监督，说法正确的是（ ）。
- (A) 常用到的有：荣誉顾客监督、利用顾客投诉和第三方监控
 (B) 被众多大型特许企业所推崇
 (C) 能提高监督管理的工作效率，也利于企业节约成本，但监督管理效果会有折

损

(D) 特许企业广泛借助社会团体、新闻媒体、社会舆论等多种途径

18. 下列哪些要素属于企业视觉识别系统的基本要素？（ ）
- (A) 办公用品
 - (B) 制服饰物
 - (C) 交通工具
 - (D) 企业名称
 - (E) 标志组合
19. 有效沟通有利于企业安全，那时因为（ ）。
- (A) 利于获取隐患方面的真实信息
 - (B) 能增进同事之间情感，改善心情，有利于工作安全
 - (C) 利于获得紧急情况的应对技巧
 - (D) 增加知识和其他信息
20. 下列属于因资源竞争产生的团队冲突行为的是（ ）。
- (A) 销售部门想要更多的产品，生产部门产能跟不上
 - (B) 销售部门想要最新的产品，生产部门想要把库存清理掉。
 - (C) 销售部门产品滞销，生产部门产能跟不上。
 - (D) 销售部门产品滞销，人力资源部门最近员工流失率过高。

连锁经营管理师（三级）理论知识试卷答案

一、判断题（第 1 题～第 20 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 20 分）

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

二、单项选择题（第 1 题～第 60 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 60 分）

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

三、多项选择题（第 1 题～第 20 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 1 分，满分 20 分）

- | | | | | | |
|----------|---------|----------|---------|---------|----------|
| 1. ABCD | 2. ACD | 3. ABC | 4. BD | 5. ABC | 6. ABD |
| 7. AD | 8. ABC | 9. ABCD | 10. CD | 11. ABD | 12. ABCD |
| 13. ABCD | 14. ABD | 15. ABCD | 16. BCD | 17. AD | 18. DE |
| 19. ABCD | 20. AB | | | | |

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（三级）

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：1.1.6。

试题名称：产品购物篮分析。

考核时间：15min。

配分：20 分。

试题 2

试题代码：1.2.6。

试题名称：盘点数据分析。

考核时间：20min。

配分：20分。

试题3

试题代码：2.1.6。

试题名称：顾客需求与购买行为分析。

考核时间：20min。

配分：20分。

试题4

试题代码：2.2.6。

试题名称：处理顾客投诉。

考核时间：15min。

配分：20分。

试题5

试题代码：3.1.6。

试题名称：顾客数据分析。

考核时间：10min。

配分：10分。

试题6

试题代码：3.2.6。

试题名称：指导管理。

考核时间：10min。

配分：10分。

连锁经营管理师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码： 1.1.6

试题名称：产品购物篮分析——少女服饰

考核时间： 15min

1. 背景资料

某少女服饰品牌专卖店，今年夏季商品的平均单价是 380 元，顾客平均单笔消费金额为 874 元，夏季完成销售业绩 360 万。秋季商品的平均单价是 500 元，秋季业绩目标为 450 万，按照往年数据统计，秋季的顾客购买总单数会比春季提升 15%。

2. 试题要求

- (1) 请问该服饰专卖店夏季的顾客购买连带率是多少？
- (2) 请预估该店秋季的顾客购买连带率？（保留个位，四舍五入）

连锁经营管理师（三级）操作技能考核 试题评分表及答案

准考证号：

试题代码：1.1.6

试题名称：产品购物篮分析——少女服饰

考核时间：15min

评分表：

评价要素	配分	得分
1. 购买连带率计算	5	
2. 购买连带率预估	15	
合计	20	

考评员（签名）：

参考答案：

1. 夏季的顾客购买连带率：（5分）

$$874 \text{ 元} \div 380 \text{ 元} = 2.3 \text{ 件}$$

2. 预估秋季的顾客购买连带率：（保留个位，四舍五入）

（1） 秋季顾客购买单数（5分）

春季购买单数=夏季销售额÷夏季顾客平均单笔消费金额：

$$3600000 \text{ 元} \div 874 \text{ 元} = 4119 \text{ 单}$$

预估秋季顾客购买单数=春季顾客购买单数×15%+春季顾客购买单数：

$$4119 \text{ 单} \times 15\% + 4119 \text{ 单} = 4737 \text{ 单}$$

（2） 预估秋季产品销售总件数（5分）

$$\text{秋季业绩目标} \div \text{秋季产品平均单价} = 4500000 \text{ 元} \div 500 \text{ 元} = 9000 \text{ 件}$$

