

# 酒店管理概论

[1] 题型.单选题

[1] 题干.下列哪家酒店是白金五星酒店

(3.0)

[1] 正确答案.A

[1] 难易度.易

[1] 选项数.4

[1] A.广州花园酒店

[1] B.香格里拉酒店

[1] C.锦江酒店

[1] D.金陵酒店

---

[2] 题型.单选题

[2] 题干.根据酒店计价方式划分,酒店的客房价格包括房租和一日三餐的费用,这种计价方式是

(3.0)

[2] 正确答案.B

[2] 难易度.易

[2] 选项数.4

[2] A.欧式计价酒店

[2] B.美式计价

[2] C.修正美式计价

[2] D.百慕大式计价

---

[3] 题型.单选题

[3] 题干.下列酒店标识 对应的是哪个酒店品牌

(3.0)

- [3] 正确答案.C
- [3] 难易度.易
- [3] 选项数.4
- [3] A.万丽
- [3] B.万怡
- [3] C.丽兹-卡尔顿
- [3] D.J.W 万豪

- 
- [4] 题型.单选题
  - [4] 题干.下列哪个是凯悦酒店集团的英文名称

(3.0)

- [4] 正确答案.D
- [4] 难易度.易
- [4] 选项数.4
- [4] A.Intercontinental Hotels Group
- [4] B.Hilton Hotels Corporation
- [4] C.Marriott International, Inc. Hotels
- [4] D.Hyatt Hotels & Resorts

- 
- [5] 题型.单选题
  - [5] 题干.( )是大型饭店集团较常采用的组织结构形式

(3.0)

- [5] 正确答案.D
- [5] 难易度.易
- [5] 选项数.4
- [5] A.直线组织结构
- [5] B.职能型组织结构

- [5] C.区域型组织结构
  - [5] D.事业部制组织结构
- 

[6] 题型.单选题

[6] 题干.2004 上海 F1 大奖赛举办期间,上海酒店业房费共进账 2.25 亿元人民币。可以说,酒店业在体育赛事经济中受益巨大。上述事件采用了何种营销理念

(3.0)

- [6] 正确答案.B
  - [6] 难易度.易
  - [6] 选项数.4
  - [6] A.主题营销理念
  - [6] B.事件营销理念
  - [6] C.文化营销理念
  - [6] D.网络营销理念
- 

[7] 题型.单选题

[7] 题干.纽约市时代广场的五星小旅馆是以什么进行市场细分的

(3.0)

- [7] 正确答案.B
  - [7] 难易度.易
  - [7] 选项数.4
  - [7] A.价格
  - [7] B.价值观
  - [7] C.购买行为
  - [7] D.性别
- 

[8] 题型.单选题

[8] 题干.下列哪项不属于酒店心理定价

(3.0)

[8] 正确答案.D

[8] 难易度.易

[8] 选项数.4

[8] A.尾数定价

[8] B.整数定价

[8] C.声望定价

[8] D.折扣定价

---

[9] 题型.单选题

[9] 题干.某酒店提供客房服务、餐饮服务、娱乐服务等,这是产品组合的

(3.0)

[9] 正确答案.A

[9] 难易度.易

[9] 选项数.4

[9] A.广度

[9] B.长度

[9] C.深度

[9] D.关联度

---

[10] 题型.单选题

[10] 题干.下列哪个是凯宾斯基酒店集团的英文名称

(3.0)

[10] 正确答案.D

[10] 难易度.易

[10] 选项数.4

[10] A.Hyatt Hotels & Resorts

[10] B.ACCOR



[22] A.正确

[22] B.错误

---

[23] 题型.判断题

[23] 题干.特许经营能实现酒店的快速增长,并能有效规避风险,是当前经济型酒店的主要管理模式。

(3.0)

[23] 正确答案.A

[23] 难易度.易

[23] 选项数.2

[23] A.正确

[23] B.错误

---

[24] 题型.判断题

[24] 题干.委托管理能实现酒店的快速增长,并能有效规避风险,是当前经济型酒店的主要管理模式。

(3.0)

