# 市场部考核试题

来源：网络 作者：静谧旋律 更新时间：2024-08-30

*第一篇：市场部考核试题一、单项选择题(每题2分，共30分)1.夏季，“波司登”羽绒服通过打折等促销措施而出现了淡季热销的局面。可见，该厂家深刻领悟到羽绒服的需求属于(C)A.潜伏需求B.充分需求 C.不规则需求D.过量需求2.许多冰箱生产...*

**第一篇：市场部考核试题**

一、单项选择题(每题2分，共30分)

1.夏季，“波司登”羽绒服通过打折等促销措施而出现了淡季热销的局面。可见，该厂家深刻领悟到羽绒服的需求属于(C)

A.潜伏需求B.充分需求 C.不规则需求D.过量需求

2.许多冰箱生产厂家近年来高举“环保”、“健康”旗帜，纷纷推出无氟冰箱。它们所奉行的市场营销管理哲学是(D)

A.推销观念 B.生产观念 C.市场营销观念D.社会市场营销观念

3.市场营销管理者采取一系列行动，使实际市场营销工作与原规化尽可能一致，在控制中通过不断评审和信息反馈，对战略不断修正。这种行为称为(D)

A.年度计划控制B.赢利能力控制 C.效率控制D.战略控制

4.“捷安特”自行车公司是“桑塔纳”轿车生产厂的(B)

A.愿望竞争者B.一般竞争者 C.产品形式竞争者D.品牌竞争者

5.高机会和高威胁的业务属于(B)

A.理想业务B.冒险业务 C.成熟业务D.困难业务

6.王刚正在购买一套两室两厅的单元房，其购买行为应该属于(D)

A.习惯性购买行为B.寻求多样化购买行为 C.化解不协调购买行为

D.复杂购买行为

7.为产品大类.企业部门或销售代表确定的销售目标称为(C)

A.企业潜量B.市场需求 C.销售配额D.市场潜量

8.在预测一种新产品的销售情况和现有产品在新的地区或通过新的分销渠道的销售情况时，最好采用(B)

A.专家意见法B.市场试验法 C.时间序列分析法D.直线趋势法

9.企业选择复用包装决策的目的是(C)

A.节约成本B.方便顾客购买和使用 C.通过给消费者额外利益而扩大产品销售 D.避免某一商品推销失败而影响其他商品的声誉

10.我国洗衣机行业正处于成熟期，生产厂家可以采权(D)

A.集中决策B.收缩决策 C.快速掠取决策 D.产品改良决策

11.相对于黑白电视机而言，纯平彩色电视机属于(B)

A.全新产品B.换代产品 C.改进产品D.仿制产品

12.在为产品线定价时须考虑各产品项目之间相互影响的程度，如果需求的交叉弹性为正值，则此两项产品为(D)

A.互补品B.选购品 C.条件品D.替代品

13.一般说来，批发商最主要的类型是(B)

A.经纪人B.商人批发商 C.代理商D.制造商代表

14.不同的促销工具对购买者知晓.了解.信任和订货等不同购买准备阶段的作用是不同的，其中在信任阶段，对购买者影响最大的是(D)

A.广告B.销售促进 C.宣传D.人员推销

15.企业销售人员在访问推销过程中可以亲眼观察到顾客的反应，并揣摩其心理，不断改进推销陈述和推销方法，最终促成交易。这说明人员推销具有(C)

A.公关性B.针对性 C.灵活性 D.复杂性

二、名词解释（每题5分，共计20分）

1、市场部

以产品销售的目标消费者所形成的特定群体为对象，通过产品市场定位战略、进入目标市场战略、开发市场的营销组合战略、市场销售组合战略的选择等占领目标市场扩大市场占有率、开发潜在消费者的职能部门。

2、市场预测是在市场调查的基础上，利用过去和现在的已知因素，有目的地运用已有的知识、经验和科学方法，分析研究和判断未来一定时期内市场的需求变化及其发展趋势

3、市场细分是指企业根据消费者的需求差异，将整体市场划分为两个及两个以上消费者群的过程。

4、市场调研是为了研究市场需求的发展变化，而对市场所进行的考察。

三、简答题（20分）

1、市场部主要职责简述？ 1)制定年度营销目标计划。

2)建立和完善营销信息收集、处理、交流及保密系统。

3)对消费者购买心理和行为的调查。

4)对竞争品牌产品的性能、价格、促销手段等的收集、整理和分析。

5)对竞争品牌广告策略、竞争手段的分析。

6)做出销售预测，提出未来市场的分析、发展方向和规划。

7)制定产品企划策略。

8)制定产品价格。

9)新产品上市规划。

10)制定通路计划及各阶段实施目标。

11)促销活动的策划及组织。

12）合理进行广告媒体和广告代理商的挑选及管理。

13)制定及实施市场广告推广活动和公关活动。

14)实施品牌规划和品牌的形象建设。

15)负责产销的协调工作

四、论述题（30分）

如何做好市场部工作？

**第二篇：市场部试题**

第一部分 《企业文化》复习题（公共知识）

一、选择题

1、西部机场集团有限公司的英文缩写为。（B）A、XXIA B、CWAG C、WESTPORT D、CAAC 2.集团公司标志图形为（C）造型纹样中的“祥云”图案组合。