（3） 预估秋季顾客购买连带率（5分）

$$\text{秋季预估销售件数} \div \text{预估秋季顾客购买单数} = 9000 \text{ 件} \div 4737 \text{ 单} = 1.9 \text{ 件}$$

连锁经营管理师（三级）操作技能考核

试题单

准考证号：

试题代码： 1.2.6

试题名称：盘点数据分析——女装

考核时间： 20min

1. 背景资料

某成熟女装品牌品专卖店每月底最后一天为例行盘点日。

下表为本月连衣裙品类的盘点表：

货号	品名	颜色	系统结存	实盘库存	
				正品数量	次品数量
****101	蕾丝中袖连衣裙	白色	25	23	2
****102	蕾丝中袖连衣裙	黑色	32	32	/
****103	真丝圆领连衣裙	米白	15	15	/
****104	真丝圆领连衣裙	藏青	18	15	3
****105	全棉翻领长裙	墨绿	53	52	/
****106	全棉翻领长裙	天蓝	35	35	/
****107	束腰百褶连衣裙	米黄	38	36	1
****108	束腰百褶连衣裙	浅咖	31	29	/
****109	西装领商务套裙	灰色	19	19	/
****110	西装领商务套裙	黑色	26	26	/

2. 试题要求

- (1) 通过盘点表中显示的次品情况，请尝试分析可能造成次品的原因及如何避免和减少次品的发生？
- (2) 盘点表中哪些款有盘点差异，请尽可能性说明造成盘点差异的原因？

连锁经营管理师（三级）操作技能考核

试题评分表及答案

准考证号：

试题代码：1.2.6

试题名称：盘点数据分析——女装

考核时间：20min

评分表：

评价要素	配分	得分
1. 盘点报告分析	12	
2. 盘点数据分析	8	
合计	20	

考评员（签名）：

参考答案：

1. 次品产品的原因分析及如何避免/减少发生：（12分）

（1）**原因：**商品到货，因店员在收货时检查不仔细，导致次品混入正品。

改进：强化店员收货时仔细检查的意识，明确要求每件商品需拆袋检查，并规定每件商品具体部位的检查要求（如衣领、衣袖、前后身、纽扣等）

（2）**原因：**进行商品收货时，因店员拆货时因操作不当导致商品造成污损。

如：违规使用裁纸刀等尖锐工具拆箱而划伤衣物、拆箱清点商品时将衣物随意摆放地面等区域导致污损。

改进：拆装商品的纸箱及商品外包装时严谨店铺使用裁纸刀、刀片、剪刀等尖锐物品。严格管理，加强监督。

（3）**原因：**店铺收货后，放入店铺仓库时保管不当，可能因未将商品套入塑料袋等原因造成的污损。

改进：商品入店铺仓必须套塑料包装袋，仓库每日清洁，保持商品保管环境的干净整洁。

（4）**原因：**店内陈列商品（模特、出样等）时未在规定时间内进行替换，导致商品变形、日晒褪色和污损等情况的次品。

改进：店铺陈列的商品需有明确的定期更换规定。店长需严格要求和监管按照规定时间更换店内各区位陈列商品。如：模特穿着商品 3

天更换 1 次，陈列展示品需每 5 天更换等。

(5) **原因：**店铺营业中，因顾客试穿、打翻饮料等原因造成的商品污损。

改进：要求店员在销售服务中，提醒顾客试穿时尽量避免口红、妆容沾染到衣物；营业中看到有顾客手中有饮品等食物礼貌提醒顾客或在顾客需要时协助妥善放在安全的地方。

(评分说明：该问回答出 4 个原因/改进方法即可。每个 3 分，此项满分 12 分)

2. 有盘点差异的款式及可能造成盘点差异的原因：

(1) 墨绿色全棉翻领长裙盘亏 1 件，米黄色束腰百褶连衣裙盘亏 1 件；束腰百褶连衣裙盘亏 2 件。(2 分)

(2) 盘点出现商品盘亏，造成的可能原因：(6 分)

①因店铺营业中看管不当，失窃导致的盘亏。

②因店铺到货的数量差异产生（店铺收货时清点错误导致盘亏）。

③因店铺转出商品等情况未录入电脑系统而导致的盘亏。

④因商品外借等情况，未及时追回。

(评分说明：该问回答出 3 个原因即可。每个 2 分，此项的满分 6 分)

