

2016年助理商务策划师复习题

一、单选题（每题1分）

1、按照《WBSA个人认证规范》规定：企划员（初级商务策划师）在策划思维方面主要应具备策划的（ ）。

- A、技术参与策划的能力 B、创新能力 C、整理能力 D、判断能力

2、“策划”一词在中国文化中具有重要的地位。“策”在“策划”组词中是（ ），是揭示深藏在商务背后的规律的含义。

- A、道破天机 B、导引潮流 C、规划蓝图 D、超越时代

3、《孙子兵法》作为我国乃至世界历史上一部杰出的军事著作，不仅在中国2500多年的军事史上占据了重要地位，流传千古而不衰，而且早已飞越国界，蜚声海外，现已被纳入哈佛大学的经济课程。《孙子兵法》（ ）

- A、是中国在军事思想、哲学思想领域对世界做出的又一突出贡献
B、是以古代占卜书《易经》为依据发展而来的
C、是北宋著名政治家、史学家司马光历经19年创作完成的历史巨著
D、系统地总结了封建统治的经验教训，涉及政治、军事、文化、经济，是“管理与策划的交融体”

4、《三十六计》中“瞒天过海”之计的妙处在于（ ）

A、故意制造假象，引诱敌人作出错误的判断，然后出其不意地采取行动，一举歼灭敌人

B、真中有假，假中有真，使敌人判断失误，从而出其不意地把敌人歼灭

C、把秘密之计隐藏在公开的行动中，以达到出其不意的效果

D、以虚拟的正面攻击来迷惑敌人，当敌人集结力量固守时，又悄悄派出部队迂回大敌人后方，乘虚而入，使敌人措手不及而失败

5、商务策划应具有相对超前性。首先要相对决策者（ ）所需的时间超前，但不能过于超前。

- A、思维降解 B、行动分解 C、行为分解 D、认识降解

6、管理策划文案由三大部分组成，说明策划文案的来由的，叫做（ ）。

- A、策划文案、 B、决策提案 C、企划计划书 D、企划案

7、广告策划深入创意的“凝神”原则主张：（ ）。

A、突出。要突出卖点。

B、联想。要“一语多关”，产生联想，提高信息含量。

C、要采取暗示、悬念、寓情等方法，使消费者关注。

D、形象。要对产品及其特性进行“真实地夸张”。

8、产品功能定位方法是（ ）。

A、以产品给客户带来的形象变化为导向，如娃哈哈

B、以产品功能所产生的消费效果为导向，如农夫山泉

C、以产品的使用功能为导向，如蓝天六必治

D、以产品特征为导向，如白加黑

9、无限连锁介绍法的含义是（ ）。

A、借同类产品（或政府、媒体）说服客户到了十分成熟的程度，本企业产品略加优势因素上市，创造“人家填海，我们造地”的省力效果

B、赠送初级产品，在客户对产品有一定依赖性时，加价出售升级产品；送主导产品，加价出售配套产品或辅助用料

C、把产品的实际优良效果新闻化，借新闻（广义）的力量来说服客户

D、利用利益诱惑、俱乐部制、会员制等，使客户介绍客户，形成 1: 250 效应

10、搭配定价的含义是（ ）。

- A、将多种产品组合成一套定价；
- B、不同档次、款式、规格、花色的产品分别定价；
- C、把主导产品价格限定住，变化其消耗材料的价格；
- D、根据客户选择附属品不同，而区别主导产品价格。

答案：单选：1-5：C A A C D 6-10：C C C D A

1、单选题（共 25 小题，每题 1 分，满分 25 分。请把正确的答案写在括弧内）

1、企业部是企业经营创新的（ ），其主要职责是为企业决策提供依据，并负责企业整体策划的综合类企划案的编制工作。

- A、决策参谋部门 B、决策实施部门 C、管理监督部门 D、决策制定部门

2、企业的决策的决策思想变成全体员工的行动，是需要一个过程的。因此，策划要相对于管理者（ ）所需的时间超前。

- A、思维降解 B、行动分解 C、行为分解 D、认识降解

3、企业战略策划方案是一个思想体系，主要包括（ ）、根本目的、主要目的、竞争手段和行动步骤等。

- A、宏观政策 B、市场机会 C、行动纲要 D、领导方针

4、（ ）是一个包括企业各种业务之间、与各个合作伙伴之间、内部各个部门之间、投入产出之间、目标与目标之间等主要关系的总和。

- A、生态策划方案 B、融资策划方案 C、管理策划方案 D、投资策划方案

5、门类最多的策划领域是（ ），包括：广告策划、公共关系策划、CIS 策划、促销活动策划、网络营销策划等。

- A、管理策划 B、营销策划 C、战略策划 D、融资策划

6、决策基因的整理功能在 OK 决策思维模型上，一般由（ ）构成。

- A、多个决策点加决策目标 B、所有的决策点 C、Y 轴加决策点 D、F2 线加决策点

7、决策基因的判断功能，是（ ）

A、策划者外在表现出来的创新能力 B、策划者外在表现出来的判断能力 C、策划者外在表现出来的整理能力 D、策划者内在决策能力

8、策划思维的三种形态是：（ ）

- A、分析、创意、策划 B、决策点、点子、创意 C、点子、创意、决策 D、点子、创意、策划

9、“环对环比较看实力”是（ ）的工作。

- A、决策过程 B、判断过程 C、整理过程 D、创新过程

10、实证法的含义是（ ）

- A、为开展心目中的策划方案，预先创造策划依据或实施基础
- B、不以原策划课题为解决对象，改换问题的内容，重新设立策划课题，再加以策划
- C、把当前的思维角度、方向、内容、途径、目标等反过来，寻找解决的问题的方案
- D、用实际的、让消费者看得见的功能效果来证实产品的优越性

11、伏笔法的含义是（ ）

- A、不以原策划课题为解决对象，改换问题的内容，重新设立策划课题，再加以策划
- B、为开展心目中的策划方案，预先创造策划依据或实施基础

- C、用实际的、让消费者看得见的功能效果来证实产品的优越性
- D、把先进地区的新兴项目（或商务形式）照搬到后进地区去
- 12、某一决策点发生较大的变化，产生优势，进而带动整个决策环突显优势的创意方法：
（ ）
- A、组合法 B、重点法 C、分解法 D、实证法
- 13、不以原策划课题为解决对象，改换问题的内容，重新设立策划课题，再加以策划的创意方法：（ ）
- A、伏笔法 B、逆向法 C、回避法 D、背景转换法
- 14、属于判断类知识结构的有（ ）
- A、文案格式 B、技术经济学 C、心理学 D、信息分析
- 15、属于判断类知识结构的有（ ）
- A、商务策划原理 B、技术经济学 C、心理学 D、信息分析
- 16、财务管理是关于（ ）等的知识
- A、根据企业的现状和发展趋势判断其主要的财务指标、管理难点、发展瓶颈
- B、阐述资产负债表和损益表上各个要素的含义，分析主要的财务指标
- C、阐述项目分析的基本思想、方法和项目可行性分析中各主要指标的含义
- D、分析主要经济现象和市场动态的背后的本质，理性预测经济与市场走势的方法体系
- 17、市场营销学是关于（ ）等的知识
- A、企业管理中主要概念、主要管理技术、流行的管理理念
- B、公共关系资源的评价、沟通、开发、管理、利用等方面的基本原理
- C、市场营销的基本概念、基本方法、基本原理、基本模式、最新理念
- D、分析人的心理活动规律
- 18、管理策划的"岗位标准"任务，指（ ）
- A、提出岗位人员的职责和能力标准 B、设计部门之间和岗位之间的业务流程 C、提出机构或部门设置的原则、模式、方案 D、提出岗位设置方案
- 19、管理中经常化的问题是（ ）
- A、多数人如何面对一个人 B、质量标准明确 C、一个人如何面对多数人 D、制定管理方案
- 20、"群体要大于个体相加"的管理理念主张：（ ）
- A、要放大人的作用范围，使人力与经营内容范围相对应，就必须通过更多的人来完成经营任务 B、管理中的命令要数量明确、质量标准，时间量明确，语言环境合乎接受命令者 C、把人组织在团队中，把许多人团结得像一个人似的，使人们的努力有一定的方向 D、群体的力量大于个体的力量，群体的行动方向应该是全方位的
- 21、管理策划的（ ）原则，要求在管理策划中对岗位的设置和制度建设上，使岗位之间即不混乱，又便于相互了解 A、低成本 B、角色可转换 C、正确 D、渐变
- 22、产品 / 市场组合法中，老产品新市场要（ ） A、突出成本与价格优势 B、突出产品的功能特色 C、突出产品的品牌 D、大力造势
- 23、广告策划深入创意的"突出"原则主张：（ ）
- A、突出卖点 B、要有别于其他广告 C、要"一语多关"，产生联想，提高信息含量。 D 要采取暗示、悬念、寓情等方法，使消费者关注。
- 24、文化观念定位方法是（ ）
- A、以文化和观念为导向，如诸葛亮香烟 B、以消费者为导向，如太太口服液 C、以消费期望为导向，如扳倒井 D、以产品特征为导向，如白加黑
- 25、平行品牌策略是指（ ）