A.宋朝 B.清朝 C.唐代 D.明朝 3.集团公司标志色彩选用（D），借指天地。A.灰和黄 B.黄和红 C.蓝和黄 D.玄和黄

4.西部机场集团企业文化中“和合天地”中的“合”寓意（B）。A、联合、和睦 B、联合、合作 C、融合、祥和 5．集团公司标志寓意。（B）

A、合和天地 B、和合天地 C、天地和合 D、天地合和

6.新的丝绸之路，西部空港大发展。（D）A、构架、促进 B、架构、实现 C、构架、实现 D、架构、促进

7.集团“两谋”原则是指：为企业谋，为员工谋。（A）

A、发展，利益 B、利益，发展 C、发展，福利 D、福利，发展 8.和 是集团发展的两翼。（B）A、安全，管理 B、安全，服务 C、改革，创新 D、效益，市场 9.管理人员道德标准是（C）

A.志向要高远 行为要远大 情趣要高雅 B.志向要远大 情趣要高雅 行为要高远 C.志向要高远 情趣要高远 行为要高洁

10.员工忠诚企业“五点要求”中提出要“自觉维护企业形象”，你认为首先影响到企业形象的是（A）。

A.企业员工 B.新闻媒体 C.企业客户 D.竞争对手 11.“五个统一”方针中“统一”二字的解释是（D）A.相互替代 B.融为一体 C.整齐划一 D.统筹兼顾 12.安全管理理念中指出，只有严格遵守，才能从根本上保证安全。（C）

A.规章和法律制度 B.规律和规章制度 C.法律和规章制度 D.规律和法律制度

13.祥云标志图为唐代造型纹样中最具代表性的“祥云”图案的环聚组合，寓意（C）。A.和谐 B.和睦 C.和合 D.大同 14.标志色彩，借指（A）

A.天地 B.山川 C.西部机场集团 D.宇宙

15.西部机场集团企业文化中评价干部“三条标准”:（B）A.看精神状态、看观念、看结果 B.看精神状态、看思路、看结果 C.看精神面貌、看思路、看效果

16.（A）是安全生产中最积极、最活跃、起决定作用的要素。A.人 B.群众 C.人民

17.西部机场集团企业文化机场建设理念中：功能完善、（C）、节约资源、控制投资、特色突出、方便旅客。A.流程顺畅 B.绿色环保 C.流程合理 18.企业文化中提到“五个”工作方针，其中加强管理与（C）的统一。

A.改变机制、思想政治工作、企业文化创建 B.转化机制、企业文化创建、思想政治工作 C.转换机制、企业文化建设、思想政治工作 19.管理人员评价标准是（B）

A.看成绩 看措施 看结果 B.看精神状态、看思路、看结果C.看精神状态 看工作标准 看管理成绩 20.环境和形象也是（C），也会出效益

A.辩证的，也是统一的 B.生产力、也是生产关系 C.生产力，也是凝聚力

21.集团管理理念中其中不包括（A）

A.人力资源管理 B.支线机场管理 C.环境形象建设 22.集团管理理念中的集团化管理主要包括（C）

A.宏观把控 独立独行 共谋发展 充分发挥集团公司、成员企业和各级政府的积极性

B.微观放活 宏观控制 独立运行 共谋发展 充分发挥集团公司、成员企业和各级政府的积极性和主动性 C.宏观控制 微观放活 独立运行 共谋发展 充分发挥集团公司、成员企业和各级政府的积极性 23.《文化成就企业》一书的作者是（B）A.曾顺福 B.何喜奎 C.程珠祖

24.“架构新的丝绸之路，促进西部空港大发展”是（A）提出

A.曾顺福 B.何喜奎 C.程珠祖

25.保证安全要靠法律、靠规章、靠制度，不能靠（A），不能搞短期行为。

A.波浪式、运动式、经验式管理 B.运动式、反复式、经营式管理 C.波浪式、反复式、经营式管理

二、判断题

1.安全工作要以企业为本。（错）

2.只有严格遵守公司安全生产制度，才能从根本上保证安全。（错）

3.安全是反映机场工作的综合指标。（对）4.支线机场管理理念不包括自我发展。（错）5.机场建设管理理念中不包括政策给足。（对）

6.有了安全就有了一切，但没有安全一切都没有。（错）7.工作方针中提到，安全、服务、效益的统一。（对）8.工作思路中以安全服务为支撑，促进集团又好又快发展。（错）

