

连锁经营管理师职业简介

一、职业名称

连锁经营管理师

二、职业定义

运用连锁经营管理工具及相关技术、进行业态定位、品类管理、营销策划、顾客服务、视觉营销等工作，负责门店营运业务管理的人员。

三、主要工作内容

从事工作主要包括：（1）产品管理；（2）营销管理；（3）营运管理；（4）信息与数字化管理；（5）人员管理；（6）财务管理；（7）市场开发管理；（8）特许经营管理。

四、职业等级

本职业共设四个等级，分别为：四级/中级工、三级/高级工、二级/技师、一级/高级技师。

国家职业标准编制技术规程

(2023 年版)

(节选)

申请参加职业技能评价的条件^⑤

1. 具备以下条件之一者，可申报五级/初级工：

(1) 年满 16 周岁，拟从事本职业或相关职业^⑥工作。

(2) 年满 16 周岁，从事本职业或相关职业工作。

2. 具备以下条件之一者，可申报四级/中级工：

(1) 累计从事本职业或相关职业工作满 5 年。

(2) 取得本职业或相关职业五级/初级工职业资格（职业技能等级）证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 3 年。

(3) 取得本专业或相关专业^⑦的技工院校或中等及以上职业院校、专科及以上普通高等学校毕业证书（含在读应届毕业生）。

3. 具备以下条件之一者，可申报三级/高级工：

(1) 累计从事本职业或相关职业工作满 10 年。

(2) 取得本职业或相关职业四级/中级工职业资格（职业技能等级）证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 4 年。

^⑤ 企业开展自主评价的申报条件，可根据国家职业标准，结合企业工种（岗位）特殊要求，对职业功能、工作内容、技能要求和申报条件等进行适当调整，原则上不低于国家职业标准要求。无相应国家职业标准的，企业可参照本规程自主开发制定企业评价规范。企业可结合实际，灵活运用过程化考核、模块化考核、岗位练兵、技术比武、技能竞赛、业绩评审、直接认定等多种方式进行评价。

参加中国特色企业新型学徒制的学员按照培养目标进行考核定级。

^⑥ 在具体职业标准中应明确相关职业的范围，下同。

^⑦ 在具体职业标准中应明确与该职业对应的专业或相关专业的范围，下同。

(3) 取得符合专业^⑧对应关系的初级职称（专业技术人员职业资格）后，累计从事本职业或相关职业工作满1年。

(4) 取得本专业或相关专业的技工院校高级工班及以上毕业证书（含在读应届毕业生）。

(5) 取得本职业或相关职业四级/中级工职业资格（职业技能等级）证书，并取得高等职业学校、专科及以上普通高等学校本专业或相关专业毕业证书（含在读应届毕业生）。

(6) 取得经评估论证的高等职业学校、专科及以上普通高等学校本专业或相关专业的毕业证书（含在读应届毕业生）。

4. 具备以下条件之一者，可申报二级/技师：

(1) 取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格（职业技能等级）证书后，累计从事本职业或相关职业工作满5年。

(2) 取得符合专业对应关系的初级职称（专业技术人员职业资格）后，累计从事本职业或相关职业工作满5年，并在取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格（职业技能等级）证书后，从事本职业或相关职业工作满1年。

(3) 取得符合专业对应关系的中级职称（专业技术人员职业资格）后，累计从事本职业或相关职业工作满1年。

(4) 取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格（职业技能等级）证书的高级技工学校、技师学院毕业生，累计从事本职业

^⑧ 在具体职业标准中应明确与该职业对应的专业，下同。

业或相关职业工作满 2 年。

(5) 取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格（职业技能等级）证书满 2 年的技师学院预备技师班、技师班学生。

5. 具备以下条件之一者，可申报一级/高级技师：

(1) 取得本职业或相关职业二级/技师职业资格（职业技能等级）证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 5 年。

(2) 取得符合专业对应关系的中级职称后，累计从事本职业或相关职业工作满 5 年，并在取得本职业或相关职业二级/技师职业资格（职业技能等级）证书后，从事本职业或相关职业工作满 1 年。

(3) 取得符合专业对应关系的高级职称（专业技术人员职业资格）后，累计从事本职业或相关职业工作满 1 年。

连锁经营管理师（二级）考核方案

一、考核方式

连锁经营管理师（二级）的考核方式分为理论知识考试、操作技能考核、综合评审三项考核内容。理论知识考试和操作技能考核均采用闭卷计算机机考（或笔试）方式，综合评审采用口试方式。理论知识考试、操作技能考核、综合评审均实行百分制，成绩皆达 60 分及以上者为合格，不及格者可按规定分别补考。综合评审一般为本职业（连锁经营管理师（二级））最后一项考核内容，理论知识考试、操作技能考核成绩合格后才能参加。

二、理论知识考试方案（考试时间 90 分钟）

题型	题库参数	考试方式	题库数量	考核题量	分值 (分/题)	配分(分)
判断题		闭卷机考	255	25	1	25
单选题			510	55	1	55
多选题			255	10	2	20
小计		—	1020	90	—	100

三、操作技能考核方案（考试时间 90 分钟）

考核项目表

职业（工种）名称		连锁经营管理师			等级	二级			
职业代码		4-01-02-06							
序号	项目名称	单元编号	单元内容	考核方式	选考方式	考核时间（分钟）	题库数量	考核题量	配分（分）
1	产品、营销与营运管理	1	产品分析与品牌管理	闭卷 机考	必考	45	1	1	25
		2	市场定位与营运管理		必考				25
2	市场开发与数字化管理	1	目标市场分析	闭卷 机考	必考	45	1	1	25
		2	信息数据分析与数字化运营		必考				25
合计						90	2	2	100
备注	封闭命题								

四、综合评审方案

综合评审要求表

职业（工种）名称	连锁经营管理师		等级	二级	
职业代码	4-01-02-06				
项目名称	单元 编号	单元内容	考核 方式	考核时间 (min)	配分
综合评审	1	工作技术小结	笔试	/	40
	2	工作技术小结答辩	口试	30	60
合计					100
备注	综合能力测试除答辩外，还包括本职业范畴的拓展性提问，测评职业资历与实践经验、专业素养、分析判断能力、语言表达能力等。				

连锁经营管理师（二级） 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	二级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
	1				职业道德	5	
	1	1			职业道德的内涵	2	
	1	1	1		职业道德基本知识	2	
1	1	1	1	1	职业道德的概念	1	
2	1	1	1	2	职业道德的内涵	1	
3	1	1	1	3	职业道德的特点	1	
4	1	1	1	4	职业道德的作用	1	
	1	2			职业守则	3	
	1	2	1		职业守则的概念	1	
5	1	2	1	1	职业守则的含义	1	
6	1	2	1	2	职业守则的特点	1	
	1	2	2		职业守则的内容	2	
7	1	2	2	1	忠于职守，爱岗敬业	1	
8	1	2	2	2	讲究规范，注重质量	1	
9	1	2	2	3	钻研业务，开拓创新	1	
10	1	2	2	4	遵纪守法，协作诚信	1	
	2				基础知识	10	
	2	1			安全知识	3	
	2	1	1		消防安全、人身安全知识	1	
11	2	1	1	1	消防安全知识的内容	1	
12	2	1	1	2	人身安全知识的内容	1	
	2	1	2		食品安全知识	1	
13	2	1	2	1	食品安全知识的概念	1	
14	2	1	2	2	食品安全知识的内容	1	
	2	1	3		信息安全知识	1	
15	2	1	3	1	信息安全知识的概念	1	
16	2	1	3	2	信息安全知识的内容	1	
	2	2			环保知识	2	
	2	2	1		节能减排知识	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	二级
职业代码					4-01-02-06		
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
17	2	2	1	1	节能减排知识的相关内容	1	
	2	2	2		绿色物流知识	1	
18	2	2	2	1	绿色物流知识的概念	1	
19	2	2	2	2	绿色物流知识的内容	1	
	2	3			法律法规知识	5	
	2	3	1		《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国劳动法》相关知识	1	
20	2	3	1	1	《中华人民共和国民法典》概述	1	
21	2	3	1	2	《中华人民共和国民法典》规定	1	
22	2	3	1	3	《中华人民共和国劳动法》概述	1	
23	2	3	1	4	《中华人民共和国劳动法》总则	1	
24	2	3	1	5	《中华人民共和国劳动法》其他法规	1	
	2	3	2		《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国公司法》相关知识	1	
25	2	3	2	1	《中华人民共和国劳动合同法》总则	1	
26	2	3	2	2	劳动合同的订立	1	
27	2	3	2	3	《中华人民共和国劳动合同法》法律责任	1	
28	2	3	2	4	《中华人民共和国公司法》概述	1	
29	2	3	2	5	有限责任公司的设立	1	
30	2	3	2	6	股份有限公司的设立	1	
31	2	3	2	7	《中华人民共和国公司法》法律责任	1	
	2	3	3		《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国价格法》相关知识	1	
32	2	3	3	1	《中华人民共和国产品质量法》概述	1	
33	2	3	3	2	销售者的产品质量责任和义务	1	
34	2	3	3	3	《产品质量法》对销售者的损害赔偿规定	1	
35	2	3	3	4	《产品质量法》的罚则	1	
36	2	3	3	5	《中华人民共和国价格法》相关规定	1	
37	2	3	3	6	《中华人民共和国价格法》法律责任	1	
	2	3	4		《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》相关知识	1	
38	2	3	4	1	《中华人民共和国反不正当竞争法》相关规定	1	
39	2	3	4	2	《中华人民共和国反不正当竞争法》法律责任	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师			等级	二级	
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			
40	2	3	4	3	《中华人民共和国广告法》相关规定	1	
41	2	3	4	4	《中华人民共和国广告法》法律责任	1	
42	2	3	4	5	《中华人民共和国消费者权益保护法》相关规定	1	
43	2	3	4	6	《中华人民共和国消费者权益保护法》法律责任	1	
	2	3	5		《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国食品安全法》、《商业特许经营管理条例》相关知识	1	
44	2	3	5	1	《中华人民共和国商标法》相关规定	1	
45	2	3	5	2	注册商标专用权的保护	1	
46	2	3	5	3	《中华人民共和国食品安全法》相关规定	1	
47	2	3	5	4	《中华人民共和国食品安全法》法律责任	1	
48	2	3	5	5	《商业特许经营管理条例》相关内容	1	
	3				产品管理	20	
	3	1			产品结构分析	8	
	3	1	1		商品结构	2	
49	3	1	1	1	商品结构的概念	1	
50	3	1	1	2	商品结构的完善和调整	1	
51	3	1	1	3	确定门店商品结构的指标	1	
	3	1	2		品类管理	2	
52	3	1	2	1	品类管理的概念	1	
53	3	1	2	2	品类管理特征	1	
54	3	1	2	3	品类管理的作业流程	1	
	3	1	3		顾客动线与磁石理论	1	
55	3	1	3	1	顾客动线	1	
56	3	1	3	2	磁石理论	1	
	3	1	4		货架空间管理	2	
57	3	1	4	1	货架空间管理的概念	1	
58	3	1	4	2	货架空间管理操作步骤	1	
59	3	1	4	3	货架空间管理的方法	1	
60	3	1	4	4	货架空间管理的数据化分析	1	
	3	1	5		品类效益	1	
61	3	1	5	1	影响品类效益的因素和指标	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	二级
职业代码		4-01-02-06					
序号	考核点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
	3	2			品牌招商管理	3	
	3	2	1		招商活动策划	2	
62	3	2	1	1	招商活动的前期准备	1	
63	3	2	1	2	品牌资源库的建立	1	
64	3	2	1	3	招商策略	1	
65	3	2	1	4	招商方式	1	
	3	2	2		招商管理与洽谈技巧	1	
66	3	2	2	1	招商管理原则	1	
67	3	2	2	2	招商洽谈技巧	1	
	3	3			采购管理	5	
	3	3	1		采购渠道与采购方式的选择方法	1	
68	3	3	1	1	采购渠道的选择	1	
69	3	3	1	2	采购方式的选择	1	
	3	3	2		采购流程的制定	3	
70	3	3	2	1	建立采购组织	1	
71	3	3	2	2	制定商品采购计划	1	
72	3	3	2	3	确定货源及供应商	1	
73	3	3	2	4	谈判及签约	1	
74	3	3	2	5	商品导入、再订购商品、定期评估和改进	1	
	3	3	3		供应商分级	1	
75	3	3	3	1	供应商分级方法与标准	1	
	3	4			库存管理	4	
	3	4	1		库存计划的影响因素与编制方法	2	
76	3	4	1	1	库存计划的概念	1	
77	3	4	1	2	库存计划的影响因素	1	
78	3	4	1	3	库存计划的编制方法	1	
	3	4	2		库存结构调整	1	
79	3	4	2	1	库存商品结构分析	1	
80	3	4	2	2	库存结构调整方法	1	
	3	4	3		安全库存指标	1	
81	3	4	3	1	安全库存指标的测算方法	1	
	4				营销管理	10	
	4	1			市场定位	4	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	二级
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	1	1		顾客需求调查方案	2	
82	4	1	1	1	顾客需求调研的概念	1	
83	4	1	1	2	制定顾客需求调查方案的步骤	1	
	4	1	2		消费市场细分与定位	2	
84	4	1	2	1	消费市场细分	1	
85	4	1	2	2	市场定位	1	
	4	2			宣传策划	3	
	4	2	1		广告宣传方案	1	
86	4	2	1	1	广告宣传方案的制定	1	
	4	2	2		公关宣传活动	2	
87	4	2	2	1	公共关系的概念	1	
88	4	2	2	2	公关宣传活动的内容、步骤与方法	1	
	4	3			营销策划	3	
	4	3	1		营销方案	1	
89	4	3	1	1	营销方案的制定	1	
	4	3	2		营销效果评估	1	
90	4	3	2	1	营销效果评估	1	
	4	3	3		视觉营销	1	
91	4	3	3	1	视觉营销的实施	1	
	5				营运管理	20	
	5	1			规范与质量管理	6	
	5	1	1		门店营运规范、标准与流程制定的内容和方法	2	
92	5	1	1	1	门店营运目标	1	
93	5	1	1	2	门店营运标准	1	
94	5	1	1	3	门店营运标准的制定	1	
95	5	1	1	4	制定控制门店的制度与标准	1	
96	5	1	1	5	门店运营与管理标准的开展与实施	1	
97	5	1	1	6	编写营业手册	1	
98	5	1	1	7	建立完整的培训系统	1	
99	5	1	1	8	实施标准化的同时不断探索改善营运标准	1	
	5	1	2		门店产品与服务质量标准制定的内容和方法	1	
100	5	1	2	1	门店产品质量标准制定的内容	1	
101	5	1	2	2	门店产品质量的管理	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	二级
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			
102	5	1	2	3	门店服务质量标准制定的内容	1	
	5	1	3		门店环境与企业形象标准制定的内容和方法	2	
103	5	1	3	1	连锁商店的通道安排	1	
104	5	1	3	2	隔绝式销售方式下的货架布局形式	1	
105	5	1	3	3	敞开式销售方式下的货架布局形式	1	
	5	1	4		门店影响规范、标准执行的因素分析方法	1	
106	5	1	4	1	门店服务相关规范	1	
	5	2			客服管理	6	
	5	2	1		顾客服务策略的制定原则与方法	2	
107	5	2	1	1	营业员柜台接待顾客的方法	1	
108	5	2	1	2	营业员柜台接待顾客的步骤	1	
109	5	2	1	3	服务台作业管理的活动	1	
110	5	2	1	4	服务台作业管理相关知识	1	
	5	2	2		顾客投诉处理优化方法	2	
111	5	2	2	1	顾客投诉意见的主要类型	1	
112	5	2	2	2	顾客意见的投诉方式	1	
113	5	2	2	3	顾客投诉意见处理系统	1	
114	5	2	2	4	顾客投诉意见的处理程序	1	
	5	2	3		顾客忠诚度提升方案的制订方法	2	
115	5	2	3	1	建立顾客关系制度	1	
116	5	2	3	2	对顾客的管理	1	
117	5	2	3	3	建立顾客档案	1	
	5	3			安全与危机管理	8	
	5	3	1		企业安全管理内容与标准	2	
118	5	3	1	1	门店安全作业管理的重要性	1	
119	5	3	1	2	门店发生安全事故的主要原因	1	
120	5	3	1	3	建立安全管理小组	1	
121	5	3	1	4	安全管理作业	1	
	5	3	2		企业消防演练的项目与流程	1	
122	5	3	2	1	消防安全管理的事先预防	1	
123	5	3	2	2	消防安全管理的事中处理	1	
124	5	3	2	3	消防安全管理的事后检讨改善	1	
125	5	3	2	4	消防安全管理的流程	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	二级
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	3	3		安全应急预案编制的内容	1	
126	5	3	3	1	防抢管理	1	
127	5	3	3	2	防偷盗管理	1	
128	5	3	3	3	防骗管理	1	
129	5	3	3	4	停电的处理	1	
130	5	3	3	5	卖场陈设及员工作业安全管理	1	
	5	3	4		突发性危机事件的识别流程与方法	2	
131	5	3	4	1	危机处理的相关概念、特点与类型	1	
132	5	3	4	2	危机处理程序制定原则	1	
133	5	3	4	3	危机处理的基本措施	1	
134	5	3	4	4	突发性危机事件的常见类型	1	
135	5	3	4	5	突发性危机事件的预防及启动预案	1	
	5	3	5		媒体舆情危机的类别与特征	2	
136	5	3	5	1	媒体舆情危机的类别	1	
137	5	3	5	2	媒体舆情危机的特征	1	
138	5	3	5	3	媒体舆情危机的应急流程	1	
139	5	3	5	4	媒体舆情危机的处理	1	
	6				信息与数字化管理	5	
	6	1			信息数据分析	2	
	6	1	1		信息系统操作与数据分析方法	1	
140	6	1	1	1	信息系统操作	1	
141	6	1	1	2	信息系统数据分析方法	1	
	6	1	2		订单中心与库存管理以及销售管理系统操作和数据分析方法	1	
142	6	1	2	1	订单中心与库存管理系统操作	1	
143	6	1	2	2	订单中心与库存管理数据分析方法	1	
144	6	1	2	3	销售管理系统操作与数据分析方法	1	
	6	2			信息系统管理	1	
	6	2	1		信息管理系统需求的方法与信息化应用的评估内容	1	
145	6	2	1	1	收集和汇总门店信息管理系统需求的方法	1	
146	6	2	1	2	业务流程信息化的前提条件	1	
147	6	2	1	3	信息化应用的评估内容	1	
	6	3			数字化运营	2	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	二级
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	1		电子商务平台选择与搭建方法	1	
148	6	3	1	1	电子商务平台选择	1	
149	6	3	1	2	电子商务平台搭建方法	1	
	6	3	2		客户关系管理系统操作与数据分析方法	1	
150	6	3	2	1	客户关系管理系统操作	1	
151	6	3	2	2	客户关系管理数据分析方法	1	
152	6	3	2	3	数字技术的应用范围与方法	1	
	7				人员管理	10	
	7	1			团队及企业文化建设	5	
	7	1	1		团队的构成与团队角色类型	1	
153	7	1	1	1	团队的特征	1	
154	7	1	1	2	团队的类型与角色	1	
155	7	1	1	3	团队角色类型	1	
	7	1	2		沟通的渠道与方法	1	
156	7	1	2	1	沟通的渠道	1	
157	7	1	2	2	沟通的方法	1	
	7	1	3		企业文化的要素构成与互动机制	1	
158	7	1	3	1	企业文化要素构成	1	
159	7	1	3	2	企业文化的内容要素与目标	1	
160	7	1	3	3	企业文化的互动机制	1	
	7	1	4		企业文化的传播途径与方法	1	
161	7	1	4	1	企业文化的传播途径	1	
162	7	1	4	2	企业文化的传播方法	1	
	7	1	5		部门制度、流程与行为准则的制定方法	1	
163	7	1	5	1	部门制度的制定方法	1	
164	7	1	5	2	流程的制定方法	1	
165	7	1	5	3	行为准则的制定方法	1	
	7	2			培训管理	2	
	7	2	1		培训方案的内容	1	
166	7	2	1	1	培训方案的内容	1	
167	7	2	1	2	培训方案体系	1	
	7	2	2		培训效果评估的方法	1	
168	7	2	2	1	培训效果评估	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	二级
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			
169	7	2	2	2	培训效果评估的方法	1	
	7	3			绩效管理	3	
	7	3	1		绩效目标与评估标准的设定方法	1	
170	7	3	1	1	绩效目标的内容	1	
171	7	3	1	2	绩效目标的设定方法	1	
172	7	3	1	3	评估标准的设定方法	1	
	7	3	2		绩效辅导的内容与方法	1	
173	7	3	2	1	绩效辅导的内容	1	
174	7	3	2	2	绩效辅导的方法	1	
	7	3	3		绩效改进方案的制订方法	1	
175	7	3	3	1	绩效改进方案	1	
176	7	3	3	2	绩效改进方案的制订方法	1	
	8				财务管理	10	
	8	1			资金管理	3	
	8	1	1		资金需求编制方法	1	
177	8	1	1	1	资金需求	1	
178	8	1	1	2	资金需求编制方法	1	
	8	1	2		资金使用效率的影响因素	2	
179	8	1	2	1	资金使用效率	1	
180	8	1	2	2	资金使用效率的评估标准	1	
181	8	1	2	3	资金使用效率的影响因素	1	
	8	2			成本效益分析	4	
	8	2	1		门店成本预测与决策方法	1	
182	8	2	1	1	门店成本预测	1	
183	8	2	1	2	门店成本预测方法	1	
184	8	2	1	3	门店成本决策	1	
185	8	2	1	4	门店成本决策方法	1	
	8	2	2		门店成本计划与控制策略	1	
186	8	2	2	1	门店成本计划策略	1	
187	8	2	2	2	门店成本控制的重要性	1	
188	8	2	2	3	门店成本控制	1	
189	8	2	2	4	门店成本控制策略	1	
	8	2	3		门店成本分析与成本目标管理方法	1	

职业（工种）名称		连锁经营管理师				等级	二级
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			
190	8	2	3	1	门店成本分析	1	
191	8	2	3	2	门店成本目标管理方法	1	
	8	2	4		门店综合业绩与效益的分析方法	1	
192	8	2	4	1	门店综合业绩分析方法	1	
193	8	2	4	2	门店效益分析方法	1	
	8	3			预算管理	3	
	8	3	1		门店预算目标确定原则	1	
194	8	3	1	1	预算管理	1	
195	8	3	1	2	预算管理目标确定的方法	1	
196	8	3	1	3	预算管理目标确定的方法与原则	1	
	8	3	2		门店预算编制要求与方法	1	
197	8	3	2	1	门店预算编制	1	
198	8	3	2	2	门店预算编制要求	1	
199	8	3	2	3	门店预算编制方法	1	
	8	3	3		门店预算的影响因素与控制措施	1	
200	8	3	3	1	门店预算的影响因素与控制措施	1	
	9				市场开发管理	5	
	9	1			市场分析	2	
	9	1	1		市场的概念、构成与层次划分	1	
201	9	1	1	1	市场的概念	1	
202	9	1	1	2	市场的构成	1	
203	9	1	1	3	市场的层次划分	1	
	9	1	2		目标市场调查与目标市场分析	1	
204	9	1	2	1	目标市场调查	1	
205	9	1	2	2	目标市场调查内容	1	
206	9	1	2	3	目标市场分析的内容	1	
207	9	1	2	4	目标市场分析的方法	1	
208	9	1	2	5	目标市场分析的报告构成	1	
	9	2			商圈分析	1	
	9	2	1		商圈分析的内容与商圈评估报告的编制	1	
209	9	2	1	1	商圈的含义和类型	1	
210	9	2	1	2	商圈分析的形态	1	
211	9	2	1	3	商圈的确定方法	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	二级
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			
212	9	2	1	4	影响商圈形成的因素	1	
213	9	2	1	5	商圈分析的要点	1	
214	9	2	1	6	商圈调查的内容	1	
215	9	2	1	7	商圈调查报告的内容与步骤	1	
	9	3			投资分析	1	
	9	3	1		门店投资分析与开发	1	
216	9	3	1	1	门店投资面积规模的影响因素	1	
217	9	3	1	2	门店所需各类资产	1	
218	9	3	1	3	门店所需各类资产及其投资构成	1	
219	9	3	1	4	门店开发投资经济评价	1	
220	9	3	1	5	预选店铺环境与合规评估报告内容	1	
221	9	3	1	6	门店投资开发可行性研究内容	1	
	9	4			门店布局	1	
	9	4	1		门店相关布局规划	1	
222	9	4	1	1	门店外部规划方案	1	
223	9	4	1	2	门店外部规划方案编制方法	1	
224	9	4	1	3	顾客与产品动线规划设计的方法	1	
225	9	4	1	4	顾客与产品动线规划设计的原则	1	
226	9	4	1	5	门店产品、通道与设施布局规划的方法	1	
227	9	4	1	6	门店产品、通道与设施布局规划的原则	1	
	10				特许经营管理	5	
	10	1			加盟商引进	3	
	10	1	1		特许经营的概念	1	
228	10	1	1	1	特许经营的定义	1	
229	10	1	1	2	特许经营的特征	1	
230	10	1	1	3	特许经营的本质特征	1	
231	10	1	1	4	特许人的资质	1	
232	10	1	1	5	成为加盟商的基本条件	1	
233	10	1	1	6	成为加盟商的资格条件	1	
	10	1	2		招募信息及加盟商的考察	1	
234	10	1	2	1	招商加盟的招募信息要素	1	
235	10	1	2	2	招商加盟信息的发布渠道选择	1	
236	10	1	2	3	加盟商的考察内容	1	

