

## 湖南信息职业技术学院移动商务专业 学生专业技能考核题库

本试题库的编制遵循了科学性原则、系统性原则、层次性原则、甄别性原则，依据移动商务专业技能考试标准制定，移动商务技能考核分专业基本技能、岗位核心技能 2 个部分。其中专业基本技能设置职业基本素养、网络客户服务与管理 2 个模块；岗位核心技能设置移动商务运营推广、移动视觉营销 2 个模块。现试题库编写有：职业素养试题 15 套，网络客户服务与管理试题 20 套，移动商务运营推广试题 19 套，移动视觉营销试题 28 套，试题总量为 82 套。后续将根据移商的发展变化和技能抽考要求不断修订试题内容，扩充试题数量。抽考总试题暂设置为 82 套题，能满足考试抽考要求：①由于抽考方式是每个学生考试哪各模块、哪套题是由抽考当天才确定，因此每个学生 95 套题都要准备；②抽考试题内容设计是操作和问题分析相结合，且很多试题设计是基于实际网站操作平台，答案随着时间变化也会不同，学生不可能靠死记硬背答案能过关。

## 目 录

批注 [1]: 模块名称与项目名称请与标准中的名称相统一;

一、专业基本技能.....	5
模块一 职业基本素养.....	5
1. 试题编号: 1-1: 职业素养 .....	5
2. 试题编号: 1-2: 职业素养 .....	9
3. 试题编号: 1-3: 职业素养 .....	13
4. 试题编号: 1-4: 职业素养 .....	17
5. 试题编号: 1-5: 职业素养 .....	21
6. 试题编号: 1-6: 职业素养 .....	25
7. 试题编号: 1-7: 职业素养 .....	29
8. 试题编号: 1-8: 职业素养 .....	33
9. 试题编号: 1-9: 职业素养 .....	37
10. 试题编号: 1-10: 职业素养 .....	41
11. 试题编号: 1-11: 职业素养 .....	45
12. 试题编号: 1-12: 职业素养 .....	49
13. 试题编号: 1-13: 职业素养 .....	53
14. 试题编号: 1-14: 职业素养 .....	57
15. 试题编号: 1-15: 职业素养 .....	61
模块二 网络客户服务与管理.....	65
1. 试题编号: 2-1: 售前客户服务与管理 .....	65
2. 试题编号: 2-2: 售前客户服务与管理 .....	69
3. 试题编号: 2-3: 售前客户服务与管理 .....	73
4. 试题编号: 2-4: 售前客户服务与管理 .....	77
5. 试题编号: 2-5: 售前客户服务与管理 .....	81
6. 试题编号: 2-6: 售前客户服务与管理 .....	84
7. 试题编号: 2-7: 售前客户服务与管理 .....	87
8. 试题编号: 2-8: 售前客户服务与管理 .....	90
9. 试题编号: 2-9: 售前客户服务与管理 .....	93
10. 试题编号: 2-10: 售前客户服务与管理 .....	96
11. 试题编号: 2-11: 售后客户服务与管理 .....	99
12. 试题编号: 2-12: 售后客户服务与管理 .....	102
13. 试题编号: 2-13: 售后客户服务与管理 .....	105
14. 试题编号: 2-14: 售后客户服务与管理 .....	108
15. 试题编号: 2-15: 售后客户服务与管理 .....	111
16. 试题编号: 2-16: 售后客户服务与管理 .....	114
17. 试题编号: 2-17: 售后客户服务与管理 .....	117

18.试题编号：2-18：售后客户服务与管理 .....	120
19.试题编号：2-19：售后客户服务与管理 .....	123
20.试题编号：2-20：售后客户服务与管理 .....	126
二、岗位核心技能.....	129
模块三 移动商务运营推广.....	129
1. 试题编号：3-1：手淘引流推广 .....	129
2. 试题编号：3-2：手淘引流推广 .....	134
3. 试题编号：3-3：手淘引流推广 .....	140
4. 试题编号：3-4：手淘引流推广 .....	144
5. 试题编号：3-5：手淘引流推广 .....	149
6. 试题编号：3-6：手淘引流推广 .....	153
7. 试题编号：3-7：手淘引流推广 .....	157
8. 试题编号：3-8：手淘引流推广 .....	161
9. 试题编号：3-9：手淘引流推广 .....	165
10. 试题编号：3-10：手淘引流推广 .....	170
11. 试题编号：3-11：手淘引流推广 .....	174
12. 试题编号：3-12：手淘引流推广 .....	179
13. 试题编号：3-13：手淘引流推广 .....	184
14. 试题编号：3-14：手淘引流推广 .....	190
15. 试题编号：3-15：手淘引流推广 .....	195
16. 试题编号：3-16：移动新媒体推广 .....	200
17. 试题编号：3-17：移动新媒体推广 .....	204
18. 试题编号：3-18：移动新媒体推广 .....	208
19. 试题编号：3-19：移动新媒体推广 .....	213
模块四 移动视觉营销.....	218
1. 试题编号：4-1：移动网站页面编辑美化 .....	218
2. 试题编号：4-2：移动网站页面编辑美化 .....	221
3. 试题编号：4-3：移动网站页面编辑美化 .....	225
4. 试题编号：4-4：移动网站页面编辑美化 .....	227
5. 试题编号：4-5：移动网店美工设计 .....	230
6. 试题编号：4-6：移动网店美工设计 .....	233
7. 试题编号：4-7：移动网店美工设计 .....	236
8. 试题编号：4-8：移动网店美工设计 .....	238
9. 试题编号：4-9：移动网店美工设计 .....	240
10. 试题编号：4-10：移动网店美工设计 .....	243
11. 试题编号：4-11：移动网店美工设计 .....	245

12. 试题编号：4-12：移动网店美工设计 .....	247
13. 试题编号：4-13：移动网店美工设计 .....	249
14. 试题编号：4-14：移动网店美工设计 .....	251
15. 试题编号：4-15：移动网店美工设计 .....	253
16. 试题编号：4-16：移动网店美工设计 .....	255
17. 试题编号：4-17：移动网店美工设计 .....	257
18. 试题编号：4-18：移动网店美工设计 .....	259
19. 试题编号：4-19：移动网店美工设计 .....	261
20. 试题编号：4-20：移动网店美工设计 .....	263
21. 试题编号：4-21：移动网店美工设计 .....	265
22. 试题编号：4-22：移动网店美工设计 .....	267
23. 试题编号：4-23：移动网店美工设计 .....	269
24. 试题编号：4-24：移动网店美工设计 .....	272
25. 试题编号：4-25：移动网店美工设计 .....	274
26. 试题编号：4-26：移动网店美工设计 .....	276
27. 试题编号：4-27：移动网店美工设计 .....	279
28. 试题编号：4-28：移动网店美工设计 .....	281

## 一、专业基本技能

### 模块一 职业基本素养

#### 1. 试题编号：1-1：职业素养

##### (1) 任务描述

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

1) “职场伦理”就是对个人\_\_\_\_\_。

- A.行为的约束
- B.对他人人格的尊重
- C.专业的认同
- D.以上皆是。

2) 在电梯中应尽量避免与他人\_\_\_\_\_应面对电梯门为宜。

- A.面对面站立
- B.背对背
- C.并肩
- D.蹲下

3) 企业伦理的最后防卫线是\_\_\_\_\_。

- A.法律
- B.劳保
- C.公保
- D.健保

4) 产品销售时\_\_\_\_\_。

- A.可以夸大功能
- B.随便介绍
- C.不择手段推销
- D.不应随意批评顾客原来所使用的产品

5) 离开原公司，对于前公司的缺点应\_\_\_\_\_。

- A.大肆宣扬
- B.应有保守秘密的责任
- C.写投诉信函
- D.聚众抗议

6) 劳资关系中应秉持\_\_\_\_\_。

- A.以大欺小
- B.诚信原则
- C.金钱最大
- D.尽量向资方要求

7) 当领导提出不合理的要求时\_\_\_\_\_。

- A.委曲求全
- B.即时向上级反应
- C.默默接受
- D.私下解决

8) 电子商务的英文表示是\_\_\_\_\_。

- A.E-WAP
- B.E-Commerce
- C.E-mail
- D.Modem

9) 要从倾听当中,去发掘对方的谈话主旨何在,这是何种型态的倾听技巧?

\_\_\_\_\_。

- A.被动的倾听
- B.积极的倾听
- C.消极的倾听
- D.平顺的倾听

10) 除了阅读之外,丰富个人生活内容的方法,并不包括\_\_\_\_\_。

- A.休闲旅游
- B.经常旅行增加阅历
- C.对事物充满好奇心
- D.睡觉闲聊

11) 脸部的表情,以何者是人际关系最佳润滑剂?\_\_\_\_\_。

- A.微笑
- B.一丝不苟
- C.若有所思
- D.注视

12) 私人性质的电话,如果是在晚上,除了紧急事故外,应不要超过几点以

后，还打电话? \_\_\_\_。

- A.六点
- B.八点
- C.十点
- D.十二点。

13) 回教徒不吃什么肉? \_\_\_\_。

- A.牛肉
- B.猪肉
- C.羊肉
- D.鱼肉

14) 入席在正式场合时，应该如何才恰当? \_\_\_\_。

- A.随到随即入席
- B.等大家到的差不多才一起入席
- C.等招待人员许可才入席
- D.没有什么区别

15) 擦嘴巴时，餐巾的使用方式是 \_\_\_\_。

- A.来回涂抹
- B.轻轻沾触
- C.用力擦拭
- D.嘴巴动餐巾不动

#### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 20 分钟完成。

#### (4) 评分细则

试题评分卡（试题编号：1-1）。

评价内容	配分	评分标准	考核得分
题 1	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 3	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	

题 4	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



## 2. 试题编号：1-2：职业素养

### (1) 任务描述

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

- 1) 职场伦理的精神应包括\_\_\_\_。
  - A. 服务的热忱
  - B. 同事间的尊重
  - C. 进取的态度
  - D. 以上皆是
- 2) 从事工作、与人相处应具备基本能力是\_\_\_\_。
  - A. 态度
  - B. 知识
  - C. 技术
  - D. 吹捧
- 3) 在生涯规划中，职业的选择要注意？ \_\_\_\_。
  - A. 生涯目标
  - B. 学习能力
  - C. 社会风气
  - D. 生活习性
- 4) 介绍他人时，不符合礼仪的先后顺序是 \_\_\_\_。
  - A. 介绍长辈与晚辈认识时，应先介绍晚辈，后介绍长辈
  - B. 介绍女士与男士认识时，应先介绍男士，后介绍女士
  - C. 介绍已婚者与未婚者认识时，应先介绍已婚者，后介绍未婚者
  - D. 介绍来宾与主人认识时，应先介绍主人，后介绍来宾
- 5) 离开原公司，对于前公司的缺点应\_\_\_\_。
  - A. 大肆宣扬
  - B. 应有保守秘密的责任
  - C. 写投诉信函
  - D. 聚众抗议
- 6) 面对他人的缺点要\_\_\_\_同时试着从他人的立场去考量事务。
  - A. 咆哮

B. 怒目以对

C. 包含

D. 记下来

7) 与人沟通协调时\_\_\_\_\_。

A. 听比较容易

B. 听与说一样容易

C. 听比说难

D. 无所谓

8) “吃得苦中苦、方为人上人”是\_\_\_\_\_精神的表现?

A. 独立精神

B. 合群精神

C. 愚公精神

D. 敬业精神

9) 餐桌礼仪的英文如何翻译? \_\_\_\_\_。

A. Table Manner

B. Executive Manner

C. International Etiquette

D. Court Manner

10) 以下与人为善之道何者不宜? \_\_\_\_\_。

A. 学会欣赏每一个人的优点, 而非挑剔他人的缺点

B. 不要太过和善

C. 养成一有机会就协助他人的习惯

D. 以上皆适宜

11) 保持自己就业力的方式是\_\_\_\_\_。

A. 等待雇主给予学习的机会。

B. 偶尔阅读市售书籍与杂志专刊

C. 牺牲自己一些时间与金钱赶上自己职场领域的新科技。

D. 绞尽脑汁排挤竞争对手

12) 私人性质的电话, 如果是在晚上, 除了紧急事故外, 应不要超过几点以后, 还打电话? \_\_\_\_\_。

A. 六点

- B. 八点
- C. 十点
- D. 十二点。

13) 在职场上与同事陷入争端之时该怎么办? \_\_\_\_。

- A. 为了与同事和睦相处, 应该忍让
- B. 与其私下进行和解, 不如请更高阶层的长官来做出仲裁
- C. 如果你的目标是值得争取的, 可以进行一场良性的争论
- D. 以上皆可

14) 入席在正式场合时, 应该如何才恰当? \_\_\_\_。

- A. 随到随即入席
- B. 等大家到的差不多才一起入席
- C. 等招待人员许可才入席
- D. 没有什么区别

15) 职场中的电话礼仪应该\_\_\_\_。

- A. 礼貌问候, 说话轻声
- B. 可以天南地北聊天
- C. 不讲话为原则
- D. 打电话不用考虑时间

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 20 分钟完成。

**(4) 评分细则**

试题评分卡 (试题编号: 1-2)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
题 1	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 3	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	

题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

**3. 试题编号：1-3：职业素养**

**(1) 任务描述**

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

- 1) 职场伦理的重点在\_\_\_\_\_。
  - A.反省
  - B.实践
  - C.能力
  - D.知识
- 2) 生活礼仪的学习应如何做起\_\_\_\_\_。
  - A.以后再说
  - B.随时随地
  - C.不用理它
  - D.忘记它。
- 3) 工作时应该\_\_\_\_\_。
  - A.准时上班
  - B.不早退
  - C.不迟到
  - D.以上皆是
- 4) 工作中，顾客资料应\_\_\_\_\_。
  - A.随意处理
  - B.妥善保管
  - C.卖给别人
  - D.以上皆是
- 5) 商品交易后\_\_\_\_\_对顾客作售后服务。
  - A.不用
  - B.仍需要
  - C.看着办
  - D.有事再说
- 6) 职场中面对资深员工的指导应该\_\_\_\_\_。
  - A.虚心接受

B.与其争辩

C.视而不见

D.不管他

7) 与人沟通协调时\_\_\_\_\_。

A.听比较容易

B.听与说一样容易

C.听比说难

D.无所谓

8) 在生涯规划中应该\_\_\_\_\_。

A.课业与职业相辅相成

B.得过且过

C.只要我喜欢

D.天马行空

9) 在日常礼仪中，有关访人与会客的注意事项，以下何者错误？\_\_\_\_\_。

A.在他人处拜访时，若见有其他客人来访，除非有事情尚未谈完，否则与来客打过招呼即应告辞

B.主人未请入座，可直接坐下。座位之大小依个人之习惯，主人邀请坐那个位置就坐那个位置，通常在挂有大幅画的下面是正位

C.当女士彼此相见，应由年长或已婚者，先伸手相握

D.握手时，无需一边鞠躬一边握手

10) 与尊长同行，应在其那一方？\_\_\_\_\_。

A.前方

B.右方

C.左方

D.后方

11) 如果你今天是第一天到公司上班，你会如何面对长官分派给你的第一个工作？\_\_\_\_\_。

A.绝不做些无关紧要的杂事。这不但有损尊严，也枉费在大学所受的专业训练。

B.只接受一些大型且重要的工作，这样才能证明自己真正的价值。

C.接受与否，需要看这个工作与自己前景的关系如何。比如，这个工作是否

有利于达成自己的目标，或对自己的未来够不够重要。

D.刚开始被分派的工作，无论看似何其卑微和琐碎，都要尽全力完成

12) 做一个主管若要成功地通盘掌握全局，主要需要了解\_\_\_\_\_。

A.任务的每个细节

B.公司的组织变革

C.任务的重大进展

D.员工的居家生活

13) 最好的交谈技巧就是先学会\_\_\_\_\_。

A.倾听

B.掌握主题

C.赞美

D.委婉

14) 手部经常晃动、无故耸肩，这种肢体语言是表示? \_\_\_\_\_。

A.下意识动作

B.没有话题

C.无意识动作

D.不专心

15) 哪种场合的着装并不必太正式? \_\_\_\_\_。

A.参加晚宴

B.上教堂

C.到歌剧院

D.参加婚礼

**(2) 实施条件**

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 20 分钟完成。

**(4) 评分细则**

试题评分卡（试题编号：1-3）。

评价内容	配分	评分标准	考核得分
题 1	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	

题 2	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 3	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



#### 4. 试题编号：1-4：职业素养

##### (1) 任务描述

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

1) 职场中对于前辈员工应该\_\_\_\_\_。

- A.当作没看到
- B.怒目以对
- C.看不顺眼就吵架
- D.尊重有礼貌

2) 职场中如何提升自我的专业技能\_\_\_\_\_。

- A.努力学习
- B.看看就好
- C.当作口号
- D.不用管它

3) 在生涯规划中，职业的选择要注意？\_\_\_\_\_。

- A.生涯目标
- B.学习能力
- C.社会风气
- D.生活习性

4) 在工作场合说出不雅言词会导致何种后果？\_\_\_\_\_。

- A.容易在不自知的状况下，冒犯且得罪他人。
- B.可提升自身的气势。
- C.可让他人感到亲切，并拉近彼此的距离。
- D.若并持着善意，即使说出不雅言词，也没关系

5) 下列职场态度哪个叙述最为正确：\_\_\_\_\_。

A.职场上传八卦、小道消息，可纾解上班压力，为求团结也可以对人形成压力，迫使人家的与你一致

B.他可能技不如你，职位却高于你，身处某种职位，就有某些权利，你要因为尊重他的职位而尊重他，换言之，尊重职场上的每一个人，也就是尊重你自己

C.职场中工作责任感是必备的，所以什么事我都可以做很好，我自己来就好

D.压力是成长的基础，所以面对过大的压力时无需太过担心

- 6) 接听电话下列何者有误? \_\_\_\_。
- A.接听电话时, 勿让吵杂的声音透过电话传给对方
  - B.接听电话时, 应专心听对方的谈话
  - C.同时与其他同事谈话聊天或使眼色
  - D.接听电话完毕, 应待对方先挂断电话后, 再轻轻放下话筒
- 7) 「温文儒雅」的态度, 英文用哪个字恰当? \_\_\_\_
- A.Politeness
  - B.Manner
  - C.Formality
  - D.Protocol
- 8) “吃得苦中苦、方为人上人”是\_\_\_\_精神的表现?
- A.独立精神
  - B.合群精神
  - C.愚公精神
  - D.敬业精神
- 9) 访活动的时间选择, 哪一时间较合适? \_\_\_\_。
- A.清晨
  - B.深夜
  - C.用餐时间
  - D.下午
- 10) 外交场合中最常见的礼节是\_\_\_\_。
- A.吻手礼
  - B.拥抱礼
  - C.亲颊礼
  - D.曲膝礼
- 11) 保持自己就业力的方式是\_\_\_\_。
- A.等待雇主给予学习的机会。
  - B.偶尔阅读市售书籍与杂志专刊
  - C.牺牲自己一些时间与金钱赶上自己职场领域的新科技。
  - D.绞尽脑汁排挤竞争的对手
- 12) 私人性质的电话, 如果是在晚上, 除了紧急事故外, 应不要超过几点以后, 还打电话? \_\_\_\_。

- A.六点
- B.八点
- C.十点
- D.十二点。

13) 在职场上与同事陷入争端之时该怎么办? \_\_\_\_。

- A.为了和同事和睦相处, 应该忍让
- B.与其私下进行和解, 不如请更高阶层的长官来做出仲裁
- C.如果你的目标是值得争取的, 可以进行一场良性的争论
- D.以上皆可

14) 不吃牛肉及猪肉的宗教是哪个? \_\_\_\_。

- A.基督教
- B.印度教
- C.天主教
- D.摩门教

15) 职场中的电话礼仪应该\_\_\_\_。

- A.礼貌问候, 说话轻声
- B.可以天南地北聊天
- C.不讲话为原则
- D.打电话不用考虑时间

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 20 分钟完成。

**(4) 评分细则**

试题评分卡 (试题编号: 1-4)。

评价内容	配分	评分标准	考核得分
题 1	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 3	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	

题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

**5. 试题编号：1-5：职业素养**

**(1) 任务描述**

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

- 1) 工作中运用与收集个人资料时应\_\_\_\_\_。
  - A. 尽到充分告知的义务
  - B. 建立安全加密的机制
  - C. 按实际使用做资料收集
  - D. 以上皆是
- 2) 职场中如何提升自我的专业技能\_\_\_\_\_。
  - A. 努力学习
  - B. 看看就好
  - C. 当作口号
  - D. 不用管它
- 3) 职场中遇到不如意的事情\_\_\_\_\_。
  - A. 大声咆哮
  - B. 主动寻求协助
  - C. 默默哭泣
  - D. 破坏设备宣泄
- 4) 介绍他人相见时，以下规定哪个错误? \_\_\_\_\_。
  - A. 将职位高者引见予职位低者
  - B. 将年少者引见予年长者
  - C. 将男士引见予女士。但年少女士与年长或位高男士相见，应先引见女士
  - D. 将宾客引见予主人
- 5) 当协助你下决定的参考资讯都不明确时，应如何选定行动方桉? \_\_\_\_\_。
  - A. 思考可能成功的机率多寡
  - B. 做法是否公正无私、坦率公开
  - C. 行动方桉是否与公司经营理念一致
  - D. 以上皆是
- 6) 接听电话下列何者有误? \_\_\_\_\_。
  - A. 接听电话时，勿让吵杂的声音透过电话传给对方

- B.接听电话时，应专心听对方的谈话
- C.同时与其他同事谈话聊天或使眼色
- D.接听电话完毕，应待对方先挂断电话后，再轻轻放下话筒

7) 蔡小林这个月才刚进入职场工作，就与其他同事意见不同、陷入对立。

你会给蔡小林什么样的建议? \_\_\_\_。

- A.你无法寄望自己掌握所有必须了解的事。因此，必须寻求他人的协助。
- B.向了解状况的人请教，会让你展开建设性的讨论，避免争端。
- C.向他人请益时，绝不可抱持假意谦逊的姿态，因为同事不久就会认清这点，并因而鄙视你
- D. 以上皆是

8) 在工作当时作了自己在道德伦理上认为是对的事情，事后却饱受批评，下列何种应对方式不可取? \_\_\_\_。

- A.据理维护自己的行为
- B.有勇气在理亏时对所做出的事情提出修正(或补救)
- C.全然接受批评，且为了避免争执，直接认错
- D.在发觉自己理由不充分时，绝不费心掩饰已过。

9) 访活动的时间选择，哪一时间较合适? \_\_\_\_。

- A.清晨      B.深夜
- C.用餐时间   D.下午

10) 外交场合中最常见的礼节是\_\_\_\_。

- A.吻手礼
- B.拥抱礼
- C.亲颊礼
- D.曲膝礼

11) 保持自己就业竞争力的方式是\_\_\_\_。

- A.等待雇主给予学习的机会。
- B.偶尔阅读市售书籍与杂志专刊
- C.牺牲自己一些时间与金钱赶上自己职场领域的新科技。
- D.绞尽脑汁排挤竞争的对手

12) 同时有多具电话响起，应如何处理恰当? \_\_\_\_。

- A.应均先接起请对方稍候，再依序处理

- B.只要处理第一通响起的电话，其他不管
- C.只处理首先的前两通电话，其余不管
- D.全部响起时，无法处理，任选一通处理

13) 由员工和管理层组成的一个共同体，能合理利用每一个成员的知识技能，协同工作，解决问题，达到共同的目标，这个共同体被称之为\_\_\_\_\_。

- A.群体
- B.团队
- C.公司
- D.社会

14) 团队是一个协作互补的群体，他需要团队成员之间建立相互\_\_\_\_\_的关系，他是合作的基石。

- A.讲究诚信
- B.尊重对方
- C.宽容谅解
- D.理性信

15) 职场中的电话礼仪应该\_\_\_\_\_。

- A.礼貌问候，说话轻声
- B.可以天南地北聊天
- C.不讲话为原则
- D.打电话不用考虑时间

**(2) 实施条件**

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 20 分钟完成。

**(4) 评分细则**

试题评分卡（试题编号：1-5）

评价内容	配分	评分标准	考核得分
题 1	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 3	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	

题 4	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



**6. 试题编号：1-6：职业素养**

**(1) 任务描述**

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

1) 一个人的综合素质在社会生活中的体现是\_\_\_\_\_。

- A.心理素质
- B.人格魅力
- C.交往态度
- D.沟通能力

2) \_\_\_\_\_是职业人最为重要的职业素质之一，是从业人员在生产活动中必须遵循的行为准则。

- A.岗位道德素养
- B.岗位担当素养
- C.岗位服务素养
- D.岗位安全素养

3) 有关拨打电话的礼仪何者正确? \_\_\_\_\_。

- A. 拨错电话号码时，应诚恳向对方致歉。
- B. 在讲商业电话时，应尽快切入主题，言简意赅，并且长话短说。
- C. 尽量不要在办公时间内打私人的电话聊天。
- D. 以上皆是。

4) 介绍他人相见时，以下规定哪个错误? \_\_\_\_\_。

- A. 将职位高者引见予职位低者
- B. 将年少者引见予年长者
- C. 将男士引见予女士。但年少女士与年长或位高男士相见，应先引见女士
- D. 将宾客引见予主人

5) 下面关于握手礼的选项哪一项是错误的? \_\_\_\_\_。

- A. 握手的顺序主要取决于"尊者优先"原则
- B. 社交场合应由先到者先伸手为礼
- C. 客人告辞时，应由客人先伸手为礼
- D. 职位低的人与职位高的人握手时应先伸手为礼

6) 交换名片时应注意哪项礼仪? \_\_\_\_\_。

- A. 接过他人的名片后从头到尾认真看一遍，切忌将对方的姓名职务读出声
  - B. 若对方是外宾，递送名片时应将印有英文的一面对着对方
  - C. 接受他人名片时应恭敬，起身站立，面带微笑，目视名片
  - D. 向多人递送名片，一定要按由尊而卑的顺序依次递送
- 7) 以下关于办公室人员的礼仪哪项是错误的? \_\_\_\_。
- A. 忌谈论个人薪水
  - B. 忌在办公场所乱贴乱画
  - C. 不互相诉苦埋怨
  - D. 到办公室后应及时化妆打扮
- 8) 小型会议排列的礼仪要求错误的是? \_\_\_\_。
- A 讲究面门为上，面对房间正门的位置一般被视为上座
  - B 讲究右为上，进门方向坐在右侧的人为地位高者
  - C 讲究居中为上，小型会议通常只考虑主席之位，但同时也强调自由择座
  - D 小型会议主席不可以坐在前排中央的位置
- 9) 访活动的时间选择，哪一时间较合适? \_\_\_\_。
- A. 清晨
  - B. 深夜
  - C. 用餐时间
  - D. 下午
- 10) 外交场合中最常见的礼节是\_\_\_\_。
- A. 吻手礼
  - B. 拥抱礼
  - C. 亲颊礼
  - D. 曲膝礼
- 11) 保持自己就业力的方式是\_\_\_\_。
- A. 等待雇主给予学习的机会。
  - B. 偶尔阅读市售书籍与杂志专刊
  - C. 牺牲自己一些时间与金钱赶上自己职场领域的新科技。
  - D. 绞尽脑汁排挤竞争的对手
- 12) 同时有多具电话响起，应如何处理恰当? \_\_\_\_。
- A. 应均先接起请对方稍候，再依序处理

- B. 只要处理第一通响起的电话，其他不管
- C. 只处理首先的前两通电话，其余不管
- D. 全部响起时，无法处理，任选一通处理

13) 去外国朋友的办公室或住所应注意哪些礼节? \_\_\_\_。

- A. 去外国人的住所拜访应在晚饭以后
- B. 若因急事来不及预约应在说完正事后致歉
- C. 除非主人邀请，否则不能提出参观住所或办公室
- D. 主人不吸烟又未请你吸烟，可以自己主动要求吸烟

14) 团队是一个协作互补的群体，他需要团队成员之间建立相互\_\_\_\_的关系，他是合作的基石。

- A. 讲究诚信
- B. 尊重对方
- C. 宽容谅解
- D. 理性信

15) 与熟人交谈时,应相距\_\_\_\_米左右。

- A、1.5    B、1    C、0.5    D、2

**(2) 实施条件**

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 20 分钟完成。

**(4) 评分细则**

试题评分卡（试题编号：1-6）

评价内容	配分	评分标准	考核得分
题 1	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 3	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	

题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 7. 试题编号：1-7：职业素养

### (1) 任务描述

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

1) 正式交往场合，我们的仪表仪容要给人\_\_\_\_\_的感觉。

- A. 随意、整齐
- B. 漂亮、另类
- C. 端庄、大方
- D. 时髦、性感

2) 我们将人们在进行职业活动的过程中，一切符合职业要求的心理意识、行为准则和行为习惯的总和称之为\_\_\_\_\_。

- A. 职业道德
- B. 职业技能
- C. 职业行为
- D. 职业意识

3) 有关拨打电话的礼仪何者正确? \_\_\_\_\_。

- A. 拨错电话号码时，应诚恳向对方致歉。
- B. 在讲商业电话时，应尽快切入主题，言简意赅，并且长话短说。
- C. 尽量不要在办公时间内打私人的电话聊天。
- D. 以上皆是。

4) 介绍他人相见时，以下规定哪个错误? \_\_\_\_\_。

- A. 将职位高者引见予职位低者
- B. 将年少者引见予年长者
- C. 将男士引见予女士。但年女士与年长或位高男士相见，应先引见女士
- D. 将宾客引见予主人

5) 下面关于握手礼的选项哪一项是错误的? \_\_\_\_\_。

- A. 握手的顺序主要取决于"尊者优先"原则
- B. 社交场合应由先到者先伸手为礼
- C. 客人告辞时，应由客人先伸手为礼
- D. 职位低的人与职位高的人握手时应先伸手为礼

6) 交换名片时应注意哪项礼仪? \_\_\_\_\_。

- A. 接过他人的名片后从头到尾认真看一遍，切忌将对方的姓名职务读出声
- B. 若对方是外宾，递送名片时应将印有英文的一面对着对方
- C. 接受他人名片时应恭敬，起身站立，面带微笑，目视名片
- D. 向多人递送名片，一定要按由尊而卑的顺序依次递送

7) 以下关于办公室人员的礼仪哪项是错误的? \_\_\_\_。

- A. 忌谈论个人薪水
- B. 忌在办公场所乱贴乱画
- C. 不互相诉苦埋怨
- D. 到办公室后应及时化妆打扮

8) 小型会议排列的礼仪要求错误的是? \_\_\_\_。

- A 讲究面门为上，面对房间正门的位置一般被视为上座
- B 讲究右为上，进门方向坐在右侧的人为地位高者
- C 讲究居中为上，小型会议通常只考虑主席之位，但同时也强调自由择座
- D 小型会议主席不可以坐在前排中央的位置

9) 访活动的时间选择，哪一时间较合适? \_\_\_\_。

- A. 清晨
- B. 深夜
- C. 用餐时间
- D. 下午

10) 在自信演讲中，下面不是控场最根本的三个方面的是哪一个? \_\_\_\_。

- A.情绪调动
- B.激发情感
- C.以理服人
- D.幽默风趣

11) 岗位文化的核心是\_\_\_\_。

- A.岗位员工的价值观念和价值行为
- B.岗位员工所受到的公司的培训
- C.岗位员工所受到的公司的奖励
- D.岗位员工能够在公司所获得的报酬

12) 同时有多具电话响起，应如何处理恰当? \_\_\_\_。

- A. 应均先接起请对方稍候，再依序处理

- B. 只要处理第一通响起的电话，其他不管
- C. 只处理首先的前两通电话，其余不管
- D. 全部响起时，无法处理，任选一通处理

13) 去外国朋友的办公室或住所应注意哪些礼节? \_\_\_\_。

- A. 去外国人的住所拜访应在晚饭以后
- B. 若因急事来不及预约应在说完正事后致歉
- C. 除非主人邀请，否则不能提出参观住所或办公室
- D. 主人不吸烟又未请你吸烟，可以自己主动要求吸烟

14) 团队是一个协作互补的群体，他需要团队成员之间建立相互\_\_\_\_的关系，他是合作的基石。

- A. 讲究诚信
- B. 尊重对方
- C. 宽容谅解
- D. 理性信

15) 在公众场合，如果你非常困倦而想打呵欠，应该\_\_\_\_。

- A. 用手或其他东西挡住嘴巴
- B. 发出声响
- C. 打呵欠的同时伸懒腰
- D. 忍住不打

**(2) 实施条件**

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 20 分钟完成。

**(4) 评分细则**

试题评分卡（试题编号：1-7）

评价内容	配分	评分标准	考核得分
题 1	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 3	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	

题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



**8. 试题编号：1-8：职业素养**

**(1) 任务描述**

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

1) \_\_\_是指个人对职业的看法和想法，他是职业生活的最初动力。

- A. 职业意识
- B. 岗位评估
- C. 职业生涯规划
- D. 自我评价

2) 我们将人们在进行职业活动的过程中，一切符合职业要求的心理意识、行为准则和行为规范的总和称之为\_\_\_。

- A. 职业道德
- B. 职业技能
- C. 职业行为
- D. 职业意识

3) 关于喜欢与需要的事，下面描述错误的是\_\_\_。

- A. 责任和担当的意思就是要做自己需要做的事
- B. 不要太早说不喜欢某些事，因为这是自我设限的封闭心态
- C. 只做自己喜欢做的事没什么不好
- D. 我们要学会喜欢做那些需要做的事

4) 关于做人与做事，下面描述错误的是\_\_\_。

- A. 良好的心态和沟通是做人的关键
- B. 做人和做事都需要，关键是要掌握一个平衡
- C. 做人的关键是要有清楚的价值观底线
- D. 在职场里关键是做好事，做人不是那么重要

5) 在正式场合下握手错误的一项是\_\_\_。

- A. 女士不能戴着配礼服的薄纱手套与人握手
- B. 握手时不能与另外两人相握的手形成交叉状
- C. 为表示热情可以用双手握住对方的单手
- D. 跟人握手时不能握住对方的手上下左右抖个不停

6) 关于大型会议的座次安排原则哪项是正确的？

- A. 主持人不可以坐在前排正中
- B. 发言席一般设于主席台正前方，或者其右前方
- C. 主席台的位次安排讲究前排高于后排、右侧低于左侧的原则
- D. 大型会议只需考虑主席台

7) 以下关于言谈礼仪哪项是错误的？

- A. 认真聆听对方的谈话，适时发问
- B. 与人交谈时少讲自己
- C. 拟好了话题后不要轻易改变，要让对方顺着你的思路走
- D. 设法让在座的每一位都有机会参与谈话

8) 企业文化的核心是\_\_\_。

- A. 企业目标
- B. 企业规章制度
- C. 企业形象
- D. 企业价值观

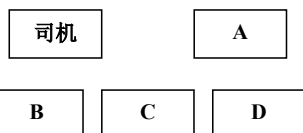
9) 在职业活动中，一个人尽职尽责的基础是\_\_\_。

- A. 钻研业务，提高技能
- B. 文明礼貌
- C. 遵守职业纪律
- D. 具有效高的职业道德水平

10) 人们对所从事职业应具备的道德观念，道德准则和道德理想发自内心的真诚信仰和强烈的责任感是\_\_\_。

- A. 职业道德认识
- B. 职业道德情感
- C. 职业道德意志
- D. 职业道德信念

11) 如果开车的是专业的司机，请问以下哪个座位是最尊贵的\_\_\_。



12) 以下哪个不是交际交往中宜选的话题\_\_\_\_\_。

- A. 格调高雅的话题

B.哲学、历史话题

C.对方擅长的话题

D.时尚流行的话题

13) 从事外事工作的人有一个特点, 就是说话比较\_\_\_\_\_。

A.偏执

B.中庸

C.和善

D.以上都正确

14) 公务用车时, 上座是\_\_\_\_\_。

A.后排右座

B.副驾驶座

C.司机后面之座

D.以上都不对

15) 在商务交往过程中, 务必要记住\_\_\_\_\_。

A.摆正位置

B.入乡随俗

C.以对方为中心

D.以上都不对

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 20 分钟完成。

#### (4) 评分细则

试题评分卡 (试题编号: 1-8)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
题 1	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 3	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	

题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 9. 试题编号：1-9：职业素养

### (1) 任务描述

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

1) \_\_\_不好的人往往在个人形象展示时会受到一定的影响，被人们误认为气质不好。

- A. 心理素质
- B. 人格魅力
- C. 交往态度
- D. 沟通能力

2) \_\_\_是职业人最为重要的职业素质之一，是从业人员在生产活动中必须遵循的行为准则。

- A. 岗位道德素养
- B. 岗位担当素养
- C. 岗位服务素养
- D. 岗位安全素养

3) 下面关于心态的描述错误的是\_\_\_。

- A. 知识要比心态重要得多，要多学知识
- B. 健康的心态对我们的职场影响很大
- C. 心态是职业经理人的内功
- D. 心态是我们对事情的看法和态度

4) 下面关于沟通的描述错误的是\_\_\_。

- A. 管理者需要营造一个畅通的沟通环境
- B. 心灵蜘蛛网很多是因为沟通造成的
- C. 沟通能力是职业经理人的基本功
- D. 在与人沟通时关键有好内容，情绪的对接不重要

5) 同事之间相处应注意什么礼仪? \_\_\_\_\_。

A. 平等相处。同事之间应保持一种平等、礼貌的合作关系，尽量做到相互包容和体谅，防止心照不宣

B. 自己出现失误应主动向对方道歉，双方出现误会对方没有捅破的情况下不应主动说明

- C. 经济往来上，向同事借钱应迅速归还，可以不打借条
- D. 在背后议论同事，说不利于团结的话，损害他人的名誉

6) 接待人员引导来访客人时，以下选项哪项是错误的：\_\_\_。

- A. 在走廊上，接待人员在客人之前两三步，让客人走在内侧
- B. 引导客人上楼时，接待人员应走在后面，下楼时反之
- C. 乘坐电梯时，接待人员应先进入电梯，走出电梯时，接待人员应请客人

先行

D. 客人进入会客室如果坐在了靠近门的下座，接待人员不可以请其改坐，否则不礼貌

7) 关于在办公室打电话的态度，哪一项是错误的：\_\_\_。

- A. 通话时要精力集中，嘴里不要咀嚼东西
- B. 不要一边打电话，一边兼做其他事情
- C. 可以选择一个舒服的姿势比如躺着打电话
- D. 语言文明，语气亲切，接通后应主动问候，并介绍自己的单位和姓名。