总评分说明：

- 以上参考答案不唯一；
- 答题者字面意思和标准答案相符即可，表述文字可不同。

连锁经营管理师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码： 2.1.6

试题名称： 顾客需求与购买行为分析——时尚女装

考核时间： 20min

1. 背景资料

某时尚女装品牌专卖店依据会员的消费周期来对顾客的消费状态进行分类。

下表是该店老会员各消费周期的人数占比：

3 个月内	3 个月至半年	半年至 1 年	超 1 年未消费
13%	22%	29%	36%

2. 试题要求

(1) 请问该时尚女装店 1 年内有消费顾客占比是多少？店长根据数据决定要提升 1 年内有消费会员的占比到 70%以上，于是店长进一步制订了邀约老会员到店的目标，请写出至少三种邀约老会员到店的理由？

(2) 你认为时尚女装专卖店顾客在购买周期应以多长时间为最佳，从数据看，该时尚女装专卖店应重点提升哪个消费周期的顾客人数占比？

连锁经营管理师（三级）操作技能考核 试题评分表及答案

准考证号：

试题代码：2.1.6

试题名称：顾客需求与购买行为分析——时尚女装

考核时间：20min

评分表：

评价要素	配分	得分
1. 会员数据分析	12	
2. 销售数据分析	8	
合计	20	

考评员（签名）：

参考答案：

1. (1) 该时尚女装店 1 年内有消费顾客占比 64%。（3 分）

(2) 邀约老会员到店的原因：①新品推荐（3 分）

②促销活动（3 分）

③赠送购物券（3 分）

（评分说明：以上答案不唯一）

2. (1) 服装产品分为四季，作为时尚女装品牌专卖店会员的购买周期 3 个月为最佳。（4 分）

(2) 该时尚女装专卖店应重点提升 3 个月至半年销售周期的会员占比，因为这个消费周期的顾客最具有再消费的潜力，仍与品牌具有一定的粘性，邀约成功率也相对最高。（4 分）

连锁经营管理师（三级）操作技能考核

试题单

准考证号：

试题代码： 2.2.6

试题名称：处理顾客投诉--居家用品专卖店

考核时间： 15 min

1.背景资料

某家居用品专卖店，店长正在接待一位前来投诉产品质量问题的顾客。这位顾客在半年前购买了一款真皮沙发。近期在沙发扶手位置的皮质出现了破损开裂的情况，于是顾客前来寻求店长给出解决办法。

2.试题要求

- (1) 投诉分为哪几大类型？该案例属于哪类投诉？
- (2) 请写出店长接待该位投诉顾客的处理步骤？
- (3) 请问这起顾客投诉店长可以提供哪 2 种解决方案供顾客选择？

连锁经营管理师（三级）操作技能考核

试题评分表及答案

准考证号：

试题代码：2.2.6

试题名称：处理顾客投诉--居家用品专卖店

考核时间：15min

评分表：

评价要素	配分	得分
1.投诉的分类	4	
该投诉的类型	2	
2.顾客投诉的处理步骤	8	
3.顾客投诉的处理方法	6	
合计	20	

考评员（签名）：

参考答案：

1. 投诉的类型（6分）

(1) 投诉的分类：服务投诉和商品投诉（4分）

(2) 该投诉的类型：商品投诉（2分）

2. 店长接待投诉顾客的处理步骤：（8分）

(1) 详细倾听顾客的抱怨。（2分）

(2) 为对顾客带来的不便向顾客道歉，并弄清原因。(2分)

(3) 提出解决问题的方法并征得顾客同意。(2分)

(4) 改进工作，并向相关部门反馈，不让同样的问题再发生。(2分)

3. 可以提供以下2种解决方案供顾客选择：(6分)

(1) 方案一：与顾客协商，由店铺安排将沙发邮寄到厂家进行修复。(3分)

(2) 方案二：与顾客协商，根据沙发破损情况，评估维修所需费用，店铺按照规定赔付维修费用给顾客(3分)

总评分说明：

—以上参考答案不唯一；

—答题者字面意思和标准答案相符即可，表述文字可不同。

连锁经营管理师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码： 3.1.6

试题名称：顾客数据分析——箱包

考核时间： 10 min

1. 背景资料

某知名品牌箱包店实行会员制，消费的顾客均可成为会员。同时会根据顾客的消费金额匹配不同的卡级，顾客享有其对应卡级的会员福利。以下为系统统计上季度各卡级会员的消费情况：

