**工商管理类专业技能测试样卷**

注：样卷（样题）只供考生作参考，不具有任何内容导向。请考生遵循考生大纲进行备考。考生形式为机试，请考生同时关注后续官方发布的练习网址。

**一、单项选择题（第1题～30题。选择一个正确的答案，将对应的字母填入题内的括号中。每题4分，满分120分）**

1.职业生涯规划的前提是（ ）。

A、确定职业发展的目标 B、认识自我

C、努力学习和工作 D、挖掘个人的潜能

2.以下不利于树立正确的就业观的是（ ）。

A、关注市场需求和行业发展趋势，了解就业形势

B、把工资待遇放在第一位，不考虑自己的职业发展前景和个人成长

C、重视个人兴趣和职业发展方向，不断调整自己的职业目标 D、积极参与社会实践和志愿者活动，增加工作经验和人脉资源

3.下列关于根据职业选择进行专业知识学习的描述，不正确的是（ ）。

A、职业选择是学习专业知识的前提和基础

B、学习专业知识是实现职业发展的必要条件

C、只有具备了足够的专业知识，才能在职场中获得成功

D、学习专业知识不需要考虑市场需求和职业发展趋势

4.以下不属于职业观基本要素的是（ ）。

A、赚更多的钱 B、维持生活

C、发展个性 D、承担社会义务

5.日常生活中所见到的广告属于4P策略中的（ ）。

A、产品策略 B、渠道策略

C、促销策略 D、价格策略

6.在SWOT分析法中,“T”代表的是（ ）。

A、优势 B、劣势

C、机会 D、威胁

7.以下关于消费者满意度的描述，不正确的是（ ）。

A、满意度是一种影响态度的情感反应

B、满意度是一种对产品或服务性能的评价

C、当消费者没有达到最初期望时，满意度会降低

D、满意度即为忠诚度

8.在下列消费需求中，属于最基础层次需求的是（ ）。

A、生理需求 B、安全需求

C、归属需求 D、自尊需求

9.以下不属于促销活动作用的是（ ）。

A、提升店铺人气 B、为新品销售做预热

C、维护老顾客 D、降低获客成本

10.为了解江西省老年人的身体健康状况，以下适合作为抽样调查样本的是（ ）。

A、100位女性老人

B、庐山脚下100位老人

C、在该省范围内城市和乡镇选10个点，每个点任选10位老人

D、在全国范围内随机选100位老人

11.“酒香不怕巷子深”这句话体现的营销观念是（ ）。

A、生产观念 B、产品观念

C、推销观念 D、社会营销观念

12.Excel主界面窗口中编辑栏上的“fx”按钮是用来向单元格插入（ ）。

A、文字 B、数字

C、公式 D、函数

13.在输入文字时，切换输入法应按（ ）。

A、Shift键 B、Ctrl+Shift键

C、Alt键 D、Enter键

14.若在散点图中，一个变量的取值随另一个变量的增大而减小，则这两个变量之间的关系为（ ）。

A、正相关 B、负相关

C、无相关 D、非线性相关

15.以下不属于信息表现形式的是（ ）。