8) \_\_\_是调整人们职业活动中各种关系的行为规范

- A. 道德
- B. 纪律
- C. 职业道德
- D. 法律

9) 从业人员在一系列道德行为中表现出来的比较稳定的特征和倾向是\_\_\_。

- A. 职业道德认识
- B. 职业道德行为
- C. 职业道德品质
- D. 职业道德规范

10) 人们在职业道德意识支配下表现出来的有利于他人、集体、社会的所作所为是\_\_\_。

- A. 职业道德认识
- B. 职业道德行为
- C. 职业道德实践
- D. 职业道德习惯

11) 无论是男士还是女士，出席重要场合，身上哪两种物品颜色应该一

致\_\_\_\_\_。

- A.包与皮鞋
- B.皮鞋与皮带
- C.包与帽子
- D.以上都不对

12) 在商务交往中, 尤其应注意使用称呼应该\_\_\_\_\_。

- A.就低不就高
- B.就高不就低
- C.适中
- D.以上都不对

13) 西方人很重视礼物的包装, 并且必须在什么时候打开礼物\_\_\_\_\_。

- A.当面打开礼物
- B.客人走后打开礼物
- C.随时都可以打开
- D.以上都不对

14) 西服穿着的三大禁忌包括\_\_\_\_\_。

- A.袖口上的商标没有拆
- B.在正式场合穿着夹克打领带
- C.正式场合穿着西服、套装时袜子出现问题
- D.以上都包括

15) 送名片的方式是\_\_\_\_\_。

- A.双手或者用右手
- B.双手
- C.右手
- D.左手

#### **(2) 实施条件**

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上。

#### **(3) 考核时量**

本试题测试要求 20 分钟完成。

#### **(4) 评分细则**

试题评分卡（试题编号：1-9）

评价内容	配分	评分标准	考核得分
题 1	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 3	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



**10. 试题编号：1-10：职业素养**

**(1) 任务描述**

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

- 1) \_\_\_\_是要求大家共同遵守的办事规程或行动准则。
  - A. 组织
  - B. 文化
  - C. 制度
  - D. 环境
- 2、下面对心态的描述错误的是\_\_\_\_。
  - A. 我们可以一直保持好的心态
  - B. 心态是我们看待事情的态度
  - C. 心态是我们对事情做出的反应
  - D. 将心态变成习惯和本能反应后就成了价值观
- 3) 面对不理想的工作环境，以下态度错误的是\_\_\_\_。
  - A. 认清自己的责任，努力做好手上的工作
  - B. 努力改善自己缺点，磨练自己的专业技能
  - C. 为了目标，可以放弃自己的价值观底线
  - D. 坚守自己的价值观底线
- 4) 下面关于握手礼的选项哪一项是错误的？
  - A. 握手的顺序主要取决于“尊者优先”原则
  - B. 社交场合应由先到者先伸手为礼
  - C. 客人告辞时，应由客人先伸手为礼
  - D. 职位低的人与职位高的人握手时应先伸手为礼
- 5) 以下关于办公室人员的礼仪哪项是错误的\_\_\_\_。
  - A. 忌谈论个人薪水
  - B. 忌在办公场所乱贴乱画
  - C. 不互相诉苦埋怨
  - D. 到办公室后应及时化妆打扮
- 6) 乘坐车辆的座次顺序哪项是错误的\_\_\_\_。
  - A. 主人亲自驾驶车辆时，副驾驶座为最尊贵，之后依次为：后排右，后排

左，后排中

B. 专职司机驾驶的车辆，后排司机后的座位是最尊贵的

C. 当主人驾车送其友人夫妇时，友人中的男士应坐在副驾驶位置上而不应与夫人同坐后排

D. 专职司机驾驶的双排六座轿车，后排右座为尊，后排左次之

7) 乘坐电梯应注意的礼节哪项是错误的\_\_\_\_\_。

A. 乘坐手扶电梯宜站在扶手左侧，右侧留作通道，方便有急事的乘客自由上下

B. 出入厢式电梯要讲先后顺序，出来时应由外而内依次而出

C. 当电梯人数超载时，不要强行挤入

D. 乘坐手扶电梯宜站在扶手右侧，左侧留作通道，方便有急事的乘客自由上下

8) \_\_\_\_\_是社会主义道德的核心。

A. 为人民服务

B. 集体主义

C. 个人主义

D. 以人为本

9) 实现企业价值观的主体是\_\_\_\_\_。

A. 企业

B. 职工

C. 市场

D. 法人

10) 从业者履行职业义务的遣德责任感和自我评价能力、职业意识中各种道德心理因素有机结合的是\_\_\_\_\_。

A. 职业道德良心

B. 职业道德意识

C. 职业道德情感

D. 职业道德境界信念

11、对手部的具体要求有四点：清洁、不使用醒目甲彩、不蓄长指甲和\_\_\_\_\_。

A. 腋毛不外现

B. 不干燥

C. 不佩戴繁琐的首饰

D. 以上都不对

12) 公务式自我介绍需要包括以下四个基本要素\_\_\_\_\_。

A. 单位、部门、职务、电话

B. 单位、部门、地址、姓名

C. 姓名、部门、职务、电话

D. 单位、部门、职务、姓名

13) 介绍他人时，不符合礼仪的先后顺序是\_\_\_\_\_。

A. 介绍长辈与晚辈认识时，应先介绍晚辈，后介绍长辈

B. 介绍女士与男士认识时，应先介绍男士，后介绍女士

C. 介绍已婚者与未婚者认识时，应先介绍已婚者，后介绍未婚者

D. 介绍来宾与主人认识时，应先介绍主人，后介绍来宾

14、关于握手的礼仪，描述不正确的有\_\_\_\_\_。

A. 先伸手者为地位低者；

B. 客人到来之时，应该主人先伸手。客人离开时，客人先握手

C. 下级与上级握手，应该在下级伸手之后再伸手

D. 男士与女士握手，男士应该在女士伸手之后再伸手

15、在没有特殊情况时，上下楼应\_\_\_\_\_行进。

A. 靠右侧单行

B. 靠左侧单行

C. 靠右侧并排

D. 靠左侧并排

## (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上。

## (3) 考核时量

本试题测试要求 20 分钟完成。

## (4) 评分细则

试题评分卡（试题编号：1-10）。

评价内容	配分	评分标准	考核得分
------	----	------	------

题 1	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 3	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

11. 试题编号：1-11：职业素养

(1) 任务描述

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

1) 由员工和管理层组成的一个共同体，能合理利用每一个成员的知识技能，协同工作，解决问题，达到共同的目标，这个共同体被称之为\_\_\_。

- A. 群体
- B. 团队
- C. 公司
- D. 社会

2、在面对工作的时候，下面哪个做法是错误的\_\_\_\_\_。

- A. 自律是高管才考虑的，普通员工不需要自律
- B. 先将自己的岗位发挥到最好，才去考虑其它
- C. 搞清楚自己能在哪里增值非常重要
- D. 要先搞清楚公司的发展方向，才能更好发挥

3) 做事总给自己借口，经常将“好难”挂在嘴边是下面哪种心态\_\_\_\_\_。\_\_

- A. 推脱心态
- B. 自律心态
- C. 成长心态
- D. 越位心态

4、下面的哪一项不属于自我介绍的礼仪\_\_\_\_\_。

- A. 先对交往对象的性格、爱好、特长、成就等做些了解
- B. 表达出自己希望认识对方的愿望，同样也渴望对方能接纳自己
- C. 要注视对方的眼睛后鞠躬
- D. 在对方介绍自己的姓名或有关事物名称时，应全神贯注地倾听

5、在办公室电话的使用上，下列哪项是不符合礼仪要求的\_\_\_\_\_。

- A. 一般要由打电话者先挂断电话，在与女士或尊者通话时一定要由对方先挂上电话
- B. 不想继续接听电话时告诉对方有客人来访，你必须过去招呼
- C. 通话时间掌握“三分钟原则”，一次打电话时间最好不要超过三分钟
- D. 接电话时问清楚对方要找的人和要办的事后，再告诉对方要找的人不在

- 6) “女士优先”的内容有哪些\_\_\_\_\_。
- A. 在女士面前，男士不可以吸烟
  - B. 进出门时，男士要为女士开关门
  - C. 女士落座时或起立时，男士要主动为女士移动座椅
  - D. 以上均是
- 7) 穿西装时，应穿\_\_\_\_\_。
- A. 旅游鞋
  - B. 皮鞋
  - C. 布鞋
  - D. 凉鞋
- 8) 社会主义职业道德一切基本规范的基础和核心是\_\_\_\_\_。
- A. 爱岗敬业
  - B. 诚实守信
  - C. 奉献社会
  - D. 明礼诚信
- 9) 敬业奉献是指\_\_\_\_\_。
- A. 爱岗敬业和奉献社会
  - B. 文明礼貌和诚实守信
  - C. 爱岗敬业
  - D. 奉献社会
- 10) 作为人与其他动物相区别的内在规定性和个人做人的尊严、价值和品质的总和的是\_\_\_\_\_。
- A. 人格
  - B. 理性
  - C. 知识
  - D. 道德
- 11) 在电子交易过程中，如果一方对已达成的交易进行否认，就违背了\_\_\_\_\_。
- A. 交易信息的保密性
  - B. 交易者身份的确定性
  - C. 交易各环节的不可否认性
  - D. 交易的可控性

12) 以下现象中, 可能由病毒感染引起的是\_\_\_\_\_。

- A. 出现乱码
- B. 磁盘出现坏道
- C. 打印机卡纸
- D. 机箱过热

13) 在社会经济领域, 网络安全主要是\_\_\_\_\_。

- A. 党政机关网络安全问题
- B. 国家经济领域内网络安全问题
- C. 国防计算机网络安全问题
- D. 军队计算机网络安全问题

14) 电子商务系统必须保证具有十分可靠的安全保密技术, 必须保证网络安全的四大要素, 即信息传输的保密性、数据交换的完整性、发送信息的不可否认性\_\_\_\_\_。

- A. 不可修改性
- B. 信息的稳定性
- C. 数据的可靠性
- D. 交易者身份的确性

15) 办公室是我们工作的主要场所, 因此处理好办公室里的关系, 有一个良好的工作环境同样重要, 以下办公室里的行为不符合商务礼仪的是\_\_\_\_\_。

- A. “时间就是生命”, 因此守时是很重要的
- B. 在办公室里应爱惜办公用品, 用完后应妥善处理, 以方便下一个人使用
- C. 不要谈及私人问题
- D. 午睡时不要打扰到别人, 所以可以不用锁门, 免得弄出声音

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 20 分钟完成。

**(4) 评分细则**

试题评分卡 (试题编号: 1-11)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
------	----	------	------

题 1	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 3	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



## 12. 试题编号：1-12：职业素养

### (1) 任务描述

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

- 1) \_\_\_是约定俗成的大家共同遵循的行为准则。
  - A. 社会公德
  - B. 社会责任
  - C. 社会文化
  - D. 社会价值
- 2) 关于价值观的说法，正确的是\_\_\_。
  - A. 企业只要能盈利，价值观并不重要
  - B. 一个家庭出生的人价值观就一模一样
  - C. 企业价值观对员工影响很大
  - D. 人的行为选择完全不受价值观的影响
- 3) “三岁看大，七岁看老”是描述下面哪种心态\_\_\_。
  - A. 封闭心态
  - B. 成长心态
  - C. 越位心态
  - D. 自律心态
- 4、网络交流应注意哪些方面的礼仪？\_\_\_。
  - A. 随意散发无法断定的信息
  - B. 不要有网上劝诱政治、宗教、商业行为
  - C. 有妨碍其他网络系统的行为
  - D. 盗用他人的 ID 与密码
- 5) 小型会议排列的礼仪要求错误的是？
  - A. 讲究面门为上，面对房间正门的位置一般被视为上座
  - B. 讲究右为上，进门方向坐在右侧的人为地位高者
  - C. 讲究居中为上，小型会议通常只考虑主席之位，但同时也强调自由择座
  - D. 小型会议主席不可以坐在前排中央的位置
- 6) 正式场合下女士不宜着以下装束\_\_\_。
  - A. 连衣裙或中式上衣配长裙

- B. 皮裙
- C. 半高跟皮鞋
- D. 深色长袜

7) “以德治国”体现了\_\_\_。

- A. 道德可以代替法律
- B. 道德和法律相互对立
- C. 道德和法律可以并存
- D. 道德和法律相辅相成、相互促进

8) 职业道德中的最高境界是\_\_\_。

- A. 奉献社会
- B. 爱岗敬业
- C. 爱国主义
- D. 勤劳节俭

9) 人在履行职业义务过程中所表现出来的自觉克服一切困难和障碍，做出抉择的力量和坚持精神是\_\_\_。

- A. 职业道德认识
- B. 职业道德情感
- C. 职业道德信念
- D. 职业道德意志

10) 提倡爱岗敬业，提倡“干一行，爱一行”的精神，实质上就是提倡\_\_\_。

- A. 为人民服务的精神
- B. 等价交换的原则
- C. 无偿劳动的原则
- D. 铁交椅和铁饭碗的思想

12、以下哪个不是交际交往中宜选的话题\_\_\_\_\_。

- A. 格调高雅的话题
- B. 哲学、历史话题
- C. 对方擅长的话题
- D. 时尚流行的话题

12) 在商务交往中，尤其应注意使用称呼应该\_\_\_\_\_。

- A. 就低不就高

- B. 就高不就低
- C. 适中
- D. 以上都不对

13) 介绍他人时, 不符合礼仪的先后顺序是\_\_\_\_\_。

- A. 介绍长辈与晚辈认识时, 应先介绍晚辈, 后介绍长辈
- B. 介绍女士与男士认识时, 应先介绍男士, 后介绍女士
- C. 介绍已婚者与未婚者认识时, 应先介绍已婚者, 后介绍未婚者
- D. 介绍来宾与主人认识时, 应先介绍主人, 后介绍来宾

14) 电子商务系统必须保证具有十分可靠的安全保密技术, 必须保证网络安全的四大要素, 即信息传输的保密性、数据交换的完整性、发送信息的不可否认性\_\_\_\_\_。

- A. 不可修改性
- B. 信息的稳定性
- C. 数据的可靠性
- D. 交易者身份的确性

15) 办公室是我们工作的主要场所, 因此处理好办公室里的关系, 有一个良好的工作环境同样重要, 以下办公室里的行为不符合商务礼仪的是\_\_\_\_\_。

- A. “时间就是生命”, 因此守时是很重要的
- B. 在办公室里应爱惜办公用品, 用完后应妥善处理, 以方便下一个人使用
- C. 不要谈及私人问题
- D. 午睡时不要打扰到别人, 所以可以不用锁门, 免得弄出声音

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 20 分钟完成。

**(4) 评分细则**

试题评分卡 (试题编号: 1-12)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
题 1	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	

题 3	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

**13. 试题编号：1-13：职业素养**

**(1) 任务描述**

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

1) 职业道德培养的首要环节是\_\_\_。

- A. 职业道德教育
- B. 职业道德修养
- C. 职业道德境界
- D. 职业道德实践

2) 下列说法中，有助于提升从业人员职业道德观点的是\_\_\_。

- A. 人有失足，马有失蹄
- B. 同道相合，同行相顾
- C. 各人自扫门前雪，莫管他人瓦上霜
- D. 走自己的路，让别人说去吧

3) 下列不属于信息安全产品的是\_\_\_。

- A. 路由器
- B. 服务器
- C. 游戏机
- D. 交换机

4、信息不被非授权的解析、知晓甚至公开， 非授权人使用的特性指的是信息安全的\_\_\_特征。

- A. 完整性
- B. 真实性
- C. 保密性
- D. 可用性

5) 根据互联网不良信息的内容分类不包括的是\_\_\_。

- A. 病毒信息
- B. 暴力及暴力倾向信息
- C. 诱赌信息、淫秽色情信息、厌世信息
- D. 虚假信息、小道信息、网络垃圾信息

6) 良好的道德风气有助于遵纪守法，这是因为\_\_\_。

- A. 道德和法律在内容上相互重叠
  - B. 道德和法律之间有相互作用的关系
  - C. 有些法律规范就是由道德习惯转化而来的
  - D. 依靠道德约束可以代替法律惩罚
- 7) 上班时上网炒股的行为违背了职业道德规范中的\_\_\_。

- A. 忠于职守
- B. 表情从容
- C. 举止得体
- D. 态度恭敬

8) 互联网不良信息存在形式\_\_\_。

- A. 文本形式
- B. 图像形式
- C. 视频的形式
- D. 文本、图像和视频的综合形式

9) 网络道德的本质是\_\_\_。

- A. 现实道德
- B. 社会道德
- C. 心理道德
- D. 网络道德

10) 互联网不良信息的特点有\_\_\_。

- A. 广泛性和匿名性
- B. 来源的多渠道性、传播快捷性
- C. 社会危害性
- D. 以上都是

11、闲谈在商务活动中也是有技巧的,有的人可以从闲谈中获益,有的人则反之,这之中礼仪起了关键的作用,那么下列做法正确的是\_\_\_\_\_。

- A. 闲谈中一定不要插话,那样显得不礼貌
- B. 要多多赞美对方,人人都爱听好话
- C. 无论对方出于何种意图,都不要拒绝或反驳对方以显你有风度
- D. 虽是闲谈,也不要胡乱幽默,抬杠或是争执

12) 我们在与人交往中应避免问及到女士的婚姻状况或年龄问题,因为这些

问题违背了\_\_\_\_\_。

- A. 认清主客场原则
- B. 尊重他人原则
- C. 真诚原则
- D. 适度原则

13) 在接待客人中(客人第一次来), 上下楼梯有时不可避免, 下面符合正确商务礼仪的做法是\_\_\_\_\_。

- A. 上楼时让领导, 来宾走在前方, 下楼时将相反
- B. 上楼时让领导, 来宾走在后方, 下楼时一样
- C. 上下楼时都让领导, 来宾走在前方
- D. 无所谓, 随意即可

14) 在商务交往过程中, 务必要记住\_\_\_\_\_。

- A. 摆正位置
- B. 入乡随俗
- C. 以对方为中心
- D. 以上都不对

15) 打电话时谁先挂, 交际礼仪给了一个规范的做法\_\_\_\_\_。

- A. 对方先挂
- B. 自己先挂
- C. 地位高者先挂电话
- D. 以上都不对

### (2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 20 分钟完成。

### (4) 评分细则

试题评分卡 (试题编号: 1-13)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
题 1	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	

题 3	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



14. 试题编号：1-14：职业素养

(1) 任务描述

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

- 1) “道德是做人的根本”这句话体现了\_\_\_。
  - A. 提高道德修养是人生唯一的目标
  - B. 道德比知识技能更重要
  - C. 道德人格的培养与知识，技能的学习同样重要
  - D. 做一个有德之人是很困难的
- 2) \_\_\_是预防青少年网络犯罪最直接，最有效的方式。
  - A. 学校教育
  - B. 网络社区教育
  - C. 家庭教育
  - D. 网络道德教育
- 3)网络诈骗是犯罪行为主体以\_\_\_为目的，骗取数额较大的公共财产的行为。
  - A. 非法占有
  - B. 网络赌博
  - C. 社会危害
  - D. 犯罪客体
- 4、“\_\_\_”病毒案的破获，是我国破获的首例制作计算机病毒的大案。
  - A. 鸽子
  - B. 熊猫烧香
  - C. 猴子
  - D. 疯狂的兔子
- 5)我国信息安全与保护的主要成就不包括\_\_\_。
  - A. 信息安全产业发展迅速
  - B. 信息安全方面的立法工作突出
  - C. 网络犯罪全都得到惩治
  - D. 互联网信息的管理工作进一步得到加强
- 6)企业文化发挥作用的前提和关键是\_\_\_。
  - A. 职工

- B. 领导
- C. 职工的职业道德
- D. 领导的职业道德

7) 网络变化改变了人们传统那种一对一、一对多的信息交流方式, 发展成为\_\_\_的信息交流方式。

- A. 一对一
- B. 多对多
- C. 一对二
- D. 一对多

8) 互联网信息安全要求我们必须加强互联网道德建设, 下列不包括的是\_\_\_。

- A. 文明上网
- B. 下载歌曲
- C. 下载电影
- D. 传播法轮功

9) 现当今, 全球的四大媒体是报纸、广播、电视、\_\_\_。

- A. 手机
- B. 杂志
- C. 电子邮件
- D. 网络

10) 电子商务最全面的定义是指\_\_\_。

- A. 上网
- B. 消费者网上购物
- C. 企业间的无纸贸易

(A) 在通信网络为基础的计算机系统支持下的网上商务活动

11) 名片是现代商务活动中必不可少的工具之一, 有关它的礼仪当然不可忽视, 下列做法正确的是\_\_\_\_\_。

- A. 为显示自己的身份, 应尽可能多的把自己的头衔都印在名片上
- B. 为方便对方联系, 名片上一定要有自己的私人联系方式
- C. 在用餐时, 要利用好时机多发名片, 以加强联系
- D. 接过名片时要马上看并读出来, 再放到桌角以方便随时看

12) 在接待客人中(客人第一次来), 上下楼梯有时不可避免, 下面符合正确商

务礼仪的做法是\_\_\_\_\_。

- A. 上楼时让领导, 来宾走在前方, 下楼时将相反
- B. 上楼时让领导, 来宾走在后方, 下楼时一样
- C. 上下楼时都让领导, 来宾走在前方
- D. 无所谓, 随意即可

13) 在办公室中, 员工用温和商量的语气请假, 这体现了现代商务礼仪中的\_\_\_\_\_。

- A. 认清主客场原则
- B. 尊重他人原则
- C. 真诚原则
- D. 适度原则

14) 互联网不良信息的特点有\_\_\_\_\_。

- A. 广泛性和匿名性
- B. 来源的多渠道性、传播快捷性
- C. 社会危害性
- D. 以上都是

15) 良好的道德风气有助于遵纪守法, 这是因为\_\_\_\_\_。

- A. 道德和法律在内容上相互重叠
- B. 道德和法律之间有相互作用的关系
- C. 有些法律规范就是由道德习惯转化而来的
- D. 依靠道德约束可以代替法律惩罚

### (2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 20 分钟完成。

### (4) 评分细则

试题评分卡 (试题编号: 1-14)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
题 1	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分, 答错不记分	

题 3	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

**15. 试题编号：1-15：职业素养**

**(1) 任务描述**

职业素养主要考察学生的职业信念、职业道德、职业行为习惯等内容，15道单选题，考试时间 20 分钟。请将答案填写在后面试题评分卡中。

1) 在职业道德人格和品质的教育、培养中，外部条件是\_\_\_。

- A. 职业道德教育
- B. 职业道德修养
- C. 职业道德境界
- D. 职业道德习惯

2) 构成信息安全威胁的其他因素中，不包括\_\_\_。

- A. 黑客攻击
- B. 病毒传播
- C. 网络犯罪
- D. 宣传自己的图书

3) 不属于健全互联网信息安全管理措施的是\_\_\_。

- A. 制定信息安全计划
- B. 加强安全产品的监督
- C. 取缔网吧等场所
- D. 加强对专业人员的管理

4) 针对计算机网络或用计算机网络实施的违反刑事法律，应受到刑罚处罚的具有社会危害性的行为称为\_\_\_。

- A. 网络行为
- B. 网络安全
- C. 黑客
- D. 网络犯罪

5) 下列哪一项没有违反诚实守信的要求? \_\_\_。

- A. 保守企业秘密
- B. 派人打进竞争对手内部，增强竞争优势
- C. 根据服务对象来决定是否遵守承诺
- D. 凡有利于企业利益的行为

6、\_\_\_ 是指个人对职业的看法和想法，他是职业生活的最初动力。

- A. 职业意识
- B. 岗位评估
- C. 职业生涯规划
- D. 自我评价

7) \_\_\_\_\_具有合作性强、性情温和的典型特征，善于调和各种人际关系，在冲突环境中其社交和理解能力会成为资本。

- A. 实干者
- B. 创新者
- C. 凝聚者
- D. 完美者

8) \_\_\_\_\_不好的人往往在个人形象展示时会受到一定的影响，被人们误认为气质不好。

- A. 心理素质
- B. 人格魅力
- C. 交往态度
- D. 沟通能力

9) 下列选项属于正确的求职择业心理的是\_\_\_\_\_。

- A. 自卑畏缩
- B. 盲目从众
- C. 正视挫折
- D. 过度依赖

10) \_\_\_\_\_是要求大家共同遵守的办事规程或行动准则。

- A. 组织
- B. 文化
- C. 制度
- D. 环境

11) 由员工和管理层组成的一个共同体，能合理利用每一个成员的知识 and 技能，协同工作，解决问题，达到共同的目标，这个共同体被称之为\_\_\_\_\_。

- A. 群体
- B. 团队
- C. 公司

D. 社会

12) 当你出来压力之下时, 注意力不集中、优柔寡断、记忆力减退、判断力减弱, 这是压力发出的预警信号, 此预警信号是\_\_\_\_\_。

- A. 生理信号
- B. 情绪信号
- C. 精神信号
- D. 行为信号

13) \_\_\_\_\_是约定俗成的大家共同遵循的行为准则。

- A. 社会公德
- B. 社会责任
- C. 社会文化
- D. 社会价值

14) 在办公室中, 员工用温和商量的语气请假, 这体现了现代商务礼仪中的\_\_\_\_\_。

- A. 认清主客场原则
- B. 尊重他人原则
- C. 真诚原则
- D. 适度原则

15) 互联网不良信息的特点有\_\_\_\_\_。

- A. 广泛性和匿名性
- B. 来源的多渠道性、传播快捷性
- C. 社会危害性
- D. 以上都是

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 20 分钟完成。

#### (4) 评分细则

试题评分卡 (试题编号: 1-15)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
------	----	------	------

题 1	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 2	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 3	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 4	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 5	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 6	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 7	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 8	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 9	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 10	6 分	全部答对得 6 分，答错不记分	
题 11	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 12	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 13	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 14	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	
题 15	8 分	全部答对得 8 分，答错不记分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



## 模块二 网络客户服务与管理

### 1. 试题编号：2-1：售前客户服务与管理

#### (1) 任务描述

拼多多成立于 2015 年 9 月，是一家专注于 C2B 拼团的第三方社交电商平台。用户通过发起和朋友、家人、邻居等的拼团，可以以更低的价格，拼团购买优质商品。其中，通过沟通分享形成的社交理念，形成了拼多多独特的新社交电商思维。拼多多目前已成为国内主流的手机购物 APP。用户通过拼团，旨在凝聚更多人的力量，用更低的价格买到更好的东西，体会更多的实惠和乐趣。

#### 1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开拼多多网站（<https://www.pinduoduo.com/>），了解拼多多的相关内容，请用 200 字以内的文字来描述此网站的特色与优势，将内容填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

此网站的特色与优势

#### 2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，拼多多定位的是哪一类目标客户？填入下表 2。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些？

#### 3) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

将自己模拟成一名售前客户服务人员，请对一名消费者关于在拼多多购物上拼团的五个问题进行专业的有效回答。完成表 3 中内容。

表 3 沟通客户需求

Q: 请问平台商品质量怎么样？
A:
Q: 请问你们拼团的产品有什么特色啊？
A:
Q: 请问如果收到的是过期产品或接近过期的产品怎么办？
A:
Q: 请问我没有网上银行，只有银行卡怎么办？
A:
Q: 请问如果我要参与拼团，购物流程是怎样？

A:

#### 4) 客户价值计算

假定一个客户在拼多多商城每星期有交易记录 3 次，平均每次交易发生额 50 元，以平均客户生命周期 5 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对拼多多提供的产品和服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 60%，抱怨的人的转换率为 50% 转化率，或增加了拼多多的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 3，并进行必要的分析。

表 4 客户价值计算与分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

#### 5) 客户分类管理

下表 5 是一组用户到拼多多消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 55%、85% 左右为分割点，A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%）将客户分成 ABC 类。

表 5 拼多多消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额(单位：元)	占消费总额比
客户 1	3400	17%
客户 2	140	0.7%
客户 3	260	1.3%
客户 4	100	0.5%
客户 5	10600	53%
客户 6	3200	16%
客户 7	1200	6%
客户 8	500	2.5%
客户 9	400	2%
客户 10	200	1%

分析上表 5 数据，将分析内容填入表 6 中。

表 6 客户分类管理

A 类客户有：	
B 类客户有	
C 类客户有：	
通过对客户的分析，说说 ABC 客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理：	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分细则**

售前客户服务与管理评分卡(题 2-1)

评价内容	配分	评分标准	考核得分											
卷面排版及格式(5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。												
工作任务(95分)	客服前的准备	20分	<table border="1"> <tr> <td>购物流程描述准确,支付环节描述清晰。</td> <td>16-20分</td> </tr> <tr> <td>购物流程描述较为准确,支付环节描述较为清晰。</td> <td>10-15分</td> </tr> <tr> <td>购物流程描述基本准确,支付环节描述基本清晰。</td> <td>5-9分</td> </tr> <tr> <td>购物流程描述不够准确,支付环节描述不够清晰。</td> <td>3-4分</td> </tr> <tr> <td>文不对题。</td> <td>0-2分</td> </tr> </table>	购物流程描述准确,支付环节描述清晰。	16-20分	购物流程描述较为准确,支付环节描述较为清晰。	10-15分	购物流程描述基本准确,支付环节描述基本清晰。	5-9分	购物流程描述不够准确,支付环节描述不够清晰。	3-4分	文不对题。	0-2分	
		购物流程描述准确,支付环节描述清晰。	16-20分											
		购物流程描述较为准确,支付环节描述较为清晰。	10-15分											
		购物流程描述基本准确,支付环节描述基本清晰。	5-9分											
		购物流程描述不够准确,支付环节描述不够清晰。	3-4分											
	文不对题。	0-2分												
客户沟通技巧	30分	沟通顺畅,能针对客户的提问进行针对性的回答,能结合案例背景,回答具有较强的技巧性。	每条6分,共30分											
客户价值计算	25分	计算公式,价值大小计算正确,共18分。 作用:是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性,是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。 按0/3/5/7分评分。												
客户分类管理	20分	客户分类完全正确10分,客户分类错一个扣1分,直至0分。												
		客户分级管理的意义4分。 高效的管理措施6分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。												
合计	100分													

试题评阅人签名: \_\_\_\_\_

## 2. 试题编号：2-2：售前客户服务与管理

### (1) 任务描述

湖南竞网科技有限公司 (<http://www.hnjing.com/>) 创立于 2003 年，是一家区域互联网营销综合服务提供商。公司总部设在长沙高新区麓谷企业广场，在湖南省内岳阳、衡阳、常德、怀化、张家界等八个地市设立了分支机构。竞网主营业务包括以网站建设、网络推广为主的搜索营销外包服务、以竞网管家、企业邮箱及 400 企业总机为主的竞网增值服务，以及针对大客户及成长型企业的品牌推广及网络营销整合方案专家定制服务。竞网拥有湖南最大的互联网平台建设与服务团队，以及区域独有的互联网互动营销研究中心，同时是全球最大的中文搜索引擎——百度公司的湖南总代理。作为中小企业的代表和中小企业外包服务者的典范，竞网科技已成为湖南规模最大、服务系统最完善、专业实力最强、服务客户最多的行业领导品牌。

#### 1) 企业网站特点分析与描述

请登录湖南竞网科技有限公司 (<http://www.hnjing.com/>)，用 200 字以内的文字来描述此网站的特色与优势，将内容填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

产品与服务特色

#### 2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，湖南竞网科技有限公司的定位有哪些目标客户？如果你是湖南竞网在线客服人员，你会怎样来争取企业成为其客户，试着用文字表述出来，填入下表 2 中。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网等售前客服沟通 7 步法）

#### 3) 客户价值计算

客户是企业最重要、最核心、最有价值的无形资产。客户资源虽然是无形资产，但它也是可以用货币来计算的。

假定一个客户在湖南竞网每个月消费 1 次，平均每次消费 5 万元，以平均客户生命周期 10 年为基准来计算客户价值的大小（以销售额来计算）。如果该客

户对湖南竞网提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 5 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美或抱怨的人均有 10% 转化率，或增加了湖南竞网的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入表 3，并进行必要的分析。

表 3 客户价值计算与动态分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小（销售额）			
分析结论			

#### 4) 客户分类管理

湖南竞网借助专业的 CRM 系统和数据分析处理系统来分析其客户的消费习惯和行为，从而更好的开发出更加有吸引力的用户服务套餐和增值服务产品。下面是一组用户到湖南竞网消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 55%、85%左右为分割点，A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%）将客户分成 ABC 类。

表 4 用户到株洲在线消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额(单位：元)	占消费总额比
客户 1	50000	1.8%
客户 2	925000	31.1%
客户 3	50000	1.8%
客户 4	45000	1.5%
客户 5	200000	6.7%
客户 6	10000	0.3%
客户 7	25000	0.8%
客户 8	42500	1.4%
客户 9	20000	0.7%
客户 10	10000	0.3%
客户 11	15000	0.5%
客户 12	40000	1.3%
客户 13	625000	21%
客户 14	150000	5%

客户 15	275000	9.3%
客户 16	25000	0.8%
客户 17	325000	10.9%
客户 18	30000	1%
客户 19	60000	2%
客户 20	50000	1.8%

分析上表 4 数据，完成下表 5 内容填写。

表 5 客户分类管理

A 类客户有：	
B 类客户有	
C 类客户有：	
通过对客户的分析，说说 ABC 客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理：	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp/win7/win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

**售前客户服务与管理评分卡(题 2-2)**

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5 分)	5 分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工 作 任 务 准备 (95 分)	20 分	结构严谨、文笔通顺，内容清晰明了，符合字数要求，能很好地把服务特色与优势概括出来。	16-20 分
		结构严谨、文笔通顺，符合字数要求，内容基本上能反映出服务的特色。	10-15 分
		文构较严谨、文笔较通顺，符合字数要求，内容较能体现出服务的特色。	5-9 分
		结构一般、文笔不是很通顺，符合字数要求，内容不能体现出服务的特色。	3-4 分
		文不对题。	0-2 分

客户沟通技巧	30分	目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤（①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进）阐述明确。	28-30分
		目标客户明确，列举了三至五个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分
		目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分
		目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分
		目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分
		目标客户明确，列举了1至2个典型客户群；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分
		典型客户群不明确；模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分
客户价值计算	25分	计算公式，价值大小计算正确，共18分。 作用：是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。按0/3/5/7分评分。	
客户分类管理	20分	客户分类完全正确10分，客户分类错一个扣0.5分，直至0分。 客户分级管理的意义4分。 高效的管理措施6分，没有结合案例背景分析扣4分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。	
合计		100分	

试题评阅人签名：\_\_\_\_\_



### 3. 试题编号：2-3：售前客户服务与管理

#### (1) 任务描述

淘宝商城九阳旗舰店 (<http://joyoungtp.tmall.com/>) 是杭州九阳生活电器有限公司授权泰璞（上海）电子商务有限公司在淘宝网开设的九阳生活电器的 B2C 交易平台。

#### 1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开九阳旗舰店站点，请用 200 字左右的文字描述九阳旗舰店，要求包括主要经营范围、产品特点、适合人群，经营思想。将内容填入表 1。

表 1 客服前的准备

服务特色与优势概述

#### 2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

分析九阳官方旗舰店的目标客户有哪些？

请模拟售前客户服务人员，就九阳官方旗舰店的 Joyoung/九阳 JYK-50P02 (<https://detail.tmall.com/item.htm?spm=alz10.5-b-s.w4011-21347472471.88.3b6c4d61ws21qQ&id=601638630176&rn=f3a2583a88b48c299705a0b8e06f5a33&abbucket=5&skuId=4209708429283>)

对目标客户区中不同类型的客户分别进行具有各自特点，满足不同需求的产品介绍。（自行车在单元格中添加横线，以便区分）。将模拟情况填入下表 2。

表 2 沟通客户需求

客户类型	产品介绍
...	

#### 3) 客户价值计算

假定一个客户在九阳官方旗舰店每星期有交易记录 1 次，平均每次交易发生额 400 元，以平均客户生命周期 5 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对九阳官方旗舰店提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 60%，抱怨的人的转换率为 90%转化率，或增加了九阳官方旗舰店的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表，并进

行必要的分析。

表 3 客户价值计算

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的 新增价值/元	抱怨客户的 价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

4) 客户分类管理

下面是一组用户到九阳官方旗舰店消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 65%、85%左右为分割点）将客户分成 ABC 类。

表 4 九阳官方旗舰店的基本数据

客户姓名	年成交金额(单位：元)	占成交总额比
客户 1	750	7.5%
客户 2	1000	10%
客户 3	3500	35%
客户 4	250	2.5%
客户 5	100	1%
客户 6	60	0.6%
客户 7	2700	27%
客户 8	300	3%
客户 9	250	2.5%
客户 10	540	5.4%
客户 11	200	2%
客户 12	100	1%
客户 13	50	0.5%
客户 14	200	2%

分析上表数据，完成下表 5 内容填写

表 5 客户分类管理

A 类客户有：	
B 类客户有	
C 类客户有：	
通过对客户的分析，说说 ABC 客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进	

行高效的管理：

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

**售前客户服务与管理评分卡(题 2-3)**

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作任务 (95分)	客服前的准备 20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站特色与优势概括出来。	16-20分
		结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出网站的特色与优势。	10-15分
		文构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9分
		结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4分
		文不对题。	0-2分
客户沟通技巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;对每类客户群能按照特点进行产品和卖点介绍,语言富有感染力,能对消费者购买欲望形成足够刺激。	24-30分
		目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;对每类客户群基本能按照特点进行产品和卖点介绍,语言表达正确,层次感好。	21-24分
		目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;对产品内容和特色介绍准确,不能很好的区别每一类客户群。	18-20分
		目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;文字表达无误。	15-17分
		目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;产品介绍文不对题。	0-14分
客户价	25分	计算公式,价值大小计算正确,每空3分,共18分。	

值计算		分析结论：是否深刻理解优质客户服务对企业的重要性，是否观点明确、表述清楚、分析深刻、见解独到等。 按 0/3/5/7 分评分。	
客户分类管理	20 分	客户分类完全正确 10 分，客户分类错一个扣 1 分，直至 0 分。	
		客户分级管理的意义 4 分。 高效的管理措施 6 分，没有结合案例背景分析扣 4 分，其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。	
合计	100 分		

试题评阅人签名： \_\_\_\_\_

#### 4. 试题编号：2-4：售前客户服务与管理

##### (1) 任务描述

棒棒糖网站 (<http://www.bbtkids.cn/>) 是由包子科技(北京)有限公司研发并推广, 致力于为中国的妈妈们提供高质量、高性价比的儿童时装, 提供一站式的优质购物体验的电子商务平台。在这个平台上, 有上百个童装品牌的最新款式同时在售。

##### 1) 客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

打开棒棒糖网站 (<http://www.bbtkids.cn/>), 了解平台的相关内容, 请用 200 字以内的文字来描述此网站的特色与优势, 将内容填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

此网站的特色与优势

##### 2) 分析目标客户, 进行客户开发, 掌握客户沟通技巧

根据材料, 棒棒糖定位的是哪一类目标客户? 填入下表 2。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些?