9.员工忠诚企业要求中提到要关心公司发展建设。（错）10.“两谋”原则：为企业谋发展，为员工谋福利。（错）11.西部机场集团企业文化中“和合天地”中的“和”寓意：和谐、和睦、祥和。（对）12.安全是相对的，等于说我们的工作就是消极被动的。（错）13.服务是一种竞争力。（对）14.服务是一种精神、文化、境界、竞争力。（对）15.管理人员道德标准：志向要高远、情趣要高雅、行为要高尚。（错）

三、简答题

1.员工忠诚企业的“五条标准”是？ 认真履行岗位职责，主动适应改革变化，自觉维护企业形象，关心企业发展建设，与企业荣辱与共。2.西部机场集团企业文化核心价值观是？

为员工创造事业；为客户创造满意；为所有者创造财富；为社会创造文明。

3.西部机场集团企业文化辅业公司管理理念是？

政策给足、改革到位、支持到边、因地制宜、不生就死。4.员工忠诚企业的要求是？

认真履行岗位职责；主动适应改革变化；自觉维护企业形象；关心企业发展建设；与企业荣辱与共。

5.西部机场集团企业文化工作方针？ 做大与做强的统一

安全、服务、效益的统一

加强管理与转换机制、企业文化建设、思想政治工作的统一 内部资源与社会资源的统一

提高员工素质与提升企业品质的统一

6.立足岗位实际，结合企业文化谈谈如何做好服务工作？

市场部

一、判断题

1、需要与需求都是由欲望引起的。（错）

2、市场营销观念认为，从消费者的需要出发往往会导致企业的利润减少。（错）

3、顾客让渡价值最大化策略，可以使企业获得更多的利润。（错）

4、企业战略规划过程的第一步是确定企业目标。（错）

5、企业要取得成功，关键是要适应不断变化的市场营销环境。（对）

6、在现代西方国家，生产企业一般都是通过中间商、营销服务机构、金融机构等营销中介机构来进行市场营销研究、推销产品等工作。（对）

7、出现在本企业经营领域内的市场机会称为行业市场机会。（对）

8、“4 ”理论和“4 ”理论由于提出问题的角度不同，所以它们的目标是不同的。（错）

9、自然环境是指影响社会生产过程的自然资源。（错）

10、通货膨胀具有压抑和刺激消费的双重效应。（对）

11、同一社会阶层的成员具有类似的价值观、兴趣爱好和行为方式。（对）

12、消费者购买决策过程始于搜集信息。（错）

13、物色供应商是在任何购买情况下都必经的一个阶段。（错）

14、消费者市场需求最基本的特征是伸缩性。（错）

15、消费者的购买决策过程必须包括确认需求、收集信息、选择判断、购买决策和购后评价五个阶段。（错）

16、市场挑战者的策略核心是进攻。（对）

17、通过产品差异化进行的竞争称为非价格竞争。（对）

18、没有任何需求刺激，不开展任何市场营销活动时不存在产品的市场需求。（错）

19、在专家意见法中，现在应用较普遍的方法是德尓菲法。（对）20、市场营销系统处于环境与市场营销管理人员之间。（对）

21、如何选择目标市场，应根据企业的实际而定，如果企业的资源雄厚，可以考虑实行集中营销。（错）

22、市场营销学研究问题的出发点是资源的稀缺性。

（错）

23、根据顾客让渡价值理论，顾客总价值与顾客总成本之间的差距越小，顾客越满意（错）

24、根据市场的构成要素，市场的大小取决于人口、收入和支出三方面的大小（错）

25、若用冰山来描述营销与推销的关系，营销是就是露出海平面的部分（错）

二、简答题

1、竞争者的优势和劣势主要体现在那些方面？

答、（1）产品（2）销售渠道（3）市场营销（4）生产与经营（5）研究与开发能力（6）资金实力（7）组织

（8）管理能力

2、产品处于引用期应采取什么策略？

答、（1）把主要精力放在让人们熟悉产品上。（2）用名牌提携新产品。（3）采用试用的办法（4）刺激中间商推销。

3、简述影响定价的主要因素。

（1）市场需求及变化（2）市场竟竞争状况（3）政府的干预程度（4）商品的特点（5）企业状况

4、市场营销环境

答、一切影响制约企业营销的活动最普遍的因素

5、市场细分

答、按照消费者需求的差异性把某一产品（或服务）的整体市场划分为不同的子市场的过程。

6、相关群体

答、能直接或间接影响一个人的态度、行为或价值观的团体。

7、产品组合

答、企业制造或经营的全部商品的有机构成方式。

8、市场营销组合

答、企业在选定的目标市场上，综合考虑环境、能力、竞争状况对企业自身可以控制的因素加以最佳组合和运用，以完成企业的目的与任