A、图像 B、声音

C、网络 D、文字

16.下列哪项不属于商品采购流程中的环节？（ ）

A、产品设计 B、编制商品采购计划

C、确定货源 D、验收入库

17.竞争导向定价法主要是基于（）来定价。

A、竞争状况 B、品牌价值

C、商品成本 D、市场需求

18.促销活动中，（）对消费者购买决策的影响最大。

A、店铺位置 B、价格折扣

C、商品包装 D、售后服务

19.陈列商品的艺术性原则的目的是（ ）。

A、排除危险陈列 B、保持干净整洁

C、令消费者身心愉悦，激发购买 D、易于被顾客看到

20.互联网营销内容创作的标题中应避免使用哪种类型的词语？（ ）

A、明确的行动号召 B、过度夸张的形容词

C、简洁明了的叙述 D、专业术语

21.在关键词竞价排名中，以下对排名的影响最大的因素是（ ）。

A、关键词的搜索量 B、关键词的匹配方式

C、内容的质量和相关性 D、关键词的出价

22.在平台运营中，可以帮助我们判断营销活动的有效性的数据是（ ）。

A、广告曝光次数 B、用户评论数

C、转化率 D、用户投诉率

23.在数字互动营销中，以下哪个做法违反了客户数据规范使用原则？（ ）

A、对客户数据进行清洗和整合

B、将客户数据用于市场调研和分析

C、将客户数据用于个性化推荐和定制化服务

D、将客户数据用于非法目的或未经客户同意的商业行为

24.小明以99元的价格购买了A公司的净化器，使用后发现效果非常好，远远超出了自己的心理预期，于是主动跟亲戚朋友推荐。这属于口碑式裂变营销方式中的（ ）。

A、经验性口碑营销 B、继发性口碑营销

C、网络口碑营销 D、数字化口碑营销

25.在制定搜索平台推广账户的预算时，以下建议中合理的是（ ）。

A、根据竞争对手的预算进行调整

B、尽可能设置高预算以获得更多曝光

C、根据实际需求和预期效果进行合理预算分配

D、不设置预算，让系统自动优化

26.信息流推广中可以使用兴趣分类的方式进行定向，下面属于兴趣分类标签的是（ ）。

A、北京 B、金融财经

C、已婚 D、18~25岁

27.目标客户在购买行为中扮演了五种不同的角色：发起者、影响者、决策者、购买者和使用者，一般情况下，决策者的地位最重要，而（ ）对所需购买的商品有临场决定的权力。

A、发起者 B、影响者

C、购买者 D、使用者

28.数字互动营销中，针对哪个生命周期阶段的客户应该实施挽回策略（ ）。

A、潜在客户 B、新客户

C、成熟客户 D、流失客户

29.在数字互动营销中，以下哪个指标常用于衡量客户在一定时间内与品牌或平台互动的频率（ ）。

A、月活跃用户数 B、转化率

C、曝光量 D、注册用户数

30.根据目标客户洞察方法，匹克公司使用CLV模型分析目标客户，本年度客户生命周期长度为12个月，客户平均每次消费为200元，客户平均消费周期为3个月，则客户生命周期价值为（ ）。

