理论模拟考试题第五套

本套题满分：分

下载试卷

[纠错](http://www.ibodao.com/User/Survey/surveyInfo/survey_id/59126.html)

共 65 道题

1. 单选题 （分值：1分）

标准答案：B

具有灵活性和适应性强，并且部门之间协调性较好，可相互支持的企业组织架构是（ ）。

* A、直线式组织结构
* B、矩阵式组织结构
* C、分权式组织结构
* D、集权式组织结构

2. 单选题 （分值：1分）

标准答案：D

电子商务数据采集渠道可分为内部和外部两类，以下属于外部数据采集渠道的是（ ）

* A、百度统计
* B、生意参谋
* C、店铺后台
* D、百度指数

3. 单选题 （分值：1分）

标准答案：C

下列采集行为属于违法行为的是（ ）。

* A、使用生意参谋工具导出自己店铺运营数据
* B、使用百度指数工具获取关键词搜索指数及用户画像数据
* C、通过技术手段进入竞争对手网站数据库获取网站流量及销售数据
* D、使用数据采集工具采集其他网站公开数据信息用于数据分析

4. 单选题 （分值：1分）

标准答案：D

下列数据指标中不属于客户行为的是（ ）。

* A、购买时间
* B、浏览路径
* C、支付金额
* D、收货地址

5. 单选题 （分值：1分）

标准答案：A

市场价格是（ ）的货币表现。

* A、商品价值
* B、商品定价
* C、商品成本
* D、商品利润

6. 单选题 （分值：1分）

标准答案：B

下列属于不正当竞争行为的是（ ）。

* A、B鞋业公司召开新闻发布会，披露其竞争对手S公司在选皮过程中以次充好，提醒广大客户谨慎购买
* B、为了使得自身开发的APP更有竞争力，A公司利用爬虫技术爬取了竞争对手APP内的实时数据用于自有软件的运营
* C、甲电器厂产品具有严重瑕疵，媒体误报道为乙电器厂产品，甲厂未主动澄清
* D、丙公司发布高薪招聘广告，乙公司数名技术人员集体辞职前往应聘，丙公司予以聘用

7. 单选题 （分值：1分）

标准答案：B

现假设某行业市场有7家企业，每家企业的市场份额分别为0.15、0.09、0.11、0.24、0.06、0.13、0.22。则该行业的集中度为（ ）。

* A、0.001089
* B、0.1692
* C、2
* D、1

8. 单选题 （分值：1分）

标准答案：B

产品搜索指数是根据（）等因素综合计算得出的数值。

* A、客单价
* B、搜索频次
* C、交易数量
* D、支付金额

9. 单选题 （分值：1分）

标准答案：A

产品搜索指数是用户搜索相关产品关键词热度的数据化体现，从侧面反应了用户对产品的（ ）。

* A、关注度和兴趣度
* B、购买能力
* C、购买频次
* D、忠诚度

10. 单选题 （分值：1分）

标准答案：D

通过百度指数，不能判断出来的是（ ）。

* A、特定关键词在特定时间段内的搜索变化
* B、特定关键词的搜索人群画像
* C、两个关键词的搜索指数对比
* D、特定关键词搜索人群的消费层级

11. 单选题 （分值：1分）

标准答案：C

在产品的生命周期中，销售额增长渐缓直至转而下降，市场竞争激烈，这一阶段称之为（）。

* A、投入期
* B、成长期
* C、饱和期
* D、衰退期

12. 单选题 （分值：1分）

标准答案：D

产品数据分析在产品探索阶段通过数据分析指导（）。

* A、产品结构调整
* B、产品库存
* C、产品迭代
* D、决策产品的定位

13. 单选题 （分值：1分）

标准答案：A

撰写数据分析报告时应注意（ ）。

* A、要基于可靠的数据源
* B、根据数据的特点选择图表的配色方案，风格越多样越好
* C、结论要明确、详实并有层次性，不可对未来进行预测
* D、行文保持自己的语言习惯和风格即可，展现自己的独特性

****答案 解析：****撰写报告时的注意事项：（1）数据分析要基于可靠的数据源；（2）数据分析报告尽量图表化，且风格统一；（3）数据分析报告分析结论要明确、精简、有逻辑；（4）站在读者的角度去写分析报告，让报告具有可读性。

14. 单选题 （分值：1分）

标准答案：A

最近7天，加购件数大于昨日库存量（ ）的商品为低库存商品。

* A、0.8
* B、0.7
* C、0.6
* D、0.5

****答案 解析：****低库存商品：最近7天，加购件数>昨日库存量\*80%的商品。

15. 单选题 （分值：1分）

标准答案：C

最近7天支付金额较上一个周期7天下跌（ ）以上为支付下跌商品。

* A、0.5
* B、0.4
* C、0.3
* D、0.2

****答案 解析：****支付下跌商品：最近7天支付金额较上一个周期7天下跌30%以上。

16. 单选题 （分值：1分）

标准答案：C

运营阶段对复购率的影响较大，在留存阶段，（ ） 。

* A、企业的重心是获取新用户，此时复购率较低
* B、企业的重心是新老用户的转化，此时复购率较低
* C、企业的重心是新老用户的转化，此时复购率较之前会有所增长
* D、企业的重心是用户向粉丝的转化，复购率达到最大化