##### 3) 沟通客户需求 (客户沟通技巧)

将自己模拟成一名售前客户服务人员, 请对一名女性消费者关于在棒棒糖网站上购物的五个问题进行专业的有效回答。完成表 3 中内容。

表 3 沟通客户需求

Q: 请问平台商品是正品吗?
A:
Q: 请问你们的产品有什么特色啊?
A:
Q: 请问如果收到的产品不满意怎么办?
A:
Q: 请问我没有网上银行, 只有银行卡怎么办?
A:
Q: 请问如果我要购买商品, 具体操作流程是怎样?
A:

##### 4) 客户价值计算

假定一个客户在棒棒糖网站每星期有交易记录 3 次，平均每次交易发生额 200 元，以平均客户生命周期 5 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对棒棒糖网站提供的产品和服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 60%，抱怨的人的转换率为 50% 转化率，或增加了拼多多的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 3，并进行必要的分析。

表 4 客户价值计算与分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的 新增价值/元	抱怨客户的 价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

5) 客户分类管理

下表 5 是一组用户到棒棒糖网站消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 55%、85% 左右为分割点，A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%）将客户分成 ABC 类。

表 5 棒棒糖消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额(单位：元)	占消费总额比
客户 1	2550	17%
客户 2	105	0.7%
客户 3	195	1.3%
客户 4	75	0.5%
客户 5	7950	53%
客户 6	2400	16%
客户 7	900	6%
客户 8	375	2.5%
客户 9	300	2%
客户 10	150	1%

分析上表 5 数据，将分析内容填入表 6 中

表 6 ABC 客户分类表

A 类客户有：	
---------	--

B类客户有	
C类客户有:	
通过对客户的分析,说说ABC客户分类管理的意义,以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理:	

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

售前客户服务与管理评分卡(题 2-4)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作任务 (95分)	客服前的准备	购物流程描述准确,支付环节描述清晰。	16-20分
		购物流程描述较为准确,支付环节描述较为清晰。	10-15分
		购物流程描述基本准确,支付环节描述基本清晰。	5-9分
		购物流程描述不够准确,支付环节描述不够清晰。	3-4分
		文不对题。	0-2分
客户沟通技巧	30分	沟通顺畅,能针对客户的提问进行针对性的回答,能结合案例背景,回答具有较强的技巧性。	每条6分,共30分
客户价值计算	25分	计算公式,价值大小计算正确,共18分。 作用:是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性,是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。按 0/3/5/7 分评分。	
客户分类管理	20分	客户分类完全正确 10分,客户分类错一个扣1分,直至0分。 客户分级管理的意义 4分。 高效的管理措施 6分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。	
合计	100分		

试题评阅人签名: \_\_\_\_\_



## 5. 试题编号：2-5：售前客户服务与管理

### (1) 任务描述

裂帛服饰旗舰店 (<https://ripfs.tmall.com/>) 是天猫平台上的服饰品牌店。裂帛是中国知名的设计师品牌，由一群有非凡创造力的设计师和有趣的年青人啸聚而成，不问身份，差异共存，坚持着不做皮草，裂帛有所为有所不为等独立、鲜明的立场。用服饰延伸着人类文化中，人们对色彩、自然、情感共通的热爱与表达，分享内心生活的感动和喜悦，品牌风格即参照本心、无拘无束。被誉为离客户心灵最近的牌子，如今裂帛已成为中国最具规模的设计师女装之一，远销海外各个国家与城市，为世界潮流和国际时装界输出着来自东方的多元文化价值，与美好的体验。

#### 1) 客服前的准备 (熟悉企业产品特色及优势)

通过进入裂帛网店以及结合搜索引擎，对裂帛进行特色及优势分析 (可以从价位、产品种类等方面进行分析)。(字数不超过 200 字)

表 1 客服前的准备

服务特色概述

#### 2) 沟通客户需求 (客户沟通技巧)

假如你是裂帛的一名客服，对于如下情况，你将如何处理？

表 2 沟通客户需求

A. 促成交易	
顾客：亲，我想买真丝刺绣连衣裙，你家有么？	
注：假如你销售的产品中没有这种款式，为促成一笔订单，你将如何回答？	
客服回复：	
B. 介绍商品	
顾客：亲，真丝连衣裙和棉麻连衣裙最大的区别是什么呢？我听说现在最流行的面料是真丝，是么？	
注：假如你家没有真丝面料的连衣裙，只有棉麻面料的，你将怎么对客户介绍你家的女装，并尽量促成交易呢？	
客服回复：	
C. 商品推荐	
顾客：亲，能给我推荐几款款式流行的、面料高档的连衣裙吗？	
客服回复：	
D. 质量质疑	

顾客：亲，你推荐的这几款裙子都没有人买过，也没有评价，是不是不好啊？	
注：需要打消客户疑虑，并促成交易。	
客服回复：	

### 3) 客户价值分析

针对裂帛产品特点，依据市场三要素：人、购买力和购买欲望，分别按收入状况及年龄来对该公司产品的市场客户群进行划分。并分析两种划分形式下各类客户群的特点及其相应的产品营销策略，将内容填入表3。

表3 客户价值分析

分类方式	客户群	客户群特点	产品推介方式
按收入状况划分			
	.....		
按年龄划分			
	.....		
假如要对该公司的客户群进行拓展，你认为什么样的客户群将是本公司的发展对象，并加以说明分析？			

### (2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

#### 售前客户服务与管理评分卡(题 2-5)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。按0/3/5分标准评分。	
工 作 客 服 准 备	公司产品定位 10分	公司产品定位结合产品的特性进行分析，定位准确。文笔通顺。	

任务 (95分)	(26分)	目标客户群体 10分	目标客户群体至少三类以上，且描述准确。	
		营销模式 6分	营销模式准确，进行适当说明。	
	客户沟通技巧 (24分)	促成交易 6分	能给出合适满意的客服口语答案，并促成交易，语言简洁准确。	
		介绍商品 6分	能给出较为合适的客服口语答案，能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。	
		商品推荐 6分	能给出较为合适的客服口语答案，能针对不同情况能做出较为准确的分析，且在此基础上用较为准确的语言，且语句流畅、通顺。	
		质量质疑 6分	能给出较为合适的客服口语答案，针对客户的质疑，能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。	
	客户价值分析 30分	客户群划分 10分	能针对本公司产品准确划分各类客户群，语句表达流畅通顺。	
		客户群分析 10分	针对不同客户群给予合适的分析，分析准确、客观。表述清楚。	
		产品推介方式 10分	产品推介方式针对客户群体的划分，结合客户群体的特点，表述清楚，具有很强的可行性。	
	客户拓展	15分	针对潜在客户群，策划客户拓展方案，要求文笔通顺、方案具体、切实可行。	
合计		100分		

试题评阅人签名: \_\_\_\_\_

## 6. 试题编号：2-6：售前客户服务与管理

### (1) 任务描述

聚美优品 (<http://gz.jumei.com/>) 是国内知名正品女性团购网站,也是领先的 品牌化妆品团购和护肤品团购网,由陈欧、戴雨森等创立于 2010 年 3 月。聚美优品 首创“化妆品团购”模式:每天在网站推荐十几款热门化妆品。2014 年 6 月,聚美 优品低调上线海淘网站海外购,9 月,聚美全面发力海外购,并在首页开通独立频 道。2015 年 4 月 15 日,聚美优品宣布开通独立母婴频道,正式进军跨境母婴。从 2010 年 3 月成立至今,凭借口碑传播,聚美优品拥有 5000 万注册用户,占女性化 妆品团购市场份额的 80%以上。

#### 1) 客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

请登录聚美优品网: <http://gz.jumei.com/>, 用三句话来描述此网站的特色与 优势,填入表 1 中。(字数不超过 200 字)

表 1 客服前的准备

特色与优势分析

#### 2) 沟通客户需求 (客户沟通技巧)

假如你是聚美优品的一名客服,对于如下情况,你将如何处理?填写表 2。

表 2 沟通客户需求

A. 打招呼	
顾客: 在么?	
客服回复:	
应注意事项:	
B. 介绍商品	
顾客: 你好,我看中了一款护肤品,但是不知道是否合适我。我是混合性肤质,肌肤比较敏感,用什 么样的护肤品合适呢?	
客服回复:	
应注意事项:	
C. 价格辩论	
顾客: 你们的产品怎么那么贵啊?	
客服回复:	
应注意事项:	
D. 质量质疑	
顾客: 你们的产品质量怎么样?	
客服回复:	
应注意事项:	

#### 3) 客户价值分析

针对聚美优品各大品牌的产品特点,按收入状况对其市场客户群进行划分,并 分析各类客户群的消费特点及相应的产品营销策略,将内容填入表 3 中。

表 3 客户价值分析

分类方式	客户群	客户群特点	产品推介方式
按收入状况划分			

4

) 客  
户

管理

针对以上三类客户群，你认为应分别采用什么样的方式来进行客户管理工作？  
将内容填入表 4 中。

表 4 客户管理

客户类别	客户管理方式

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

**售前客户服务与管理评分卡(题 2-6)**

评价内容		配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5分)		5分	注重工作场所的 6S 管理，遵守操作规程、操作纪律；沟通模拟中的用语礼貌，注意措词与技巧体现职业素养。卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作任务 (95分)	客服准备 (16分)	公司产品定位 5分	公司产品定位结合产品的特性进行分析，定位准确。文笔通顺。	
		目标客户群体 5分	目标客户群体至少三类以上，且描述准确。	
		营销模式 6分	营销模式准确，进行适当说明。	
	客户沟通技巧	打招呼 6分	热情有礼貌，语言简洁准确，符合客服打招呼中基本要求。	
		介绍商品 6分	能给出较为合适的客服口语答案，能针对客户的提问合适的介绍店铺产品。语句流畅通顺。	

(24分)	价格辩论 6分	能根据客户的要求在合理范围内进行价格辩论，且在此基础上用较为准确的语言，且语句流畅、通顺。	
	质量质疑 6分	能给出较为合适的客服口语答案，针对客户的质疑，能委婉地解决客户的质疑。语言较为通顺。	
客户价值分析 25分	客户群 5分	客户群划分正确。	
	特点描述 10分	描述正确。	
	推广方式 10分	推广方式选择恰当，描述合理，有一定的创意。	
客户管理	30分	针对客户类别的管理方式合理恰当，描述详尽，体现了客服分级管理的特点。	
合计	100分		

试题评阅人签名：\_\_\_\_\_

## 7. 试题编号：2-7：售前客户服务与管理

### (1) 任务描述

三只松鼠股份有限公司成立于 2012 年，公司总部在芜湖，位于安徽省，是中国第一家定位于纯互联网食品品牌的企业，也是当前中国销售规模最大的食品电商企业。7 年多来，为“让天下主人爽起来”的松鼠使命，为“服务全球绝大多数的大众家庭”的终极目标，三只松鼠将产品的风味、鲜味、趣味注入在每一款产品中。如今，在以天猫为首的渠道销售中，三只松鼠已连续 7 年位列天猫食品类目销售第一，服务全球一亿主人群体。

#### 1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

通过访问公司网站以及结合搜索引擎了解三只松鼠的相关知识，对该公司的产品和服务进行特色及优势分析，（可以从企业模式，经营产品、营销模式等方面进行分析）。将内容填入表 1(字数不超过 200 字)。

表 1 客服前的准备

特色与优势分析

#### 2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，三只松鼠定位的是哪一类目标客户？如果你是三只松鼠客服人员，你会怎样来争取客户购买三只松鼠的产品。试着用文字表述出来。填入下表 2 中。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些？
售前沟通模拟测试：（参照淘宝网等售前客服沟通 7 步法）

#### 3) 客户价值计算

假定一个客户在三只松鼠每个月有交易记录 2 次，平均每次交易发生额 150 元，以平均客户生命周期 5 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对三只松鼠提供的产品和服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 70%，抱怨的人的转换率为 60% 转化率，或增加了三只松鼠的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 3，并进行必要的分析。

表 3 客户价值计算与分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的 新增价值/元	抱怨客户的 价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

#### 4) 客户分类管理

下表 4 是一组用户到三只松鼠消费的基本数据, 请按照 ABC 客户分类方法, (以 55%、85%左右为分割点) 将客户分成 ABC 类。

表 4 三只松鼠消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额(单位: 元)	占消费总额比
客户 1	180	1%
客户 2	5400	30%
客户 3	90	0.5%
客户 4	3600	20%
客户 5	4320	24%
客户 6	630	3.5%
客户 7	2160	12%
客户 8	360	2%
客户 9	720	4%
客户 10	540	3%

分析上表 4 数据, 将分析内容填入表 5 中。

表 5 客户分类管理

A 类客户有:	
B 类客户有:	
C 类客户有:	
通过对客户的分析, 说说 ABC 客户分类管理的意义, 以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理:	

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

### 售前客户服务与管理评分卡(题 2-7)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
------	----	------	------



卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。		
工作任务 (95分)	客服准备 (20分)	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把服务特色与优势概括出来。	16-20分	
		结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出服务的特色。	10-15分	
		文句较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出服务的特色。	5-9分	
		结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出服务的特色。	3-4分	
	客户沟通技巧	30分	目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤(①招呼、②询问、③推荐、④议价、⑤核实、⑥道别、⑦跟进)阐述明确。	28-30分
			目标客户明确,列举了三至五个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	24-27分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了五点。	20-23分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了四点。	15-19分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了三点。	10-14分
			目标客户明确,列举了1至2个典型客户群;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了二点。	5-9分
			典型客户群不明确;模拟售前营销过程中七步骤答题中提到了一点。	0-4分
	客户价值计算	25分	计算公式,价值大小计算正确,每空3分,共18分。	
			分析结论:是否深刻理解优质服务对企业的重要性,是否观点明确、表述清楚、分析深刻、见解独到等。 按0/3/5/7分评分。	
	客户分类管理	20分	客户分类完全正确10分,客户分类错一个扣1分,直至0分。	
客户分级管理的意义4分 高效的管理措施6分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。				
合计	100分			

试题评阅人签名: \_\_\_\_\_

## 8. 试题编号：2-8：售前客户服务与管理

### (1) 任务描述

瓜子二手车直卖网 (<https://www.guazi.com>) 于 2015 年 9 月 27 日正式上线。实时在售个人车源量超过 12 万台；覆盖全国 28 个省份，通过卫星城策略服务能力覆盖 208 个城市，城市扩张增速持续保持行业第一。2015 年交易额累计超过 37 亿元。瓜子二手车以交易为核心，已经完成了汽车后市场的主流服务衔接，包括上门评估、交易撮合、陪同过户、售后保障、汽车金融、汽车保险、道路救援、维修保养、新车售卖等 9 大服务体系

#### 1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开瓜子二手车网站 (<https://www.guazi.com>)，了解瓜子二手网的相关内容，将自己模拟为一名售前客服人员，请用 200 字以内的文字简明扼要并准确的介绍瓜子二手车购车的流程，并对瓜子二手车的优势进行推介。将内容填入表 1。

表 1 客服前的准备

介绍网站购车的流程
-----------

#### 2) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

将自己模拟成一名售前客户服务人员，请对一名消费者关于二手车江淮 瑞风 S5 2015 款 1.5T 自动精英型

([https://www.guazi.com/nj/2b2bb8627f67c0b3x.htm#fr\\_page=list&fr\\_pos=city&fr\\_no=15](https://www.guazi.com/nj/2b2bb8627f67c0b3x.htm#fr_page=list&fr_pos=city&fr_no=15)) 的五个问题进行专业的有效回答。完成表 2 中内容。

表 2 沟通客户需求

Q: 请问该车发生过事故吗?
A:
Q: 请问价格可以再便宜点吗?
A:
Q: 如果提车后在使用中发现车子有重大故障怎么办呢?
A:
Q: 目前一次性付款有难度，可以贷款吗?
A:
Q: 付款后多久可以提车呢?
A:

3) 根据公司的特色与优势，有效进行邮件营销来进行网站推广，写出邮件的标题及内容，（要求 200 字左右）。填入表 3。

表 3 邮件推广

邮件标题:	
-------	--

邮件内容:

#### 4) 客户价值计算

假定一个客户在瓜子二手车交易网每 5 年有交易记录 1 次，平均每次交易发生额 30000 元，以平均客户生命周期 5 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对瓜子二手车提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 60%，抱怨的人的转换率为 50%转化率，或增加了瓜子二手车的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 4，并进行必要的分析。

表 4 客户价值计算与分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

#### (2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 2-8)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版及格式(5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。		
工作任务(95分)	客服前的准备	购物流程描述准确,支付环节描述清晰。	16-20分	
		购物流程描述较为准确,支付环节描述较为清晰。	10-15分	
		购物流程描述基本准确,支付环节描述基本清晰。	5-9分	
		购物流程描述不够准确,支付环节描述不够清晰。	3-4分	
		文不对题。	0-2分	
	客户沟通技巧	30分	沟通顺畅,能针对客户的提问进行进行针对性的回答,能结合案例背景,回答具有较强的技巧性。	每条6分,共30分
	邮件营销	20分	结构严谨、文笔通顺,内容清晰明了,符合字数要求,能很好地把网站特色与优势概括出来。	16-20分
			结构严谨、文笔通顺,符合字数要求,内容基本上能反映出网站的特色与优势。	10-15分
			文构较严谨、文笔较通顺,符合字数要求,内容较能体现出网站的特色与优势。	5-9分
			结构一般、文笔不是很通顺,符合字数要求,内容不能体现出网站的特色与优势。	3-4分
客户价值计算	25分	计算公式,价值大小计算正确,共18分。		
		作用:是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性,是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。按0/3/5/7分评分。		
合计	100分			

试题评阅人签名: \_\_\_\_\_

## 9. 试题编号：2-9：售前客户服务与管理

### (1) 任务描述

花礼网 Hua.com, 全称中国鲜花礼品网, 由“深圳市百易信息技术有限公司”于 2005 年投资创办, 是鲜花礼品行业龙头企业, 深圳市百易信息技术有限公司旗下鲜花礼品网上商城。Hua.com 专注鲜花速递服务 14 年, 销量居鲜花礼品网站首位。用户可 24 小时预订鲜花, 享有同城送花、异地送花、网上订花服务。2013 年底, 花礼网依托于技术团队及多年鲜花礼品经营经验, 独立开发 ios 版本和安卓版本 APP 及移动端无线订购系统, 为广大用户在移动端提供鲜花礼品速递服务。品牌理念主推资深花艺师匠心打造, “花心思, 只为你”; 鲜花配送前上传实拍, 严格筛除不合格产品; 鲜花 1-3 小时送达, 重要时刻让永爱不迟到; 推崇“勇敢爱”的理念, 已鼓励百万用户勇敢踏出告白真爱的一步, 表达爱, 趁现在!

#### 1) 客服前的准备 (提炼企业产品服务特色及优势)

打开花礼网, 了解花礼网的相关内容, 请用 200 字以内的文字来描述此商城的特色与优势, 将内容填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

此网站的特色与优势
-----------

#### 2) 分析目标客户, 进行客户开发, 掌握客户沟通技巧

根据材料, 花礼网定位的是哪一类目标客户? 这些客户有什么特点? 填入下表 2。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些?
----------

#### 3) 沟通客户需求 (客户沟通技巧)

将自己模拟成一名售前客户服务人员, 请对一名客户关于在花礼网进行鲜花预订前的五个问题进行专业的有效回答。完成表 3 中内容。

表 3 沟通客户需求

Q: 请问你们的鲜花配送时效怎么样? 物流能保证吗?
A:
Q: 请问你们的产品有什么特色啊? 用户进行网上预订需先付款, 商城平台有保障吗?
A:
Q: 收到的鲜花如果效果不满意怎么办? 售后这块是怎么安排的?
A:
Q: 请问新用户应该怎样进行账户注册?
A:
Q: 请问如果我要预订鲜花, 购物流程是怎样?

A:

#### 4) 客户价值计算

假定一个客户在花礼网每个月有交易记录 1 次，平均每次交易发生额 500 元，以平均客户生命周期 5 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果该客户对花礼网提供的产品和服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 60%，抱怨的人的转换率为 50% 转化率，或增加了花礼网的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 3，并进行必要的分析。

表 4 客户价值计算与分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

#### 5) 客户分类管理

下表 5 是一组用户到花礼网消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，（以 55%、85% 左右为分割点，A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%）将客户分成 ABC 类。

表 5 花礼网消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额(单位: 元)	占消费总额比
客户 1	6800	17%
客户 2	280	0.7%
客户 3	520	1.3%
客户 4	200	0.5%
客户 5	21200	53%
客户 6	6400	16%
客户 7	2400	6%
客户 8	1000	2.5%
客户 9	800	2%
客户 10	400	1%

分析上表 5 数据，将分析内容填入表 6 中。

表 6 客户分类管理

A 类客户有:	
B 类客户有:	
C 类客户有:	
通过对客户的分析，说说 ABC 客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理:	

#### (2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，

HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

**售前客户服务与管理评分卡(题 2-9)**

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作任务 (95分)	客服前的准备 20分	购物流程描述准确,支付环节描述清晰。	16-20分
		购物流程描述较为准确,支付环节描述较为清晰。	10-15分
		购物流程描述基本准确,支付环节描述基本清晰。	5-9分
		购物流程描述不够准确,支付环节描述不够清晰。	3-4分
		文不对题。	0-2分
客户沟通技巧	30分	沟通顺畅,能针对客户的提问进行针对性的回答,能结合案例背景,回答具有较强的技巧性。	每条6分,共30分
客户价值计算	25分	计算公式,价值大小计算正确,共18分。 作用:是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性,是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。按 0/3/5/7 分评分。	
客户分类管理	20分	客户分类完全正确 10分,客户分类错一个扣 1分,直至 0分。 客户分级管理的意义 4分。 高效的管理措施 6分,没有结合案例背景分析扣 4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。	
合计	100分		

试题评阅人签名: \_\_\_\_\_

## 10. 试题编号：2-10：售前客户服务与管理

### (1) 任务描述

去哪儿网是一个旅游搜索引擎中文在线旅行网站，创立于 2005 年 2 月，网站主要通过网站及移动客户端为消费者提供机票、酒店、会场、度假产品的实时搜索，并提供旅游产品团购以及其他旅游信息服务，为旅游行业合作伙伴提供在线技术、移动技术解决方案。小王是某一线旅游城市的一家私人民宿的店主，想要在哪里上进行商家入驻，为自己的民宿进行推广的同时扩大客源。如果此时你是去哪儿网的售前销售客服，由你来与商家小王进行各项事宜的接洽。

#### 1) 客服前的准备（提炼企业产品服务特色及优势）

打开去哪儿网，了解去哪儿网的相关内容，请用 200 字以内的文字来描述此平台的特色与优势，将内容填入表 1 中。

表 1 客服前的准备

此平台的特色与优势
-----------

#### 2) 分析目标客户，进行客户开发，掌握客户沟通技巧

根据材料，从商家入驻的角度来看，去哪儿网定位的是哪一类目标客户？填入下表 2。

表 2 分析与沟通客户

目标客户有哪些？
----------

#### 3) 沟通客户需求（客户沟通技巧）

将自己模拟成一名售前客户服务人员，请对小王在商家入驻前的五个问题进行专业的有效回答。完成表 3 中内容。

表 3 沟通客户需求

Q：请问你们平台商家入驻的基本条件是什么？
A：
Q：目前旅游类的在线搜索网站并不少，对比其他平台而言你们的优势在哪里？
A：
Q：我的民宿规模并不大，对比其它大型连锁酒店，你们平台对于中小商家的推广有什么倾斜吗？
A：
Q：请问我前期缴纳费用入驻了平台之后，在后期推广这块各项事宜要找谁沟通？
A：
Q：请问如果我入驻了平台，对于客源这块你们能给我进行保证吗？
A：

#### 4) 客户价值计算

经过你的前期努力，小王的民宿已经顺利入驻平台，推广这块也取得了不错的



效果，假定小王在去哪儿网每年有交易记录 1 次，平均每次交易发生额 30000 元，以平均客户生命周期 5 年为基准来计算客户价值的大小（以交易额来计算）。如果小王对去哪儿提供的服务满意，那他可能将自己的满意告诉另外 10 人；如果不满意，则可能将其抱怨告诉另外 10 个人。假定所有听到其赞美的人的转换率为 60%，抱怨的人的转换率为 50% 转化率，或增加了去哪儿网的忠实客户，或失去相应数量的忠实客户。将计算结果填入下表 4，并进行必要的分析。

表 4 客户价值计算与分析

价值类型 价值大小	客户基本价值/元	满意客户的新增价值/元	抱怨客户的价值损失/元
计算公式			
价值大小 (销售额)			
分析结论			

5) 客户分类管理

下表 5 是一组用户到去哪儿网消费的基本数据，请按照 ABC 客户分类方法，(以 55%、85% 左右为分割点，A 类客户大致 10%、B 类客户大致 20%、C 类客户大致 70%) 将客户分成 ABC 类。

表 5 去哪儿网消费的基本数据表

客户姓名	年消费金额(单位: 元)	占消费总额比
客户 1	8800	17%
客户 2	2280	0.7%
客户 3	2520	1.3%
客户 4	2200	0.5%
客户 5	23200	53%
客户 6	8400	16%
客户 7	4400	6%
客户 8	3000	2.5%
客户 9	2800	2%
客户 10	2400	1%

分析上表 5 数据，将分析内容填入表 6 中。

表 6 客户分类管理

A 类客户有:	
B 类客户有	
C 类客户有:	
通过对客户的分析，说说 ABC 客户分类管理的意义，以及如何针对上述结果对客户进行高效的管理:	

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售前客户服务与管理评分卡(题 2-10)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作任务 (95分)	20分	购物流程描述准确,支付环节描述清晰。	16-20分
		购物流程描述较为准确,支付环节描述较为清晰。	10-15分
		购物流程描述基本准确,支付环节描述基本清晰。	5-9分
		购物流程描述不够准确,支付环节描述不够清晰。	3-4分
		文不对题。	0-2分
客户沟通技巧	30分	沟通顺畅,能针对客户的提问进行针对性的回答,能结合案例背景,回答具有较强的技巧性。	每条6分,共30分
客户价值计算	25分	计算公式,价值大小计算正确,共18分。 作用:是否深刻理解客户终生价值对企业的重要性,是否观点明确、表述清楚、分析深刻且结合背景资料、见解独到等。 按 0/3/5/7 分评分。	
客户分类管理	20分	客户分类完全正确10分,客户分类错一个扣1分,直至0分。 客户分级管理的意义4分。 高效的管理措施6分,没有结合案例背景分析扣4分,其他按照回答的正确与否和合理性进行给分。	
合计	100分		

试题评阅人签名: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 11. 试题编号：2-11：售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

去哪儿网是一个旅游搜索引擎中文在线旅行网站，创立于 2005 年 2 月，网站主要通过网站及移动客户端为消费者提供机票、酒店、会场、度假产品的实时搜索，并提供旅游产品团购以及其他旅游信息服务，为旅游行业合作伙伴提供在线技术、移动技术解决方案。小王是某一线旅游城市的一家私人民宿的店主，是去哪儿网上的入驻商家，前期入驻平台之后取得了不错的推广效果，但是最近小王发现，自己民宿在去哪儿网遭受到了恶意差评，而且网站上的产品链接经常打不开，起初以为是网络问题，后面发现是平台问题，小王选择将这两个问题向网站进行投诉。如果此时你是去哪儿网的售后客服，由你来与商家小王进行各项事宜的接洽。

#### 1) 客户异议分析

按投诉的原因划分，客户投诉有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在 200 字以内，将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

#### 2) 客户异议处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

①进行去哪儿网在进行后台数据维护，确实导致部门产品链接点开之后等待时间过长或者无法显示，目前数据部门已经第一时间解决了这个问题。

②对于小王投诉的存在恶意差评情况，已经第一时间联系了给予差评的客户，经过账户身份核实，发现该账户确实存在恶意差评行为。

如果你是本案例中负责受理该投诉的官方客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	

.....	
-------	--

3) 通过 1 个工作日的协商处理, 小王的投诉已得到解决, 请你通过电子邮件的方式向小王编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于去哪儿网的服务是否有相关建议, 是否有新的问题需要得到帮助等, 字数要求 500 字左右。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

售后客户服务与管理评分卡(题 2-11)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。		
工作任务 (95分)	客户投诉分析	客户投诉类型判断正确 5分。		
		客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求。	16-20分	
		客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	10-15分	
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分	
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分	
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强。	36-40分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	30-35分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	24-29分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	16-23分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性。	9-15分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节。	0-8分
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分,按 0/3/5 分评分。	
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按 0/4/6/8/10 分评分。	
			语言通顺、礼节性强 5分,按 0/3/5 分评分。	
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按 0/4/6/8/10 分评分。				
合计	100分			

试题评阅人签名: \_\_\_\_\_

## 12. 试题编号：2-12：售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

京东到家 (<http://www.jddj.com/>) 是一家 O2O 超市生鲜平台, 是京东 2015 年重点打造的 O2O 生活服务平台, 隶属于上海京东到家友恒电商信息技术有限公司, 通过与线下商超、零售店和便利店等多种业态的深度合作, 为消费者提供超市便利、新鲜果蔬、零食烘焙、鲜花服务、医药健康等多种商品的上门服务, 打造便捷和高品质的消费者体验, 包括移动端 Android 版、iOS 版。京东到家整合各类 O2O 生活类目, 向消费者提供生鲜及超市产品的配送, 并基于 LBS 定位实现 2 小时内快速送达, 打造生活服务一体化应用平台。目前服务已经覆盖包括北京、上海、广州、深圳、南京、天津、武汉、宁波、成都、西安、重庆等一二线城市。

长沙某小区的周阿姨通过京东到家的“限时抢购”频道给自己的小孙子购买了一个健达奇趣蛋(男孩版), 同时也买了些粮油酱醋。京东到家的配送人员不到 20 分钟就将商品配送到家了, 周阿姨非常高兴。但是当她准备去幼儿园接小孙子的时候看了下健达奇趣蛋的生产日期, 却发现健达奇趣蛋当天就要过期了。于是周阿姨赶紧打配送员电话, 要求更换, 结果配送员以抢购商品不退不换为由拒绝更换, 于是周阿姨上了京东到家的微信公众号进行维权, 要求更换商品并道歉。

#### 1) 客户异议分析

按投诉的原因划分, 客户投诉有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉, 本案例属于哪种类型投诉? 针对这种投诉, 客服处理客户异议的思路是什么? 字数要求在 200 字以内, 将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉?
针对这种投诉, 客服处理客户异议的思路是什么?

#### 2) 客户异议处理

通过了解查证后, 客户投诉原因为:

①当天周阿姨确实在“限时抢购”频道购买了一个健达奇趣蛋, 其次商品确实在当日过期。

②配送人员确实以抢购商品不退不换为由拒绝了周阿姨的退换货要求。

③周阿姨要求退换货并要求商家致歉。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
.....	

3) 通过 1 个工作日的协商处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于京东到家的服务是否有相关建议，是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

**售后客户服务与管理评分卡(题 2-12)**

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工 作 任 务	客 户 投 诉 分 析	客户投诉类型判断正确 5分。	
		客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求。	16-20分
		客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	10-15分

务 (95 分)		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
客 户 投 诉 处 理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强。	36-40分
		处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	30-35分
		处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	24-29分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	16-23分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性。	9-15分
		处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节。	0-8分
客 户 关 怀 回 访	30分	客户回访电子邮件格式 5分，按 0/3/5分评分。	
		客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分，按 0/4/6/8/10分评分。	
		语言通顺、礼节性强 5分，按 0/3/5分评分。	
		能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分，按 0/4/6/8/10分评分。	
合计	100分		

试题评阅人签名：\_\_\_\_\_



### 13. 试题编号：2-13：售后客户服务与管理

#### (1) 任务描述

百度糯米是百度公司旗下连接本地生活服务的平台，是百度旗下三大 O2O 产品之一。其前身是人人网旗下的糯米网。原糯米网在 2010 年 6 月 23 日上线，2014 年 3 月 6 日正式更名为百度糯米。百度糯米汇集美食、电影、酒店、休闲娱乐、旅游、到家服务等众多生活服务的相关产品，并先后接入百度外卖、去哪儿网资源，一站式解决吃喝玩乐相关的所有问题，逐渐完善了百度糯米 O2O 的生态布局。百度糯米目前覆盖全国 400 多座城市，在其中 60 个城市中 GMV(Gross Merchandise Volume, 成交总额) 排名第一。

长沙市民张先生一行四人相约到步行街上的“佰烧海鲜烤肉自助”，“佰烧海鲜烤肉自助”正常价格是 79 元，在糯米团购网上的价格是 63 元，四人一块儿就餐可优惠 64 元。于是张先生在糯米网定了四张自助餐券，餐后向店员索要发票时，遭到拒绝，商家提出顾客消费用餐的钱款并没有直接付给店里，而是直接付到网上的。要求张先生向糯米网索要发票。张先生向糯米网客服咨询时，糯米网客服 006 号提出糯米网与商家签署合同时，已明确表示发票是由商家开据。要求张先生找“佰烧海鲜烤肉自助”。几次三番推诿，张先生多次索要不得发票，张先生愤而向糯米网投诉。

#### 1) 客户异议分析

按投诉的原因划分，客户投诉有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在 200 字以内，将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

#### 2) 客户异议处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

- ①客户当日确实进行了购买了自助餐券，并进行了消费；
- ②客户确实于当日向客服 006 号提出咨询，客服人员确实表明可糯米网团购确实可开具发票，但要求客户自行与商家协商；
- ③糯米网事后并未进行追踪调查。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
步骤 4:	
话术 4:	

3) 通过一周的协商处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于糯米网的服务是否有相关建议，是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

**售后客户服务与管理评分卡(题 2-13)**

评价内容	配分	评分标准	考核得分
------	----	------	------

卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。		
工作任务 (95分)	客户投诉分析	客户投诉类型判断正确	5分	
		客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求。	16-20分	
		客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	10-15分	
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分	
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分	
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强。	36-40分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	30-35分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	24-29分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	16-23分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性。	9-15分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节。	0-8分
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式	5分，按0/3/5分评分。
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容	10分，按0/4/6/8/10分评分。
语言通顺、礼节性强			5分，按0/3/5分评分。	
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务			10分，按0/4/6/8/10分评分。	
合计	100分			

试题评阅人签名：\_\_\_\_\_

#### 14. 试题编号：2-14：售后客户服务与管理

##### (1) 任务描述

当当网是知名的综合性网上购物商城，由国内著名出版机构科文公司、美国老虎基金、美国 IDG 集团、卢森堡剑桥集团、亚洲创业投资基金(原名软银中国创业基金)共同投资成立。

从 1999 年 11 月正式开通至今，当当网已从早期的网上卖书拓展到网上卖各品类百货，包括图书音像、美妆、家居、母婴、服装和 3C 数码等几十个大类，数百万种商品。物流方面，当当网在全国 600 个城市实现“111 全天达”，在 1200 多个区县实现了次日达，货到付款(COD)方面覆盖全国 2700 个区县。当当网于美国时间 2010 年 12 月 8 日在纽约证券交易所正式挂牌上市，成为中国第一家完全基于线上业务、在美国上市的 B2C 网上商城。

2018 年春节，杨先生准备请膝下十多个孙辈到家团聚共度元宵节，于是在当当网东邮贸易有限公司购买了 345 盒费列罗金莎巧克力，一共花了 3 万多元，杨先生收到快递打开后发现里面所有的产品信息都是英文但这些巧克力从说明、保质期、生产日期到配料表等标签，均没有任何中文说明。杨先生与东莞市东邮贸易有限公司多次协商无果只得投诉。

##### 1) 客户异议分析

按投诉的原因划分，客户投诉有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在 200 字以内，将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

##### 2) 客户异议处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

- ①客户确实在线支付购买了 345 盒费列罗金莎巧克力，一共花了 3 万多元；
- ②客户确实于当日向客服提出咨询，为什么标签上没有中文说明；
- ③当当事后未进行追踪调查。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
步骤 4:	
话术 4:	

3) 客户回访和关怀

通过一周的协商处理，该客户的投诉已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于当当网的服务是否有相关建议，是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 2-14)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
------	----	------	------

卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。		
工作任务 (95分)	客户投诉分析	客户投诉类型判断正确 5分。		
		客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求。	16-20分	
		客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	10-15分	
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分	
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分	
	客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强。	36-40分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	30-35分
			处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	24-29分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	16-23分
			处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性。	9-15分
			处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节。	0-8分
	客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分,按0/3/5分评分。	
			客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按0/4/6/8/10分评分。	
			语言通顺、礼节性强 5分,按0/3/5分评分。	
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按0/4/6/8/10分评分。				
合计	100分			

试题评阅人签名: \_\_\_\_\_

## 15. 试题编号：2-15：售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

2018年3月17日，西安理工大学的和女士在某数码网店上以198元的价格购买一个128G移动硬盘，3月19日收货时检查外观没有问题。可是使用了两天后，和女士发现，将大量信息存入后，存储的信息在拔掉数据线的同时就丢失了。和女士用容量测试软件对其进行测试，发现这个移动硬盘的实际容量仅为12G，与128G相差巨大。和女士与售后客服联系，进行了投诉。

#### 1) 客户异议分析

按投诉的原因划分有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在200字）

将内容填入表1。

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

#### 2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①移动硬盘刚刚开始使用就出现严重质量问题；
- ②128G的移动硬盘实际只有12G容量，来回换货非常麻烦；

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表2。

表2 客户异议处理

步骤1:	
话术1:	
步骤2:	
话术2:	
步骤3:	
话术3:	
.....	

#### 3) 客户回访和关怀

通过两个星期的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求500字左右。将邮件内容填入表3。

表3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准****售后客户服务与管理评分卡(题 2-15)**

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作任务 (95分)	客户投诉分析 25分	客户投诉类型判断正确 5分。	
		客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求。	16-20分
		客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	10-15分
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
	客户投诉处理 40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强。	36-40分
		处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	30-35分
		处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	24-29分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	16-23分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性。	9-15分
		处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节。	0-8分
	客户关怀 30分	客户回访电子邮件格式 5分，按 0/3/5 分评分。	
		客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分，按 0/4/6/8/10 分评分。	



	回访	语言通顺、礼节性强 5分，按 0/3/5 分评分。	
		能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分，按 0/4/6/8/10 分评分。	
合计	100分		

试题评阅人签名： \_\_\_\_\_

## 16. 试题编号：2-16：售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

山西杏花村汾酒集团有限责任公司 (<http://www.fenjiu.com.cn/>) 为国有独资公司，以生产经营中国名酒——汾酒、竹叶青酒为主营业务，年产名优白酒 5 万吨，是全国最大的名优白酒生产基地之一。2019 年 2 月 6 日，王某在所在村小卖店购买了四瓶白酒，价值 200 多元。饮用后感觉有异味，并且酒的颜色异常。他找到小卖店要求退货。店主说酒不是他生产的，要求其联系厂家。小王联系了山西杏花村汾酒集团，进行投诉，并要求退货，以及 2 万元的经济赔偿。

#### 1) 客户异议分析

按投诉的原因划分有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）

将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

#### 2) 客户异议处理

通过进一步的了解，小王购买的白酒确实是公司生产的，但同一批次白酒没有发现类似问题，查证后客户投诉原因在于：

①四瓶白酒均有不同程度的变质；

②王某担心已经喝掉的白酒会对身体造成伤害，所以不仅要求退货，而且要求 2 万元的经济赔偿；

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
.....	

