

全国 2010 年 4 月自学考试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. 开展网络营销活动的载体是(A)3-61
A. 网络营销平台 B. 网络营销方式
C. 网络营销手段 D. 网络营销环境
2. 根据顾客对网络服务的不同需要, 进而确定企业网站在网上市场中所处的不同位置的过程是指(C)6-164
A. 网上市场细分 B. 网上市场选择
C. 网上市场定位 D. 网上市场调查
3. 网站在互联网上的地址是(B)3-78
A. 商标 B. 域名
C. 品牌 D. 标识
4. 在产品刚进入市场时, 采用高价位策略, 以便在短期内尽快收回投资, 这种定价方法称为(C)8-212
A. 渗透定价 B. 品牌定价
C. 撇脂定价 D. 竞争定价
5. 将网上产品或服务提供给消费者时, 在某一特定目标市场的某一层面上, 只选择一个中间商的营销渠道是(D)9-222
A. 网上长渠道 B. 网上短渠道
C. 网上宽渠道 D. 网上窄渠道
6. 网络广告促销的主要实施战略是(B)10-246
A. “拉战略” B. “推战略”
C. “扩战略” D. “缩战略”
7. 某些电子商务网站“发行”“虚拟货币”的行为是(C)10-266
A. 网上折价促销 B. 网上抽奖促销
C. 网上积分促销 D. 网上变相折价促销
8. 由创作者所创建, 通过一定的发送平台发送到自愿订阅用户的邮箱中的邮件称为(D)4-114

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

A. 群发邮件 B. 垃圾邮件

C. 电子邮件 D. 邮件列表

9. 在一定统计周期内所有访问者浏览的页面数量被称为(D)11-296

A. 页面点击率 B. 用户访问量

C. 用户点击率 D. 页面浏览数

10. 通过对企业网络营销站点的宣传吸引用户访问, 树立企业网上品牌形象, 以实现企业营销目标的活动是(A)10-262

A. 站点推广 B. 站点服务

C. 网络广告 D. 网络促销

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. 网络营销的特点包括(ABCDE)1-11

A. 交互式 B. 整合性

C. 成长性 D. 拟人化

E. 跨时空性

12. 用来判断影响网络广告价格因素的指标包括(ABCDE)10-258

A. 印象和网页浏览率 B. 点击次数与点击率

C. 广告网络服务商的知名度 D. 旗帜广告的幅面大小与位置

E. 通过关键词检索显示的旗帜广告

13. 根据收集信息资料的技术方法不同, 网上间接市场调查的方式有(ABCE)5-142

A. 利用 E-mail 收集资料 B. 利用新闻组收集资料

C. 利用公告栏收集资料 D. 利用自己的网站收集资料

E. 利用搜索引擎收集资料

14. 既适合网上宣传又适合在线交易的产品有(ACDE)7-176

A. 书籍 B. 水泥

C. 家用电器 D. 音乐唱盘

E. 计算机软件

15. 网上直接调查的方式有(ABCDE)5-138

A. 混合型调查 B. 讨论组型调查

C. E-mail 型调查 D. 利用自己的网站调查

E. 借用别人的网站调查

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

自考备考三件宝:
自考笔记、
真题及答案、
录音课件!

16. 网上定价的特点有(BCDE)8-204
A. 高价位化 B. 全球定价化
C. 顾客主导化 D. 定价智能化
E. 价格水平一致化
17. 电子中间商与传统中间商的区别有(ACDE)9-234
A. 存在前提不同 B. 交易目的不同
C. 交易方式不同 D. 交易内容不同
E. 交易效率不同
18. 网络营销管理的具体职能包括(ACDE)11-279
A. 寻找顾客 B. 研发产品
C. 推广产品 D. 开发市场
E. 网络顾客
19. 网络消费者购买行为的心理动机包括(ABD)2-51
A. 理智动机 B. 感情动机
C. 投机动机 D. 惠顾动机
E. 安全动机
20. 网上促销的特点包括(ABCD)10-242
A. 全球性的活动 B. 全天候的活动
C. 以网络技术为基础 D. 在虚拟市场上进行
E. 利用传统媒体宣传