17. 单选题 （分值：1分）

标准答案：A

作为电子商务经营活动的关键能力之一，（ ）的核心目标是如何付出最少的成本获取最多的客户。

* A、产品获客能力
* B、产品盈利能力
* C、产品竞争能力
* D、产品交易能力

18. 单选题 （分值：1分）

标准答案：B

通常产品销售增长速度最快的时期是产品生命周期中的（）。

* A、投入期
* B、成长期
* C、饱和期
* D、衰退期

19. 单选题 （分值：1分）

标准答案：D

在数据监控中发现商品的流量不低，下单转化率下降幅度很大，应该重点检查的指标不包括的是（ ）。

* A、商品价格
* B、商品评价
* C、客服引导话术
* D、商品主图

****答案 解析：****下单转化率下降幅度很大，说明在商品价格、商品评价、商品详情页、客服引导话术等引导客户下单环节中出现了问题。

20. 单选题 （分值：1分）

标准答案：C

迷你图与正常的图表功能相似，下列说法正确的是（ ）。

* A、迷你图也有坐标轴
* B、迷你图可以设置图例
* C、迷你图占用空间小
* D、迷你图可以设置数据标记

21. 单选题 （分值：1分）

标准答案：C

日常数据监控报表可以是除（ ）外的分析目标。

* A、运营分析
* B、销售分析
* C、市场容量分析
* D、竞品分析

22. 单选题 （分值：1分）

标准答案：B

（ ）是针对某时期内产生两次及两次以上购买行为的客户进行的比例统计。

* A、下单转化率
* B、重复购买率
* C、支付转化率
* D、点击率

23. 单选题 （分值：1分）

标准答案：C

活动促销的本质是什么（ ）。

* A、免单
* B、秒杀
* C、销售
* D、折扣

24. 单选题 （分值：1分）

标准答案：A

一般通过政府部门、机构协会、媒体这些渠道进行采集的是( )。

* A、行业数据
* B、市场数据
* C、运营数据
* D、人群数据

25. 单选题 （分值：1分）

标准答案：D

以下不属于数据采集原则的是（ ）。

* A、及时性
* B、有效性
* C、准确性
* D、公开性

26. 单选题 （分值：1分）

标准答案：A

市场数据监控报表不需要结合以下哪些数据展开。（ ）

* A、店铺运营数据
* B、竞争对手销售及活动数据
* C、行业发展数据
* D、目标客户数据

****答案 解析：****市场数据监控报表需要结合行业发展数据、市场需求数据、目标客户数据、竞争对手销售及活动数据展开。

27. 单选题 （分值：1分）

标准答案：C

数据分析报告，要“以数据说话”，所使用的数据单位、名词术语一定要标准统一、前后一致，要与业内公认的术语一致，这是对（ ）原则的详细解释。

* A、突出重点
* B、谨慎性
* C、规范性
* D、创新性

****答案 解析：****数据分析报告，要“以数据说话”，所使用的数据单位、名词术语一定要规范、标准统一、前后一致，要与业内公认的术语一致。

28. 单选题 （分值：1分）

标准答案：B

数据监控的工作流程顺序是（ ）。①明确监控的主要指标②制定监控目标③数据预警④分析各指标的影响因素

* A、①②③④
* B、②①④③
* C、①③②④
* D、②①③④

****答案 解析：****数据监控的工作流程顺序是：①制定监控目标②明确监控的主要指标③分析各指标的影响因素④数据预警

29. 单选题 （分值：1分）

标准答案：C

以下属于使用PowerPoint制作数据分析报告优势的是（ ）。

* A、结果可实时更新
* B、可含有动态图表
* C、适合演示汇报
* D、适合日常数据通报

****答案 解析：****Excel结果可实时更新，EXCEL可含有动态图表，WORD和EXCEL适合制作日常数据通报。

30. 单选题 （分值：1分）

标准答案：A

某网店准备按照店铺产品的引流能力及盈利能力两项数据分别对产品进行排序，将两项数据指标排名均靠后的5款产品进行下架处理。根据以上情景可确定数据分析目标为（ ）

* A、分析店铺商品的引流能力和盈利能力
* B、分店铺商品中能够稳定获利的商品
* C、分析店铺商品的展现量
* D、分析店铺商品的推广效果

31. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、C

电子商务数据化运营的价值不包括（ ）。

* A、完全了解用户
* B、科学的数据预测
* C、完全控制未来
* D、完善数据化管理

32. 多选题 （分值：2分）

标准答案：B、C、D

下列指标属于市场指标的是（ ）。

* A、复购率
* B、企业市场占有率
* C、市场增长率
* D、竞争对手客单价

33. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、D

以下属于产品运营的运营指标体系的是（ ）

* A、订单流失率
* B、活动参与率
* C、活动ROI
* D、产品各流程转化

34. 多选题 （分值：2分）