A、200元 B、50元

C、800元 D、1200元

**二、多项选择题（第31题~36题。选择多个正确的答案，将对应的字母填入题内的括号中。多选、少选、错选均不得分。每题5分，满分30分）**

31.以下属于提升工作效率方法的是（ ）。

A、制定合理的学习计划 B、学会优先处理重要任务

C、避免与他人的沟通和合作 D、有效利用工具和资源

32.分销渠道的构成要素包括（ ）。

A、生产者 B、中间商

C、消费者 D、竞争者

33.关于Word中的图片布局，以下说法正确的是（ ）。

A、可以将图片设置为文字环绕

B、可以将图片设置为浮于文字上方

C、可以将图片设置为衬于文字下方

D、可以将图片设置为固定在页面中央

34.以下不属于数字化学习工具的是（ ）。

A、纸质教材 B、期刊杂志

C、黑板报 D、思维导图软件

35.在市场调查方案设计中，调查主题与任务的确定应该遵循的原则有（ ）。

A、随意性原则 B、针对性与可操作性原则

C、科学性与可行性原则 D、全面性与经济性原则

36.在数字互动营销中，RFM模型与下列哪些指标相关（ ）。

A、最近一次消费 B、首次消费

C、消费频率 D、消费金额

**三、判断题（第37题～46题。将判断结果填入括号中。正确的填“✓”，错误的填“×”。每题3分，满分30分）**

37.职业环境和行业环境是相同的。（ ）

38.职业生涯是一个动态发展的过程。（ ）

39.产品的价值取决于市场需求，与生产成本无关。（ ）

40.软件窗口的右上角“×”按钮通常是用来最小化窗口的。（ ）

41.学校的纸质教材属于数字化学习工具。（ ）

42.地区定价策略主要考虑地区间的运输成本和市场需求。（ ）

43.目标网页的质量在搜索平台内容推广中对广告排名没有影响，因此不需要进行优化。（ ）

44.目标受众的兴趣属性一旦确定，就可以长期使用，无需更新。（ ）

45.客户价值是客户分层的重要参考指标。常用的客户生命周期模型和RFM模型等都是依据客户价值的高低进行分层的。（ ）

46.口碑营销主要依靠广告宣传来传播信息。（ ）

**四、案例分析题（第47题~49题。每题10分，满分30分）**

47.智升电子准备对近期已上市的新款手机进行详细的产品分析，以便对该手机的整体市场表现进行评估，具体产品和销售情况，如下表所示：

产品信息表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 品牌名称 | 智升电子 | 产品名称 | 高端游戏智能手机 |
| 内存 | 8G | 颜色 | 黑色、白色、蓝色 |
| 处理器 | 高性能处理器 | 存储 | 512GB |
| 屏幕尺寸 | 6.5英寸 | 重量 | 超薄 |
| 分辨率 | 超清 | 适用场景 | 游戏、摄影、旅游 |
| 适用人群 | 16-28岁 |  |  |

手机销售情况表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 月份 | 销量（部） | 销售额（元） |
| 6月 | 914 | 2744632 |
| 7月 | 1185 | 3557580 |
| 8月 | 1206 | 3617600 |

（1）该款手机所属的商品类目为（ ）。（3分）

A、手机数码配件类-手机及配件

B、服装鞋帽箱包类-运动服饰

C、电脑数码配件类-电脑及配件

D、服装鞋帽箱包类-鞋靴

（2）以下最有可能属于该款手机目标消费者的是（ ）。（3分）

A、喜欢跳广场舞的中年女士

B、追求时尚的大三男生

C、小区下象棋的大爷

D、家有小学生的宝妈

（3）8月份，该新款手机的销量最高，最有可能的原因是（ ）。（4分）

A、店铺举办双十一打折促销活动

B、开学季销量大

C、店铺在9月加强了该新款手机的营销力度

D、新生产工艺提高了该新款手机的产量

48.辰星电商公司主要售卖家居类目的产品，自本月以来，该公司的小夜灯销量一直呈现下跌趋势。市场部负责人王瑞为了更好地了解小夜灯链接在本季度的具体表现情况，需要选择合适的检索方式，快速检索到所需信息进行分析并找到问题所在。

（1）为了保证小夜灯商品信息的专业性，提高小夜灯商品链接的整体质量，王瑞还计划查找相关专业文献为自身小夜灯添加更多专业性的描述信息。他准备借助专业的文献平台，借助分类检索的方式查找相关信息。以下分类检索的类型中，最适合帮助王瑞快速检索到所需文献信息的是（ ）。（3分）

A、按出版国家进行排列的文献类型

B、按价格排列的文献类型

C、按语言进行排列的文献类型

D、按专业性进行排列的文献类型

（2）王瑞通过调查发现在同一电商平台内，不同的小夜灯竞品链接在商品名称的编写上各不相同，但是其中某些词汇相较于其他词出现频率会比较高。王瑞决定借助第三方信息检索工具，选择（ ）的方式，查找出竞品小夜灯中常用的词汇。（3分）

A、音频检索

B、图像检索

C、关键词检索

D、引文检索

（3）带有组装说明视频的商品链接往往整体质量较高，王瑞在进行小夜灯竞品调研时希望通过检索工具筛选出这类高质量的竞品小夜灯的商品链接进行调研。以下检索方式中可以帮助王瑞高效得到此类链接信息的是（ ）。（4分）

A、关键词检索

B、事实检索

C、引文检索

D、视频检索

49.在“618”来临之际，小米官方线上旗舰店推出夏季酬宾活动，活动主题为“夏季酬宾，美好不停歇”，旨在向目标受众传达共创美好未来的真诚愿望。小米市场部计划利用数字媒体进行活动推广。推广部的周义需要设计推广H5页面，获取用户线索。活动详情如下：

