

图书基本信息

书名：<<2012年公务员考试行政职业能力测验真题宝典>>

13位ISBN编号：9787302255260

10位ISBN编号：7302255261

出版时间：2011-6

出版时间：清华大学

作者：高守国

页数：364

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

《2012年公务员考试行政职业能力测验真题宝典》精选了1000道近年来在国家公务员考试和地方公务员考试中具有代表性的真题进行精解，按照各种题型的顺序，分为10篇，分别是常识判断、选词填空、言语理解、数字推理、数学运算、图形推理、定义判断、类比推理、逻辑判断、资料分析。

《2012年公务员考试行政职业能力测验真题宝典》对每一道题都给出了正确答案，并做深入细致讲解，从零基础起步，力求讲精讲透，从为什么选、为什么不选两个角度破解作答之道；每一题后的“经验指导”让考生举一反三、触类旁通，全面传授此类题目的方法、技巧、经验和注意事项。

因此，这是一本不可多得的实用考试书。

书籍目录

第一篇 常识判断 第二篇 选词填空 第三篇 言语理解 第四篇 数字推理 第五篇 数学运算 第六篇 图形推理
第七篇 定义判断 第八篇 类比推理 第九篇 逻辑判断 第十篇 资料分析

章节摘录

2.社会现象类定义 自然地理环境——是指人类生存的自然地域空间，是地球气相、固相和液相三种物质的界面，是有机界和无机界相互转化的场所，是人类赖以生存的自然界，是人类社会存在和发展的自然基础。

马太效应——是指任何个体、群体或地区，一旦在某一个方面（如金钱、名誉、地位等）获得成功和进步，就会产生一种积累优势，就会有更多的机会取得更大的成功和进步。

从众——指个人的观念和行由于群众的引导或压力，面临向与多数人相一致的方向变化的现象。

规律——是指事物之间内在的必然的联系。这种联系不断重复出现，在一定条件下常起作用。

移情——是指一种阅读文本或文艺作品的方法，就是把自己融入作者或历史人物当时的处境，设身处地想像自己在当时情况下会如何思考，如何行动，如何喜怒哀乐等。

需要——指有机体因缺乏某种重要刺激，因而引起有机体的紧张状态，即有机体与环境之间形成的不平衡状态。

生理性的需要是有机体对延续和发展它的生命所必需的事物的反映。

社会性的需要是社会生活所必需的事物的反映。

社区——是指人们共同生活的一定区域，也称为占有一定地域的人口集中体，它由五个要素组成，分别是人口、地域、制度、政策和机构。

健康——指一个人智力正常，行为合乎情理，能够适应正常工作、社会交往或者学习，能够抵御一般疾病。

3.经济贸易类定义 投机——是指为了以后再销售（或暂时售出）商品而购买，以期从其价格变化中获利的行为。

商业广告——指商品经营者或者服务提供者承担费用，通过一定的媒介和形式直接或间接地介绍自己所推销的商品或所提供的服务。

价格需求弹性——是指需求对价格变动的反应程度或敏感程度，其大小以系数 $E_p = \text{需求变动}(\%) \div \text{价格变动}(\%)$ 的绝对值来表示。

广告——是指为了商业目的，由商品经营者或服务提供者承担费用，通过一定媒介或一定形式，如通过报刊、电视、路牌、橱窗等，直接或间接地对自己推销的商品或者所提供的服务所进行的公开的宣传活。

电子商务——是指通过数字通讯进行商品和服务的买卖以及资金的转账。

企业倒闭——指企业经济状况恶化，产品销售困难或没有销路，货款收不回来，不能支付工人工资和原材料费，不能偿还银行到期贷款，从而使企业不能再继续营业。

卡特尔——是垄断组织形式之一，指同一生产部门的资本主义企业，以获取垄断高额利润加强自己在竞争中的地位为目的，彼此之间签订关于销售市场、商品产量和商品价格的一种垄断联合。

控制——是指为了实现企业的计划目标而对企业的生产经营活动进行纠偏校正的行为。

博弈论（Game Theory）——有时也称为对策论，或者赛局理论，是研究具有斗争或竞争性质现象的理论和方，它是应用数学的一个分支，既是现代数学的一个新分支，也是运筹学的一个重要学科。

外部效应——是指在实际经济活动中，生产者或者消费者的活动对其他生产者或消费者带来的非市场性影响。

这种影响可能是有益的，也可能是有害的，有益的影响被称为外部经济性，或正的外部性；有害的影响被称为外部不经济性，或负的外部性。

通常指厂商或个人在正常交易以外为其他厂商或个人提供的便利或施加的成本。

足值货币——是指这样的一种货币，它本身具有十足的内在价值，并且它是以自身所包含的实际价值同商品世界一切商品相交换的，是一种内在价值的等量交换，并以其内在价值的大小来决定交换的比例。

壁垒营销——是指企业在营销实践中，基于自身的资源与市场环境约束，构建的有效的针对竞争对手的“竞争门槛”，以达到维护自身在市场中的优势地位的营销活动。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>