标准答案：C、D

想要采集某独立商城上行业竟品商品销售价格，以下数据采集工具中可以使用的有（ ）。

* A、百度指数
* B、店侦探
* C、八爪鱼
* D、后羿采集器

35. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、B、C

在电子商务数据分析需求分析时，需要对需求进行哪些分析？（ ）

* A、真实性
* B、可行性
* C、价值性
* D、快捷性

36. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、C、D

在对数据需求进行分析时，其过程包括（ ）？

* A、需求筛选
* B、需求罗列
* C、需求透视
* D、需求排序

37. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、B、D

关于竞品分析，下列说法正确的是（ ）。

* A、竞品分析可以通过竞品基本信息、商品评价等分别展开
* B、竞品分析就是对竞争对手的商品进行分析
* C、借助店侦探工具进行竞品分析可直接添加选定的竞品
* D、基本信息分析是竞品分析的基础

38. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、B、C

关于市场容量分析，下列说法错误的是（ ）。

* A、行业市场容量对企业未来的发展前景不构成影响
* B、行业市场容量是相对稳定的，不会随着消费市场的变化而变化
* C、市场容量分析即市场集中度分析
* D、市场容量是指目标行业市场在指定时间内的销售额

39. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、B、C、D

根据产品定位，可以将产品结构划分为（ ）和体验产品。

* A、形象产品
* B、利润产品
* C、常规产品
* D、人气产品

40. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、D

利用新客点击量判断产品所处的阶段，下面说法正确的有（）。

* A、新客户的点击量比例大于整体客户流失率，则产品处于发展成长阶段
* B、新客户的点击量比例小于整体客户流失率，则产品处于发展成长阶段
* C、若新客户的点击量比例大于整体客户流失率，则产品处于下滑衰退阶段
* D、若新客户的点击量比例小于整体客户流失率，则产品处于下滑衰退阶段

41. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、B、C

若要提升产品获客能力，下列方法可行的是（ ）。

* A、通过升级个性化用户体验提升获客能力
* B、优化并拓展营销渠道，确保产品接触到更多潜在用户
* C、提升自身价值，打造产品亮点
* D、通过打击竞争对手获得客户

42. 多选题 （分值：2分）

标准答案：B、C

通过对（ ）等的分析，可以判断其所处的阶段时投入期、成长期、饱和期还是衰退期。

* A、产品价格
* B、产品销量
* C、利润
* D、用户特征

43. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、C、D

报表可以认为是一种服务手段，从用户方便查看及使用角度出发，针对不同的目标用户需要有不同的设计偏向，以下说法正确的是（ ）

* A、对决策层人员，要直接把结果以最简单的方式呈现，并且尽量减少操作
* B、向决策层人员展示的内容都需向中层管理人员展示
* C、对管理人员，一方面要汇报问题的解决方案，一方面要协助管理者向下安排工作，解决具体问题
* D、对一线执行人员，要求报表便于使用、有针对性，解决实际工作中出现的具体问题

44. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、D

电子商务数据指标的监控应该遵循一定的工作流程，监控方式大体可分为（ ）。

* A、人工监控
* B、网络监控
* C、安防监控
* D、工具自动监控

****答案 解析：****电子商务数据指标的监控方式主要包括人工监控和工具自动监控。

45. 多选题 （分值：2分）

标准答案：B、C、D

店铺动态评分（DSR）是指（ ）的综合评分。

* A、开店历史
* B、宝贝与描述相符
* C、卖家服务态度
* D、物流服务的质量

****答案 解析：****店铺动态评分（DSR）是指客户对店铺“宝贝与描述相符”、“卖家服务态度”、“物流服务的质量”这三项的评判打分。

46. 多选题 （分值：2分）

标准答案：B、C

关于数据监控报表设计要点，说法正确的是（ ）。

* A、面向决策层人员的报表要求：重点突出，分析详细深入
* B、数据监控报表从用户方便查看及使用角度出发，要求简洁明了、精简过程操作，突出显示结果
* C、面向执行层人员的报表要求解决具体问题，注重实用性
* D、面向管理层人员的数据监控报表要求精简，重点显示结果