#### 3) 客户回访和关怀

通过两个月的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式

向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

售后客户服务与管理评分卡(题 2-16)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作任务 (95分)	客户投诉分析 25分	客户投诉类型判断正确 5分。	
		客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求。	16-20分
		客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	10-15分
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
	客户投诉处理 40分	客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
		处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强。	36-40分
		处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	30-35分
		处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	24-29分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	16-23分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性。	9-15分
	客户关怀回访 30分	处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节。	0-8分
		客户回访电子邮件格式 5分,按 0/3/5 分评分。	
		客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分,按 0/4/6/8/10 分评分。	
		语言通顺、礼节性强 5分,按 0/3/5 分评分。	
能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分,按 0/4/6/8/10 分评分。			
合计	100分		

试题评阅人签名: \_\_\_\_\_

## 17. 试题编号：2-17：售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

2018年9月18日，张小姐及朋友报名参加了湖南省国旅组织的一次北京六日游，并签署了旅游合同。根据合同约定，于9月30日下午乘飞机赴北京故宫等景点，每人旅游费用4250元，共计8500元。张小姐当日就交纳了此次旅游的全部费用。9月29日，张小姐早已做好旅游准备，却突然接到该旅行社业务经理电话，通知其原定北京旅游团队，因无法落实北京至长沙的返程机票，而被迫取消。由于旅行社取消旅游活动距“十一”黄金周仅一天时间，而其他旅行社基本组团完毕，造成张小姐及朋友的国庆旅游计划随之落空。张小姐以旅行社单方面终止旅游合同为由，对旅行社进行了投诉，要求旅行社退还全部旅游费用，赔偿其相关经济损失和精神补偿。

#### 1) 客户异议分析

按投诉的原因划分有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在200字）

将内容填入表1。

表1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

#### 2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①客户认为旅行社单方面取消合同；
- ②十一的假期原定计划无法实现，因此不得不重新安排，造成了极大的不便；

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表2。

表2 客户异议处理

步骤1:	
话术1:	
步骤2:	
话术2:	
步骤3:	
话术3:	
.....	

#### 3) 客户回访和关怀

通过几天的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字以上。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

**(2) 实施条件**

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acdsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

**售后客户服务与管理评分卡(题 2-17)**

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作任务 (95分)	客户投诉分析 25分	客户投诉类型判断正确 5分。	
		客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求。	16-20分
		客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	10-15分
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
	客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分	
客户投诉 40分	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强。	36-40分
		处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	30-35分

处理		处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	24-29分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	16-23分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性。	9-15分
		处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节。	0-8分
客户 关怀 回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分，按 0/3/5分评分。	
		客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分，按 0/4/6/8/10分评分。	
		语言通顺、礼节性强 5分，按 0/3/5分评分。	
		能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分，按 0/4/6/8/10分评分。	
合计	100分		

试题评阅人签名：\_\_\_\_\_

## 18. 试题编号：2-18：售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

华为创立于 1987 年，是全球领先的 ICT（信息与通信）基础设施和智能终端提供商，我们致力于把数字世界带入每个人、每个家庭、每个组织，构建万物互联的智能世界。目前华为有 18.8 万员工，业务遍及 170 多个国家和地区，服务 30 多亿人口。

2019 年某月，顾客在华为商城购（<https://www.vmall.com/>）买了一台价值两千多元的手机。详细描述如下：

顾客想给上大学的女儿买一台智能手机，听说在网上买比较便宜，但很担心手机质量问题，营业员给该顾客推荐了一款荣耀 Note10。过程中，顾客问回去有问题怎么办。营业员说：“没关系，有什么问题尽管找我。”最终达成了销售。

过了 10 天左右，这位顾客又来找客服，说手机有毛病，手机的声音太小，有时候还听不到声音，其次电池电量用的太快，要求退货。客服与顾客协商，要求顾客到售后检测，顾客不同意，并说，手机刚买没几天，就出现这样的问题，就是你机器质量问题，并且你不是说有问题尽管找你的吗？这会儿又让我去售后。卖的时候挺好，有问题就往别的地方支。

#### 1) 客户异议分析

按投诉的原因可以将客户的投诉划分为产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉。本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？（字数要求在 200 字）。将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

#### 2) 客户异议处理

通过了解，查证后客户投诉原因在于：

- ①手机的声音太小，有时候还听不到声音；
- ②手机电池电量损耗太快；
- ③认为售中客服要求其进行产品检测是忽悠他；
- ④要求退货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤、撰写相应的应答话术并说明理由。填入下表 2。



表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	
步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
……	

3) 客户回访和关怀

通过三天的跟踪处理，该客户的异议已得到解决，请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次异议处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次异议处理是否满意、是否有新的问题需要得到帮助等，字数要求 500 字左右。将邮件内容填入表 3。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

(2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Acidsee 图片浏览器，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分标准

售后客户服务与管理评分卡(题 2-18)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作任务 客户投诉分析 (95)	25分	客户投诉类型判断正确 5分。	
		客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求。	16-20分
		客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	10-15分
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分

分)		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分
客 户 投 诉 处 理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强。	36-40分
		处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	30-35分
		处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	24-29分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	16-23分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性。	9-15分
		处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节。	0-8分
客 户 关 怀 回 访	30分	客户回访电子邮件格式 5分，按 0/3/5分评分。	
		客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分，按 0/4/6/8/10分评分。	
		语言通顺、礼节性强 5分，按 0/3/5分评分。	
		能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分，按 0/4/6/8/10分评分。	
合计	100分		

试题评阅人签名：\_\_\_\_\_

## 19. 试题编号：2-19：售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

“滴滴出行”App 改变了传统打车方式，建立培养出大移动互联网时代下引领的用户现代化出行方式。较比传统电话召车与路边扬招来说，滴滴打车的诞生更是改变了传统打车市场格局，颠覆了路边拦车概念，利用移动互联网特点，将线上与线下相融合，从打车初始阶段到下车使用线上支付车费，画出一个乘客与司机紧密相连的 o2o 闭环，最大限度优化乘客打车体验，改变传统出租司机等客方式，让司机师傅根据乘客目的地按意愿“接单”，节约司机与乘客沟通成本，降低空驶率，最大化节省司乘双方资源与时间。

张先生 2019 年 4 月 13 日用“滴滴出行”打车到一家酒店开会，为节省费用，张先生选择的是拼车模式，后面路上司机又陆续接到两个乘客，其中一个乘客后上车，但考虑其目的地的位置，司机先送了其中一位后上车乘客；到达张先生目的地附近时，由于酒店附近车流量多，而滴滴司机的下一个乘客是直行，所以和张先生商量，可否先下车，自己过马路，张先生下车后发现马路不可以直接过，要走很远才能过马路，加上对路不熟悉，开会迟到。

张先生向“滴滴出行”发起投诉，要求退还其费用并进行补偿。

#### 1) 客户异议分析

按投诉的原因划分，客户投诉有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在 200 字以内，将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

#### 2) 客户异议处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

- ①滴滴司机先送后上车乘客；
- ②司机在不熟悉路况的情况下，直接将张先生放到路边。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	

步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
.....	

3) 通过 3 个工作日的协商处理, 该客户的投诉已得到解决, 请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于“滴滴出行”服务是否有相关建议, 是否有新的问题需要得到帮助等, 字数要求 500 字左右。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机

软件: winxp/win7/win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

**售后客户服务与管理评分卡(题 2-19)**

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5 分)	5 分	卷面排版整齐, 层次标识清晰统一, 版面布局规范合理, 行距, 字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作任务 (95 分)	25 分	客户投诉类型判断正确 5 分。	
		客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求。	16-20 分
		客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	10-15 分
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9 分
	客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4 分	
客户投诉处理	40 分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强。	36-40 分

		处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	30-35分
		处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	24-29分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	16-23分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性。	9-15分
		处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节。	0-8分
客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分，按 0/3/5分评分。	
		客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分，按 0/4/6/8/10分评分。	
		语言通顺、礼节性强 5分，按 0/3/5分评分。	
		能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分，按 0/4/6/8/10分评分。	
合计	100分		

试题评阅人签名：\_\_\_\_\_

## 20. 试题编号：2-20：售后客户服务与管理

### (1) 任务描述

兴盛优选位于长沙市高新开发区麓谷大道 658 号麓谷信息港，是一家湖南连锁便利店品牌“芙蓉兴盛”孵化的互联网零售品牌。兴盛优选主要为社区家庭提供生鲜水果、粮油、洗护等品类商品。兴盛优选业务已辐射湖南、湖北、江西、广东、四川、重庆、陕西等地的百余个地（县）级市。

兴盛优选小程序上线于 2018 年 10 月，以“复兴门店、赋能上游、改变消费者生活方式”为使命，9 月公司获得了“中国风投女王”今日资本徐新领投，金沙江创投、真格基金跟投的数千万美元 A 轮投资，2019 年伊始，社区拼团企业继续扩张。

李小姐是兴盛优选的死忠粉，经常在兴盛优选上购买水果、牛奶等商品。2018 年 12 月，李小姐在兴盛优选上被低价吸引，以每罐 99 元购买了 6 罐商品“美版雅培”，此商品一般售卖价格在 128 元每罐。因为母乳比较充足，到 2019 年 4 月 8 日，李小姐给小孩泡奶粉时发现，牛奶在 2019 年 6 月份即将过期，于是联系兴盛优选客服要求将剩下的 4 罐牛奶退换货，但是客服拒绝退换货，李小姐进行了投诉。

#### 1) 客户异议分析

按投诉的原因划分，客户投诉有产品质量投诉、服务投诉、价格投诉、诚信投诉，本案例属于哪种类型投诉？针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？字数要求在 200 字以内，将内容填入表 1。

表 1 客户异议分析

本案例属于哪种类型的投诉？
针对这种投诉，客服处理客户异议的思路是什么？

#### 2) 客户异议处理

通过了解查证后，客户投诉原因为：

①2018 年 12 月，李小姐利用 6 个账号（一个账号限买 1 罐）在兴盛优选秒杀购买了美版二阶段的罐装雅培婴儿奶粉。

②2019 年 4 月 8 日，李小姐发现奶粉即将在 6 月 15 日过期。

③李小姐投诉至兴盛优选，要求将剩下未开罐的奶粉退换货。

如果你是本案例中负责受理该投诉的客服代表，请拟定解决投诉的基本步骤，撰写相应的应答话术，填入表 2。

表 2 客户异议处理

步骤 1:	
话术 1:	

步骤 2:	
话术 2:	
步骤 3:	
话术 3:	
.....	

3) 通过 3 个工作日的协商处理, 该客户的投诉已得到解决, 请你通过电子邮件的方式向该客户编写一封关于针对此次投诉处理的回访邮件。邮件内容包括客户对此次投诉处理是否满意、对于兴盛优选的服务是否有相关建议, 是否有新的问题需要得到帮助等, 字数要求 500 字左右。

表 3 客户回访邮件

邮件标题:	
邮件内容:	

**(2) 实施条件**

硬件: 计算机

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Acdsee 图片浏览器, HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

**售后客户服务与管理评分卡(题 2-20)**

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版及格式 (5分)	5分	卷面排版整齐, 层次标识清晰统一, 版面布局规范合理, 行距, 字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作任务 (95分)	客户投诉分析 25分	客户投诉类型判断正确 5分。	
		客户投诉处理思路清晰准确、文笔通顺、符合字数要求。	16-20分
		客户投诉处理思路基本准确、无明显错误、文笔通顺、符合字数要求。	10-15分
		客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺。	5-9分
	客户投诉处理思路不准确、有明显错误、文笔不通顺、字数不符合要求。	0-4分	
客户投诉处理	40分	处理客户投诉步骤详尽、话术合理、有技巧、针对性强、有恰当的投诉处理建议、整个过程礼节性强。	36-40分
		处理客户投诉步骤完整、话术合理、有技巧、针对性强、整个过程礼节性强。	30-35分

		处理客户投诉步骤完整、话术合理、具有针对性、整个过程有体现礼节性。	24-29分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程有体现礼节性。	16-23分
		处理客户投诉步骤不够完整、话术出现不合理、个别话术不具针对性、整个过程未体现礼节性。	9-15分
		处理客户投诉步骤不完整、话术多处出现不合理、话术不具针对性、整个过程都未体现礼节。	0-8分
客户关怀回访	30分	客户回访电子邮件格式 5分，按 0/3/5分评分。	
		客户回访电子邮件内容涵盖了要求的内容 10分，按 0/4/6/8/10分评分。	
		语言通顺、礼节性强 5分，按 0/3/5分评分。	
		能结合客户的实际情况实时推介新的产品和服务 10分，按 0/4/6/8/10分评分。	
合计	100分		

试题评阅人签名：\_\_\_\_\_



## 二、岗位核心技能

### 模块三 移动商务运营推广

#### 1. 试题编号：3-1：手淘引流推广

##### (1) 任务描述

“一条文艺男”店铺是淘宝平台上的一家专营潮流男装的四金冠店铺，现公司决定新上一款短袖T恤，T恤的相关参数如下：



花型图案: 纯色  
领型: 圆领  
颜色: 白色 黑色  
袖型: 常规  
上市时间: 2019 年  
货号: DSA404—BK01  
细分风格: 青春活力  
基础风格: 青春流行  
适用季节: 夏季  
袖长: 五分袖  
厚薄: 常规  
适用场景: 其他休闲  
版型: 宽松  
款式细节: 烫花  
服饰工艺: 免烫处理  
适用对象: 青少年

为使新上的宝贝尽快的让顾客搜索到，

请利用网店运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

##### 1) 手淘首页流量来源

随着淘宝流量的入口多样化和流量的碎片化，手淘首页流量仍旧是重点，手淘首页流量来源有哪些请列举4项，请将结果填入表1中。

表1 手淘首页流量来源

1	
2	
3	
4	

##### 2) 关键词选择与标题制作

宝贝标题相当于宝贝的“门户”，也是商品质量得分的一个重要影响因素。制作和优化宝贝的标题，可以采用下列方法进行，请按照以下步骤完成相关操作。

- ① 先确定宝贝的中心词（指与发布宝贝相关的核心词），并从宝贝参数中选择属性词，将选择结果表2中。

表2 关键词选择一

中心词（1个）					
属性词（5个）					

- ② 通过在淘宝首页搜索框中输入“T恤”，或者从搜索结果页的“你是不是想

找”相关的搜索词中可以找到淘宝平台的相关推荐词，操作并填写表表 3

表 3 关键词选择二

在搜索框中输入“T 恤”后包含下拉框界面截图插入下行单元格中			
从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词界面截图插入下行单元格中			
在上述两种方法中各找 2 个词填入下行单元格中			

③ 通过“生意参谋——市场行情——行业热词榜”找在相应的无线端热门搜索词作为关键词，现通过操作已将行业热搜词下载到试题文件夹的“T 恤搜索热词”文件，请对本文件中的热词选用 EXCEL 的分列、去重，以及筛选词中包含“男”字的热词，将操作结果的前 6 个词填入表 4。

表 4 关键词选择三


④ 通过以上方法找到标题关键词后，再结合促销方式、品牌、时尚流行以及同行卖家的使用情况等，进行关键词的组合、排列，制作两个适合推广的宝贝标题，组合标题过程中要注意：标题关键词 排列顺序符合客户阅读习惯；标题中包含关键词种类越多，被搜索到几率越大；标题字数要充分利用，但词语尽量不要重复；标题中禁用违规词。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题。

表 5 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

3) 确定适合宝贝上下架时间

宝贝上下架时间是影响淘宝搜索排名的重要因素。淘宝卖家都知道，宝贝离下架时间越近，排名会越靠前。如图 1 和图 2 是根据“生 e 经”等数据软件查询到的 T 恤按周段和按时段的上架时间与分布与成交量的关系图，对图 1 和图 2 中数据进行分析，回答表 6 中所提问题。

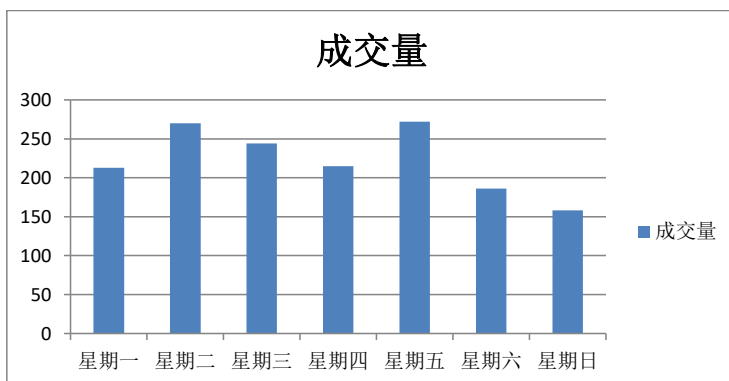


图 1 商品周段成交量表

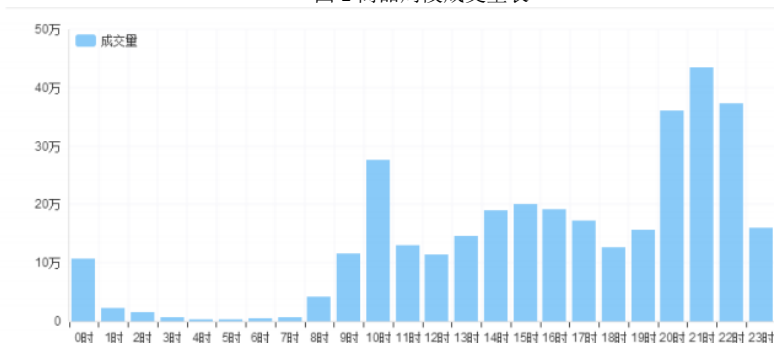


图 2 按时段的不同时间段的销量

表 6 选择适合宝贝上下架时间

问题 1: 从图 1 和图 2 数据分析, 宝贝上架应该选择一周的哪天? 什么时段? 说明选择理由。
问题 2: 如果有多款宝贝需要上架, 应该怎么操作?

4) 借助软文推广提升流量

进行了标题、上下架时间等优化后, 可以借助平台内更多的免费社区资源为店铺商品带来更多流量, 而社区免费资源推广中, 软文的写作是非常关键的一部分。请为“一条文艺男”店铺中的 T 恤系列男装撰写一篇推广软文。

要求: 字数在 300 左右, 软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点, 能很好地把推广信息传递给潜在消费者, 形式不限, 但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标; 文章内容很能吸引网民, 结构严谨、文笔通顺; 选择合适的平台与版块, 与产品特点吻合。

表 7 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布平台与版块	
选择此板块发布的理由	

5) 数据分析与优化

- ① 商品发布后, 试运营一段时间, 可以通过生意参谋, 超级店长等工具对标

题和标题中的关键词进行跟踪，表 8 为在用的 12 个关键词某个时间段跟踪的相关数据指标，分析表 8 中数据，可以选择哪两个关键词作为核心关键词，哪两个关键词可以作为二级关键词，最需要更换的关键词是哪个？说明理由，请将回答填入表 9 中。

② 店铺运营一段时间以来，最近发现店铺的 DSR 评分中的服务态度得分在降低，已经快接近于行业平均值了，请问：服务态度得分与哪些因素相关？需要如何进行提升？请将填入表 9 中。

表 8 不同关键词的数据指标

关键词	搜索人气	商城点击占比	点击率	点击人气	支付转化率
关键词 1	64,322	53.69%	70.36%	39,246	4.48%
关键词 2	52,001	43.17%	39.52%	33,673	4.04%
关键词 3	31,518	52.38%	45.97%	17,247	3.94%
关键词 4	27,613	66.08%	50.29%	18,857	0.99%
关键词 5	25,533	44.93%	54.59%	17,861	4.44%
关键词 6	24,472	1.64%	55.13%	17,270	0.93%
关键词 7	20,684	47.60%	56.88%	14,854	6.02%
关键词 8	19,470	13.30%	59.53%	14,920	2.10%
关键词 9	19,265	28.54%	62.01%	13,650	2.63%
关键词 10	19,100	39.90%	52.97%	12,010	4.64%
关键词 11	17,557	28.49%	52.55%	12,322	4.51%
关键词 12	15,256	45.16%	53.19%	10,164	4.74%

表 9 数据分析与推广优化

① 答：
② 答：

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win10 操作系统，Office2010 及以上版本，HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分细则**

移动商务运营推广评分卡(试题编号 3-1)

评价内容	配分	考核点	考核得分
卷面排版格式(5分)	5分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作 手淘首页流量来源(8分)	8分	每列出 1 个流量来源计 2 分，流量来源素属重复或包含关系的不计分。4*2 分=8 分	

任务 (95分)	关键词选择与标题制作(30)	主关键词和属性词选择	6分	主关键词要求与所卖商品信息高度一致,属性词选择合理、且尽量不重复,每个1分,6*1分=6分
		通过站内搜索找关键词	4分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图2分,关键词2分;关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词
			4分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图2分,关键词2分 关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词
		通过搜索热词榜筛选关键词	6分	要求与验证结果相符且排列顺序一致,每个1分
		推广宝贝标题设计	10分	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词,词语重复度,是否契合卖点等按0/2/3/4/5计分 标题一5分,标题二5分。
确定合适宝贝上下架时间(10分)		10分	时间选择正确2分,选择理由说明正确3分 多款宝贝上架问题的回答5分	
站内社区软文推广(25)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度2分,新颖、吸引人、契合网络文化与SEO3分	
		5分	软文内容充实,主题紧扣推广目标	
	软文内容	5分	结构严谨、文笔通顺	
		5分	构思新颖,能吸引网民 字数300字,每少于50字扣3分	
软文发布	5分	软文发布版块选择共3分,要求说出平台名称1分,还要说出具体版块名称2分,且要求是淘宝站内的,不是淘宝站内的不能得分。 选择理由充分2分,理由描述的合理性。		
数据分析和推广优化(22)	数据分析1	10分	按关键词的选择正确性给分,5*1分=5分 理由说明正确充分5分;	
	数据分析2	12分	按优化分析的全面性、正确性评分 问题回答4分,优化措施6分	
合计		100分		

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 2. 试题编号：3-2：手淘引流推广

### (1) 任务描述

“桃桃小姐欧美时装精品店”是淘宝平台上的一家专营女装的 13.3 万粉丝的三皇冠店铺，现公司决定新上一款连衣裙，连衣裙的相关参数如下：



材质: 蚕丝  
尺码: S M L  
图案: 格子  
风格: 街头  
街头: 欧美  
领型: 圆领  
腰型: 中腰  
衣门襟: 拉链  
颜色分类: 彩色格子  
袖型: 常规  
组合形式: 单件  
成分含量: 95%以上  
裙型: 大摆型  
年份季节: 2019 年夏季  
袖长: 短袖  
裙长: 中长裙  
流行元素/工艺: 褶皱  
款式: 其他/other  
廓形: X 型

为使新上的宝贝尽快的让顾客搜索到，请利用网店运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

#### 1) 手淘首页抓取宝贝入池的考核指标

随着淘宝流量的入口多样化和流量的碎片化，手淘首页流量仍旧是重点，请说出进入手淘首页流量池的要求，并将结果填入表 1 中。

表 1 手淘首页流量池要求

1	
2	
3	
4	

#### 2) 关键词选择与标题制作

宝贝标题相当于宝贝的“门户”，制作和优化宝贝的标题，可以采用下列方法进行，请按照提示步骤完成相关操作。

① 先确定宝贝的中心词（指与发布宝贝相关的核心词），并从宝贝参数中选择属性词，将选择结果表 2 中。

表 2 关键词选择一

中心词 (1 个)				
属性词 (5 个)				

② 通过在淘宝首页搜索框中输入“连衣裙”，或者从搜索结果页的“你是不是

想找”相关的搜索词中可以找到淘宝平台的相关推荐词，操作并填写表 3。

表 3 关键词选择二

在搜索框中输入“连衣裙”后包含下拉框界面截图插入下行单元格中			
从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词界面截图插入下行单元格中			
在上述两种方法中各找 2 个词填入下行单元格中			

③ 通过“生意参谋——市场行情——行业热词榜”找在相应的无线端热门搜索词作为关键词，现通过操作已将行业热搜词下载到试题文件夹的“连衣裙搜索热词”文件，请对本文件中的热词选用 EXCEL 的分列、去重，以及筛选词中包含“夏”字的热词，将操作结果的前 6 个词填入表 4。

表 4 关键词选择三


④ 通过以上方法找到标题关键词后，再结合促销方式、品牌、时尚流行以及同行卖家的使用情况等，进行关键词的组合、排列，制作两个适合推广的宝贝标题，组合标题过程中要注意：标题关键词 排列顺序符合客户阅读习惯；标题中包含关键词种类越多，被搜索到几率越大；标题字数要充分利用，但词语尽量不要重复；标题中禁用违规词。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题。

表 5 宝贝标题

标题 1	
标题 2	

3) 确定适合宝贝上下架时间

宝贝上下架时间是影响淘宝搜索排名的重要因素。淘宝卖家都知道，宝贝离下架时间越近，排名会越靠前。如图 1 和图 2 是根据“生 e 经”等数据软件查询到的连衣裙按周段和按时段的上架时间与分布与成交量的关系图，对图 1 和图 2 中数据进行分析，回答表 6 中所提问题。

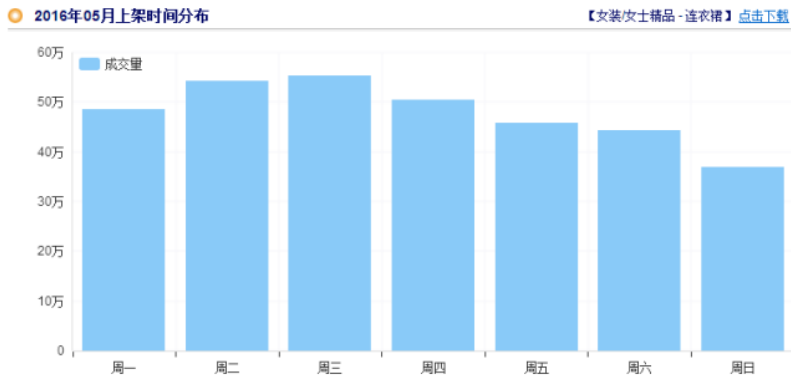


图 1 按周段的在不同时间的销量

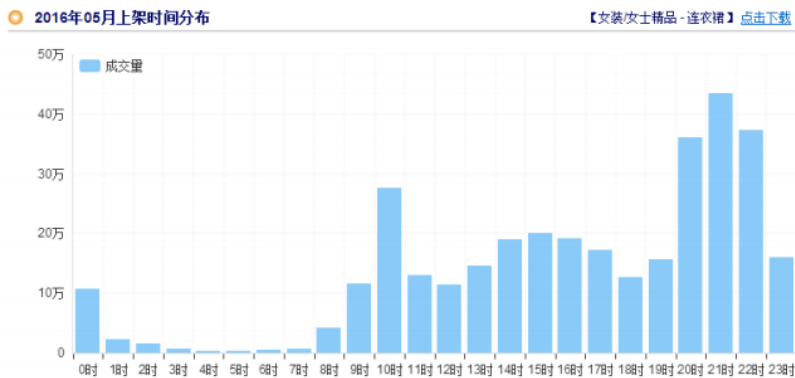


图 2 按时段的不同时间段的销量

表 6 选择适合宝贝上下架时间

问题 1: 从图 1 和图 2 数据分析, 宝贝上架应该选择一周的哪天? 什么时段? 说明选择理由。
问题 2: 如果有多款宝贝需要上架, 应该怎么操作?

#### 4) 借助软文推广提升流量

进行了标题、上下架时间等优化后, 可以借助平台内更多的免费社区资源为店铺商品带来更多流量, 而社区免费资源推广中, 软文的写作是非常关键的一部分。请为“桃桃小姐欧美时装精品店”店铺中的连衣裙等系列女装撰写一篇推广软文。

要求: 字数在 300 左右, 软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点, 能很好地把推广信息传递给潜在消费者, 形式不限, 但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标; 文章内容很能吸引网民, 结构严谨、文笔通顺; 选择合适的平台与版块, 与产品特点吻合。

表 7 推广软文

软文标题	
------	--



软文内容	
软文拟发布平台与版块	
选择此版块发布的理由	

### 5) 数据分析与优化

① 商品发布后，试运营一段时间，可以通过生意参谋，超级店长等工具对标题和标题中的关键词进行跟踪，表 8 为在用的 8 个关键词某个时间段跟踪的相关数据指标，分析表 8 中数据，可以选择哪两个关键词作为核心关键词，哪两个关键词可以作为二级关键词，最需要更换的关键词是哪个？说明理由，请将回答填入表 9 中。

② 店铺运营一段时间以来，最近发现店铺的 DSR 评分中的服务态度得分在降低，已经快接近于行业平均值了，请问：服务态度得分与哪些因素相关？需要如何来进行提升？请将填入表 9 中。

表 8 不同关键词的数据指标

序号	关键词	搜索人气	商城点击占比	点击率	点击人气	支付转化率
1	关键词 1	192,757	36.09%	45.30%	132,332	2.42%
2	关键词 2	190,549	26.09%	57.17%	127,231	3.60%
3	关键词 3	89,210	8.73%	19.29%	72,024	0.69%
4	关键词 4	65,460	6.09%	31.77%	43,720	1.86%
5	关键词 5	40,130	4.43%	21.36%	33,790	0.45%
6	关键词 6	36,790	2.93%	9.46%	26870	0.31%
7	关键词 7	16,890	1.65%	36.41%	15410	1.78%
8	关键词 8	10,890	0.89%	8.37%	9120	0.22%

表 9 数据分析与推广优化

③ 答：
④ 答：

### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 及以上版本，HyperSnap6.0 截图工具软件

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分细则**

见移动商务运营推广评分卡(试题编号：3-2)。

**移动商务运营推广评分卡(试题编号：3-2)**

评价内容		配分	考核点	考核得分	
卷面排版格式(5分)		5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。		
工作任务(95分)	分析影响宝贝搜索排名的因素(8分)	8分	每列出1个影响排名的因素计2分,排名影响因素属重复或包含关系的不计分。4*2分=8分		
	关键词选择与制作(30)	主关键词和属性词选择	6分	主关键词要求与所卖商品信息高度一致,属性词选择合理、且尽量不重复,每个1分,6*1分=6分	
		通过站内搜索找关键词	4分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图2分,关键词2分;关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词	
			4分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图2分,关键词2分 关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词	
		通过搜索热词榜筛选关键词	6分	要求与验证结果相符且排列顺序一致,每个1分	
		推广宝贝标题设计	10分	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词,词语重复度,是否契合卖点等按0/2/3/4/5计分 标题一5分,标题二5分。	
	确定合适宝贝上下架时间(10分)	10分	时间选择正确2分,选择理由说明正确3分 多款宝贝上架问题的回答5分		
	站内社区软文推广(25)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度2分,新颖、吸引人、契合网络文化与SEO3分	
			5分	软文内容充实,主题紧扣推广目标	
		软文内容	5分	结构严谨、文笔通顺	
5分			构思新颖,能吸引网民 字数300字,每少于50字扣3分		
软文发布	5分	软文发布版块选择共3分,要求说出平台名称1分,还要说出具体版块名称2分,且要求是淘宝站内的,不是淘宝站内的不能得分。 选择理由充分2分,理由描述的合理性。			
数据分析和推广(22)	数据分析1	10分	按关键词的选择正确性给分,5*1分=5分 理由说明正确充分5分;		
	数据分析2	12分	按优化分析的全面性、正确性评分 问题回答4分,优化措施6分		
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

### 3. 试题编号：3-3：手淘引流推广

#### (1) 任务描述

小王大学毕业工作了一段时间后，由于工资待遇不高准备自己创业，他看到了这几年移动电商的迅速发展，于是决定拉起一个团队利用淘宝天猫平台，进行网络创业。依托于株洲服装大市场巨大的资源优势，小王准备选择“女装”这个类目进行创业，并给网店取名为“南山南，思如依”时常女装店，请利用网店运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

##### 1) 市场选品

淘宝卖家在选择店铺的主营商品之前，需要了解市场整体趋势，以及所在行业采购市场的行业和动态，熟悉消费者市场的走势和特性。请利用阿里指数数据分析平台，查询“女式打底裤”淘宝采购指数，并分析最近3个月的淘宝采购变化趋势，接着查询最近30天与“女式打底裤”相关的热门行业、潜力行业的前3名，将上述操作截图并最近30天将查询结果填入表1中。

表1 市场选品

淘宝采购指数截图			
采购趋势变化分析说明			
最近30天相关的热门行业截图			
热门行业前3名			
最近30天相关的潜力行业截图			
潜力行业前3名			

##### 2) 商品定价

通过市场分析选品后，小王选定“打底裤”为主营商品，但商品如何定价呢？对于新手淘宝卖家来说，单品定价法是常用的一种定价方法，它是指对于单款商品的定价，直接参考别的淘宝店铺制定的价格，再分别列出高、中、低3个价位，高，表示最高的价位，低，表示最低的价位，中，表示最中间的那两个价位的平均值，最后利用这三个价位的平均值制定自己店铺商品的价格。实际定价中，还会从消费者心理出发，采用弧线数字定价法（即使用带有弧线条的数字，9、8、6、5、3、2，而少使用数字1、4、7）。表2是某款连衣裙在各家淘宝店铺的价格数据，根据表2提供的数据和提示的定价方法，填写表中缺失的数据。

表2 商品定价

淘宝店铺	定价元
A	168
B	148
C	109

D	176
E	156
F	128
最高价	
中间价	
最低价	
可以制定的价格	
最终定价（考虑弧线数字定价法）	

### 3) 推广引流

新开的店铺，推广引流也是一个很重要的环节。

① 对于店铺初期的引流，通过对宝贝标题、提升 DSR 来进行 SEO 优化，来尽可能地获取免费自然流量，请针对表 3 中的问题进行回答。

表 3 推广引流—SEO 优化

问题 1: 简述店铺宝贝的标题优化的基本思路
问题 2: 假设店铺前期准备上架 10 件宝贝，对宝贝上下架时间有何建议?

#### ② 借助软文推广提升流量

在初期引流过程中，可以借助平台内更多的免费社区资源为店铺商品带来更多流量，而社区免费资源推广中，软文的写作是非常关键的一部分。请为“南山南，思如依”店铺中的打底裤等系列女装撰写一篇推广软文。

要求：字数在 300 左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台与版块，与产品特点吻合。

表 4 推广引流—推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布平台与版块	
选择此板块发布的理由	

③ 在店铺经营初期，利用淘宝官方低门槛的活动报名方式参加各种活动，进而也可以为店铺带来巨大流量。请针对表中的问题进行回答。

问题 1: 淘宝官方平常免费的活动主要有哪些? (填写 3 个活动名)
问题 2: 现本店铺准备申报官方的“天天特价”活动, 请问报名天天特价, 店铺需要符合哪些条件?

#### 4) 数据分析与优化

① 店铺试运营一段时间, 可以通过生意参谋, 超级店长等工具对店铺相关数据进行跟踪分析, 从而在后期进行优化和改进。表 6 中是通过数据分析工具获取的店铺某一个月数据。请对表 6 中的数据进行分析, 并回答表 7 中的问题。

表 6 流量来源分析表

PC 流量来源 top10			无线流量来源 top10		
流量来源	访客数	下单转化率	流量来源	访客数	下单转化率
天天特价	603	0.33%	手淘搜索	2073	0.68%
淘宝搜索	477	0.42%	手淘天天特价	1724	0.17%
淘宝客	61	4.92%	淘内免费其它	507	0.99%
直接访问	38	0%	手淘其它店铺	254	0.39%
淘宝站内其它	31	0%	购物车	107	8.41%
宝贝收藏	20	0%	淘宝客	83	1.2%
购物车	17	5.88%	我的淘宝	70	2.86%
海外流量其它	8	0%	直接访问	33	3.03%
搜狗	7	0%	手淘消息中心	24	0%
已买到商品	4	25	手淘旺信	16	0%

表 7 数据分析与推广优化

① 从表 6 中可以看出店铺的主要流量是来自无线端还是 PC 端, 说明了什么?
② 流量来源中哪些流量来源最可能是反映的是老客户?
③ 上述流量来源中哪一项是需要付费来源?
④ 观察下单转化率较高的数据的流量来源, 你发现了什么?
⑤ 针对上述流量来源情况, 下一步有何改进措施?

