

河北省职业院校技能大赛

数字营销商业分析赛项样题

第一部分 大数据技能

一、单项选择

1、ABC 分析法是一种分类管理的思想对商品进行 ABC 等级划分以下对于 ABC 类商品定义正确的是？

- A. A 类商品:主导销售的商品
- B. B 类商品:陪衬商品
- C. C 类商品:辅助销售的商品

2、大数据项目分析流程分为 1. 业务理解 2. 数据预处理 3. 报告撰写 4. 数据收集 5. 数据分析与挖掘。以下排序正确的是？

- A. 13245
- B. 14253
- C. 14523
- D. 14352

3、以下哪个选项为数据预处理最常见的方法？

- A. 数据集成
- B. 数据变换
- C. 数据清理
- D. 数据规约

4、以下哪个选项不属于大数据消费者洞察的特点？

- A. 全面性

B. 静态性

C. 真实性

D. 方便性

5、企业大数据项目分析流程包括以下步骤（）（单选题）

A. 数据收集-业务理解-数据分析与挖掘-数据预处理-报告撰写

B. 数据收集-业务理解-数据可视化-数据挖掘-报告撰写

C. 业务理解-数据收集-数据预处理-数据分析与挖掘-报告撰写

D. 业务理解-数据收集-数据清洗-数据挖掘-数据可视化

6、下列哪个是不完整数据产生的原因（）（单选题）

A. 数据收集工具的问题

B. 数据收集时缺乏合适的值

C. 数据传输中产生的错误

D. 数据源不同所致

7、哪一项不属于数据缺失值处理的方法（）（单选题）

A. 以业务知识或经验推测填充缺失值

B. 以同一指标的计算结果（均值、中位数、众数等）填充缺失值

C. 以不同指标的计算结果填充缺失值

D. 数据格式统一

8、（）由柱状图和折线图组合而成，反映数量和比率之间的趋势关系。

A. 双轴图

B. 桑基图

C. 旭日图

D. 堆叠柱状图

9、一般采用（ ）标识事物发展变化的时间趋势和规律。

A. 散点图

B. 折线图

C. 饼图

D. 柱状图

10、下列文档中属于结构化数据的是（ ）

A. MySQL 文档

B. PDF 文档

C. JPG 文档

D. TXT 文档

二、多项选择

1、以下哪项是大数据在营销领域应用特点？

A. 营销科学化

B. 营销个性化

C. 营销围绕数据展开

D. 营销普通化

2、在 RFM 模型指标特征中，“重要价值客户”所对应的指标特征为？

A. R-高

B. R-低

C. F-高

D. F-低

E. M-高

3、在 RFM 模型指标特征中，“流失客户”所对应的指标特征为？

A. R-高

B. R-低

C. F-高

D. F-低

E. M-低

4、以下哪些选项属于电商销量预测模型的方法？

A. 主观观测

B. 人为学习

C. 时间序列

D. 机器学习

5、数据分析的类别一般包括（）

A. 诊断性分析

B. 指导性分析

C. 验证性分析

D. 描述性分析

E. 预测性分析

6、10. 常用的分类算法有支持向量机和（）

A. ARIMA

B. 关联规则

C. 朴素贝叶斯

D. K-means

E. 决策树

7、以下哪些可以作为企业经营管理相关数据来源（ ）

A. 内部填报数据

B. 调查数据

C. 第三方发布数据

D. 企业信息管理系统数据

E. 专业网站数据

8、12. K-means 聚类效果的评估指标有（ ）

A. R^2 决定系数

B. 轮廓系数

C. AUC 面积

D. DBI

E. 精确度值

9、1. 用户画像的作用有（ ）。

A. 指导设计团队产品优化

B. 把握用户需求

C. 定制个性化服务

D. 提供精准营销方案

10、以下属于词云图要素的是

A. 颜色

B. 字号