职业（工种）名称					连锁经营管理师	等级	二级
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			
237	10	1	2	4	不合适的加盟商	1	
	10	1	3		加盟推广及加盟商的评估	1	
238	10	1	3	1	招募文件	1	
239	10	1	3	2	加盟招商手册的内容	1	
240	10	1	3	3	特许加盟意向书和特许经营合同	1	
241	10	1	3	4	加盟商的分级和权限分配	1	
242	10	1	3	5	确立重点发展对象以及采取响应政策	1	
	10	2			特许经营督导与知识产权保护	2	
	10	2	1		加盟商的管理、培训及特许督导	1	
243	10	2	1	1	对加盟商的管理	1	
244	10	2	1	2	加盟培训内容	1	
245	10	2	1	3	加盟培训方式	1	
246	10	2	1	4	特许督导的概念	1	
247	10	2	1	5	督导的评价体系指标	1	
	10	2	2		特许经营知识产权	1	
248	10	2	2	1	知识产权	1	
249	10	2	2	2	特许经营知识产权建立与许可要求	1	
250	10	2	2	3	商标法保护的特许经营资源	1	
251	10	2	2	4	专利法保护的特许经营资源	1	
252	10	2	2	5	著作权法保护的特许经营资源	1	
253	10	2	2	6	反不正当竞争法保护的特许经营资源	1	
254	10	2	2	7	知识产权诉讼的特点与种类	1	
255	10	2	2	8	知识产权诉讼程序的完整流程	1	

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	二级
序号	考核点代码			名称·内容	备注
	项目	单元	细目		
	1			产品、营销与营运管理	50分
	1	1		产品分析与品牌管理	25分
1	1	1	1	根据企业发展战略，完成产品结构分析，制定产品计划，依据产品计划实施品类管理，对货架及库存进行优化	
2	1	1	2	在产品计划的基础上，根据招商政策完成品牌招商活动，与品牌商进行洽谈	
2	1	1	3	在产品计划的基础上，优化采购流程，选择合适的采购渠道及采购方式，进行供应商管理	
4	1	1	4	配合产品计划和采购计划，能完成商品库存计划、制定安全库存标准，对库存进行优化调整	
	1	2		市场定位与营运管理	25分
5	1	2	1	根据企业发展目标，进行市场调查与分析，进行消费者细分，明晰企业的市场定位	
6	1	2	2	依据市场调查结果和市场定位方案，制定广告与公关方案，制定与执行营销计划方案	
7	1	2	3	根据企业发展战略目标和企业管理制度，制定门店营运与管理规范标准，能够分析影响门店运营标准执行的因素	

职业（工种）名称				连锁经营管理师	等级	二级
序号	考核点代码			名称·内容	备注	
	项目	单元	细目			
8	1	2	4	根据企业管理制度在门店营运过程中实施质量、服务与安全管理，制定安全与危机管理预案		
	2			市场开发与数字化管理	50分	
	2	1		目标市场分析	25分	
9	2	1	1	根据企业的发展战略规划，对目标市场进行调查分析，完成分析报告；在目标市场明确的前提下，完成对门店商圈的调查分析，制定相应的市场策略		
10	2	1	2	根据企业的发展战略规划，对新开门店进行投资分析，编制包含成本、预期效益、环境与合规内容的分析报告		
11	2	1	3	根据企业发展战略规划和新开店标准，制定新开店外部规划方案，确定顾客与产品动线，规划内部陈列布局		
	2	2		信息数据分析与数字化运营	25分	
12	2	2	1	能依据企业的日常运营制度，能够查询信息系统的相关数据，依据管理信息制定运营方案，对库存、销售数据进行分析		
13	2	2	2	在企业的战略目标下，提出电子商务平台框架，运用信息系统对消费者的数据进行分析，能运用数据分析结果进行品类规划，制定定价、陈列、促销方案		

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 . 职业道德是从事一定职业的人在职业活动中所应遵循的道德原则和行为规范的总和。（ ）
- 2 . 在阶级社会里，职业道德始终是在阶级道德和社会道德的制约和影响下存在和发展的。（ ）
- 3 . 职业道德的适用范围是普遍的。（ ）
- 4 . 职业道德只调节从业人员的内部关系。（ ）
- 5 . 职业守则是职业道德的表现形式，是人们在从事职业活动的过程中，为了适应职业活动要求而制定的具体行为规范。（ ）
- 6 . 职业守则一般篇幅都比较短小，但内容涉及成员应该遵循的所有基本原则和规范，系统而完整。（ ）
- 7 . 忠于职守、爱岗敬业是职业道德的基础，是对人们工作态度的一种最终要求。（ ）
- 8 . 注重质量是指从业者应树立质量第一的观念，严把质量关，刻苦学习专业知识和技能，不断提高产品质量和服务质量。（ ）
- 9 . 开拓创新是指在工作中勇于破除各种束缚，敢于创造，不断开拓的精神。（ ）
- 10 . 职业纪律与职业活动相关的法律法规是职业活动能够正常进行的基本保证。（ ）

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 . 职业道德是从事一定职业的人在职业活动中所应遵循的（ ）和行为规范的总和。
(A) 道德原则 (B) 规章制度 (C) 岗位责任 (D) 家庭美德
- 2 . 在内容方面，职业道德总是要鲜明地表达职业义务、（ ）以及职业行为上的道德准则。
(A) 职业责任 (B) 职业要求 (C) 职业选择 (D) 职业价值
- 3 . 职业道德的特点包括（ ）、发展的历史继承性、表达形式的多样性、强烈的纪律性。
(A) 适用范围的有限性 (B) 内容的广泛性 (C) 性质的普遍性 (D) 专业的特定性
- 4 . 职业道德的作用通常包括能调节职业人员的内部关系以及从业人员与服务对象间、（ ）、提高全社会的道德水平、促进本行业的发展。
(A) 用以评价职业者的专业能力 (B) 维护和提高本行业的信誉 (C) 提高从业人员的职业能力 (D) 提高从业人员的工作热情
- 5 . 职业守则是（ ）在职业生活的具体体现。
(A) 社会道德 (B) 规章制度 (C) 职业纪律 (D) 个人品德
- 6 . 职业守则的特点包括（ ）、约束性和完整性。
(A) 法律性 (B) 强制性 (C) 普遍性 (D) 原则性
- 7 . 忠于职守要求从业者把自己（ ）内的事做好。
(A) 道德范围 (B) 职责范围 (C) 生活范围 (D) 社会范围
- 8 . 规范做事是做事的尺度和行为准则，是一种工作态度，更是一种职业素养，是（ ）的最好体现

- (A) 责任心 (B) 进取心 (C) 上进心 (D) 主动性
- 9 . 勤于探索，学习和掌握新知识、新技术；解放思想，敢走前人没有走过的路；不空谈，重实干，要有百折不挠的精神。这些是 () 的基本要求。
- (A) 讲究规范，注重质量 (B) 遵纪守法，协作诚信 (C) 忠于职守，爱岗敬业 (D) 钻研业务，开拓创新
- 10 . 要做到遵纪守法，对每个职工来说，必须做到 ()
- (A) 有法可依 (B) 反对“管”、“卡”、“压” (C) 反对自由主义 (D) 努力学法，知法、守法、用法

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 . 职业道德是从事一定职业的人在职业活动中所应遵循的 () 的总和。
- (A) 行为规范 (B) 规章制度 (C) 岗位责任 (D) 家庭美德 (E) 道德原则
- 2 . 在内容方面，职业道德总是要鲜明地表达 () 以及职业行为上的道德准则。
- (A) 职业责任 (B) 职业要求 (C) 职业义务 (D) 职业价值 (E) 职业行为
- 3 . 职业道德的特点包括 () 。
- (A) 适用范围的有限性 (B) 发展的历史继承性 (C) 表达形式的多样性 (D) 强烈的纪律性 (E) 内容的广泛性
- 4 . 职业道德的作用通常包括 () 。
- (A) 用以评价职业者的专业能力 (B) 能调节职业人员的内部关系 (C) 提高本行业的信誉 (D) 提高全社会的道德水平 (E) 促进本行业的发展
- 5 . 职业守则是整个社会对从业人员的 () 等综合方面的行为标准与要求。
- (A) 职业观念 (B) 职业态度 (C) 职业技能 (D) 职业纪律 (E) 职业作用
- 6 . 职业守则的特点包括 () 。
- (A) 原则性 (B) 完整性 (C) 普遍性 (D) 约束性 (E) 法律性
- 7 . 忠于职守要求从业者把自己职责范围内的事做好，合乎 () ，能够承担自身的工作任务。
- (A) 质量标准 (B) 领导喜好 (C) 客户要求 (D) 规范要求 (E) 自己爱好
- 8 . 讲究规范就是对所做的事情都能 () 。
- (A) 一丝不苟 (B) 精益求精 (C) 勤勤恳恳 (D) 任劳任怨 (E) 敷衍了事
- 9 . 钻研业务、开拓创新的基本要求是 () 。
- (A) 勤于探索，学习和掌握新知识、新技术 (B) 树立职业理想、强化职业责任 (C) 解放思想，敢走前人没有走过的路 (D) 不空谈，重实干，要有百折不挠的精神 (E) 团结互助友爱。尽职尽责
- 10 . 职业纪律的三个方面包括 () 。
- (A) 服务纪律 (B) 劳动纪律 (C) 财经纪律 (D) 群众纪律 (E) 领导纪律

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 . 企业员工不用熟悉本单位的疏散路线。（ ）
 - 2 . 商场人身安全一般指本场职工的人身在商场所控制的范围内没有危险，也没有其他因素导致危险的发生。（ ）
 - 3 . 食品安全的含义包括食品数量安全、食品质量和食品包装安全。（ ）
 - 4 . 食品安全是食品的最基本要求。（ ）
 - 5 . 企业应该保护的信息包括核心技术、员工名单和财务数据。（ ）
 - 6 . 信息可用性是指在信息在使用、发送、保存过程中没有变更、丢失、错误。（ ）
 - 7 . 一般地讲，减排必定节能，而节能却未必减排。（ ）
 - 8 . 凡是以降低物流过程对生态环境影响为目的的一切手段、方法和过程都属于绿色物流的范畴。（ ）
 - 9 . 废弃物物流也是绿色物流的一个内容。（ ）
 - 10 . 《中华人民共和国民法典》在法律体系中居于首要地位。（ ）
 - 11 . 民法调整平等主体的自然人、法人和非法人组织之间的人身关系和财产关系。（ ）
 - 12 . 《中华人民共和国劳动法》于1996年1月1日起施行。（ ）
 - 13 . 国务院劳动行政部门主管全国劳动工作。（ ）
 - 14 . 劳动者不能胜任工作的，单位可以解除劳动合同。（ ）
 - 15 . 依法订立的劳动合同具有约束力，用人单位与劳动者应当履行劳动合同约定的义务。（ ）
 - 16 . 用人单位招用劳动者，不应扣押劳动者的居民身份证和其他证件。（ ）
 - 17 . 用人单位违法解除或者终止劳动合同的，应当依照法定经济补偿标准的二倍向劳动者支付赔偿金。（ ）
 - 18 . 《中华人民共和国公司法》中所称公司是指在中国境内设立的有限责任公司和股份有限公司。（ ）
 - 19 . 有限责任公司股东用于出资的非货币财产应当是无形财产。（ ）
 - 20 . 发起人应当自股款缴足之日起三十日内主持召开公司创立大会。（ ）
 - 21 . 公司成立后无正当理由超过六个月未开业的，或者开业后自行停业连续六个月以上的可以由公司登记机关吊销营业执照。（ ）
 - 22 . 生产者、销售者、消费者都应承担产品质量责任。（ ）
 - 23 . 难以附加标识的裸装产品，可以不附加产品标识。（ ）
 - 24 . 销售者不能指明缺陷产品的生产者也不能指明缺陷产品的供货者的，销售者应当承担赔偿责任。（ ）
 - 25 . 销售者销售禁止销售的产品，有充分证据证明其不知道该产品为禁止销售的产品并如实说明其进货来源的，可以从轻或者减轻处罚。（ ）
 - 26 . 《中华人民共和国价格法》由全国人民代表大会制定。（ ）
 - 27 . 经营者违反明码标价规定的，责令改正，没收违法所得，可以并处四千元以下的罚款。（ ）

- 28 . 对于非注册商标，商标法和反不正当竞争法均不予保护。（ ）
- 29 . 经营者违反本法规定，应当承担民事责任、行政责任和刑事责任，其财产不足以支付的，优先用于承担民事责任。（ ）
- 30 . 我国《广告法》中所称的广告包括商业广告和非商业广告。（ ）
- 31 . 关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者应当与广告主承担连带责任，但广告代言人不用承担责任。（ ）
- 32 . 凡在中国境内生产或销售的食品都应有中文标签。（ ）
- 33 . 经营者对消费者未尽到安全保障义务，造成消费者损害的，应当承担民事责任。（ ）
- 34 . 申请注册和使用商标，应当遵循诚实信用原则。（ ）
- 35 . 注册商标的专用权，以核准注册的商标和核定使用的商品为限。（ ）
- 36 . 食品生产企业可对市场上滞销的产品进行回收，并以此为原料生产新的产品。（ ）
- 37 . 食品生产经营者在一年内累计三次因违反本法规定受到责令停产停业、吊销许可证以外处罚的，由食品药品监督管理部门责令停产停业，直至吊销许可证。（ ）
- 38 . 特许人应当依照国务院商务主管部门的规定，建立并实行完备的信息披露制度。（ ）

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 . 应定期对本单位的消防设施、灭火器材和（ ）进行维护保养，确保其完好有效。
(A) 疏散路线 (B) 消防工作方针 (C) 安全出口 (D) 消防安全标志
- 2 . （ ）多用于接触化学试剂时，接触的清洁剂等
(A) 棉质防护手套 (B) 化学材质手套 (C) 防护口罩 (D) 防护头盔
- 3 . 食品安全的含义包括（ ）、食品质量和食品可持续安全。
(A) 食品包装安全 (B) 食品数量安全 (C) 食品陈列安全 (D) 食品生产安全
- 4 . （ ）是指食品无毒、无害，符合应当有的营养要求，对人体健康不造成任何急性、亚急性或者慢性危害。
(A) 食品检验 (B) 食品安全 (C) 食品卫生 (D) 食品监督
- 5 . 企业应该保护的信息包括核心技术、客户资料和（ ）。
(A) 员工名单 (B) 注册资本 (C) 财务数据 (D) 经营范围
- 6 . 信息安全的主要目的是为了保证信息的完整性、保密性和（ ）。
(A) 可用性 (B) 安全性 (C) 传播性 (D) 可靠性
- 7 . 我国能源发展的战略（ ）。
(A) 节约与开发并举，将节约放在首位 (B) 开发为主，节约为辅 (C) 优化开发与重点开发并举，将优化开发放在首位 (D) 节约与开发并举，将开发放在首位
- 8 . 从物流作业环节来看，绿色物流包括绿色运输、绿色包装和（ ）等。
(A) 绿色生产 (B) 绿色采购 (C) 绿色消费 (D) 绿色流通加工
- 9 . 运输过程中的燃油消耗和（ ），是物流活动造成环境污染的主要原因之一。
(A) 绕道运输 (B) 装载率低 (C) 废弃物物流 (D) 尾气排放
- 10 . 《中华人民共和国民法典》在法律体系中居于（ ）。
(A) 首要地位 (B) 重要地位 (C) 次要地位 (D) 基础性地位
- 11 . 民事主体从事民事活动，按照自己的意思设立、变更、终止民事法律关系，这是遵循了（ ）。
(A) 公平原则 (B) 诚信原则 (C) 平等原则 (D) 自愿原则

- 12 . 制定现 的《中华 民共和国劳动法》的国家机关是（ ）。
- (A) 全国 民代表 会 (B) 全国 常委会 (C) 国务院 (D) 劳动与社会保障部
- 13 . 下列权利主体适用于《劳动法》的有（ ）。
- (A) 国家机关公务员 (B) 协和医院内科医 (C) 电脑公司硬件组装员 (D) 北京社会科学院某研究所研究员
- 14 . 根据《劳动法》规定，国家确定职业分类，对规定的职业制定职业技能标准，实行（ ）。
- (A) 职业资格证书制度 (B) 学历文凭制度 (C) 培训证书制度 (D) 技能分类制度
- 15 . 直接涉及劳动者切身利益的规章制度和重大事项实施过程中，工会或者职工认为不适当的，有权（ ）。
- (A) 不遵照执行 (B) 宣布废止 (C) 请求劳动行政部门给予用人单位处罚 (D) 向用人单位提出，通过协商予以修改完善
- 16 . 已建立劳动关系，未同时订立书面劳动合同的，应当自用工之日起（ ）内订立书面劳动合同。
- (A) 15 天 (B) 一个月 (C) 二个月 (D) 三个月
- 17 . 由劳动行政部门责令限期支付劳动报酬、加班费或者经济补偿；逾期不支付的，责令用人单位按应付金额（ ）的标准向劳动者加付赔偿金：
- (A) 百分之五十 (B) 百分之五十以上百分之一百以下 (C) 百分之一百 (D) 百分之一百以下
- 18 . 根据《公司法》的规定，公司成立时间是（ ）。
- (A) 工商行政管理机关作出予以核准登记的决定之日 (B) 工商行政管理机关签发《企业法人营业执照》之日 (C) 申请人收到《企业法人营业执照》之日 (D) 公司成立公告发布之日
- 19 . 依照《公司法》，以下不属于有限责任公司法定设立条件的是（ ）。
- (A) 股东符合法定人数 (B) 有符合公司章程规定的全体股东认缴的出资额 (C) 有公司名称 (D) 有固定生产经营场所和必要的生产经营条件
- 20 . 设立股份有限公司，在中国境内有住所的发起人应占发起人总数的（ ）以上。
- (A) 四分之一 (B) 三分之一 (C) 三分之二 (D) 半数
- 21 . 公司的发起人、股东在公司成立后，抽逃其出资的，由公司登记机关责令改正，处以所抽逃出资金额（ ）的罚款。
- (A) 百分之五 (B) 百分之五以上 (C) 百分之五以上百分之十五以下 (D) 百分之十五以下
- 22 . 《产品质量法》所称的产品是指经过加工、制作，（ ）的产品。
- (A) 正在使用 (B) 处于运输中 (C) 储存中 (D) 用于销售
- 23 . 销售者不得销售国家明令淘汰并（ ）的产品和失效、变质的产品。
- (A) 限制使用 (B) 未经检验 (C) 停止销售 (D) 未经认证
- 24 . 因产品存在缺陷造成损害要求赔偿的请求权，一般在造成损害的缺陷产品交付最初消费者满（ ）丧失。
- (A) 1 年 (B) 2 年 (C) 5 年 (D) 10 年
- 25 . 销售失效、变质的产品的，责令停止销售，没收违法销售的产品，并处违法销售产品货值金额（ ）的罚款。
- (A) 一倍 (B) 一倍以上 (C) 二倍 (D) 二倍以下
- 26 . 经营者实行明码标价，应当遵循（ ）原则。

- (A) 公开、诚实、守信 (B) 公平、公正、合法 (C) 公开、公平、诚实信用 (D) 公开、公平、实用
- 27 . 经营者不执行政府指导价、政府定价以及法定的价格干预措施、紧急措施的，责令改正，没收违法所得，可以并处违法所得（ ）以下的罚款
(A) 一倍 (B) 二倍 (C) 三倍 (D) 五倍
- 28 . 抽奖式的有奖销售，最高的金额不得超过（ ）元。
(A) 3000 (B) 5000 (C) 10000 (D) 50000
- 29 . 经营者采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售的，由监督检查部门责令停止违法行为，处（ ）下的罚款。
(A) 一万元以上五万元以下 (B) 五万元以上十万元以下 (C) 五万元以上三十万元以下 (D) 五万元以上五十万元以下
- 30 . 广告应当具有（ ），能够使消费者辨明其为广告。
(A) 艺术性 (B) 可识别性 (C) 实用性 (D) 独特性
- 31 . 广告内容使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处（ ）以下的罚款。
(A) 三万元 (B) 五万元 (C) 十万元 (D) 二十万元
- 32 . 消费者向有关行政部门投诉的，可以在（ ）日之内得到回复。
(A) 7 (B) 5 (C) 15 (D) 10
- 33 . 经营者提供商品或者服务，造成消费者或者其他受害人人身伤害的，应当支付的费用不包括（ ）。
(A) 医疗费 (B) 治疗期间的护理费 (C) 因误工减少的收入 (D) 抚养费
- 34 . 商标使用的文字、图形或者组合，应当有（ ）。
(A) 创造性 (B) 新颖性 (C) 显著特征、便于识别 (D) 实用性
- 35 . 商标专用权侵权赔偿诉讼中，被侵权人的损失和侵权人获得的利益难以确定时，人民法院可以根据侵权行为的情节判定给予（ ）以下的赔偿。
(A) 100 万元 (B) 200 万元 (C) 500 万元 (D) 1000 万元
- 36 . 下列食品中，哪种食品不属于国家实行严格监督管理的特殊食品。（ ）
(A) 保健食品 (B) 特殊医学用途配方食品 (C) 婴幼儿配方食品 (D) 食用油
- 37 . 违反《食品安全法》规定，构成犯罪的，依法追究（ ）。
(A) 道德谴责 (B) 民事责任 (C) 刑事责任 (D) 连带责任
- 38 . 特许人应当自首次订立特许经营合同之日起（ ）日内，依照《商业特许经营管理条例》的规定向商务主管部门备案。
(A) 10 (B) 15 (C) 20 (D) 30

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 . 应定期对本单位的（ ）进行维护保养，确保其完好有效。
(A) 疏散路线 (B) 消防设施 (C) 灭火器材 (D) 消防安全标志 (E) 消防工作方针
- 2 . 商场通常的防护用品有（ ）。
(A) 防护手套 (B) 防护镜 (C) 防护口罩 (D) 防护头盔 (E) 防护腰带
- 3 . 食品安全的含义包括（ ）。
(A) 食品包装安全 (B) 食品数量安全 (C) 食品质量安全 (D) 食品生产安全 (E)

食品可持续安全

- 4 . 食品安全危害主要是指食品中对健康有潜在不良影响的（ ）危害。
（A）物理性（B）生理性（C）化学性（D）生物性（E）一般性
- 5 . 信息安全是指信息系统要受到保护，信息系统包括（ ）。
（A）硬件（B）软件（C）数据（D）物理环境（E）基础设施
- 6 . 信息安全是对数据的（ ）进行保护。
（A）安全性（B）可用性（C）可靠性（D）完整性（E）保密性
- 7 . 污染环境的三废是指（ ）。
（A）废气（B）废水（C）废油（D）废渣（E）废土
- 8 . 从绿色物流的活动范围看，绿色物流包括（ ）。
（A）物流作业环节绿色化（B）物流管理全过程绿色化（C）物流执行环节绿色化
（D）物流包装环节绿色化（E）物流运输环节绿色化
- 9 . 绿色物流包括（ ）。
（A）集约资源（B）绿色运输（C）绿色仓储（D）绿色包装（E）废弃物物流
- 10 . 民法典的具体内容包括总则、（ ）和侵权责任等。
（A）物权（B）合同（C）人格（D）婚姻家庭（E）继承
- 11 . 民法调整平等主体的自然人、法人和非法人组织之间的（ ）。
（A）买卖关系（B）合作关系（C）人身关系（D）权利关系（E）财产关系
- 12 . 劳动法对（ ）等等都作了明确的规定。
（A）促进就业（B）休息休假（C）劳动合同（D）工资（E）劳动争议处理
- 13 . 依照我国劳动法的规定，劳动者的劳动权利包括（ ）。
（A）平等就业权（B）休息休假权（C）罢工权（D）劳动安全卫生保护权（E）职业技能培训权
- 14 . 劳动合同的下列条款中，属于劳动法规定的必备条款是（ ）。
（A）劳动报酬（B）劳动保护和劳动条件（C）劳动合同期限（D）试用期条款（E）
工作内容
- 15 . 订立劳动合同，应当遵守（ ）原则。
（A）合法（B）平等自愿（C）诚实信用（D）公平（E）协商一致
- 16 . 按照劳动合同期限的不同，劳动合同可分为（ ）。
（A）有固定期限的劳动合同（B）无固定期限的劳动合同（C）长期劳动合同（D）
以完成一定工作为期限的劳动合同（E）临时性劳动合同
- 17 . 用人单位（ ）的，依法给予行政处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任；给劳动者造成损害的，应当承担赔偿责任。
（A）以暴力、威胁或者非法限制人身自由的手段强迫劳动的（B）违章指挥或者强令冒险作业危及劳动者人身安全的（C）侮辱、体罚、殴打、非法搜查或者拘禁劳动者的（D）劳动条件恶劣、环境污染严重，给劳动者身心健康造成严重损害的（E）未按照劳动合同的约定或者国家规定及时足额支付劳动者劳动报酬的
- 18 . 公司法是国家为了规范公司的组织和行为，保护（ ）的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济的发展而制定的。
（A）公司（B）股东（C）债权人（D）人民群众（E）政府
- 19 . 有限责任公司签发的股东出资证明书应当载明（ ）。
（A）法定代表人（B）公司成立日期（C）股东的姓名或者名称、缴纳的出资额和出