三、选择题

1、构成现实市场的要素是相互联系、相互制约的。它包括有某种需要的人、为满足这种需要的购买能力和(A)。A、购买欲望 B、产品 C、价格 D、生产力

2、在市场营销管理哲学中，既是一种最古老的观念之一，同时也是在卖方市场条件下产生的一种观念是(B)。

A、推销观念 B、生产观念 C、产品观念 D、客户观念

3、从研究对象中抽取部分进行调查，并用调查结果来推断总体属于(A)。

A、抽样调查 B、全面调查 C、定点调查 D、纵向调查

4、海尔彩电与海信彩电之间的竞争是属于下列哪一种类型的竞争者(D)。

A、愿望竞争者 B、一般竞争者 C、产品形式竞争者 D、品牌竞争者

5、企业产品组合中所包含的产品项目的总数叫做产品组合的(B)。

A、宽度 B、长度 C、深度 D、关联度

6、认知价值定价的关键在于准确地计算产品所提供的(C)。A、全部消费者购买力 B、全部产品生产成本C、全部市场认知价值D、全部盈利比率

7、销售人员在产品售出后，主动征求顾客意见，这种关系营销的层次是(C)。

A、基本型关系营销B、鼓动型关系营销C、负责型关系营销 D、伙伴型关系营销

8、顾客关系管理起源于20世纪80年代的(C)。

A、关系营销 B、整合营销 C、接触管理 D、网络营销

9、在社会市场营销观念中，所强调的利益应该是(C)。A、企业利益 B、消费者利益 C、企业、消费者与社会的整体利益D、社会利益

10、企业最理想的一种需求状况是(C)。

A、过量需求 B、潜伏需求 C、充分需求 D、不规则需求

11、某盐业公司为了扩大盐的市场销量，开发了洗涤用盐，这属于(B)。

A、市场渗透 B、产品开发 C、市场开发 D、多元经营

12、大市场营销是为了进入特定市场所实施的营销战略，这种市场是(A)。

A、封闭或保护型 B、开放或引进型 C、自由竞争型 D、计划经济型

13、产品概念中最基本、最主要的部分是(A)。

A、核心产品 B、有形产品 C、无形产品 D、附加产品

14、消费者购买过程中介入程度低、品牌差异大的购买行为属于(B)。

A、复杂型购买 B、寻求多样化购买 C、习惯性购买 D、化解不协调购买

15、对于批较贵重的产品，由于产品品牌差异大，购买风险也大，消费者在购买时会广泛了解、收集信息，再决定购买，这是属于下列哪类购买行为(C)。

A、习惯型购买 B、变换型购买 C、复杂型购买 D、协调型购买

16、下列市场中，属于不可扩张市场的是(B)。

A、服装市场 B、食盐市场 C、化妆品市场 D、汽车市场

17、指出下列哪种市场是不可扩张市场(D)。

A、儿童玩具市场 B、家用电器市场 C、烟草市场 D、食盐市场

18、对不愿意接受访问的对象最适宜采用的调查方式是(B)。

A、电话访问 B、邮寄访问 C、人员访问 D、上门调查

19、在调查那些不愿接受访问或对访问人员抱有偏见的对象时，最有效的方法是(D)。

A、电话访问法 B、人员访问法 C、专家调查法 D、邮寄问卷法

20、影响消费者购买力和消费者支出的决定性因素是(D)。

A、国民收入 B、个人总收入 C、可任意支配收入 D、可支配收入

21、对同一种商品采用不同级别的包装，适应不同购买力水平，这种包装决策是(D)。

A、差异包装策略 B、复用包装策略 C、改变包装策略 D、分等级包装策略

22、上下级权责明确，沟通迅速，管理效率高，管理幅度逐级放宽的一种组织结构形式是(C)。

A、职能型组织 B、产品型组织 C、金字塔型组织 D、矩阵型组织

23、市场营销学对市场进行划分的依据是(C)。

A、产品类型 B、竞争形势 C、购买者及购买目的 D、购买行为

24、企业把创新产品的价格定得低，吸引顾客，提高市场占有率，这种策略是(B)。

A、撇脂定价 B、渗透定价 C、目标定价 D、加成定价

25、某食品公司租用了一个冷库，这部分租金属于存货占用成本中的(A)。

A、存货空间费用 B、资金成本 C、税金与保险费 D、折旧费用

**第三篇：市场部试题**

一、单选(每题2分)下列各题中,只有一个被选项最符合题意,请将它选出并填入括号内。

1.《招投标法》规定，招标人采用公开招标方式，应当发布招标公告，依法必须进行招标项目的招标公告，应当通过（）的报刊、信息网络或者其他媒介公开发布。A.国家指定 B.业主指定 C.当地政府指定 D.监理机构指定