[24] 正确答案.B

[24] 难易度.易

[24] 选项数.2

[24] A.正确

[24] B.错误

---

[25] 题型.判断题

[25] 题干.酒店分级制度目前在世界上已较为广泛,尤其在欧洲更是普遍采用。

(3.0)

[25] 正确答案.A

[25] 难易度.易

[25] 选项数.2

[25] A.正确

[25] B.错误

---

[26] 题型.判断题

[26] 题干.丽兹-卡尔顿 (Ritz-Carlton)、万丽、华尔道夫是万豪集团旗下酒店品牌。

(3.0)

[26] 正确答案.B

[26] 难易度.易

[26] 选项数.2

[26] A.正确

[26] B.错误

---

[27] 题型.判断题

[27] 题干.商务型酒店的客房比重是所有酒店类型中最大的。

(3.0)

[27] 正确答案.B

[27] 难易度.易

[27] 选项数.2

[27] A.正确

[27] B.错误

---

[28] 题型.判断题

[28] 题干.度假型酒店的客房比重是所有酒店类型中最大的。

(3.0)

[28] 正确答案.B

[28] 难易度.易

[28] 选项数.2

[28] A.正确

[28] B.错误

---

[29] 题型.判断题

[29] 题干.酒店是知识密集型企业,需要少量的管理人员和服务人员。

(3.0)

[29] 正确答案.B

[29] 难易度.易

[29] 选项数.2

[29] A.正确

[29] B.错误

---

[30] 题型.判断题

[30] 题干.大堂是酒店客人出入最多,酒店最重要的公共活动场所。

(3.0)

[30] 正确答案.A

[30] 难易度.易

[30] 选项数.2

[30] A.正确

[30] B.错误

---

[31] 题型.单选题

[31] 题干.大型饭店是指拥有客房数量达到

(3.0)

[31] 正确答案.A

[31] 难易度.易

[31] 选项数.4

[31] A.600 间以上

- [31] B.500 间
- [31] C.400 间
- [31] D.300 间

---

[32] 题型.单选题

[32] 题干.根据饭店计价方式划分,客房价格包括房租及美式早餐的费用,这种计价方式是

(3.0)

- [32] 正确答案.D
- [32] 难易度.易
- [32] 选项数.4
- [32] A.欧式计价饭店
- [32] B.美式计价
- [32] C.修正美式计价
- [32] D.百慕大式计价

---

[33] 题型.单选题

[33] 题干.中型酒店是指拥有客房数量达到

(3.0)

- [33] 正确答案.B
- [33] 难易度.易
- [33] 选项数.4
- [33] A.600 间以上
- [33] B.300~600 间
- [33] C.500 间
- [33] D.300 间以上

---

[34] 题型.单选题

[34] 题干.如家酒店国际集团主要通过输出品牌及管理经验的模式

进行集团的扩充,它属于下列哪种管理模式

(3.0)

- [34] 正确答案.C
- [34] 难易度.易
- [34] 选项数.4
- [34] A.委托管理
- [34] B.参与管理
- [34] C.特许管理
- [34] D.顾问管理

---

[35] 题型.单选题

[35] 题干.酒店经营的宏观环境因素不包括

(3.0)

- [35] 正确答案.D
- [35] 难易度.易
- [35] 选项数.4
- [35] A.政治法律环境
- [35] B.经济环境
- [35] C.社会文化环境
- [35] D.酒店消费者

---

[36] 题型.单选题

[36] 题干.下列哪个是洲际酒店集团的英文名称

(3.0)

- [36] 正确答案.A
- [36] 难易度.易
- [36] 选项数.4
- [36] A.Intercontinental Hotels Group

- [36] B.Hilton Hotels Corporation
  - [36] C.Marriott International, Inc. Hotels
  - [36] D.Hyatt Hotels & Resorts
- 

[37] 题型.单选题

[37] 题干.酒店内由于具有共同的爱好而自发形成的团体,如书法协会属于哪种非正式组织

(3.0)

- [37] 正确答案.C
  - [37] 难易度.易
  - [37] 选项数.4
  - [37] A.消极型
  - [37] B.积极型
  - [37] C.兴趣型
  - [37] D.破坏型
- 

[38] 题型.单选题

[38] 题干.成都京川宾馆的建筑以蜀汉皇宫造型,宫廷式庭院风格为主,体现中国三国中式古典文化,这是( )