- 资日期 (D) 公司注册资本 (E) 公司名称
- 20 . 下列哪项属于股份有限公司创立大会的职权？ ()
 (A) 选举董事会成员 (B) 选举监事会成员 (C) 决定公司内部管理机构的设置 (D) 对公司的设立费用进行审核 (E) 通过公司章程
- 21 . 公司的 ()、在公司成立后，抽逃其出资的，由公司登记机关责令改正，处以所抽逃出资额百分之五以上百分之十五以下的罚款。
 (A) 发起人 (B) 董事 (C) 股东 (D) 高级管理人员 (E) 股民
- 22 . 《产品质量法》所称的产品是指 () 的产品。
 (A) 经过加工、制作 (B) 处于运输中 (C) 正在使用 (D) 用于销售
- 23 . 销售者销售的产品的标识应当符合以下规定：产品或者其包装上的标识必须真实，并符合下列要求 ()。
 (A) 有产品质量检验合格证明 (B) 有生产许可证 (C) 有中文标明的产品名称、生产厂厂名和厂址 (D) 根据产品的特点和使用要求，需要标明产品规格、等级、所含主要成份的名称和含量的，用中文相应予以标明 (E) 限期使用的产品，应当在显著位置清晰地标明生产日期和安全使用期或者失效日期
- 24 . 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；给购买产品的消费者造成损失的，销售者应当赔偿损失。
 (A) 不具备产品应当具备的使用性能但是事先已经进行说明的 (B) 不符合在产品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) 不符合在其包装上注明采用的产品标准的 (E) 运输过程中对产品造成破坏的
- 25 . 对于在商品中掺杂、掺假、以假充真、以次充好或以不合格产品冒充合格产品的，应由有关部门责令其改正，并根据其情节处以违法所得 () 的罚款。
 (A) 百分之五十 (B) 三倍 (C) 三倍以上 (D) 百分之五十以上 (E) 三倍以下
- 26 . 经营者实行明码标价，应当遵循 () 原则。
 (A) 公开 (B) 合法 (C) 公平 (D) 实用 (E) 诚实信用
- 27 . 经营者不执行 () 干预措施、紧急措施的，责令改正，没收违法所得，可以并处违法所得五倍以下的罚款
 (A) 市场调节价 (B) 政府指导价 (C) 政府定价 (D) 公允调整价 (E) 法定的价格
- 28 . 反不正当竞争法规定，经营者在生产经营活动中，应当遵循 () 的原则，遵守法律和商业道德。
 (A) 自愿 (B) 等价有偿 (C) 平等 (D) 公平 (E) 诚信
- 29 . 经营者损害竞争对手商业信誉、商品声誉的，由监督检查部门责令停止违法行为、消除影响，处 () 的罚款。
 (A) 十万元 (B) 十万元以上 (C) 一百万元 (D) 一百万元以下 (E) 五十万元以下
- 30 . 广告中涉及专利产品或者专利方法的，应当标明和 ()。
 (A) 专利所有者 (B) 专利种类 (C) 专利名称 (D) 专利日期 (E) 专利号
- 31 . 广告主、广告经营者、广告发布者违反本法规定，有下列侵权行为之一的，依法承担民事责任。 ()
 (A) 在广告中损害未成年人或者残疾人的身心健康的 (B) 假冒他人专利的 (C) 贬低其他生产经营者的商品、服务的 (D) 在广告中未经同意使用他人名义或者形象的 (E) 利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人的
- 32 . 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（E）服装
- 33 . 经营者提供商品或者服务有下列情形之一的，应承担民事责任：（ ）。
- （A）商品或者服务存在缺陷的（B）销售的商品数量不足的（C）服务的内容和费用违反约定的（D）生产国家明令淘汰的商品或者销售失效、变质的商品的（E）商品价格高得离谱的
- 34 . 认定驰名商标应当考虑的因素包括（ ）。
- （A）相关公众对该商标的知晓程度（B）该商标使用的持续时间（C）该商标的任何宣传工作的持续时间、程度和地理范围（D）必须是中国的注册商标（E）该商标作为驰名商标受保护的记录
- 35 . 下列属于侵犯注册商标专用权的有（ ）。
- （A）伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识的（B）销售侵犯注册商标专用权的商品的（C）未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标的（D）未经商标注册人同意，更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的（E）未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标，或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标，容易导致混淆的
- 36 . 下列食品中，哪种食品不属于国家实行严格监督管理的特殊食品。（ ）
- （A）保健食品（B）特殊医学用途配方食品（C）婴幼儿配方食品（D）食用油（E）服装
- 37 . 未经许可从事食品经营活动的，工商部门可以依据相关法规给予（ ）处罚。
- （A）没收违法所得、违法经营的食物和用于违法经营的工具、设备等物品（B）违法经营的食物货值金额不足一万元的，并处二千元以上五万元以下罚款（C）货值金额一万元以上的，并处货值金额五倍以上十倍以下罚款（D）警告（E）情节严重的，停产停业，直至吊销营业执照

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 . 确定商品结构是加强商品经营计划的基础。（ ）
 - 2 . 主力商品、辅助商品和关联商品的配备比例，是由企业目标市场的消费阶层的需求特点决定的。（ ）
 - 3 . 对于商品的结构调整首先是在门店商品品种极大丰富的前提下进行的筛选。（ ）
 - 4 . 品类管理最终表现为一种零售管理流程。（ ）
 - 5 . 品类管理应在零售商与供应商通力协作下完成。（ ）
 - 6 . 品类角色是品类管理所研究的对象。（ ）
 - 7 . 顾客动线是指顾客进入商场的流动曲线。（ ）
 - 8 . 第五磁石是非固定场所。（ ）
 - 9 . 好的货架空间管理，不仅能吸引顾客，减少产品库存可能性，而且在降低经营成本的同时能够增加商店的销售收入。（ ）
 - 10 . 要将包装规格大的商品防置在货架的底部。（ ）
 - 11 . 销量贡献最 的品类最靠近主通道，吸引消费者进 。（ ）
 - 12 . 当空间指标值 > 1 时，表示为过量陈列状态。（ ）
 - 13 . 提升客流量，把顾客引进店，是零售门店提升盈利的主要努力方向之一。（ ）
 - 14 . 目前购物中心的常见定位可以分为“主题性定位”和“综合性定位”。（ ）
 - 15 . 招商项目要有效完成招商目标，需要建立品牌资源库，为招商提供资源保障。（ ）
 - 16 . 购物中心引进主力店的关键目的就是吸引客流，因此应把核心主力店适合放置在中间以实现人流带动及共享。（ ）
 - 17 . 项目洽谈会是是一种层次较高、范围较大的招商引资方式。（ ）
 - 18 . 在购物中心招商过程中，对特殊商户要特别对待。特殊商户是指具有较高文化、艺术、科技含量的经营单位，邀请其进入商场，能够起到增强文化气氛、活跃购物中心气氛的作用，因此它的经营范围不一定要与购物中心的经营主题及品牌形象相吻合。（ ）
 - 19 . 人流贡献型商户是主要的租金承载方，对于该类商户，一定尽力储备并快速签约。（ ）
 - 20 . 采用固定渠道策略要考虑到原生产厂家距离的远近，若因距离过远造成商品运输成本过大则要调整策略。（ ）
 - 21 . 间接采购是指零售企业不直接向制造商采购，而是通过中间商进行采购的一种方式。（ ）
 - 22 . 零售企业的采购组织必须是正式的部门。（ ）
 - 23 . 最后一个基本的商品采购计划决策是将商品储存在合适的地点。（ ）
 - 24 . 公司自有供应商可为零售企业提供全部或部分商品。（ ）

- 25 . 采购人员谈判的目标是在协议期限内确保提供指定折扣的商品来满足销售,以实现盈利目标。()
- 26 . 零售商按时交货后,采购部门应及时组织仓库管理人员对货品进行验收并办理入库,以免耽搁新货品上架。()
- 27 . 存在拖欠发票等现象,被认为严重不良情况的供应商不得列入一般供应商。()
- 28 . 库存计划包括确定订货的时间以及订货的价格。()
- 29 . 采购费用与订货次数成正比,因此若采购费用大,应考虑减少订货次数。()
- 30 . 从库存周转率的角度分析,畅销的、库存周转率高的高值商品归为A类商品。()
- 31 . 库存商品满足不同水平消费者需求的组合形式简称为商品层次结构。()
- 32 . 理想状态的合理库存结构:在充分保证不缺货的前提下,以最经济的衔接使销售与库存处于最佳状态。()
- 33 . 顾客服务水平(或订货满足率)越高,就说明缺货发生的情况越少,从而缺货成本就较大,但因增加了安全库存量,导致库存的持有成本上升。()

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 . 商品结构是由类别和()组合起来的。
(A) 种类 (B) 单品 (C) 项目 (D) 规格
- 2 . 确定()是加强商品经营计划的基础。
(A) 商品销售排行榜 (B) 商品贡献率 (C) 商品广度 (D) 商品宽度
- 3 . 商品的更新率一般应控制在10%以下,最好在()左右。
(A) 1% (B) 3% (C) 5% (D) 8%
- 4 . ()是实施品类管理的基础目标。
(A) 寻求零售企业经营优势 (B) 寻求制造企业新的利润增长点 (C) 满足消费者需求 (D) 划分商品种类
- 5 . 品类管理的基本单元是按一定标准确立的()。
(A) 商品品类 (B) 某个单品 (C) 某个商品品牌 (D) 某类价格带商品
- 6 . 在品类管理中,()指消费者日常生活需要的商品。
(A) 目标性品类 (B) 常规性品类 (C) 偶发性品类 (D) 便利性品类
- 7 . 在顾客动线的顾客流动量测算方法中,()在门店开业前商品陈列点的选择较为常用。
(A) 实测法 (B) 数学方法 (C) 评估法 (D) 调查法
- 8 . ()位于辅通道的两侧,主要是指顾客在陈列动线中间能引起其注意的位置
(A) 第一磁石点 (B) 第二磁石点 (C) 第三磁石点 (D) 第四磁石点
- 9 . 货架空间内的黄金陈列线是指()的空间位置。
(A) 与顾客头顶平行处 (B) 与顾客视线平行 (C) 与顾客齐腰处 (D) 与顾客齐膝处
- 10 . 在货架空间管理中,将最好卖的商品放置在货架的尾端。这种陈列原则符合()。
(A) 高价/高利润策略陈列原则 (B) 大包装陈列方式 (C) 着重商品陈列原则 (D) 消费者决策树陈列原则
- 11 . 品类角色不同其货架陈列空间位置也不同,()应置于相对次佳陈列位置。
(A) 常规品类 (B) 标品类 (C) 便利品类 (D) 偶然性/季节性品类
- 12 . 空间指标是货品的陈列面占有率与()的比值。
(A) 货品的销售贡献率 (B) 货品的毛利润 (C) 货品的品类数 (D) 货品的销售量

- 13 . () 与顾客满意度、顾客忠诚度有关。
 (A) 客单价 (B) 客流量 (C) 商品周转率 (D) 重复购买率
- 14 . 做好招商规划的首要问题就是明确 () 。
 (A) 商户的盈利能力 (B) 商户的知名度 (C) 项目定位 (D) 业态规划
- 15 . 招商对象的选择取决于 () 和业态规划。
 (A) 商户的盈利能力 (B) 商户的知名度 (C) 商户的服务能力 (D) 项目定位
- 16 . 购物中心的招商控制有一个重要的控制指标就是功能指标：购物中心功能覆盖率，分为 () 和动线覆盖率。
 (A) 业种业态覆盖率 (B) 产业经营覆盖率 (C) 功能配套覆盖率 (D) 品牌效率覆盖率
- 17 . () 是招商效果明显的辅助性活动。
 (A) 项目洽谈会 (B) 项目发布会 (C) 经济技术合作交流会 (D) 登门拜访
- 18 . 购物中心的招商目标要能够在功能和形式上做到 () ，也就是说市场有一定承受力，不能盲目招同一品类的店进入。
 (A) 同业互补 (B) 同业差异 (C) 异业差异 (D) 异业互补
- 19 . 在购物中心内，主要以满足购物中心的消费体验为主的服务类机构属于 () 。
 (A) 填空型商户 (B) 人流贡献型商户 (C) 租金主力型商户 (D) 功能配套型商户
- 20 . 不断根据市场变化选择新的、有发展潜力的进货渠道，这种采购渠道是指 () 。
 (A) 固定渠道 (B) 区域渠道 (C) 直接渠道 (D) 动态渠道
- 21 . () 是指零售企业不直接向制造商采购，而是通过中间商进行采购的一种方式。
 (A) 间接采购 (B) 公开市场采购 (C) 议价采购 (D) 动态采购
- 22 . 合作采购是指一组独立的零售商汇集在一起，向供应商大批量购买，可以获得 () 的一种采购形式。
 (A) 现金折扣 (B) 数量折扣 (C) 功能折扣 (D) 季节折扣
- 23 . 制定商品采购计划中，最后一个决策是 () 。
 (A) 采购商品的种类 (B) 商品储存的地点 (C) 采购商品的数量 (D) 采购商品的时机
- 24 . 货源的主要来源包括公司自有供应商、 () 和外部新供应商。
 (A) 原本淘汰的供应商 (B) 外部固定供应商 (C) 推荐供应商 (D) 重新进入的供应商
- 25 . 零售商与供应商的谈判内容不包括 () 。
 (A) 送货日期 (B) 购买数量 (C) 价格和付款安排 (D) 供应商的信誉与财务状况稳定性
- 26 . 零售采购流程的最后一步是 () 。
 (A) 商品导入 (B) 确定货源及供应商 (C) 谈判及签约 (D) 定期评估和改进
- 27 . 在零售企业对供应商的分级管理中，新供应商引入时一般分级为 () ，需要磨合期。
 (A) 核心供应商 (B) 一般供应商 (C) 优选供应商 (D) 受限供应商
- 28 . 库存计划包括确定 () 以及订货的数量。
 (A) 订货的时间 (B) 订货的品类 (C) 订货的价格 (D) 订货的利润
- 29 . 影响库存计划管理的主要因素包括需求特征、 () 、产品的范围和种类、服务水平、成本结构以及管理水平。
 (A) 商品数量 (B) 供应商 (C) 商品价格 (D) 补货前置时间
- 30 . 动态盘点法又称 () ，它能准确的掌握库存量的变动，及时提出订货，不易出现块货
 (A) 定量控制法 (B) 定期控制法 (C) 警戒点控制法 (D) 储备资金定额法

- 31 . 库存结构一般都会从库存商品层次控制和（ ）去入手分析。
 (A) 库存商品数量控制 (B) 销售结构分类管理 (C) 库存商品价格控制 (D) 库存商品种类控制
- 32 . 分析库存商品结构的 ABC 分析法中，一季度备一次货，最好是集中采购的商品是（ ）。
 (A) A 类商品 (B) B 类商品 (C) C 类商品 (D) D 类商品
- 33 . 安全库存量的大小取决于很多因素，但不包括（ ）。
 (A) 缺货成本 (B) 库存持有成本 (C) 顾客服务水平 (D) 运输成本

三、多项选择题（选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 特许经营合同应当包括（ ）等内容。
 (A) 特许人、被特许人的基本情况 (B) 特许经营的内容、期限 (C) 特许经营费用的种类、金额及其支付方式 (D) 经营指导、技术支持以及业务培训等服务的具体内容和提供方式 (E) 违约责任
- 2 . 商品结构是由（ ）组合起来的。
 (A) 种类 (B) 单品 (C) 规格 (D) 类别 (E) 项目
- 3 . 零售企业商品结构的完善主要包括（ ）。
 (A) 完善男性、女性商品的结构 (B) 完善主力商品、辅助商品和关联商品的结构 (C) 高、中、低档商品的结构 (D) 完善老年、中年、青年、少年的商品比例 (E) 完善部分本地区、外省市商品的结构
- 4 . 确定门店商品结构的指标包括（ ）。
 (A) 库存商品数量控制 (B) 销售结构分类管理 (C) 损耗排行榜 (D) 商品周转率 (E) 新进商品的更新率
- 5 . 品类管理应在（ ）通力协作下完成。
 (A) 零售商 (B) 消费者 (C) 政府 (D) 供应商 (E) 中间商
- 6 . 实施品类管理的最终目标是（ ）。
 (A) 提高零售商的商品管理能力 (B) 满足消费者的需求 (C) 寻求零售商的经营优势 (D) 寻求零售商新的利润增长点 (E) 提高供应商的交货能力
- 7 . 在品类角色的划分中，通常将品类分为（ ）。
 (A) 目标性品类 (B) 常规性品类 (C) 季节性或偶发性品类 (D) 便利性品类 (E) 固定性品类
- 8 . 超市顾客动线的设计原则包括（ ）。
 (A) 多用转角原则 (B) 开放通畅原则 (C) 宽度适合原则 (D) 避免转角原则 (E) 引导深入原则
- 9 . 磁石点理论认为，在卖场中最能吸引顾客注意力的地方配置最合适的商品来促进销售能增加顾客购买率，因此根据商品对顾客吸引力的大小，可将其商品为（ ）。
 (A) 第一磁石点 (B) 第二磁石点 (C) 第三磁石点 (D) 第四磁石点 (E) 第五磁石点
- 10 . 货架空间管理的工作范围包括（ ）等。
 (A) 店内各层品类陈列位置 (B) 店内各层品类关联度 (C) 空间资源在各品类的分配 (D) 品类陈列原则 (E) 空间效率分析
- 11 . 货架空间管理的确认陈列原则包括（ ）等。
 (A) 高价/高利润策略陈列原则 (B) 大包装陈列方式 (C) 着重商品陈列原则 (D) 消费者决策树陈列原则 (E) 关联商品陈列原则
- 12 . 货架空间管理的方法包括（ ）

- (A) 根据顾客动线确定陈列 (B) 利用目标购物者决策树确定陈列 (C) 根据品类角色分配货架陈列空间 (D) 制定陈列权重确定商品陈列面位 (E) 遵循商品陈列原则制作陈列图, 规范陈列
13. 在进行品类空间管理时需充分利用现有的信息系统对庞大的数据信息进行有效的 (), 以做出正确决策。
(A) 收集 (B) 存储 (C) 管理 (D) 分析 (E) 控制
14. 影响品类效益的因素和指标主要包括 ()
(A) 客单价 (B) 客流量 (C) 商品周转率 (D) 购买率 (E) 顾客数量
15. 招商规划的前期准备主要是 ()。
(A) 明确项目定位 (B) 进行业态规划 (C) 与客户进行商务洽谈 (D) 进行商户组合 (E) 筹备项目开业
16. 招商对象的选择取决于 ()。
(A) 商户的盈利能力 (B) 商户的知名度 (C) 商户的服务能力 (D) 项目定位 (E) 业态规划
17. 购物中心主力店的特点包括 ()。
(A) 知名度高 (B) 品牌效应高 (C) 信誉好 (D) 集客能力一般 (E) 有强大的集客能力
18. 招商方式一般包括 ()。
(A) 项目洽谈会 (B) 项目发布会 (C) 经济技术合作交流会 (D) 投资研讨会 (E) 登门拜访
19. 统一招商的管理要充分体现和强调对商户的统一服务, 统一服务包含 () 等。
(A) 统一的商户结算 (B) 客统一的信息系统支持服务 (C) 统一的培训服务 (D) 统一的卖场布置指导服务 (E) 统一的行政事务治理服务
20. 招商洽谈过程包括 () 和签约等阶段。
(A) 开局 (B) 摸底 (C) 报价 (D) 磋商 (E) 达成协议
21. 采购渠道策略包括 ()。
(A) 固定渠道 (B) 区域渠道 (C) 直接渠道 (D) 动态渠道 (E) 名优渠道策略
22. 按确定采购价格的方式分类, 采购可以分为 ()。
(A) 招标采购 (B) 询价采购 (C) 比价采购 (D) 议价采购 (E) 公开市场采购
23. 采购组织设计应遵循的原则包括 ()。
(A) 精简的原则 (B) 责、权、利相结合的原则 (C) 协调的原则 (D) 统一的原则 (E) 高效的原则
24. 零售商采购的商品计划包括 ()。
(A) 采购商品的种类 (B) 商品储存的地点 (C) 采购商品的数量 (D) 采购商品的价格 (E) 采购商品的时机
25. 零售企业选择供应商时, 应考虑以下因素 () 等。
(A) 价格 (B) 质量 (C) 供应商交货能力 (D) 供应商存货政策 (E) 供应商的信誉与财务状况稳定性
26. 零售商与供应商的谈判内容可以包括 ()。
(A) 送货日期 (B) 购买数量 (C) 价格和付款安排 (D) 送货方式 (E) 供应商的信誉与财务状况稳定性
27. 制订再订购商品计划时, 要关注的因素包括 ()。

- (A) 订货和送货时间 (B) 存货流转率 (C) 财务支出 (D) 财务收入 (E) 存货或订货成本
- 28 . 在零售企业对供应商的分级管理中，通常根据供应商的业绩表现来分，其指标主要包括供应商的（ ）。
- (A) 市场占有率 (B) 销售量 (C) 毛利率 (D) 利润率 (E) 业绩贡献度
- 29 . 库存计划包括确定（ ）。
- (A) 订货的数量 (B) 订货的品类 (C) 订货的价格 (D) 订货的利润 (E) 订货的时间
- 30 . 影响库存计划管理的主要因素包括（ ）以及管理水平。
- (A) 补货前置时间 (B) 产品的范围和种类 (C) 服务水平 (D) 成本结构 (E) 需求特征
- 31 . 制定库存计划的方法包括（ ）。
- (A) 定量控制法 (B) 定期控制法 (C) 警戒点控制法 (D) 储备资金定额法 (E) 最高最低储备量控制法
- 32 . 库存结构一般都会从（ ）和去入手分析。
- (A) 库存商品数量控制 (B) 销售结构分类管理 (C) 库存商品价格控制 (D) 库存商品种类控制 (E) 库存商品层次控制
- 33 . 库存结构调整方法包括（ ）
- (A) ABC 分析法 (B) 销售结构分类法 (C) 周转天数分析法 (D) 商品的生命周期分析法 (E) 明细库存分析法
- 34 . 安全库存量的大小取决于（ ）。
- (A) 缺货成本 (B) 库存持有成本 (C) 顾客服务水平 (D) 储存成本 (E) 供应和需求的不确定性

理论知识复习题

营销管理

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 . 消费者调查是指对消费者在购买动机、购买模式、购买决策过程等方面所进行的调查活动。（ ）
- 2 . 在审定市场调查方案前，应考虑市场调查的经费预算。（ ）
- 3 . 一个准确、有价值的市场，只能采用一种种细分的标准来识别。（ ）
- 4 . 对现有产品的再定位，要求营销者必须从零开始，使产品特色确实符合所选择的目标市场。（ ）
- 5 . 通过添加顾客为微信好友，可以让顾客的私域流量转换为自己的流量。（ ）
- 6 . 公关活动传播指的是企业为了实现公关目标，运用媒介等传播途径进行单向信息交流传播的全过程。（ ）
- 7 . 企业的公关宣传活动适合所有公众。（ ）
- 8 . 营销策划首先要确定营销概念，其次是在营销理念基础上的策划。（ ）
- 9 . 在营销活动的效果评估方法中，主观评估法以实际经营资料为依据，所以它具有科学性强的特点。但是，它没有考虑顾客心理和市场环境变化对促销策划实施效果的影响。（ ）
- 10 . 视觉营销相比其它文字类的营销更有吸引力，也更加容易被用户理解，且产生的效果也更明显。（ ）