A、一个企业一个品牌、多种产品 B、一个企业多种产品，多种品牌，甚至一种产品，多种规格、多种品牌 C、利用设计和品牌从事销售而不生产 D、把统一的企业品牌与个别的产品标记连接在一起，形成以共性为基础、差别很明显的品牌家族。

答案：一、单选题

1—5 A C B A B 6—10 A B D B D

11—15 B B C B B 16—20 B C A C C

21—25 B C A A D

1、单选题（共25小题，每题1分，满分25分。请把正确的答案写在括弧内）

- 1、《中国企业企划部规范》中规定：企划部是企业（ ）的归口管理部门。
A、策划业务 B、管理业务 C、决策业务 D、经营业务
- 2、商务策划是一种（ ）。
A、决策思维方式 B、商务运营方法 C、决策工作程序 D、商业管理模式
- 3、商务策划的三个基本特征为：（ ）、相对的超前性、可操作性。
A、新颖性或精密性 B、相对的新颖性或精密性 C、新颖性 D、精密性
- 4、策划领域分类有很多方法和模式，WBSA通用的分类方法是，把策划作为与管理行动相对应、相匹配的决策思维过程。具体为企业战略策划、（ ）、企业融资策划、企业管理策划、企业营销策划等领域。
A、企业项目策划 B、企业品牌策划 C、企业生态策划 D、企业公关策划
- 5、生存与发展是企业成长过程中的两个主题，为了可持续发展企业需通过（ ），来制定企业长期发展的新方案。
A、战略策划 B、管理策划 C、融资策划 D、营销策划
- 6、决策点，是（ ）。
A、策划者外在表现出来的整理能力 B、策划者整理出来的决策条件 C、策划决策的受益者 D、策划者服务的对象
- 7、决策基因的创新功能，是（ ）
A、策划者利用决策点所要达到的最终目的 B、策划者内在决策能力 C、策划者外在表现出来的创新能力 D、策划者外在表现出来的判断能力
- 8、策划思维形态的“策划”是：（ ）
A、创新思维形成的创新决策点 B、未加以论证的新的决策环 C、经论证的决策环 D、策划思维形成的决策环
- 9、“有序排列客观事实”是（ ）的工作。A、决策过程 B、判断过程 C、整理过程 D、创新过程
- 10、间接移植法的含义是（ ） A、把先进地区的新兴项目（或商务形式）照搬到后进地区去 B、把成熟的产业理念、原理、方法等应用于新的产业设计思路中 C、在面对复杂的策划对象时，首先要努力寻求突出某一个商务环节 D、用实际的、让消费者看见的功能效果来证实产品的优越性
- 11、把先进地区的新兴项目（或商务形式）照搬到后进地区去的创意方法是：（ ）
A、直接移植法 B、间接移植 C、背景转换法 D、捆绑连接法
- 12、把当前的思维角度、方向、内容、途径、目标等反过来，寻求解决问题的方案的创意方法是：（ ）
A、直接移植 B、回避法 C、间接移植 D、实证法
- 13、“螳螂捕蝉，黄雀在后”、“诱敌深入”、“连环出击”是创意方法（ ）精辟概述。
A、回避法 B、逆向法 C、间接移植 D、伏笔法

- 14、属于整理类知识结构的有（ ）
A、公共关系学 B、文案格式 C、心理学 D、企业诊断
- 15、属于创新类知识结构的有（ ）
A、市场调查 B、信息工具 C、心理学 D、财务管理
- 16、企业诊断是关于（ ）等的知识
A、 根据企业的现状和发展趋势判断其主要的财务指标、管理难点、发展瓶颈
B、 阐述资产负债表和损益表上各个要素的含义，分析主要的财务指标
C、 阐述项目分析的基本思想、方法和项目可行性分析中各主要指标的含义
D、分析主要经济现象和市场动态的背后的本质，理性预测经济与市场走势的方法体系
- 17、心理学是关于（ ）等的知识
A、 企业管理中主要概念、主要管理技术、流行的管理理念
B、 公共关系资源的评价、沟通、开发、管理、利用等方面的基本原理
C、 市场营销的基本概念、基本方法、基本原理、基本模式、最新理念
D、分析人的心理活动规律
- 18、企业管理策划的一项重要内容是（ ）
A、 提出保证管理方案有效贯彻的各种制度
B、提出机构或部门设置的原则、模式、方案
C、设计部门之间和岗位之间的业务流程
D、创建、维护、完善、发展健康的、适宜的企业文化
- 19、“根据管理接受命令者的文化水平和经历等因素，使命令语言环境合乎接受命令者”的观点，是管理策划理念（ ）中强调的。
A、管理就是通过别人完成任务 B、群体要大于个体相加 C、管理就是发布可执行的命令
D、企业文化是管理策划的和重要内容
- 20、管理体制一般不能一次性改变，要按照管理策划的（ ）原则，在保证经营连续的情况下进行改革。
A、点衔接 B、正确 C、高效率 D、渐变
- 21、小型企业生存问题是最重要的问题，企业管理不能求全，要以抓住机会为主，不能为了体现管理原则而背上沉重的管理人员包袱。正所谓（ ）
A、“小型企业下象棋” B、“小型企业下跳棋” C、“小型企业下围棋” D、“小型企业下军棋”
- 22、广告策划深入创意的"独特"原则主张：（ ）
A、要突出卖点 B、要有别于其他广告 C、要对产品及其特性进行“真实地夸张” D、要倡导新的健康的生活
- 23、情感形象定位方法是（ ）
A、以产品功能所产生的消费效果为导向，如农夫山泉 B、以消费者为导向，如太太口服液
C、以消费期望为导向，如扳倒井 D、以产品给客户带来的形象变化为导向，如娃哈哈
- 24、产品形式定位方法是（ ）
A、以产品给客户带来的形象变化为导向，如娃哈哈 B、以产品功能所产生的消费效果为导向，如农夫山泉
C、以产品的使用功能为导向，如蓝天六必治 D、以产品特征为导向，如白加黑
- 25、搭配定价的含义是（ ）
A、将多种产品组合成一套定价 B、不同档次、款式、规格、花色的产品分别定价 C、把主导产品价格限定住，变化其消耗材料的价格 D、根据客户选择附属品不同，而区别主导产品价格