2.按照《招标投标法》及相关规定，必须进行施工招标的工程项目是（）。A.施工企业在其施工资质许可范围内自建自用的工程 B.属于利用扶贫资金实行以工代赈需要使用农民工的工程 C.施工主要技术采用特定的专利或者专有技术工程 D.经济适用房工程

3.《招标投标法》规定，招标投标活动应当遵循公开、公平、公正和诚实信用的原则。公开原则，首先要求招标信息公开，其次，还要求（）公开。A.评标方式 B.招标投标过程 C.招标单位 D.投标单位

4.投标保证金一般不得超过投标总价的（）；但最高不得超过（）万元人民币。A.2%；80 B.3%；80 C.2%；60 D.3%；60

5.关于联合体投标，下列表述中正确的是（）。

A.联合体中应当至少有一方具备承担招标项目的相应能力

B.由同一专业的单位组成的联合体，按照资质等级较高的单位确定资质等级

C.联合体内部应当签订共同投标协议，并将共同投标协议连同投标文件一并提交招标人 D.联合体中标的，联合体应当指定一方与招标人签订合同

6.评标委员会由招标人的代表和有关技术、经济方面的专家组成，成员为5人以上，其中经济、技术等方面的专家不得少于成员总数的（）。A.三分之二 B.二分之一 C.三分之一 D.四分之三

7下列关于评标报告的说法中，错误的是（）。A.评标委员会完成评标后，应当向招标人提出书面评标报告 B.评标委员会完成评标后，应当向投标人提出书面评标报告 C.评标报告由评标委员会全体成员签字

D.评标委员会成员拒绝在评标报告上签字且不陈述其不同意见和理由的，视为同意评标结论

8.根据我国《招标投标法》规定，该评标委员会的人数应不少于（）。A.3人 B.5人

C.7人 D.9人

9.根据《招标投标法》和《工程建设项目施工招标投标办法》的有关规定，评标委员会提出书面评标报告后，招标人确定中标人的最迟时间是在投标有效期结束日的前（）个工作日。A.7 B.15 C.30 D.45

10.某招标人于2024年4月1日向中标人发出了中标通知书。根据相关法律规定，招标人和中标人应在（）前订立书面合同。A.2024年4月15日 B.2024年5月1日 C.2024年5月15日 D.2024年6月1日

11.我国《工程建设项目施工招标投标办法》规定，招标人应当向未中标的投标人退还投标保证金。退还的时间应在招标人与中标人签订合同后的（）个工作日内。A.3 B.5 C.7 D.10

12.招标人以招标公告的方式邀请不特定的法人或者组织来投标，这种招标方式称为（）。A.公开招标

B.邀请招标 C.议标 D.定向招标

13.合同价款可以有多种约定方式，其不包括（）。A.固定价格合同 B.可调整价格合同

C.固定价格加酬金合同 D.成本加酬金合同 14.确定中标人后（）内，招标人应当向有关行政监督部门提交招标情况的书面报告。

A、15天 B、21天 C、30天 D、35天

15.根据《工程建设项目施工招标投标办法》第15条的规定，招标人应当按招标公告或者投标邀请书规定的时间、地点出售招标文件。自招标文件出售之日起至停止出售之日止，最短不得少于（）个工作日。A.3 B.5 C.10 D.15

16.招标文件应当规定一个适当的投标有效期，以保证招标人有足够的时间完成评标和与中标人签订合同。在此时间内，投标人有义务保证投标文件的有效性。投标有效期的起始计算时间为（）。

A.投标人提交投标文件截止之日 B.招标人确定评标之日 C.投标人接到招标文件之日 D.招标文件开始发出之日

17.中标的承包商将由（）决定。A.评标委员会 B.业主

C.上级行政主管部门 D.监理工程师

18.招标人对已发出的招标文件进行必要的澄清或者修改的，应以书面形式通知所有招标文件收受人，通知的时间应在要求提交投标文件截止时间至少（）。A.5日前 B.10日前 C.15日前 D.20日前