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 . 顾客需求调研是通过观察、（ ）和体验等方式，针对消费者喜好和需求进行的调研活动。
(A) 访谈 (B) 考察 (C) 分析 (D) 实验
- 2 . 消费者需求调查的内容和项目不包括（ ）等方面。
(A) 消费者购买行为模式 (B) 消费者的家庭背景状况 (C) 影响消费者购买行为的因素 (D) 消费者购买的决策过程
- 3 . 根据购买者对产品的了解程度、态度、使用情况及反应等将他们划分成不同的群体，这是按照（ ）来细分市场。
(A) 地理变量 (B) 人口变量 (C) 心理变量 (D) 行为变量
- 4 . 在市场定位的方法中，（ ）可能引发激烈的市场竞争，具有较大的风险。
(A) 避强定位 (B) 迎头定位 (C) 重新定位 (D) 形象定位
- 5 . 在广告策划书中，广告效果预测部分所提出的广告活动预计可能达到的目标应与（ ）规定的任务和提出的目标相一致。
(A) “前言”部分 (B) “市场分析”部分 (C) “广告战略或广告重点”部分 (D) “广告对象和广告诉求”部分
- 6 . 公共关系的管理目标是（ ）。
(A) 提高产量 (B) 促进销售 (C) 赚取利润 (D) 调整组织与公众之间的关系

- 7 . () 是一种高规格、有组织的品牌公关宣传方法。
(A) 发布会 (B) 座谈会、论坛 (C) 晚会 (D) 路演
- 8 . 一项营销策划一般涉及两个组成部分，即现有的营销环境分析和 () 的设计。
(A) 市场细分 (B) 营销策略 (C) 营销概念 (D) 竞争对手分析
- 9 . 营销策划效果评价指标中，() 是分析企业竞争状况的重要指标。
(A) 盈亏状况 (B) 销售增长率 (C) 相对市场占有率 (D) 市场占有率
- 10 . 视觉营销有三大要素，分别是语言、() 和版式。
(A) 文字 (B) 音乐 (C) 图形 (D) 色彩

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 . 顾客需求调研是通过 (()) 等方式，针对消费者喜好和需求进行的调研活动。
(A) 访谈 (B) 观察 (C) 体验 (D) 实验 (E) 考察
- 2 . 消费者需求调查的内容和项目主要包括 () 等方面。
(A) 消费者购买行为模式 (B) 消费者的家庭背景状况 (C) 影响消费者购买行为的因素 (D) 消费者购买的决策过程 (E) 制造商的实力
- 3 . 按心理变量细分市场是指根据购买者 () 等因素细分市场。
(A) 所处的社会阶层 (B) 家庭生命周期 (C) 生活方式 (D) 个性特点 (E) 家庭规模
- 4 . 市场定位的方法包括 () 。
(A) 避强定位 (B) 迎头定位 (C) 重新定位 (D) 形象定位 (E) 随机定位
- 5 . 广告方案的内容包括 () 。
(A) 广告方案的主题 (B) 相关背景及市场调研情况介绍 (C) 相关费用的预算 (D) 媒介策划方案 (E) 广告策略的汇报
- 6 . 公共关系的三个要素包括 () 。
(A) 社会组织 (B) 媒体 (C) 公众 (D) 传播 (E) 消费者
- 7 . 公关活动策划方案的内容包括 () 。
(A) 企业形象现状及原因的分析 (B) 确定公关活动的目标要求 (C) 设计企业公关活动主题 (D) 分析企业公关活动公众 (E) 公关活动方式选择
- 8 . 在制定营销方案中，营销组合策略包括 () 。
(A) 产品策略 (B) 价格策略 (C) 渠道策略 (D) 促销策略 (E) 广告策略
- 9 . 营销策划效果评价指标主要有三个重要指标：(()) 。
(A) 盈亏状况 (B) 销售增长率 (C) 现金收入 (D) 市场占有率 (E) 相对市场占有率
- 10 . 视觉营销的三大功能包括 () 。
(A) 激发兴趣 (B) 传播品牌文化 (C) 提高销售量 (D) 吸引眼球 (E) 提高商品价格

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 . 损耗的最小化是提高经营绩效的一条捷径，同样也是门店营运与管理的主要目标之一（ ）
- 2 . 连锁企业总部是决策中心，要由连锁企业总部统一制定门店营运与管理标准（ ）
- 3 . 借鉴、消化、创造是连锁企业制定管理标准的正确之路（ ）
- 4 . 制定对门店营运质量考核的制度与标准时，不需要考虑对商品布局与陈列的控制。（ ）
- 5 . 严格科学的展开与实施管理标准，是连锁经营标准化管理的实质（ ）
- 6 . 营业手册的编写实际上是将连锁门店经营的经验、技巧上升为明确的理论和原则（ ）
- 7 . 在职培训偏重于在职前培训基础上的操作实务性培训。培训内容主要按各类人员的职位、工作时段、工作内容、发展规划进行培训。（ ）
- 8 . 在实际营运过程中，必须不断探索改善连锁店营运的标准，使门店作业化管理不断合理化，越来越协调。（ ）
- 9 . 如发现商品损坏（如服装等）、商品变质、破包或超过保质期（如各类食品），应立即从货架上撤下（ ）
- 10 . 商品质量是企业的生命，对超市来讲由于销售的商品基本上是包装商品，消费者往往在拆开商品包装后使用时才能判别商品的质量。（ ）
- 11 . 收银员的服务态度和服务质量是企业形象和管理水平在人上的直接体现，关系重大（ ）
- 12 . 连锁商店的统一形象是由连锁企业总部统一策划的，以此保证其连锁门店都以统一的“面孔”出现（ ）
- 13 . 当前我国连锁商店采用的销售方式全都为隔绝式和敞开式两种类型（ ）
- 14 . 保持连锁企业的货架形式和卖场布局的基本统一，是连锁企业形象设计的重要原则之一（ ）
- 15 . 地堆、冷柜、货架属周清、日清，严格按照清洁计划打扫（ ）
- 16 . 介绍商品法适用于随意浏览的顾客和因忙于接待别的顾客而无暇顾及的顾客。（ ）
- 17 . 若由于种种原因未能交易成功，售货员就可以怠慢顾客。（ ）
- 18 . 服务台提供顾客寄放随身包袋或大件商品，除了可以让顾客方便购物之外，也可有效预防顾客将商品暗藏包袋内而不予结账。（ ）
- 19 . 顾客前来投诉时，应严格按照连锁企业总部制定的作业规范来处理，绝不可与顾客发生任何争执。（ ）
- 20 . 顾客的投诉意见全部都是对商品、服务、安全与环境方面。（ ）
- 21 . 通常顾客投诉的方式有电话投诉、信函投诉，或者是直接到门店内或连锁公司总部进行当面投诉这三种方式。（ ）
- 22 . 顾客投诉意见处理系统具有两大功能：一是投诉意见的执行功能；二是投诉意见的管理功能。（ ）
- 23 . 顾客投诉意见处理的基本原则是：妥善处理每一位顾客的不满与投诉，并且在情绪上

- 使之觉得受到尊重。（ ）
24. 顾客关系处理的好坏，不会直接关系到连锁企业的命运（ ）
25. 店长对顾客对象的有效把握及扩大不是门店成长与发展的基本重点。（ ）
26. 顾客档案的登录项目，应尽量精简为宜，应该以“何时、谁、买什么”为事实的基础（ ）
27. 整个门店的安全作业以及设备的完善与否，与员工的身体健康和生命安全并不相关。（ ）
28. 门店员工良好的警觉性是减少门店意外事件发生的有力保证。（ ）
29. 为了尽力避免和降低任何财物上的损失以及人员的伤亡，连锁企业各门店的安全管理应注重作好事前防范，除安全设施和措施外，最重要的是要有组织保证（ ）
30. 为了有效预防各项安全管理上的疏忽，安全管理作业只需着重于做好事前预防的工作。（ ）
31. 要设置足够的灭火器，依消防规定设于门店的明显处，并定期保养及检查各项消防设备（ ）
32. 人身安全第一重要，不要因收集现金或救火而危及自身安全（ ）
33. 火灾发生后，不需要配合公安、消防单位，调查火灾发生的原因、责任分析及应变处理过程（ ）
34. 消防安全管理属于门店安全管理的重点项目（ ）
35. 被抢之店往往不会再度成为歹徒目标，故不需要针对事前防范之各项重点，改进原有的缺陷（ ）
36. 为防止偷盗，要随时注意可疑之人，人员刻意不断巡视卖场以整理物品（ ）
37. 当今社会，骗人的花样不断翻新，常见的案例有：要求兑换零钱、送货、以物抵物，或是声称存放在寄物柜内的贵重物品失窃等等。（ ）
38. 停电时收银机无法打出发票，此时可利用空白纸张填上购买金额，并盖上发票章，请消费者下次来店时凭证兑换发票（ ）
39. 为防止卖场陈设及员工作业安全管理出现意外，在事前预防阶段，要注意检讨事情发生原因，及实际处理的结果（ ）
40. 危机处理是公共关系活动中日益引起重视的管理思想和生存策略，特别是在全球化加剧的今天，企业或组织一个小小的意外或者事故就会被扩大到全国、甚至更大的范围内，产生严重的后果。（ ）
41. 危机管理小组是在发生危机事件后需要第一时间掌握危机的起因和发展事态的部门，以便更好地辅导和监督危机事件的处理。（ ）
42. 危机处理结束后 48 小时内填写《事故报告单》上交上级主管和危机管理小组。（ ）
43. 偷窃不属于常见的危机突发事件（ ）
44. 员工入职时，对“突发事件的处理程序”进行培训，属于突发性危机事件预防措施（ ）
45. 若危机是由不可抗拒因素或自身过失引发，即使处理得当也必然会引发危机恶化（ ）
46. 进入信息时代后，危机信息传播比危机本身发展要快得多（ ）
47. 不同的舆情危机处理方式会给企业带来截然不同的结果（ ）
48. 无论新闻报道对自己是否有利，企业都要采取积极主动的行动，正面应对媒体（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

1. （ ）是门店营运与管理的主要目标之一

- (A) 建立完整的培训系统 (B) 保证损耗的最小化 (C) 控制商品缺货率 (D) 制定作业标准
- . 所谓标准的科学性具有两层含义，一是指具有一定的先进性；二是指 ()。
- (A) 单纯化的作业性 (B) 核算的准确性 (C) 客观的实际性 (D) 抽查的临时性
- 3 . 连锁门店营运与管理标准的具体内容，主要是 ()
- (A) 控制服务质量 (B) 制定门店工作人员上班的出勤计划 (C) 控制商品缺货率 (D) 保证损耗的最小化
- 4 . 商品在不同层板中向下或向上作了变动，属于 () 变化
- (A) 商品货架陈列位置 (B) 商品种类 (C) 商品总数 (D) 商品陈列的排面数
- 5 . 门店营运与管理标准的展开与实施，其中包括 ()
- (A) 控制商品缺货率 (B) 建立完整的培训系统 (C) 控制服务质量 (D) 处理顾客投诉意见
- 6 . 以下 () 属于收银员每日的作业流程表中营业前的内容
- (A) 为顾客做商品入袋服务 (B) 结算营业总额 (C) 集备放在收银机之定额零用金 (D) 关闭收银机电源并盖上防尘套
- 7 . 以下 () 不属于一岗多能培训的目的
- (A) 减少用工人数 (B) 减少相应费用支出 (C) 提高门店的赢利水平 (D) 增加门店运营负担
- 8 . 在企业内部存在两个层次的作业活动，即设计活动与执行作业。执行作业的任务是 ()
- (A) 控制门店的舞弊现象 (B) 保证货单一致的准确性 (C) 按标准完成操作任务 (D) 为执行作业制订作业标准
- 9 . 以下 () 不存在产品质量问题，可以继续售卖
- (A) 遭灰尘严重沾污的商品 (B) 真空包装遭破坏的商品 (C) 过期商品、有变质现象的商品 (D) 厂商已更改包装的新包装商品
- 10 . 商品质量有问题或快到期商品等可以进行以下哪种处理方式 ()
- (A) 原价售卖 (B) 折价销售 (C) 理货员带回家 (D) 保洁人员清理扔掉
- 11 . 在柜面服务中，() 的工作重心是接待服务，通过语言、体态、表情在与顾客沟通的过程中完成商品交易活动
- (A) 理货员 (B) 保洁人员 (C) 售货员 (D) 店长
- 12 . 以下哪种情况容易造成门店卖场内的人流阻塞，给门店的管理带来麻烦 ()
- (A) 顾客通道太窄 (B) 顾客通道太宽 (C) 商品太多 (D) 商品太少
- 13 . 将货架和柜台等设备与门店的建筑格局网成斜角布置，是哪种货架布局形式 ()
- (A) 斜角式 (B) 附墙式 (C) 线条式 (D) 网状式
- 14 . 将陈列商品的柜架或其他设备在门店营业现场中呈纵向或横向平行排列，形成多个线条，是哪种货架布局形式 ()
- (A) 斜角式 (B) 岛屿式 (C) 线条式 (D) 网状式
- 15 . 下列哪一项员工服务行为规范是错误的 ()
- (A) 上班不迟到、不早退 (B) 代别人签到 (C) 不在上班前吃葱、蒜等带异味的食物 (D) 咳嗽、打喷嚏时，转身向后，稍加回避
- 16 . 以下 () 不属于接触搭话可采用的方法。
- (A) 打招呼法 (B) 介绍商品法 (C) 突兀询问法 (D) 服务性接近法
- 17 . 顾客一旦下了购物决心，采取购物行动后，售货员就开始收取货款。收取货款务必要

- 做到“三唱一复”，其中的三唱中的唱收是指（）
- （A）确认找给顾客余款余额（B）确认顾客所购商品的价格（C）确认所收顾客现款金额（D）确认所付商品与收进货款是否相符
18. 服务台提供咨询、导购服务，对于顾客的任何询问，应（）。
- （A）漫不经心地回答（B）可以给出让顾客不满意的答复（C）在耐心的聆听之后，给予具体的回答（D）用手随手一指
19. 以下（）不属于服务台的作业管理项目
- （A）顾客投诉意见处理（B）顾客遗忘物品的处理（C）广播服务（D）为顾客参谋推荐商品
20. 顾客投诉意见的主要类型不包括（）
- （A）对商品的投诉（B）对服务的投诉（C）对安全和环境的投诉（D）对营业时间的投诉
21. 通常顾客投诉的方式不包括（）
- （A）电话投诉（B）信函投诉（C）当面投诉（D）私下抱怨
22. 在顾客意见处理系统中，有关属于决策性质的管理，是由（）负责处理。
- （A）店长（B）门店服务人员（C）连锁企业总部专职部门经理（D）保洁人员
23. 顾客投诉意见的责任不一定是店方，可能是其他原因所造成的，因而门店应确认责任归属。如：销售了已过保质期的商品。责任在于（）
- （A）顾客（B）门店（C）商品生产商（D）质监局
24. 为与顾客建立关系采用例行性访问，其特点是（）
- （A）无主题（B）采用调查问题询问表（C）主题广泛（D）按问题重要性排序
25. 顾客管理的主要内容包含（）
- （A）出勤情况（B）工作效率（C）顾客需要什么（D）服务
26. 为了掌握顾客活动管理的重要资料，与顾客建立长久关系，顾客档案的建立是店长必行的日常作业。其中包括（）
- （A）员工出勤情况（B）员工工作效率（C）建立顾客管理制度（D）员工服务
27. 以下哪项是门店安全作业管理的主要目的（）
- （A）方便推卸责任（B）便于商品摆放（C）减少门店的财物损失（D）增加不必要的支出
28. 以下哪项不属于员工警觉性缺乏（）
- （A）在用电方面，出现员工的超负荷用电或电源使用不当（B）购物过程中顾客的特殊异常的行为或要求不予理会，而导致顾客受伤或使店内遭受财物损失（C）使用各项器材设施，发现不良或故障时不引起注意（D）对于小火苗的发生掉以轻心，而演变成一场大火灾
29. 以下（）属于安全管理小组人员
- （A）收银组（B）导购组（C）保洁组（D）救灾组
30. 以下（）不属于安全管理作业的事后检讨改善阶段
- （A）仔细分析事故发生的真正原因要建立各项补救措施（B）培养员工的警觉心（C）追查相关的责任人和责任单位（D）要做好善后工作
31. 以下哪项属于消防安全管理的事先预防阶段（）
- （A）事件损失评估、检讨并提出整改措施（B）清点财物的损失，并编列清单（C）将受伤的顾客及员工立即送医院（D）店内勿放易燃物

- 32 . 以下哪项不属于消防安全管理的事中处理阶段（ ）
（A）将受伤的顾客及员工立即送医院（B）不要使用电梯，尽量由楼梯疏散（C）清点财物的损失，并编列清单（D）除电灯外，关掉所有电器设备
- 33 . 以下哪项属于消防安全管理的事后检讨改善阶段（ ）
（A）事件损失评估、检讨并提出整改措施（B）除电灯外，关掉所有电器设备（C）立刻打 119 火警电话，并报告店长（D）告知全店员工立即根据“安全管理小组”的编制执行任务
- 34 . 以下（ ）属于消防安全管理的流程
（A）停电的处理（B）防抢管理（C）事后检讨改善（D）防骗管理
- 35 . 以下（ ）属于遭遇抢劫后，需要事后检讨改善的地方
（A）小心保持犯罪现场的完整性，不要破坏歹徒双手触摸过的物品及设备的现场（B）在不影响人身安全的情况下，尽可能拖延时间，假装合作（C）可乘歹徒不备时，迅速按下报警器；（D）尽力记住歹徒的特征
- 36 . 以下（ ）属于防偷盗管理的事中处理阶段
（A）店长应注意员工的生活作息是否正常，言行举止是否有怪异现象（B）若在营业中，则须于顾客离开卖场前，由该店人员 2 名予礼貌拦阻，并邀请至办公室内处理（C）门店外张贴警示 POP，例“与公安单位连线”等字样（D）金钱管理依收银钱财管理，每日存入指定银行
- 37 . 以下（ ）不属于防骗管理的事先预防阶段
（A）店员应避免与顾客过于接近，以免发生意外（B）做成示范个案，通报门店注意，避免再中圈套（C）不要背对或离开已打开的钱财放置处或保险箱（D）视线不要离开已打开之钱财放置处或保险箱
- 38 . 以下（ ）属于停电的事前预防措施
（A）检查门店内外是否有异常的状况（B）清查门店内的财物和商品（C）应迅速查明停电原因，以便作出相应的对策（D）门店内应备有紧急照明灯、手电筒等应急照明工具
- 39 . 为防止卖场陈设及员工作业安全管理出现意外，在事前预防阶段，要注意（ ）
（A）员工登高必须使用牢固的梯子（B）现场要尽速清理，以免影响门店的继续营业或再度发生意外（C）以抢救、送医治疗为第一优先，不要在现场争吵或追究责任是非（D）检讨事情发生原因，及实际处理的结果
- 40 . 关于危机处理的特点，下列哪一项是错误的（ ）
（A）危机的生成是必然性与偶然性的统一体（B）危机的发展是渐进性与突发性的结合（C）危机影响只有破坏性，不存在建设性（D）紧迫性与公共性时间紧迫，必须在最短时间内做出反应和决策
- 41 . 危机处理的原则不包括（ ）
（A）及时性原则（B）全面性原则（C）灵活性原则（D）感性原则
- 42 . 下列哪一项不属于危机控制组的任务（ ）
（A）迅速采取有效措施，控制事态本身（B）抢救人员及财产（C）危机处理预算的审批（D）对事件进行调查
- 43 . 突发事件按照其性质、严重程度、可控性和影响范围等因素，一般分为四级，下列哪一项不属于其范畴。（ ）
（A）I 级（特别重大）（B）II 级（重大）（C）III 级（较大）（D）V 级（一般）
- 44 . 下列哪一项不属于火灾事件的启动预案（ ）

- (A) 根据现场情况,如火势较小,可组织店内人员自行扑灭,如火势较大,应立即拨打 119 (B) 执行紧急撤离,指挥员工和顾客从紧急出口逃生 (C) 若被困在浓烟中,趴在地上,使用鼻子小幅度呼吸,用湿毛巾捂住口鼻,爬向紧急出口逃生 (D) 定期检查灭火器等设施是否正常
- 45 .从舆情危机产生原因分类,主要有三种。下列哪一项不属于该范畴 ()
 (A) 由不可抗力引发的危机 (B) 自身过失引发的危机 (C) 自身故意引发的危机 (D) 形象及公信力受损的危机
- 46 .下列哪项做法对控制舆情危机是有利的 ()
 (A) 态度蛮横,强调企业利益第一原则 (B) 虽强调以公众利益为第一考虑,却不提出任何补偿计划 (C) 积极回应公众质疑,以公众利益为第一 (D) 延迟回应甚至保持沉默,无视公众质疑声
- 47 .当舆情危机不可避免地爆发后,企业应该沉着应对,下列哪一项做法不恰当 ()
 (A) 成立高层领导的危机处理小组 (B) 第一时间进行回应 (C) 寻找负面舆论源头 (D) 期满公众、封锁消息
- 48 .舆情危机处理中,根据业务需要,新闻办公室成立的行动小组不包括 ()
 (A) 协调小组 (B) 沟通人员 (C) 媒体应对小组 (D) 公共关系应对小组

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 . 门店营运与管理的主要目标是 ()
 (A) 实现销售的最大化 (B) 商品位置控制 (C) 保证损耗的最小化 (D) 记录作业情况 (E) 确立标准化作业的程序
- 2 . 总部制定的营运与管理标准,实质上是 ()
 (A) 作业分工 (B) 作业程序 (C) 作业方法 (D) 作业考核 (E) 作业标准
- 3 . 制定门店管理标准的具体步骤包括 ()
 (A) 确定作业的对象分工 (B) 确立标准化作业的程序 (C) 记录作业情况 (D) 作业标准的制定 (E) 控制服务质量
- 4 . 制定对门店营运质量考核的制度与标准,主要有 () 几个方面
 (A) 商品布局与陈列的控制 (B) 商品缺货率控制 (C) 缺损率控制 (D) 服务质量的控制 (E) 经营业绩控制
- 5 . 管理的标准化与标准化管理是管理活动得以开展的两个方面,具体包括 () 几个方面
 (A) 编写营业手册 (B) 建立完整的培训系统 (C) 实施标准化的同时不断探索改善营运标准 (D) 建立安全管理小组 (E) 建立客户关系制度
- 6 . 以下 () 属于收银员每日的作业流程表中的内容
 (A) 清洁、整理收银作业区 (B) 整理、补充必备的物品 (C) 补充收银台前头柜之商品 (D) 集备放在收银机之定额零用金 (E) 检验收银机
- 7 . 建立完整的培训系统相当重要。通常完整的培训系统按纵向层次开发分为 ()
 (A) 安全培训 (B) 专业培训 (C) 职前培训 (D) 在职培训 (E) 一岗多能的培训
- 8 . 在企业内部就形成了两个层次的作业活动,即设计活动与执行作业,它们的任务有 ()。
 (A) 为执行作业制订作业标准 (B) 为新员工进店后提供基础培训 (C) 控制服务质量 (D) 结算营业总额 (E) 按标准完成操作任务
- 9 . 如通常在连锁超级市场、便利店中规定,只要有以下几种商品就必须从货架上撤下 ()