答案：一、 单选题

1—5 A、A、B、C、A、 6—10 B、C、C、C、B、
11—15 A、D、D、B、C、 16—20 A、D、D、C、D、
21—25 B、B、D、D、A

1、单选题（共 25 小题，每题 1 分，满分 25 分。请把正确答案写在括弧内）

1. 热的发烫的国际油价，令中国国内的民营石油商们难以为继，但却给外国石油巨擘们带来一个绝佳的“收编”良机，跨国石油巨头壳牌集团决定将“不及形式”地受过中国民营加油站，就、加速在中国的加油站布局，壳牌的这种做法符合三十六计中的（ ）。
A. 上屋抽梯 B. 釜底抽薪 C. 反客为主 D. 趁火打劫
2. 格兰仕的“中国红”系列微波炉，采用高贵明艳的红色钢琴烤漆，将中华文化元素和工程设计结合，符合年轻人对时尚品位和个性化的需求，说到消费者的青睐。这个创意符合创意理论的（ ）。
A. 魔岛理论 B. 迁移理论 C. 变通理论 D. 元素组合理论
3. 以下哪项不是《三十六计》中的计策（ ）。
A. 抛砖引玉 B. 假痴不癫 C. 中流击水 D. 偷梁换柱
4. 2006 年 7 月，刘翔在瑞士洛桑田径超级大奖赛男子 110 米栏比赛中以 12 秒 88 的成绩打破世界纪录，在刘翔破纪录当天，刘翔代言的可口可乐、耐克、伊利等全部投放了网络广告，其中，耐克当天赶制出的电子广告，在上海外滩震旦大厦户外电视屏幕上播放。刘翔 13 日归国时，身穿耐克特意赶制的印有“12.88”的 T 恤，《北京晨报》和上海《东方体育日报》刊登了耐克的 12 秒 88 广告。当天下午，北京王府井大街和上海淮海路的耐克户外广告，都换成了 12 秒 88 的巨幅广告。可口可乐在刘翔破纪录之后，也迅速召开了会议，但相比耐克，可口可乐只推出网络广告等部分内容，这与耐克的“凶猛”营销无法比拟。这次事件营销的案例说明了策划应具有的基本特征之（ ）。
A. 一定的虚拟性 B 相对的新颖性 C 相对的超前性 D 可操作性
5. 20 世纪 50 年代，日本的汽车制造业实力并不强，应此美国的汽车制造商根本不把日本厂商放在眼里，对美国顾客爱好的变化和对自己忽略小型汽车生产的弱点熟视无睹，日本人就正好抓住了美国汽车制造业偏重生产不便利和油耗大的大型豪华轿车的弱点，研制出了为很多美国人喜爱的小巧灵便、油耗小、价格低、乘坐舒适的小汽车，意迅速的速度占领了美国市场，美国汽车制造商因为无准备面对日本人的突然袭击，因此一败涂地。日本汽车制造商的做法属于商务策划竞争策划之（ ）。
A. 合纵连横 B. 先发制人 C. 出其不意 D 非常手段
6. 《田忌赛马》中田忌赢了和齐威王的赛马比赛，是策划基本原理之（ C ）。
A. 奇正原理 B. 系统原理 C. 博弈原理 D. 简易原理
7. 确定企业形象识别与传播的最佳方案是（ ）的范畴。
A. 企业形象策划 B. 企业文化策划 C. 企业品牌策划 D 企业公关策划
8. “仁、义、理、智、信”是（ ）的策划思想。
A. 法家 B 儒家 C. 纵横家 D. 道家
9. 概括从 20 世纪 80 年代改革开放之初开始至今的中国策划业，其发展大致可分为三个阶段，学科建设和职业化阶段是指：（ ）。
A. 20 世纪 80 年代中期至 90 年代初期
B. 20-世纪 90 年代初期至 90 年代中后期
C. 20 世纪 90 年代中后期

D. 21 世纪以来

10. 在四维策划模型中，口表示的是：（ ）。
- A. 策划的对象 B. 策划的主体 C. 策划思维的框架 D. 策划的客体
11. “商务策划是更加获益的经营创新决策方式，是整合企业有效资源、实现最小投入最大产出，把虚构变成现实的商务过程”，这是（ ）对于商务策划的观点
- A. 事前设计说 B. 思维活动说 C. 商务创新说 D. 决策过程说
12. 荀子在《劝学》中说：“登高而招，臂非加长也，而见者远；顺风而呼，声非加疾也，而闻者彰；假舆马者，非利足也，而至千里；假舟楫者，非能水也，而绝江河。君子生非异也。”此段话的理念和商务策划获利策略的（ ）的观点是相同的。
- A. 合纵连横 B. 借势造势 C. 名人效用 D. 非常手段
13. 创新技法中的观察法、实验法、模拟法、假说法、归纳法和演绎法等，都是类属于（ ）的具体方法。
- A. 组合类创新技法 B. 激励类创新技法 C. 研究类创新技法 D. 类比类创新技法
14. 竞争产生策划，策划赢得竞争。策划可以帮组策划主体谋划、探索、设计多种备选方案，这反映了策划的（ ）功能。
- A. 决策功能 B. 放大功能 C. 创新功能 D. 竞争功能
15. “凡战者，以正合，以奇胜。”在“正合”的主要因素中，除了有形资源、无形资源、显在优势之外，还有（ ）
- A. 环境资源 B. 潜在优势 C. 潜在威胁 D. 政治资源
16. 美国著名的营销权威舒尔茨（Don E. Schultz）提出了 4R 营销理论，阐述了一个全新的营销四要组合。其中，提高市场反应速度是 4R 营销理论中的（ ）要素。
- A. 沟通 B. 节省 C. 顾客 D. 关系
17. 以广告促销为中心，通过创意新、高投入、大规模的广告轰炸，直接诱发消费者的购买欲望，由消费者向零售商、零售商向批发商、批发商向制造商求购，由上至下，层层拉动购买，这种促销策略是：（ ）。
- A. 宣传式说服 B. 交涉式说服 C. 推式说服 D. 拉式说服
18. 消费者如何选择所需要的产品，主要是根据对满足其需要的每种产品的（ ）进行估价而决定的。
- A. 效用 B. 需要 C. 满足 D. 价值
19. 在策划的运行程序中的设计策划方案阶段，要考虑的因素很多，主要应考虑的内容不包括：（ ）
- A. 从现有条件和能力出发 B. 量化策划目标
C. 方案要齐全、各具特色 D. 精心编写策划书
20. 在产品营销策略中，高价低强度的促销方式是：（ ）。
- A. 快速渗透策略 B. 缓慢撇取策略 C. 缓慢渗透策略 D. 快速撇取策略
21. 一下关于产品的描述，不正确的是：（ ）
- A. “核心产品“，即产品给与客户提供的最基本的效用和利益
B. “附加产品“，是在客户购买时所同时获得的全部附加服务和利益的总和。
C. 核心产哦所体现的是产品的物质性
D. 附加产品所体现的是产品的延伸性
22. Bp 石油公司的系列电视广告包括“重量篇”、“温室效应篇”、“天然气篇”、“绿色教育篇”、“新白云机场篇”和“太阳能篇”等，这些广告都始终诠释“Bp，不仅贡献石油”这一品牌理念，这是广告创意（ ）的体现。
- A. AIDMA 法则 B. BI 理论 C. “互动说” D. “锐利广告”

