推销员职业技能鉴定考试指南

劳动和社会保障部
中国就业培训指导中心 组织编写

中国环境科学出版社

推销员职业技能鉴定考试指南

劳动和社会保障部
中国就业培训指导中心 组织编写

中国环境科学出版社

图书在版编目（CIP）数据

推销员职业技能鉴定考试指南/郭国庆、桑桂玉主编．－北京：中国环境科学出版社，1999

ISBN 7-80135-883-X

Ⅰ．推……Ⅱ．郭…桑…Ⅲ．推销-工作人员-职业技能鉴定-考试指南

Ⅳ．F713．3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（1999）第 43019 号

推销员职业技能鉴定考试指南

郭国庆、桑桂玉主编

中国环境科学出版社出版

（100036 北京市海淀区普惠南里 14 号楼）

北京密云红光印刷厂印刷

各地新华书店经售

*

1999 年 9 月第一版　　开本 850×1168 1/32

1999 年 9 月第一次印刷　　印张 6．5

印数 1—12000　　字数 180 千字

ISBN 7—80135-883-×Z·409

定价：10．00 元

编审委员会

主任：陈宇　杨岳全

委员：陈宇　杨岳全　赵伯雄　邝鸿　成栋　张斌

编写委员会

主　　编：郭国庆　桑桂玉

编写人员：郭国庆　桑桂玉　李先国　牛海鹏　刘书
杜强泉

前　言

为适应全国推销员职业技能鉴定考试的要求，根据《推销员国家职业标准》和《推销员职业技能培训鉴定教材》的内容，我们组织专家编写了《推销员职业技能鉴定考试指南》。《指南》突出了“需要什么，写什么”的指导思想，分为考试目的、内容与要求，鉴定点及模拟试题（附参考答案），应试指导三部分内容。《指南》是对培训教材的补充、提炼和完善，对帮助考生理清思路，把握重点，提高应试能力有具体的指导作用。考试指南中所列模拟题供考生练习和复习时参考。

参加本指南编写的有中国人民大学工商管理学院郭国庆、李先国、牛海鹏、刘书、杜强泉，劳动和社会保障部桑桂玉等；参加审定的有陈宇、杨岳全、赵伯雄、邝鸿、成栋、张斌。由于时间仓促，可能有不当之处，敬请各位指正。

《推销员职业技能鉴定考试指南》编审委员会

一九九九年九月

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

目　录

第一部分　考试目的、内容与要求…… (1)
一、基础知识…… (2)
二、初级推销员知识与技能…… (7)
三、中级推销员知识与技能 …… (20)
四、高级推销员知识与技能 …… (31)
第二部分　鉴定点及模拟试题 …… (41)
一、鉴定点 …… (42)
(一) 初级推销员理论知识考核鉴定要素细目表…… (43)
(二) 初级推销员技能考核鉴定要素细目表…… (50)
(三) 中级推销员理论知识考核鉴定要素细目表…… (55)
(四) 中级推销员技能考核鉴定要素细目表…… (62)
(五) 高级推销员理论知识考核鉴定要素细目表…… (67)
(六) 高级推销员技能考核鉴定要素细目表…… (76)
二、模拟试题 …… (83)
(一) 初级模拟题…… (83)
(二) 中级模拟题 …… (122)
(三) 高级模拟题 …… (156)
第三部分　应试指导…… (190)
一、指南、教材、标准的关系…… (191)
二、命题思路及原则…… (191)
三、考前复习的方法…… (192)
四、应试技巧…… (193)