(3.0)

- [38] 正确答案.A
  - [38] 难易度.易
  - [38] 选项数.4
  - [38] A.主题营销理念
  - [38] B.借力营销理念
  - [38] C.文化营销理念
  - [38] D.网络营销理念
-

[39] 题型.单选题

[39] 题干.零头价格,结尾数非整数,给客人低价感觉是酒店定价的( )策略

(3.0)

[39] 正确答案.D

[39] 难易度.易

[39] 选项数.4

[39] A.整数价格

[39] B.撇油价格

[39] C.声望价格

[39] D.尾数价格

---

[40] 题型.单选题

[40] 题干.酒店新开业、新产品销售中以高价为主是一种( )策略

(3.0)

[40] 正确答案.B

[40] 难易度.易

[40] 选项数.4

[40] A.整数价格

[40] B.撇油价格

[40] C.声望价格

[40] D.尾数价格

---

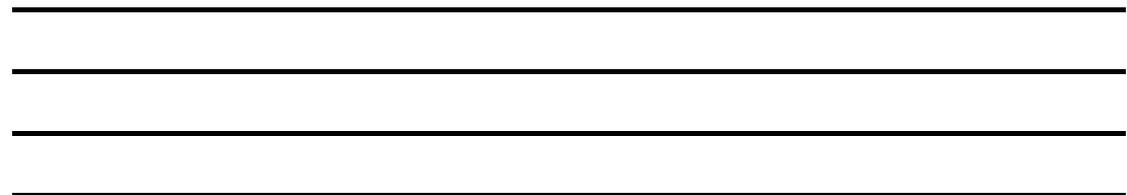
---

---

---

---

---



[50] 题型.判断题

[50] 题干.酒店编制定员方法中,客房、餐饮部适合采用岗位定员法。

(3.0)

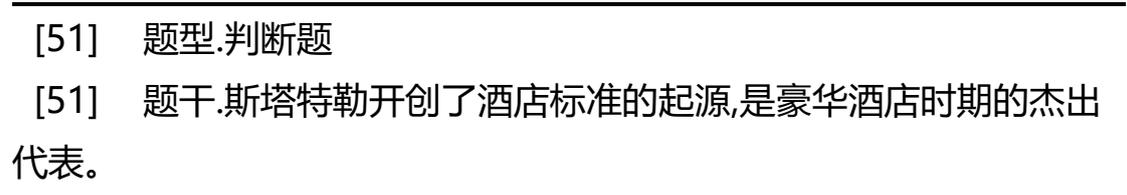
[50] 正确答案.B

[50] 难易度.易

[50] 选项数.2

[50] A.正确

[50] B.错误



(3.0)

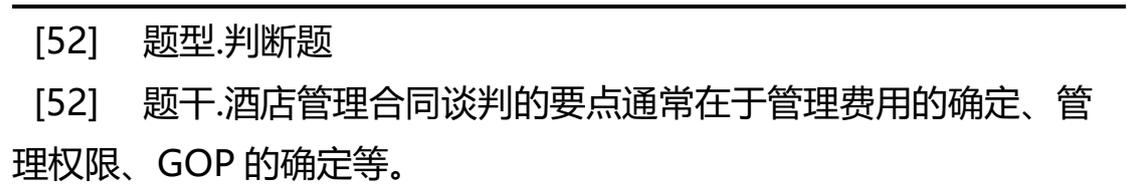
[51] 正确答案.B

[51] 难易度.易

[51] 选项数.2

[51] A.正确

[51] B.错误



(3.0)

[52] 正确答案.A

[52] 难易度.易

[52] 选项数.2

[52] A.正确

[52] B.错误

---

[53] 题型.判断题

[53] 题干.经营和管理是两个不同的概念,经营的侧重点面向内部,而管理的侧重点是面向企业外部。

(3.0)

[53] 正确答案.B

[53] 难易度.易

[53] 选项数.2

[53] A.正确

[53] B.错误

---

[54] 题型.判断题

[54] 题干.酒店集团和连锁经营形式源于法国。

(3.0)