23. 目前介入婚宴酒市场的品牌并不多，由于难以找到专门的婚宴用酒，许多人不得不把金六福、今世缘等比较迹象的品牌当成婚宴用酒，为此，五粮液集团专门为新婚喜宴量身定做了婚宴酒，其市场定位的原则是：（ ）
- A. 根据具体的产品特点定位 B. 根据特定的使用场合及用途定位
C. 根据具体的产品特点定位 D. 根据使用者类型定位
24. 明确广告目标后，选定广告媒体，再计算出为实现这一广告目标应支出的广费用，这种广告费用的预算方法是（ ）
- A. 销售百分比 B. 目标任务法 C. 竞争对抗法 D. 倾力投掷法
25. 大学生通常都面临就业，要想获的良好的职场人缘儿，以下哪种做法是不适宜的：（ ）
- A. 要注意不喜欢你的人 B. 要把过去的事情全让人知道 C. 要明知顾问：你的钻戒好
 贵把 D. 不要期望所有人都喜欢你，那是不可能的，让大多数人喜欢你就是成功的表现

答案：一、 单选题

- 1—5 D D C B C 6—10 C A B C C
11—15C B C A B 16—20 B D A B B
21—25 C B B B B

二、多选题（共 25 小题，每题 1 分，满分 25 分）

1. 世界商务策划师联合会是以（ ）商务策划专门人才为核心，全方位发展策划业的全球性专家机构。
- A、挖掘 B、识别 C、培养 D、服务 E、发展 F、推广
2. 中国的智慧经典是全世界现代商务思想库的重要组成部分，（ ）等都是经典智慧作品。
- A、《孙子兵法》 B、《三十六计》 C、《史前兵法》 D、《三国演义》
3. 《孙子兵法》是我国 2500 年前大军事家、谋略家孙武所著。其著名观点有（ ）等。
- A、故知胜有五：知可以战与不可以战者胜，识众寡之用者胜，上下同欲者胜，以虞待不虞者胜，将能而君不御者胜
B、知彼知己，百战不殆
C、故上兵伐谋，其次伐交，其次伐兵，其下攻城
D、远交近攻
4. 下列中，哪几个都分别是商务策划师在企业中的四个典型作用之一：（ ）。
- A、组织与协调 B、借鉴与汲取 C、识别与破译 D、领导与指挥
5. 商务策划的相对新颖性或精密性是指：（ ）更加新颖或精密。
- A、相对于策划者自己的以前思维 B、相对于管理者的行为分解
C、相对于实施对象的认识水平 D、相对于时代的进步程度
6. 决策基因包括经验、（ ）。
- A、信息 B、知识 C、技能 D、思维方法
7. 在 OK 决策思维模型上，决策基因的创新功能：（ ）。
- A、由多个决策点加决策目标构成
B、沿决策环正向思维和逆向思维
C、把某决策点作为决策目标形成新的决策环后加以思维
D、以改造某决策点为目的
8. 在 OK 策划决策思维模型中下列符号含义正确的有（ ）。

- A、O 圆周——决策环 B、F2 线——决策基因的判断功能
C、A 点——决策目标 D、X 轴——决策基因

9、职业策划：（ ）。

- A、特点是思维、决策、实施一体化 B、特点是思维间接影响决策和实施
C、特点是思维影响决策 D、策划是自己的事业

10、WBSA 商务策划师教程总结了常用的十种主要的创意方法，如：（ ）等对绝大多数策划问题都可能具有创新效能。

- A、实证法 B、分解法 C、组合法 D、图示法

11、指出与"回避法"含义相一致或相近的说法或做法，有（ ）等。

- A、主动地缩小策划对象，把策划对象首先简单化，然后加以策划
B、三十六计："走为上计"
C、不以原策划课题为解决对象，改换问题的内容，重新设立策划课题，再加以策划
D、"消灭"原问题，引申出其它未曾注意的问题，加以策划

12、在《大中华企业家》杂志总体策划方案中，对杂志的定位与运做策略上，没有跟随市场上大多做中低产品和中低市场的做法，而是采取了"三高战略"（高定位、高品质、高价位）来带动后续市场，并策划通过申请全球最有影响的华商盛会："世界华商大会"的大会专刊，一举成为华商圈中的权威媒体。上述策划，在创意手法上主要采用了（ ）。

- A、重点法 B、逆向法 C、组合法 D、背景转换法

13、某房地产公司准备在保税区旁边开发一大片高级别墅。公司企划部应董事会要求提出了"名车别墅区"的项目策划方案——每个别墅的外形均是世界名牌轿车车形，且不重样，对国内外各个汽车厂家来说，相当于一个永久性的立体广告牌，可以求得有关厂家赞助，降低建筑开发成本，吸引有车族购房，"驾名车，住名房"并进一步展开如"买一栋福特别墅，可八折认购福特轿车"、"拥有一部福特轿车，可八折认购福特别墅"的促销活动。上述策划运用了（ ）等创意方法。

- A、组合法 B、背景转换法 C、重点法 D、捆绑连接法

14、《WBSA 初级商务策划师教程》从（ ）等几个方面介绍了商务策划人才发展的基本框架。

- A、知识机构 B、基本素质 C、策划流程
D、发展规律 E、策划经验和存取

15、创新类的知识结构有（ ）等。

- A、哲学 B、心理学 C、商务策划原理 D、技术经济学

16、意识在行商前潜伏、商务经验决定了判断的幅度和效率、商务策划过程决定了策划的水平发挥的稳定程度和深度。按这三个阶段所经历的时间，WBSA 分别称为（ ）。

- A、"策商龄" B、"商龄" C、"商策龄" D、"策龄"

17、下列提交的文案属于管理策划类文案的有（ ）。

- A、关于机构或部门设置的原则、模式、方案
B、设计部门之间和岗位之间的业务流程方案
C、CIS 实际与导入方案
D、价格定位方案

18、WBSA 规定：商务策划师报审材料的文本为：（ ）。

- A、商理 B、策划案 C、计划 D、申请

19、根据企业战略策划的要求，企划部起草了（ ）等生态策划类文案。

- A、资本投资与管理输出组合的方案 B、关于岗位设置的方案
C、企业股份制改造 D、法人治理体系

- 20、管理策划"低成本原则"强调（ ）。
- A、企业要尽量减少编制
B、要减少空岗的危险
C、要靠配合机制和文化激励使管理系统中人具有高关注力和持久工作能力
D、管理职责之间既不能重叠也不能有空白
- 21、企业改制或改造问题是企业管理策划应注意解决的主要问题之一，（ ）是常用的两种方法。
- A、讨论法 B、实验法 C、内置法 D、外置法
- 22、树立企业整体形象的目的是（ ）。
- A、提高企业的社会地位 B、提升企业的社会价值
C、增强企业在市场上的影响力 D、营销企业生产的产品或服务。
- 23、产品组合主要有（ ）。
- A、延伸产品线 B、扩充产品组合 C、收缩产品线 D、缩减产品组合
- 24、品牌策略主要包括（ ）。
- A、统一品牌 B、个别品牌 C、顾客品牌
D、平行品牌 E、家族品牌 F、销售者品牌
- 25、产品/市场组合法主要包括：（ ）。
- A、老产品老市场 B、新产品老市场 C、老产品新市场
D、新老产品结合 E、新产品新市场 F、新老市场结合