第一部分

考试目的、内容与要求

一、基础知识

第一章　相关法律知识

一、考试目的

通过本章内容的考试，主要检验考生对经济法律、行政法规的了解情况；检验考生对劳动法的理解和掌握情况；检验考生对价格法的了解情况；检验考生对消费者权益保护法的了解情况，对消费者的权利、经营者的义务及违法责任的熟悉、掌握情况；检验考生对反不正当竞争法的了解情况，对不正当竞争行为应承担的法律责任的掌握情况；检验考生对经济合同法基本知识的了解和熟悉情况，对经济合同的订立、履行、变更和解除知识的了解情况，对违反经济合同应承担的法律责任的掌握情况；检验考生对我国票据法的了解情况，对票据使用规定的掌握情况；检验考生对商标及商标法的基本了解，对商标管理及商标专用权保护知识的熟悉情况；检验考生对产品质量管理和产品质量责任的法律规定的了解和熟悉情况；检验考生对广告法准则和广告活动管理以及违反广告法应承担的法律责任的了解和熟悉情况。力求使考生在推销活动中具有较强的法律意识。

二、考试内容与要求

（一）经济法律和行政法规知识

要求考生了解经济法律的调整对象、经济法律关系的要素，熟悉经济法律关系的产生、变更、终止和法律事实；要求考生了解行政法规的调整对象，了解和熟悉行政法规的分类、行政法律关系；

认识和了解行政法的作用。

（二）劳动法知识

要求考生认识和了解我国劳动法的基本原则，熟悉其要求；了解劳动法律关系的主题、内容、客体；掌握劳动合同内容，以及无效劳动合同的认定；熟悉劳动合同的终止和解除；了解集体合同的概念；了解劳动法中工作时间、休息休假时间制度的规定。

（三）价格法知识

要求考生了解我国目前价格分类，了解经营者价格行为、政府定价行为，政府监督、检查价格行为，熟悉违反价格法应承担的法律责任。

（四）消费者权益保护法知识

要求考生熟悉和掌握消费者权益保护法的概念及消费者权益保护法的适用范围；掌握消费者所具有的知悉权、选择权、公平交易权、获得损害赔偿权、监督控诉权及其他权利；熟悉和掌握经营者应承担的具体义务；要求考生熟悉和掌握违反消费者权益保护法应承担的民事责任、行政处罚和刑事责任。

（五）反不正当竞争法知识

要求考生掌握反不正当竞争法的立法目的，熟悉不正当竞争行为的特征；熟悉不正当竞争行为所包括的欺骗性、贿赂性、盗窃性、强制性、利诱性、诽谤性等六种情况；掌握不正当竞争行为应承担的民事责任、行政责任和刑事责任。

（六）经济合同法知识

要求考生了解经济合同的概念及特征，熟悉经济合同的种类及经济合同法的适用范围；了解和熟悉经济合同订立的原则、程序和经济合同的主要条款；熟悉对无效经济合同的确认和处理方法；熟悉经济合同变更和解除的具体情况；掌握违反经济合同应承担的法律责任。

（七）票据法知识

要求考生了解我国三种票据，即汇票、本票、支票，他们的一

般原理、分类，掌握三种票据对内容和使用的规定。

（八）商标法知识

要求考生了解商标的概念、商标的分类、商标禁止使用的文字、图形及商标立法情况；了解和熟悉商标注册的概念、必须注册的商标、商标注册的主体、申请商标注册的方法；了解注册商标的续展、转让和使用许可知识；掌握商标管理、商标专用权的保护等知识内容。

（九）产品质量法知识

要求考生了解和熟悉产品质量管理的法律规定，了解和熟悉产品质量责任的法律规定；要求考生掌握违反产品质量法应承担行政责任、经济责任和刑事责任。

（十）广告法知识

要求考生了解广告准则的含义，掌握广告的基本要求；熟悉广告准则对广告内容与形式的一般要求；了解广告发布管理和广告审查管理的内容；熟悉广告违法行为及其法律责任。

第二章　市场营销基础知识

一、考试目的

通过本章内容的考试，主要检验考生对市场和市场营销的概念的理解情况；检验考生对市场细分、目标市场选择的理解情况；检验考生对市场定位的含义的了解情况；检验考生对市场竞争中竞争者分析、竞争者反应、竞争对策的掌握情况；检验考生对顾客购买心理的理解情况，包括对消费者心理活动的过程、顾客个性心理、需求和动机的类型、购买行为的类型的理解情况；检验考生对人员推销的了解和熟悉情况，对人员推销特点、结构、规模的掌握情况。力求使考生对市场营销基本原理能有较全面的了解、熟悉和掌握。