[54] 正确答案.B

[54] 难易度.易

[54] 选项数.2

[54] A.正确

[54] B.错误

---

[55] 题型.判断题

[55] 题干.索菲特(Sofitel)、诺富特(Novotel)、宜必思是凯悦集团旗下品牌。

(3.0)

[55] 正确答案.B

[55] 难易度.易

[55] 选项数.2

[55] A.正确

[55] B.错误

---

[56] 题型.判断题

[56] 题干.酒店管理合同谈判的要点通常在于管理费用的确定、管理权限、GOP 的确定等。

(3.0)

[56] 正确答案.A

[56] 难易度.易

[56] 选项数.2

[56] A.正确

[56] B.错误

---

[57] 题型.判断题

[57] 题干.大多酒店投资方容易犯的错误是重视档次、豪华,无视功能设计、设施比例

(3.0)

[57] 正确答案.A

[57] 难易度.易

[57] 选项数.2

[57] A.正确

[57] B.错误

---

[58] 题型.判断题

[58] 题干.酒店大堂的设计应突出其商务气氛。

(3.0)

[58] 正确答案.A

[58] 难易度.易

[58] 选项数.2

[58] A.正确

[58] B.错误

---

[59] 题型.单选题

[59] 题干.酒店服务质量的核心是（）

[59] 正确答案.A

[59] 难易度.易

[59] 选项数.4

[59] A.服务用语

[59] B.服务员的微笑

[59] C.客房的装饰

[59] D.客房的卫生

---

[61] 题型.判断题

[61] 题干.酒店服务用语关系到酒店的服务质量，从而直接影响到酒店的生存

[61] 正确答案.A

[61] 难易度.易

[61] 选项数.2

[61] A.正确

[61] B.错误

---

[62] 题型.判断题

[62] 题干.服务技巧是提供优质服务的基础

[62] 正确答案.B

[62] 难易度.易

[62] 选项数.2

[62] A.正确

[62] B.错误

---

---

---

[65] 题型.判断题

[65] 题干.酒店服务质量的提升离不开酒店的优质服务

[65] 正确答案.A

[65] 难易度.易

[65] 选项数.2

[65] A.正确

[65] B.错误

---

---

---

[68] 题型.单选题

[68] 题干.酒店的全面质量管理中全方位管理不包括( )

[68] 正确答案.A

[68] 难易度.中

[68] 选项数.4

[68] A.全员参与

[68] B.服务前组织准备

[68] C.服务过程管理

[68] D.服务后的善后与反馈

---

---

---

[69] 题型.名词解释

[69] 题干.酒店服务

[69] 正确答案.A

[69] 难易度.中

[69] 选项数.1

[69] A.酒店服务是指以酒店设施、酒店环境和其它条件为依托,通过有组织地向顾客提供有形产品与无形利益满足顾客需求并引致顾客满意的商业活动

---

[71] 题型.单选题

[71] 题干.酒店服务的目的 ()

[71] 正确答案.C

[71] 难易度.中

[71] 选项数.4

[71] A.尽量满足多数宾客的需求

[71] B.尽量满足少数宾客的需求

[71] C.最大限度地满足绝大多数宾客的需求

[71] D.无法判断

---

[72] 题型.单选题

[72] 题干.酒店服务规程制定的依据是不包括 ()

[72] 正确答案.D

[72] 难易度.中

[72] 选项数.4

[72] A.客源市场需求

[72] B.本饭店实际情况

[72] C.行业标准

[72] D.员工劳动熟练程度

---

[74] 题型.判断题

[74] 题干.前厅部是酒店的代表,反映酒店的整体服务质量

[74] 正确答案.A

[74] 难易度.易

[74] 选项数.2

[74] A.正确

[74] B.错误

---

[75] 题型.单选题

[75] 题干.豪华的酒楼属于酒店服务质量特性中的 ( )

[75] 正确答案.A

[75] 难易度.中

[75] 选项数.4

[75] A.有形性

[75] B.响应性

[75] C.保证性

[75] D.移情性

---

[76] 题型.单选题

[76] 题干.酒店服务质量的基础是 ( )

[76] 正确答案.C

[76] 难易度.易

[76] 选项数.4

[76] A.菜点酒水质量

[76] B.服务用品质量

[76] C.酒店设施设备质量

[76] D.服务环境质量

---

[77] 题型.单选题

[77] 题干.酒店服务质量的基本控制方法有 ( )