- (A) 过期商品、有变质现象的商品 (B) 接近有效期限的商品(以保质期 $\times 3/4$ 为期限)
(C) 各种严重瘪罐或严重锈蚀现象的商品 (D) 商标脱落, 包装破旧的商品 (E) 有破损、缺件现象的工业品
10. 无论商品是由连锁企业总部配送中心配送到门店, 还是由供应商直接配送到门店, 进货工作都需要一定的员工进行验收, 进货验收的主要内容有 ()
(A) 商品品名、数量、规格等核对 (B) 拒收不符合门店要求的商品 (C) 有否赠品搭配 (D) 拒收品质不良商品 (E) 拒收仿冒、违禁商品
11. 收银员的礼仪服务规定包括 ()
(A) 整洁的制服 (B) 适度的化妆 (C) 亲切的笑容 (D) 正确的待客用语 (E) 清爽的发型
12. 一般来说, 不管门店采用何种销售方式, 都必须极力避免顾客动线与门店销售人员动线的交叉。卖场上顾客通道的宽度视连锁企业业态模式的不同而有所不同, 应该根据 () 来确定。
(A) 各连锁企业门店的业态类型 (B) 门店内销售商品的性质 (C) 门店内销售商品的种类 (D) 顾客的人流和数量 (E) 店长的喜好
13. 隔绝式销售方式下的货架布局形式主要有以下几种 ()
(A) 线条式 (B) 附墙式 (C) 岛屿式 (D) 斜角式 (E) 散点式
14. 敞开式销售方式下的货架布局形式主要有 ()
(A) 斜角式 (B) 线条式 (C) 网状式 (D) 散点式 (E) 单元式
15. 员工仪容仪表规范包括 ()
(A) 头发 (B) 胸卡要求 (C) 工装要求 (D) 举止要求 (E) 手
16. 以下 () 属于营业员柜台接待顾客步骤。
(A) 收取货款 (B) 参谋推荐 (C) 商品说明 (D) 出示商品 (E) 接触搭话
17. 售货员建议顾客购买决不等于催促顾客购买。若售货员不断地催促顾客购买, 会使顾客产生反感。但是一味等待也会失去销售机会, 因而售货员只能用平缓的语调建议顾客购买。建议的方法主要有 ()。
(A) 直接建议法 (B) 选择商品法 (C) 化短为长法 (D) 机不可失法 (E) 印证法
18. 服务台为顾客提供寄包服务时应注意 ()。
(A) 轻拿轻放, 防止顾客包袋内物品损坏 (B) 必须将顾客寄存的包袋放在规定位置, 不得放在柜面上 (C) 不得擅自查看顾客寄存包袋内的财物或摸弄顾客的包袋 (D) 提高警惕, 防止顾客寄存的包袋被偷被抢 (E) 上岗时, 不得擅自离岗
19. 以下 () 属于服务台的作业管理项目
(A) 介绍商品 (B) 提供咨询、导购 (C) 广播服务 (D) 顾客寄包服务 (E) 顾客投诉意见处理
20. 顾客对商品的投诉主要因为 ()
(A) 价格过高 (B) 商品质量差 (C) 标示不符 (D) 商品缺货 (E) 服务态度不好
21. 对于顾客当面投诉的处理方式要注意 ()
(A) 不可在处理投诉过程中途离席, 让顾客在会客室等候 (B) 各种投诉都需填写“顾客抱怨记录表” (C) 如有必要, 应亲赴顾客住处访问道歉解决问题, 体现诚意 (D) 所有的抱怨处理都要制定结束的期限 (E) 谨慎使用各项应对措词, 避免导致顾客的再次不满
22. 顾客投诉意见处理系统的管理功能包括 ()
(A) 流程控制 (B) 记录存档 (C) 资料统计与分析 (D) 责任规划 (E) 公布

23. 顾客投诉意见处理的基本原则是：妥善处理每一位顾客的不满与投诉，并且在情绪上使之觉得受到尊重。因此，在处理顾客投诉意见时应遵循（ ）
(A) 有效倾听 (B) 表示歉意 (C) 分析顾客投诉的原因 (D) 确定责任归属 (E) 保持心情平静
24. 建立顾客关系，门店通常可从（ ）几个方面开展工作
(A) 消费者意见访问 (B) 适时的祝贺 (C) 提供日常生活讯息 (D) 举办公益活动 (E) 成立商圈顾问团，聘请消费者服务员
25. 顾客管理的主要内容中“顾客来自何处”，主要分析顾客来自地区的（ ）
(A) 户数 (B) 人数 (C) 顾客真实需要 (D) 收入水平 (E) 家庭规模结构
26. 为了掌握顾客活动管理的重要资料，与顾客建立长久关系，顾客档案的建立是店长必行的日常作业。通常包括以下事项（ ）
(A) 一年一次定期核对 (B) 顾客档案的管理形式 (C) 顾客档案的登录项目 (D) 建立顾客管理制度 (E) 如何请顾客填写收录项目
27. 门店安全作业管理的主要目的是（ ）
(A) 确保消费者购物的安全 (B) 提供员工安全的工作环境 (C) 减少门店的财物损失 (D) 维持良好的社区关系 (E) 方便推卸责任
28. 门店发生安全事故的主要原因有（ ）
(A) 员工警觉性的缺乏 (B) 安全管理意识强 (C) 门店设备的老化 (D) 安全设施充足 (E) 员工基本常识的不足
29. 安全管理小组中，包含以下哪些人员？（ ）
(A) 总指挥 (B) 副总指挥 (C) 救灾组 (D) 人员疏散组 (E) 医疗组
30. 以下（ ）属于安全管理作业的事前预防阶段
(A) 妥善规划 (B) 定期检查 (C) 定期教育 (D) 定期演习 (E) 培养员工的警觉心
31. 以下哪项属于消防安全管理的事先预防阶段（ ）
(A) 打扫卫生清理垃圾时，应注意其中有无火种等易燃物；
(B) 电器、插座、马达附近应经常清扫，不留杂物 (C) 门店全体人员皆应知道总电源开关的位置及使用方法 (D) 店内勿放易燃物 (E) 店内装饰应选用耐火材料
32. 以下哪项属于消防安全管理的事中处理阶段（ ）
(A) 将受伤的顾客及员工立即送医院 (B) 不要使用电梯，尽量由楼梯疏散 (C) 除电灯外，关掉所有电器设备 (D) 随时检验插座、插头的绝缘体是否脱落损坏 (E) 立刻打 119 火警电话，并报告店长
33. 以下哪项属于消防安全管理的事后检讨改善阶段（ ）
(A) 店长应及时向上级主管提出报告 (B) 立刻打 119 火警电话，并报告店长 (C) 清点财物的损失，并编列清单 (D) 配合公安、消防单位，调查火灾发生的原因、责任分析及应变处理过程 (E) 事件损失评估、检讨并提出整改措施
34. 消防安全管理分为（ ）三个流程
(A) 事先预防 (B) 建立安全管理小组 (C) 事中处理 (D) 事后检讨改善 (E) 防抢管理
35. 容易遭歹徒抢劫的商店，其特征是（ ）
(A) 商品堆放、陈列零乱 (B) 橱窗乱贴海报，遮住了视野 (C) 太多钱财外露 (D) 灯光暗淡，卖场内一片昏暗 (E) 店外马路的叉路多，有容易逃走的路线
36. 以下（ ）属于防偷盗管理的事前预防阶段
(A) 门店卖场布局避免出现死角； (B) 门店外张贴警示 POP，例“与公安单位连线”

- 等字样 (C) 金钱管理依收银钱财管理，每日存入指定银行 (D) 保持门店光线的充足 (E) 将个案做成报告，以便加强门店员工的训练
37. 当今社会，骗人的花样不断翻新，骗子的骗术千奇百怪，因而门店员工应随时提高警惕，防止歹徒的诈骗。以下哪种行为属于防诈骗的事先预防行为 ()
- (A) 不要背对或离开已打开的钱财放置处或保险箱 (B) 店员应避免与顾客过于接近，以免发生意外 (C) 视线不要离开已打开之钱财放置处或保险箱 (D) 收款一定要按既定程序进行，且必须唱收唱付 (E) 对各种骗术手法，应实施在职训练，以熟练防范技巧
38. 在营业时发生了停电事故，应 ()
- (A) 应迅速查明停电原因，以便作出相应的对策 (B) 若长时间停电，应启用自动发电机，并立即与连锁企业总部主管部门联系 (C) 若停电是在晚上，且时间很长，可考虑停止营业 (D) 店长应立即将门店的保险箱和店长室锁好 (E) 收银人员迅速将收银机抽屉关好
39. 不安全的卖场陈设与员工作业，容易使顾客或员工在卖场活动时，发生意外事故，主要包括 () 几种情况
- (A) 商品陈列不安全 (B) 卖场装横不安全 (C) 货架摆设不安全 (D) 员工作业方式不当 (E) 地面缺乏安全
40. 危机管理的类型包括 ()
- (A) 防范火警、火灾的 (B) 防范各类治安性突发事件的 (C) 防范各种自然灾害的 (D) 防范食物中毒、服务过失等多种易发性事件的 (E) 防范媒体炒作的
41. 危机处理的一般程序 ()
- (A) 调查情况，收集信息 (B) 针对对象，确定政策 (C) 坦诚告知，表明诚意 (D) 隐瞒实情，避免慌乱 (E) 采取紧急措施，防止事态发展
42. 危机处理基本措施的四个过程 ()
- (A) 立即调查情况、制定计划以控制事态的发展 (B) 编制紧急联络手册，明确利益相关方的联络方式及沟通内容 (C) 迅速反应，把握主动，积极沟通，有效管理信息的进与出 (D) 当组织与公众的看法不一致，难以调解时，必须靠权威发表意见 (E) 做好善后工作，尽快挽回声誉
43. 突发事件根据其发生过程、性质和机理，主要分为哪四类 ()
- (A) 自然灾害 (B) 地方性突发事件 (C) 事故灾难 (D) 公共卫生事件 (E) 社会安全事件
44. 下列哪些措施属于台风/暴雨/龙卷风事件的预防措施 ()
- (A) 危机事件发生后管理人员应第一时间上报主管和危机管理小组 (B) 台风暴雨时，店长特别注意是否有漏水和积水，尤其是配电箱，必要时采取防积水措施 (如沙包)
- (C) 提醒所有员工上下班途中一定注意安全，注意观察周围情况，小心垂落的电线摇晃的广告牌，树杆等 (D) 根据实际情况组织员工和顾客疏散，对员工上下班事宜进行妥善安排 (E) 保持冷静，立即逃离到空旷的地方，或躲避在墙根，桌子下或坚固物体等旁边
45. 比较常见的舆情危机类型有 ()
- (A) 基于利益诉求引发的群体性事件 (B) 基于干群矛盾引发的群体性事件 (C) 基于情绪宣泄引发的群体性事件 (D) 基于理念声张引发的群体性事件 (E) 基于社会治安引发的群体性事件
46. 舆情危机的特点包括 ()

- (A) 危机的突发性 (B) 源头的节点性 (C) 传播的即时性 (D) 扩散的纵深性 (E) 处理的紧迫性
- 47 . 下列哪些属于舆情危机的防范工作 ()
- (A) 成立危机处理小组 (B) 加强危机意识 (C) 开展防范培训 (D) 利用媒介资源引导舆论 (E) 建立预警体系
- 48 . 舆情危机处理中，新闻发言人的素质要求有 ()
- (A) 迅速了解信息并有效表达知识的能力 (B) 仔细倾听的能力 (C) 在高压下保持冷静的能力 (D) 精力充沛，能进行长时间工作 (E) 表达同情、热情和耐心的能力

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. 广义上讲，信息系统是任何系统中信息流的总和，是对信息进行采集、处理、存储、管理、检索和传输。（ ）
2. 结构化分析方法所采用的基本方法是“抽象”和“分解”，分析过程体现为“自下而上逐层分解”（ ）
3. 库存是为了满足未来需要而暂时闲置的资源，库存管理也称库存控制，是指在物流过程中商品数量的管理。（ ）
4. ABC管理法又叫ABC分析法，就是以某类库存物资品种数占物资品种数的百分数和该类物资金额占库存物资总金额的百分数大小为标准，将库存物资分为A、B、C三类，进行分级管理（ ）
5. 企业的销售活动一般是从客户签订合同开始的（ ）
6. 门店信息管理系统的目的是支持门店经理快速响应环境的变化和业务的需要，提高对客户的服务，降低成本，提高利润，提高数据的集成性和一致性，从而使公司更具有竞争力（ ）
7. 业务流程信息化，是成长型企业信息化的核心环节。（ ）
8. 信息化应用就是指将计算机信息技术运用到日常生活与工作的过程。（ ）
9. 在进行电子商务平台选择时，企业可以根据自己经营的目标选择合适的策略（ ）
10. 就电子商务而言，一般认为，从应用和相关支撑技术角度看，电子商务的总体架构包括五个“层面”和两个“立柱”。（ ）
11. 客户关系管理系统，是指利用软件、硬件和网络技术，为企业建立一个客户信息收集、管理、分析和利用的信息系统。（ ）
12. 客户数据库、交易数据库、宣传活动数据库、询价记录及开展电子商务获取的Web使用信息，属于客户数据的外部数据源（ ）
13. 20世纪中期至21世纪初，电子技术特别是数字电子技术得到了飞速的发展，使工业、农业、科研、医疗以及人们的日常生活发生了一些微小的改变（ ）

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. 信息的种类很多，容量很大，有些信息是正确的，有些是错误的。因此信息系统进行信息采集的时候，我们要遵循采集信息的（ ）原则
(A) 准确性 (B) 全面性 (C) 时效性 (D) 存储性
2. 分析时着眼于整体系统而非个别子系统。这是遵循系统分析的（ ）原则
(A) 整体效益原则 (B) 外部条件和内部条件相结合的原则 (C) 长远效益原则 (D) 定量分析和定性分析相结合的原则
3. 为迎接一个高峰销售季节、一次性市场营销推销计划或一次工厂关闭期而预先建立起

- 来的库存，叫做（ ）
- (A) 预期库存 (B) 批量库存 (C) 运输库存 (D) 屏障库存
- 4 . 在实际 JIT 系统中，根据需求和用途的不同，使用的看板可以分为多类。记载后续工序必须生产和订购的零件、组件的种类和数量，属于哪类看板（ ）
- (A) 在制品看板 (B) 领取看板 (C) 临时看板 (D) 长期看板
- 5 . 以下哪项属于销售管理系统日常业务处理中的综合查询（ ）
- (A) 垫付运费 (B) 单据查询 (C) 销售支出 (D) 包装物租借
- 6 . 综合反映特定单品的门店销售状况的 POS 数据，并集成关于特定食品及为准备这些食品所需材料的数据进行食品加工的规划，以保证顾客采购特定食品时有现货并且是新鲜的。这属于供应系统的哪个程序（ ）
- (A) 收货验货程序 (B) 库存管理应用程序 (C) 商品规划应用程序 (D) 数据自动收集系统
- 7 . 以下哪项不属于业务流程信息化的目的（ ）
- (A) 价值链分析 (B) 实现标准经营 (C) 加强作业效率 (D) 突破信息孤岛
- 8 . “企业信息化的组织架构、人员组成情况，责、权、利的情况评估和使用人员的培训情况、业务水平、对系统的熟练程度评估”属于信息系统应用评估状况的（ ）
- (A) 信息系统环境评估 (B) 信息资源评估 (C) 人力资源评估 (D) 信息化相关制度评估
- 9 . 企业为了促进产品的销售，都希望在 B2B 网站的信息搜索中将自己的排名靠前。这属于第三方电子商务平台的哪种盈利模式（ ）
- (A) 会员费 (B) 广告费 (C) 竞争排名 (D) 按效果付费
- 10 . “为电子商务应用提供必要的网络基础环境，形成可靠、有效的信息传输服务通道”指的是电子商务的哪个层面（ ）
- (A) 电子商务支付体系层 (B) 电子商务应用层 (C) 电子商务安全基础体系层 (D) 网络基础设施层
- 11 . 一个完整、有效的 CRM 系统包含多个子系统，以下哪个子系统不属于 CRM 系统（ ）
- (A) 客户管理合作系统 (B) 业务操作管理系统 (C) 数据分析管理系统 (D) 工作人员管理系统
- 12 . “客户数量、分类情况的未来发展趋势、争取客户的手段”属于客户关系管理信息分析的（ ）
- (A) 客户性能分析 (B) 客户利润分析 (C) 客户概况分析 (D) 客户为来分析
- 13 . “在数码技术中可以进行加密处理使一些可贵信息资源不易被窃取”属于数字技术的哪项技术特点（ ）
- (A) 保密性好 (B) 通用性强 (C) 抗干扰能力强 (D) 精度高

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 . 信息系统主要由以下哪几种功能（ ）
- (A) 信息的采集 (B) 信息的处理 (C) 信息的存储 (D) 信息的管理 (E) 信息的传输
- 2 . 系统分析遵循的原则主要有（ ）
- (A) 整体效益原则 (B) 短期效益原则 (C) 长远效益原则 (D) 外部条件和内部条件相结合的原则 (E) 定量分析和定性分析相结合的原则
- 3 . 库存的分类包含以下哪几种（ ）？
- (A) 经常库存 (B) 安全库存 (C) 在途库存 (D) 促销库存 (E) 季节性库存

- 4 . 对于不同的库存需求需要采取不同的库存技术管理库存。库存管理的方法主要有（ ）
(A) ABC 管理法 (B) 定量订货法 (C) 定期订货法 (D) 经济订货法 (E) JIT 库存管理方法
- 5 . 下列哪项属于销售管理系统日常业务处理的主要内容（ ）
(A) 销售订货管理 (B) 销售退货业务 (C) 现收业务 (D) 委托代销业务 (E) 零售业务
- 6 . 信息收集的科学与否，直接影响到信息工作的各个环节和信息的质量，所有收集信息应当遵循以下哪些原则（ ）
(A) 整体性原则 (B) 比较性原则 (C) 目的性原则 (D) 模糊性原则 (E) 计划性原则
- 7 . 业务流程信息化的主要目的有（ ）
(A) 数据流分析 (B) 实现标准经营 (C) 加强作业效率 (D) 突破信息孤岛 (E) 价值链分析
- 8 . 信息化评估体系主要包括：信息系统应用状况评估、信息化实施效益评估和信息化实施经验教训总结三大部分的内容。其中信息系统应用状况评估是从技术层面上就企业的信息化现状进行评估，是信息化项目评估的重点，具体可包含以下哪几个方面（ ）
(A) 信息系统环境评估 (B) 信息系统的集成度评估 (C) 信息化相关制度评估 (D) 信息资源评估 (E) 信息系统应用现状评估
- 9 . 第三方电子商务平台的盈利模式主要有（ ）
(A) 会员费 (B) 广告费 (C) 竞价排名 (D) 增值服务 (E) 商务合作
- 10 . 就电子商务而言，一般认为，从应用和相关支撑技术角度看，电子商务的总体架构包括层面和立柱，电子商务的层面分别为（ ）
(A) 电子商务应用层 (B) 电子商务应用平台层 (C) 电子商务支付体系层 (D) 电子商务安全基础体系层 (E) 网络基础设施层
- 11 . 开发 CRM 系统包含多个基本步骤，其中包括（ ）
(A) 建立计划 (B) 组建专门团队 (C) 使用、评估和改进 (D) 明确企业应用需求 (E) 分析客户需求，初建系统
- 12 . 客户关系管理的信息分析内容主要包括（ ）
(A) 客户概况分析 (B) 客户忠诚度分析 (C) 客户利润分析 (D) 客户性能分析 (E) 客户为来分析
- 13 . “数字化”让许多传统使用模拟技术的领域转而使用数字技术，比如（ ）
(A) 电视技术 (B) 计算机 (C) 通信技术 (D) 自动控制 (E) 航空航天

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 . 一个优秀的团队总是伴随着优秀的团队文化，文化是企业凝聚力和持续发展的根本所在（ ）
 - 2 . 团队的类型主要包括问题解决型和自我管理型两类。（ ）
 - 3 . 一般来说，一个团队的角色不能互换（ ）
 - 4 . 沟通是指可理解的信息或思想在两人或两人以上的人群中传递或交换的过程，整个管理工作都与沟通有关。（ ）
 - 5 . 非正式沟通有一定的片面性。非正式沟通中的信息常常被夸大、曲解，因而需要慎重对待（ ）
 - 6 . 企业文化是在一定的环境中形成的。（ ）
 - 7 . 企业文化中的习俗化要素是指企业的风俗、习惯、传统、仪式、非正式信息渠道等。（ ）
 - 8 . 企业文化建设的内在机制和外在机制缺一不可，相互促进。（ ）
 - 9 . 企业文化传播是指企业文化特质从一个群体或个体，传递、扩散到另一个群体或个体的过程（ ）
 - 10 . 企业文化传播按照受众不同可以分为对内传播和对外传播，其中企业内部员工的传播称为对外传播，向社会大众的传播称为对内传播（ ）
 - 11 . 在界定部门职责时，可以将两条以上的职责放在一项描述内（ ）
 - 12 . 流程其实就是“工作流转的过程”的缩写，这些工作需要多个部门、多个岗位的参与和配合，这些部门、岗位之间会有工作的承接、流转，因此流程也可以说是“跨部门、跨岗位工作流转的过程”（ ）
 - 13 . 管理者在制定各项行为准则时，只需要确保正确性，不需要保证准则在实施时能被成功地执行。（ ）
 - 14 . 企业对员工的培训内容通常要围绕工作任务和工作能力展开（ ）
 - 15 . 建立和完善有效的企业培训体系，是培训管理工作的核心任务（ ）
 - 16 . 培训效果是组织培训和受训的人员都关心的问题，因此对培训效果进行评估是十分必要的（ ）
 - 17 . 培训效果是培训过程中学员所获得的知识、技能等应用于工作的程度。（ ）
 - 18 . 绩效目标是指给评估者和被评估者提供所需要的评价标准，以便客观地讨论、监督、衡量绩效。员工的绩效目标是有效绩效管理的基础。（ ）
 - 19 . 绩效目标是否达成、达成程度如何，必须有可以准确判定的、便于测量、不易产生争议的尺度标准和测衡办法。（ ）
 - 20 . 绩效评估标准包括绝对标准和相对标准，绝对标准是人与人比较，相对标准是人与工作比较（ ）

- 21 . 绩效辅导仅仅在管理的开始和结束，并非贯穿于绩效管理的始终。（ ）
- 22 . 绩效辅导是绩效管理中的关键环节，管理者要想使绩效管理真正产生效果，就必须在绩效辅导上多下功夫。（ ）
- 23 . 绩效改进是绩效考核的后续工作，绩效改进的出发点是对员工现实工作的考核，可以将这两个环节割裂开来（ ）
- 24 . 绩效改进计划只得到一方的认同也有效，也能保证计划的实施（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 一家不肯花钱培训员工的企业，不可能成为有前途的优秀企业。这是从哪一方面进行团队打造（ ）
- (A) 适当授权 (B) 培训员工 (C) 多表彰员工 (D) 鼓舞员工士气
- 2 . 产生创新思想，善于提出新观点或新概念，独立性较强，喜欢自己安排工作时间，按照自己的方式，节奏进行工作。这属于哪一类团队成员角色（ ）
- (A) 创造者 (B) 倡导者 (C) 组织者 (D) 执行者
- 3 . 组织机构内部拥护团队，与各方利益相关者进行沟通，属于（ ）的工作职责。
- (A) 团队顾问 (B) 办事员 (C) 团队成员 (D) 团队领导者
- 4 . “报告、备忘录、信件、文件、内部期刊、布告”属于哪种沟通方式（ ）
- (A) 非语言沟通 (B) 书面沟通 (C) 电子媒介 (D) 口头沟通
- 5 . 沟通网络是指组织中沟通渠道的结构和类型。一种网络不同于另一种网络的基本特征在于：渠道的数量、分布以及是单向还是双向。其中，最分权化的网络是（ ）
- (A) Y型 (B) 星型 (C) 轮型 (D) 风车型
- 6 . （ ）是一个组织的基本理念和信仰，构成了企业文化的核心。
- (A) 企业环境 (B) 企业价值观 (C) 企业精神 (D) 企业礼仪
- 7 . 企业文化的（ ）或种子要素是指价值观念、精神境界、理想追求。
- (A) 中心要素（科学要素） (B) 品质化要素 (C) 物质化要素 (D) 催化要素
- 8 . 企业文化评价的维度不包括（ ）
- (A) 社会舆论 (B) 个人的经验 (C) 传统习俗 (D) 内心信念
- 9 . 以下哪项属于企业文化外传播的通道（ ）
- (A) 企业神话、企业英雄的种种传说、奇闻轶事等 (B) 企业培训、选拔、考核、激励制度的制定与实施 (C) 成熟、成型企业文化的示范传播 (D) 企业家及管理者对下属的要求及个人行为、作风等
- 10 . 企业在生产和销售产品的过程中传播自己的企业文化，属于哪种类型的传播（ ）
- (A) 人员传播 (B) 媒体传播 (C) 产品传播 (D) 网络传播
- 11 . 在界定部门职责时，要注意（ ）
- (A) 按职责的关键程度自下而上排序 (B) 将两条以上的职责放在一项描述内 (C) 关键职责不超过三条 (D) 职责越多越好
- 12 . “半成品、成品抽样检验流程，不合格品管理流程”属于（ ）
- (A) 销售管理部流程 (B) 质量管理部流程 (C) 科研部流程 (D) 生产部流程
- 13 . 制度要全面、系统和配套，基本章程，各种条例、规章、办法要构成一个内在一致、相互配套的体系。同时，要保证制度的一贯性，不能前后矛盾、漏洞百出，避免发生相互重复、要求不一的情况。这体现了制定管理制度的哪项原则（ ）