19.FIDIC《施工合同条件》的“缺陷通知期”，是指（）。A.工程保修期 B.工程施工期 C.工程装修期 D.工程停工期

20.施工中遇到连续10天超过合同约定等级的大暴雨天气而导致施工进度的延误，承包商为此事件提出的索赔属于应（）。

A、由承包商承担的风险责任 B、给予费用补偿并顺延工期

C、给予费用补偿但不顺延工期 D、给予工期顺延但不给费用补偿

二、多选题（每题2分）。下列各题中，有两个或两个以上正确答案，请将正确答案选出，并填入括号内。1.下列可以做投标保证金的有（）。

A.现金支票 B.银行保函 C.银行汇票

D.担保单位的信用担保 E.保兑支票

2.《工程建设项目施工招标投标办法》中规定的无效投标文件包括（）。A.未按规定的格式填写的投标文件

B.在一份投标文件中对同一招标项目报有多个报价的投标文件 C.投标人名称与资格预审时不一致的投标文件

D.未按照招标文件要求提交投标保证金

E.既有法人代表或法人代表授权的代理人的签字，也有单位盖章的投标文件

3.在投标有效期内，招标人要完成（）等工作。A.资格审查 B.评标 C.投标修改 D.定标

E.与中标人签订合同

4.必须进行招标的项目包括（）。A.私人投资的高级别墅 B.外国老板投资的基础设施的项目

C.大型基础设施、公用事业等关系到社会公共利益、公众安全的项目 D.全部或部分使用国有资金投资或者国家融资的项目 E.使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目

5.施工合同文件中的说法中，正确的有（）。A.当合同文件中出现不一致时，必须重新制定合同条款

B.在不违反法律和行政法规的前提下，当事人可以通过协商变更施工合同的内容 C.变更的协议或文件，效力与其他合同文件等同

D.签署在后的协议或文件效力高于签署在先的协议或文件

E.当合同文件出现含糊不清或者当事人有不同理解时，应按照合同争议的解决方式处理

6.按照《施工合同文本》规定，在施工中由于()造成工期延误，经发包人代表确认，竣工日期可以顺延。

A.承包人未能及时调配施工机械 B.发生不可抗力

C.雨季天数增多 D.工程量变化和设计变更

E.一周内非承包人原因停电、停水、停气等造成停工累计超过8小时 7.招标人具备自行招标的能力表现为()。A.必须是法人组织

B.有编制招标文件的能力 C.有审查投标人资质的能力 D.招标人的资格经主管部门批准 E.有组织评标定标的能力

8.施工合同按照计价方式的不同可以分为()等。A.总承包合同 B.分别承包合同 C.固定价格合同 D.可调价格合同 E.成本加酬金合同

9.被宣布为废标的投标书包括（）A.投标书未按招标文件中规定封标 B.逾期送达的标书

C.加盖法人或委托授权人印鉴的标书

D.未按招标文件的内容好要求编写、内容不全或字迹无法辨认的标书 E.投标人不参加开标会议的标书

10.根据《招标投标法》，评标委员会人员组成中应满足（）。A.总人数为5人以上的单数

B.必须有政府主管部门的人员参加评标 C.技术经注专家不得少于总人数的三分之二

D.技术经济专家不得少于三人 E.技术经济专家5人以上

11.招投标活动应遵循的基本原则有（）。A.公开

B.公平C.公正

D.自愿 E.诚实信用

12.投标文件应当包括的内容有（）。

A.投标函

B.投标邀请书

C.投标报价

D.施工组织设计

E.投标须知

13.我国《招标投标法》规定，开标时由（）检查投标文件密封情况，确认无误后当众拆封。A．招标人

B．投标人或投标人推选的代表 C．评标委员

D．地方政府相关行政主管部门 E．公证机构

14.《建设工程施工合同（示范文本）》由（）组成。A.协议书

B.中标通知书 C.通用条款

D.工程量清单 E.专用条款

15.招标文件应当包括（）等所有实质性要求和条件以及拟签订合同的主要条款。A.招标工程的报批文 B.招标项目的技术要求 C.对投标人资格审查的标准 D.投标报价要求 E.评标标准

16.工程施工招投标一般划分为（）三个阶段。A.招标准备 B.招标实施 C.定标签约 D.履约 E.评标

17.建设项目招标投标的意义主要有（）。

A.基本形成了由市场定价的价格机制

B.能够不断降低社会平均劳动消耗水平

C.节约选择施工单位的时间

D.便于供求双方更好地相互选择

E.有利于规范价格行为

18.根据《招标投标法》中招标程序的规定，在发售招标文件之前需要进行的工作包括（A.发布招标公告或发出投标邀请书 B.对潜在的投标人进行资格审查 C.组织投标人勘探现场 D.成立招标组织 E.编制招标文件

