

2009年物流师资格考试应试方法物流师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/617/2021\\_2022\\_2009\\_E5\\_B9\\_B4\\_E7\\_89\\_A9\\_c31\\_617390.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/617/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E7_89_A9_c31_617390.htm) 把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线考试中心

1.单项选择题特点分析与对策 单项选择题要求考生从四个备选答案中选择一个正确的或最符合题意的答案，是知识和能力的考查，耗时最多，是影响成绩的主要部分。单项选择题一般考核考生知识点的掌握情况，也有物流理论和实践的分析。

单项选择题的评分原则是：严格按标准答案给分，由机器阅卷。因此，考生只能选定唯一的答案，即便是在答案不明确或有些模棱两可的场合，也只能选定一个答案。在单项选择题中，有很大一部分是考查考生对基本知识的综合分析和灵活运用，能够较全面地了解考生发现问题、分析问题和解决问题的能力。这类问题形式灵活，考生不可能直接在书本上找到直接答案，而必须由考生作出独立的分析和判断。

例题：采购合同的终止，是指由于某种法律事实的出现而使得采购合同当事人之间已经存在的()关系不复存在。 A.买卖 B.权利、义务 C.合同 D.合作 分析：这是一个考生较难准确作答的考题，区分买卖关系与权利义务关系是一个难点。粗略看，除了答案D明显错误外，A，B，C似乎都可以作为答案。只有在搞清楚了买卖关系与权利义务关系的区别，认识到采购合同双方除了买卖关系外，还附有运输、保险、包装以厦售后服务等相关条款，这些和买卖关系结合在一起构成了双方的权利义务关系。因此，本题答案为：B. 2.多项选择题

**特点分析与对策** 单项选择题的基本解题技巧完全可以用到多项选择题上来。不过，多项选择题作为一种复杂的选择题形式，测试方式更为灵活，要求考生有较广的知识面，能将各种知识融会贯通，灵活运用，具有一定程度的洞察力、判断力以及系统思维能力。因而，多项选择题常常使考生感到难以把握。多项选择题有以下特点：一是把相关度较弱的物流知识集合在一道考题中，要求考生在解答中同时调动各部分物流知识。二是多项选择题主要为需要记忆的内容。例题：下列关于质量及采购质量的叙述中，正确的是( )。 A.质量是反映实体满足需要的能力的特征总和 B.质量是通过技术因素和经济因素来决定的 C.在采购活动中，最好的质量导致最有竞争力的产品 D.采购质量的好坏从源头上影响企业最终产品和服务的质量 分析：这道题主要考查考生对质量及采购质量含义的理解。质量是一个广义的概念，因其对象不同而有所不同。一般说来，质量是反映实体满足明确或暗含的需要的能力的特征总和(选项A)，它由技术因素和经济因素来决定(选项B)。企业必须重视采购环节的质量管理，因为它在很大程度上决定了最终产品和服务的质量(选项D)。在具体的活动中，我们所追求的是最适度的质量而不一定是最好的质量，以免产生不必要的开支，所以答案应为ABD。

**3.计算题** 拥有大量的计算题是物流技能鉴定的显著特点。长期以来，将实际物流问题中涉及的各种经济关系用数学模型的方法进行仿真研究，并运用各种计算方法和手段进行数据处理，是获得理想物流方案的重要途径。因此，物流人员应具备一定的操作计算能力。物流领域极广的涉及面，造成物流数学模型的多样化，而且不少数学模型解题方法涉及较深的数学知识。这是

不少考生感到此类试题难度大的主要原因。本《指南》对计算题类型作了明确规定，这是鉴于物流操作技能计算题类型和解题方法的多样性，同时考虑到职业技能鉴定的可操作性。今后，随着鉴定点的调整，这部分考核内容和项目还会作相应调整。

#### 4.案例分析题的特点分析与对策

案例分析题是一种没有绝对明确的标准答案的主观类题型。案例分析题的测试是对考生相关理论掌握、实践经验、系统思考与分析、观点组织与文字表达等综合能力的检验。案例分析题一般给出了篇幅较长的仿真情景材料。案例分析题的基本特征：一是要要求考生能抓住本质，分析透彻，要有逻辑性。二是要按一定的步骤解答。如通过材料分析，明确案例所表现的本质问题，说明造成问题的主要原因，拟采取的各种对策、方案和最后的结论。三是考生可以自己提出思路。但是，大多数出题者考虑到阅卷的统一性、方便性，常预先设置一些问答题、选择题，这就要求考生理解命题人的内在意图，在多方位、深层次地思考和分析问题的基础上，明确提出自己的观点，并进行严密、清晰的论述。案例分析题解答前先要明确回答问题的角度，如当事人的角度、旁观者的角度、一般读案例材料人的角度。案例分析题的答题思路是：首先进行问题的界定，即发现问题。有些案例分析题情景材料阅读后要进行评论，总结和评价其解决问题过程中的得失或经验教训。其次进行问题产生原因的分析，即找出问题的论据。这类案例材料只是描述了一个复杂的情景，考生的任务是从案例给定的各种表象症状中确诊出所存在实质性问题，然后分析原因，提出对策。问题诊断错误或者诊断不明，就易使所进行的案例分析偏离主题，或者就事论事，缺乏深度。最后为解决问

题对策的提出与论据。有些案例分析题要求解决的问题已告知考生，考生通过对问题产生原因的分析 and 备选方案的权衡比较，选定或综合出最有效的解决方法。例题：1. IBM是全球最大的应用软件供应商，ISV(独立软件供应商)是独立开发人员组成的技术服务支持公司。ISV与IBM相比是小型的、非产品型服务商，但是他们在独特的领域，比如“生态系统”，可以为IBM这样的超大型公司的产品提供附加市场价值的服务。IBM决定与ISV实行非竞争性合作，将开发与营销领域的力量联合起来，分散商业风险，提高总体利润。IBM在中国市场上将继续与ISV合作作为扩大在中国市场份额的重要策略。