活动时间：2023年5月30日-2023年6月25日

活动内容：

①全店满减：满1000元商品减50元；满2000元商品减200元；满3000元商品减250元。

②赠品：在旗舰店内购买任意手机产品，可以获得赠品，赠品为小米支架式自拍杆、小米活塞耳机二选一。

请根据以上内容，回答下列问题：

（1）在设计小米官方线上旗舰店的夏季酬宾活动H5页面时，哪些元素是文案设计与排版中应该考虑的？（ ）（3分）

A、活动主题的突出显示

B、优惠信息的清晰罗列

C、赠品图片的精美展示

D、品牌Logo的巧妙融入

（2）在设计小米官方线上旗舰店的夏季酬宾活动H5页面时，为了提升用户体验，应该使用复杂的页面切换动画效果。（ ）（2分）

A、正确

B、错误

（3）在小米官方线上旗舰店的夏季酬宾活动H5页面中，行动转化按钮应设置为不醒目的颜色，以避免打扰用户浏览。（ ）（2分）

A、正确

B、错误

（4）考虑到小米品牌的年轻、时尚、科技感以及夏季活动的清新、活力特点，（ ）风格最符合本次活动的要求。（3分）

A、热烈奔放：使用鲜艳的色彩和大胆的图形设计，用红色展现的热情和活力。

B、清新简约：采用浅色背景、简洁的排版，营造轻松愉快的夏日氛围，同时突出小米产品的时尚感。

C、科幻未来：使用前卫和冷色调的风格，用黑色、深蓝色突出宇宙的深邃。

D、复古怀旧：使用80年代画风，用暖色调勾勒怀旧气息。

**五、模拟实操题（第50题~53题。每题10分，满分40分）**

50.轻盈饮食公司，始终坚守着为消费者提供健康、美味且低卡路里减肥食品的承诺。我们深信，科学的饮食理念与健康的生活方式相结合，能够为追求健康的人们带来最佳的生活态度。近期，公司根据市场调研的结果，对三款产品进行了升级。为了确保产品具有价格竞争力，又能够充分体现出产品的价值和品质，公司决定采用成本加成的定价方法，对这三款升级产品进行定价。具体产品成本信息，如下表所示：

产品成本信息

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 产品名称 | 生产成本（元） | 营销成本（元） | 物流成本（元） | 仓储成本（元） |
| 全麦面包 | 0.8 | 1.1 | 1.2 | 0.6 |
| 魔芋面 | 1.0 | 0.6 | 1.0 | 0.8 |
| 鸡胸肉干 | 2.3 | 1.2 | 1.5 | 0.6 |

请以负责人的身份根据产品成本信息表，进行这三款产品的定价，完成商品定价明细表的填写。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 商品定价明细表 | | | |
| 产品名称 | 总成本 | 成本加成 | 价格（元） |
| 全麦面包 |  | 10% |  |
| 魔芋面 |  | 20% |  |
| 鸡胸肉干 |  | 15% |  |

51.作为独行青年旅行社广告推广岗位的员工，我们的职责是制定一套精准有效的广告创意策划方案，最大限度地吸引潜在客户的关注并提高产品的知名度。目前，公司的推广信息如下：

|  |  |
| --- | --- |
| 企业基本信息 | |
| 企业名称 | 独行青年旅行社 |
| 企业品牌词 | 独行青年、独行 |
| 推广计划 | 利用抖音短视频平台进行产品推广 |
| 推广产品信息 | |
| 独行青年旅行社海南三亚5日4晚跟团游，暑期专享线，体验双体帆船、直升机、亚特水世界、明星森林、蜈支洲岛，玩转热门景点不留遗憾。产品经理出游亲测线路，27年地接社，讲师级导游带团，为您提供贴心出游保障。 | |

请根据上述信息完善以下创意策划表。

|  |  |
| --- | --- |
| 广告位置 |  |
| 创意类型 |  |
| 创意标题 |  |
| 创意来源 |  |
| 创意分类 |  |
| 创意标签 |  |