二、考试内容与要求

（一）市场营销概述

要求考生理解市场和市场营销的概念，市场与市场营销的相互关系；了解市场营锦观念的发展过程，掌握市场营销观念和社会市场营销观念的含义；掌握市场营销组合的含义，市场营销组合的构成，以及市场营销组合的特点。

（二）目标市场营销

要求考生了解目标市场营销的发展由来；掌握市场细分的客观基础、市场细分的利益、消费者市场细分的依据、产业市场细分的依据以及市场细分的有效标志；掌握三种目标市场涵盖战略，以及企业在选择时须考虑的五个方面的主要因素；理解市场定位的含义，掌握市场定位的三个步骤，以及市场定位的四种方法；理解市场竞争战略，掌握竞争者分析，确定竞争者的目标与战略，判断竞争者的市场反应，选择企业应采取的对策，企业的竞争情报系统。以及现代市场营销理论的四种企业竞争定位。

（三）购买心理

要求考生理解消费者心理活动过程的三个方面，即认识过程、情绪过程和意志过程；理解消费者个性心理的含义；了解消费者需求和动机的分类，理解消费者购买动机的类型；掌握消费者购买行为的类型。

（四）人员推销

要求考生理解人员推销的含义、形式；掌握人员推销与其他促销方式相比的特点；掌握人员推销组织结构的四种类型，及区域式结构、产品式结构、顾客式结构和复合式结构；了解人员推销规模的重要性，掌握确定人员推销规模的三种方法，销售百分比法，销售能力法和工作量法。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

第三章　社交礼仪知识

一、考试目的

通过本章内容的考试，主要检验考生对推销活动中社交基本原则的理解和认识情况；对推销中社交礼仪知识的熟悉、掌握情况；对推销社交礼仪中仪表、举止、谈吐的了解和熟悉情况；对推销社交中介绍礼仪、称呼礼仪、握手礼仪的了解和熟悉情况；对社交礼仪中，通信礼仪、电话礼仪、赴宴礼仪的了解和熟悉情况；检验考生对社交礼仪中名片的作用的理解和对名片使用的熟悉情况。力求使考生明确作为推销人员应了解、熟悉和掌握必要的社交礼仪知识，以更好地为推销工作服务。

二、考试内容与要求

（一）推销中社交的基本原则

要求考生明确，推销员的推销活动要符合一般社交活动的基本道德规范。推销人员在推销工作中要坚持五个原则，坚持互惠原则、平等原则、信用原则、相容原则和发展原则。

（二）社交基本礼仪的要求

要求考生熟悉和掌握推销社交礼仪的基本要求，包括仪表礼仪要求、举止礼仪要求、谈吐礼仪要求以及推销中介绍、打招呼、握手礼仪的要求；掌握通信礼仪的基本要求、打电话和接电话的基本礼仪、出席宴请和招待宴请的基本礼仪；认识名片的重要性，熟悉和掌握名片的日常几种使用。

二、初级推销员知识与技能

第一章　销售

一、考试目的

通过本章内容的考试，主要检验考生对推销活动四个过程及其内容、基本特征的了解、理解；对推销准备活动的认识，掌握程度；对访问顾客，异议处理以及建议成交活动的理解程度。力求使考生对推销活动过程的基本内容和应注意的问题能够认识清楚，理解准确，掌握熟练。