三、名词解释题 (本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

21. 电子商务 1-10

答: 电子商务是指 INTERNET 为依托, 借助一定的信息技术手段, 在网络上进行产品的购销, 费用支付等商务活动的总称。

22. 网上目标市场 6-160

答: 网上目标市场, 也叫网络目标消费群体, 是指企业网上产品和服务的销售对象。

23. 网络营销 1-1

答: 网络营销是指为发现, 满足和创造顾客的需求, 利用互联网所进行的市场开拓, 产品创新, 定价促销, 宣传推广等活动的总称。

24. 网上间接销售渠道 9-229

答: 网上间接销售渠道是指利用各类中间商在网上销售产品的渠道。

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

25. 网上销售促进 10-265

答：网上销售促进指利用网上促销工具刺激顾客购买产品或者使用服务的活动。

四、简答题（本大题共 3 小题，每小题 5 分，共 15 分）

26. 简述网络营销与传统营销的异同。1-7

答：一、网络营销与传统营销的不同点：

1、营销媒体不同。

网络营销的媒体是具有虚拟性和超时空特性的互联网络，而传统营销的媒体是广播、电视、报纸、杂志等传统媒体。

2、营销对象不同。

网络营销的对象（受众）是网民，传统营销的对象可能是包括网民在内的各类群体。

二、网络营销与传统营销的相同点：

1、营销目标相同，都是为了促进销售，扩大企业竞争力；

2、技术融合的趋势相同，随着技术的进步，包括网络媒体、传统媒体以及其他新兴媒体在内的各类媒体将会交融在一起，使网络营销与非网络营销的界限会愈加模糊。

27. 简述低价定价策略有哪些？8-207

答：（1）直接低价定价

（2）折扣定价

（3）优惠卡定价

（4）促销定价

28. 简述网上营销渠道设计应注意的问题。9-230

答：（1）要从消费者角度设计渠道

（2）定货系统要简单明了

（3）提供多种方便的结算方式

（4）建立完善的配送系统

五、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

29. 试述开展网络营销应具备的条件。2-54

答：开展网络营销活动需要具备一定的条件，这些条件包括：

（1）市场条件

企业开展网络营销活动应当基于市场的需要。根据企业自身的情况，如果在网络市场上有大量的潜在的顾客群，就应当毫不犹豫地、大刀阔斧地开展网络营销活动。

（2）产品条件

企业所提供的产品或者服务是否需要在网上开展营销活动，在很大程度上取决于行业的特点和产品的特性，如果一个行业的特点决定了利用传统方法更加有效，那么可以暂时不必考虑

网络营销。如果网络营销不能在短期内带来切实的收益,还是应该量力而行,根据本企业的特点慎重决定。

(3) 竞争条件

要了解竞争者或其他同行是否上网,只需到一些相关网站查询一下,并对竞争者的网站进行一番分析,对行业的竞争状况就会有大致地了解。如果竞争者尤其实力比较接近的竞争者已经开始了网络营销,甚至已经取得了明显收益时,本企业有必要认真考虑自己的网络营销战略。

(4) 资金条件

决策人员应该根据企业的财务状况制定适合自身条件的网络营销战略,如网站的功能和构建方式、网络营销组织结构、推广力度等等做出适当安排。

(5) 技术人员条件

网络营销要求人员既有营销方面的知识,又有一定的互联网技术基础,这种复合型人才目前比较短缺,企业是否拥有高水平的网络营销人才,对网络营销的效果有直接影响。

(6) 设备条件

最基本的条件是电脑、调制解调器和网卡等;如果需要建立企业网站的话,还应当配备服务器、路由器、集线器、上网专线等设备。

(7) 软件条件

软件条件是网络营销方案、网络营销资料和网络营销软件程序等总称。

30. 谈谈你对“随着网络营销的发展,直接销售渠道将会完全代替间接销售渠道”的看法。

9-229

答:一、这种看法是片面的

二、网上间接销售是为了弥补网上直销的不足,它的优势表现在:

- 1、简化了市场交易过程;
- 2、有利于平均订货量的规模化;
- 3、实现了网上交易活动的常规化;
- 4、便利了买卖双方的信息收集过程。

三、一个企业不可能也不需要自己的营销区域内建立完善的物流配送体系,还必须通过不同的区域、不同环节的物流商来完成商品的实体配送

四、规模较小的生产商也没有能力建设直销网络,只能利用中间商进行分销。

六、案例分析题(本题 15 分) 10-245

31. 李某大学期间认真学习网络营销方面的知识技能,毕业后应聘到一家信息技术公司的营销部工作。由于李某工作努力,被晋升为营销部经理。该信息技术公司已经成立了3年,建立了自己的网站,一直从事本公司开发的杀毒软件产品的销售业务,但经营业绩并不理想。该公司经营的杀毒软件产品属于成长型产品,有较大的市场潜力。公司要求李某尽快拿出促销计划,进一步扩大销售,扭转目前销售的被动局面。李某认为,杀毒软件是适合网上销售的产品,应当通过网上促销措施来扭转销售的被动局面。

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

要求：假如你是李某，请联系本企业的实际情况，根据“网上促销实施步骤”的知识点，提出该企业的网上促销计划。

答：（1）确定网上促销对象

就业本公司而言，网上促销对象为杀毒软件的使用者、杀毒软件的购买决策者和杀毒软件购买的影响者

（2）设计网上促销内容

该公司经营的杀毒软件在市场上已有了一定的影响力，即进入成长阶段，促销活动的内容则应偏重于唤起消费者的购买欲望；同时，还需要创造品牌的知名度。

（3）决定网上促销组合方式

该公司的杀毒软件已进入了成长阶段，应侧重于网络广告的促销，宣传产品的新性能、新特点。

（4）制定网上促销预算方案

该公司没有自己的网站，通过自己的网站进行网上销售，费用较低，如果通过其他网站销售可能需要相对高的费用。

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！