答案：多选：

1-5: ACDE ABD ABC ABC ACD

6-10: ABD CD ABC CD ABC

11-15: BCD ABD ABD ABDE ABC

16-20: BCD AB AB ACD AC

21-25: CD ABCD ABD ABDEF ABCE

二、多选题（共 25 小题，每小题 1 分，满分 25 分，多选少选都不得分，请把正确的选在括弧内）

- 1、商理的书写格式由（ ）五个部分组成
A、题目 B、来源 C、应用 D、内容 E、案例 F、解释
- 2、《孙子兵法》是我国 2500 年前大军事家、谋略家孙武所著。其著名观点有（ ）
A、只有顺应自然才有机会战胜自然 B、知彼知己，百战不殆 C、凡战者，以正合，以奇胜
D、故其疾如风，其徐如林，侵掠如火，不动如山，难知如阴，动如雷霆
- 3、策划的主要宏观作用中，"改变企业发展方式"的含义是指使企业（ ）
A、松散向集约 B、规模向质量 C、地区向国际 D、产品向品牌和资本等
- 4、生态策划方案是一个包括企业各种业务之间，（ ）等主要关系的总和。
A、与各个合作伙伴之间 B、内部各个部门之间 C、目标与目标之间 D、投入产出之间
- 5、营销策划方案是一个包括产品（形象）定位、（ ）、促销手段等方面的操作系统。
A、渠道（传播途径）定位 B、市场（受众对象）定位 C、价格（价格）定位 D、资源（确定资源）定位
- 6、思维方法决定着经验、知识、信息的联系方式和"亲和度"。所以，经验、知识、信息三者之间要（ ）
A、为增值经验而学习知识 B、为稳固知识而获得经验 C、为巩固经验而加强实践 D、为

应用经验与知识而搜索、筛选信息

7、经验与知识合理的关系应该是（ ）

A、为取得经验而学习知识 B、为稳固知识而获得经验 C、为增值知识而学习经验 D、为增值经验而学习知识

8、创新是（ ）的过程

A、克服劣势因素 B、发挥优势因素 C、塑造新优势因素 D、比较竞争对手

9、专业策划：（ ）

A在日常生活工作中专门负责所在组织的策划 B、特点是思维间接影响决策和实施 C、特点是思维影响决策 D、策划是自己的义务

10、指出与"伏笔法"含义相一致或相近的说法或做法（ ）

A三十六计："连环计" B、促销定位中的融资-营销法 C、在当前的策划中，为未来的下一轮策划悄悄地打下基础 D、促销定位中的拉销法

11、某策划在为某企业的矿泉水做市场营销策划时，首先分析了该矿泉水含有的各类矿物质的十几类功效，然后确立了"以年轻人为主，以中小学生为突破口"的目标市场定位，确定了"改善视力 为产品的主打功效，借当红新星赵薇（有一双水灵诱人的大眼睛）来集中宣传产品的策略。从创意手法上，该策划师主要运用了（ ）

A、移植法 B、分解法 C、背景转换法 D、重点法

12、某软件开发公司开发生产一套交互展示会系统，可用于旅游项目展示、招商会议展示、军事演习展示等领域。公司企划部把首要的市场开发放在招商展示方面，突出招商辅助功能，并将原来非常具有技术性的产品名称修改为招商网络系统；当产品包装、说明书印制、推销用语开发等准备工作就绪后，策划召开了"中国首届经济开发区招商人大会"，通过大会专家鉴定、现场演示、合作洽谈等方式，把产品介绍给终端用户。上述策划在创意上，先后应用了（ ）法。

A、逆向 B、背景转换 C、重点 D、伏笔

13、CN百家姓网站，决定利用奥运会的品牌效应和巨大影响力，策划举办"2008 中华百姓奥运代表团"活动项目，并邀请了中国奥委会作为活动的主办单位，CN公司作为承办单位合力运做好这个项目，在创意的主要方法方面，该策划使用了（ ）

A、移植法 B、背景转换法 C、逆向法 D、捆绑连接法

14、整理类知识结构含有（ ）等工具的运用和能力的掌握。

A、信息工具 B、信息分析 C、文案格式 D、财务管理

15、（ ）等是判断类知识结构的知识 A、哲学 B、财务管理 C、企业诊断 D、技术经济学

16、中级商务策划师应该掌握的判断类知识有（ ）

A、公共关系学 B、信息分析 C、市场营销学 D、公司法

17、商务策划人不但要具备合理的知识结构，还应具有良好的基本素质，如（ ）等
A管理人的能力 B、追求信息完全、真实、最新 C、关注能力 D、超前意识

18、下列提交的文案属于管理策划类文案的有（ ）

A、促销定位方案 B、关于岗位设置的方案 C、品牌设计与实施的方案 D、设计部门之间和岗位的业务流程方案

19、根据企业营销战略策划的要求，营销部起草了（ ）等营销策划类文案。

A、渠道定位方案 B、机构或部门设置的原则、模式、方案 C、品牌设计与实施方案 D、C I S设计与导入方案

20、根据企业营销战略策划的要求，营销部起草了（ ）等生态策划类文案。

A、资本投资与管理输出组合的方案 B、关于岗位设置的方案 C、企业股份制改造 D、法

人法理体系

21、符合管理策划"互换性原则"的观点有 ()

A、管理体制要在有利于保证经营连续的情况下进行改革 B、岗位职能的集聚与分解有利于企业培养和留住高复合性人才 C、岗位职能的集聚与分解有利于企业防止由于高级人才的离去而引发人才危机 D、管理职责之间不能有空白

22、产品组合主要有 ()

A、延伸产品线 B、扩充产品线 C、收缩产品线 D、缩减产品组合

23、营销渠道的构成分三种情况: ()

A、直接渠道和间接渠道 B、多渠道和单渠道 C、宽渠道和窄渠道 D、长渠道和短渠道

24、常用的产品促销方法有 ()

A 融资——营销法 B、关式营销法 C、拉销法 D、新闻实证法 F、无限连接介绍法

25、企业识别系统的支柱性要素有: ()

A、环境识别 B、理念识别 C、品牌识别 D、行为识别 E、视觉识别 F、战略识别

答案:二、多选题

1—5 ABCDF BCD ABD ABCD ABC

6—10 ABD BD ABC ABD ACD

11—15 BCD BC BD ABC BCD

16—20 ACD BCD BD ACD ACD

21—25 BC ABD ACD ABCDE BDE

2、多选题 (共 2 5 小题, 每小题 1 分, 满分 2 5 分, 多选少选都不得分, 请把正确的选在括弧内)

1、《中国企业企划部规范》规定企划部企划员的岗位标准为: ()

A、初级商务策划师的业务水平 B、企业主营业务的专业知识 C、突出的整理能力 D、突出的判断能力

2、《孙子兵法》是我国 2500 年前大军事家、谋略家孙武所著。其著名观点有 () 等。

A、美人计 B、不战而屈人之兵 C、故上兵伐谋, 其次伐交, 其次伐兵, 其下攻城 D、将者, 智、信、仁、勇、严也

3、中国四大名著, 分别讲述了人世间的四个关键字: ()

A、《红楼梦》的“情” B、《水浒传》的“义” C、《西游记》的“斗” D、《资治通鉴》的“理” F、《三国演义》的“谋”

4、策划是决策的众多产生方式: () 中的一种。

A、赌博式 B、跟随式 C、总结式 D、判断式

5、策划业职业化发展的具体条件是 ()。

A、水平标准明确 B、就业市场渠道明晰 C、职业发展途径明朗 D、市场化和标准化

6、下列哪几项体现了利用策划思维模型策划的意义 ()