- (A) 从实际出发的原则 (B) 具有操作性的原则 (C) 简明扼要的原则 (D) 系统和配套的原则
- 14 . “判断能力、推理能力、处理问题能力”属于以下哪方面的培训内容 ()
(A) 自我管理能力 (B) 情绪管理能力 (C) 思维能力 (D) 沟通能力
- 15 . “自我认知、时间管理、终身学习”属于以下哪方面的培训内容 ()
(A) 沟通能力 (B) 领导能力 (C) 自我管理能力 (D) 思维能力
- 16 . 培训过程评价需要许多指标，以下哪项不属于培训过程评价常用的指标 ()
(A) 受训者的满意度 (B) 受训者的出勤率 (C) 前后测试对比法 (D) 掌声次数
- 17 . “培训结束后每个六个月，以书面调查或实地访问的方式，调查学员受训后在工作上的获益情形”属于哪种评估培训效果的方法 ()
(A) 实地观察受训职工的工作状况，评定培训的成效 (B) 培训后一段时间，通过调查受训者的工作效益来评估培训成效 (C) 对比评价法 (D) 前后测试对比法
- 18 . 绩效项目是指绩效的纬度，也就是说要从哪些方面来对员工的绩效进行考核，根据绩效的含义，绩效的纬度，即绩效考核项目有三个，以下哪项不属于绩效考核项目 ()
(A) 绩效指标 (B) 工作业绩 (C) 工作能力 (D) 工作态度
- 19 . 绩效目标的设置，应该是积极进取的，具有成长突破性，体现出超越对手、超越自我的竞争意识，这是现代商业社会的必然要求。这体现了绩效目标设计原则——smart cake 聪明蛋糕原则的哪项原则 ()
(A) Strategic (B) Measurable (C) Realistic (D) Ambitious
- 20 . “支出费用总额、实际费用和预算的对比、增长率”属于绩效标准的哪一类型 ()
(A) 成本/ 财务 (B) 数量 (C) 行为 (D) 时间
- 21 . “对于完成工作所需知识及能力较缺乏的部门，需要给予较具体指示型的指导，帮助其把要完成的工作分解为具体的步骤，并跟踪完成情况”属于绩效辅导的 ()
(A) 具体指示 (B) 方向引导 (C) 鼓励促进 (D) 月度回顾
- 22 . 以下哪种绩效辅导沟通方式能满足团队交流的需要 ()
(A) 书面报告 (B) 一对一面谈沟通 (C) 会议沟通 (D) 电话沟通
- 23 . 绩效诊断与分析的三因素法，是从员工、 () 和环境来分析绩效问题
(A) 知识 (B) 主管 (C) 技能 (D) 态度
- 24 . “管理者必须使员工明白绩效改进工作的目的和意义，消除员工的疑惑和顾虑，争取员工的支持”体现了绩效改进计划制定的 ()
(A) 计划要有时间性 (B) 计划要获得认同 (C) 切合实际 (D) 计划内容要具体

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 . 要打造一支优秀的团队，可以从以下哪几方面入手 ()
(A) 正确的领导 (B) 信息共享 (C) 适当授权 (D) 多表彰员工 (E) 培训员工
- 2 . 团队成员的角色包括哪些。 ()
(A) 创造者 (B) 倡导者 (C) 开发者 (D) 组织者 (E) 执行者
- 3 . 一个团队中，包含哪些角色类型 ()
(A) 团队领导者 (B) 团队顾问 (C) 办事员 (D) 团队成员 (E) 抄写员或记录人
- 4 . 按照方法，沟通可分为 ()

- (A) 正式沟通 (B) 口头沟通 (C) 书面沟通 (D) 非语言沟通 (E) 体态语言沟通
5. 在沟通中要学会“听”，以下哪种不属于“听”的艺术（ ）
(A) 全神贯注 (B) 争辩 (C) 注意非语言暗示 (D) 从事与谈话无关的活动 (E) 过快或提前做出判断
6. 企业文化的构成要素包括（ ）
(A) 企业环境 (B) 企业价值观 (C) 企业精神 (D) 企业礼仪 (E) 企业利润
7. 企业文化内容包含多个要素，表现为（ ）的集成，它们浑然一体，不可分割，成为企业竞争力的重要源泉。
(A) 生产文化 (B) 制度文化 (C) 物质文化 (D) 行为文化 (E) 精神文化
8. 企业文化评价机制是指（ ）
(A) 员工对企业行为的评价 (B) 员工对自身行为的评价 (C) 企业文化的评价过程会促进企业文化的更新 (D) 企业文化的评价过程会导致企业文化的不稳定和混乱 (E) 员工个人价值观
9. 企业文化外传播具有树立企业形象、提高品牌忠诚度和竞争力的功能。企业文化外传播主要有以下渠道（ ）
(A) 成熟、成型企业文化的主动输出式传播 (B) 成熟、成型企业文化的示范传播 (C) 企业文化行为主体的攀比、模仿 (D) 企业培训、选拔、考核、激励制度的制定与实施 (E) 企业文化行为主体之间的国际交流与合作
10. 企业文化的内部传播有无意识与有意识之分，但要形成系统的、优良的企业文化必须进行有意识内部传播。这主要通过企业文化的（ ）等载体来实现。
(A) 专题培训 (B) 规章制度的制定与学习 (C) 内部刊物 (D) 企业网站 (E) 内部人际关系
11. 制定部门规划的一般方法包括（ ）
(A) 制定部门宗旨 (B) 明确部门职责 (C) 部门目标的设定 (D) 部门策略的制定 (E) 财务预算
12. 以下（ ）属于流程的要素。
(A) 资源 (B) 结构 (C) 结果 (D) 对象 (E) 价值
13. 部门行为准则的制定必须遵循以下原则（ ）
(A) 简明扼要的原则 (B) 不求完善但求公正的原则 (C) 从实际出发的原则 (D) 具有先进性的原则 (E) 不让当事人参与的原则
14. 培训内容通常要围绕工作任务和工作能力展开。工作任务包括客户服务培训、销售培训等；工作能力包括分析能力、决策能力等。以下哪些属于工作能力方面的培训内容（ ）
(A) 自我管理能力和情绪管理能力 (B) 情绪管理能力 (C) 思维能力 (D) 沟通能力 (E) 领导能力
15. 有效的培训体系应当具有以下特征（ ）
(A) 以企业战略为导向 (B) 着眼于企业核心需求 (C) 充分考虑员工的自我发展的需要 (D) 以员工喜好为导向 (E) 以领导喜好为导向
16. 培训过程评价需要许多指标，以下哪项属于培训过程评价常用的指标（ ）
(A) 前后测试对比法 (B) 对比评价法 (C) 受训者的满意度 (D) 受训者出勤率 (E) 掌声次数
17. 培训效果是培训过程中学员所获得的知识、技能等应用于工作的程度。常见的评估培训效果的方法有（ ）
(A) 前后测试对比法 (B) 对比评价法 (C) 培训后一段时间，通过调查受训者的工作

- 效益来评估培训成效 (D) 实时观察受训职工的工作状况, 评定培训的成效 (E) 调查或访问受训职工的上级主管或下属, 根据所得意见来评定培训的成效
18. 绩效指标是指绩效项目的具体内容, 它可以理解为是对绩效项目的分解和细化, 例如对某一职位, 工作能力这一考核项目就可以细化为 () 等具体的指标。
(A) 分析判断能力 (B) 沟通协调能力 (C) 组织指挥能力 (D) 开拓创新能力 (E) 决策行动能力
19. 以下 () 属于绩效目标设计原则——smart cake 聪明蛋糕原则。
(A) specific (具体的、明确的) (B) measurable (可衡量的) (C) relevant (相关的) (D) attainable (可实现的) (E) time-bounded (有时间限制的)
20. 以下哪些属于绩效标准的“成本/财务”类型 ()
(A) 支出费用总额 (B) 实际费用和预算的对比 (C) 利润率 (D) 生产率 (E) 产品数量
21. 月度回顾会是由各部门填写《绩效目标月度回顾表》, 介绍月度总体目标完成情况及主要差距等, 被考核者需要 (), 最后形成月度回顾情况表。
(A) 汇报上月业绩目标完成情况 (B) 介绍下月工作计划 (C) 对各部门进行质询, 提出改进意见 (D) 对完成情况进行总结 (E) 提出对下月工作的期望与要求
22. 绩效辅导贯穿着绩效管理的全过程, 在每次进行时, 管理者都应该明确以下问题 ()
(A) 所定工作目标进展如何? (B) 哪些方面需要进一步改善和提高? (C) 员工是否在朝着既定的绩效目标前进? (D) 管理者与员工在哪些方面达成了一致? (E) 哪些方面进行得好?
23. 绩效改进的流程包括 ()
(A) 绩效诊断与分析 (B) 明确绩效改进要点 (C) 选择绩效改进方法 (D) 制定绩效改进计划 (E) 实施绩效改进计划
24. 以下哪些属于绩效改进方案的制定 ()
(A) 切合实际 (B) 计划要有时间性 (C) 计划内容要具体 (D) 计划要获得认同 (E) 绩效改进指导

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 . 企业生产经营活动对资金的需求，主要起因于资金运动过程的时间差。（ ）
- 2 . 资金是企业的命脉，决定着企业存活的时间。为了保证资金流的稳定，财务一般都会按月编制资金计划，对未来一个月的资金情况进行预估，提前预知可能存在的资金风险。（ ）
- 3 . 资金使用效率，是评价资金使用效果的一个参数，主要的两个指标是资产使用的有效性和充分性。（ ）
- 4 . 资金使用效率，是评价资金使用效果的一个参数，主要的两个指标是资产使用的有效性和充分性。其中充分性是指使用后的效果，是一种描述产出的概念（ ）
- 5 . 影响资产使用效率的因素包括表层和深层两个层面。影响资产运用效率的深层因素是主营业务收入和各营运资产占用额（ ）
- 6 . 店面成本主要是指维持店面正常运营的各项费用支出，即日常开销（ ）
- 7 . 成本预测是利用一定的科学方法，对成本水平及其变化趋势进行科学的估算。利用成本预测，可以掌握未来的成本水平及其变化趋势，有助于减少决策的盲目性，便于管理层选择最佳方案，做出正确的决策。（ ）
- 8 . 成本决策是以成本预测为基础，尽力挖掘潜力，开展价值分析，提出降低成本的各种可行性方案，然后根据有关决策理论，采取适当的决策方法，对各方案进行分析、比较、筛选、择优。（ ）
- 9 . 成本决策与成本预测紧密相连，它以成本预测为基础，是成本管理不可缺少的一项重要职能，它对于正确地制定成本计划，促使企业降低 成本，提高经济效益都具有十分重要的意义。（ ）
- 10 . 成本计划属于成本的事后管理，是企业生产经营管理的重要组成部分（ ）
- 11 . 成本的高低往往直接决定了企业的生存与发展，成本控制对每个企业来说都是管理的重点之一（ ）
- 12 . 店长进行门店成本控制时，可以从“可控制费用”和“激励约束机制”方面入手（ ）
- 13 . 企业结合自身情况，建立产品成本预算、制造费用预算、营业成本预算、期间费用预算等。属于成本控制方法中的质量成本控制（ ）
- 14 . 成本分析是利用核算及其它有关资料，对成本水平与构成的变动情况，系统研究影响成本升降的各因素及其变动的的原因，寻找降低成本的途径的分析（ ）
- 15 . 目标成本管理就是在企业预算的基础上，根据企业的经营目标，在成本预测、成本决策、测定目标成本的基础上，进行目标成本的分解、控制分析、考核、评价的一系列成本管理工作。（ ）
- 16 . 企业业绩分析是指企业在维持现有能力不变的状态下，预测其在将来变化的经营环境中所能取得的经营成果。（ ）

- 17 . 企业经济效益分析可以采用统计的、数学的等具体方法，这些方法是多种多样的，企业应该依分析目的、企业特点以及掌握资料的性质和内容来决定（ ）
- 18 . 企业预算管理是一种战略实施方式，不论采用何种模式或方法，全面预算机制与全面预算管理的出发点都立足于企业目标（ ）
- 19 . 企业预算管理目标的科学确定对于企业加强全面预算管理、提高企业效益起着先决作用（ ）
- 20 . 预算管理目标确定以后，不需要把目标分解到具体的执行部门和具体产品（ ）
- 21 . 预算编制是指预算收支计划的拟订、确定及其组织过程（ ）
- 22 . 预算编制要坚持实事求是的原则。切实做到收支计划积极稳妥，杜绝瞒报、虚报的现象。（ ）
- 23 . 固定预算又称动态预算，是根据预算期内正常的、可实现的某一业务量水平为基础来编制的预算。（ ）
- 24 . 一般而言，开店资金主要由一次性费用和日常支出费用组成（ ）

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 . 适用于企业缺乏完备准确的历史资料，依靠个人的经验和主观分析、判断能力，是资金需求量预测的哪项方法（ ）

(A) 定量预测法 (B) 定性预测法 (C) 百分比销售法 (D) 资金习性法
- 2 . 资金计划是对未来一定期间资金回流和使用情况的预测，以下哪个选项不是资金计划的目的（ ）

(A) 保证现金流的稳定 (B) 维持企业的正常运营 (C) 最大程度避免资金链断裂的风险 (D) 保证企业集权管理
- 3 . 资金使用效率的一个经济指标是总资产周转率，也称总资产利用率，它能说明企业的总资产在一定时期内（通常为一年）周转的次数。其计算公式为（ ）

(A) 总资产周转率=主营业务收入/存货平均净额 (B) 总资产周转率=主营业务成本/存货平均净额 (C) 总资产周转率=(期初总资产+期末总资产)/2 (D) 总资产周转率=销售收入/资产平均总额
- 4 . “销售收入/资产平均总额”是（ ）的计算公式

(A) 流动资产周转率 (B) 固定资产周转率 (C) 总资产周转率 (D) 存货周转率
- 5 . 以下哪项属于影响资产运用效率的表层因素（ ）

(A) 企业资产的构成及其质量 (B) 企业经营周期长短 (C) 企业所处的行业及其经营背景 (D) 各营运资产占用额

- 6 . () 是根据成本及其相关性之间的内部联系, 建立数学模型并进行分析和预测的各种方法。它包括本量利分析、投入产出分析、回归分析等。
- (A) 定量预测法 (B) 因果预测法 (C) 定性预测法 (D) 趋势预测法
- 7 . 利用一定的数学模型和方法, 按时间顺序排列相关的历史成本数据, 进行加工、计算和预测。这属于成本预测的哪种方法 ()
- (A) 定量预测法 (B) 因果预测法 (C) 定性预测法 (D) 趋势预测法
- 8 . 成本决策的方法很多, 因成本决策的内容及目的不同而采用的方法也不同。 () 是以利润作为最终的评价指标, 按照销售收入-变动成本-固定成本的模式计算利润, 由此决定方案取舍的一种决策方法。
- (A) 差量损益分析法 (B) 总额分析法 (C) 相关成本分析法 (D) 线性规划法
- 9 . () 是微分极值原理在成本决策中的应用, 此法是依据微分求导结果进行分析评价的一种决策方法。主要用于成本最小化或利润最大化等问题的决策。
- (A) 线性规划法 (B) 边际分析法 (C) 总额分析法 (D) 差量损益分析法
- 10 . 成本计划编制方式有统一编制和分级编制。以下哪项是分级编制的特点 ()
- (A) 是一种自上而下的编制方法 (B) 是一种参与性的编制方式 (C) 以企业财会部门为核心 (D) 主要适合于中小型企业或品种较少的企业
- 11 . 公司降低成本、扩大业绩后, 才会有稳固的经营基础, 才能有力量去拓展新的业务, 从而发展壮大。这表明成本控制是 ()
- (A) 抵抗内部压力的重要武器 (B) 抵抗外部压力的重要武器 (C) 公司增加利润的根本途径 (D) 公司持续发展的基础
- 12 . () 是指根据预定的质量成本目标, 对实际工作中发生的所有质量成本, 进行指导、限制和监督, 及时发现问题, 及时采取有效措施, 或不断推广先进经验, 以促进产品质量成本不断下降, 取得最佳经济效益而实施的一种管理行为。
- (A) 成本定额管理 (B) 质量成本控制 (C) 成本全员管理 (D) 全过程控制
- 13 . 在加强专业成本管理的基础上, 要求人人、事事、时时都按照定额、标准或者预算进行成本控制。是成本控制方法中的 ()

- (A) 成本预算控制 (B) 质量成本控制 (C) 成本定额管理 (D) 成本全员管理
- 14 . 在进行成本分析中可供选择的技术方法很多，企业应根据分析的目的，分析对象的特点，掌握的资料等情况确定应采用哪种方法进行成本分析。“在分析某个指标时，将与该指标相关但又不同的指标加以对比，分析其相互关系的一种方法”说的是成本分析的哪种技术方法 ()
- (A) 相关分析法 (B) 连锁替代法 (C) 对比分析法 (D) 因素分析法
- 15 . 目标成本管理体系通过竞争性的市场价格减去期望利润来确定成本目标，价格通常由市场上的竞争情况决定，而目标利润则由 () 决定。
- (A) 顾客 (B) 公司及其所在行业的财务状况 (C) 公司管理者 (D) 产品与流程团队
- 16 . “对工厂所在地的工资水平、求职申请率、采用数量、向慈善机构的捐献等情况进行计量”是指从企业生产经营的哪方面来进行企业的业绩分析 ()
- (A) 人的能力的开发 (B) 员工态度 (C) 市场地位 (D) 社会责任
- 17 . “把综合性指标分解成各个原始的因素，以便确定影响经济效益的原因”指的是经济效益分析方法中的 ()
- (A) 因素分析法 (B) 结构分析法 (C) 动态分析法 (D) 逻辑树分析法
- 18 . “近期或每年所制定的工作目标，如利润增长额或目标利润”属于企业目标在战略上的哪一基本层次 ()
- (A) 具体经营管理目标 (B) 企业基本目标 (C) 企业使命 (D) 个人使命
- 19 . 预算管理目标确定以后，要把目标分解，具体分解方法有：自主申报方法、固定比例分配法、基数法、固定发展速度法、因素分析法、倒推的方法。“把可以预见和考虑的主要因素对预算的影响确定下来，根据总的预算管理总目标，倒推出各预算责任主体的预算目标。”属于哪种分解方法 ()
- (A) 自主申报方法 (B) 倒推的方法 (C) 基数法 (D) 因素分析法
- 20 . 预算管理目标确定以后，要把目标分解，具体分解方法有：自主申报方法、固定比例

分配法、基数法、固定发展速度法、因素分析法、倒推的方法。“根据整体目标，各预算分主体或责任人根据实际能力和市场环境，自主申报自己的预算目标”属于哪种分解方法（ ）

(A) 固定比例分配法 (B) 因素分析法 (C) 基数法 (D) 自主申报方法

21 . 以下哪项不属于预算编制的原则（ ）

(A) 实事求是的原则 (B) 综合预算的原则 (C) 部门预算的原则 (D) 两上两下的原则

22 . “实施预算内外资金统筹安排”体现了预算编制的哪一项原则（ ）

(A) 坚持实事求是的原则 (B) 坚持综合预算的原则 (C) 坚持部门预算的原则 (D) 坚持零基预算的原则

23 . “一切从零开始，不考虑以前发生的费用项目和其金额”说的是以下哪项预算编制方法（ ）

(A) 固定预算 (B) 弹性预算 (C) 增量预算 (D) 零基预算

24 . 以下哪项是开店资金组成中的一次性费用（ ）

(A) 广告费 (B) 水电费 (C) 店铺货架购置费 (D) 管理费

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 . 资金需求量预测方法中的销售百分比法的预测过程包括（ ）

(A) 销售预测 (B) 计算变动比率 (C) 确定资金需求总额 (D) 资金习性法 (E) 确定所需对外筹资数额

2 . 资金计划是对未来一定期间资金回流和使用情况的预测，目的是为了（ ）

(A) 保证现金流的稳定 (B) 维持企业的正常运营 (C) 最大程度避免资金链断裂的风险 (D) 吸引顾客购物 (E) 保证企业集权管理

3 . 企业资金管理的目的是为企业创造更多经济效益。要创造更好的效益必须提高资金使用效率。主要包括以下几个方面（ ）

(A) 降低成本、费用支出 (B) 压缩库存，加速资金周转 (C) 加速结算，压缩应收账款，减少呆账坏账发生率 (D) 压缩生产资金占用 (E) 提高固定资产利用率

4 . 在财务方面衡量资金使用效率的主要指标就是资产周转率，资产周转率可以分为（ ）

(A) 总资产周转率 (B) 流动资产周转率 (C) 固定资产周转率 (D) 应收账款周转率 (E) 存货周转率

5 . 影响资产运用效率的深层因素有（ ）

- (A) 企业所处的行业及其经营背景不同 (B) 企业经营周期长短不同 (C) 企业资产的构成及其质量不同 (D) 资产管理的力度和企业采用的财务政策不同 (E) 主营业务收入不同
- 6 . 连锁店铺的日常成本构成包含以下哪些部分 ()
- (A) 工资 (B) 租赁费 (C) 物业费 (D) 水电费 (E) 暖气费
- 7 . 下列哪些属于成本预测的方法 ()
- (A) 定量预测法 (B) 定性预测法 (C) 因果预测法 (D) 随机预测法 (E) 趋势预测法
- 8 . 进行成本决策，一般需要掌握以下哪几条原则 ()
- (A) 以提高经济效益和社会效益为中心 (B) 划清可控因素和不可控因素 (C) 分析方案中各种约束条件 (D) 遵守成本效益原则 (E) 做到决策及时
- 9 . 成本决策一般可按以下基本程序进行 ()
- (A) 提出问题 (B) 确定决策目标 (C) 拟定方案 (D) 分析评价 (E) 优化选择及纳入计划
- 10 . 收集和整理资料是成本计划的基础工作。主要要收集的资料有 ()
- (A) 各项成本降低指标及有关的规定 (B) 计划期各种直接材料、直接人工的消耗定额和工时定额 (C) 材料计划价格、各部门费用预算以及劳动工资率 (D) 上期产品成本资料 (E) 费用开支标准及有关的规定
- 11 . 门店成本控制的重要性体现在 ()
- (A) 是企业增加利润的根本途径 (B) 是抵抗内外压力的重要武器 (C) 是店面持续发展的基础 (D) 只要进行成本控制，门店营业额就会持续增加 (E) 只要进行成本控制，门店就不会亏损
- 12 . 成本控制是企业主动实现扭亏增盈、增强企业竞争力和财务目标的有力武器。成本控制的方法主要包括 ()
- (A) 成本预算控制 (B) 质量成本控制 (C) 成本定额管理 (D) 成本全员管理 (E) 全过程控制
- 13 . 质量成本是指企业将产品质量保持在规定的标准上而需支出的费用，以及因未达到规定的质量标准而发生的损失两者之和。一般按发生原因不同，可以将质量成本划分为 ()
- (A) 预防成本 (B) 检验成本 (C) 内部缺陷成本 (D) 外部缺陷成本 (E) 外部质量保证成本
- 14 . 以下哪些属于成本分析的原则 ()
- (A) 全面分析与重点分析相结合 (B) 专业分析与群众分析相结合 (C) 正确对成本计划的执行情况进行评价 (D) 事后分析与事前、事中分析相结合 (E) 纵向分析与横向分析相结合
- 15 . 企业目标成本管理的实施原则包括 ()
- (A) 价格引导的成本管理 (B) 关注产品与流程设计 (C) 跨职能合作 (D) 生命周期成本削减 (E) 价值链参与
- 16 . 制定出正确的战略需要全面的分析企业的经营绩效，弄清企业的发展现状，做出综合性的分析。企业的业绩分析常常从其生产经营的几方面来进行，比如 ()
- (A) 收益力 (B) 市场地位 (C) 生产率 (D) 产品领导力 (E) 社会责任
- 17 . 分析企业的经济效益，一般从分析企业的 () 来分析。
- (A) 收益性 (B) 成长性 (C) 流动性 (D) 安全性 (E) 生产性
- 18 . 预算管理经过长期的发展，经历了起源、成长、成熟阶段，管理功能从单一的计划、

- 控制功能发展为（ ）的管理机制
- (A) 协调 (B) 激励 (C) 评价 (D) 组织学习 (E) 计划控制
19. 科学合理的企业预算管理目标有如下作用（ ）
- (A) 明确企业工作努力的方向 (B) 定性与定量的结合 (C) 沟通、协调各级责任单位和个人的工作 (D) 控制企业的日常生产经营活动 (E) 提供考评与激励各级责任单位和个人的科学依据
20. 由于预算管理在公司管理体系中的核心地位，预算管理的目标好坏有可能决定公司的发展方向和成败。具体而言，预算管理目标的确定有以下几种原则（ ）
- (A) 战略目标与现实目标的结合 (B) 理想性与现实性的结合 (C) 定性与定量的结合 (D) 整体性与具体性相结合 (E) 内部与外部相结合
21. 预算编制是指预算收支计划的拟订、确定及其组织过程。主要包括（ ）
- (A) 绩效诊断与分析 (B) 单位预算的产生 (C) 预算涵盖业务范围 (D) 汇总形成各级总预算草案 (E) 汇编国家预算
22. 预算编制的原则主要包括（ ）
- (A) 坚持实事求是的原则 (B) 坚持综合预算的原则 (C) 坚持部门预算的原则 (D) 坚持零基预算的原则 (E) 坚持一般不予调整预算的原则
23. 预算可以根据不同的预算项目，分别采用相应方法进行编制，以下哪些属于预算编制的方法（ ）
- (A) 固定预算 (B) 弹性预算 (C) 增量预算 (D) 零基预算 (E) 滚动预算
24. 投资者对开店后经营费用预估过程中，应注意的事项有（ ）
- (A) 货损应控制在 4% 以内 (B) 店员薪资总额不得超过总费用的一半 (C) 便利店总费用与销售额的比例要在 18% 以内 (以 25% 的毛利率为基础) (D) 总费用与总利润之比要维持在 80% 之内 (E) 固定费用占总费用的比例应为 85% 以上