二、考试内容与要求

（一）推销准备的重要性和内容

要求考生能清楚明白地意识到推销准备的好坏直接关系到推销整个活动的成败；能了解推销准备活动主要包括的三方面内容；第一是推销员的自我准备，要求推销售员应把握四个原则；第二是推销员要对产品充分认识，对自己的产品充分了解的基础上，树立信心；第三是对顾客要做好应有的准备，不但要把握不同类型的顾客而且要因势利导，寻找潜在顾客；要求考生要熟悉和掌握推销对象的多样性，推销主体的主动性。

（二）访问顾客的内容和应注意的问题

要求考生了解、掌握访问顾客阶段的内容；认识到拟定访问计划的重要性以及应注意的事项；掌握约见顾客的几种方法；理解如何面对顾客的冷淡态度以及怎样打破冷淡气氛等问题；掌握、理解在给顾客示范过程中应注意的问题；要求掌握激发顾客的购买欲望

所应采取的策略。

（三）异议与处理异议

要求考生理解异议是推销过程中常遇到的现象，推销员不仅要接受，更要欢迎；掌握处理异议的态度和采取的策略，对各种策略要熟记于心，灵活运用。

（四）建议成交

要求考生了解建议成交是整个推销工作中的关键时刻，对顾客的购买信号要推销员及时判断、把握；要求考生掌握建议成交的各种策略，每种策略适用的情形，适用的条件、场合等；要求考生了解缔结条约时所应注意的几个问题。

第二章　谈判

一、考试目的

通过本章内容的考试，主要检验考生对谈判过程的认识和常握情况；对于开局阶段的方式，应考虑的因素的认识理解水平和掌握程度；对报价策略和技巧的认识和掌握情况；以及对磋商阶段的策略与技巧的把握情况。通过考试，力求使考生对谈判的程序、内容以及谈判中谈判人员所应注意的问题和谈判技巧、策略有清楚、明晰的认识、理解和把握。

二、考试内容与要求

（一）开局

要求考生充分认识到开局的方式是制订开局策略的核心问题，而谈判人员的所作所为是左右谈判开局的重要因素；要求考生充分认识到最为理想的开局方式是以轻松、愉快的语气先谈些双方的容易达成一致意见的话题；要求考生掌握怎样避免一开局就陷入僵局；要求考生正确理解开局阶段所应考虑的因素，准确判断双方企

业在不同的关系下，应建立怎样的开局气氛，采用怎样的语言及内容进行交谈以及何种交谈姿态，要求考生准确把握在双方不同的谈判实力下，谈判人员应采取的姿态，以及应营造怎样的气氛和采用怎样的语言；要求考生掌握“破冰”期所持续的时间应根据谈判和谈判期限的长短来区别对待。

（二）报价

要求考生理解商务谈判中的报价是指有关整个交易的各项条件，并非仅指价格条款，充分认识报价是谈判过程中的核心问题之一；要求考生理解先报价的利与弊，以及在何时先报价利大于弊，能对具体例子做出正确的判断；要求考生掌握报价必须遵循的几个原则；要求考生能明确区分西欧式报价与日本式报价的基本特征以及他们各自运用的场合。要求考生掌握报价解释“十六字”方针的含义以及对待对方报价所应采取的策略。

（三）磋商

要求考生理解磋商阶段的重要性，明白磋商也是谈判过程中的核心问题之一，在这个阶段谈判的策略是与技巧最为丰富多彩。这个阶段的策略与技巧主要体现在三个方面的策略与技巧上，即：让步、阻止对方进攻、以及迫使对方让步；要求考生重点掌握八种常见的让步策略，了解八种策略是怎样的策略，掌握他们各自的基本特征，适用范围，各自的优缺点，通过了解掌握，使考生充分认识让步艺术性的重要性；要求考生明确影响让步策略选择的三大因素，以及其它三种让步策略：予远利谋近惠的让步策略、互利互惠的让步策略和己方丝毫无损的让步策略，要求考生掌握这三神让步策略所适用的情况以及运用时所需采用的技巧和注意的问题；要求考生掌握阻止对方进攻所采取的两种办法，其一是采用限制因素，主要是权力限制和资料限制，其二是以攻对攻阻止进攻的策略，要求考生对限制性因素的适当采用有明确的认识并且能了解、掌握以攻对攻策略运用的基本做法；要求考生明确在采取迫使对方让步策略中所应注意的问题即怎样迎战对方“脑际风暴”的战术和如何处