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win10 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分细则**

见移动商务运营推广评分卡（试题编号：3-3）。

**移动商务运营推广评分卡(试题编号：3-3)**

评价内容		配分	考核点	考核得分
卷面排版格式(5分)		5分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
市场选品 (16)	淘宝采购指数截图	2分	截图正确、清晰	
	采购趋势变化分析说明	4分	趋势变化分析正确，文字简明扼要	
	最近30天热门行业截图及回答	5分	截图2分，回答3*1分=3分	
	最近30天潜力行业截图及回答	5分	截图2分，回答3*1分=3分	
商品宝贝定价(7分)		7分	前3空，每个1分；后2空，每个2分	
推广引流—SEO 优化(14分)		14分	问题1 回答切中关键点，简明扼要7分 问题2 回答切中关键点，简明扼要7分	
推广引流—软文推广 (25)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度2分，新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3分	
	软文内容	5分	软文内容充实，主题紧扣推广目标	
		5分	结构严谨、文笔通顺	
		5分	构思新颖，能吸引网民	
软文发布		5分	字数 300 字，每少于 50 字扣 3 分 软文发布版块选择共 3 分，要求说出平台名称 1 分，还要说出具体版块名称 2 分，且要求是淘宝站内的，不是淘宝站内的不能得分。选择理由充分 2 分，理由描述的合理性。	
推广引流—活动引流		13分	活动名，每个1分，共3分 天天特价申报店铺要求，每个要求2分，共10分	
数据分析与优化		20分	按数据分析优化的全面性、正确性评分 ①4分②4分③2分④4分⑤6分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

#### 4. 试题编号：3-4：手淘引流推广

##### (1) 任务描述

“红人女裤精品坊”是淘宝平台上的一家专营女裤的钻石店铺，现公司决定新上一款女裤，女裤相关参数如下：



产品参数：  
女裤裤型：阔腿裤  
材质成分：聚酯纤维 80% 其他 20%  
面料：其他  
货号：ML15F587  
风格：通勤  
通勤：韩版  
裤长：九分裤  
女裤腰高：高腰  
流行元素：不对称  
服装款式细节：拉链  
品牌：漫流  
适用年龄：30—34 周岁  
年份季节：2016 年夏季  
颜色分类：黑色  
尺寸：27/M 28/L 29/XL 30/2XL 31/3X

为了使新上的宝贝尽快的让顾客搜索到，请利用网店运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

##### 1) 分析影响宝贝手淘搜索排名的因素

淘宝 SEO 的关键是提高卖家宝贝的排名，让消费者一眼就能看到你的宝贝，影响宝贝排名靠前的因素有哪些，请列出 8 项填入表 1 中

表 1 影响宝贝手淘排名的因素

表 1 影响宝贝手淘排名的因素	

##### 2) 关键词选择与标题制作

宝贝标题相当于宝贝的“门户”，制作和优化宝贝的标题，可以采用下列方法进行，请按照提示步骤完成相关操作。

①先确定宝贝的中心词（指与发布宝贝信息相关的核心词），并从宝贝参数中选择属性词，将选择结果填入表 2 中。

表 2 关键词选择一

表 2 关键词选择一				
中心词（1 个）				
属性词（5 个）				

②通过在淘宝首页搜索框中输入“女裤”，或者从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中可以找到淘宝平台的相关推荐词，操作并填写表 3。



表 3 关键词选择二

将搜索框中输入“女裤”后包含下拉框界面截图插入下行单元格中			
将从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词界面截图插入下行单元格			
在上述两种方法中各找 2 个词填入下行单元格中			

③通过“生意参谋——市场行情——行业热词榜”找相应的热门搜索词作为关键词，现通过操作已将行业热词榜下载到试题文件夹下的“女裤搜索热词.xls”文件，请对本文件中的热词利用 Excel 的分列（根据空格分列）、去重，以及筛选词中包含“夏”字和“阔腿裤”的热词，将操作结果的前 6 个词填入表 4。

表 4 关键词选择三


④通过以上方法找到标题关键词后，再结合促销方式、品牌、时尚流行、以及同行卖家的使用情况等，进行关键词的组合、排列，制作两个适合推广的宝贝标题。组合标题过程中要注意：标题关键词排列顺序符合客户阅读习惯；标题中包含关键词种类越多，被搜索到几率越大；标题字数要充分利用，但词语尽量不要重复；标题中禁用违规词。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题。

表 5 推广标题

标题 1	
标题 2	

3) 确定合适宝贝上下架时间

宝贝上下架时间是影响淘宝搜索排名的重要因素。淘宝卖家都知道，宝贝离下架时间越近，排名会越靠前。如图 1 和图 2 是根据“生 E 经”等数据分析软件查询到的女裤按周段和按时段的下架时间分布与宝贝销售数的关系图。对图 1 和图 2 中数据进行分析，回答表 6 中所提问题。

表 6 选择宝贝上下架时间

问题 1: 从图 1 和图 2 数据分析，宝贝上架应该选择一周中的哪天，什么时间段？说明选择理由
问题 2: 对于即将下架的宝贝，为了使其获取更多的优质流量，应该怎么操作？

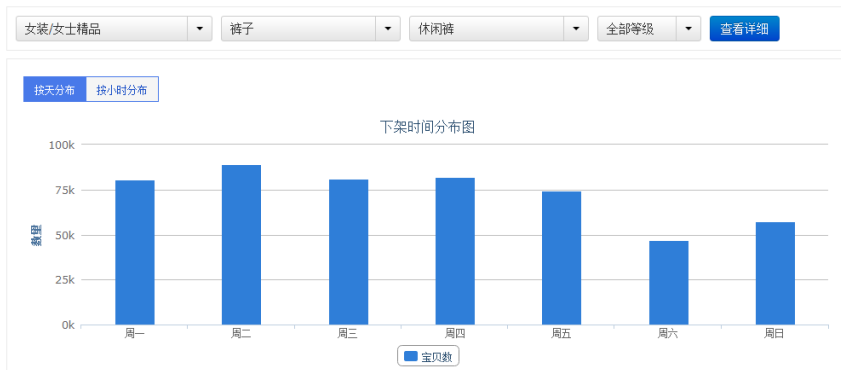


图 1 按周段的在不同时间的销量

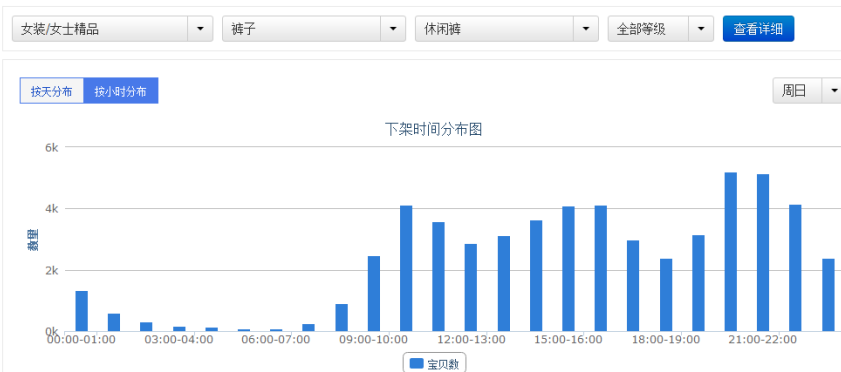


图 2 按时段的不同时间段的销量

#### 4) 借助软文推广提升流量

进行了标题、上下架时间等优化后，可以借助平台内更多的免费社区资源为店铺商品带来更多流量，而社区免费资源推广中，软文的写作是非常关键的一部分。请为“红人女裤精品坊”店铺中的阔腿裤撰写一篇推广软文。

要求：字数不少于 300，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台中的版块，与产品特点吻合。

表 7 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	

选择此平台与板块发布的理由	
---------------	--

### 5) 数据分析与优化

①商品发布后，试运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长等工具对标题和标题中的关键词进行跟踪。表 8 为在用的 8 个关键词某个时段跟踪的相关数据指标，分析表 8 中数据，可以选择哪两个关键词作为核心关键词，哪两个关键词可以作为二级关键词，最需要更换的关键词是哪个？说明理由。请将回答填入表 9 中。

②店铺运营一段时间以来，最近发现店铺的 DSR 评分中的服务态度得分在降低，已经快接近于行业平均值了，请问分析服务态度得分与那些因素相关？需要如何来进行提升？请将回答填入表 9 中。

表 8 不同关键词的数据指标

序号	关键词	搜索人气	商城点击占比	点击率	点击人气	支付转化率
1	关键词 1	89,210	8.73%	19.29%	72,024	0.69%
2	关键词 2	65,460	6.09%	31.77%	43,720	1.86%
3	关键词 3	190,549	26.09%	57.17%	127,231	3.60%
4	关键词 4	16,890	1.65%	36.41%	15410	1.78%
5	关键词 5	192,757	36.09%	45.30%	132,332	2.42%
6	关键词 6	36,790	2.93%	9.46%	26870	0.31%
7	关键词 7	40,130	4.43%	21.36%	33,790	0.45%
8	关键词 8	10,890	0.89%	8.37%	9120	0.22%

表 9 数据分析与推广优化

①答：

②答：

### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分细则

见移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—4)。

移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—4)

评价内容		配分	考核点	考核得分
卷面排版格式(5分)		5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。	
工作任务(95分)	分析影响宝贝搜索排名的因素(8分)		8分	每列出1个影响排名的因素计1分,排名影响因素属重复或包含关系的不计分。8*1分=8分
	关键词选择与标题制作(30)	主关键词和属性词选择	6分	主关键词要求与所卖商品信息高度一致,属性词选择合理、且尽量不重复,每个1分,6*1分=6分
		通过站内搜索找关键词	4分	搜索下拉框的衍生关键词的选择操作截图2分,关键词2分;关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词
			4分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图2分,关键词2分 关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词
		通过搜索热词榜筛选关键词	6分	要求与验证结果相符且排列顺序一致,每个1分
		推广宝贝标题设计	10分	标题包含关键词种类数、标题字数是否充分利用、有无禁用词,词语重复度,是否契合卖点等按0/2/3/4/5计分 标题一5分,标题二5分。
	确定合适宝贝上下架时间(10分)		10分	时间选择正确2分,选择理由说明正确3分 多款宝贝上架问题的回答5分
	站内社区软文推广(25)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度2分,新颖、吸引人、契合网络文化与SEO3分
			5分	软文内容充实,主题紧扣推广目标
			5分	结构严谨、文笔通顺
5分			构思新颖,能吸引网民	
字数300字,每少于50字扣3分				
数据分析和推广优化(22)	数据分析1	10分	按关键词的选择正确性计分,5*1分=5分 理由说明正确充分5分;	
	数据分析2	12分	按优化分析的全面性、正确性评分 问题回答4分,优化措施6分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 5. 试题编号：3-5：手淘引流推广

### (1) 任务描述

小李大学毕业工作了一段时间后，由于工资待遇不高准备自己创业，他看到了这几年电子商务的迅速发展，于是决定拉起一个团队利用淘宝天猫平台，进行网络创业。依托于家乡特色环保茶叶、木耳、香菇等农产品的资源优势，小王准备选择“食品”这个类目进行创业，并给网店取名为“大自然特产直销店”，请利用网店运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

#### 1) 市场选品

①淘宝卖家在选择店铺的主营商品之前，需要了解市场整体趋势，以及所在行业采购市场的行情和动态，熟悉消费者市场的走势和特性。请利用阿里指数数据分析平台，查询“保健食品”淘宝采购指数，并分析最近3个月的淘宝采购变化趋势，接着查询最近30天与“保健食品”相关的热门行业、潜力行业，列出热门行业、潜力行业的前3名，将上述操作截图并将查询结果填入表1中。

表1 市场选品分析

淘宝采购指数截图：			
采购趋势变化分析说明：			
最近30天相关热门行业截图			
热门行业前3名：			
最近30天相关潜力行业截图			
潜力行业前3名：			

#### 2) 商品定价

通过市场分析选品后，小王选定了家乡的茶叶的黑茶为主营商品，但商品选择哪个价位段来销售？对于新手淘宝卖家来说，最好的方法是先分析淘宝网中客户对黑茶价位区间喜欢的百分比，再决定自己选择的价位段。请在淘宝搜索框中输入“黑茶”查询客户喜欢百分比最高的价位区间，将查询结果和查询截图保存于表2中。

表2 商品定价

问题1：“黑茶”客户最喜欢的价位区间是多少，占比是多少？
问题2：将上述查询结果截图保存于下列单元格中。

### 3) 推广引流

新开的店铺，推广引流也是一个很重要环节。

①对于店铺初期的引流，通过对宝贝标题、宝贝上下架时间来进行 SEO 优化，来尽可能多地获取免费自然流量，请针对表 3 中的问题进行回答。

表 3 推广引流——SEO 优化

问题 1：宝贝标题字数限制在多少个汉字？宝贝标题中是否可以同时出现“黑茶 红茶 普洱茶 茶杯”，为什么？

问题 2：对于即将下架的宝贝，为了使其获取更多的优质流量，应该怎么操作？

### ②借助软文推广提升流量

在初期引流过程中，可以借助更多的免费社区资源为店铺商品带来更多流量，而社区免费资源推广中，软文的写作是非常关键的一部分。请为“大自然特产直销店”店铺中的黑茶推广撰写一篇推广软文。

要求：字数不少于 300，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台中的版块，与产品特点吻合。

表 4 推广引流——软文引流

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此平台与板块发布的理由	

③在店铺经营的初期，利用淘宝官方低门槛的活动报名方式参加各种活动，进而也可为店铺带来巨大的流量。请针对表中的问题进行回答。

表 5 推广引流——活动引流

问题 1：淘宝官方平常免费的活动主要有哪些（填写 3 个活动名）

问题 2：现本店铺准备申报官方的“聚划算”活动，请问报名聚划算，对于 C 店店铺信誉有何要求？

问题 3: 对于“聚划算”活动, 同一店铺每次可以申报几件宝贝, 且每件宝贝不少于多少数量?

#### 4) 数据分析与优化

店铺试运营一段时间, 可以通过生意参谋、超级店长等工具对店铺相关数据进行跟踪分析, 从而在后期进行优化和改进。表 6 中是通过数据分析工具获取到的店铺某一个月数据, 对表 6 中数据进行分析, 回答表 7 中相关问题。

表 6 流量来源分析表

PC 流量来源 top10			无线流量来源 top10		
流量来源	访客数	下单转化率	流量来源	访客数	下单转化率
天天特价	603	0.33%	手淘搜索	2073	0.68%
淘宝搜索	477	0.42%	手淘天天特价	1724	0.17%
淘宝客	61	4.92%	淘内免费其它	507	0.99%
直接访问	38	0%	手淘其它店铺	254	0.39%
淘宝站内其它	31	0%	购物车	107	8.41%
宝贝收藏	20	0%	淘宝客	83	1.2%
购物车	17	5.88%	我的淘宝	70	2.86%
淘外流量其它	8	0%	直接访问	33	3.03%
搜狗	7	0%	手淘消息中心	24	0%
已买到商品	4	25	手淘旺信	16	0%

表 7 数据分析与推广优化

①从表 6 中可以分析出 店铺的主要流量是来自无线端还是 PC 端? 说明了什么?

答:

②流量来源表中哪些流量来源最可能是反映的是老客户?

答:

③上述流量来源中哪一项是需要付费来源?

答:

④观察下单转化率较高数据的流量来源, 你发现了什么?

答:

⑤针对上述流量来源情况, 下一步有何改进措施?

答:

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分细则

见移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—5)。

**电商平台运营评分表(试题编号：3—5)**

评价内容		配分	考核点	考核得分
卷面排版格式(5分)		5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。	
市场选品(16分)	淘宝采购指数截图	2分	截图正确、清晰	
	采购趋势变化分析说明	4分	趋势变化分析正确,文字简明扼要	
	最近30天热门行业截图及回答	5分	截图2分,回答3*1分=3分	
	最近30天潜力行业截图及回答	5分	截图2分,回答3*1分=3分	
商品宝贝定价(7分)		7分	前2问,每个2分,共4分;后1空截图,3分	
推广引流—SEO优化(14分)		14分	问题1第1问2分,第2问5分 问题2第1问2分,第2问2分,第3问3分	
推广引流—软文推广(25分)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度2分,新颖、吸引人、契合网络文化与SEO3分	
	软文内容	5分	软文内容充实,主题紧扣推广目标	
		5分	结构严谨、文笔通顺	
		5分	构思新颖,能吸引网民	
		字数300字,每少于50字扣3分		
软文发布	5分	软文发布版块选择共3分,要求说出平台名称1分,还要说出具体版块名称2分,且要求是淘宝站内的,不是淘宝站内的不能得分。选择理由充分2分,理由描述的合理性。		
推广引流—活动引流		13分	活动名,每个1分,共3分 聚划算店铺要求,每个要求3分,共6分 宝贝件数和数量,各2分,共4分	
数据分析与优化		20分	按数据分析优化的全面性、正确性评分 ①4分②4分③2分④4分⑤6分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



## 6. 试题编号：3-6：手淘引流推广

### (1) 任务描述

“艾上淘电器专营店”是一家专营生活小家电的天猫店铺，为了促进网上业务的更大发展，现决定实施“淘宝客推广”，以帮助店铺带来更多流量，从而提升店铺的销售额。请根据所学的淘宝客相关运营技能，帮助其进行相关任务的实施。

#### 1) 淘宝客推广的准备

要实施淘宝客推广首先必须熟悉淘宝客推广的相关内容和规则，请回答表 1 中相关问题。

表 1 淘宝客推广的准备

问题 1、淘宝客业务中的三个角色？	
问题 2、请分步骤简述业务逻辑流程？	
步骤 1	
步骤 2	
步骤 3	
步骤 4	
步骤 5	
步骤 6	
问题 3、淘宝客的收费方式是怎样的？英文简称是什么？	

#### 2) 制定淘宝客推广计划

淘宝客推广计划是指卖家针对商品、活动或淘宝客等特别设置的推广方案，它包括选择合适的主推商品、设置合适的佣金比率、充分利用佣金计划和推广资源等。请按照表 2 中提示回答相关问题。

表 2 淘宝客推广计划制定

问题 1：淘宝客推广计划一般可以设置哪几种推广计划？每种计划各可以设置几个？		
问题 2、淘宝客选择推广你的产品主要关注哪几个方面？		
问题 3、请为“艾上淘电器专营店”网店设置推广计划，要求分层次设置计划，要求最少设置 5 个计划		
计划针对淘客群体	计划类型	平均佣金比率

#### 3) 淘宝客的招募

淘宝客的招募主要分两种，淘宝卖家主动寻找或者是淘宝客主动上门。但当淘宝店铺的规模和品牌没有很明显的优势的时候，卖家就必须主动寻找优质的淘宝客，找到后将店铺的核心优势告诉对方，而这种告诉的方式主要就是通过发布招募书的

方式进行。招募贴的写作要点：①诱人标题（简洁明了夸张）；②内容一般包括3个方面内容：店铺基本情况（包括店铺属性、主营业务、佣金比率、联系方式和推广地址）；推广激励（收入方式，奖励方式，奖金结算时间，发奖形式等）；店铺的优势或产品的卖点（提炼店铺的优势或产品的卖点，给淘客以信心）③招募贴的形式有寻人启事型、中规中矩型、比赛型等。请回答表3中各问题。

表3 淘宝客招募书

问题1：请写出5种寻找淘宝客的方法			
寻找淘宝客	1、	2、	3、
	4、	5、	
问题2：通过编写和发布招募贴的方式，也可以招募到淘宝客，请为“胖嘟嘟宝宝孕婴店”的店铺拟定一淘客招募贴（可采用图文结合方式），将内容填入下面空格中。			
问题3：招募贴拟发布的平台与板块，并请说明理由。			

#### 4) 淘宝客数据分析与优化

在进行淘宝客推广活动后，数据分析很重要，要派专人监控淘宝客推广效果，制作日报表；并针对不同推广产品的推广后销量，对佣金、产品页面、产品折扣等进行调整。淘宝客的推广情况，可以通过工具软件进行相应数据的统计分析，从而优化和改进推广效果。根据表4中的数据回答对应表中的问题。

表4 数据分析与优化

产品名	店铺该宝贝总成交额	淘宝客推广成交额	淘宝客成交占比	佣金比例	佣金金额	成交笔数	ROI	淘客昵称
产品1	¥171,324.47	¥5,932.21	3.46%	2.50%	¥148.31	60	40	taobaoss137
产品2	¥36,330.25	¥2,150.75	5.92%	3.00%	¥64.52	22	33.3	最后的淘客1
产品3	¥34,622.14	¥1,073.29	3.10%	1.50%	¥16.10	11	66.7	taobaoss137
产品4	¥37,325.22	¥1,821.47	4.88%	1.50%	¥27.32	18	66.7	浩岩
产品5	¥10,361.73	¥642.43	6.20%	5.00%	¥32.12	6	20	taobaoss137
产品6	¥11,300.51	¥826.07	7.31%	2.00%	¥16.52	8	50	taobaoss137
产品7	¥9,314.36	¥580.28	6.23%	3.00%	¥17.41	6	33.3	taobaoss137
产品8	¥1,263.58	¥60.53	4.79%	1.50%	¥0.91	1	66.7	taobaoss137

问题1：分析表中的数据，说明淘宝客推广的效果

---

**问题 2：怎样进行优化？**

---

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分细则**

见移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—6)。

移动商务运营推广评分卡(试题编号: 3—6)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
卷面排版格式		5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。		
工作任务 (95分)	淘客推广准备 (13)	业务3个角色	3分	每个1分,共3分	
		业务逻辑流程	6分	每条1分,要求按逻辑顺序回答,清晰且正确	
		淘宝客计费方式	4分	计费方式描述正确2分,计费方式的通用简写2分	
	推广计划制定 (32)	计划的类型和可设数量	9分	计划类型,每个2分,3*2分=6分 各类型可设数量是否正确,每1分,3*1分=3分	
		推广商品选择关注要点	8分	4个要点回答是否正确,每个2分,4*2分=8分	
		设置计划	15分	计划的设置,主要考核各计划类型、针对的淘宝客群体、佣金比率是否合理,定向推广计划要注意梯度和等级设置5*3分=15分	
	寻找和招募淘宝客 (31)	寻找淘宝客	10分	站内寻找方法描述是否正确,5*2分=10分	
		淘客招募贴	15分	招募贴标题3分,招募贴内容编写12分:考察是否符合写作要点、创意、整体效果等。	
		招募贴发布	6分	能正确说明所选的平台和版块,并能准确、清晰地阐述其理由,记6分	
	数据分析和优化 (19分)	数据分析	7分	按数据分析正确,全面评分	
优化措施		12分	描述淘客关系维护,正确、具体、有条理;4*3分=12分		
合计		100			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 7. 试题编号：3-7：手淘引流推广

### (1) 任务描述

胖嘟嘟宝宝孕婴店 (<https://shop125756421.taobao.com/>) 是一家以销售纸尿裤为主的淘宝店铺，由于竞争激烈，加上母婴产品的销售口碑尤其重要，现为拓展业务，拟进行淘宝客推广，请根据所学的淘宝客相关运营技能，帮助其进行相关任务的实施。

#### 1) 淘宝客推广的准备

要实施淘宝客推广首先必须熟悉淘宝客推广的相关内容和规则，请回答表 1 中相关问题。

表 1 淘宝客推广的准备

问题 1、使用淘宝客推广卖家店铺需要什么样条件？	
问题 2、淘宝客是帮助淘宝卖家推广商品，推广的商品成交后，获得一定佣金的人。这里的“人”一般分为两类，是指：	
第一类：	
第二类：	
问题 3、某商品标价 200 元，佣金比例 5%，买家支付宝实际付款 180 元，其中运费 20 元。则淘宝客可以获得的佣金是多少？（要求列出式子，并计算答案）。	

#### 2) 制定淘宝客推广计划

淘宝客推广计划是指卖家针对商品、活动或淘宝客等特别设置的推广方案，它包括选择合适的主推商品、设置合适的佣金比率、充分利用佣金计划和推广资源等。请按照表 2 中提示回答相关问题。

表 2 淘宝客推广计划制定

问题 1：淘宝客推广计划一般可以设置哪种推广计划？每种计划各可以设置几个？		
问题 2、淘宝客选择推广你的产品主要关注哪几个方面？		
问题 3、请为“胖嘟嘟宝宝孕婴店”网店设置推广计划，要求分层次设置计划，要求最少设置 5 个计划		
计划针对淘客群体	计划类型	平均佣金比率

#### 3) 淘宝客的招募

淘宝客的招募主要分两种，淘宝卖家主动寻找或者是淘宝客主动上门。但当淘宝店铺的规模和品牌没有很明显的优势的时候，卖家就必须主动寻找优质的淘宝客，找到后将店铺的核心优势告诉对方，而这种告诉的方式主要就是通过发布招募书的方式进行。招募贴的写作要点：①诱人标题（简洁明了夸张）；②内容一般包括 3

个方面内容：店铺基本情况（包括店铺属性、主营业务、佣金比率、联系方式和推广地址）；推广激励（收入方式，奖励方式，奖金结算时间，发奖形式等）；店铺的优势或产品的卖点（提炼店铺的优势或产品的卖点，给淘客以信心）③招募贴的形式有寻人启事型、中规中矩型、比赛型等。请回答表 3 中各问题。

表 3 淘宝客招募书

问题 1: 请写出 5 种寻找淘宝客的方法			
寻找淘宝客	1、	2、	3、
	4、	5、	
问题 2: 通过编写和发布招募贴的方式, 也可以招募到淘宝客, 请为“胖嘟嘟宝宝孕婴店”的店铺拟定一淘客招募贴(可采用图文结合方式), 将内容填入下面空格中。			
问题 3: 招募贴拟发布的平台与板块, 并请说明理由。			

#### 4) 淘宝客数据分析与优化

在进行淘宝客推广活动后, 一方面数据分析很重要, 要派专人监控淘宝客推广效果, 制作日报表; 并针对不同推广产品的推广后销量, 对佣金、产品页面、产品折扣等进行调整。淘宝客的推广情况, 可以通过工具软件进行相应数据的统计分析, 从而优化和改进推广效果。另一方面淘宝客关系的维护也很重要。根据表 4 中的数据回答对应表中的问题。

表 4 数据分析与优化

产品名	店铺该宝贝总成交额	淘宝客推广成交额	淘宝客成交占比	佣金比例	佣金金额	成交笔数	ROI	淘客昵称
产品 1	¥171,324.47	¥5,932.21	3.46%	2.50%	¥148.31	60	40	taobaoss137
产品 2	¥36,330.25	¥2,150.75	5.92%	3.00%	¥64.52	22	33.3	最后的淘客 1
产品 3	¥34,622.14	¥1,073.29	3.10%	1.50%	¥16.10	11	66.7	taobaoss137
产品 4	¥37,325.22	¥1,821.47	4.88%	1.50%	¥27.32	18	66.7	浩岩
产品 5	¥10,361.73	¥642.43	6.20%	5.00%	¥32.12	6	20	taobaoss137
产品 6	¥11,300.51	¥826.07	7.31%	2.00%	¥16.52	8	50	taobaoss137
产品 7	¥9,314.36	¥580.28	6.23%	3.00%	¥17.41	6	33.3	taobaoss137
产品 8	¥1,263.58	¥60.53	4.79%	1.50%	¥0.91	1	66.7	taobaoss137

问题 1: 分析表中的数据, 说明淘宝客推广的效果

问题 2: 怎样进行淘宝客关系的维护?

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分细则**

见移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—7)。

移动商务运营推广评分卡(试题编号: 3—7)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
卷面排版格式		5分	卷面排版整齐, 层次标识清晰统一, 版面布局规范合理, 行距, 字体字号合理且一致。按 0/3/5分标准评分。		
工作任务 (95分)	淘客推广准备 (13)	卖家店铺条件	3分	回答正确 3分	
		两类人	6分	每个 3分, 要求回答清晰且正确	
		淘宝客计费方式	4分	计算公式 2分, 计算结果正确 2分	
	推广计划制定 (32)	计划的类型和可设数量	9分	计划类型, 每个 2分, 3*2分=6分 各类型可设数量是否正确, 每 1分, 3*1分=3分	
		推广商品选择关注要点	8分	4个要点回答是否正确, 每个 2分, 4*2分=8分	
		设置计划	15分	计划的设置, 主要考核各计划类型、针对的淘宝客群体、佣金比率是否合理, 定向推广计划要注意梯度和等级设置 5*3分=15分	
	寻找和招募淘宝客 (31)	寻找淘宝客	10分	站内寻找方法描述是否正确, 5*2分=10分	
		淘客招募贴	15分	招募贴标题 3分, 招募贴内容编写 12分: 考察是否符合写作要点、创意、整体效果等。	
		招募贴发布	6分	能正确说明所选的平台和版块, 并能准确、清晰地阐述其理由, 记 6分	
	数据分析和优化 (19分)	数据分析	7分	数据分析正确,	
优化措施		12分	描述淘客关系维护, 正确、具体、有条理; 4*3分=12分		
合计		100			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



## 8. 试题编号：3-8：手淘引流推广

### (1) 任务描述

“七十二变时尚屋雅痞街”是淘宝网上的一家老牌女装店，现为拓展业务，拟进行淘宝客推广，请根据所学的淘宝客相关运营技能，帮助其进行相关任务的实施。

#### 1) 淘宝客推广的准备

要实施淘宝客推广首先必须熟悉淘宝客推广的相关内容和规则，请回答表 1 中相关问题。

表 1 淘宝客推广的准备

问题 1、淘宝客每月佣金结算时间是什么时候？	
问题 2、想做淘宝客推广，个人申请淘宝客账号有哪两种形式？	
第一种：	
第二种：	
问题 3、某商品标价 300 元，佣金比例 5%，买家支付宝实际付款 280 元，其中运费 20 元。则淘宝客可以获得的佣金是多少？（要求列出式子，并计算答案）。	

#### 2) 制定淘宝客推广计划

淘宝客推广计划是指卖家针对商品、活动或淘宝客等特别设置的推广方案，它包括选择合适的主推商品、设置合适的佣金比率、充分利用佣金计划和推广资源等。请按照表 2 中提示回答相关问题。

表 2 淘宝客推广计划制定

问题 1：淘宝客推广计划一般可以设置哪几种推广计划？每种计划各可以设置几个？		
问题 2、淘宝客选择推广你的产品主要关注哪几个方面？		
问题 3、请为“七十二变时尚屋雅痞街”网店设置推广计划，要求分层次设置计划，要求最少设置 5 个计划		
计划针对淘客群体	计划类型	平均佣金比率

#### 3) 淘宝客的招募

淘宝客的招募主要分两种，淘宝卖家主动寻找或者是淘宝客主动上门。但当淘宝店铺的规模和品牌没有很明显的优势的时候，卖家就必须主动寻找优质的淘宝客，找到后将店铺的核心优势告诉对方，而这种告诉的方式主要就是通过发布招募书的方式进行。招募贴的写作要点：①诱人标题（简洁 明了 夸张）；②内容一般包括 3 个方面内容：店铺基本情况（包括店铺属性、主营业务、佣金比率、联系方式和推

广地址); 推广激励 (收入方式, 奖励方式, 奖金结算时间, 发奖形式等); 店铺的优势或产品的卖点 (提炼店铺的优势或产品的卖点, 给淘客以信心) ③招募贴的形式有寻人启事型、中规中矩型、比赛型等。请回答表 3 中各问题。

表 3 淘宝客招募书

问题 1: 请写出 5 种寻找淘宝客的方法			
寻找淘宝客	1、	2、	3、
	4、	5、	
问题 2: 通过编写和发布招募贴的方式, 也可以招募到淘宝客, 请为“七十二变时尚屋雅痞街”的店铺拟定一淘客招募贴 (可采用图文结合方式), 将内容填入下面空格中。			
问题 3: 招募贴拟发布的平台与板块, 并请说明理由。			

#### 4) 淘宝客数据分析与优化

在进行淘宝客推广活动后, 一方面数据分析很重要, 要派专人监控淘宝客推广效果, 制作日报表; 并针对不同推广产品的推广后销量, 对佣金、产品页面、产品折扣等进行调整。淘宝客的推广情况, 可以通过工具软件进行相应数据的统计分析, 从而优化和改进推广效果。另一方面淘宝客关系的维护也很重要, 谈谈怎样进行淘宝客关系维护。根据表 4 中的数据回答对应表中的问题。

表 4 数据分析与优化

产品名	店铺该宝贝总成交额	淘宝客推广成交额	淘宝客成交占比	佣金比例	佣金金额	成交笔数	ROI
产品 1	¥171,324.47	¥5,932.21		2.50%	¥148.31	60	
产品 2	¥36,330.25	¥2,150.75		3.00%	¥64.52	22	
产品 3	¥34,622.14	¥1,073.29		1.50%	¥16.10	11	

问题 1: 计算上表中的 3 个产品的淘宝客成交占比, 以及 ROI 的值, 将计算结果填入表中。

问题 2: 如果想进一步提高淘宝客的成交占比, 上述 3 个产品最应该选择哪个产品? 如何进一步优化?

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分细则**

见移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—8)。

移动商务运营推广评分卡(试题编号: 3—8)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
卷面排版格式		5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。		
工作任务 (95分)	淘客推广准备 (13)	佣金结算时间	3分	回答正确3分	
		申请淘宝客推广账号两种方法	6分	每个3分,要求回答清晰且正确	
		淘宝客计费方式	4分	计算公式2分,计算结果正确2分	
	推广计划制定 (32)	计划的类型和可设数量	9分	计划类型,每个2分,3*2分=6分 各类型可设数量是否正确,每1分,3*1分=3分	
		推广商品选择关注要点	8分	4个要点回答是否正确,每个2分,4*2分=8分	
		设置计划	15分	计划的设置,主要考核各计划类型、针对的淘宝客群体、佣金比率是否合理,定向推广计划要注意梯度和等级设置5*3分=15分	
	寻找和招募淘宝客 (31)	寻找淘宝客	10分	站内寻找方法描述是否正确,5*2分=10分	
		淘客招募贴	15分	招募贴标题3分,招募贴内容编写12分:考察是否符合写作要点、创意、整体效果等。	
		招募贴发布	6分	能正确说明所选的平台和版块,并能准确、清晰地阐述其理由,记6分	
	数据分析和优化 (19分)	数据计算	6分	数据计算正确,每空1分	
优化措施		13分	选择产品3分,优化措施10分,描述正确、具体、有条理;		
合计		100			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

9. 试题编号：3-9：手淘引流推广

(1) 任务描述

对于 B2C/C2C 店铺来说，它们的销售业绩主要可以从流量、转化率、客单价三个要素来考量，行业中衡量 B2C/C2C 的业绩公式：销售额=流量×转化率×客单价。

“宾之郎湖南专卖店”是一家以销售槟榔为主的天猫店铺，店铺在采用 SEO 优化、直通车推广、淘宝客推广后，流量已经相当可观；但是转换率不是太高，加上由于槟榔价格不高，客单价较低，公司的整体销售规模上不来，请利用运营推广的相关知识，帮助其完成销售额的提升。

1) 分析店铺现有的转换率和客单价

表 1 是店铺 4 月份的经营情况数据，请计算本月的客单价和全店转化率。

表 1 客单价和转换率计算

2019—4 店铺经营情况					
访客数	1112651	成交用户数	14401	平均访问深度	4.15
支付宝成交金额 (元)	502512.73	客单价		全店转化率	

2) 分析影响店铺转化率和客单价的因素

在流量不变的情况下，店铺的转化率和客单价的高低直接决定了店铺的销售额，转化率和客单价影响因素都较多，请列出 5 项影响转化率、5 项影响客单价的因素填入表 2 中。

表 2 影响店铺客单价的因素

影响转化率的因素有哪些？	
①	
②	
③	
④	
⑤	
影响客单价的因素有哪些？	
①	
②	
③	
④	
⑤	

3) 转化率的提升

请根据转化率的影响因素，谈谈转化率提升的基本思路，将基本思路填入表 3 中。

表 3 转化率提升基本思路

---

答:

---

#### 4) 客单价的提升

①在开店之初，商家就已经决定了自己店铺的主营类目和价格定位，随着店铺的逐步发展，卖家应该进行更深层次的思考，应该利用宝贝类目的广度和深度来提升客单价。“宾之郎湖南专卖店”店铺以槟榔为特色，宝贝类目的广度已经受到了限制，那么如何从宝贝类目的深度来提升客单价呢？将回答填入表4中。

表4 利用宝贝类目深度提升客单价

---

答:

---

#### ②同类宝贝客单价的提升

对于店铺的宝贝，单价由于同行价格的比较，已经固定下来不能再提升了，那么客单价又如何提升呢，分析表5中数据回答相应问题。

表5 同类宝贝客单价提升

商品名称	笔单价 /元	人均购买笔 数	客单价 /元	商品成本 /元	商品利润 /元
老湘潭 30g*10 袋	78	1	78	50	28
老湘潭 30g*10 袋	78	2	156	100	56
老湘潭 30g*10 袋	78	> 3	> 234	> 150	> 84

①分析表中的数据可以得出客单价跟什么因素有关系？

②对于这种同类宝贝客单价的提升，具体在运营中如何来实施？

③请访问“宾之郎湖南专卖店”，找到对应使用此方法的地方，截图插入下面单元格中

#### ③不同类宝贝客单价的提升

不同宝贝客单价的提升，一般采用关联营销方式进行；请查询“宾之郎湖南专卖店”，分析他是如何来实施关联营销的。将店铺中体现关联营销的地方截图插入表6中。

表6 不同类宝贝客单价的提升

---

答:

---

#### ④挖掘客户的购买能力提升客单价

一般而言商家还需从客服角度，实施对客户进行精细化分析管理、进行客户关系维护来挖掘客户的购买能力，实现客单价的提升。请回答为了提升客单价从客服上应该怎样挖掘客户购买能力。

表 7 购买能力挖掘提升客单价

答:

4) 数据分析与优化

①进行店铺流量分析

通过数据分析工具调出店铺的某个时间段的不同页面的流量分布表，数据如表

8，请对表 8 数据进行分析，回答后面问题。

表 8 店铺流量分布表

访问页面	浏览量	流量占比	访客数	页面平均停留时间/秒	出店人次	出店率
首页	5988	27.3%	1112	119	2966	49.5%
分类页	3002	13.7%	720	62	1588	52.9%
宝贝页	6566	29.9%	1656	140	2018	30.7%
自定义页	2028	9.2%	768	8	1920	94.7%
搜索页	3366	15.3%	1066	72	1218	36.2%
其他	1008	4.6%	98	28	420	41.7%
合计	22417		5433			

①从整个店铺页面的流量占比来分析，有何问题？应怎么优化？

②从页面的平均停留时间来分析，有何问题？应怎么优化？

③从店铺的出店率来分析，有何问题？应该怎么优化？

②根据访客来源对订单支付率进行分析

表 9 访客来源及订单支付率分析

访客来源	浏览量	访客数	订单金额/元	成交金额/元	订单支付率
淘宝宝贝搜索	2678	1302	6498.66	4116.24	63.33%
买家中心	819	728	3188.56	3066.15	96.16%
淘宝活动	4689	2388	7914.50	5880.63	74.30%
淘宝付费推广	3188	1048	2366.16	1458.16	61.6%
淘宝其它页面	1544	518	177.47	60.36	34.01%
站外访问	789	299	79.16	30.12	38.05%

①分析店铺访客来源，该店铺访客占比较高的前 4 名依次是？说说店铺流量结构如何？

②店铺订单支付率最高的访客类型分别是？（依次写出前 4 名）说说买家中心的访客主要包括哪些？为什么支付率最高？

③分析表中数据，计算淘宝宝贝搜索流量占比和访客数占比各是多少？有何优化措施？

④分析表中数据，计算淘宝的付费推广流量占比和访客数占比各是多少？有何优化措施？

---

---

**(2) 实施条件**

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分细则**

见移动商务运营推广评分卡(试题编号：3-9)。



移动商务运营推广评分卡(试题编号: 3-9)

评价内容		配分	考核点	考核得分
卷面排版格式(5分)		5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。	
	计算客单价与转化率	6分	回答正确,每个3分,共6分	
	影响店铺转化率和客单价的因素	10分	回答正确、要求各条之间内容不重复,每个1分,共10分	
	转化率提升基本思路	10分	回答正确,每个要点2分,共10分	
客单价提升	类目深度提升客单价	5分	按回答是否正确、全面给分,共5分	
	同类宝贝客单价提升	15分	①、②、③每小题5分,共15分,按回答是否正确、全面给分	
	不同类宝贝客单价提升	4分	截图正确、清晰	
	挖掘客户购买潜力	10分	按回答是否正确、全面给分,共10分	
数据分析与优化	店铺流量分布表分析	15分	①、②、③每小题5分,共15分 按分析是否正确、全面给分	
	访客来源订单支付率分析	20分	①、②、③、④每小题5分,共20分, 按分析计算是否正确、全面给分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 10. 试题编号：3-10：手淘引流推广

### (1) 任务描述

对于 B2C/C2C 店铺来说，它们的销售业绩主要可以从流量、转化率、客单价三个要素来考量，行业中衡量 B2C/C2C 的业绩公式：销售额=流量×转化率×客单价。

贝贝熊官方旗舰店是一家以销售纸尿裤为主的淘宝店铺，店铺在采用 SEO 优化、直通车推广、淘宝客推广后，流量已经不错；但是转换率不是太高，加上由于纸尿裤价格不高，客单价较低，公司的整体销售规模还有待提高，请利用运营推广的相关知识，帮助其完成销售额的提升。

#### 1) 分析店铺现有的转换率和客单价

假设店铺在某天有 100 个访客访问，共有 10 个访客在店铺产生交易行为，支付宝的成交总额为 1200 元，其中这 10 个访客中有 9 个买家都只成交一笔订单，有 1 个新手买家不懂怎么加入购物车，共拍下 3 件宝贝，分别付了 3 次款，最后完成交易。请计算本日的客单价和全店转化率。

表 1 客单价和转换率计算

店铺当天转化率	
店铺当天的客单价	

#### 2) 分析影响店铺转化率和客单价的因素

在流量不变的情况下，店铺的转化率和客单价的高低直接决定了店铺的销售额，转化率和客单价影响因素都较多，请列出 5 项影响转化率、5 项影响客单价的因素填入表 2 中。

表 2 影响店铺客单价的因素

影响转化率的因素有哪些？	
①	
②	
③	
④	
⑤	
影响客单价的因素有哪些？	
①	
②	
③	
④	
⑤	

#### 3) 转化率的提升

请根据转化率的影响因素，谈谈转化率提升的基本思路，将基本思路填入表 3 中。

表 3 转化率提升基本思路

答:

#### 4) 客单价的提升

①在开店之初，商家就已经决定了自己店铺的主营类目和价格定位，随着店铺的逐步发展，卖家应该进行更深层次的思考，应该利用宝贝类目的广度和深度来提升客单价。“贝贝熊官方旗舰店”店铺刚开始以“纸尿裤”为特色，宝贝比较单一，应该从宝贝类目的广度来增加商品，那么如何从宝贝类目的广度来提升客单价呢？将回答填入表 4 中。

表 4 利用宝贝类目广度提升客单价

答:

#### ②同类宝贝客单价的提升

对于店铺的宝贝，单价由于同行价格的比较，已经固定下来不能再提升了，那么客单价又如何提升呢，分析表 5 中数据回答相应问题。

表 5 同类宝贝客单价提升

商品名称	笔单价/元	人均购买笔数	客单价/元	商品成本/元	商品利润/元
超薄透气纸尿裤 S80	50.4	1	50.4	40	10.4
超薄透气纸尿裤 S80	50.4	2	100.8	80	20.8
超薄透气纸尿裤 S80	50.4	> 3	> 151.2	> 120	> 31.2

①分析表中的数据可以得出客单价跟什么因素有关系？

②对于这种同类宝贝客单价的提升，具体在运营中如何来实施？

③请访问“贝贝熊官方旗舰店”，找到对应使用此方法的地方，截图插入下面单元格中

#### ③不同类宝贝客单价的提升

不同宝贝客单价的提升，一般采用关联营销方式进行；请查询“贝贝熊官方旗舰店”，分析他是如何来实施关联营销的。将店铺中体现关联营销的地方截图插入表 6 中。

表 6 不同类宝贝客单价的提升

答:

#### ④挖掘客户的购买能力提升客单价

一般而言商家还需从客服角度，实施对客户进行精细化分析管理、进行客户关系维护来挖掘客户的购买能力，实现客单价的提升。请回答为了提升客单价从客服上应该怎样挖掘客户购买能力。

表 7 购买能力挖掘提升客单价

答:

#### 4) 数据分析与优化

##### ①进行店铺流量分析

通过数据分析工具调出店铺的某个时间段的不同页面的流量分布表, 数据如表 8, 请对表 8 数据进行分析, 回答后面问题。

表 8 店铺流量分布表

访问页面	浏览量	流量占比	访客数	页面平均停留时间/秒	出店人次	出店率
首页	599	27.3%	111	119	297	49.5%
分类页	300	13.7%	72	62	159	52.9%
宝贝页	657	29.9%	166	140	202	30.7%
自定义页	203	9.2%	77	8	192	94.7%
搜索页	337	15.3%	107	72	122	36.2%
其他	101	4.6%	10	28	42	41.7%
合计	2242		5433			

①从整个店铺页面的流量占比来分析, 有何问题? 应怎么优化?