理论知识复习题

市场开发管理

- 一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）
- 1 . 市场泛指商品交换的领域。如国际市场、国内市场，但不包括农村市场（ ）
 - 2 . 按交易对象是否具有物质实体来分类，可以分为商品市场、现货市场、期货市场（ ）
 - 3 . 按市场经营的商品以及最终用途来分类，可以分为城市市场、农村市场（ ）
 - 4 . 目标市场是指具有相同需求或特征的、公司决定为之服务的购买者群体。（ ）
 - 5 . “产品生产能调查、产品实体调查、生产供应企业调查”属于市场调查市场竞争状况调查（ ）
 - 6 . 影响企业目标市场策略的因素只有企业资源、产品特点、市场特点和竞争对手的策略四类（ ）
 - 7 . 在市场分析中，通过市场调查数据分析某一现象的结构及其组成部分的功能，然后了解这一现象本质的方法称为结构分析法（ ）
 - 8 . 市场分析报告属于调查研究报告的文体范畴。这种文体是客户经理认识市场、了解市场、掌握市场、搜集市场信息的唯一工具。（ ）
 - 9 . 商圈就是零售商吸引其顾客的地理区域，也就是来店购买商品的顾客所居住的地理范围（ ）
 - 10 . 商圈的形态是指商圈内地域的居住性质或使用性质（ ）
 - 11 . 经验法是最简单的一种商圈确定方法（ ）
 - 12 . 在同一地点，便利店的商圈和超市的商圈一样大（ ）
 - 13 . 商圈分析有大环境和小环境之分，大环境决定该区域的零售潜力，小环境决定潜在客户是否愿意光临该商店。（ ）
 - 14 . 商圈调查可以预估门店的基本顾客群（ ）
 - 15 . 商圈调查报告是全部调查成果的最终体现，调查报告的撰写和应用也是整个商圈调查过程的最后环节。（ ）
 - 16 . 便利店是满足顾客便利性需求为主要的目的的零售业态，营业面积在 10000 平方米左右，营业面积利用率高。（ ）
 - 17 . 建成一个门店并能够正常营业，必须具有足够的资产。可以把门店的各类资产分为 4 大类，即：固定资产、流动资产、无形资产、递延资产。（ ）
 - 18 . 门店递延性质的资产，是指不能计入当年损益，应当在以后年度分期摊销的各种费用（ ）
 - 19 . 投资项目的经济评价是采用一定的方法和经济参数，对项目投入产出的各种因素进行研究、分析计算和对比论证的工作（ ）
 - 20 . 门店的立地能力是经营成功的要素。所谓立地能力就是指门店周围的微环境和门店本身的因素对门店业绩的影响（ ）
 - 21 . 对门店投资项目进行可行性研究的主要目的在于为投资决策从市场、社会、技术、经济多方面提供科学依据，以提高投资决策的水平，提高项目的投资经济效益。（ ）
 - 22 . 店标指店面标识系统中可以被识别，但不能用语言表达的部分，也可以说是店面标识的图形记号。（ ）

- 23 . 门店外部周边设计时，门店的车辆可以影响社会公共车辆的运行。（ ）
- 24 . 一般来说，卖场上的动线可以分为顾客动线、销售人员动线以及管理动线三类。（ ）
- 25 商场商品陈列围绕顾客流动曲线布局，可以起到方便顾客选购，延长顾客购物时间，扩大关联商品销售的作用（ ）
- 26 所谓商品陈列布局规划，指的是运用一定的技术和方法摆布商品，展示商品，创造理想购物空间的工作。（ ）
- 27 在商店的进口处，中部或者底部不设置中央陈列架，而配置特殊陈列用的展台，这样的陈列方法叫作随机陈列法（ ）

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 . “在市场经济中，商品生产者和经营者的经济活动都是在价值规律的自发调节下追求自身的利益”说明市场具有（ ）
- (A) 流动性 (B) 自发性 (C) 盲目性 (D) 滞后性
- 2 . “市场通过价格、利率、汇率、税率等经济杠杆，对市场上从事交易活动的主体——生产者、消费者、中间商进行收益分配或再分配。”体现了市场的哪项功能（ ）
- (A) 传递信息功能 (B) 收益分配 (C) 服务功能 (D) 商品交换和价值的实现
- 3 . “小型市场、中型市场、大型市场”是市场按照（ ）进行分类
- (A) 规模大小 (B) 区域范围 (C) 交易对象是否具有物质实体 (D) 企业的角色
- 4 . 以下哪项不是设定市场调查目标的要求（ ）
- (A) 调查目标要有明确、具体的结果或成果 (B) 调查目标只需要有挑战性，不需要有可实现性 (C) 调查目标与调查主题须密切相关 (D) 调查目标不能太宽泛或太狭小
- 5 . “经济环境调查、政治环境调查、社会文化环境调查”属于市场环境调查的哪项内容（ ）
- (A) 市场营销策略调查 (B) 市场竞争状况调查 (C) 市场供给调查 (D) 市场环境调查
- 6 . 影响目标市场策略的因素有很多，以下哪项不属于影响目标市场策略的因素（ ）

- (A) 企业的资源特点 (B) 市场特点 (C) 员工之间的关系 (D) 竞争者的策略
- 7 . “选择一组相关的市场影响因素进行综合分析，确定相关商品的潜在销量”这体现了市场分析的哪种方法 ()
- (A) 比较分析法 (B) 系统分析法 (C) 直接资料法 (D) 复合因素法
- 8 . 市场分析报告具有诸多特点，以下哪项不是市场分析报告的特点 ()
- (A) 揭示规律，具有评析性 (B) 真实可靠，具有纪实性 (C) 目的模糊，没有针对性 (D) 注重调研，具有科学性
- 9 . 按照顾客购物所选择的交通方式的不同进行划分，下面哪一项不属于该范畴 ()
- (A) 徒步商圈 (B) 非机动车商圈 (C) 自行车商圈 (D) 汽车（机动车）商圈
- 10 . 商业气氛浓、商业行业集中的区域，特点为商圈大、流动人口多、热闹、人气旺、各种店铺林立。这属于哪一类型的商圈 ()
- (A) 商业区 (B) 住宅区 (C) 文教区 (D) 办公区
- 11 . 下列哪一项不属于独立调查法 ()
- (A) 直接征询法 (B) 单纯划分法 (C) 间接调查法 (D) 访问调查法
- 12 . 影响商圈形成的企业内部环境因素，不包括下列哪一项 ()
- (A) 城市规划 (B) 商店规模 (C) 商店业态 (D) 商店的市场定位
- 13 . 一般按照人口的数量规模和集聚程度进行零售商业和服务网点的配置。下列哪项说法是不正确的 ()
- (A) 5000 以下居民应设置小型超市等网点 (B) 达到 2 万居民应增加设置中型超市 (C) 达到 10 万居民应增加设置区域购物中心 (D) 达到 100 万居民应增加设置大规模的购物中心
- 14 . 下列哪一项不属于城市结构调查的内容 ()

- (A) 地域 (B) 交通 (C) 地区间销售动向 (D) 各项城市机能
- 15 . 介绍商业干道旁的建筑、行业形态及分布家数，这属于商圈调查报告的哪一步骤 ()
- (A) 用商圈简图的投影片确定商圈的分界线 (B) 介绍商圈特征 (C) 介绍人潮及交通状况 (D) 介绍消费特征与人口特性
- 16 . 仓储式商场指以经营生活资料为主的，储销一体、低价销售、提供有限服务的零售业态，其中有的采取会员制形式，只为会员服务。它的营业面积一般是 ()
- (A) 10000 平方米左右 (B) 100 平方米左右 (C) 500 平方米以内 (D) 100 平方米以内
- 17 . 流动资产一般包括现金、银行存款、短期投资、应收及预付款和存货等。以下哪项不属于流动资产中的应收及预付款项 ()
- (A) 应收账款 (B) 应收票据 (C) 预付款项 (D) 债权性证券
- 18 . 无形资产作为一种资产形式，具有其自身的价值。“企业自身摸索出的配方和制作经验等非专利技术”属于门店获得无形资产的哪种途径 ()
- (A) 购入无形资产 (B) 自创无形资产 (C) 外单位投资转入 (D) 递延资产投资
- 19 . “ $(\text{年利润总额或年平均利润总额} / \text{资本金}) \times 100\%$ ”是用来计算门店开发财务盈利能力的哪项指标 ()
- (A) 投资利税率 (B) 投资利润率 (C) 资本金利润率 (D) 销售利润率
- 20 . 以下哪项是门店立地评估中的外部环境要素 ()
- (A) 使用面积 (B) 建筑内的设施是否齐全 (C) 邻居的类别要素 (D) 合法性
- 21 . “组织机构的设计、商品组合策略、价格策略、促销策略、服务策略等”属于门店投资项目可行性研究的哪项内容 ()
- (A) 地区行业概况分析 (B) 门店选址分析 (C) 宏观投资环境分析 (D) 门店经营策略分析

- 22 . 店标作为一种门店外部设计，具有多种形态。取企业名称的字头字母组成表音标识，是哪种店标形态（ ）
- (A) 象形标识 (B) 图画标识 (C) 组字标识 (D) 表形标识
- 23 . 招牌作为一种门店外部设计规划，具有多种放置方法。“将招牌放置在商店正面两侧的墙壁上”是哪种招牌放置方法（ ）
- (A) 立式招牌 (B) 横置招牌 (C) 壁面招牌 (D) 遮幕式招牌
- 24 . “通过在卖场顾客活动区域安装视频摄像头，跟踪顾客在卖场内的行动轨迹，通过计算通道或区域的通过率、滞留率，生成卖场区域热力图，并结合销售数据，计算不同区域的购买率”这属于顾客动线的哪种调查方法（ ）
- (A) 视频分析法 (B) 人工调查法 (C) 电话采访法 (D) 个体行为跟踪法
- 25 . 以下哪项不属于商场商品陈列围绕顾客流动曲线布局的好处（ ）
- (A) 方便顾客选购 (B) 延长顾客购物时间 (C) 扩大关联商品销售 (D) 缩短顾客购物时间
- 26 . “尚未到酷日炎炎的夏季时，无袖衬衫、裙子、套裙都已早早地摆上了柜台”这体现了门店商品的哪种陈列类型（ ）
- (A) 综合配套陈列法 (B) 分类陈列法 (C) 主题陈列法 (D) 季节商品陈列法
- 27 . 门店产品陈列方法中的悬挂陈列法，一般不会用来陈列哪种商品（ ）
- (A) 糖果 (B) 头饰 (C) 水杯 (D) 袜子

三、多项选择题（选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 市场主体按购买者的购买目的和身份来划分，可以分为（ ）
- (A) 消费者市场 (B) 生产商市场 (C) 转卖者市场 (D) 政府市场 (E) 销售市场
- 2 . 市场主体按产品或服务供给方的状况（即市场上的竞争状况）分，可以分为（ ）
- (A) 农村市场 (B) 完全垄断市场 (C) 垄断竞争市场 (D) 寡头垄断市场 (E) 完全竞争市场

- 3 . 市场消费客体的性质不同，按市场经营的商品以及最终用途来分类，可以分为（ ）
(A) 生产资料市场 (B) 技术服务市场 (C) 小型市场 (D) 消费者市场 (E) 金融市场
- 4 . 目标市场调查的步骤有（ ）
(A) 明确调查目的 (B) 筹划调查项目 (C) 确定调查工具 (D) 选择调查方法 (E) 执行调查项目
- 5 . 市场调查的内容涉及市场营销活动的整个过程，以下哪些属于市场调查的内容（ ）
(A) 市场需求调查 (B) 市场供给调查 (C) 市场营销策略调查 (D) 市场竞争状况调查 (E) 市场环境调查
- 6 . 目标市场分析主要包括以下哪些方面（ ）
(A) 市场的差异性 (B) 市场的可行性 (C) 市场的实用性 (D) 市场的可达到性 (E) 市场的可衡量性
- 7 . 市场分析是对市场供需变化的各种因素及其动态、趋势的分析。以下哪些是市场分析的方法（ ）
(A) 演绎分析法 (B) 系统分析法 (C) 比较分析法 (D) 案例分析法 (E) 结构分析法
- 8 . 市场分析报告是对（ ）等调查资料所进行的分析。
(A) 行业市场规模 (B) 市场竞争 (C) 区域市场 (D) 市场走势 (E) 吸引范围
- 9 . 按照辐射范围的大小进行划分，商圈可分为哪几类（ ）
(A) 超小商圈 (B) 小商圈 (C) 中商圈 (D) 大商圈 (E) 超大商圈
- 10 . 一般来说，商圈的形态可以分为（ ）
(A) 商业区 (B) 住宅区 (C) 文教区 (D) 办公区 (E) 混合区
- 11 . 使用经验法确定商圈时，应该考注重哪些问题（ ）
(A) 根据业态设定商圈范围 (B) 根据店铺所处位置设定商圈范围 (C) 根据市场规模设定商圈范围 (D) 根据顾客购物出行方式设定商圈范围 (E) 根据顾客购物频率设定商圈范围
- 12 . 商圈规模可通过（ ）等促销手段赢得顾客
(A) 广告宣传 (B) 推销方法 (C) 服务方式 (D) 公共关系 (E) 售后服务
- 13 . 商圈分析主要考虑哪些方面的因素（ ）
(A) 人口统计分析 (B) 经济基础和购买力分析 (C) 竞争状况分析 (D) 基础设施状况分析 (E) 气候变化分析
- 14 . 生活结构调查包括哪些方面（ ）
(A) 人口结构 (B) 家庭户数构成 (C) 收入水平 (D) 消费水平 (E) 购买行为
- 15 . 商圈调查报告的内容应包括（ ）
(A) 商圈范围的确定 (B) 商圈特征的分析 (C) 人潮及交通状况的分析 (D) 本商圈的优缺点评估 (E) 日可供设店的有利地段及发展情况等
- 16 . 商业业态包括百货店、超级市场、大型综合超市、便利店、专业市场、专卖店、购物中心和仓储式商场等 8 种形式。其分类依据是零售业的（ ）等。
(A) 选址 (B) 规模 (C) 目标顾客 (D) 店堂设施 (E) 经营方式
- 17 . 门店固定资产按照所有权分类，可以分成（ ）几类。
(A) 营业用固定资产 (B) 门店自有固定资产 (C) 其他企业投资的固定资产 (D) 租入固定资产 (E) 非营业用固定资产
- 18 . 无形资产是指门店长期使用而没有实物形态，能够在门店经营中长期发挥作用的权力、技术等特殊资产。它一般包括（ ）等等。

- (A) 专利权 (B) 商标权 (C) 著作权 (D) 非专利技术 (E) 土地使用权
- 19 . 门店开发财务盈利能力分析主要考察项目的盈利水平。主要计算 () 等评价指标
 (A) 财务内部收益率 (B) 财务净现值 (C) 投资利润率 (D) 投资利税率 (E) 资本金利润率
- 20 . 门店立地评估的内部条件要素包括 ()
 (A) 是否容易找到 (B) 是否容易见到 (C) 安全性 (D) 使用面积 (E) 建筑内的设施是否齐全
- 21 . 门店投资项目可行性研究的内容主要包括以下哪几个方面 ()
 (A) 宏观投资环境分析 (B) 地区行业概况分析 (C) 门店选址分析 (D) 经济评价 (E) 门店经营策略分析
- 22 . 门店外部设计规划主要针对店铺的实体外观, 包括 ()
 (A) 店名 (B) 店门 (C) 店标 (D) 招牌 (E) 橱窗
- 23 . 门店外观规划的原则有 ()
 (A) 识别性 (B) 延展性 (C) 统一性 (D) 时代性 (E) 美观性
- 24 . 顾客动线调查方法中的人工调查法, 主要包含以下哪些步骤 ()
 (A) 成立调查小组 (B) 设计调查表 (C) 整理调查结果 (D) 结果分析 (E) 确定被调查的门店或区域
- 25 . 顾客动线的规划效益包括以下哪几项 ()
 (A) 商品销售机会增加 (B) 商品保质期延长 (C) 顾客停留时间加长 (D) 商品告知功能强化 (E) 自动入店效果
- 26 . 以下哪项属于连锁商店商品陈列基本方法中的特殊陈列法 ()
 (A) 不规则陈列法 (B) 随即陈列法 (C) 盘式陈列法 (D) 端头陈列法 (E) 岛式陈列法
- 27 . 门店商品陈列的基本要求包括 ()
 (A) 新日期产品放在前面, 旧日期产品放在后面 (B) 适应购买习惯, 便于顾客寻找选购 (C) 商品显而易见 (D) 放满陈列 (E) 商品有说明

理论知识复习题

特许经营管理

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 . 受许人是特许权的真正所有者。（ ）
- 2 . 特许人需向受许人支付特许经营费用。（ ）
- 3 . 特许经营是以经营所有权控制管理权的一种组织方式。（ ）
- 4 . 只有在商务部进行备案的自然人可以作为特许人从事特许经营活动。（ ）
- 5 . 拥有足够成为加盟商的资金就可以成为受许人。（ ）
- 6 . 加盟特许体系后，在利用总部的知名度和信誉收获了客源之后，受许人不需要过多操心了。（ ）
- 7 . 招募信息的标题必须清晰地传达了目标群体感兴趣的利益点，给出一个强有力的利益承诺点。（ ）
- 8 . 自媒体是广告平台。（ ）
- 9 . 潜在受许人不但要有良好的心理素质，还要能够承受投资风险的压力。（ ）
- 10 . 特许人通过给予特殊交易的方式吸引人们加入是一个很好的方法。（ ）
- 11 . 《加盟招商手册》是授权类文件。（ ）
- 12 . 《加盟招商手册》正文文字的内容通常不包括管理与技术诀窍。（ ）
- 13 . 签署《特许经营加盟意向书》的目的是给潜在受许人一定的时间来慎重考虑是否加盟。（ ）
- 14 . 对受许人的权限分配可以决定加盟商是否可以自己吸收新的下家以及下家的数量。（ ）
- 15 . C类加盟商经营能力强，但信誉度较低，与这类加盟商合作有一定的风险。（ ）
- 16 . 只有当总部掌握了加盟商的客户资源，才会形成对加盟体系的掌控能力，这也是最核心的资产。（ ）
- 17 . 相比签约前培训、签约后培训，运营中培训包含了更多操作类的培训。（ ）
- 18 . 大多数连锁特许总部常采用实时培训的方式作为在特许体系内推广新产品 / 服务的主要方式。（ ）
- 19 . 督导人员是现场指导人员。（ ）
- 20 . 经营亮点是门店的一些执行动作超出了总部所制定的基础的标准，并对门店的经营业绩有提升的经营创新动作。（ ）
- 21 . 在知识产权中，著作权与商标权也被统称为工业产权。（ ）
- 22 . 知识产权的集中许可是特许经营系统的核心价值之所在。（ ）
- 23 . 特许经营企业的商标虽然尚未注册，但如果经过长期的使用已经在相关公众中建立了一定的影响，也可以受到商标法有限的保护。（ ）
- 24 . 专利权具有相应的保护期。（ ）
- 25 . 受到著作权法保护的特许经营资源，在特许经营合同到期后受许人仍然可以继续复制使用。（ ）
- 26 . 特许人提供的商品如果满足“知名商品”和“特有名称、包装、装潢”的要求，可以

受到反不正当竞争法的保护，禁止他人的混淆性使用。（ ）

27 知识产权合同诉讼属于知识产权刑事诉讼。（ ）

28 知识产权诉讼程序中，庭审包括庭前准备、法庭调解和法庭辩论。（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

1 通常所说的“加盟商”是指（ ）。

(A) 特许人 (B) 受许人 (C) 特许经营总部 (D) 品牌商

2 特许经营是一种（ ）关系。

(A) 一次性 (B) 暂时性 (C) 短时限 (D) 持续性

3 特许经营以（ ）的转让为核心。

(A) 特许经营权 (B) 特许所有权 (C) 资金 (D) 特有技术

4 特许人从事特许经营活动应当拥有至少（ ）直营店，并且经营时间超过（ ）。（ ）

(A) 1 个，1 年 (B) 1 个，2 年 (C) 2 个，1 年 (D) 2 个，2 年

5 成为加盟商的路径不包括（ ）。

(A) 特许经营产品、服务的销售 (B) 特许经营权的购买 (C) 销售授权 (D) 特许商品的使用

6 加盟商决定加盟特许体系时，需要有一个心理准备：（ ）。

(A) 自我发展，要强大到不需要遵守特许体系规则 (B) 要全身心投入，有长期作战的心理准备 (C) 有总部为加盟商事事都考虑周全，自己不需要过多操心 (D) 背靠总部，省去创业的痛苦与拼搏，可以舒心

7 特许人的招募信息要素不包括（ ）。

(A) 市场趋势 (B) 盈利前景 (C) 利润承诺 (D) 招募要求

- 8 . 加盟推广的线下渠道包括（ ）。
- (A) 短视频 (B) 搜索引擎 (C) 自媒体平台 (D) 户外广告
- 9 . 特许人对有店址的潜在受许人的考察内容还应增加（ ）。
- (A) 商圈条件 (B) 总部知名度 (C) 受许人知名度 (D) 子女情况
- 10 . 许多企业展开特许经营活动的时候都想找大的、资本雄厚、熟悉行业、运作能力强的加盟商，这些加盟商属于（ ）。
- (A) 组织受许人 (B) 特殊交易的受许人 (C) 独断专行的受许人 (D) 个人素质欠佳的受许人
- 11 . 特许经营合同属于招募文件中的（ ）。
- (A) 招募信息发布类文件 (B) 授权类文件 (C) 备案类文件 (D) 经营类文件
- 12 . 加盟申请表属于（ ）的一部分。
- (A) 特许加盟授权书 (B) 单店手册 (C) 特许加盟意向书 (D) 加盟指南
- 13 . 特许经营合同可分为单店加盟合同与（ ）。
- (A) 授权加盟合同 (B) 代理特许合同 (C) 区域加盟合同 (D) 分公司加盟合同
- 14 . 对受许人的分级是根据（ ）、受许人的规模和所处地域市场情况确定级别。
- (A) 受许人的资质评估 (B) 受许人的业务经验 (C) 受许人的责任大小 (D) 受许人的加盟意愿 (E) 所处地域市场情况
- 15 . （ ）经营能力稍弱，但信誉度较高，是厂家可信赖的合作者，是重点扶植对象。
- (A) A类加盟商 (B) B类加盟商 (C) C类加盟商 (D) D类加盟商
- 16 . 在对加盟商的管理中，为保证战略的实施和目标的达成，总部（特许人）管理从战略规划到计划实施的一切过程。这种管理方法属于（ ）。

- (A) 战略管控 (B) 操作管控 (C) 财务管控 (D) 品牌管控
- 17 . 开业前培训的培训人数，一般不宜超过（ ）人。
- (A) 10 (B) 15 (C) 20 (D) 25
- 18 . 采用加盟商自学的培训方式，其缺点是（ ）。
- (A) 占用受训者的完整时间 (B) 缺乏培训者与受训者的现场互动 (C) 需要专门的培训场所 (D) 培训内容与方式高度个性化
- 19 . 特许督导的基本任务是贯彻特许总部的政策和规范，（ ）、监督和支持各加盟商的业务运行。
- (A) 指导 (B) 领导 (C) 维护 (D) 命令
- 20 . 对于门店业绩考核督导主要有三个关键指标，它们是门店营业目标完成率、投资回报周期达成率和（ ）。
- (A) 营销活动到店完成率 (B) 门店 QSC 标准检查指标 (C) 闭店率 (D) 加盟商满意度
- 21 . 在知识产权中，（ ）与商标权也被统称为工业产权。
- (A) 专利权 (B) 著作权 (C) 商业秘密 (D) 所有权
- 22 . 商业特许经营的“经营资源”具有（ ）的属性。
- (A) 商标权 (B) 知识产权 (C) 商业秘密 (D) 所有权
- 23 . 特许人如果拥有完整的商标权，就可以许可（ ）使用其商标。
- (A) 所有申请的人 (B) 自然人 (C) 专有技术人才 (D) 受许人
- 24 . 对于符合发明专利、（ ）和外观设计专利的产品，特许人可以及时将其申请为专利，