理对方的“最后通牒”战术。

第三章　公关

一、考试目的

通过本章内容的考试，主要检验考生对人际关系形成的过程、推销活动中人际关系形成的过程的认识和把握，对人际吸引的基本规律的理解和掌握情况；考查考生对公关几种专题活动的了解和把握情况。力求使考生对企业公关关系的基本原理、公关活动的内容有基本的了解、认识和掌握。

二、考试内容与要求

（一）人际交往的过程、人际吸引的规律

要求考生了解人际关系形成的三个阶段即相遇感知阶段、表面接触阶段和深入交往阶段，三个阶段各自的特点，以及随着人际交往的深入划分的三种水平：合作水平、亲密水平和知心水平。要求考生掌握三种水平的特点以及在推销活动中，推销人员与不同的客户相应处于哪种水平上；要求考生了解推销活动中人际关系形成的过程包括寻找顾客、接近顾客和推销洽谈三个阶段，以及推销人员在不同阶段所应具备的素质、应完成的任务；要求考生重点掌握人际吸引的几个基本规律，正确分析各种不同的人际关系，调节不融洽的人际关系，深入发展于自己事业有利的人际关系。要求考生掌握人际吸引规律产生的原因，发生作用所要求的条件该注意的问题；要求考生了解人际吸引的个人特征所包含的内容。仪表因素的重要性、内在美和仪表美的关系、内在品质因素主要表现在哪三个方面以及能力因素对人际吸引的作用。

（二）公关专题活动

要求考生了解掌握几种常见的公关专题活动。要求考生了解、

明确展览会的特点；按不同的标准区分展览会的类型，以及各种类型的特点、优点和缺点；了解举办展览会应注意的问题。要求考生了解、掌握记者招待会是公共关系人员用来广泛宣传某一消息的最好工具之一；明确记者招待会的特点；了解记者招待会前所应考虑各项准备工作，对记者招待会的地点、时间的选择、对主持人和发言人素质的要求，以及记者邀请的范围的择定；明确记者招待会中的注意事项。要求考生了解、掌握宴请的目的、名义、对象、范围和形式；明确宴请时间，地点所遵循的原则和注意的问题；了解发出宴请邀请的方式，请柬的各项事宜；了解宴请的选菜，菜肴的道数和份量安排；明确宴请的程序以及现场工作安排；了解掌握在宴会服务中所应注意的几个问题。要求考生了解，掌握交际舞会也是一种社交活动，也是公共关系部门经常举办的联谊活动的一种形式；明确舞会组织工作所应注意的各项事宜；了解，掌握参加舞会应注意的各个事项，包括着装、邀舞的礼仪、舞姿以及遵守舞会秩序等。要求考生了解、掌握除四种常见的公关专题活动以外的其他活动；了解文艺演出及电影招待会等组织活动所应遵循的程序，以及各个程序中所注意的问题；了解在组织参观旅游活动中所应注意的问题包括项目的选定、安排布置和陪同人员的选定等；了解签字仪式所适用的场合、双方签字人的身份，参加人员以及文本准备工作的内容；了解会议组织的形式，以及注意事项；了解召开座谈会所应注意的事宜包括准备工作、人员名单、通知工作和后勤准备工作。

第四章　服务

一、考试目的

通过本章内容的考试，主要检验考生对提高服务质量的重要性的认识和理解程度；对服务种类、内容和注意事项的认识。理解水

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com