卡级	铂金卡	金卡	银卡	普卡
消费人数占比	13%	19%	27%	41%
消费占比	24%	26%	21%	29%
平均客单	5856 元	4675 元	3783 元	3527 元
平均连带	2.1 件	1.7 件	1.4 件	1.2 件

2. 试题要求

- （1）请通过各卡级的消费占比数值分析出，哪个卡级会员的人数和消费比值最高？并请列举匹配该卡级会员需求的至少 3 种会员互动维护形式。
- （2）从营销角度分析应主要从哪两个方面来提升普卡会员的消费产出比？

连锁经营管理师（三级）操作技能考核 试题评分表及答案

准考证号：

试题代码： 3.1.6

试题名称：顾客数据分析——箱包

考核时间：10 min

评分表：

评价要素	配分	得分
1. 会员类型分析	6	
2. 会员数据分析	4	
合计	10	

考评员（签名）：

参考答案：

1. (1) 通过各卡级的消费占比数据分析可以发现铂金卡级会员的人数和消费比值最高。（3分）

(2) 列举匹配铂金卡级会员需求的三种互动维护形式：

①为铂金卡会员赠送“年度大客户”专属回馈礼（1分）

②邀请铂金卡会员参加该饰品品牌新品发布会（1分）

③举办铂金卡会员专属参与DIY“主题活动”（如插花、茶艺等）（1分）

（评分说明：以上参考答案不唯一）

2. 从营销角度分析主要可从以下两个方面来提升普卡会员的消费产出比：

①提升普卡会员的客单价（2分）

②提升普卡会员的购买连带率（2分）

总评分说明：

一答题者字面意思和标准答案相符即可，表述文字可不同。

连锁经营管理师（三级）操作技能考核 试题单

准考证号：

试题代码： 3.2.6

试题名称：指导管理——商务男装

考核时间： 10min

1. 背景资料

某商务男装品牌专卖店每周三为到货日，本周三的到货店长请刚刚担任店铺仓库管理 1 周的小李独立完成收货工作，同时店长也协同左右，同步了解小李执行收货流程是否规范。过程中，店长发现小李虽然按照流程先核对了装箱单与每箱箱贴上的箱号和数量，但在清点过程中，为了节省时间，未将每箱清点完的货品再放回原箱，这样将不同箱的货品混在一起，一旦单款数量出现差异将导致无法核查具体是哪箱货品存在数量差异。仓库管理工作最重要的就是严谨、规范，店长决定借此机会给予小李进一步的工作指导。

2. 试题要求

- (1) 请简述店长对小李进行工作指导的方法和流程？
- (2) 与小李的工作指导结束后，店长还需做好哪些工作，才能确保指导工作的有效性？

连锁经营管理师（三级）操作技能考核 试题评分表及答案

准考证号：

试题代码：3.2.6

试题名称：指导管理——商务男装

考核时间：10min

评分表：

评价要素	配分	得分
1. 员工指导的方法和流程	6	
2. 员工指导的反馈	4	
合计	10	

考评员（签名）：

参考答案：

1. 店长与小李进行工作指导的方法和流程：（6分）

- （1）首先请小李总结自己此次独立执行收货工作的完成情况，是否有需要改进和提升的地方。
- （2）肯定小李在执行收货工作中做得好的地方，但同时也存在一定的问题，**直接指出清点货品流程中小李的错误操作及这样操作可能会导致的后果。明确告诉小李正确的操作流程（有需要演示给小李看）**
- （3）再次询问小李对这个问题的看法，是否能在未来的工作中不再发生类似的不规范操作。（此步骤需与小李达成共识）
- （4）**重申并强调仓库管理工作的重要性及需事事严谨、按规范流程操作的工作要求。**
- （5）**鼓励小李**，虽然发生了问题，但只要引起重视，及时总结经验，未来的仓库管理工作小李一定可以胜任。

（评分说明：此问回答出答案中的3个要点即可得6分，每个要点2分）

2. 与小李的工作指导结束后店长需做好以下工作才能确保指导工作的有效性：

- （1）继续观察小李在下次收货工作中是否已改正并规范执行整个流程。（2分）
- （2）一周后再次与小李面谈，了解其上周仓库管理工作是否顺利，并再次对

小李在相关工作中的进步/不足给予反馈。（2分）

总评分说明：

—答题者字面意思和标准答案相符即可，表述文字可不同。

上海商学院版权所有