52.作为一名小米公司的广告推广岗位员工，你被要求设计一个信息流广告渠道分析与策划方案。公司希望通过信息流广告渠道进行产品推广，以提高品牌知名度和销售额。你需要根据信息流广告渠道调研报告，对各渠道的用户规模、用户粘性、广告平台现状及用户特征进行分析，并根据分析结果制定适合企业的信息流广告投放策略。企业状况及渠道评估需求如下：

|  |  |
| --- | --- |
| **企业基本信息** | |
| 品牌名称 | 小米 |
| 行业面向 | 数码科技 |
| **企业人群特征** | |
| 性别特征 | 性别分布均衡 |
| 年龄特征 | 25-34；35-44 |
| 地域发展方向 | 新一线；二线城市 |
| 兴趣特征 | 汽车；旅游；餐饮美食 |
| **渠道评估需求** | |
| 用户规模 | 20% |
| 用户粘性 | 20% |
| 用户契合度 | 40% |
| 广告平台现状 | 20% |

请根据上述信息，完成以下数据分析表。

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 平台月活分析 | 排序 | 媒体渠道 | | | 月活用户数 | | |
| 1 |  | | |  | | |
| 2 |  | | |  | | |
| 3 |  | | |  | | |
| 4 |  | | |  | | |
| 5 |  | | |  | | |
| 6 |  | | |  | | |
| 7 |  | | |  | | |
| 8 |  | | |  | | |
| 用户粘性分析 | 高粘性渠道 |  | | | | | |
| 高沉浸渠道 |  | | | | | |
| 低粘性渠道 |  | | | | | |
| 成长型渠道 |  | | | | | |
| 用户特征分析 | 性别 | 性别分布均衡 | 对应渠道 |  | | | |
| 年龄 | 25-34岁，35-44岁 | 对应渠道 |  | | | |
| 地域 | 新一线，二线 | 对应渠道 |  | | | |
| 兴趣 | 汽车，旅游，餐饮美食 | 对应渠道 |  | | | |
| 广告平台分析 | 广告平台匹配 |  | | | | | |
| 渠道评估 | 媒体渠道 | 用户规模 | 用户粘性 | 广告平台 | 用户契合度 | 平均分 | 是否选择 |
| 小红书 |  |  |  |  |  |  |
| 快手 |  |  |  |  |  |  |
| 新浪 |  |  |  |  |  |  |
| 微信 |  |  |  |  |  |  |
| 今日头条 |  |  |  |  |  |  |
| B站 |  |  |  |  |  |  |
| 抖音 |  |  |  |  |  |  |
| 百度 |  |  |  |  |  |  |

53.“鲜果美饮”公司是一家以生产和销售各种果汁和果味饮料为主的饮料制造商。公司成立于1990年，总部位于一座风景秀丽的沿海城市。多年来，鲜果美饮公司一直以其新鲜、天然、健康的产品而著称，致力于满足消费者对美味饮品的需求。

鲜果美饮公司的产品种类丰富，包括各种口味的果汁、饮用水、花茶、果味碳酸饮料和能量饮料。公司一直以来十分注重产品质量和创新，不断推出新品种，以满足市场的变化和消费者的口味需求。然而，最近鲜果美饮公司面临一些挑战，市场人员反馈近期饮料销量不尽如人意，公司决定安排小张针对该问题进行一次市场调查。

请协助小张确定出现问题的产品及原因，完成市场调查主题和调查任务的确定。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 问题出现的时间 |  | 问题产品 |  |
| 分析销量下降原因 |  | | |
| 决策课题1 |  | 决策课题2 |  |
| 决策课题3 |  | 调查主题1 |  |
| 调查主题2 |  | 调查主题3 |  |
| 【调查目的1】主要内容 |  | 【调查目的1】调查主题 |  |
| 【调查目的2】主要内容 |  | 【调查目的2】调查主题 |  |
| 【调查目的3】主要内容 |  | 【调查目的3】调查主题 |  |