A、有利于无目的地寻求事物之间的联系 B、从为体现决策点价值而寻求决策目标到为达到新的决策目标而增加或增强决策点 C、从为目标实现到策划决策点到为体现决策点价值而变化决策目标 D、合作、合资、借势等行为的价值在于决策环搭建是否经济

7、(), 是创新能力的体现。

A、认清本质 B、出其不意 C、符合情理 D、超越自我 F、攻其不备

8、职务策划: ()

A、特点是思维、决策、实施一体化 B、特点是思维间接影响决策和实施 C、特点是思维影响决策 D、策划是自己的权利

- 9、创新工作离不开（ ）等实用方法。
A、心理分析 B、中外古典智慧 C、市场研究 D、商务策划创意方法
- 10、指出与"回避法"含义相一致或相近的说法或做法（ ）
A、主动地缩小策划对象，把策划对象首先简单化，然后加以策划 B、三十六计："走为上计"
C、不以原策划课题为解决对象，改换问题的内容，重新设立策划课题，再加以策划
D、"消灭"原问题，引申出其他未曾注意的问题，加以策划
- 11、（ ）等产品营销策略是"背景转换法"的运用。
A、沃尔沃汽车公司以"安全"为核心概念的营销策略，成功将"安全"概念深入人心
B、P&G公司随着消费者个性化需求的增加，不断细分公司的品种
C、某公司通过免费试用的方式使公司产品逐渐打开了市场
D、美国联邦快运公司成功的秘诀就是"次日送达"
- 12、A大酒店利用世界杯十强赛在当地举行之机，努力争取到了中国队驻地的机会，通过提供最佳的服务，赢得了各界的一致好评，十强赛结束后成为了各类体育队的训练比赛基地、全国知名的酒店和球迷们的旅游圣地。该酒店在运用策略上体现了创意方法（ ）的运用。
A、伏笔法 B、逆向法 C、背景转换法 D、重点法
- 13、借"120宣传月"之机，某心脏病药品经销公司与120急救中心合作，向患者退出"心脏病急救辅导活动"，使潜在客户暴露，便于公司实施下一步的促销活动，同时也提高了公司的社会形象。该活动策划从其创意方法上属于（ ）
A、伏笔法 B、回避法 C、重点法 D、捆绑连接法
- 14、《初级商务策划师教程》从（ ）等几个方面介绍了商务策划人才发展的基本框架。
A、知识结构 B、基本素质 C、策划流程 D、发展规律
- 15、商务策划人不但要具备合理的知识结构，还应具有良好的基本素质，如（ ）等。
A、文笔表达能力 B、关注能力 C、管理能力 D、口头表达能力
- 16、信息社会定位便于（ ）
A、信息对知识的依托 B、网络查询 C、直接沟通 D、降低知识应用
- 17、按照商务策划人才的发展规律，应制定科学的（ ）的规范体系。
A、商务策划人才 B、组织机构 C、咨询机构 D、教育系统
- 18、下列提交的文案属于管理策划类文案的有（ ）
A、制定岗位人员的职责和能力标准方案 B、广告方案 C、保证管理方案有效贯彻的各种制度方案 D、渠道定位方案
- 19、列提交的文案属于生态策划类文案的有（ ）
A、企业股份制改造 B、资本投资与管理输出组合的方案 C、法人治理体系 D、设计部门之间和岗位之间的业务流程方案
- 20、"管理就是发布可执行的命令"的管理理念强调了管理命令要（ ）等观点。
A、注重语言环境合乎接受命令者 B、质量标准明确 C、要数量明确 D、时间量也要明确
- 21、管理策划"渐变原则"主要强调了（ ）
A、管理体制一般不能一次性改变 B、管理体制改革需要具体化 C、管理体制要在保证经营连续的情况下进行改革 D、管理体制创新策划的时间设计余量要充分
- 22、产品的生命周期主要包括（ ）
A、导入期 B、试用期 C、成长期 D、成熟期 E、衰退期
- 23、在定位定价中，如果出售的是产品组合，则可以考略采取如下定价策略：（ ）
A、搭配定价 B、系列产品定价 C、主导产品带动 D、以附加品差别定价
- 24、MIS集中体现在企业的（ ）等方面之中。

A、座右铭 B、经营活动 C、文化活动 D、经营理念 E、宣传口号 F、企业文化的倡导
25、依据营销策划的各项任务，企业营销策划的主要文案在内容上主要包括八类：（ ）
A、产品（市场）定位文案 B、价格定位方案 C、渠道定位方案 D、促销定位方案
E、品牌设计与实施方案 F、CIS设计与导入方案 G、创新类方案 H、策划方案

答案：二、多选题

1—5ABC; BCD; ABCE; ABC; ABCE

6—10ABC; BCDE; AD; ABD; BCD

11—15 AD; ACD; ACD; ABDE; ABD

16—20 ABD; ABC ; AC; ABC; ABCD

21—25 ACD; ACDE; ABCD; ADEF; ABCDEFM

二、多选题（共 25 小题，每题 1 分，满分 25 分，多选少选都不得分。请把正确的选项写在括弧内）

1. 《孙子兵法》由 2500 年前的大军事家、谋略家孙武所著，以下哪项是其中内容：（ ）。
A. “知常知变” B. “奇正相生” C. “欲擒故纵，欲进故退” D. “夫兵形象水，水之行避高而趋下，兵之行避实而击虚，水因地而制流，兵因地而制胜”
2. 现代商务策划的五大领域包括：（ ）。
A. 战略策划 B. 营销策划 C. 融资策划 D. 广告策划 E. 生态策划 F. 管理策划
3. 商务策划的基本特征有以下几点：（ ）。
A. 一定的虚构性 B. 可操作性 C. 相对的新颖性 D. 相对的超前性
4. 策划基本方法的人文法包括了（ ）等几种方法。
A. 预测法 B. 集思广益法 C. 经验法 D. 调查法
5. 对策划方法的不定，我们应作如下正确的理解：（ ）。
A. 策划方法自身在不断发展，再成熟的策划方法也不可能一成不变，它会因方法应用者的删减、添加、改造而有所不同
B. 策划方法应用在不同领域会有不同的效果
C. 策划方法很多，策划者可以灵活应用，随时改变方法，活用已有的方法
D. 策划就是创新，策划方法随着策划人的智力创造而不断涌现
6. 历史上中国策划共有三次大的辉煌，其中两次是在政治、军事领域（ ），一次是在经济建设领域（改革开放至今）。
A. 春秋战国时期 B. 三国时期 C. 新民主主义革命时期 D. 两汉时期
7. 综合分析中外专家关于策划的描述，可以将策划的基本要素归纳为以下下几点：（ ）。
A. 策划的主体 B. 策划的客体 C. 策划的外部环境 D. 策划的资源 and 条件 E. 策划的思维方法 F. 策划的对象和目标
8. 策划的商务作用在微观方面体现在：（ ）。
A. 提高岗位职能 B. 提高人才的职场竞争力 C. 提高决策速度 D. 提高决策质量
9. 在知识经济时代，有三个最基本的特征：（ ）。
A. 现代化 B. 全球化 C. 信息化 D. 知识化
10. 以创新为目的的策划思维显著的特点是：（ ）。
A. 发散性 B. 可行性 C. 联想性 D. 新锐性 E. 逆向性 F. 超前性
11. 策划思维的过程包括：（ ）。