19.建设工程交易中心基本功能包括（）。A.信息服务功能 B.场所服务功能。）C.集中办公功能 D.监督管理功能 E.建筑规划功能

20.开标的主持人是（），他们同时负责开标全过程工作。A.招标人

B.当地招标管理部门 C.公证机关 D.投标人代表 E.招标代理机构

三、填空：（每空1分）

1.合同的形式有书面形式、口头形式和其他形式。

2.直接工程费指人工费、材料费、施工机械使用费。

3.工程招标代理机构，其资质等级划分为

甲级 和 乙级。

4.建设工程招标方式有 公开招标 和 邀请招标。

四、简答：（每题2分）

1.施工合同的特点是什么？

1）合同标的的特殊性； 2）合同履行期限的长期性； 3）合同内容的多样性和复杂性； 4）合同监督的严格性。

2.施工合同文件的组成及解释顺序是什么？

1）施工合同协议书 2）中标通知书 3）投标书及其附件 4）施工合同专用条款 5）施工合同通用条款

6）标准、规范及有关技术文件 7）图纸

8）工程量清单

9）工程报价单或预算书。3.什么是建筑市场的主体和客体？

建筑市场的主体是指参与建筑生产交易的各方。其中包括：业主、承包商和工程咨询服务机构。建筑市场的客体即建筑产品，是建筑市场交易的对象，它既包括有形建筑产品也包括无形建筑产品。

4.什么是建设工程招投标？

建设工程招投标是在市场经济条件下，国内、外的建设工程承包市场上为买卖特殊商品而进行的由一系列特定环节组成的特殊交易活动。这些特定环节包括招标、投标、开标、评标、决标、授标、中标、签约和履约。5.公开招标与邀请招标各有何特点？各有何适用？ 答：公开招标的特点公开招标的优点是能有效地防止腐败，为潜在的投标人提供均等的机会，能最大限度地引起竞争，达到节约建设资金、保证工程质量、缩短建设工期的目的。但是公开招标也存在着工作量大，周期长，花费人力、物力、财力多等方面的不足。

邀请招标的特点

由于被邀请参加的投标竞争者有限，不仅可以节约招标费用，缩短招标时间，而且提高了每个投标人的中标机会。但与公开招标相比，由于招标的范围有限，竞争性较低，从而可能提高中标价或者遗漏某些在技术上和报价上更有优势的潜在投标人。

我国规定，依法必须进行招标的项目，全部使用国有资金投资或者国有资金投资占控股或者主导地位的，应当公开招标。对于有些不适宜公开招标的重点项目，经批准可采用邀请招标的方式。

**第四篇：市场部考核工作汇报**

市场部考核工作汇报

各位领导、各位同事大家好！

现将我县市场部的考核工作向大家做一简要汇报：

一、我县市场部考核工作发展过程

04年随着县级法人资格的取消，形成了以分公司为经营主体的新的营销模式，为了适应新营销模式的工作要求，我部在过去定量指标考核的基础上将定性指标纳入了工作质量考核，但仍以定量指标考核为主。05年为了更好地完成各项工作，使工作达到标准化、规范化、制度化，县局（营销部）制定了以科室为单位的绩效考核办法，进一步加大了定性指标在考核中所占的比重。今年，我们根据县局（营销部）两级责任质量考核办法，制定了市场部的责任质量考核办法，以实现精、细、实、深为工作目标，对各项日常工作进行细化分解，全部纳入考核，并制定完成质量标准，按工作重要程度标注权重，进一步细化完善了考核内容。

二、我县市场部现行责任质量考核情况：

我县局（营销部）采取两级责任质量考核制度，按照“一事不重罚”的原则，对各科室负责人进行考核，各科室负责人按照岗位职责对每个成员进行考核。局（营销部）对科室部门负责人的考核内容涵盖了本科室部门所有岗位工作职责，其中对市场经理的考核分为15大项93小项考核标准，市场部根据岗位工作职责对客户经理、微机管理员及内勤制定考核内容与标准进行考核，具体考核情况如下：

1、考核的原则及内容：

我部本着“依岗定责，责质效兼顾”的考核原则，按岗位将上级的工作部署和市场部工作目标、工作任务及临时工作逐项予以详细分解，将工作过程细化为小项工作目标，制定详细的工作标准、规定完成时间，按岗位分解到每个岗位每名员工。共对客户经理岗位制定了包括科学定量、名码标价、四员联动、品牌配育、客户关系管理、电子结算、市场分析、客户基础信息、客服培训、客户满意度测评、经营指标、内管工作、其他工作13大项64小项考核标准，对微机管理员岗位制定了软件基础信息维护、软件权限使用情况、其他工作3大项14小项考核标准，对内勤岗位制定了客户投诉、客户基础信息、内管工作、其他工作4大项21小项考核标准。