[77] 正确答案.D

[77] 难易度.易

[77] 选项数.4

[77] A.前馈控制

- [77] B.现场控制
- [77] C.反馈控制
- [77] D.以上均是

- 
- [78] 题型.判断题
  - [78] 题干.前馈控制具有防御性
  - [78] 正确答案.A
  - [78] 难易度.中
  - [78] 选项数.2
  - [78] A.正确
  - [78] B.错误

- 
- [80] 题型.单选题
  - [80] 题干.酒店服务质量评价的主体包含哪几个方面（）
  - [80] 正确答案.C
  - [80] 难易度.中
  - [80] 选项数.4
  - [80] A.酒店宾客、酒店自身
  - [80] B.酒店宾客
  - [80] C.酒店宾客、酒店自身、第三方组织或机构
  - [80] D.酒店自身

- 
- [81] 题型.判断题
  - [81] 题干.酒店服务质量的内容是酒店服务质量评价的核心内容,包括硬件组成部分和软件组成部分
  - [81] 正确答案.A
  - [81] 难易度.易
  - [81] 选项数.2

[81] A.正确

[81] B.错误

---

[82] 题型.判断题

[82] 题干.顾客对酒店服务产品的评价发生在消费前

[82] 正确答案.B

[82] 难易度.易

[82] 选项数.2

[82] A.正确

[82] B.错误

---

[83] 题型.单选题

[83] 题干.服务员在为顾客服务酒水时，首先要（）服务

[83] 正确答案.B

[83] 难易度.易

[83] 选项数.4

[83] A.推荐

[83] B.开瓶

[83] C.展示

[83] D.示酒

---

[84] 题型.单选题

[84] 题干.由于（），顾客很难客观评价服务

[84] 正确答案.A

[84] 难易度.易

[84] 选项数.4

[84] A.无形性

[84] B.异质性

[84] C.易逝性

[84] D.不可分割性

- 
- [85] 题型.单选题
- [85] 题干.因果分析图是用来 ( )
- [85] 正确答案.B
- [85] 难易度.中
- [85] 选项数.4
- [85] A.寻找影响质量的主要问题的
- [85] B.寻找影响质量的主要原因的
- [85] C.寻找影响质量的次要原因的
- [85] D.寻找解决质量问题的对策的

- 
- [86] 题型.单选题
- [86] 题干.关于因果分析图的说法, 正确的是( )
- [86] 正确答案.B
- [86] 难易度.中
- [86] 选项数.4
- [86] A.一张因果分析图可以分析多个质量问题
- [86] B.通常采用 QC 小组活动的方式进行
- [86] C.具有直观、主次分明的特点
- [86] D.可以了解质量数据的分别特征

- 
- [87] 题型.判断题
- [87] 题干.饭店在对服务质量进行分析和控制时, 常采用排列图、因果分析图 and 对策表进行服务质量分析, 而 PDCA 循环法, 是服务质量管理活动的基本方法

- [87] 正确答案.A
- [87] 难易度.易
- [87] 选项数.2
- [87] A.正确
- [87] B.错误

---

[88] 题型.单选题

[88] 题干.关于饭店服务质量的改进的步骤下列说法有误的是 ( )

[88] 正确答案.D

[88] 难易度.中

[88] 选项数.4

[88] A.识别需收集的有关信息

[88] B.进行数据分析优先考虑对服务质量产生最不利影响的活动

[88] C.把分析结果反馈给运作管理者并及时提出服务改进建议

[88] D.定期地向中、高层管理者报告对长、短期质量改进建议进行管理评审

---

[89] 题型.判断题

[89] 题干.服务质量的高低取决于细节工作的程度

[89] 正确答案.A

[89] 难易度.易

[89] 选项数.2

[89] A.正确

[89] B.错误

---

[90] 题型.单选题

[90] 题干.服务金三角模型理论认为 ( )