****答案 解析：****报表可以认为是一种服务手段，从用户方便查看及使用角度出发，针对不同的目标用户需要有不同的设计偏向。（1）决策层人员：简洁明了、精简过程操作，突出显示结果；（2）管理层人员：重点突出，分析深入；（3）执行层人员：解决具体问题，注重实用性。

47. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、B、C、D

商品流量数据监控中商品访问数据反馈的主要指标包括（ ）。

* A、商品收藏买家数
* B、加购人数
* C、商品浏览量
* D、商品访客数

****答案 解析：****商品访问数据反馈，主要指标包括商品访客数、商品浏览量、商品收藏买家数、加购人数等。

48. 多选题 （分值：2分）

标准答案：B、C、D

数据分析报告的作用可以描述为（ ）。

* A、展现分析技巧
* B、展示分析结果
* C、验证分析质量
* D、提供决策参考

****答案 解析：****数据分析报告的作用：（1）展示分析结果；（2）验证分析质量；（3）提供决策参考。

49. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、B、C、D

以下关于数据指标正常波动范围确定的方法描述正确的是（ ）

* A、同比数据，采用与上周同一天同时段进行对比
* B、环比数据，与前三天同一时段的平均值进行对比
* C、每个环节的转化，采用与前N天每个环节的转化进行对比
* D、每个小时的增幅，采用与前N天每个小时增幅进行对比

50. 多选题 （分值：2分）

标准答案：A、B、C

以下哪种情况属于指标异常。（ ）

* A、流量下跌
* B、零支付
* C、低库存
* D、低跳出率

****答案 解析：****生意参谋的商品模块中异常商品功能会提示支付转化率低”、“支付下跌”、“流量下跌”、“高跳出率”、“零支付”、“低库存”的商品。

51. 判断题 （分值：2分）

标准答案：A

监控的量级指标是每个环节的数据指标，量级指标可以加工成新的数据指标。

* A、对
* B、错

52. 判断题 （分值：2分）

标准答案：A

迷你图可以作为单元格中文本、数字的背景。

* A、对
* B、错

53. 判断题 （分值：2分）

标准答案：A

面向执行层的数据报表更需要的是实际工作中应该如何做，才可以避免当前存在的问题再次发生。

* A、对
* B、错

54. 判断题 （分值：2分）

标准答案：A

日常数据通报主要反映计划的执行情况，需要突出反映计划执行的进度。

* A、对
* B、错

55. 判断题 （分值：2分）

标准答案：A

如果宝贝的流量不低，但是跳失率高，说明商品详情页中的图片、描述、价格、评价、销量等有问题，需要优化商品详情页。

* A、对
* B、错

56. 判断题 （分值：2分）

标准答案：B

对于一家业务一般的中小卖家，付费广告是唯一能提升和改变的手段。

* A、对
* B、错

57. 判断题 （分值：2分）

标准答案：A

负责管理运营公司销售平台，使网店变得更有效率，并持续不断的跟进平台运营规则和完成业绩，为公司制定战略规划和长远目标。这句话说的是电子商务主管的工作职责。

* A、对
* B、错

58. 判断题 （分值：2分）

标准答案：A

流量运营可以凭借电商平台内部渠道规则，通过店铺免费优化提升自己的展示排名，也可以通过平台内部竞价机制排名，获取更多的流量。

* A、对
* B、错

59. 判断题 （分值：2分）

标准答案：A

数据化运营是指，通过数据化的工具、技术和方法，对运营过程中的各种环节进行科学分析、引导和应用，从而达到优化运营效果和效率、降低成本、提高效益的目的。

* A、对
* B、错

60. 判断题 （分值：2分）

标准答案：A

运营人员以月为单位进行父行业下不同品类的交易数据分析，可以了解类目的上升期、爆发期及衰退期的数据变化情况。

* A、对
* B、错

61. 判断题 （分值：2分）

标准答案：A

电商企业需要根据市场需求趋势进行商品上新准备，晚一周甚至更长时间上新，会被其他商家抢占先机。

* A、对
* B、错

62. 判断题 （分值：2分）

标准答案：B

电子商务经营者对收集到的客户数据可以任意使用。

* A、对
* B、错

63. 判断题 （分值：2分）

标准答案：B

电子商务经营者可以根据客户的兴趣爱好、消费习惯等特征仅向其提供相关的商品或者服务的搜索结果。

* A、对
* B、错

64. 判断题 （分值：2分）

标准答案：A

复购率的统计分析和统计周期息息相关，需要结合产品的品类特性来综合考量。

* A、对
* B、错

65. 判断题 （分值：2分）

标准答案：B

关联推荐是提升客单件的途径之一，但为了避免顾客产生抵触心理，关联推荐只能选择与顾客购买产品功能相似的产品。

* A、对
* B、错