C. 词汇

D. 字体

三、判断题

1、哈夫从消费者的立场出发，认为消费者前往某一商业设施发生消费的概率，取决于该商业设施的营业面积、规模实力和时间三个主要要素。

2、ABC 分析法又称为帕累托(巴雷特)分析法、主次因分析法、分类管理法、物资重点管理法等。

3、在聚类分析中，簇内的相似性越大，簇间的差别越大，聚类的效果就越差。

4、决策树是一种有监督的机器学习算法。

5、挖掘数字变化背后的真正影响因素，才是数据分析洞察的最终目标。

6、数据清理是指把多个数据源中的数据整合并存储到一个一致的数据库。

7、数据结构可以分为结构化数据、非结构化数据和半结构化数据。

8、凡是简单、重复的工作，在未来的时代里一定是机器做得比人更好。

9、“大数据”是需要新处理模式才能具有更强的决策力、洞察发现力和流程优化能力的海量、高增长率和多样化的信息资产。

10、“大智移云物链”中，被称为“数字经济时代的石油”的是大数据。

四、操作题

1、根据本任务资源，通过可视化 BI 工具完成家艾特超市营业收入可视化设计与分析，要求展示：①2021-2023 年营业收入趋势；②2023 年三类商品(生鲜类、食品类、日用品类)收入构成；③2023 年批发及零售收入占比。

2、根据本任务资源，通过可视化 BI 工具完成公司销售情况的可视化设计与分析要求展示：①2023 年各产品销售收入构成图；②2019 年-2023 年客单价趋势图；③2023 年各省份收入图。

3、根据本任务资源，通过可视化 BI 工具完成公司销售情况的可视化设计与分析要求展示：①消费者人口属性故事版②消费者人口属性故事版③消费者年龄段分布情况分析

4、根据本任务资源，通过可视化 BI 工具完成公司销售情况的可视化设计与分析要求展示：①电商渠道订单时间分布情况分析②去掉消费情况对比③全国销售情况分析

5、根据本任务资源，通过可视化 BI 工具完成公司销售情况的可视化设计与分析要求展示：①消费者购物篮分析

6、根据本任务资源，通过可视化 BI 工具完成公司销售情况的可视化设计与分析要求展示：①商圈定位分析指引②城市数据指标分析

7、根据本任务资源，通过可视化 BI 工具完成公司销售情况的可视化设计与分析要求展示：①商圈属性分析②商圈外卖竞争分析③商圈定位综合分析

8、根据本任务资源，通过可视化 BI 工具完成公司销售情况的可视化

设计与分析要求展示:①消费者基础画像分析②消费者购买力分析

9、根据本任务资源,通过可视化 BI 工具完成公司销售情况的可视化

设计与分析要求展示:①总销量预测分析②重点销售商品品类分析③

商品动销率从分析

10、根据本任务资源,通过可视化 BI 工具完成公司销售情况的可视

化设计与分析要求展示:①双十一流量分析②免费流量结构分析③付

费流量结构分析

第二部分 数字营销案例分析

案例背景:

希尔宝贝股份有限公司成立于 1998 年,经营范围涵盖奶粉、尿裤、喂养用品、儿童纸巾、母婴洗护、童装、婴儿车、婴幼儿玩具、营养辅食等共 20 大类、5 万余种母婴用品。业务遍布全球近 20 个国家和地区,合作的供应商近千家。在中国境内拥有近千家线下门店,同时拥有线上企业官方商城,累计服务了近千万消费者。

经营困境与挑战:

近年来随着国内新生人口、结婚率、生育率等宏观数据持续下降,互联网兴起,导致产品价格变得越来越透明,利润空间持续萎缩;母婴用品市场已接近饱和,消费者选择更加多元,市场竞争加剧;虽然公司有大量的消费者数据,但是没有利用数据充分洞察消费者,损失了很多销售机会。

案例分析目标:

在本项目的研究内容中,企业希望做消费者精细化运营:通过数

据分析得出消费者画像；利用【消费者分层模型】、【消费者价值分析模型】细分消费者；通过【消费者购物篮分析模型】得出重点消费者的关联营销策略。