[90] 正确答案.B

[90] 难易度.中

[90] 选项数.4

[90] A.服务质量的提升需要全员参与

[90] B.服务质量的提升需要服务策略、服务组织和服务人员围绕顾客进行

[90] C.服务质量取决于用户所感知的服务水平与用户所期望的服务

水平之间的差别程度

[90] D.服务质量和对员工的激励因素和保健因素有关

---

[91] 题型.单选题

[91] 题干.“服务金三角”图的核心是()

[91] 正确答案.B

[91] 难易度.易

[91] 选项数.4

[91] A.产品

[91] B.客户

[91] C.管理者

[91] D.服务

---

[92] 题型.单选题

[92] 题干.在服务质量差距模型中, 服务质量差距指的是 () 之间的差距

[92] 正确答案.C

[92] 难易度.中

[92] 选项数.4

[92] A.服务机构所了解的顾客期望与实际的顾客期望

[92] B.服务机构对顾客的承诺与服务实绩

[92] C.顾客对服务的期望与顾客对服务的感知

[92] D.服务机构制定的服务标准与所了解的顾客期望

---

[93] 题型.单选题

[93] 题干.在服务质量差距模型图中, 顾客的服务期望与服务感知的差距被定义 ()

[93] 正确答案.A

[93] 难易度.易

[93] 选项数.4

- [93] A.差距 5
  - [93] B.差距 2
  - [93] C.差距 1
  - [93] D.差距 3
- 

[94] 题型.单选题

[94] 题干.根据服务质量差距模型, 决定服务质量的要素之间有五种差异, 不包括( )

- [94] 正确答案.B
  - [94] 难易度.中
  - [94] 选项数.4
  - [94] A.质量感知差距
  - [94] B.个人偏好差异
  - [94] C.市场沟通差距
  - [94] D.服务传递差距
- 

[96] 题型.单选题

[96] 题干.服务承诺是对 ( ) 的承诺

- [96] 正确答案.A
  - [96] 难易度.易
  - [96] 选项数.4
  - [96] A.服务标准
  - [96] B.服务质量
  - [96] C.服务效果
  - [96] D.服务过程
- 

[97] 题型.单选题

[97] 题干.服务承诺又叫 ( )

- [97] 正确答案.C

- [97] 难易度.中
  - [97] 选项数.4
  - [97] A.服务标准
  - [97] B.安全保护
  - [97] C.服务保证
  - [97] D.服务合同
- 

- [98] 题型.判断题
  - [98] 题干.全面质量管理就是质量管理
  - [98] 正确答案.B
  - [98] 难易度.易
  - [98] 选项数.2
  - [98] A.正确
  - [98] B.错误
- 

- [99] 题型.判断题
  - [99] 题干.全面质量管理强调以人为本的质量管理
  - [99] 正确答案.A
  - [99] 难易度.易
  - [99] 选项数.2
  - [99] A.正确
  - [99] B.错误
- 

- [100] 题型.判断题
- [100] 题干.质量认证的对象是产品和质量体系,前者称产品认证,后者称体系认证,酒店属于体系认证
- [100] 正确答案.A
- [100] 难易度.中
- [100] 选项数.2

[100] A.正确

[100] B.错误

---

[101] 题型.单选题

[101] 题干.ISO指的是()

[101] 正确答案.A

[101] 难易度.易

[101] 选项数.4

[101] A.国际标准化组织

[101] B.国际电工委员会

[101] C.欧洲电工标准委员会

[101] D.合格评定委员会

---

[103] 题型.单选题

[103] 题干.顾客关系管理的简写是()

[103] 正确答案.B

[103] 难易度.易

[103] 选项数.4

[103] A.PRM

[103] B.CRM

[103] C.ERP

[103] D.CIC

---

[104] 题型.判断题

[104] 题干.顾客满意度高不代表顾客忠诚度高

[104] 正确答案.A

[104] 难易度.易

[104] 选项数.2

[104] A.正确

[104] B.错误

---

[106] 题型.判断题

[106] 题干.没有顾客投诉就表示顾客满意

[106] 正确答案.B

[106] 难易度.易

[106] 选项数.2

[106] A.正确

[106] B.错误

---

[108] 题型.判断题

[108] 题干.投诉处理要及时、尽快，避免事态扩大化

[108] 正确答案.A

[108] 难易度.易

[108] 选项数.2

[108] A.正确

[108] B.错误

---