- A. 整理 B. 判断 C. 搜集 D. 创新
12. “思维策划模型”的构成要素包括：（ ）。
- A. 知己 B. 正和 C. 知彼 D. 奇胜
13. 在英语中，包含有策划意思的词语有：（ ）。
- A. plot B. scheme C. plan D. programme E. strategy F. engineer
14. 创意的规律主要体现在以下几个方面：（ ）。
- A. 择优律 B. 相思律 C. 对应律 D. 综合律
15. 在日常策划中，还可以从以下几个方面寻找策划的切入口：（ ）。
- A. 从顾客的希望切入 B. 从顾客的抱怨切入 C. 从畅销产品且切入
D. 从顾客的特殊需要切入 E. 从购买者怒惊异的谈话切入
16. 在策划的运作程序中策划方案的选择主要应把握以下几方面原则：（ ）。
- A. 目标原则 B. 可行性原则 C. 创新原则 D. 价值原则 E. 择优原则 F. 利益原则
17. 产品的生命周期是指产品从投入市场到最终退出市场的全过程，一般经历如下几个阶段：（ ）。
- A. 导入期 B. 成熟期 C. 衰退期 D. 成长期
18. 按照商务策划的对象划分，可以分为以下几种：（ ）。
- A. 战略策划 B. 战术策划 C. 领域策划 D. 事实策划
19. 典型的品牌策划包括：（ ）。
- A. 产品线扩展 B. 新品牌 C. 多品牌 D. 品牌扩展
20. 根据研究的问题、目的、性质和形式的不同，市场调研一般分为以下几种形式：（ ）。
- A. 探测性调研 B. 描述性调研 C. 预测性调研 D. 因果关系调研
21. 筹集足够的资金对于创业者来说是至关重要的，对于大学生来讲，资金问题尤为突出，更需要精心策划。巧妙进入，以小博大，见效较快的途径包括：（ ）。
- A. 寻找加盟机会 B. 接受亏损企业 C. 与人合作 D. 争取小额创业贷款
22. 有时需要用策划来真心诚意地帮助别人，但帮助不当会适得其反，为知己而策划追求时，应当参考如下提示：（ ）。
- A. 追求空前绝后 B. 要把费用变成投资 C. “劳改”心态 D. 技术交底 E. 留有余地 F. 甘心在侧
23. 创新人才应具备的基本能力有：（ ）。
- A. 观察能力 B. 学习能力 C. 沟通能力 D. 表达能力
24. 优秀策划书的写作应具备“四个必须”：（ ）。
- A. 必须提出具有相对新颖的观点、论点、决策点 B. 必须提出具有说服力的论据
C. 必须客观可行 D. 必须有完整且可以被决策管理层理解的论证过程 E. 必须包括备选方案
F. 必须有清晰严密的工作分解分工的执行计划
25. 策划人才的三种类型包括：（ ）。
- A. 职务策划 B. 职业策划 C. 专业策划 D. 自由策划

答案二、多选题

1—5 ABCD ABCEF ABCD ABCD ACD

6—10 AC ABDEF ABD BCD ACDEF

11—15 ABCD ABCD ABCEF ABCD ABCDE

16—20 ABDEF ABCD ABD ABCD ABCD

21—25 ABD ABDEF ACD ABDF ABC

3、判断题（共 25 小题，每题 1 分，满分 25 分。正确的请在括弧内写"T"，错误的请在括弧内写"F"）

- 1、《初级商务策划师教程》由三个部分级成，其中方法课是以"技术性参与"为原则形成的有关策划技术性工作的课程。 ()
- 2、诸葛亮是《三国演义》中"谋"的化身。他首先完成了刘备的生存问题，后又部分解决了刘备的发展问题，在与另一位谋略家，为曹操服务的司马懿的斗智中，因策划思维体系不完整而"出师未捷身先死" ()
- 3、决策人把的思想变成全体员工的行动是需要一个过程的，所以策划要为这一过程留有足够的时间。 ()
- 4、管理策划是制定人力资源与非人力资源相配合的新方案 ()
- 5、策划就是要"消灭策划"，所以策划的作用就是要使企业避免竞争。 ()
- 6、策划工作阶段中所说的"策划"是属于一项企业内部的管理工作范畴，是提策划方案的开发制作。 ()
- 7、策划工作阶段中所说的"策划"是属于思维的范畴，是由整理--判断--创新三阶段组成"策划"链条。 ()
- 8、策划工作阶段中所说的"策划"：即把策划思维结果转化为决策命令，是把策划者思维成果变成决策者思维后，再由决策者表达出来的过程。 ()
- 9、专业策划者，由于策划是自己的义务，故其思维直接影响决策和实施。 ()
- 10、回避法不以原策划课题为解决对象改换问题的内容，重新设立策划课题，再加以策划。 ()
- 11、逆向法是把当前的思维角度方向内容途径、目标等反过来，寻找解决问题的方案。()
- 12、通常，人们对于越是被禁止的事情，都会有一种非探个究竟不可的心态，这就是人的"好奇心"。在营销活动中，利用人的好奇心理，营造"奇"的氛围，引发出人们的好奇感，是赢得消费者的一种"背景转换"的营销招术。 ()
- 13、组合法将两个事物连接在一体但能够在表面上分开。 ()
- 14、市场（商情）调查是掌握策划对象客观环境的必要环节，是策划整理过程的常用方法。 ()
- 15、以 WBSA 商务策划原理作为基本知识框架，不断丰富自己的商务策划理论体系，是要求初级商务策划师应具备的知识体系结构。 ()
- 16、中国的智慧经典是全世界现代商务思想库的重要组成部分，也是 WBSA 整理类知识结构的重要组成部分。 ()
- 17、"策龄"与"商策领"中"策龄"的时间最长。 ()
- 18、管理策划的任务之一是提出保证管理方案有效贯彻的各种制度。 ()
- 19、管理策划的总任务是创建、维护完善、发展健康的、适宜的企业文化和各种管理制度。()
- 20、矫枉必须过正，所以管理体制的改革应该大刀阔斧地进行。 ()
- 21、管理策划方案的实施应建立在稳固原管理的基础上进行。 ()
- 22、整合营销传播的英文缩写是--IMC。 ()
- 23、品牌营销典型的口号有"服务无止境"等。 ()

- 24、营销策划方案要以企业战略、生态、融资、管理的策划方案为前提，否则是不可实施的。
25、产品的主导产品带动定价是将多种产品组合成一套进行定价。 ()