②从页面的平均停留时间来分析, 有何问题? 应怎么优化?

③从店铺的出店率来分析, 有何问题? 应该怎么优化?

##### ②根据访客来源对订单支付率进行分析

表 9 访客来源及订单支付率分析

访客来源	浏览量	访客数	订单金额/元	成交金额、元	订单支付率
淘宝宝贝搜索	1678	800	6498.66	4116.24	63.33%
买家中心	819	728	3188.56	3066.15	96.16%
淘宝活动	4689	2388	7914.50	5880.63	74.30%
淘宝付费推广	600	420	2366.16	1458.16	61.6%
淘宝其它页面	320	118	177.47	60.36	34.01%
站外访问	789	299	79.16	30.12	38.05%

①分析店铺访客来源, 该店铺访客占比较高的前 4 名依次是? 说说店铺流量结构如何?

②店铺订单支付率最高的访客类型分别是? (依次写出前 4 名) 说说买家中心的访客主要包括哪些? 为什么支付率最高?

③分析表中数据, 计算淘宝宝贝搜索流量占比和访客数占比各是多少? 有何优化措施?

④分析表中数据, 计算淘宝的付费推广流量占比和访客数占比各是多少? 有何优化措施?

#### (2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分细则

见移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—10)。

#### 移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—10)

评价内容	配分	考核点	考核得分	
卷面排版格式(5分)	5分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。		
计算客单价与转化率	6分	回答正确，每个3分，共6分		
影响店铺转化率和客单价的因素	10分	回答正确、要求各条之间内容不重复，每个1分，共10分		
转化率提升基本思路	10分	回答正确，每个要点2分，共10分		
客单价提升	类目深度提升客单价	5分	按回答是否正确、全面给分，共5分	
	同类宝贝客单价提升	15分	①、②、③每小题5分，共15分，按回答是否正确、全面给分	
	不同类宝贝客单价提升	4分	截图正确、清晰	
	挖掘客户购买潜力	10分	客户服务角度分析(3分)，实施对客户进行精细化分析管理(3分)、进行客户关系维护(4分) 按回答是否正确、全面给分	
数据分析与优化	店铺流量分布表分析	15分	①、②、③每小题5分，共15分 按分析是否正确、全面给分	
	访客来源订单支付率分析	20分	①、②、③、④每小题5分，共20分， 按分析计算是否正确、全面给分	
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 11. 试题编号：3-11：手淘引流推广

### (1) 任务描述

以安化黑茶为主营商品的“大自然特产直销店”，在通过店铺初期的 SEO 优化、软文引流和活动引流后，店铺的流量仍然受到一定局限，后公司通过调查分析，淘宝直通车推广带去的流量是非常大的，其成交量也是比较可观的。现公司决定采用直通车来帮助进行运营推广，请利用网店直通车运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。

#### ①加入直通车的条件

直通车的推广效果自不必说，但是开通直通车是有条件限制，想利用直通车来引入精准流量，首先要明确店铺利用直通车推广的条件。

表 1 直通车加入条件

---

淘宝卖家开直通车的必要条件

---

答：

---

#### ②直通车推广位置的确定

在开通直通车之前，卖家必须清楚直通车的展示位置有哪些。了解了广告的投放位置，才能确定哪些区域是最可能被买家浏览到的，从而提高推广效果。在淘宝网上找到 3 种不同类型的直通车位置，将具体位置进行截图，并在截图中进行标注，填入表 2 中。

表 2 直通车推广位置

---

直通车位置 1 截图：

---

---

直通车位置 2 截图：

---

---

直通车位置 3 截图：

---

#### ③直通车推广计划制定

直通车推广计划是直通车运营的前提，而直通车操作的重点就是对直通车推广计划进行优化，直通车推广计划的制定主要包括哪些方面内容，将直通车推广计划所包含内容方面填入表 3 中。

表 3 直通车推广计划

---

简述直通车推广计划制定包含内容

---

答：

#### ④选取匹配关键词

直通车中选取的关键词与发布宝贝的关键词一样，先要找准类目，然后在相应类目下确定关键词。关键词的选取可以根据淘宝搜索导航栏、你是不是想找等方式选词，还可以通过数据工具、直通车后台进行查找。

通过在淘宝首页搜索框中输入“黑茶”，或者从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中可以找到淘宝平台的相关推荐词，操作并填写表 4。

表 4 平台选择关键词

将搜索框中输入“黑茶”后包含下拉框界面截图插入下行单元格中

将从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词界面截图插入下行单元格

在上述两种方法中各找 2 个词填入下行单元格中

通过“生意参谋——市场行情——行业热词榜”找相应的热门搜索词作为关键词，假设表 5 是通过生意参谋搜索“茶叶/黑茶”查询到的部分关键词，根据表中数据综合考虑，选择 5 个关键词，填入表 5 对应单元格中，并说明选择理由。

表 5 数据工具选择关键词

排名	搜索词	搜索人气	商城点击占比	点击率	点击人气	支付转化率
1	黑茶	64,322	53.69%	70.36%	39,246	4.48%
2	安化黑茶	52,001	43.17%	39.52%	33,673	4.04%
3	黑茶特级	31,518	52.38%	45.97%	17,247	3.94%
4	保健茶	27,613	66.08%	50.29%	18,857	0.99%
5	黑茶安化	25,533	44.93%	54.59%	17,861	4.44%
6	清火保健茶	24,472	1.64%	55.13%	17,270	0.93%
7	安化 茯砖茶	20,684	47.60%	56.88%	14,854	6.02%
8	黑茶天尖	19,470	13.30%	59.53%	14,920	2.10%
9	清热解毒茶	19,265	28.54%	62.01%	13,650	2.63%
10	野生安华黑茶	19,100	39.90%	52.97%	12,010	4.64%
11	白沙溪金花茯茶砖	17,557	28.49%	52.55%	12,322	4.51%
12	黑茶茯砖茶	15,256	45.16%	53.19%	10,164	4.74%

分析以上数据，选择的 5 个关键词如下

选择理由：

#### ⑤直通车标题制作

直通车标题不能超过 20 字，为提高点击率，直通车标题应从功效、品质、信誉、出价优势等方面突出宝贝的最大卖点，而且要与商品特性相一致。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题。

表 6 推广标题

标题 1	
标题 2	

⑥直通车关键词竞价

直通车操作的精髓就是对直通车扣费方式的理解，从而合理地关键词出价。表 7 是甲、乙、丙、丁四个卖家对同一关键词进行竞价的数据，根据表中的数据计算甲、乙、丙、丁的综合排名，并计算综合排名前 3 位的实际扣费，将计算结果填入表 7 对应单元格中。

表 7 关键词竞价的排名和扣费

淘宝卖家	出价/元	质量得分	综合排名	实际扣费/元
甲	1.56	10		
乙	2.04	6		
丙	1.68	7		
丁	1.06	10		

A、如果上述数据中的综合排名第 2 名的卖家质量得分提升到 8 分，那么他的实际扣费是多少？这说明了什么？这时候原综合排名第 1 名和综合排名第 3 名的实际扣费又是多少？（将结果填入下行中）

B、如果上述数据中的综合排名第 3 名的卖家质量得分不变，但出价提高到 2 元，那么他的实际扣费是多少？这时候原综合排名第 1 名的实际扣费又是多少？这说明了什么？（将结果填入下行中）

⑦数据分析与优化

店铺运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长、直通车报表等工具对店铺相关数据进行跟踪分析，从而在后期进行优化和改进。表 8 中是通过数据分析工具获取到的店铺 7 天直通车数据，对表 8 中数据进行分析，回答表中相关优化策略。

表 8 直通车数据分析与优化表

序号	关键词	展现量	点击率	综合排名	质量得分	优化策略
1	关键词 5	7635	1.2%	3	9	
2	关键词 2	5880	16.26%	1	8	
3	关键词 6	6268	0.8%	2	6	
4	关键词 7	5998	1.05%	20	9	
5	关键词 3	6166	12.46%	16	10	



6	关键词 4	7826	14.25%	17	6	
7	关键词 8	6988	2%	18	5	
8	关键词 1	7026	15.68%	2	10	
竞价调价思路 (概述)						

### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分细则

见移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—11)。

#### 移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—11)

评价内容		配分	考核点	考核得分
卷面排版格式(5分)		5分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
直通车加入条件		6分	回答正确，每个 3 分，共 6 分	
直通车推广位置确定		9分	回答正确、截图清晰、图片上有标注，每个 3 分，共 9 分	
直通车推广计划制定		6分	回答正确，每个要点 1 分，共 6 分	
选取匹配关键词	平台选择关键词	8分	截图 1 (2 分) 截图 2 (2 分)，关键词每个 1 分，共 4 分	
	数据工具选择关键词	8分	关键词每个 1 分，共 5 分；选择理由充分 3 分，	
直通车标题制作		10分	每个标题 5 分，共 10 分	
直通车关键词竞价	填空	10分	综合排名，每个 1 分，共 4 分；实际扣费，每个 2 分，共 6 分；	
	A 问题回答	10分	综合排名第 2 的实际扣费计算，3 分 理由说明，3 分 综合排名第 1 和第 3 实际扣费计算，每个 2 分，共 4 分	
	B 问题回答	8分	综合排名第 2 的实际扣费计算，2 分 综合排名第 1 的实际扣费计算，3 分 理由说明，3 分	
数据分析与优化		20分	按数据分析优化的全面性、正确性评分 优化策略每空 2 分，8*2=16 分，调价思路概述 4 分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



## 12. 试题编号：3-12：手淘引流推广

### (1) 任务描述

贝亲(Pigeon)是来自日本的婴儿用品品牌。贝亲公司(<http://www.pigeon.com/>)是生产、销售奶瓶及奶嘴以外还出售安抚奶嘴、三层奶粉器、纸尿布、儿童便器、热水袋等各种婴儿抚育用品的专业厂家。现为了扩大公司产品的市场占有率，加大产品的销售，公司积极进军电子商务领域，开展网络销售。现公司入驻淘宝商城，为提升公司商城人气、带动店铺销量，公司拟在淘宝平台实施一些运营推广措施，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

#### 1) 淘宝直通车推广

公司决定采用淘宝直通车推广，而直通车推广的关键是商品关键词的设置。直通车搜索的原则是当卖家设置的词和买家搜索的词完全一样的时候，才会展示宝贝的广告。所以说，给宝贝设置竞价词是至关重要的。产品直通车推广可以使用 200 个关键词，关键词的选择可以选择直通车系统推荐的词或淘宝 top20w 中的词，还可以采用以下方法，请使用以下方法为产品的直通车推广进行关键词选择和优化设置。拟采用直通车推广的产品宝贝资料如下：



产品名称：贝亲母乳实感成长哺乳 6 件套礼盒

货号：0A04

商品规格：

1. 贝亲母乳实感宽口径奶瓶（160ml 和 240ml）共二个；
2. 贝亲安抚奶嘴（第一阶段）；
3. 贝亲奶瓶保温袋
4. 贝亲彩色三层奶粉盒
5. 贝亲海绵奶瓶刷

①通过在淘宝首页搜索框中输入“奶瓶”，可以从搜索下拉框的衍生关键词中进行选择。操作并填写表 1。

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

②从搜索结果页的“您是不是想找”相关的搜索词中进行关键词选择。操作并填写表 2。

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中	
---------------	--

选择 1 个与产品最接近的关键词	
------------------	--

③从淘宝搜索框下的热门搜索词中选择关键词，操作并填写表 3。

表 3 关键词选择三

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词：	
-------------------	--

④从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 4 提示填写。

表 4 关键词选择四

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌名称	
	货号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品特色	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	规格	
	颜色	
	图案	
目标人群 (各设 2 个关键词)	精准定位	
	搜索习惯	
产品用途与保障 (各设 2 个关键词)	基本功效	
	品质保证	
市场活动 (流行元素设 1 个， 其它设 2 个)	节日功用	
	促销	
	流行元素	

⑤利用淘宝类目查找并选择关键词，操作并填写表 5。

表 5 关键词选择五

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词：	
-------------------	--

⑥直通车标题不能超过 20 字，为提高点击率，直通车标题应从功效、品质、信誉、出价优势等方面突出宝贝的最大卖点，而且要与商品特性相一致。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题。

表 6 推广标题

标题 1	
标题 2	

## 2) 淘宝站内社区软文推广

社区网络推广中软文的写作是非常关键的一部分，广告性太强不但容易被版主

删除，而且也受到网民的抵制。请为贝亲母乳实感成长哺乳6件套礼盒撰写一篇推广软文。

要求：字数在300左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台与版块，与产品特点吻合。

表7 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

### 3) 数据分析与推广优化

通过一段时间的推广后，可以通过淘宝的直通车报表、生意参谋等工具对数据进行分析，优化和改进推广效果。相关的数据见表8和表9。

表8 流量来源分析表

来源	访客数 (UV)	新访客数	新访客占比	入店访问深度	入店跳失率
淘宝付费数量	36996	33033	89.29%	2.55	67.39%
钻石展位	24152	21597	89.24%	2.86	45.45%
淘宝客	8713	8019	92.03%	1.30	91.35%
直通车	4299	3533	82.18%	3.51	49.21%
品牌广告	2	2	100%	2.00	50.00%
自主访问	33164	22551	68%	2.20	74.73%
直接访问	17348	11160	64.33%	2.33	72.06%
我是卖家	10063	7089	70.45%	2.36	69.97%
店铺收藏	7165	5268	73.52%	1.09	97.91%
购物车	2404	1395	58.03%	2.50	72.84%
宝贝收藏	2219	1343	60.52%	2.49	69.78%
我是买家	1020	534	52.35%	1.75	83.99%
淘宝免费流量	23339	19220	82.35%	2.69	67.33%
淘宝站内其它	12236	9870	80.66%	2.87	66.00%
淘宝类目	3123	2974	95.23%	2.14	73.54%

表9 某卖家关键词的数据报表

序号	关键词	搜索次数	访客数	出店人数	出店率	到宝贝页点击数
1	连衣裙	9998	4144	1705	17.05%	3532

2	针织衫	7651	3812	1559	20.38%	2509
3	衬衫	4793	2618	785	16.38%	2075
4	外套	4747	3682	1525	32.13%	1056
5	开衫	4674	2937	930	19.9%	1838
6	牛仔	3646	2284	773	21.20%	1252
7	打底	2888	2705	606	20.98%	1119

根据表 8 和表 9，联系表 10 中所列问题进行分析，并将分析结果填入表 10。

表 10 数据分析与推广优化

问题 1: 表 8 中列出了店铺中客户的来源以及客户的访问深度，客户的流失情况。图中店铺的直接访问进店跳失率和店铺收藏跳失率分别为 72.6%和 97.91%，是好还是不好？这说明什么问题？作为店家应该怎么应对？

答：

问题 2: 表 8 中直通车的访问深度为 3.51，店铺收藏的访问深度是 1.09，这代表店铺推广出了什么问题，作为店家应该从哪里着手改善

答：

问题 3: 分析表 9 中序号为 4 的关键词的数据，数据说明了什么问题，如何应对？

答：

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

## (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

## (4) 评分细则

见移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—12)。

移动商务运营推广评分卡 (试题编号：3—12)

评价内容		配分	考核点	考核得分	
卷面排版格式(5分)		5分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。		
工作任务 (95分)	直通车推广 (40分)	通过站内搜索找关键词	3分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 2 分，关键词 1 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
			3分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 2 分，关键词 1 分 关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
			4分	从搜索框下热门搜索词中选择关键词；操作截图 2 分，关键词 2 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	

	通过产品维度分析选择关键词（每个关键词1分，考核关键词合理性）	2分	按品牌维度选择的关键词2个	
		2分	按产品名称选择的关键词2个	
		3分	按产品细节解剖选择的关键词3个	
		4分	按目标人群选择的关键词4个	
		4分	按产品用途与保障选择关键词4个	
		5分	按市场活动选择的关键词5个	
	通过类目选择关键词	4分	操作截图2分，关键词2分	
	推广宝贝标题设计	6分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点，推广标题中包含4个以上特点，且标题字数不超过20字，则记3分；每减少1个特点减1分，直至0分。 标题一3分，标题二3分。	
社区软文推广（25）	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度2分，新颖、吸引人、契合网络文化与SEO3分	
		5分	软文内容充实，主题紧扣推广目标	
	软文内容	5分	结构严谨、文笔通顺	
		5分	构思新颖，能吸引网民 字数300字，每少于50字扣3分	
软文发布	5分	软文发布版块选择共3分，要求说出平台名称1分，还要说出具体版块名称2分，且要求是淘宝站内的，不是淘宝站内的不能得分。 选择理由充分2分，理由描述的合理性。		
数据分析和推广优化（30）	数据分析1	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 问题回答5分，措施5分	
	数据分析2	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 问题回答2分，原因分析2分，优化措施6分	
	数据分析3	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 问题回答正确且具体5分，措施5分	
合计		100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

### 13. 试题编号：3-13：手淘引流推广

#### (1) 任务描述

湖南梦洁家纺股份有限公司始于 1956 年，秉承“爱在家庭”核心理念的同时恪守品格与博爱的企业文化。公司凭借着深厚的历史底蕴，不懈追求本真的生活态度和精益求精的生产理念，已然成为业界翘楚。如今旗下已拥有“梦洁”、“梦洁宝贝”、“梦洁床垫”、“平实美学”、“寐”、“觅”六大重要影响力品牌。现为了扩大公司产品的市场占有率，加大产品的销售，公司积极进军电子商务领域，开展网络销售。现公司入驻淘宝商城，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

#### 1) 淘宝直通车推广

公司决定采用淘宝直通车推广，而直通车推广的关键是商品关键词的设置。直通车搜索的原则是当卖家设置的词和买家搜索的词一样的时候，展示宝贝的广告。所以说，给宝贝设置竞价词是至关重要的。产品直通车推广可以使用 200 个关键词，关键词的选择可以选择直通车系统推荐的词或淘宝 top20w 中的词，还可以采用以下方法，请使用以下方法为产品的直通车推广进行关键词选择和优化设置。拟采用直通车推广的产品宝贝资料如下：



产品名称：梦洁婚庆四件套  
工艺：刺秀  
材质：全棉  
类型：婚庆四件套  
货号：1050191221/2 福禄牡丹  
商品规格：1.8 米床，1.5 米床

①通过在淘宝首页搜索框中输入“梦洁”，可以从搜索下拉框的衍生关键词中进行选择。操作并填写表 1。

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中	
选择 1 个与产品最接近的关键词	

②从搜索结果页的“您是不是想找”相关的搜索词中进行关键词选择。操作并填写表 2。

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中	



选择 1 个与产品最接近的关键词	
------------------	--

③从淘宝搜索框下的热门搜索词中选择关键词，操作并填写表 3。

表 3 关键词选择三

将界面截图插入下行单元格中
---------------

选择 1 个与产品最接近的关键词	
------------------	--

④从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 4 提示填写。

表 4 关键词选择四

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌名称	
	货号	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品特点	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	材质	
	颜色	
	图案	
目标人群 (各设 2 个关键词)	精准定位	
	搜索习惯	
产品用途与保障 (各设 2 个关键词)	基本功效	
	品质保证	
市场活动 (流行元素设 1 个，其它设 2 个)	节日功用	
	促销	
	流行元素	

⑤利用淘宝类目查找并选择关键词，操作并填写表 5。

表 5 关键词选择五

将界面截图插入下行单元格中
---------------

选择 1 个与产品最接近的关键词:	
-------------------	--

⑥直通车标题不能超过 20 字，为提高点击率，直通车标题应从功效、品质、信誉、出价优势等方面突出宝贝的最大卖点，而且要与商品特性相一致。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题。

表 6 推广标题

标题 1	
标题 2	

## 2) 淘宝站内社区软文推广

社区网络推广中软文的写作是非常关键的一部分，广告性太强不但容易被版主删除，而且也受到网民的抵制。请为梦洁时尚系列的床上用品撰写一篇推广软文。

要求：字数在 300 左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主

题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台与版块，与产品特点吻合。

表 7 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

### 3)数据分析与推广优化

通过一段时间的推广后，可以通过淘宝的直通车报表、生意参谋等工具对数据进行分析，优化和改进推广效果。相关的数据见图 1—图 3 和表 8。

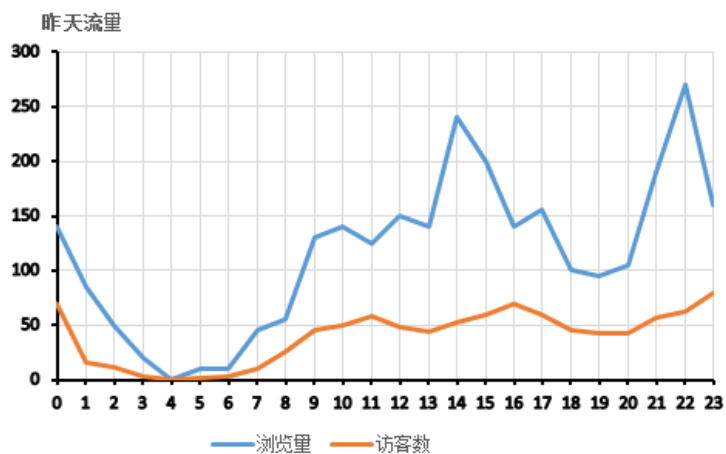


图 1 一天中按小时流量分析图。

表 8 关键词点击量前 50 报表

序号	关键词	宝贝	推广计划	展现量	点击量	点击率	花费	平均点击花费	平均展现排名
1	关键词 1	宝贝 1	活动产品	19	2	10.53%	1.0	0.5	27
2	关键词 2	宝贝 2	活动产品	14	1	7.14%	0.5	0.5	26
3	关键词 3	宝贝 3	活动产品	96	2	2.08%	0.74	0.37	31
4	关键词 4	宝贝 4	活动产品	102	2	1.96%	1.37	0.69	41
5	关键词 5	宝贝 5	活动产品	63	1	1.59%	0.5	0.50	34

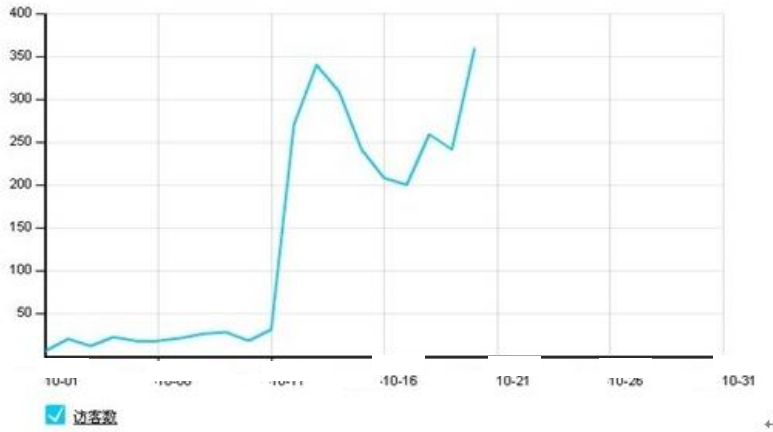
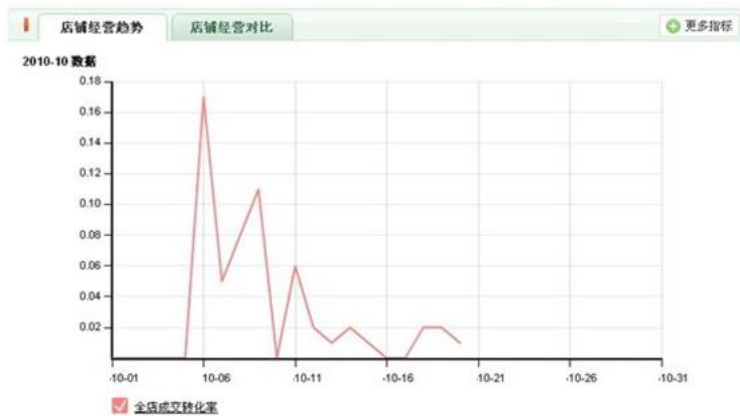


图2 访客数趋势图



3 店铺经营转化率图

根据图1—图3和表8，联系表9中所列问题进行分析，并将分析结果填入表9。

表9 数据分析与推广优化

问题1: 分析图1数据，可以给我们网店运营提供哪些指导？

答:

问题2: 比较分析表8数据中展现量和点击率，你发现序号为4的数据有什么问题，需要如何来进行推广优化

答:

问题3: 分析图2和图3，从中可以发现什么问题，如何解决？

答:

## (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分细则

见移动商务运营推广评分卡 (试题编号：3—13)。

**移动商务运营推广评分卡 (试题编号：3—13)**

评价内容		配分	考核点	考核得分	
卷面排版格式(5分)		5分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。		
工作任务(95分)	直通车推广(40)	通过站内搜索找关键词	3分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图 2 分，关键词 1 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
			3分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图 2 分，关键词 1 分 关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
			4分	从搜索框下热门搜索词中选择关键词；操作截图 2 分，关键词 2 分；关键词选择与题中商品相符合，且合理；截图清晰，从截图中能找到关键词	
		2分	按品牌维度选择的关键词 2 个		
	2分	按产品名称选择的关键词 2 个			
	3分	按产品细节解剖选择的关键词 3 个			
	4分	按目标人群选择的关键词 4 个			
	4分	按产品用途与保障选择关键词 4 个			
	5分	按市场活动选择的关键词 5 个			
	通过类目选择关键词	4分	操作截图 2 分，关键词 2 分		
	推广宝贝标题设计	6分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点，推广标题中包含 4 个以上特点，且标题字数不超过 20 字，则记 3 分；每减少 1 个特点减 1 分，直至 0 分。 标题一 3 分，标题二 3 分。		
社区软文推广(25)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度 2 分，新颖、吸引人、契合网络文化与 SEO 3 分		
		5分	软文内容充实，主题紧扣推广目标		
	软文内容	5分	结构严谨、文笔通顺		
		5分	构思新颖，能吸引网民		
	软文发布	5分	字数 300 字，每少于 50 字扣 3 分 软文发布版块选择共 3 分，要求说出平台名称 1 分，还要说出具体版块名称 2 分，且要求是淘宝站内的，不是淘宝站内的不能得分。 选择理由充分 2 分，理由描述的合理性。		

数据分析 和推 广优 (30 )	数据分析 1	10 分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 说出至少 3 个方面的指导，且理由充分；	
	数据分析 2	10 分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 问题回答 4 分，优化措施 6 分	
	数据分析 3	10 分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分 问题回答正确且具体 5 分，措施 5 分	
合计		100 分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

#### 14. 试题编号：3-14：手淘引流推广

##### (1) 任务描述

湖南省明园蜂业有限公司(<http://www.my1918.com.cn/>)是一家集科研、开发、生产于一体的专业蜂产品公司。主要产品有蜂蜜、蜂王浆、蜂胶、蜂花粉、日化品、礼盒、蜂产品制品、休闲食品等八大系列，近百个品种。现为了扩大公司产品的市场占有率，加大产品的销售，公司积极进军电子商务领域，开展网络销售。现公司入驻淘宝商城，请帮助公司完成平台运营中相关任务的实施。

##### 1) 淘宝直通车推广

公司决定采用淘宝直通车推广，而直通车推广的关键是商品关键词的设置。直通车搜索的原则是当卖家设置的词和买家搜索的词完全一样的时候，才会展示宝贝的广告。所以说，给宝贝设置竞价词是至关重要的。产品直通车推广可以使用 200 个关键词，关键词的选择可以选择直通车系统推荐的词或淘宝 top20w 中的词，还可以采用以下方法，请使用以下方法为产品的直通车推广进行关键词选择和优化设置。拟采用直通车推广的产品宝贝资料如下：



产品名称：明园蜂蜜胡柚茶  
规格：600g  
配料表：胡柚全果、白砂糖、果葡  
种类：冲饮  
包装：玻璃罐装  
功效：美容养颜，调节血压，促进消化，舒缓情绪

①通过在淘宝首页搜索框中输入“蜂蜜”，可以从搜索下拉框的衍生关键词中进行选择。操作并填写表 1

表 1 关键词选择一

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词	
------------------	--

②从搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中进行关键词选择。操作并填写表 2

表 2 关键词选择二

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词	
------------------	--

③从淘宝搜索框下热门搜索词中选择关键词，操作并填写表 3

表 3 关键词选择三

将界面截图插入下行单元格中

选择 1 个与产品最接近的关键词

④从产品的维度去选择和组合关键词，根据表 4 提示填写

表 4 关键词选择四

产品维度	分类	关键词
品牌 (各设 1 个关键词)	品牌	
	名称	
产品名称 (各设 1 个关键词)	产品种类	
	产品特点	
产品细节解剖 (各设 1 个关键词)	包装	
	规格	
	口味	
目标人群 (各设 2 个关键词)	精准定位	
	搜索习惯	
产品用途与保障 (各设 2 个关键词)	基本功效	
	品质保证	
市场活动 (流行元素设 1 个， 其它设 2 个)	节日功用	
	促销	
	流行元素	

⑤利用淘宝类目查找并选择关键词，操作并填写表 5。

表 5 关键词选择五

将界面截图插入下行单元格中：

选择 1 个与产品最接近的  
关键词：

⑥直通车标题不能超过 20 字，为提高点击率，直通车标题应从功效、品质、信誉、出价优势等方面突出宝贝的最大卖点，而且要与商品特性相一致。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题。

表 6 推广标题

标题 1	
标题 2	

(2) 淘宝站内社区软文推广

社区网络推广中软文的写作是非常关键的一部分，广告性太强不但容易被版主删除，而且也受到网民的抵制。请为明园蜂蜜胡柚茶撰写一篇推广软文。

要求：字数在 300 左右，软文能够让潜在客户了解产品的特点和卖点，能很好地把推广信息传递给潜在消费者，形式不限，但不能直接以广告形式发布。文章主题紧扣推广目标；文章内容很能吸引网民，结构严谨、文笔通顺；选择合适的平台与版块，与产品特点吻合。

表 7 推广软文

软文标题	
软文内容	
软文拟发布的平台与版块	
选择此板块发布的理由	

(3)数据分析与推广优化

通过一段时间的推广后，可以通过淘宝的直通车报表、生意参谋等工具对数据进行分析，优化和改进推广效果。相关的数据图表见图 1 和图 2。



图 1 销售总揽-行业经营对比

2019-7店铺经营情况					
浏览量 <sup>o</sup>	6631129 <sup>o</sup>	支付宝成交件数 <sup>o</sup>	37716 <sup>o</sup>	成交用户数 <sup>o</sup>	14401 <sup>o</sup>
访客数 <sup>o</sup>	1112651 <sup>o</sup>	支付宝成交笔数 <sup>o</sup>	36794 <sup>o</sup>	全店转化率均值 <sup>o</sup>	1.13% <sup>o</sup>
平均访问深度 <sup>o</sup>	4.15 <sup>o</sup>	支付宝成交金额(元) <sup>o</sup>	2444512.73 <sup>o</sup>	客单价均值 <sup>o</sup>	166.59 <sup>o</sup>





图2 生意参谋统计—销售总揽

根据图1和图2，联系表8中所列问题进行分析，并将分析结果填入表8。

表8 数据分析与推广优化

---

问题1：分析图1数据，橙色折线是本行业3皇冠全店成交转化率均值，蓝色折线是本店全店成交转化率。本店的成交情况较之本行业如何？蓝色折线波动较大的原因可能是什么？

答：

---

问题2：分析图2数据“客单价均值”为166.59，请解释客单价是什么？在销售过程中，如何提高旺旺咨询转化率对成交率有着极大的影响，请给出3条提高旺旺咨询转化率的方法。

答：

---

### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

### (4) 评分细则

见移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—14)。

移动商务运营推广评分卡 (试题编号: 3—14)

评价内容		配分	考核点	得分	
卷面排版格式(5分)		5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按0/3/5分标准评分。		
工作任务 (95分)	直通车推广 (40)	通过站内搜索找关键词	3分	搜索下拉框的衍生关键词的选择 操作截图2分,关键词1分;关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词	
			3分	搜索结果页的“你是不是想找”相关的搜索词中关键词选择。操作截图2分,关键词1分 关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词	
			4分	从搜索框下热门搜索词中选择关键词;操作截图2分,关键词2分;关键词选择与题中商品相符合,且合理;截图清晰,从截图中能找到关键词	
		通过产品维度分析选择关键词(每个关键词1分,考核关键词合理性)	2分	按品牌维度选择的关键词2个	
			2分	按产品名称选择的关键词2个	
			3分	按产品细节解剖选择的关键词3个	
			4分	按目标人群选择的关键词4个	
			4分	按产品用途与保障选择关键词4个	
		5分	按市场活动选择的关键词5个		
		通过类目选择关键词	4分	操作截图2分,关键词2分	
	推广宝贝标题设计	6分	突出宝贝功效、品质、信誉、出价优势等卖点,推广标题中包含4个以上特点,且标题字数不超过20字,则记3分;每减少1个特点减1分,直至0分。标题一3分,标题二3分。		
	社区软文推广 (25)	软文标题	5分	软文标题主题鲜明、简明扼要、与内容符合度2分,新颖、吸引人、契合网络文化与SEO3分	
			5分	软文内容充实,主题紧扣推广目标	
		软文内容	5分	结构严谨、文笔通顺	
			5分	构思新颖,能吸引网民	
5分			字数300字,每少于50字扣3分		
软文发布	5分	软文发布版块选择共3分,要求说出平台名称1分,还要说出具体版块名称2分,选择理由充分2分,理由描述的合理性。			
数据分析和推广优化 (30)	数据分析1	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分说出至少5个方面的来源且正确,得10分;每少1个—2分		
	数据分析2	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分付费推广5分,每少1个或错1个扣1分;分免费推广5分,每少或错1个扣2分;		
	数据分析3	10分	按各个数据要点分析的全面性、正确性评分问题回答正确且具体4分,策略6分		
合计		100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 15. 试题编号：3-15：手淘引流推广

### (1) 任务描述

某时尚女装店，在通过店铺初期的 SEO 优化、软文引流和活动引流后，店铺流量仍然受到一定局限，后公司通过调查分析，淘宝直通车推广带去的流量是非常大的，其成交量也是比较可观的。现公司决定采用直通车来帮助进行运营推广，其中一款拟采用直通车推广的产品宝贝资料如下：请利用网店直通车运营的相关知识，帮助其完成相关任务的实施。



产品名称：2019 夏季新款格子衬衫  
图案：格子  
材质：雪纺  
款式：蝴蝶结 系带  
袖长：五分袖  
风格：通勤

#### ①加入直通车的条件

直通车的推广效果自不必说，但是开通直通车是有条件限制的，想利用直通车来引入精准流量，首先要明确店铺利用直通车推广的条件。

表 1 直通车加入条件

淘宝卖家加入直通车的必要条件

答：

#### ②直通车推广位置的确定

在开通直通车之前，卖家必须清楚直通车的展示位置有哪些。了解了广告的投放位置，才能确定哪些区域是最可能被买家浏览到的，从而提高推广效果。在淘宝网上找到 3 种不同类型的直通车位置，将具体位置进行截图，并在截图中进行标注，填入表 2 中。

表 2 直通车推广位置

直通车位置 1 截图：

直通车位置 2 截图：

直通车位置 3 截图：

### ③直通车推广计划制定

直通车推广计划是直通车运营的前提，而直通车操作的重点就是对直通车推广计划进行优化，直通车推广计划的制定主要包括哪些方面内容，将直通车推广计划所包含内容方面填入表 3 中。

表 3 直通车推广计划

简述直通车推广计划制定包含内容

答：

### ④选取匹配关键词

直通车中选取的关键词与发布宝贝的关键词一样，先要找准类目，然后在相应类目下确定关键词。关键词的选取可以根据淘宝搜索导航栏、您是不是想找等方式选词，还可以通过数据工具、直通车后台进行查找。

通过在淘宝首页搜索框中输入“女衬衫”，或者从搜索结果页的“您是不是想找”相关的搜索词中可以找到淘宝平台的相关推荐词，操作并填写表 4。

表 4 平台选择关键词

将搜索框中输入“女衬衫”后包含下拉框界面截图插入下行单元格中

将从搜索结果页的“您是不是想找”相关的搜索词界面截图插入下行单元格

在上述两种方法中各找 2 个词填入下行单元格中

通过“生意参谋——市场行情——行业热词榜”找相应的热门搜索词作为关键词，表 5 是通过生意参谋搜索“女装/女士精品/衬衫”查询到的部分关键词，根据表中数据综合考虑，选择 5 个关键词，填入表 5 对应单元格中，并说明选择理由。

表 5 数据工具选择关键词

排名	搜索词	搜索人气	商城点击占比	点击率	点击人气	支付转化率
1	衬衫	64,322	53.69%	70.36%	39,246	4.48%
2	白衬衫	52,001	43.17%	39.52%	33,673	4.04%
3	衬衫中袖	31,518	52.38%	45.97%	17,247	3.94%
4	无印良品	27,613	66.08%	50.29%	18,857	0.99%
5	衬衣女	25,533	44.93%	54.59%	17,861	4.44%
6	欢乐颂刘涛同款	24,472	1.64%	55.13%	17,270	0.93%
7	安迪同款	24,372	2.16%	52.96%	17,422	0.81%
8	衬衫女 韩范	24,023	33.77%	45.29%	15,698	2.83%
9	钱夫人	24,008	0.04%	50.82%	18,895	0.75%
10	雪纺衬衫	22,251	48.62%	49.55%	15,639	3.51%