2、考核过程及流程：

月初，市场经理根据市场部品牌培育工作目标与经营指标确定当月工作任务，报考核领导小组批准后，本着“前紧后松”的原则分解到每日每名客户经理的头上，采取一日一通报，一周一汇总的方式，确保品牌培育目标与经营指标按时完成。

月中，市场经理按照各岗位工作责任质量考核表中的内容监督、检查本部门人员的日常工作，发现问题及时处理，并做好登记。一是通过实地走访与电话拜访的方式对客户经理的科学定量宣传、卷烟标签维护、新品牌推介等服务情况进行抽查；二是通过CRM系统查看客户经理的工作日志、客户经营分析报告等能否按时完成，是否存在应付差使现象；三是不定期检查市场部人员的学习笔记、会议记录是否详细、完整，客户经理的月分析与月总结是否认真、透彻，微机管理员与内勤对各项信息的维护是否及时、准确；四是检查局（营销部）与分公司临时安排的工作能否按时完成。

月末，市场经理首先将本部门人员的工作完成情况汇总统计，对出现问题的人员扣除相应的工作权重，然后对本月考核情况进行分析，结合零售户的满意度测评对考核工作中出现的失误以及存在的漏洞进行汇总后，撰写出考核报告，同时制定改进方案，争取在下个月度进行改进。季末还通过对本季度考核情况的对比，观察每个岗位的员工在这三个月中的工作态度和方法是否有所转变，工作业绩是否有所提升，对提高较快的员工，通过采取奖励权重、通报表扬等方式进行褒奖，对工作中停滞不前、上进心较差的员工，通过扣除权重对其进行处罚。

月末终了两日内，市场经理将当月考核情况上报局（营销部）考核小组，考核小组接到市场部上报情况后，两日内对市场部工作进行考核。

三、考核成果及存在问题：

1、考核成果：

通过质量考核，我部的各项工作得到了优质化提升，部门员工也体会到了收入靠贡献，工作比业绩的真谛，工作积极性、竞争意识明显增强，为我部今年各项工作的顺利开展以及按时完成分公司下达的经营目标打下了坚实的基础。

2024，我部的万人月销量达到了？？万支，每万人比去年增加了？？万支；实现利润？？万元，同比增长？？%；单条价格？？元，每条比去年增加了？？元，超分公司下达指标？？元；共销售软红塔

山与紫云烟？？万支、七匹狼（豪情红）？？万支，完成年进度分别为？？%与？？%；省局十一种烟共实现销售额？？万元，完成年进度的？？%。

2、存在问题：

（1）、因为既要考虑营销部下达的任务目标，又要考虑区域之间的差异，所以对定量指标的分配不易掌握。

（2）、在定性指标的考核中，对完成的质量标准不易界定。以上是我部现行的两级责任质量考核办法，若有不妥之处，请各位领导和同事提出宝贵意见。谢谢！

**第五篇：市场部考核标准**

市场部绩效考核标准

市场部经理：

一、市场部客户量占店面总客户量的百分比：80%以上合格；90%以上优秀（80%即得80分；

60%即60分）

二、市场部签单量占店面总业绩的百分比（不含关系客户）：70%以上合格；80%以上优秀（80%

即得80分；60%即60分）

三、员工满意度：80分以上合格；90分以上优秀（80分即得80分；60分即60分）

四、重点小区的开发情况：公司签单户数占总装修户数的百分比：5%以上合格；7%以上优

秀（1%即得10分；5%即得50分）

五、如犯严重、原则、重复性错误，相应的扣分（从10分到全部分数）

业务主管：

一、重点小区的开发情况（客户资料占30分；小区广告占30分；渠道建设占40分）

二、所负责小区选择主要竞争公司的客户有无到过我们公司(一个客户扣10分)（主要竞争对

手康德、东易、城市人家、万泰）。

三、每月客户量：每月最少保证十批客户（10批客户以内不加分，10批客户以上每增加一批

加5分）

四、每月签单量：是否完成当月任务（完成任务的百分比，80%即得80分；150%即得150

分）

五、如犯严重、原则、重复性错误，相应的扣分（从10分到全部分数）

业务人员：

一、每月客户量：每月最少保证十批客户（10批客户以内不加分，10批客户以上每增加一批

加5分）

二、每月签单量：是否完成当月任务（完成任务的百分比，80%即得80分；150%即得150

分）

三、如犯严重、原则、重复性错误，相应的扣分（从10分到全部分数）

以上考核作为公司评选优秀市场部员工的标准，同时也是选拔优秀管理人员的标准，希望大家在团结合作的基础上各负其责，让自己综合能力迅速提升，为公司为个人承担起更大的责任。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找