答案：三、 判断题

- 1—5 T F T T F 6—10 T F T F T**
11—15 T T F T F 16—20 F T T F F
21—25 T T F T F

3、判断题（共 25 小题，每题 1 分，满分 25 分。正确的请在括弧内写“T”，错误的请在括弧内写“F”）

- 1、按照《WBSA 个人认证规范》规定：初级商务策划师在此话思维方面主要应具有策划的判断能力。 ()
- 2、策划可以在任何经济领域发挥作用，所以策划无处不在，策划是万能的。 ()
- 3、策划业属于咨询行业，所以大型的策划机构都有两个组成部分，一个部分从事策划，创造知识，创建原始的案例库；另一部分从事传统的咨询，传播与推广知识，用原始的案例库中的解决方案去破解同类新客户的问题。 ()
- 4、商务策划是一种创新性或精密型的决策思维方式。所谓的新颖性就是有别于传统，所谓的精密型就是把即将采取的行动在一些方面规定得更加细致 ()
- 5、在为企业进行具体策划中，一般都有明确的策划领域的界限。 ()
- 6、决策基因中最稳定的是知识，因为知识是在学校里或通过书本上学到的，是实践总结出来的精华。 ()
- 7、策划者在整理阶段经过整理产生出来的决策环，一般来讲是一个完整的、正确的商务思路。 ()
- 8、策划的判断过程是策划者比较优势与劣势的过程，是决定策划是否值得展开或继续的前提。 ()
- 9、策划工作中所说的“决策”是指通过决策体系把决策者的思维变成管理者的执行与行动的过程。 ()
- 10、实证法是用实际的、让消费者看得见的功能效果来证实产品的优越性。 ()
- 11、企业战略中确定企业的社会地位是极其重要的，是以行业为背景还是以地区为背景，是以规模为背景还是以质量为背景，其定位的结果会大不一样，“做最大的产业企业”就是以规模为背景的一种定位。 ()
- 12、企业与强者为盟、个人与名人为友、产品与名牌配套等都是组合法的体现。 ()
- 13、回避法和逆向法的相同之处是都不以原策划问题为解决对象。 ()
- 14、熟悉主要的商务文书、文件格式，常用的与策划工作相关的文本、文件格式等是对初级商务策划师的基本要求。 ()
- 15、了解市场调查机构的运行机制与规律，掌握与市场调查机构合作的要领，学会临时组建信息调查小组等是对创造性参与策划能力的要求。 ()
- 16、经济学分宏观经济学和微观经济学，前者是分析和描述国家和地区各种经济因素相互影响的规律的科学，后者是对市场中具体因素相互影响的规律的科学。 ()
- 17、详细研究公司法，结合工商管理部门设立企业的程序，深刻理解企业制度；通过公司法有关条款掌握资本运动的基本规律等内容属于商务策划人才发展中应该掌握的创新类知识结构的内容。 ()
- 18、“管理就是通过别人完成任务”。所以，不必对团队加以组织、协调、吸引、制约，靠人

- 们的自觉行动来完成组织任务即可。 ()
- 19、岗位之间、部门之间的联系具体化，管理手段具体化，管理职责之间既不能重叠也不能有空白符合管理策划中点衔接原则的主张。()
- 20、管理策划的总任务是创建、维护完善、发展健康的、适宜的企业文化和各种管理制度。()
- 21、矫枉必须过正，所以管理体制的改革应该大刀阔斧地进行。()
- 22、营销策划的目的是最大限度地获取企业的利润。()
- 23、按照市场开发顺序五层次分析法，在确定当前客户进行市场促销时，第一次市场定位是那些“用得上”的客户群。()
- 24、产品价格的缓慢撇脂策略，是指低价格、高促销投入，快速占领市场。()
- 25、品牌策略中个别品牌策略是指，多种产品、多种品牌，甚至一种产品，多种规格、多种品牌。()

答案：三、判断题

1—5 F F T T F 6—10 F F T F T

11—15 T F T T F 16—20 T F F T F

21—25 F F F F T

三. 判断题（共 25 小题，每题一分，满分 25 分。正确的请在括号内写“T”，错误的请在括弧内些“F”）

1. 商务即一切以利益为表现、以交换为目的的、以货币为手段的个人或组织活动。()
2. 融资策划：顾名思义，融资就是融入资金。融资策划就是制定企业获取或借助资金的新方案。()
3. 管理策略就是为了实现管理创新而指定的人力资源与非人力资源向配合的新方案。()
4. 策划师创新型的思维，需要有一定的超前性，必须满足：相对于其他策划者思维形成所需的时间超前；相对于市场形成或成熟的超前。()
5. 策划起源于中国，春秋战国时期已经十分兴盛，迄今已有几千年的历史。()
6. 企业常见专题策划的广告策划即确定促成客户购买行为和效果的最佳方案。()
7. 商务策划的系统原理要求策划人能够高瞻远瞩、深谋远虑、能够从整体上把握、控制和驾驭全局。()
8. 现代商务策划=西方战略计划+日本企划应用+中国谋略智慧。()
9. 策划与咨询可以形象的比喻为“复印原件”和“复印机”的关系。即：咨询——做“复印机”（咨询公司）和开发复印纸（用户），策划——制造“复印原件”（创造知识）。()
10. 策划的思维结构是：状态、角度、方法、程序等四个要素的组合。()
11. 所谓重点强化法。就是解决问题要抓住事物的特点或重点。善于从策划对象的一点强化突破。()
12. 从顺应需求，要发现需求。要创造需求，是策划思维的新锐性形成的三个过程。()
13. 组合类创新技法：侧重于根据目标原则，将两个或以上的因素巧妙组合，从而获得具有整体功能的新成果。()
14. 营销组合的 4R 是指：关联（Relevancy）、节省（Rrtrenchment）、关系（Relationship）、

()

15. 按照美国市场营销协会 1985 年的定义, 市场营销是对思想、产品及劳务进行设计、定价、促销及分销的计划和实施的过程, 从而产生满足个人和组织目标的交换。 ()
16. 品牌的含义可分为六个层次: 第一, 属性。第二, 利益。第三, 价值。第四, 文化。第五, 个性。第六, 用户。 ()
17. 整合营销的核心思想是将与企业进行市场营销所有关的一切传播活动一元化。 ()
18. 营销组合的“4C”是站在企业的角度看市场。立场在企业在产品的制造者。 ()
19. 产品组合的宽度是指产品线中每一个产品有多少种类。 ()
20. 品牌扩展是指将现有品牌名称扩展到新的产品类别中。 ()
21. 广告策划的“锐利广告”是针对 UPS 理论的单向线性传达方式将消费者置于被动接受地位的不足, 在消费者主体意识觉醒的时代所倡导的双向互动式广告传播形式。 ()
22. 促销的主要要素包括: 广告促销, 人员促销和促销促进, 以及公共关系。 ()
23. 一个成功的创业者必须具备以下条件: 树立必胜的信心、不怕吃苦受难、善于创造机遇、明确创业目标、学会合作用人。 ()
24. 策划人的基本立场的决策者至尊是说决策者没有降解与分解复杂思维的义务, 是策划目的的最终实现者, 决策者是利益中人, 一般有以常人意识为主习惯行事的特点。 ()
25. 专业策划是指以各种策划成果为生, 特点是思维影响决策, 但一般与实施无关, 策划是自己的事业, 甚至的自己的全部。 ()

答案: 三、 判断题

- 1—5 F F T F T 6—10 F T T T F**
11—15 T T T T T 16—20 T T F F T
21—25 F T T F F

4、简答题:

1、 在当今社会, 为什么知识经济时代更需要策划?

答: 在知识经济年代, 市场竞争很残酷, 越是知识经济年代, 越讲究策划, 重视策划。在全球市场一体化的时代, 各国间综合国力的竞争, 说到底实际上是人才和知识的竞争。各国间综合国力的竞争是人才和知识的竞争。

知识经济时代为策划提出了一系列崭新的课题, 也引发了在思维方式、谋略理念、策划机制等多方面的变革要求; 知识经济为企业文化策划开辟了极为宽广的领域。知识经济是以创新的速度、方向来决定成败的经济, 创新是知识经济发展的内在驱动力, 是知识经济的灵魂。

2、 公关策划与市场营销在本质上有何区别? 二者可以互相取代吗, 为什么?

答: 市场营销包含公关策划, 而公关策划是市场营销的一个范畴。从市场营销的角度看, 公关使一种促销手段。公关策划是社会行为, 市场营销是经济行为。二者不可以互相取代的, 它们是互相促进, 互相并从, 互相发展的, 市场营销离不开公关策划, 但不能把公关活动等同于促销活动。

3、 在生态策划领域, 企业在什么种情况下会降低企业维度, 降低企业维度有何作用?

答 : 在生态策划领域, 维度法即是思维切入角度上的创新方法。维度是描述企业经营

幅度的概念。企业在要扩大规模，扩张领域，扩张行业时会降低企业的维度。只有降低企业维度才能走产品的精、专路线，才能成为某个产品的垄断企业，才能成为世界的垄断企业。