

考试大：06年商业经济专业知识与务实试题与答案 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/268/2021_2022__E8_80_83_E8_AF_95_E5_A4_A7_EF_c67_268869.htm

一、单项选择题（共60题，每题1分。每题的备选项中，只有1个最符合题意）

1.在一般情况下，市场规模与商流费用之间的关系是（ ）。
A.市场规模越大，单位商品所承担的商流费用越大
B.市场规模越大，单位商品所承担的商流费用越小
C.市场规模越大，单位商品所承担的商流费用不变
D.市场规模越大，单位商品所承担的商流费用越不确定

2.物流是创造时间和空间价值的经济活动。物流的内涵强调的是（ ）。
A.装卸运输
B.信息流动
C.实物流动
D.物流管理

3.孤立商店是零售商店的三种基本类型之一，与无规划商业区和规划的购物中心相比，具有（ ）的优势。
A.广告费用低
B.固定性强
C.竞争对手多
D.租金低

4.下列关于中心商业N₁（CBD）优势的表述中，错误的是（ ）。
A.客流量大
B.远离商务和社交设施
C.交通便利
D.商品或服务组合丰富

5.不同类型的零售商需要不同类型的店址。在任何区域，对一特定商店最适合的店址，称为（ ）。
A.次优店址
B.规划店址
C.具体店址
D.百分百店址

6.在某种商品的某一既定的价格水平上，若价格变动率为1，供给量变动率为2，则该商品的供给弹性系数（ ）。
A.大于1
B.小于1
C.等于1
D.等于0

10.商品流通企业战略管理的特点是（ ）。
A.全过程管理和动态管理
B.一次性管理和静态管理
C.阶段性管理和一次性管理
D.阶段性管理和静态管理

11.核心竞争力是伴随知识经济而产生的一个新概念。普拉哈拉德与哈默尔在描述核心竞争力时，提出了非常形象的“树型”理论，他们将企业比作一棵

- 大树，核心竞争力就是这棵大树的（ ）。 A.树干B.叶子C.果实D.根系
12. 商品流通企业在制定战略目标时，战略目标要明确清晰、具体量化、具有可衡量性，以便检查和评价其实现的程度。这遵循了战略目标制定原则中的（ ）。 A.关键性原则B.可行性原则C.定量化原则D.一致性原则
13. 商品流通企业的指导思想、经营工作作风，包括价值观念、道德规范、文化传统，风俗习惯、典礼仪式、管理制度以及企业形象等内容，属于商品流通企业的（ ）。 A.企业文化B.企业环境C.企业道德D.企业风尚
14. 商品流通企业在进行市场预测时，对于已经经营多年的商品，如果处在成熟阶段，销售量比较稳定，可选择（ ）进行预测。 A.移动平均数法B.指数平滑法C.算术平均数法D.一次移动平均数法
15. 某商品流通企业某种商品前11个月的实际销售量如下表所示：
- | 时间（月） | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 实际销售量（台） | 350 | 360 | 380 | 370 | 390 | 400 | 420 | 440 | 436 | 450 | 470 |
- 用算术平均数法预测第12个月的销售量为（ ）台。
A.406 B.416 C.440 D.450
16. 某商品流通企业在第20个周期时，采用二次移动平均数法（ $Y_{t+T} = at + bt^2$ ）预测第26个周期的销售量。已知 $a_{20} = 114$ ， $b_{20} = 4$ ，则第26个周期的预测销售量为（ ）。
A.106 B.124 C.128 D.138
17. 某商品流通企业某种商品前11个月的实际销售量如下表所示：
- | 时间（月） | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 实际销售量（吨） | 415 | 435 | 465 | 485 | 475 | 495 | 515 | 535 | 555 | 565 | 585 |
- 已知第11个月的销售量预测值 $F_{11} = 580$ 吨，取 $\alpha = 0.6$ ，用一次指数平滑法预测第12个月的销售量为（ ）吨。
A.573 B.583 C.585 D.595
18. 商品流通企业在经营决策过程中，必须对未来的变化事先拟定对策，以避免在将来发生变化时束手无策，陷于被动。这是遵循经营决策原则中的（ ）。 A.

信息性原则B.系统性原则C.前瞻性原则D.可行性原则19. 将经营决策分为确定型决策、，风险型决策、非确定型决策等。这种划分是按经营决策的（）不同划分的。A.要求结果和时态B.产生后果特点C.问题是否重复出现D.目标数量多寡20. 某商品流通企业为扩大销售额制定了四种方案，四种方案的所需费用和销售额计数如下表。用价值分析法选择比较满意的方案是（）。

方案	费用（万元）	销售额预计数（万）
甲	380	20390
乙	214	15.8
丙	224	31.2
丁	100	Test

下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com