2. 在过去数年里，IBM公司秉承对国内应用软件开发商的承诺，向ISV提供了先进的软硬件产品、技术以及丰富的行业经验与专业服务，组建了完整的ISV支持构架，有专职的ISV销售和市场人员以及专门的ISV支持部门和解决方案咨询专家，为ISV提供各种专业的服务。ISV同IBM结盟，不仅可以掌握IBM的软件开发、管理项目实施技术，使用IBM先进的开发平台，还可以提高自己的应用软件产品性能及竞争性，进行自己规范化的市场营销和运作，树立自身品牌形象，扩展商业渠道，扩大市场份额，创造更多的市场机会。目前，IBM的ISV合作伙伴已达到100多家，涉及电信、金融、保险、政府、生产流通等各个行业，提供从办公自动化到全国性电子商务应用的全方位的解决方案，价值数千万美元的IBM软件、硬件产品正由IBM的合作伙伴赋予新的价值后交到客户手中。

3. 专门针对中国ISV的解决方案提供中心(SEC)成立于1998年年底。SEC是一个非营利性的技术机构，IBM每年向该中心投入巨资，建立设备齐全的实验室，免费让ISV进行应

用开发和测试。但是，SEC不同于一般的产品支持部门，它不开发成型的产品，而是为ISV提供模板，即半成品，旨在帮助ISV利用这些模板开发出针对不同行业的应用解决方案。SEC的优势在于技术开发，而不是仅限于提供解决方案。从实际角度来看，IBM作为一个厂商，拥有强大的技术后盾，但不可能对所有行业都了如指掌，需要将IBM的技术优势和ISV的行业知识结合在一起，为最终用户提供应用解决方案。

4. SEC的主要任务是帮助ISV将自己的产品与IBM先进的软件技术相结合，向他们提供咨询、支持、测试和培训，并在市场推广方面助其一臂之力，帮助他们完成销售任务。具体而言，其职责包括合作应用开发应用架构咨询与设计、产品快速入门培训、移植测试支持以及提供培训课程等。

5. 所谓合作应用开发，不是指IBM与ISV共同开发产品或应用，而是SEC根据市场需求和IBM产品状况，借鉴国际同行业、同类型解决方案的构造经验，结合IBM技术和产品优势，构造一个通用的解决方案模板。这些模板只是SEC开发出的“半成品”，而ISV可以利用现成的模板进行产品或应用开发，从而加速开发进程，使他们的产品或应用能够尽快进入市场，投入生产和运行。现在SEC已经开发出一些模板并提供给合作的ISV使用，如Easyportal、EasuCICS等。SEC有相应的资料和光盘来介绍这些模板和提供源代码，并且会定期更新。ISV也可以申请与SEC合作开发这些模板，尤其是在SEC没有现成的模板而市场又极为需要的时候。ISV的JAD申请获得批准以后，SEC将分配一个负责人专门管理JAD项目，与ISV讨论目前的应用状态，征询相关IBM业务代表的意见，确定JAD目标和计划，然后进行合作开发。JAD实际上是与ISV建立一种更

密切合作关系的“入口”，建立JAD关系以后，ISV可以享用SEC能提供的所有资源，利用IBM的品牌进行市场推广，实现收益最大化。问题：1.IBM为什么要和比自己规模小得多的ISV合作? 2.维持合作伙伴关系的途径。分析思路：成功的供应商合作伙伴关系能够促使供求双方共同进步，达到双赢。案例中IBM和ISV的成功合作就是例子之一。双方相互信任，技术共享，信息共享，从而为共同的目标努力。解答：1.IBM虽然规模大，但是ISV在信息技术领域中的独立合伙人性性质使其具有非常灵活快速的技术服务支持能力。IBM在这方面需要与ISV合作的关键是IBM市场营销与ISV的开发优势相结合。一般来说，技术与市场能力差异化越大的商业伙伴越容易导致合作。2.商业合作的基础是稳定的利益关系和诚信，具体表现为：(1)高级管理层向合作伙伴展示坚定的责任感，并在各级员工中灌输同样的责任感。(2)合作伙伴优势互补，提出共同目标，并且能为客户带来增值服务，而这是依靠任何单独一家都不能做到的。合作的价值来源于将各自的能力联合起来，创建新的利润增长点，扩展新市场，相应扩大各自的收入来源。(3)成功的合作关系都有正式的商业合同保证，确定了远景目标与财务目标，以及解决冲突的办法，这是合作双方的法律保障。同时，只有经过仔细协商，合作双方才能实现协议规定的目标，为资源的投入制定严格的需求(如培训、技术和市场支持)，并确定如何维持同盟关系。(4)健康互利的合作关系需要时间上的投入，并且还需要有一个支撑基础设施。在成功的合作伙伴关系中，由公司的高层管理人员负责一切。他们设置明确的盈利目标，定期召开会议监控进展过程，并建立衡量合作关系发展状况的机制。矛

盾总是不可避免的，需要在刚出现时就解决它们，不允许这些矛盾影响和破坏合作关系。(5)只有每个合作伙伴都成功了，才能说合作是成功的。联盟不应只成为其中一方实现销售目标的手段。合作双方应该在享受利益和承担风险方面处在同一个责任层面上。(6)合作伙伴关系应该具备足够的灵活性，以适应不断变化的市场环境，这样就可以在必要时做出适当的调整 and 变化。总之，合作的目的是双赢。随着合作伙伴的逐渐成功，个人也会获得同步的成功。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)