

全国 2009 年 4 月自考网络营销与策划试题

课程代码: 00908

一、单项选择题 (本大题共 10 小题, 每小题 1 分, 共 10 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 网络营销客体是指 (C) 1-4
A. 开展网络营销活动的个人 B. 开展网络营销活动的组织
C. 开展网络营销活动的标的物 D. 开展网络营销活动的媒体
2. 中国互联网络信息中心的英文缩写是 (A) 2-44
A. CNNIC B. WAN
C. CSTENT D. CLAN
3. 网络营销最基本的应用方式是 (B) 1-26
A. 网上市场调研 B. 企业上网宣传
C. 网络营销集成 D. 网上直接销售
4. 网络营销活动所面临的各种外部条件的总称是指 (D) 2-38
A. 网络营销平台 B. 网络营销手段
C. 网络营销方式 D. 网络营销环境
5. 利用互联网技术通过网上问卷等形式调查网络消费者行为及其意向的一种市场调查被称为 (C) 5-137
A. 公告栏市场调查 B. 网上间接市场调查
C. 网上直接市场调查 D. 搜索引擎市场调查
6. 企业在调查研究的基础上, 依据网络消费者的需求、购买动机与习惯爱好的差异性, 把网上市场划分成不同类型的消费群体的过程被称为 (A) 6-157
A. 网上市场细分 B. 网上市场分工
C. 网上市场定位 D. 网上市场选择
7. 电子报刊、电子图书、数字电影等以提供信息资料为主旨的数字化产品是 (C) 7-180
A. 软件产品 B. 实体产品
C. 信息产品 D. 在线服务产品
8. 将网上产品或服务提供给消费者时, 不经过中间商环节或者只经过一个中间商环节的网上营销渠道是 (B) 9-223
A. 网上长渠道 B. 网上短渠道

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- C. 网上宽渠道 D. 网上窄渠道
9. 以网页上的广告被点击并链接到相关网站或详细内容页面 1000 次为基准的网络广告收费模式是 (D) 10-259
- A. 千人印象成本收费模式 B. 销售提成收费模式
- C. 平均点击次数收费模式 D. 每千次点击成本收费模式
10. 网络营销管理四职能学说的起点和终点分别是 (D) 11-279
- A. 企业、顾客 B. 企业、企业
- C. 顾客、企业 D. 顾客、顾客

二、多项选择题 (本大题共 10 小题, 每小题 2 分, 共 20 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

11. 网络营销的目标包括 (ABCE) 1-5
- A. 宣传企业 B. 推广产品
- C. 促进销售 D. 研发产品
- E. 网络顾客
12. 与传统营销相比, 网络营销的优势包括 (BCDE) 1-12
- A. 有利于保障信息安全 B. 有利于让顾客满意
- C. 有利于成本费用控制 D. 有利于创造市场机会
- E. 有利于满足消费者个性化需求
13. 网上商店的主要类型有 (ABC) 9-233
- A. 电子零售型 B. 电子拍卖型
- C. 电子直销型 D. 电子中介型
- E. 电子支付型
14. 按照信息搜集方法和服务提供方式的不同, 搜索引擎系统的种类包括 (ACE) 4-94
- A. 元搜索引擎 B. 人工搜索引擎
- C. 机器人搜索引擎 D. 立体式搜索引擎
- E. 目录式搜索引擎
15. 免费价格的形式有 (ABCD) 8-213
- A. 完全免费 B. 限制免费
- C. 部分免费 D. 捆绑式免费
- E. 地区性免费
16. 网上售后服务的特点有 (ACD) 7-182

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

A. 便捷性 B. 安全性

C. 灵活性 D. 低廉性

E. 直接性

17. 网络营销渠道的组成部分包括 (ABD) 9-221

A. 销售方式 B. 销售环节

C. 销售推广 D. 销售机构

E. 销售价格

18. 网上促销的功能包括 (ABCDE) 10-245

A. 告知功能 B. 说服功能

C. 反馈功能 D. 创造需求功能

E. 稳定销售功能

19. 网络广告的劣势有 (ABDE) 10-250

A. 传播的被动性 B. 创意的局限性

C. 不易实时修改 D. 可供选择的广告位有限

E. 浏览人数的有限性

20. 网上免费产品的特性包括 (ABCDE) 8-214

A. 冲击性强 B. 无形化

C. 零制造成本 D. 成长性好

E. 易于数字化

三、名词解释题 (本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

21. 网络产品 7-174

答:

网上产品是指在互联网上开展营销活动的产品。

22. 网上市场环境 2-44

答:

答:

网上市场环境是网络营销的微观环境, 是指在网络上推广和交易产品的虚拟空间, 由网上市场产品消费者、产品提供者和产品经营者所构成。

23. 有站点网络营销平台 3-61

答: 有站点的网络营销平台是指企业通过建立独立的网络营销网站而搭建的网络营销平台。

24. 网络营销管理 11-278

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

答:

网络营销管理是指对网络营销活动的计划、组织和控制过程。

25.网上促销组合 10-244

答:

网上促销组合是指网络广告、站点推广、网上销售促进和网上关系营销的总称

四、简答题 (本大题共 3 小题, 每小题 5 分, 共 15 分)

26.简述网上定价的方法。 8-205

答:

- (1) 成本导向定价法
- (2) 需求导向定价法
- (3) 竞争导向定价法

27.简述网上品牌的特性。 7-197

答:

- (1) 网上品牌是传统品牌的延伸。
- (2) 网站使品牌的内涵得到扩充。
- (3) 良好的公共关系是创建网上品牌的关键。
- (4) 网站的交互能力是维系品牌忠诚度的基础。

28.简述网上市场调查的作用。 5-133

答:

- (1) 有利于市场开拓
- (2) 有利于建立公共关系
- (3) 有利于提供良好的顾客服务

五、论述题 (本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

29.试述促进我国网络营销发展的对策。 1-22

答:

- (1) 加强网络基础设施的建设;

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

一是要大力发展计算机网络软硬件产品,构造中国主干网,疏通网络主动脉;二是要制定优惠措施,降低费用,鼓励企业和个人上网;三是ISP要苦练内功,以网络信息内容和服务的权威性和广泛性真正赢得用户。

(2) 加强网络标准的制定和安全技术的研究;

我们应组织有关企业和研究单位进行网络标准的制定和安全技术的研究工作。

(3) 加速金融电子化进程;

要想促进中国式网络营销应用的普及,企业信息化是基础,金融电子化是保证。

(4) 加强网络营销的法制建设;

加强对网络营销的立法与监督,规范企业的网络营销行为。

(5) 加强网络营销宣传和人才培养工作;

网络营销是人与电子工具复合的有机系统,而人是起决定性作用的关键条件。

(6) 制定和完善相关政策,促进网络营销的发展。

制定鼓励、扶持网络营销发展的优惠政策,为网络营销的发展提供一个良好的经济环境。

30.试述网上促销与传统促销的区别与联系。10-243

答:

一、区别:

1、时空观念不同。

传统促销有时间和地理位置的限制,网络促销是全天候全球化的营销。

2、信息沟通方式不同。

网络促销的双向、快捷、互不见面的信息传播方式,将买卖双方的意愿表达的淋漓尽致,也留给对方充分思考的时间,在这种环境下,传统促销方式显得软弱无力。

3、消费群体和消费行为不同。

上网购物者直接参与生产和商业流通的循环,他们普遍大范围的选择和理性的购买。

二、联系:

由于它们推销产品的目的是相同的,因此,整个促销过程的设计具有很多相似之处:

1、一方面,应当站在全新的角度去认识这一新型的促销方式,理解这种依赖现代网络技术、与顾客不见面、完全通过电子邮件交流思想和意愿的产品推销形式;

2、另一方面,应当通过与传统促销的比较去体会两者之间的差别,吸收传统促销方式的整体设计思想和行之有效的促销技巧,打开网上促销的新局面。

六、案例分析题(本大题15分) 3-62

本文档资源由考试真题软件网(down.examebook.com)搜集整理二次制作!

31. 张某大学毕业后创办了一家考试书店，主要销售高考、自学考试、职业资格证书考试，计算机考试、英语考试等复习用书。尽管考试市场有很大的发展空间，但由于书店林立，竞争激烈，这家考试书店的经营状况并不乐观。面对经营的被动局面，张某反思后认为，光靠传统方式销售图书已经跟不上信息社会的潮流，应当通过网络方式扩大图书销售。近期，张某融资 500 万元，准备建立一个基于该考试书店的网络营销站点，以便通过网络渠道销售本书店的考试用书，进一步开拓网下销售与网上销售两个市场。

假如你是张某，请根据“网络营销站点规划的主要内容”，提出该网络营销站点的规划思路。

答：

一、明确企业网站目标

明确打算利用网站进行哪些活动：这家考试书店主要目的是利用通过网络方式扩大图书销售，即

- 1、宣传企业，树立形象；
- 2、推广产品，促进销售；
- 3、搜集信息，开拓市场。

二、分析网站的服务对象

在确定站点的目标后，在规划的初始阶段，就应该尝试划定你的访问者范围。要分析的主要方面包括：1、预期网站的主要目标受众的地区分布；

- 2、网站浏览者的构成情况；
- 3、网站浏览者的消费行为等。

三、确定网站提供的信息和服务

在考虑站点的目标和服务对象后，根据访问者的需求规划站点的结构和设计信息内容，规划设计时应考虑：

- 1、按照访问者习惯规划站点的结构；
- 2、结合企业经营目标和访问者兴趣规划网站信息内容和服务；
- 3、整合企业的形象，规划设计站点主页风格。

四、选择拟建立的网站类型

建立自己的网站总有其目的，根据侧重点的不同，可将企业网站分为五种基本类型：信息型、广告型、信息订阅型、在线销售型和技术支持服务型。

五、网站内容定位

网站内容定位的要点是：

- 1、根据企业的核心业务定位网站内容。

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

2、根据用户的信息需要定位网站内容。

3、网站内容应当突出顾客，弱化自身。

六、确定站点建设的人员安排和预算

在分析站点的战略影响和规划好站点的经营目标和服务对象后，就应当对站点的建设做出具体的人员安排和预算。

七、分析网站的成本效益

合理核算域名成本和收益，以保成本收益为准来支持结构合理的营销计划，避免提前过多浪费投入。站点的成本包括使用平台（主机服务器、网上服务器、连接硬件设备和支撑系统软件）和服务内容（创意及日常设计、应用软件设计、日常管理、内容版权等）。

考试课件网：<http://www.examebook.cn/>

——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案！

考试真题软件网：<http://down.examebook.com/>

——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题！

考试学习软件商城：<http://www.examebook.com/>

——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道！

自考备考三件宝：
自考笔记、
真题及答案、
录音课件！