- (A) 起标识作用的图案设计 (B) 包装设计专利 (C) 专有技术专利 (D) 实用新型专利
25. 著作权的客体不包括 ()。
- (A) 口述作品 (B) 创意思想 (C) 商品装潢 (D) 摄影作品
26. 作为特许经营资源的商业秘密、专有技术应具备 ()、实用性和保密性。
- (A) 秘密性 (B) 实用性 (C) 时效性 (D) 保密性 (E) 有效性
27. 涉及假冒注册商标罪罪名的诉讼属于 ()。
- (A) 知识产权行政诉讼 (B) 知识产权民事诉讼 (C) 知识产权刑事诉讼 (D) 知识产权组织诉讼
28. 知识产权诉讼程序中，庭审包括 ()、法庭调查和法庭辩论。
- (A) 庭前准备 (B) 递交材料 (C) 法庭仲裁 (D) 法庭调解

三、多项选择题（选择两个及以上正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

1. 特许经营是指拥有 () 等经营资源的企业以合同形式将其拥有的经营资源许可其它经营者使用的经营活动。
- (A) 注册商标 (B) 专利 (C) 专有技术 (D) 商誉 (E) 企业标志
2. 特许经营企业获得成功的 3 个最重要条件是 ()。
- (A) 企业盈利 (B) 完善的特许管理体系 (C) 成功的商业模式 (D) 品牌的知名度和美誉 (E) 企业的实力
3. 特许经营是 () 的扩张。
- (A) 资本 (B) 技术 (C) 商品 (D) 商圈 (E) 品牌价值
4. 特许人从事特许经营活动应当拥有成熟的经营模式，并具备为被特许人持续提供 () 等服务的能力。
- (A) 经营指导 (B) 技术支持 (C) 资金支持 (D) 业务培训 (E) 员工支持
5. 成为加盟商的基本条件包括 ()。
- (A) 拥有足够的资金 (B) 拟定了营业场所 (C) 良好的沟通品质 (D) 有创业的勇气 (E) 与特许人有亲属关系
6. 受许人的经营意识主要体现在 ()。
- (A) 凡事尽心尽力 (B) 以创业的心态进行加盟事业 (C) 持续改进管理水平 (D) 总

- 部为加盟商事事都考虑周全 (E) 经验丰富, 强大到不需要遵守特许体系规则
- 7 . 特许人的招募信息要素包括 () 。
- (A) 市场趋势 (B) 盈利前景 (C) 利润承诺 (D) 招募要求 (E) 创始人信息
- 8 . 受许人获取加盟行业信息的常用渠道包括 () 。
- (A) 参加专业展会 (B) 浏览专业网站 (C) 召开加盟说明会 (D) 咨询专业机构 (E) 通过新闻、大众媒体
- 9 . 对受许人的评估需要从 () 方面进行考察。
- (A) 商圈条件 (B) 总部知名度 (C) 店面要求 (D) 资金实力 (E) 个人素质
- 10 . 一般不直接纳为特许经营体系的加盟商包括 () 。
- (A) 组织受许人 (B) 特殊交易的受许人 (C) 独断专行的受许人 (D) 个人素质欠佳的受许人 (E) 有较强独立性的受许人
- 11 . 加盟商招募文件包括以下哪些文件。 ()
- (A) 招募信息发布类文件 (B) 授权类文件 (C) 备案类文件 (D) 特许类文件 (E) 经营类文件
- 12 . 《加盟指南》的主要内容包括 () 。
- (A) 特许加盟申请表 (B) 单店手册 (C) 正文文字 (D) 图案 (E) 特许加盟授权书
- 13 . 国内的特许经营单店合同大致可以被分为 () 四个组成部分。
- (A) 合同引言 (B) 合同的主体部分 (C) 合同的附件部分 (D) 特许人的商标 (E) 合同中关键用语释义
- 14 . 以下正确的是 () 。
- (A) 受许人分级的目的是为了进行适当的权限分配 (B) 受许人分级的目的是为了进行预估销售额 (C) 分级是绩效评估和服务支持的基础 (D) 根据级别的不同可确定加盟商的责任大小 (E) 根据级别不同可确认加盟商服务支持的等别
- 15 . 对加盟商的甄别标准包括 () , 从中确立特许人重点发展的加盟商。
- (A) 业务经验 (B) 经营能力 (C) 市场占有率 (D) 市场信誉度 (E) 经济条件
- 16 . 对加盟商的管理包括 () 。
- (A) 战略管控 (B) 操作管控 (C) 财务管控 (D) 品牌管控 (E) 客户管控
- 17 . 在加盟商签约前, 培训的主要内容包括 () 。
- (A) 特许经营和加盟介绍 (B) 特许品牌的历史、实力 (C) 如何选择连锁总部 (D) 特许经营采购、销售规划 (E) 加盟商素质及自我评估
- 18 . 采用现场实习的培训方式, 其缺点是 () 。
- (A) 培训内容与方式高度个性化 (B) 不能保证培训内容的完整和准确 (C) 培训内容高度一致, 可多次重复 (D) 成本低、容易实施 (E) 培训资料不能及时进行更新与调整
- 19 . 特许总部督导人员职责包括 () 。
- (A) 维护公司营运标准 (B) 营运指导与顾问 (C) 财务管理 (D) 人力资源管理 (E) 信息沟通
- 20 . 督导的评价体系指标主要包括 () 。
- (A) 门店业绩指标 (B) 门店 QSC 标准检查指标 (C) 营销活动宣贯执行指标 (D) 市场信息、经营亮点收集数 (E) 现场经营辅导指标
- 21 . 最主要的三种知识产权是 () 。
- (A) 商标权 (B) 著作权 (C) 商业秘密 (D) 所有权 (E) 专利权

- 22 . 特许经营知识产权的许可主要包括为（ ）等。
 (A) 特许经营著作权许可 (B) 特许经营商标权许可 (C) 特许经营商业秘密许可 (D) 特许经营所有权许可 (E) 特许经营专利权许可
- 23 . 注册商标可以分为（ ）。
 (A) 商品商标 (B) 服务商标 (C) 集体商标 (D) 证明商标 (E) 专业商标
- 24 . 对于符合（ ）的产品，特许人可以及时将其申请为专利，
 (A) 起标识作用的图案设计 (B) 发明专利 (C) 专有技术 (D) 实用新型专利 (E) 外观设计专利
- 25 . 著作权法保护的特许经营资源包括（ ）。
 (A) 特许经营操作手册、业务培训资料 (B) 广告用语、各种宣传资料 (C) 装修设计图、店面设计 (D) 计算机软件 (E) 商业外观
- 26 . 作为特许经营资源的商业秘密、专有技术应具备如下条件：（ ）。
 (A) 秘密性 (B) 实用性 (C) 时效性 (D) 保密性 (E) 有效性
- 27 . 知识产权诉讼的特点包括（ ）。
 (A) 诉讼主体广泛 (B) 诉讼时间长 (C) 诉讼法律关系复杂 (D) 诉讼争点专业技术性强 (E) 诉讼费用高
- 28 . 知识产权诉讼程序的完整流程包括（ ）。
 (A) 起诉 (B) 法院进行审查 (C) 安排日期开庭 (D) 开庭审理 (E) 宣判

理论知识考试模拟试卷及答案

连锁经营管理师（二级）理论知识试卷

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

	一	二	总分
得分			

得分	
评分人	

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

- 1 . 职业道德是从事一定职业的人在职业活动中所应遵循的道德原则和行为规范的总和。（ ）
- 2 . 企业员工不用熟悉本单位的疏散路线。（ ）
- 3 . 一般地讲，减排必定节能，而节能却未必减排。（ ）
- 4 . 《中华人民共和国劳动法》于 1996 年 1 月 1 日起施行。（ ）
- 5 . 对于非注册商标，商标法和反不正当竞争法均不予保护。（ ）
- 6 . 品类角色是品类管理所研究的对象。（ ）
- 7 . 好的货架空间管理，不仅能吸引顾客，减少产品库存可能性，而且在降低经营成本的同时能够增加商店的销售收入。（ ）
- 8 . 人流贡献型商户是主要的租金承载方，对于该类商户，一定尽力储备并快速签约。（ ）
- 9 . 采购费用与订货次数呈正比，因此若采购费用大，应考虑减少订货次数。（ ）
- 10 . 消费者调查是指对消费者在购买动机、购买模式、购买决策过程等方面所进行的调查活动。（ ）
- 11 . 公关活动传播指的是企业为了实现公关目标，运用媒介等传播途径进行单向信息交流传播的全过程。（ ）
- 12 . 损耗的最小化是提高经营绩效的一条捷径，同样也是门店营运与管理的主要目标之一。（ ）
- 13 . 地堆、冷柜、货架属周清、日清，严格按照清洁计划打扫（ ）
- 14 . 顾客投诉意见处理的基本原则是：妥善处理每一位顾客的不满与投诉，并且在情绪上使之觉得受到尊重。（ ）
- 15 . 整个门店的安全作业以及设备的完善与否，与员工的身体健康和生命安全并不相关。（ ）

- 16 . 被抢之店往往不会再度成为歹徒目标，故不需要针对事前防范之各项重点，改进原有的缺陷（ ）
- 17 . 不同的舆情危机处理方式会给企业带来截然不同的结果（ ）
- 18 . 广义上讲，信息系统是任何系统中信息流的总和，是对信息进行采集、处理、存储、管理、检索和传输。（ ）
- 19 . 一个优秀的团队总是伴随着优秀的团队文化，文化是企业凝聚力和持续发展的根本所在（ ）
- 20 . 绩效辅导仅仅在管理的开始和结束，并非贯穿于绩效管理的始终。（ ）
- 21 . 企业生产经营活动对资金的需求，主要起因于资金运动过程的时间差。（ ）
- 22 . 市场泛指商品交换的领域。如国际市场、国内市场，但不包括农村市场（ ）
- 23 . 商圈就是零售商吸引其顾客的地理区域，也就是来店购买商品的顾客所居住的地理范围（ ）
- 24 . 特许人通过给予特殊交易的方式吸引人们加入是一个很好的方法。（ ）
- 25 . 相比签约前培训、签约后培训，运营中培训包含了更多操作类的培训。（ ）

得 分	
评分人	

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

- 1 . 在内容方面，职业道德总是要鲜明地表达职业义务、（ ）以及职业行为上的道德准则。
(A) 职业责任 (B) 职业要求 (C) 职业选择 (D) 职业价值
- 2 . 职业守则的特点包括（ ）、约束性和完整性。
(A) 法律性 (B) 强制性 (C) 普遍性 (D) 原则性
- 3 . 食品安全的含义包括（ ）、食品质量和食品可持续安全。
(A) 食品包装安全 (B) 食品数量安全 (C) 食品陈列安全 (D) 食品生产安全
- 4 . 企业应该保护的信息包括核心技术、客户资料和（ ）。
(A) 员工名单 (B) 注册资本 (C) 财务数据 (D) 经营范围
- 5 . 运输过程中的燃油消耗和（ ），是物流活动造成环境污染的主要原因之一。
(A) 绕道运输 (B) 装载率低 (C) 废弃物物流 (D) 尾气排放
- 6 . 民事主体从事民事活动，按照自己的意思设立、变更、终止民事法律关系，这是遵循了（ ）。
(A) 公平原则 (B) 诚信原则 (C) 平等原则 (D) 自愿原则
- 7 . 直接涉及劳动者切身利益的规章制度和重大事项实施过程中，工会或者职工认为不适当的，有权（ ）。
(A) 不遵照执行 (B) 宣布废止 (C) 请求劳动行政部门给予用人单位处罚 (D) 向用人单位提出，通过协商予以修改完善
- 8 . 《产品质量法》所称的产品是指经过加工、制作，（ ）的产品。
(A) 正在使用 (B) 处于运输中 (C) 储存中 (D) 用于销售
- 9 . 商品结构是由类别和（ ）组合起来的。
(A) 种类 (B) 单品 (C) 项目 (D) 规格

- 10 . 品类管理的基本单元是按一定标准确立的（ ）。
- (A) 商品品类 (B) 某个单品 (C) 某个商品品牌 (D) 某类价格带商品
- 11 . 在顾客动线的顾客流动量测算方法中，（ ）在门店开业前商品陈列点的选择较为常用。
- (A) 实测法 (B) 数学方法 (C) 评估法 (D) 调查法
- 12 . （ ）与顾客满意度、顾客忠诚度有关。
- (A) 客单价 (B) 客流量 (C) 商品周转率 (D) 重复购买率
- 13 . 做好招商规划的首要问题就是明确（ ）。
- (A) 商户的盈利能力 (B) 商户的知名度 (C) 项目定位 (D) 业态规划
- 14 . 购物中心的招商目标要能够在功能和形式上做到（ ），也就是说市场有一定承受力，不能盲目招同一品类的店进入。
- (A) 同业互补 (B) 同业差异 (C) 异业差异 (D) 异业互补
- 15 . 不断根据市场变化选择新的、有发展潜力的进货渠道，这种采购渠道是指（ ）。
- (A) 固定渠道 (B) 区域渠道 (C) 直接渠道 (D) 动态渠道
- 16 . 制定商品采购计划中，最后一个决策是（ ）。
- (A) 采购商品的种类 (B) 商品储存的地点 (C) 采购商品的数量 (D) 采购商品的时机
- 17 . 在零售企业对供应商的分级管理中，新供应商引入时一般分级为（ ），需要磨合期。
- (A) 核心供应商 (B) 一般供应商 (C) 优选供应商 (D) 受限供应商
- 18 . 库存计划包括确定（ ）以及订货的数量。
- (A) 订货的时间 (B) 订货的品类 (C) 订货的价格 (D) 订货的利润
- 19 . 库存结构一般都会从库存商品层次控制和（ ）去入手分析。
- (A) 库存商品数量控制 (B) 销售结构分类管理 (C) 库存商品价格控制 (D) 库存商品种类控制
- 20 . 安全库存量的大小取决于很多因素，但不包括（ ）。
- (A) 缺货成本 (B) 库存持有成本 (C) 顾客服务水平 (D) 运输成本
- 21 . 在广告策划书中，广告效果预测部分所提出的广告活动预计可能达到的目标应与（ ）规定的任务和提出的目标相一致。
- (A) “前言”部分 (B) “市场分析”部分 (C) “广告战略或广告重点”部分 (D) “广告对象和广告诉求”部分
- 22 . （ ）是一种高规格、有组织的品牌公关宣传方法。
- (A) 发布会 (B) 座谈会、论坛 (C) 晚会 (D) 路演
- 23 . 一项营销策划一般涉及两个组成部分，即现有的营销环境分析和（ ）的设计。
- (A) 市场细分 (B) 营销策略 (C) 营销概念 (D) 竞争对手分析
- 24 . 营销策划效果评价指标中，（ ）是分析企业竞争状况的重要指标。
- (A) 盈亏状况 (B) 销售增长率 (C) 相对市场占有率 (D) 市场占有率
- 25 . 视觉营销有三大要素，分别是语言、（ ）和版式。
- (A) 文字 (B) 音乐 (C) 图形 (D) 色彩
- 26 . 门店营运与管理标准的展开与实施，其中包括（ ）
- (A) 控制商品缺货率 (B) 建立完整的培训系统 (C) 控制服务质量 (D) 处理顾客投诉意见
- 27 . 以下（ ）不存在产品质量问题，可以继续售卖

- (A) 遭灰尘严重沾污的商品 (B) 真空包装遭破坏的商品 (C) 过期商品、有变质现象的商品 (D) 厂商已更改包装的新包装商品
28. 以下 () 不属于接触搭话可采用的方法。
(A) 打招呼法 (B) 介绍商品法 (C) 突兀询问法 (D) 服务性接近法
29. 服务台提供咨询、导购服务, 对于顾客的任何询问, 应 ()。
(A) 漫不经心地回答 (B) 可以给出让顾客不满意的答复 (C) 在耐心的聆听之后, 给予具体的回答 (D) 用手随手一指
30. 顾客投诉意见的主要类型不包括 ()
(A) 对商品的投诉 (B) 对服务的投诉 (C) 对安全和环境的投诉 (D) 对营业时间的投诉
31. 为与顾客建立关系采用例行性访问, 其特点是 ()
(A) 无主题 (B) 采用调查问题询问表 (C) 主题广泛 (D) 按问题重要性排序
32. 为了掌握顾客活动管理的重要资料, 与顾客建立长久关系, 顾客档案的建立是店长必行的日常作业。其中包括 ()
(A) 员工出勤情况 (B) 员工工作效率 (C) 建立顾客管理制度 (D) 员工服务
33. 以下 () 属于安全管理小组人员
(A) 收银组 (B) 导购组 (C) 保洁组 (D) 救灾组
34. 以下哪项属于消防安全管理的事先预防阶段 ()
(A) 事件损失评估、检讨并提出整改措施 (B) 清点财物的损失, 并编列清单 (C) 将受伤的顾客及员工立即送医院 (D) 店内勿放易燃物
35. 危机处理的原则不包括 ()
(A) 及时性原则 (B) 全面性原则 (C) 灵活性原则 (D) 感性原则
36. 突发事件按照其性质、严重程度、可控性和影响范围等因素, 一般分为四级, 下列哪一项不属于其范畴。 ()
(A) I 级 (特别重大) (B) II 级 (重大) (C) III 级 (较大) (D) V 级 (一般)
37. 从舆情危机产生原因分类, 主要有三种。下列哪一项不属于该范畴 ()
(A) 由不可抗力引发的危机 (B) 自身过失引发的危机 (C) 自身故意引发的危机 (D) 形象及公信力受损的危机
38. 综合反映特定单品的门店销售状况的 POS 数据, 并集成关于特定食品及为准备这些食品所需材料的数据进行食品加工的规划, 以保证顾客采购特定食品时有现货并且是新鲜的。这属于供应系统的哪个程序 ()
(A) 收货验货程序 (B) 库存管理应用程序 (C) 商品规划应用程序 (D) 数据自动收集系统
39. 一个完整、有效的 CRM 系统包含多个子系统, 以下哪个子系统不属于 CRM 系统 ()
(A) 客户管理合作系统 (B) 业务操作管理系统 (C) 数据分析管理系统 (D) 工作人员管理系统
40. “报告、备忘录、信件、文件、内部期刊、布告” 属于哪种沟通方式 ()
(A) 非语言沟通 (B) 书面沟通 (C) 电子媒介 (D) 口头沟通
41. () 是一个组织的基本理念和信仰, 构成了企业文化的核心。
(A) 企业环境 (B) 企业价值观 (C) 企业精神 (D) 企业礼仪
42. 以下哪项属于企业文化外传播的通道 ()

- (A) 企业神话、企业英雄的种种传说、奇闻轶事等 (B) 企业培训、选拔、考核、激励制度的制定与实施 (C) 成熟、成型企业文化的示范传播 (D) 企业家及管理者对下属的要求及个人行为、作风等
43. 在界定部门职责时, 要注意 ()
- (A) 按职责的关键程度自下而上排序 (B) 将两条以上的职责放在一项描述内 (C) 关键职责不超过三条 (D) 职责越多越好
44. 绩效项目是指绩效的纬度, 也就是说要从哪些方面来对员工的绩效进行考核, 根据绩效的含义, 绩效的纬度, 即绩效考核项目有三个, 以下哪项不属于绩效考核项目 ()
- (A) 绩效指标 (B) 工作业绩 (C) 工作能力 (D) 工作态度
45. “管理者必须使员工明白绩效改进工作的目的和意义, 消除员工的疑惑和顾虑, 争取员工的支持”体现了绩效改进计划制定的 ()
- (A) 计划要有时间性 (B) 计划要获得认同 (C) 切合实际 (D) 计划内容要具体
46. “销售收入/资产平均总额”是 () 的计算公式
- (A) 流动资产周转率 (B) 固定资产周转率 (C) 总资产周转率 (D) 存货周转率
47. () 是根据成本及其相关性之间的内部联系, 建立数学模型并进行分析和预测的各种方法。它包括本量利分析、投入产出分析、回归分析等。
- (A) 定量预测法 (B) 因果预测法 (C) 定性预测法 (D) 趋势预测法
48. 成本计划编制方式有统一编制和分级编制。以下哪项是分级编制的特点 ()
- (A) 是一种自上而下的编制方法 (B) 是一种参与性的编制方式 (C) 以企业财会部门为核心 (D) 主要适合于中小型企业或品种较少的企业
49. “把综合性指标分解成各个原始的因素, 以便确定影响经济效益的原因”指的是经济效益分析方法中的 ()
- (A) 因素分析法 (B) 结构分析法 (C) 动态分析法 (D) 逻辑树分析法
50. 以下哪项是开店资金组成中的一次性费用 ()
- (A) 广告费 (B) 水电费 (C) 店铺货架购置费 (D) 管理费
51. 以下哪项不是设定市场调查目标的要求 ()
- (A) 调查目标要有明确、具体的结果或成果 (B) 调查目标只需要有挑战性, 不需要有可实现性 (C) 调查目标与调查主题须密切相关 (D) 调查目标不能太宽泛或太狭小
52. 店标作为一种门店外部设计, 具有多种形态。取企业名称的字头字母组成表音标识, 是哪种店标形态 ()
- (A) 象形标识 (B) 图画标识 (C) 组字标识 (D) 表形标识
53. 加盟申请表属于 () 的一部分。
- (A) 特许加盟授权书 (B) 单店手册 (C) 特许加盟意向书 (D) 加盟指南
54. 特许督导的基本任务是贯彻特许总部的政策和规范, ()、监督和支持各加盟商的业务运行。
- (A) 指导 (B) 领导 (C) 维护 (D) 命令
55. 商业特许经营的“经营资源”具有 () 的属性。

(A) 商标权 (B) 知识产权 (C) 商业秘密 (D) 所有权

得 分	
评分人	

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

1. 职业纪律的三个方面包括（ ）。

(A) 服务纪律 (B) 劳动纪律 (C) 财经纪律 (D) 群众纪律 (E) 领导纪律
2. 特许经营合同应当包括（ ）等内容。

(A) 特许人、被特许人的基本情况 (B) 特许经营的内容、期限 (C) 特许经营费用的种类、金额及其支付方式 (D) 经营指导、技术支持以及业务培训等服务的具体内容和提供方式 (E) 违约责任
3. 采购组织设计应遵循的原则包括（ ）。

(A) 精简的原则 (B) 责、权、利相结合的原则 (C) 协调的原则 (D) 统一的原则 (E) 高效的原则
4. 按心理变量细分市场是指根据购买者（ ）等因素细分市场。

(A) 所处的社会阶层 (B) 家庭生命周期 (C) 生活方式 (D) 个性特点 (E) 家庭规模
5. 一般来说，不管门店采用何种销售方式，都必须极力避免顾客动线与门店销售人员动线的交叉。卖场上顾客通道的宽度视连锁企业业态模式的不同而有所不同，应该根据（ ）来确定。

(A) 各连锁企业门店的业态类型 (B) 门店内销售商品的性质 (C) 门店内销售商品的种类 (D) 顾客的人流和数量 (E) 店长的喜好
6. 第三方电子商务平台的盈利模式主要有（ ）

(A) 会员费 (B) 广告费 (C) 竞价排名 (D) 增值服务 (E) 商务合作
7. 有效的培训体系应当具有以下特征（ ）

(A) 以企业战略为导向 (B) 着眼于企业核心需求 (C) 充分考虑员工的自我发展的需要 (D) 以员工喜好为导向 (E) 以领导喜好为导向
8. 科学合理的企业预算管理目标有如下作用（ ）

(A) 明确企业工作努力的方向 (B) 定性与定量的结合 (C) 沟通、协调各级责任单位和个人的工作 (D) 控制企业的日常生产经营活动 (E) 提供考评与激励各级责任单位和个人的科学依据
9. 门店固定资产按照所有权分类，可以分成（ ）几类。

(A) 营业用固定资产 (B) 门店自有固定资产 (C) 其他企业投资的固定资产 (D) 租入固定资产 (E) 非营业用固定资产
10. 特许经营是指拥有（ ）等经营资源的企业以合同形式将其拥有的经营资源许可其它经营者使用的经营活动。

(A) 注册商标 (B) 专利 (C) 专有技术 (D) 商誉 (E) 企业标志

连锁经营管理师（二级）理论知识试卷答案

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

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

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

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

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

- | | | | | | |
|--------|----------|---------|----------|---------|----------|
| 1. BCD | 2. ABCDE | 3. ABDE | 4. ACD | 5. ABCD | 6. ABCDE |
| 7. ABC | 8. ACDE | 9. BCD | 10. ABCE | | |