11	白衬衫女	20,684	47.60%	56.88%	14,854	6.02%
12	娃娃衫	19,470	13.30%	59.53%	14,920	2.10%
13	棉麻衬衫女	19,265	28.54%	62.01%	13,650	2.63%
14	衬衣	19,100	39.90%	52.97%	12,010	4.64%
15	格子衬衫女	17,557	28.49%	52.55%	12,322	4.51%
16	系带衬衫女	15,256	45.16%	53.19%	10,164	4.74%
17	条纹衬衫女	14,821	29.46%	56.56%	11,177	3.49%
18	女装 衬衫	14,107	58.85%	49.60%	9,368	2.94%
19	亚麻衬衫女	13,565	33.98%	56.15%	9,535	2.44%
20	衬衫女 中长款	13,405	38.19%	52.80%	8,947	2.98%

分析以上数据，选择的 5 个关键词如下

--	--	--	--	--

选择理由：

#### ⑤直通车标题制作

直通车标题不能超过 20 字，为提高点击率，直通车标题应从功效、品质、信誉、出价优势等方面突出宝贝的最大卖点，而且要与商品特性相一致。请根据优化的原则，为此商品设定两个适合推广的标题。

表 6 推广标题

标题 1	
标题 2	

#### ⑥直通车关键词竞价

直通车操作的精髓就是对直通车扣费方式的理解，从而合理地对关键词出价。表 7 是甲、乙、丙、丁四个卖家对同一关键词进行竞价的数据，根据表中的数据计算甲、乙、丙、丁的综合排名，并计算综合排名前 3 位的实际扣费，将计算结果填入表 7 对应单元格中。

表 7 关键词竞价的排名和扣费

淘宝卖家	出价/元	质量得分	综合排名	实际扣费/元
甲	1.58	10		
乙	2.14	6		
丙	1.88	7		
丁	1.06	10		

A、如果上述数据中的综合排名第 2 名的卖家质量得分提升到 8 分，那么他的实际扣费是多少？这说明了什么？这时候原综合排名第 1 名和综合排名第 3 名的实际扣费又是多少？（将结果填入下行中）

B、如果上述数据中的综合排名第 2 名的卖家质量得分不变，但出价提高到 2 元，那么他的实际扣费是多少？这时候原综合排名第 1 名的实际扣费又是多少？这说明了什么？（将结果填入下行中）

### ⑦数据分析与优化

店铺运营一段时间，可以通过生意参谋、超级店长、直通车报表等工具对店铺相关数据进行跟踪分析，从而在后期进行优化和改进。表 8 中是通过数据分析工具获取到的店铺 7 天直通车数据，对表 8 中数据进行分析，回答表中相关优化策略。

表 8 直通车数据分析与优化表

序号	关键词	展现量	点击率	综合排名	质量得分	优化策略
1	关键词 1	7026	15.68%	2	10	
2	关键词 2	5879	16.26%	1	8	
3	关键词 3	6135	12.46%	16	10	
4	关键词 4	7826	14.25%	17	6	
5	关键词 5	7633	1.2%	3	9	
6	关键词 6	6268	0.8%	2	6	
7	关键词 7	5988	1.05%	20	9	
8	关键词 8	6988	2%	18	5	
竞价调价思路 (概述)						

#### (2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，HyperSnap6.0 截图工具软件。

#### (3) 考核时量。

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分细则

见移动商务运营推广评分卡 (试题编号：3—15)。

移动商务运营推广评分卡 (试题编号：3—15)

评价内容	配分	考核点	考核得分
卷面排版格式(5 分)	5 分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
直通车加入条件	6 分	回答正确，每个 3 分，共 6 分	

直通车推广位置确定	9分	回答正确、截图清晰、图片上有标注，每个3分，共9分	
直通车推广计划制定	6分	回答正确，每个要点1分，共6分	
选取匹配关键词	平台选择关键词	8分	截图1(2分)截图2(2分)，关键词每个1分，共4分
	数据工具选择关键词	8分	关键词每个1分，共5分；选择理由充分3分，
直通车标题制作	10分	每个标题5分，共10分	
直通车关键词竞价	填空	10分	综合排名，每个1分，共4分；实际扣费，每个2分，共6分；
	A 问题回答	10分	综合排名第2的实际扣费计算，3分 理由说明，3分 综合排名第1和第3实际扣费计算，每个2分，共4分
	B 问题回答	8分	综合排名第2的实际扣费计算，2分 综合排名第1的实际扣费计算，3分 理由说明，3分
数据分析与优化	20分	按数据分析优化的全面性、正确性评分 优化策略每空2分，8*2=16分，调价思路概述4分	
合计	100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 16. 试题编号：3-16：移动新媒体推广

### (1) 任务描述

Mendale 梦洁家纺(股票代码：002397)，1956 年创立，2010 年 A 股上市，旗下共 11 家全资子公司和 1 家控股子公司。忠于品质 63 年，凭借坚实的品牌基础和独树一帜的品牌理念稳步发展，不断开拓国内外市场，在国内，3000 多个零售门店，整合线上线下渠道，打造立体营销网络。在全球与 56 家外商建立战略合作关系，在欧洲建立 300 家零售网点，产品出口美国、欧盟、东南亚等 20 多个国家和地区。如今旗下已拥有“梦洁”、“寐”、“梦洁宝贝”、“梦洁家居”、“平实美学”、“MEE”、“Poffen”、“Beself”、“Dreamcoco”9 大品牌，并且，公司在德国收购 SICHOU GmbH(丝绸)公司后，成功代理 Somma、Venini、Kauffmann、Billerbeck、Flotemp, Agraria, Mistral, Haman、Drahoma, Pasotti, Maglia, Truefitt&Hill, Biancardi, Danluxury 十四家国际百年品牌，全面引领家纺行业，综合实力和持续发展能力在中国家纺行业稳居第一。

#### 测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，进军移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

#### 1) 微博的规划和设计

##### ① 微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样，根据不同的角色，微博的账号可分为哪几类？梦洁家纺开展微博营销应选择哪一种账号？

表 1 微博账号类型及选择

微博号有哪几种类型	
梦洁家纺选择何种类 型	
选择理由：	

##### ② 微博名称选取

梦洁家纺在微博营销过程中，针对不同的产品，实行微信矩阵战略。请为集团设计 2 个微博账号。并说明理由。（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

表 2 微博名称选取

序号	名称	理由
1		



2		
---	--	--

#### 2) 增加粉丝数量

拥有一定量的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，吸引粉丝就是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法。

表 3 吸粉方法

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

#### 3) 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在 5 月份组织一次大规模的店庆促销活动，其各大电商销售平台上（淘宝店、天猫店、1 号店等）销售的产品实行新品优惠活动。现打算通过微博对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微博内容，并填入下表。

表 4 微博内容的设计

微博标题	微博内容

#### 4) 粉丝互动交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次 5 月的活动，请将与粉丝公司互动的方法和理由，填入下表。

表 5 粉丝互动的方法及理由

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		
3		
4		

#### 5) 数据优化分析

公司微博进过一段时间的营运，相关数据如下图，根据下图，回答以下问题。



①运营情况分析

根据数据，请判断，公司微博运营情况如何，出于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由？

表 6 公司微博运营情况分析

序号	内容
1	公司微博运营情况分析
2	出于何种阶段
3	出于何种阶段的理由

②运营策略

根据粉丝数量和相关数据。指出公司后续微博运营的主要目标，以及相应的营销策略。

表 7 公司微博运营策略

序号	运营目标	营销策略
1		
2		
3		
4		

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图

工具软件。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分细则**

见移动商务运营推广试题评分卡(试题编号：3—16)。

**移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—16)**

评价内容		配分	考核点	考核得分
卷面排版格式		5 分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局规范合理,行距,字体字号合理且一致。按 0/3/5 分标准评分。	
工作任务 (95 分)	微博规划和设计(15 分)	微博账号类型	5 分	类型回答正确(1 分);企业选择何种类型回答正确(1 分);理由充分正当(3 分)。
		微博名称选择	10 分	确定企业名称恰当合理(2 分),理由充分(3 分)。2 个名称,总计 10 分
	增加粉丝数量(20 分)	20 分	每条方法(2 分),理由(3 分);4 条,共 20 分	
	微博宣传推广(20 分)	5 分	微博宣传标题(5 分) 标题有吸引力,准确描述活动内容,目标客户人群定位正确。	
		15 分	内容:流畅,丰富,能准确描述活动内容(7 分)。图文并茂,有较强视觉冲击效果(8 分)。	
	粉丝交流(20 分)	粉丝交流方法	8 分	方法概括恰当,主题紧扣推广目标,能吸引网民(8 分)。
		理由	12 分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整(3 分);思路清晰(3 分);可行性较强(3 分);对企业沟通成本控制合理(3 分)。
	数据优化分析(20 分)	营运情况分析	8 分	对数据分析全面;对公司微博运营情况描述清晰(3 分)。 正确判断公司微博营运阶段(2 分)。理由充分,数据分析正确(3 分)。
营运策略		12 分	对企业微博营销整体营运目标正确(4 分) 思路清晰,策略得当(4 分) 有较强的可操作性(4 分)。	
合计		100 分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 17. 试题编号：3-17：移动新媒体推广

### (1) 任务描述

湖南金健米业股份有限公司于 1998 年 4 月在上海证券交易所上市，是湖南粮食集团控股的一家国有上市公司，首批农业产业化国家重点龙头企业、“十五”第一批国家级科技创新型星火龙头企业、全国优秀食品工业企业、国家水稻工程优质米示范基地、农业部稻米工程研发分中心、中国粮油企业 100 强、中国大米加工企业 50 强。形成了以粮油食品精深加工为主业，药业和房地产业为辅业的多元化产业格局。公司下辖 13 家分子公司，主要产品有大米、面粉、面条、植物油、米粉、牛奶、大输液等，“金健”牌大米、面条为“中国名牌产品”，“金健”牌面粉、植物油、液态奶、大输液为“湖南省名牌产品”，“金健”商标为“中国驰名商标”。金健产品拥有较高的市场知名度和美誉度，以大米为产品龙头构筑了面向全国的网络营销平台，产品覆盖了全国所有省份 85% 以上的大中城市市场，米粉、面条和软塑输液出口美国、欧盟、日本、韩国、东南亚和中东地区

#### 测试任务

随着移动互联网的蓬勃发展，公司为了加大移动互联网的营销力度，进军移动营销业务，使用微博来推广公司业务，扩大公司影响力。

#### 1) 微博的规划和设计

##### ① 微博账号类型

现在的微博平台比较多，申请的个人和机构也比较多，不同的角色申请的账号的定位和所起的作用也不一样，根据不同的角色，微博的账号可分为哪两种？金健米业开展微博营销应选择哪一种账号？

表 1 微博账号类型及选择

微博号有哪几种类型	
金健米业选择何种类型	
选择理由：	

##### ② 微博名称选取

金健米业在微博营销过程中，针对不同的产品，实行微信矩阵战略。请为集团设计 2 个微博账号。并说明理由。（企业微博号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻词汇；不要单独使用大群体词汇等。）

表 2 微博名称选取

序号	名称	理由
1		
2		

#### 2) 增加粉丝数量

拥有一定量的粉丝是开展微营销的基础。在微营销初期，吸引粉丝就是摆在企业面前一个非常重要的任务。请在下列表格中，总结出吸引粉丝的一些方法：

表 3 吸粉方法

序号	“吸粉”的方法	理由
1		
2		
3		
4		

#### 3) 微博宣传推广

当公司微博粉丝数量达到一定量的时候，我们可以利用微博进行宣传推广活动。公司拟在 5 月份组织一次大规模的店庆促销活动，其各大电商销售平台上（淘宝店、天猫店、1 号店等）销售的产品实行新品优惠活动。现打算通过微博对此次活动进行宣传推广，并希望更多的目标客户对此次活动进行关注，请你设计此次活动的微博内容，并填入下表。

表 4 微博内容的设计

微博标题	微博内容

#### 4) 粉丝互动交流

在公司宣传推广活动中，与粉丝的互动尤为关键，互动可以了解粉丝对公司以及产品等的态度和意见。针对公司本次 5 月的活动，请将与粉丝互动的方法和理由，填入下表。

表 5 粉丝互动的方法及理由

序号	与“粉丝”互动的方法	理由
1		
2		
3		
4		

#### 5) 数据优化分析

公司微博进过一段时间的营运，相关数据如下图，根据下图，回答以下问题。

表 6 公司微博运营情况表

指标	数据	指标	数据	指标	数据
微博关注总人数	7301	独立访客数	7643	微博转总发数	56345
微 2 博粉丝数量	21902	微博浏览量	3456	日评论数量	546
粉丝互动数量	6754	平均访问时间	5 秒		
关注人增长	4				

①运营情况分析

根据数据，请判断，公司微博运营情况如何，出于什么阶段（起步、成长、爆发、成熟）以及理由？

表 7 运营情况分析表

序号	内容
1	公司微博运营情况分析
2	出于何种阶段
3	出于何种阶段的理由

②运营策略

根据粉丝数量和相关数据。指出公司后续微博运营的主要目标，以及相应的营销策略。

表 8 公司微博运营策略

序号	营运目标	营销策略
1		
2		
3		
4		

(2) 实施条件

硬件：计算机、互联网。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，HyperSnap6.0 截图工具软件。

(3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

(4) 评分细则

见移动商务运营推广试题评分卡(试题编号：3—17)。

移动商务运营推广评分卡(试题编号：3—17)

评价内容	配分	考核点	考核得分
卷面排版格式	5 分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局规范合理，行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 标准评分。	

工作任务 (95分)	微博规划和设计 (15分)	微博账号类型	5分	类型回答正确 (1分); 企业选择何种类型回答正确 (1分); 理由充分正当 (3分)。
		微博名称选择	10分	确定企业名称恰当合理 (2分), 理由充分 (3分)。2个名称, 总计10分
	增加粉丝数量 (20分)		20分	每条方法 (2分), 理由 (3分); 4条, 共20分
	微博宣传推广 (20分)		5分	微博宣传标题 (5分) 标题有吸引力, 准确描述活动内容, 目标客户人群定位正确。
			15分	内容: 流畅, 丰富, 能准确描述活动内容 (7分)。图文并茂, 有较强视觉冲击效果 (8分)。
	粉丝交流 (20分)	粉丝交流方法	8分	方法概括恰当, 主题紧扣推广目标, 能吸引网民 (8分)。
		理由	12分	对与粉丝沟通方法解释理由充分、完整 (3分); 思路清晰 (3分); 可行性较强 (3分); 对企业沟通成本控制合理 (3分)。
	数据优化分析 (20分)	营运情况分析	8分	对数据分析全面; 对公司微博运营情况描述清晰 (3分)。 正确判断公司微博营运阶段 (2分)。理由充分, 数据分析正确 (3分)。
		营运策略	12分	对企业微博营销整体营运目标正确 (4分) 思路清晰, 策略得当 (4分) 有较强的可操作性 (4分)。
	合计			100分

## 18. 试题编号：3-18：移动新媒体推广

### (1) 任务描述

北京世纪好未来教育科技有限公司（NYSE：TAL）是一个以智慧教育和开放平台为主体，以素质教育和课外辅导为载体，在全球范围内服务公办教育，助力民办教育，探索未来教育新模式的科技教育公司。2010年10月，好未来的前身学而思在美国纽交所正式挂牌交易，成为国内首家在美上市的中小学教育机构。好未来全面布局教育产业，旗下共有学而思、学而思网校、爱智康、摩比思维、励步英语、顺顺留学、家长帮等业务品牌。2014年启动未来之星项目，打造互联网教育行业的创业者平台，提供孵化、培训、投资三位一体的服务。

现为了迅速地帮企业把品牌、产品、咨询等立体地展示在移动互联网上，使课程无论是在浏览器还是移动设备都能同步，实现跨平台无缝衔接，企业决定用微信方式进行推广营销。

#### 测试任务

##### 1) 微信公众号的规划与设计

① 微信公众号分为哪两种类型？好未来教育将如何选择？（公众号的选择主要依据自身的品牌和特点）

表1 微信账号类型及选择

微信公众号有哪几种类型	
好未来教育选择何种类型	
选择理由：	

② 现好未来教育计划实行微信多号战略，请为其设计三个微信公众号，并说明理由。（企业微信号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻汇；不要单独使用大群体词汇等。）

表2 微信名称选取

名称 1:	理由:
名称 2:	理由:
名称 3:	理由:

##### 2) 微信发布内容的规划与选择

① 请根据上述设计的某一公众号进行其微信内容栏目设置，设计三个菜单栏，并进行栏目说明。（8分）



表 3 微信内容栏目设计

栏目名称	栏目内容说明

② 请根据好未来教育的如下产品，为该产品撰写发布信息。

**暑期班小学四年级数学培训班(启航)**



教 师：石承欢

开课日期：2019-07-26至2019-08-05

上课时间：二期下午14:50-17:20

上课地点：海富大厦

课程价格：¥1820

热报

剩余

报名

📺 视频
❤️ 关注(0)
💬 学员评论(0)

课程信息
教学视频
招生简章
课程大纲

第 1 课  
2019-07-26

第 2 课  
2019-07-27

第 3 课  
2019-07-28

第 4 课  
2019-07-29

第 5 课  
2019-07-30

第 6 课  
2019-08-01

第 7 课  
2019-08-02

第 8 课  
2019-08-03

第 9 课  
2019-08-04

第 10 课  
2019-08-05

表 4 产品发布内容的撰写

微信发布标题	
微信发布内容	
微信内容推送时间及理由	

3) 微信营销

① 微信营销的基础是粉丝数量，关键是如何找到属于你的粉丝，那么微信粉丝主要来自非微信平台推广渠道及微信推广渠道，请为好未来教育规划推广渠道。

表 5 公司推广渠道的规划

转化渠道	原因	
非微信平台推广渠道	渠道 1:	
	渠道 2:	

	渠道 3:	
微信平台推广渠道	渠道 1:	
	渠道 2:	

② 有效粉丝是进行微信营销核心武器，好未来如何才能有效拉新，快速增加粉丝？请为其选择最有效 5 种方法。（10 分）

表 6 微信拉新的方法

方法 1:	理由:
方法 2:	理由:
方法 3:	理由:
方法 4:	理由:
方法 5:	理由:

4 微信营销推广数据分析：（30 分）

新东方在线经过一段时间的推广后，通过微信公众平台的数据统计功能及电脑端的网站的统计工具对数据进行了分析对比，并优化和改进推广效果。相关的数据见下表：

① 以下表格是反映的是新老客户通过移动端和 PC 端购买产品的次数，你能从中发现什么有价值的线索吗？它能给企业的运营提供哪些指导？

表 7 移动端和 PC 端客户对比情况表

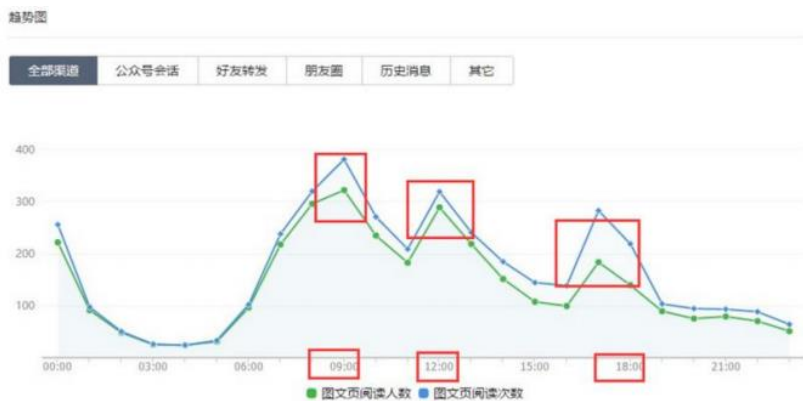
日期	老客户手机端购买次数	老客户 PC 端购买次数	新客户手机端购买次数	新客户 PC 端购买次数
2019—1—5	2724	1995	5138	5004
2019—1—6	741	660	1594	1673
2019—1—7	291	225	664	634
均值	1252	960	2465.33	2437
总计	3756	2880	7396	7311

根据上表中的数据进行分析，并将分析结果填入下表。

表 8 数据分析与推广优化问题

问题 1：分析上表中数据，你从以上数据中发现了什么？
答：
问题 2：以上数据对好未来教育的运营推广能提供哪些指导？
答：

② 微信公众号后台除了针对单篇文章进行图文分析外，也能够为全部文章做总的分析，全部图文分析有两个时间选择：日报和小时报。下图为好未教育某篇文章的小时报趋势图，



问题 1: 根据上图中的“小时报”, 此篇文章在什么时候最合适的时间推送出去? 为什么?

答:

问题 2: 根据以上信息对好未来教育的微信推送有什么借鉴意义?

答:

### (2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网。

软件: winxp/win7/win8 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分细则

见移动商务运营推广试题评分卡(试题编号: 4—17)。

移动商务运营推广评分卡(试题编号: 4—17)

评价内容			配分	考核点	考核得分
卷面排版格式			5 分	卷面排版整齐, 层次标识清晰统一, 版面布局规范合理, 行距, 字体字号合理且一致。按 0/3/5 标准评分。	
工作 任	微信公 众号 的 微信公	微信公 众号 的 选择	4 分	准确回答微信公众号的类型, 1 分; 为企业选择适合的微信公众号类型, 1 分; 能准确回答选择微信公众号类型的理由, 2 分。	

任务 (95分)	众号规划与设计 (12分)	微信公众号设计	8分	微信公众号的设计符合以下设计要点: 简单、好记、易理解、特别; 有一定权威性, 没有生疏冷僻词汇; 没有单独使用大群体词汇, 名称每个 1 分, 共 2 分。理由论述充分, 理由每项 2 分, 共 6 分。
	微信发布内容的规划与选择 (33分)	微信内容栏目设置	8分	每个栏目 2 分, 且所设计栏目符合以下要求: 微信栏目设计符合网站特点和需求 微信栏目设计便于粉丝阅读和选择 微信栏目设计用户体验好
		产品信息发布的内容	25分	标题简明扼要, 顺口且有新意, 能引起粉丝兴趣, 5分; 产品发布信息内容充实, 主题紧扣推广目标, 且能巧妙植入广告, 5分; 微信内容结构严谨、文笔通顺, 且图文并茂, 5分; 构思新颖, 能吸引网民, 获得高黏度的粉丝群, 5分; 微信内容推送时间把握准确, 且符合网站用户对象, 5分。 字数要求: 不能超过 300 字, 如超过 300 字, 按每超 50 个字扣 5 分算。
	微信营销 (20分)	规划微信推广渠道	10分	能列出 3 种非微信平台推广渠道及 2 种微信推广渠道, 每个 1 分, 共 5 分; 对列出的推广渠道说明理由, 每个理由 1 分, 共 5 分。
		有效拉粉方法	10分	能提出 5 种有效拉粉的方法, 每个 1 分, 共 5 分; 对提出的方法说明理由, 每个理由 1 分, 共 5 分。
	数据分析和推广优化 (30)	新老客户购买途径数据分析	15分	能够准确分析新、老客户通过手机端和 PC 端购买产品的数据及数据产生变化差异的原因, 6 分; 通过分析原因能提出对网站的在线运营提出 3 点以上建议, 9 分。
文章的小时报趋势图的分析		15分	能根据图中的“小时报”, 选择最合适的时间对微信文章进行推送, 并分析原因, 6 分; 根据“小时报”的图, 能提出 3 点以上的微信推送借鉴意义, 9 分。	
合计			100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 19. 试题编号：3-19：移动新媒体推广

### (1) 任务描述

索菲亚家居股份有限公司是一家主要经营定制衣柜及全屋配套定制家具的研发、生产和销售的公司。公司于2003年开始生产、销售“索菲亚”品牌定制衣柜以来，凭借量身定做的定制衣柜和壁柜门相结合的崭新产品概念，成功把定制衣柜推向市场并获得中国消费者的认同。公司于2011年在深交所成功上市，是定制衣柜行业内首家A股上市公司（股票代码：002572）。索菲亚通过个性化设计及高效运营为顾客提供美好体验，致力于成为值得信赖、全球领先的家居企业，以“用科技和创意轻松装好家，让世界的美融入新的生活”为企业发展使命。自成立以来，积极创立和引进优秀的产品和品牌，给消费者带来更好的家装体验，与消费者一起定制美好生活。目前，公司业务涵盖定制衣柜及配套家具、定制橱柜、定制木门、木地板、配套五金、家具家品、定制大宗业务等。

#### 测试任务

##### 1) 微信公众号的规划与设计

① 微信公众号分为哪两种类型？索菲亚将如何选择？（公众号的选择主要依据自身的品牌和特点）

表1 微信账号类型及选择

微信公众号有哪几种类型	
索菲亚选择何种类型	
选择理由：	

② 现索菲亚计划实行微信多号战略，请为其设计三个微信公众号，并说明理由。

（企业微信号：一般越短越好；要简单、好记、易理解、特别；加强权威性，同时切忌生疏冷僻汇；不要单独使用大群体词汇等。）

表2 微信名称选取

名称1：	理由：
名称2：	理由：
名称3：	理由：

##### 2) 微信发布内容的规划与选择

① 请根据上述设计的某一公众号进行其微信内容栏目设置，设计三个菜单栏，

并进行栏目说明。(8分)

表3 微信内容栏目设计

栏目名称	栏目内容说明

② 请根据100平米的三居室，根据业主需求，为其发布一篇设计推文。

业主需求：三房两厅的户型，包括小孩共3口人，平时2个主人要上班，在家休息的时候希望能轻轻松松，多陪陪小孩，更多时候是待在客厅。小孩玩具比较多，女主人自己也喜欢在网上淘一些实用的生活小物件或装饰小摆件，因此收纳空间要中，配色不要太多，黑白的感觉挺喜欢，简单温馨即。

表4 产品发布内容的撰写

微信发布标题	
微信发布内容	
微信内容推送时间及理由	

3) 微信营销

① 微信营销的基础是粉丝数量，关键是如何找到属于你的粉丝，那么微信粉丝主要来自非微信平台推广渠道及微信推广渠道，请为索菲亚规划推广渠道。

表5 公司推广渠道的规划

转化渠道	原因	
非微信平台推广渠道	渠道1:	
	渠道2:	
	渠道3:	
微信平台推广渠道	渠道1:	
	渠道2:	

② 有效粉丝是进行微信营销核心武器，索菲亚如何才能有效拉新，快速增加粉丝？请为其选择最有效5种方法。(10分)

表6 微信拉新的方法

方法1:	理由:
方法2:	理由:
方法3:	理由:
方法4:	理由:
方法5:	理由:

4) 微信营销推广数据分析：(30分)

索菲亚经过一段时间的推广后，经过一段时间的推广后，通过微信公众平台的

数据统计功能对数据进行了分析对比。相关的数据见下表：

① 粉丝的增长量主要是能够说明我们的内容以及昨天的推广做的怎么样，以及我们的推广是否精准。你能从中发现什么有价值的线索吗？它能给企业的运营提供哪些指导？

表 7 公司粉丝情况

日期	新关注人数	取消关注人数	净增关注人数	累积关注人数
2018—5—6	5	0	5	267
2018—5—5	0	0	0	262
2018—5—4	4	0	4	262
2018—5—3	3	0	3	258
2018—5—2	0	0	0	255

根据上表中的数据进行分析，并将分析结果填入下表。

表 8 数据分析与推广优化问题

问题 1：分析上表中数据，你从以上数据中发现了什么？
答：
问题 2：以上数据对索菲亚的运营推广能提供哪些指导？
答：

② 粉丝的类型就是我们微信公众号的定位，我们只有把自己的定位订好了以后，那么我们才能够更好地根据这个去推送相关的内容和推广粉丝了。



问题 1: 根据上图分析该企业的粉丝都是属于什么群体且具体分布在哪些城市?

答:

问题 2: 根据以上信息对索菲亚的微信推送有什么借鉴意义?

答:

### (2) 实施条件

硬件: 计算机、互联网。

软件: winxp/win7/win8 操作系统, Office2010 版本以上, HyperSnap6.0 截图工具软件。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分细则

见移动商务运营推广试题评分卡(试题 试题编号: 4—19)。

移动商务运营推广评分卡( 试题编号: 4—19)

评价内容	配分	考核点	考核得分
卷面排版格式	5 分	卷面排版整齐, 层次标识清晰统一, 版面布局规范合理,	



				行距，字体字号合理且一致。按 0/3/5 标准评分。
工作任务 (9 5 分)	微信公众号的 微信公众号规 划与设计 (12 分)	微信公众号 的选择	4 分	准确回答微信公众号的类型, 1 分 ; 为企业选择适合的微信公众号类型, 1 分; 能准确回答 选择微信公众号类型的理由, 2 分。
		微信公众号 设计	8 分	微信公众号的设计符合以下设计要点: 简单、好记、易理 解、特别; 有一定权威性, 没有生疏冷僻词汇; 没有单独 使用大群体词汇, 名称每个 1 分, 共 2 分。理由论述充 分, 理由每项 2 分, 共 6 分。
	微信发 布内容的 规划 与选择 (33 分)	微信内容栏 目设置	8 分	每个栏目 2 分, 且所设计栏目符合以下要求: 微信栏目 设计符合网站特点和需求 微信栏目设计便于粉丝阅读和选择 微信栏目设计用户体验好
		产品信息发 布的内容	25 分	标题简明扼要, 顺口且有新意, 能引起粉丝兴趣, 5 分; 产品发布信息内容充实, 主题紧扣推广目标, 且能巧妙植 入广告, 5 分; 微信内容结构严谨、文笔通顺, 且图文并茂, 5 分; 构思 新颖, 能吸引网民, 获得高黏度的粉丝群, 5 分; 微信内 容推送时间把握准确, 且符合网站用户对象, 5 分。 字数要求: 不能超过 300 字, 如超过 300 字, 按每超 50 个字扣 5 分 算。
	微信营 销 (20 分)	规划微信推 广渠道	10 分	能列出 3 种非微信平台推广渠道及 2 种微信推广渠道, 每个 1 分, 共 5 分; 对列出的推广渠道说明理由, 每个理由 1 分, 共 5 分。
		有效拉粉方 法	10 分	能提出 5 种有效拉粉的方法, 每个 1 分, 共 5 分; 对提 出的方法说明理由, 每个理由 1 分 , 共 5 分。
	数据分 析和推 广优化 (30)	粉丝增长量 数据分析	15 分	能够分析目前的粉丝增长量情况, 6 分 通过粉丝增长量的分析能提出对网站微信运营的 3 点以 上建议, 9 分
		粉丝类型的 分析	15 分	能够分析粉丝群体性质以及其具体分布情况, 6 分。 通过能对粉丝的分析能提出对网站的微信推送提出 3 点 以上 建议, 9 分。
合计			100 分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 模块四 移动视觉营销

### 1. 试题编号：4-1：移动网站页面编辑美化

#### (1) 任务描述

“luckly 新时尚”是一个时尚女装品牌，现公司决定建设一个在线销售网站。请运用相应的工具软件来完成其商务网站建设中相关工作任务。

①模仿样图 examplelogo.jpg 制作 logo 图片：要求新建 80\*80px、分辨率为 72 像素/英寸的文件，文字“LUCKLY”使用试题文件夹中 Amazonen.ttf 字体，图形使用自定义形状，文字和图像的样式、大小、颜色自定义。但要求美观、清晰，制作好的图像文件格式存储为 logo.png 格式，保存在 image 文件夹中。



②模仿样图 examplebanner.jpg 制作 banner 图片：要求新建 950\*120px、分辨率为 72 像素/英寸文件，添加 logo.png，文字“luckly”、“新时尚”添加投影效果（其它文本的样式自定义），文本的大小、颜色、位置自定义，但要求美观、清晰，制作好的图像文件格式存储为 banner.jpg 格式，保存在 image 文件夹中。



③将公司产品图片 Product\_1 到 Product\_6 图像大小设置为宽度 300 像素、高度为 290 像素的图片，均加上印有图片 logo.png 的水印，将处理后的这些图片按原来格式和文件名存储于站点 images 文件夹下。

④打开素材文件夹下 index.html 的主页文件，设置页面属性中网页标题为“luckly 新时尚女装”，超链接属性均为“始终无下划线”，背景插入 beijing.jpg;

⑤在页面上部插入由 banner.jpg 图像。

⑥设置主页面的链接：将导航条中的首页链接到首页页面 index.html，夏装上新链接到 shangxin.html。

⑦设置热点链接：利用矩形热点工具对海报下方的“夏季上新品，优雅新姿态”图像左侧文字和模特区域进行热点链接，链接到 shangxin.html。

⑧使用 CSS 外部样式文件 index.css，设置网站页脚部分的样式为：文本水平居中，字体设定为宋体，大小设定为 14px，颜色设定为“#154D16”，页脚背景颜色

设定为#9BE399。

⑨将完成以上所有操作步骤的网页文件另存为“default. html”，放在当前试题文件夹下。

**(2) 实施条件**

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS3 版本以上。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题编号：4-1)。

试题评分卡 (试题编号: 4-1)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面格式排版 (5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局合理,行距,字体字号合理且一致。记0分/3分/5分	
Logo 图片处理	15分	图像大小符合2分,分辨率符合2分	
		导入字体正确3分	
		图形效果3分,整体效果3分	
		文件保存格式符合2分	
Banner 图片处理	20分	图像大小符合2分,分辨率符合2分	
		Logo 添加符合2分	
		字体添加符合5分	
		图片整体效果按照0/1-4/5-7给分	
产品展示图片处理	10分	图片大小符合,且六幅大小一致5分,一副不一致扣除1分	
		Logo 插入符合且位置一致5分,一副不一致扣除1分	
主页基本属性设置	15分	页面属性中标题设置正确3分;超链接属性设置正确3分;主页背景图像4分;	
主页Banner 图片插入	5分	主页 Banner 图片插入位置及效果正确5分	
链接设置	10分	每个导航栏导航设置链接正确5分	
		热点链接设置正确5分	
用 CSS 样式美化网页	15分	样式使用原 CSS 文件2分	
		样式文字设置正确6分,一项不符扣除2分	
		样式背景设置正确2分	
		完成结果根据效果按0-2分/3-4分/5分打分	
网页文件保存	5分	文件名称及保存位置正确2分	
		网页正常显示3分	
合计	100分		

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

## 2. 试题编号：4-2：移动网站页面编辑美化

### (1) 任务描述

“旅行梦想家”是一个箱包品牌，现公司决定开设天猫旗舰店进行网上推广销售。请运用相应的工具软件来完成天猫旗舰店首页设计中相关工作任务。



图 1：样图 example. jpg

①参照下图 2，根据文件夹 images 下所给的素材（p1. jpg 至 p3. jpg）制作图片文件，按照以下要求完成图片的制作：

要求：1) 四幅图大小一致，进行裁剪，保存尺寸 220\*320 像素。

2) 在产品图片中添加产品品牌 logo；logo 素材在文件夹 images 中的 logo. Jpg。

3) 将制作好的 3 幅图片保存至 images 文件夹中，并分别命名为 p1. jpg； p2. jpg； p3. jpg。

②参照图 1，图 2，新建 table 表格，对三个箱包产品进行陈列布局。



图 2

要求:

1) 在指定位置插入 3 行 3 列的表格, 表格单元格间距为 8px; 表格背景颜色填充为#FA5290。

2) 参照样图 2 进行布局, 并将 P1. jpg; P2. jpg; P3. jpg 插入到相应的位置, 图片在单元格中居中显示。

3) 在单元格中输入产品信息和价格; 白的字体, 微软雅黑, 居中显示。

③根据网站项目背景知识为首页添加合适的 Keyword 关键字和 description 标签。

④动态文字效果: 将页面底部“来一场说走就走的旅行”文字设置滚动文字效果。

```
<marqueedirection="left"align="bottom"height="25"width="100%"onmouseout="this.start()"onmouseover="this.stop()"scrollamount="2"scrolldelay="1">水平滚动字幕内容</marquee>
```

⑤设置优惠券模块的热点链接: 优惠券模块中的“点击领取 20 元优惠券”图片部分(图 3 所示)设置热点链接, 链接到 yhq. jpg。



图 3

图 3: 样图 Example. jpg

## (2) 实施条件

硬件: 计算机。

软件: winxp\win7\win8 操作系统, Office2010 版本以上, Photoshop 工具软件(CS6.0 以上版本), Dreamweaver CS3 版本以上。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题编号：4-2)。

试题评分卡（试题编号：4-2）

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	卷面排版整齐，层次标识清晰统一，版面布局合理，行距，字体字号合理且一致。记0分/3分/5分	
产品展示图片 处理	12分	图片大小符合要求，且3幅大小一致6分，一副不一致扣除2分	
		LOGO元素添加6分，大小和整体效果按照1分/2分；少一个扣2分	
产品布局陈列	43分	插入Table表格，布局整齐，大小合适12分	
		图片插入每个3分，共9分	
		商品图片居中布局相符10分	
产品信息和价格设置合理12分			
关键字设置	8分	添加合适的Keyword关键字，添加位置正确1分、关键字内容合理性3分，description标签添加位置正确1、内容的合理性3分。	
动态文字效果	16分	代码插入位置正确3分，	
		代码修改正确8分，	
		完成结果根据效果按0-2分/3-4分/5分打分	
优惠券热点链接	16分	优惠券领取设置热点链接正确16分。	
合计	100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



### 3. 试题编号：4-3：移动网站页面编辑美化

#### (1) 任务描述

“石头记”是一家专门经营女性饰品的公司，现公司决定建设一个营销型的网站来树立企业形象，加强产品的宣传。请运用相应的工具软件来完成其商务网站内容建设中相关页面美化处理。

①将 images 文件夹下的 banner.bmp 图像大小调整为宽 778 像素，高 76 像素；将 Banner 图片上左边的 logo 擦除，添加由公司名称“石头记”、域名“www.istone.com”合成的文字 logo，文字的格式、大小、颜色、形状自定义，但要求美观、清晰，修改后的图像文件格式存储为 banner.jpg 格式，保存在 images 文件夹中。

②将公司产品图片 Product\_1 到 Product\_2 均加上印有图片 logo1 的水印，将处理后的这些图片按原来格式和文件名存储于站点 images 文件夹下。

③打开素材文件夹下 index.html 的主页文件，设置页面属性中网页标题为“石头记饰品网站”，超链接属性均为“始终无下划线”。

④根据网站项目背景知识为主页添加合适的 Keyword 关键字和 description 标签。

⑤在页面的中上部插入由图片 Product\_1 与 product\_2 组成的鼠标经过图像。

⑥在页面的中下部添加一个矩形，并在该区域内添加下面产品介绍文字“来自韩国 银色小花设计，高贵而不张扬，非常适合办公室 MM 哦！优质合金镀 K 金，可保长久不退色”。

⑦设置主页面的链接：将导航条中的售后服务链接到售后服务页面 service.html，关于我们链接到 Us.html，联系我们链接到 contact.html；将完成以上所有操作步骤的网页文件另存为“default.html”，放在当前试题文件夹下。

⑧建立 CSS 外部样式文件，文件名为 mycss.css，文件保存在素材文件夹下 CSS 文件夹中、要求设置主页产品介绍文字的样式为：字体设定为宋体，大小设定为 12，颜色代码为“#CC0000”。

#### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS3 版本以上。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-3)。

试题评分卡（试题编号：4-3）

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局合理,行距,字体字号合理且一致。记0分/3分/5分	
工作任务 (95分)	Banner 图片处理	15分	图片大小相符合2分、格式符合2分,文字擦除效果5分, banner 上 logo 效果4分,整体效果2分
	图片水印处理	10分	图像的水印制作,根据制作图片个数与效果评分,本题2个图片需加水印,每个5分
	主页基本属性设置	10分	设置网页标题设置正确3分,设置页面的超链接属性均为不带下划线标记4分, banner 图片的插入位置正确3分
	关键字设置	10分	添加合适的 Keyword 关键字,添加位置正确2分、关键字内容合理性3分, description 标签添加位置正确2、内容的合理性3分
	页面动态元素设置	10分	鼠标经过图像的设置有图像显示3分,有无动态效果7分
	主页内容元素的添加	15分	矩形添加位置正确5分,文字内容正确5分,排版美观5分
	页面超链接设置	10分	根据链接设置是否正确,是否可以打开评分,每少设一个链接扣4分,扣完本项为止
	用 CSS 样式美化网页	15分	外部样式文件按规定建立5分,样式文字设置是否正确5分,样式是否应用到对应文字5分
合计	100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

#### 4. 试题编号：4-4：移动网站页面编辑美化

##### (1) 任务描述

商务九州是一家以销售数码、通讯产品为主的电子商务有限公司，产品均来自各大正规厂商，全部为正品、质量可靠有保证。现公司决定建设一个营销型的网站来树立企业形象，加强产品的宣传。请运用相应的工具软件来完成其商务网站建设中相关页面美化处理。

①将素材文件夹 images 下的 logo. gif 图像大小调整为宽 776 像素，高 140 像素；添加“因为用心，所以专业”的文字，要求：颜色为“268DF5”，华文新魏，24 号；采用变形文字中的旗帜样式，弯曲 80%，其它选项默认，修改后的图像文件格式存储为 banner. jpg 格式，保存在 images 文件夹中。

②按照文件夹 images 下图片 1. gif 的背景制作出另外一幅图片，即保留背景，只需要将文字“特价商品”更改为“新品推荐”即可，效果见页面中的参考效果图，命名为 2. gif,保存在 images 文件夹中，（注意图片 1. jpg 源文件要保留）。

③打开“index. Html”的主页文件；设置页面属性中设置网页标题为“商务九州”，页面属性外观中背景颜色为“#999999”；设置页面的所有超链接属性为“不带下划线标记”，链接颜色为“#FFFF00”。

④在显示为“所有类别”的列表后的标签内（红色小字“按钮”处）插入一个显示为“搜索”的按钮。

⑤在主页红色字“插入 LOGO”处插入从图片素材文件夹 images 中找出前面处理过的图片“banner. jpg”；红色字“新品推荐”处插入“2. gif”。

⑥从图片素材文件夹 images 中找到“华硕 A6”的图片，将其插入主页文件中“华硕 A6”单元格的左边相应位置，并设置图像的边框为 2。

⑦在主页下方“魅族 X2（512M）”单元格左边插入图像对象、鼠标经过图像，原始图像选择文件夹 images 中的“魅族 X2(1)”，鼠标经过图像为“魅族 X2(2)”。

⑧建立 CSS 外部样式文件，文件名为 mycss. css，文件保存在站点 CSS 子文件夹下。要求将主页“特价商品”栏目中商品图片旁边的文字的样式设置为。字体为楷体，字号大小为 12，颜色代码为“#FDC0E2”。并通过样式为导航条中文字所处单元格加上一实线边框，边框颜色为“#CCCCCC”。

⑨浮动广告制作：根据背景和网站风格、特点，设计一则浮动广告，大小要求为 80 × 90 像素。（根据文件夹下“代码.txt”中提供的代码进行修改,加入到主页文件中）。

**(2) 实施条件**

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0 以上版本），Dreamweaver CS3 版本以上。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题编号：4-4)。

试题评分卡 (试题编号: 4-4)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版格式 (5分)	5分	卷面排版整齐,层次标识清晰统一,版面布局合理,行距,字体字号合理且一致。记0分/3分/5分		
工作任务 (95分)	Banner 图片处理	15分	图片大小相符合2分、文字添加成功3分,变形符合8分,保存文件成功2分	
	产品展示栏图片处理	10分	图像大小相符合2分、图像背景一致3分、文字处理成功4分,图片文件名保存正确1分	
	主页基本属性设置	10分	设置网页标题2分,背景颜色设置正确2分,设置页面的超链接属性均为不带下划线标记4分,颜色正确2分	
	插入按钮	5分	插入按钮位置正确1分,按钮显示正确4分	
	插入图片	10分	在网页中添加图形,与要求相符,图文排版整齐5分;	
	主页内容元素的添加	10分	插入图片2分,边框设置正确8分	
	页面动态元素设置	10分	鼠标经过图像的设置与图像显示3分,有无动态效果7分	
	CSS 样式	10分	每个样式按0-3分给分,文件保存正确1分	
浮动广告设计	15分	广告主题与背景相符5分,浮动效果成功5分,广告设计效果按0-1分,1-3分,3-5分给分		
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 5. 试题编号：4-5：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“KOFO--世纪风”是一家以销售品牌运动休闲鞋的网店。网店将于最近推出一款男士运动休闲鞋，请为其制作该新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的移动端宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为 790 像素，高度根据需要自定义，分辨率为 100 像素/英寸。

②产品展示图设计：详情页中要求至少有一张采用图文混排方式设计的产品展示图。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（颜色、规格、尺寸及试穿等相关信息）：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的说明和尺码的规格，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

④产品细节图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排、简洁直观、美观大方。

⑤模特展示的设计。根据提供素材图片进行模特展示设计，要求展示合理，排版美观，排版设计中用到至少 3 种排列方式，要求制作不少于 5 张图片。

⑥服务质量等信息的设计：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0）。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题编号：4-5)。

试题评分卡(试题编号: 4-5)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分
	模特展示设计	16分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中模特展示图设计少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中模特展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中模特展示图多于5张, 且且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中模特展示图多于5张, 且且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)
	详情页整体布局 and 美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)
合计	100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



## 6. 试题编号：4-6：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“顺和男装店”是一家以销售时尚男装的老牌网店。近期，公司决定上架一款2016夏季新款高端大气、修身百搭的休闲裤，为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的移动端宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为 750 像素，高度根据需要自定义，分辨率为 100 像素/英寸。

②产品展示图设计：详情页中要求至少有一张采用图文混排方式设计的产品展示图。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（颜色、规格、尺寸及试穿等相关信息）：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的说明和尺码的规格，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

④产品细节图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排、图标标示、简洁直观、美观大方。

⑤模特展示的设计。根据提供素材图片进行模特展示设计，要求展示合理，排版美观，排版设计中用到至少 3 种排列方式，要求制作不少于 5 张图片。

⑥服务质量等信息的设计：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料，进行本模块的设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

### (2) 实施条件

硬件：计算机

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题编号: 4-6)

试题评分卡 (2-6)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分
	模特展示设计	16分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中模特展示图设计少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中模特展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中模特展示图多于5张, 且且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中模特展示图多于5张, 且且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)
	详情页整体布局和美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)
合计	100分		

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 7. 试题编号：4-7：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

【背景资料】某女式箱包店铺准备为双 12 制作一张店铺移动端的海报，要求制作的海报一方面要突出店铺所销售的箱包风格，另一方面要营造双 12 节日气氛，色彩喜庆。店铺实施以下优惠促销活动：迎双 12 收藏加购物车送优惠券；双 12 日 1 元秒杀，限时抢购；红包送不停，玩转双 12，活动时间为 12 月 1 日—12 月 12 日。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观、主题突出、有视觉冲击力的移动端宣传海报。

①海报尺寸：要求为 750 像素×400 像素。

②海报背景：选择喜庆颜色组合配色或利用渐变颜色制作海报背景，要求背景能突出节日喜庆气氛，美观大方。

③海报中的产品展示：将素材文件夹下的三种宝贝图片采用合适方式和比例大小，融入海报恰当位置；产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“黑体字体”系列字体，并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作 1 种以上符合主题氛围的图形标注元素，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-7)。

试题评分卡(试题编号: 4-7)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 8. 试题编号：4-8：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

【背景资料】某女式靓衣品牌天猫店主营高端女式品质衣裙，准备为双12制作一张店铺移动端的海报。店铺双12实施以下优惠促销活动：500万优惠券在12月12日当天发送，限时当天5-8折，全场满99元包邮。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观、主题突出、有视觉冲击力的移动端宣传海报。

①海报尺寸：要求为750像素×500像素。

②海报背景：根据提供的图片颜色进行颜色选择配色或利用渐变颜色制作海报背景。

③海报中的产品展示：将素材文件夹下的两张宝贝图片采用合适方式和比例大小，融入海报恰当位置；产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“黑体字体”系列字体，并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作1种以上符合主题氛围的图形标注元素，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8操作系统，Office2010版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-8)。

试题评分卡(试题编号: 4-8)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 9. 试题编号：4-9：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

【背景资料】“贝尔”儿童玩具店是一家以销售儿童玩具为主，经营 2 年多的知名网店。近日，店里马上要迎来 3 周年店庆活动。为此需要对网店装修进行更新。现定本次活动的主题为喜迎店庆聚优惠。届时将以先领券再购物、新品乐享折上折、买多少送多少、收藏再购物即送大礼包等形式，还将设置数量有限、先到先得的秒杀、半价、免单等环节回馈广大顾客。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的移动端宣传海报。

①海报尺寸：要求为 750 像素×500 像素。

②海报背景：挑选试题素材“背景”文件夹中合适的图片进行图片大小、角度等调整，使用调整好的图片作为新海报的背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将试题素材中“主打 1、主打 2、主打 3”图片中的产品抠出，缩放到合适比例大小，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如投影效果等。

④海报中的文字信息：请根据上面任务描述中的背景资料提取新海报主题，参照素材“首页”图片中主题海报标语字体样式，给新海报添加主题标语。请从背景资料中提取 3 个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“黑体字体”系列字体。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作 2 种以上符合主题氛围的图标元素，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。



**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题编号：4-9)。

试题评分卡(试题编号: 4-9)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求, 以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 10. 试题编号：4-10：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

【背景素材】BeNai 是浙江世纪风鞋业公司旗下的男款运动休闲鞋品牌，该产品的设计以休闲概念为主题，畅享舒适、物超所值的休闲感受。公司将于春季最新推出一款男士运动休闲耐磨跑步鞋，该鞋有三个色系：灰黑、灰蓝、灰红，尝鲜价为：58 元/双。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的移动端宣传海报。

①海报尺寸：要求为 750 像素×400 像素。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，使用素材中的“草地.jpg”、“树叶.jpg”、“地板.jpg”合成海报背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材中“鞋子 1.jpg”、“鞋子 2.jpg”、“鞋子 3.jpg”抠出合成海报产品，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如提亮、正色、投影效果等。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点或者本商品的特色等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“黑体字体”系列字体，并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组至少制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-10)。

试题评分卡(试题编号：4-10)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分)，试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分)，PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按0分/5分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	5分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 11. 试题编号：4-11：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

【背景素材】“大美资生堂专营店”是一家官方授权、正品直销的资生堂专营店。近期，该网店全力推出一套新透美白肌——樱花系列护肤品，臻享价：1860元/套。礼盒套装共有3款产品，分别为：“臻白祛斑精粹水 150ml”、“集光祛斑精华液 30ml”、“夜间祛斑修护凝霜 50ml”，并赠送包括精粹水、柔护乳、精华液等6件小样及银白夹扣包1个的超值大礼包。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为本套护肤品制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的移动端宣传海报。

①海报尺寸：要求为750像素×350像素。

②海报背景：要求根据活动背景资料主题提示，使用素材中的“花朵.jpg”、“绸缎.jpg”、“礼盒.jpg”合成海报背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材中“产品1.jpg”、“产品2.jpg”、“产品3.jpg”、“赠品.jpg”抠出合成海报产品，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如提亮、正色、投影效果等。

④海报中的文字信息：请从背景资料中提取新海报主题，给新海报添加主题标语；请从背景资料中提取3个以上有关本次活动的利益点，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“黑体字体”系列字体。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作2种以上符合主题氛围的图标元素，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-11)。

试题评分卡(试题编号：4-11)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分)，试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分)，PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按0分/5分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	10分	根据抠图效果、裁剪效果、大小调整效果，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报上文字设计	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
		10分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
		5分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	5分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按0分/3分/4分/5分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按0分/3分/4分/5分评分	
	文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)	
	100分 合计			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 12. 试题编号：4-12：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

【背景资料】“爱丽尔”美甲店是一家以销售美甲系列产品的知名网店。近期即将推出一款彩色水性指甲油，该产品纯植物配方、100%原装进口，国家质检权威认证，活动时间：2016年10月15日-11月15日，活动期间买二送一。商家承诺：对商品任何不满意的地方均可7天内包退换。

请根据试题文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观、主题突出、有视觉冲击力的移动端宣传海报。

①海报尺寸：要求为750像素×400像素。

②海报背景：要求结合活动背景资料主题提示，“店铺设计.jpg”的配色效果，使用素材中的“背景一.jpg”和合适的颜色合成海报背景。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将素材中“指甲油一.jpg”抠出、将素材中的“手模一.jpg”使用蒙版合成海报产品，融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式，如提亮、正色、投影效果等。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点或者本商品的特色等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“黑体字体”系列字体，并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组至少制作2种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-12)。

试题评分卡(试题编号：4-12)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分)，试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分)，PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	15分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按0分/6分/8分/10分/12分/15分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



### 13. 试题编号：4-13：移动网店美工设计

#### (1) 任务描述

【背景资料】2016年的520女神节（Chinese Valentines' Day）快到了，某女装网店准备“以爱之名”为店铺新上的一款女性的阔腿短裤做一张移动端促销海报，此款阔腿短裤的特点是宽松、显瘦、透气、提升女性气质。优惠措施：特价89元。活动时间：5月10日—5月20日。

请根据试题文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观、主题突出、有视觉冲击力的移动端宣传海报。

①海报尺寸：要求为750像素×350像素。

②海报背景：要求根据活动主题、商品图片和模特图片的颜色，从背景素材文件中的素材中选择合适的素材（素材可以根据需要自由裁剪、组合）。

③海报中的产品展示：采用抠图方式将模特图、产品图（阔腿裤）抠出融入海报恰当位置；图片抠图要求细致，海报中半身照的阔腿裤要求调整与模特身上阔腿裤颜色一致，产品在海报中呈现时要求有美观排列方式。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“黑体字体”系列字体，并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组至少制作1种以上符合主题氛围的图标元素或标签，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式文件，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

#### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8操作系统，Office2010版本以上，Photoshop CS6.0。

#### (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

#### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-13)。

试题评分卡(试题编号: 4-13)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求, 按0分/5分评分	
	海报背景设计	5分	按是否选择背景素材和素材设置美观效果、融合情况给分, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中产品展示	10分	根据模特抠图效果、裁剪效果、大小调整效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
		10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报上文字设计	10分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点; 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
		10分	根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	5分	根据有无图标元素, 以及图标元素的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮, 以及引导按钮的美观效果, 按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力, 按0分/3分/4分/5分评分		
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

#### 14. 试题编号：4-14：移动网店美工设计

##### (1) 任务描述

【背景资料】某童装网店准备制作一张店铺移动端的海报，要求制作的海报一方面要突出店铺所销售的童装风格，另一方面要营造出童趣悠然的效果，以此来打动小孩子和家长的心。店铺销售的童装为女孩童装，服装以突出小孩可爱、快乐小公主的特色。且店铺实施以下优惠促销活动：满 99 元减 3 元，满 158 元减 8 元，满 258 元减 15 元，每天前 10 名有神秘礼物相送，活动时间为 6 月 1 日—6 月 15 日。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为此次活动制作符合主题、设计美观，主题突出，有视觉冲击力的移动端宣传海报。

①海报尺寸：要求为 750 像素×400 像素。

②海报背景：从“背景”图片选择图片的天空部分作为海报背景，并对其大小、颜色、图层样式等进行调整，使其作为海报的背景。

③海报中的产品展示：将素材文件夹下的四种宝贝图片采用合适方式和比例大小，融入海报恰当位置；产品在海报中呈现时要求有美观排列方式，并设置合适的样式。

④海报中的文字信息：根据背景资料提示，给新海报添加主题标语；并从背景资料中提取有关本次活动的利益点等相关信息，给新海报添加宣传文案。文字字体使用素材中“黑体字体”系列字体，并对各文字进行合适的格式和排版设置。

⑤海报中的图标元素：请使用形状工具组制作 1 种以上符合主题氛围的图标元素，给新海报添加活动氛围。

⑥海报中的引导按钮：结合活动主题，在海报中添加引导按钮，达到引导行动的效果。

⑦文件保存：海报制作完好后，要求将结果保存为两种格式，一个文件为“海报.psd”，一个文件为“海报.jpg”，其中“海报.jpg”文件要求在不改变图片尺寸的情况下，文件大小不超过 500KB，两个文件都存储在当前试题所在文件夹下。

##### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

##### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

##### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-14)。

试题评分卡(试题编号：4-14)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分)，试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分)，PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	海报尺寸	5分	海报尺寸符合要求，按0分/5分评分	
	海报背景设计	10分	按是否采用了题目中背景设置要求，以及背景设置美观效果给分。 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中产品展示	10分	根据商品图片的抠图、排列、样式设置等效果，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报上文字设计	20分	海报上的主题标语、宣传文案的内容是否简练、有吸引力、是否展示活动中心点、利益点；按0分/4分/6分/8分/10分评分	
			根据海报文字的字体类型、间距、字体大小、粗细等效果，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的图标元素	10分	根据有无图标元素，以及图标元素的美观效果，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报中的引导按钮	5分	根据有无引导按钮，以及引导按钮的美观效果，按0分/3分/4分/5分评分	
	海报整体排版设计	10分	根据海报中各元素的整体排版、布局的合理、美观程度，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	海报整体颜色搭配	10分	根据海报中各元素的颜色搭配的协调、美观效果，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	有无强烈的营销冲击效果	5分	按营销的视觉冲击力，按0分/3分/4分/5分评分	
文件保存	10分	文件名正确(2分)、文件格式符合要求(4分) 文件大小符合要求(4分)		
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 15. 试题编号：4-15：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“童乐玩具”是一家专业研发、生产及销售多种儿童玩具的厂商。为了拓展客户市场，“童乐玩具”将进驻天猫平台进行网上销售。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo 及移动端 Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

#### 1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 72 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 100KB 以内。

#### 2) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满\*送\*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 500KB。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-15)。

试题评分卡(试题编号: 4-15)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	<b>店铺 Logo 设计 (33分)</b>		
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分
	存储要求	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)
	<b>商品主图设计 (62分)</b>		
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分, 2张主图共24分
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/8分/11分评分 每件主图11分, 2张主图共22分
	存储要求	12分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(3分); 每张主图6分, 2张主图共12分
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 16. 试题编号：4-16：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“KOFO——世纪风鞋业”是一家以销售男款运动休闲鞋为主的电子商务公司，产品均来自各大正规厂商，全部正品、质量可靠有保证，现公司决定在天猫商城开设一家店铺以扩大产品的曝光度，增加企业与用户之间的互动，以达到增加产品销售。公司承诺：所售产品均有官方授权、正品保障，卖出的产品7天无理由退换货，且提供发票。同时公司拟对新店开张采取如下促销活动：满100元包邮；推出两款主打促销新鞋“休闲鞋1”，促销价为68元/双，“休闲鞋2”，促销价为128元/双。请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺Logo及移动端Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

#### 1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为120像素、高度为120像素、分辨率为72像素/英寸。

②设计要求：要求有一定独特性、创新性，并能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺Logo图片储存为“店铺logo.PSD”和“店铺logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中JPG格式文件的文件大小为100KB以内。

#### 2) 商品主图（将素材文件夹下店铺的2个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为800像素，高度为800像素，分辨率为72像素/英寸。

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满\*送\*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图1.JPG”、“主图2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过500KB。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求60分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-16)。

试题评分卡（试题编号：4-16）

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分)，试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分)，PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	<b>店铺 Logo 设计 (33分)</b>		
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分
	存储要求	6分	文件名和格式正确(4分)，文件大小符合要求(2分)
	<b>商品主图设计 (62分)</b>		
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分；2张主图共4分
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分，2张主图共24分
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/8分/11分评分 每张主图11分，2张主图共22分
	存储要求	12分	文件名和格式正确(3分)，文件大小符合要求(3分)；每张主图6分，2张主图共12分
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



## 17. 试题编号：4-17：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“岚馨化妆品专营店”是一家商场专柜直供，销售国内高端护肤品为主的化妆品专营店。近日，该店拓宽货源渠道，引入雅诗兰黛、兰蔻、SK-II 等国际高端护肤品品牌产品。为了凸显店铺引进国际大牌产品，店铺装修需要及时更新与升级。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为网店重新设计店铺 Logo 及移动端 Banner，并为网店最新的主打产品设计宝贝主图。

#### 1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 80 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 100KB 以内。

#### 2) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“店铺升级优惠价”、“专柜正品”、“限时折扣”、“包邮”、“满\*送\*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 500KB。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-17)。

试题评分卡(试题编号: 4-17)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	<b>店铺 Logo 设计 (33分)</b>		
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分
	存储要求	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)
	<b>商品主图设计 (62分)</b>		
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分, 2张主图共24分
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/8分/11分评分 每张主图11分, 2张主图共22分
	存储要求	12分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(3分); 每张主图6分, 2张主图共12分
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 18. 试题编号：4-18：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“数码时代”是一家以销售数码产品为主的电子商务公司，产品均来自各大正规厂商，全部正品、质量可靠有保证，现公司拟定在某网上商城开设一家网店，以扩大销售市场，增加产品销量。公司承诺：所售产品均有官方授权、正品保障，卖出的产品 7 天无理由退换货，且提供包换、保修等优质售后服务。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo 及移动端 Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

#### 1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 80 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 100KB 以内。

#### 2) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“官方授权”、“正品行货”、“限时折扣”、“包邮”、“7 天无理由退换”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 500KB。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-18)。

试题评分卡(试题编号: 4-18)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	<b>店铺 Logo 设计 (33分)</b>		
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分
	存储要求	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)
	<b>商品主图设计 (62分)</b>		
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分, 2张主图共24分
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/8分/11分评分 每件主图11分, 2张主图共22分
	存储要求	12分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(3分); 每张主图6分, 2张主图共12分
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 19. 试题编号：4-19：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“指尖之舞”是一家经营批发美甲系列产品的实体店。为了拓展客户市场，“指尖之舞”将进驻天猫平台进行网上销售。公司承诺：实物拍摄、用心服务、诚信店铺，新店开张满 100 元包邮，满 88 元可以使用 5 元优惠券一张，满 168 元可使用 10 元优惠券一张。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo 及移动端 Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

#### 1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 72 像素/英寸。

②设计要求：要求有一定独特性、创新性，并能够反映出店铺销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 100K 以内。

#### 2) 商品主图（将素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置阴影等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满\*送\*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 500KB。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-19)。

试题评分卡(试题编号: 4-19)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	<b>店铺 Logo 设计 (33分)</b>		
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分
	存储要求	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)
	<b>商品主图设计 (62分)</b>		
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分, 2张主图共24分
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/8分/11分评分 每件主图11分, 2张主图共22分
	存储要求	12分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(3分); 每张主图6分, 2张主图共12分
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 20. 试题编号：4-20：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“南山南 思如依”是株洲芦淞服饰大市场的一家品牌女装销售店。为了拓展客户市场，准备在淘宝平台开设网店进行网上销售。

请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo 及移动端 Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

#### 1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 80 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺品牌形象或销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 100KB 以内。

#### 2) 商品主图（选择素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置图层样式等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满\*送\*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 3M。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-20)。

试题评分卡(试题编号: 4-20)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	<b>店铺 Logo 设计 (33分)</b>		
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分
	存储要求	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)
	<b>商品主图设计 (62分)</b>		
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分, 2张主图共24分
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/8分/11分评分 每张主图11分, 2张主图共22分
	存储要求	12分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(3分); 每张主图6分, 2张主图共12分
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_



## 21. 试题编号：4-21：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“ABC 婴幼儿用品专卖店”是一家专营粉嫩婴幼儿商品的网店，现公司即将在登陆淘宝平台。请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo 及移动端 Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

#### 1)店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 80 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺品牌形象或销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 100KB 以内。

#### 2)商品主图（选择素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置图层样式等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满\*送\*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 3M。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-21)。

试题评分卡(试题编号: 4-21)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	<b>店铺 Logo 设计 (33分)</b>		
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分
	存储要求	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)
	<b>商品主图设计 (62分)</b>		
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分, 2张主图共24分
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/8分/11分评分 每件主图11分, 2张主图共22分
	存储要求	12分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(3分); 每张主图6分, 2张主图共12分
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 22. 试题编号：4-22：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“萌箱包专卖店”是一家专营女式箱包店铺，店铺的受众主要为十多岁的年轻女孩，销售的商品也较为可爱。现公司即将在登陆淘宝平台。请根据文件夹中提供的素材，按照下面制作要求，为公司网店设计店铺 Logo 及移动端 Banner，并为网店的主打产品设计宝贝主图。

#### 1) 店铺 Logo

①尺寸要求：宽度为 120 像素、高度为 120 像素、分辨率为 80 像素/英寸。

②设计要求：设计要求有一定独特性、创新性，并且能够反映出店铺品牌形象或销售商品类型。

③存储要求：将制作好的店铺 Logo 图片储存为“店铺 logo.PSD”和“店铺 logo.JPG”格式的文件各一份，储存到当前文件夹，其中 JPG 格式文件的文件大小为 100KB 以内。

#### 2) 商品主图（选择素材文件夹下店铺的 2 个主打商品制作主图）

①尺寸要求：宽度为 800 像素，高度为 800 像素，分辨率为 72 像素/英寸。

②图片修饰：主图的背景为白色，对主图图片的大小、角度、颜色、光泽等进行调整，并设置图层样式等特殊效果，使调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力。

③促销元素：在主图中加入合适的促销元素，如体现产品价格，展现“新店开张优惠价”、“秒杀”、“限时折扣”、“包邮”、“满\*送\*”等利益点。

④存储要求：将制作好的宝贝主图储存为“主图 1.JPG”、“主图 2.JPG”，储存到当前文件夹。每个文件大小不超过 3M。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-22)。

试题评分卡(试题编号: 4-22)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	<b>店铺 Logo 设计 (33分)</b>		
	尺寸要求	3分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/3分评分
	设计要求	24分	根据设计是否有一定独特性、创新性, 并且能够反映出店铺销售商品类型计分。 按0分/6分/12分/18分/24分评分
	存储要求	6分	文件名和格式正确(4分), 文件大小符合要求(2分)
	<b>商品主图设计 (62分)</b>		
	尺寸	4分	按是否按照规定的尺寸要求设计给分 按0分/2分评分; 2张主图共4分
	主图修饰	24分	调整好的图片设计美观、主题突出、有视觉冲击力 按0分/3分/6分/9分/12分评分 每张主图12分, 2张主图共24分
	促销元素	22分	主图要求体现产品价格, 展现“新店开张优惠价”、“买就送大礼包”等利益点 按0分/4分/8分/11分评分 每张主图11分, 2张主图共22分
	存储要求	12分	文件名和格式正确(3分), 文件大小符合要求(3分); 每张主图6分, 2张主图共12分
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 23. 试题编号：4-23：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“盼盼虎母婴店”是一家以销售时母婴服装的老牌天猫店。近期，公司决定上架一款 2016 夏季新款萌趣、清凉彩底熊连体衣，为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的移动端宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为 790 像素，高度根据需要自定义，分辨率为 100 像素/英寸。

②详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

③产品卖点的展示：详情页中要求有 5 张以上的产品卖点展示图，并且排版采用 3 种以上不同图文混排方式。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品卖点、特点的文字信息。

④产品说明的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的参数、尺寸等相关信息，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

⑤产品细节的展示：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排、简洁直观、美观大方。

⑥服务质量等信息的展示：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料及提供素材图片，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop CS6.0。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题编号：4-23)。

试题评分卡(试题编号: 4-23)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0—5分) (2) 详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6—8分) (3) 详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9—12分) (4) 详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13—16分)
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0—5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6—8分) (3) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9—12分) (4) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13—16分)
	产品说明展示	16分	图文混排设计(4分), 表格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节展示	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)
	详情页整体布局和美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 24. 试题编号：4-24：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“恋上衣辈子”是一家以销售时尚品牌女装的网店。近期，公司决定上架一款时尚潮流、舒适棉麻面料的女外套，为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的移动端宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为 790 像素，高度根据需要自定义，分辨率为 100 像素/英寸。

②产品展示图设计：详情页中要求制作一张采用图文混排方式设计的产品展示图。在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（颜色、规格、尺寸及试穿等相关信息）：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的说明和尺码的规格，用图文混排方式设计产品说明信息，用表格方式设计尺码规格，简洁直观、美观大方。

④产品细节图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排，简洁直观、美观大方。

⑤模特展示的设计。根据提供素材图片进行模特展示设计，要求展示合理、排版美观，排版设计中至少用到 3 种排列方式，模特展示图不少于 5 张。

⑥服务质量等信息的设计：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式存储到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp/win7/win8 操作系统，Office2010 版本，Photoshop 工具软件(CS6.0)。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。



#### (4) 评分标准

见试题评分卡(试题编号：4-24)。

试题评分卡（试题编号：4-24）

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分)，试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分)，PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求，按0分/3分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分)，展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分)，整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分)，尺码规格设计(4分)；文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品细节图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分)，设计中是否图文混排，简洁直观、美观大方(5分)，以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分)，每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	模特展示设计	16分	根据详情页中各模特展示的整体排版、布局的合理、美观程度，分段计分，详细计分规则如下： (1)详情页中模特展示图设计少于3张，且排版单一(0—5分) (2)详情页中模特展示图多于3张少于5张，且排版样式达到2种，(6—8分) (3)详情页中模特展示图多于5张，且且排版样式达到3种以上，(9—12分) (4)详情页中模特展示图多于5张，且且排版样式达到3种以上，且在展示中有相关文字或标注的衬托设计，(13—16分)	
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分)相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局和美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分，按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 25. 试题编号：4-25：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“妩媚彩妆”是一家专业销售时尚品牌美妆的网店。近期，该店决定上架一款色泽浓郁、持久滋润的丝缎美容唇膏，为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的移动端宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为 790 像素，高度根据需要自定义，分辨率为 100 像素/英寸。

②详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上的模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

③产品卖点的展示：详情页中要求至少有 5 张以上的产品卖点展示图，并且排版采用 3 种以上不同图文混排方式。根据产品“文档信息.doc”提供的相关内容在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品卖点、特点的文字信息。

④产品说明的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的品牌、规格、颜色、功效等说明信息，用表格方式及图文混排方式展示产品说明，简洁直观、美观大方。

⑤产品细节的展示：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图设计，要求图文混排，简洁直观、美观大方。

⑥评价、服务质量等信息的展示：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料及提供素材图片，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0）。

### (3) 考核时量

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题编号：4-25)。

试题评分卡(试题编号: 4-25)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0-5分) (2) 详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) (3) 详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) (4) 详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)
	产品说明展示	16分	图文混排设计(4分), 表格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节展示	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)
	详情页整体布局 and 美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)
	合计	100分	

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

26. 试题编号: 4-26: 移动网店美工设计

(1) 任务描述

“嗨耳数码”是一家网络商城的耳机销售专营店, 该店近期需要上架一款紧凑

型折叠设计轻便舒适的国际品牌时尚耳机。为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的移动端宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为 790 像素，高度根据需要自定义，分辨率为 100 像素/英寸。

②详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上的模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

③产品卖点的展示：详情页中要求有 5 张以上的产品卖点展示图，并且排版采用 3 种以上不同图文混排方式。根据产品“文档信息.doc”提供的相关内容在该产品图中加入适当的促销为目的宣传用语，或者加入产品卖点、特点的文字信息。

④产品说明的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的品牌、型号、颜色、佩戴方式等说明信息，在详情页中进行相关内容的展示设计。

⑤产品细节的展示：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排，简洁直观、美观大方。

⑥评价、服务质量等信息的展示：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料及提供素材图片，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

## **(2) 实施条件**

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本，Photoshop CS6.0。

## **(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

## **(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题编号：4-26)。

试题评分卡(试题编号: 4-26)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0-5分) (2) 详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) (3) 详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) (4) 详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)
	产品说明展示	16分	图文混排设计(4分), 表格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节展示	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)
	详情页整体布局 and 美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)
	合计	100分	

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

## 27. 试题编号：4-27：移动网店美工设计

### (1) 任务描述

“优贝之家”是一家以销售优彼系列儿童早教产品为主的网店。近期，优彼玩具生产厂商发布一款新型儿童早教产品—情境学习魔法箱。“优贝之家”也拿到了销售代理权。为此急需制作新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的移动端宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为 790 像素，高度根据需要自定义，分辨率为 100 像素/英寸。

②详情页各模块（产品卖点、说明、细节、评价及服务）的标识制作：使用形状/钢笔等工具绘制 5 张及 5 张以上模块图标，并添加相关文字。设置合理的详情模块标识，引导顾客浏览产品各模块的详情信息。

③产品卖点的展示：详情页中要求有 5 张以上的产品卖点展示图，并且排版采用 3 种以上不同图文混排方式。根据产品“文档信息.doc”提供的相关内容在该产品图中加入适当促销为目的宣传用语，或者加入产品卖点、特点的文字信息。

④产品说明的展示：要求根据产品“文档信息.doc”提供的相关产品的参数、尺寸、存储空间等相关信息，以及产品附件信息，用图文混排方式在详情页中进行相关内容的展示设计。

⑤产品细节的展示：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品卖点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排、简洁直观、美观大方。

⑥评价、服务质量等信息的展示：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料及提供素材图片，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

### (2) 实施条件

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件

(CS6.0)。

**(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

**(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题编号：4-27)。



试题评分卡(试题编号: 4-27)

评价内容	配分	评分标准	考核得分
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。	
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分
	模块标识设计	16分	根据详情页中模块标识图标制作, 设置的合理, 引导性的明确, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页模块标识图标少于2个, 且设置呆板生硬, (0-5分) (2) 详情页模块标识图标3个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (6-8分) (3) 详情页模块标识图标4个, 且设置合理具有一定的引导促销效果, (9-12分) (4) 详情页模块标识图标达到5个及以上, 且设置合理、引导性较强, 有较好的引导促销效果, (13-16分)
	产品卖点展示	16分	根据详情页中各卖点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中卖点展示图少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中卖点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中卖点展示图多于5张, 且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)
	产品说明展示	16分	产品说明设计(4分), 产品附件设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)
	产品细节展示	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)
	详情页整体布局 and 美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)
	合计	100分	

试题评阅人签名 \_\_\_\_\_

28. 试题编号: 4-28: 移动网店美工设计

(1) 任务描述

“万家富地板”是一家以销售各类实木地板为主的旺铺。网店将于最近推出一

款润冠牌橡木地板，请为其制作该新产品的详情页面。

请根据文件夹中提供的图片素材和“文档信息.doc”，按照下面制作要求，为此款宝贝制作一个版面布局合理、商品特点及卖点突出、商品细节与相关参数齐全的移动端宝贝详情描述页。

①详情页尺寸：宽度为 790 像素，高度根据需要自定义，分辨率为 100 像素/英寸。

②产品展示图设计：详情页中要求制作一张采用图文混排方式设计的产品展示图。根据产品“文档信息.doc”提供的相关内容在该产品图中加入适当的促销为目的的宣传用语，或者加入产品典型特点的文字信息。

③产品说明设计（类型、规格、制作工艺、尺寸等相关信息）：要求根据产品文档信息提供的相关产品的说明和尺码信息，用表格方式展示产品说明，用图示方式展示尺寸，要求图文混排，简洁直观，美观大方。

④产品亮点图设计：根据产品“文档信息.doc”提供中的产品亮点，并结合素材图片中的相关图片，进行细节图的展示设计，要求图文混排、简洁直观、美观大方。

⑤产品实物及特点展示的设计。根据提供素材图片进行产品实物及特点展示设计，要求展示合理，排版美观，排版设计中用到至少 3 种排列方式，要求制作不少于 5 张图片。

⑥服务质量等信息的设计：根据“文档信息.doc”中提供的相关资料，进行设计制作，要求美观大方。

⑦文件保存：将制作好的宝贝详情描述页储存为“详情页.PSD”，使用切片工具将宝贝详情描述页按模块进行切片，并将切片后的宝贝详情描述页各个模块全部以“.JPG”格式储存到当前文件夹中的一个子文件夹中，并将此子文件夹命名为“切片”。

## **(2) 实施条件**

硬件：计算机。

软件：winxp\win7\win8 操作系统，Office2010 版本以上，Photoshop 工具软件（CS6.0）。

## **(3) 考核时量**

本试题测试要求 60 分钟完成。

## **(4) 评分标准**

见试题评分卡(试题编号：4-28)。

试题评分卡(试题编号: 4-28)

评价内容	配分	评分标准	考核得分	
卷面排版格式 (5分)	5分	注重工作场所的6S管理(2分), 试题文件夹下没有存储与试题不相关的文件(1分), PSD文件中各图层有规范的命名和分组(2分)。		
工作任务 (95分)	详情页尺寸	3分	海报尺寸符合要求, 按0分/3分评分	
	产品展示图设计	16分	按是否采用了图文混排(3分), 展示图中有无促销宣传用语(3分)有无典型特点风格描述(3分), 整体设计的美观大气效果给分(按0分/3分/5分/7分评分)	
	产品说明设计	16分	产品说明设计(4分), 尺码规格设计(4分); 文档字体风格、大小、颜色、排版等整体美观程度(按0分/4分/6分/8分评分)	
	产品亮点图设计	15分	卖点展示与图片是否有机结合(5分), 设计中是否图文混排, 简洁直观、美观大方(5分), 以及设计中是否通过图标元素的应用达到简洁直观呈现(5分), 每一环节均按0分/2分/3分/4分/5分评分	
	实物及特点展示设计	15分	根据详情页中实物及特点展示的整体排版、布局的合理、美观程度, 分段计分, 详细计分规则如下: (1) 详情页中实物及特点展示图设计少于3张, 且排版单一(0-5分) (2) 详情页中实物及特点展示图多于3张少于5张, 且排版样式达到2种, (6-8分) (3) 详情页中实物及特点展示图多于5张, 且且排版样式达到3种以上, (9-12分) (4) 详情页中实物及特点展示图多于5张, 且且排版样式达到3种以上, 且在展示中有相关文字或标注的衬托设计, (13-16分)	
	服务质量等信息的设计	10分	详情页中有服务质量等相关信息的设计(5分) 相关信息字体设计、排版设计的美观性(按0/2/3/4/5分档评分)	
	详情页整体布局和美观	10分	按详情页整体的布局排版的合理性、内容呈现和美观度来评分, 按0分/4分/6分/8分/10分评分	
	文件保存	9分	文件名和格式正确(3分)、切片规范合理性(4分)、子文件夹命名正确且切片文件都保存在此子文件夹下(2分)	
合计	100分			

试题评阅人签名\_\_\_\_\_

