

## 全国 2011 年 7 月高等教育自学考试

### 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. 消费者与消费者之间开展的电子商务活动简称为(D)1-10  
A. B2B  
B. B2C  
C. C2B  
D. C2C
2. 顾客属于网络营销的(B)6-161  
A. 宏观环境因素  
B. 中观环境因素  
C. 微观环境因素  
D. 直接环境因素
3. 根据 Internet 的组织最高级域编码规则, 代表商业组织的是(C)3-78  
A. ARTS  
B. INT  
C. COM  
D. GOV
4. 邮件营销形式中, 邮件列表的特性是(B)4-114  
A. 一对一  
B. 一对多  
C. 多对一  
D. 多对多
5. 某皮鞋店只经营儿童皮鞋, 相对皮鞋市场而言, 该皮鞋店采用的是(A)6-160  
A. 密集性营销策略  
B. 差异性营销策略  
C. 无差异营销策略  
D. 分散性营销策略
6. 某一产品线中所包含的产品项目的多少叫做(C)7-185  
A. 产品组合的长度  
B. 产品组合的宽度  
C. 产品组合的深度  
D. 产品组合的高度
7. 根据波士顿矩阵分析法, 明星类产品适用的策略是(A)7-187  
A. 发展

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

- B. 维持
  - C. 收缩
  - D. 放弃
8. 目前拍卖竞价针对的购买群体主要是( D)8-211
- A. 产业市场
  - B. 政府市场
  - C. 非营利组织市场
  - D. 消费者市场
9. 对浏览者干扰最少, 却很有效果的网络广告形式是( A)10-251
- A. 文字广告
  - B. 图标广告
  - C. 旗帜广告
  - D. 弹出窗口广告
10. 网络营销的初级职能是( C)11-279
- A. 开发市场
  - B. 推广产品
  - C. 寻找顾客
  - D. 网络顾客

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. 网络营销的基本范畴主要包括( ABCDE)1-2
- A. 网络营销的主体
  - B. 网络营销的客体
  - C. 网络营销的对象
  - D. 网络营销的目标
  - E. 网络营销的方式
12. 影响网络消费者购买的主要因素有( ABDE )2-52
- A. 产品的特性
  - B. 产品的价格
  - C. 购物环境
  - D. 购物的便捷性
  - E. 安全可靠
13. Internet 的基本连接方式包括( BCD)3-84
- A. 直接连接方式
  - B. 拨号 IP 方式
  - C. 局域网方式
  - D. 广域网方式
  - E. 间接连接方式
14. 电子邮件营销的优势主要表现在( BCDE )4-105
- A. 广泛性
  - B. 一对一优势

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

- C. 价格优势  
D. 简洁方便  
E. 友情式营销
15. 根据网上调查的载体不同, 网上直接市场调查的方式包括(ABCDE)5-138  
A. 利用自己的网站调查  
B. 借用别人的网站调查  
C. 混合型调查  
D. E-mail 型调查  
E. 讨论组型调查
16. 在网络营销中, 产品的整体概念包括(ABCD)7-174  
A. 核心利益层  
B. 有形产品层  
C. 期望产品层  
D. 延伸产品层  
E. 更新产品层
17. 网上定价目标主要包括(ACDE)8-201  
A. 维持生存目标  
B. 品牌建设目标  
C. 当期利润最大化目标  
D. 市场占有率最大化目标  
E. 产品质量最优化目标
18. 网上营销渠道的功能包括(ACE)9-224  
A. 网上订货功能  
B. 网上展示功能  
C. 网上结算功能  
D. 网上沟通功能  
E. 网上配送功能
19. 网上促销的主要形式有(AB)10-244  
A. 网络广告  
B. 站点推广  
C. 网上销售促进  
D. 网上关系营销  
E. 人员推销
20. 站点推广应遵循的原则有(BCE)10-262  
A. 及时性原则  
B. 效益成本原则  
C. 稳妥慎重原则  
D. 普遍性原则  
E. 综合安排实施原则
- 三、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)
21. 网站规划 3-62  
答:

网站规划是指在网站建设前对市场进行分析、确定网站的目的和功能,并 根据需要对网站建设中的技术、内容、费用、测试、维护等做出规划,是网络营销站点开发的前提,是建立网络营销 平台的基础工作。

22. 搜索引擎 4-93

答:

搜索引擎 (Search Engines)是对互联网上的信息资源进行搜集整理后供用户查询的系 统,包括信息搜集、信息整理和用户查询三个组成部分。

23. 网上市场定位 6-164

答:

网上市场定位是指,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。网上市场定位的内容包括:顾客服务定位、网站类型定位和服务半径 定位等方面。

24. 域名 7-195

答:

域名是由个人、企业或组织申请的独占使用的互联网标识,并对提供的服务或产品的品质进 行承诺和提供信息交换或交易的虚拟地址。

25. 网上促销 10-242

答:

网上促销是指利用 Internet 等电子手段启发需求,引起消费者的购买欲望和购买行为的各 种活动。

四、简答题(本大题共 3 小题,每小题 5 分,共 15 分)

26. 简述网络消费者的购买过程。2-53

答:

- (1) 购买动机产生。
- (2) 收集信息。
- (3) 比较选择
- (4) 购买决策。
- (5) 事后评价

27. 简述网上市场调查的局限性。5-132

答:

- (1) 问卷设计的局限性
- (2) 样本数量难以保证
- (3) 人口统计信息的准确性
- (4) 被调查者的作弊行为

28. 简述电子中间商与传统中间商的区别。9-234

答:

- (1) 存在前提不同

传统中间商是因为生产者和消费者直接达成交易成本较高;而电子中间商是对传统直销的替 代,是中间商职能和功效在新的领域的发展和延伸。

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) 交易主体不同

传统中间商是要直接参加生产者和消费者交易活动的,而且是交易的轴心和驱动力;而电子中间商作为一个独立主体存在,它不直接参与生产者和消费者的交易活动,但它提供一个媒体和场所,同时为消费者提供大量的产品和服务信息,为生产者传递产品服务信息和需求购买信息,高效促成生产者和消费者的具体交易实现。

## (3) 交易内容不同

传统中间商参与交易活动,需要承担物质、信息、资金等交换活动,而且这些交换活动是伴随交易同时发生的;而电子中间商作为交易的一种媒体,它主要提供的是信息交换场所,具体的物质、资金交换等实体交易活动则由生产者和消费者直接进行,因此交易中间的信息交换与实体交换是分离的。

## (4) 交易方式不同

传统中间商承担的是具体实体交换包括实物、资金等;而电子中间商主要是进行信息交换,属于虚拟交换,它可以代替部分不必要的实体交换。

## (5) 交易效率不同

通过传统中间商达成生产者和消费者之间的交易需要两次,而中间的信息交换特别不畅通,造成生产者和消费者之间缺乏直接沟通;而电子中间商提供信息交换可以帮助消除生产者和消费者之间的信息不对称,在有交易意愿的前提下才实现具体实体交换,可以极大减少中间因信息不对称造成无效交换和破坏性交换,最大限度降低交易成本提高交易效率和质量。

## 五、论述题(本大题共2小题,每小题10分,共20分)

29. 试述发展我国网络营销的主要障碍和对策。1-22

答:

### 一、主要障碍:

- 1、网络发展水平不高,覆盖率低。
- 2、网络基础设施差,线路少,速度慢,安全性不高,用户使用成本开支较大。
- 3、安全、方便的网络支付机制欠缺。
- 4、消费者传统购物观念的束缚。

此外,企业信息管理与分析能力低,缺乏既懂网络技术又懂营销管理的复合型人才等,也是制约网络营销发展的一大障碍。

### 二、促进我国网络营销发展的对策:

#### 1、加强网络基础设施的建设。

- (1) 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;
- (2) 二是要制定优惠措施,降低费用,鼓励企业和个人上网;
- (3) 三是要苦练内功,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。

3、网络营销要适应市场全球化的新形势,为中国企业参与国际市场竞争提供现代化的信息手段,标准和安全非常重要。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。

#### 4、加速金融电子化进程。

金融电子化工作要配合国家对金融机构的监管和金融体制的改革,服务于提高资金的使用效率,确立方便企业和个人用户的目标,在跨银行,跨地区的贸易结算,资金划拨等方面有所突破,以适应信息时代要求,使企业和个人能够通过信息化手段,随时随地享受到高质量的金融服务。

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

### 5、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。加强网络营销宣传和人才培养工作。

### 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。鼓励更多的信息产业公司为企业的信息化提供质优价廉的服务,为企业网络建设与应用提供低息贷款和降低税收等,以刺激网络营销在企业间的普及。

### 30. 试述网络广告的优势。10-248

答:

#### 一、极强的互动性。

网络广告较之其它媒体最大的优势便是互动性,使得广告由单向式沟通变为双向式沟通。

1、网络广告能实现多种交流功能。

2、网络广告趣味性强。

3、网络广告实现了个体化沟通模式。

4、网络广告提高了目标顾客的选择性。

#### 二、内容更加详尽充实。

与传统媒介相比,网络上能提供的信息内容更加全面,更加具体,可以涵盖从企业概况、各类产品信息、新产品信息以及企业各项促销和公关活动的详细信息,浏览者可以在任何时候在相应的网页上查到所需信息的具体细节。

#### 三、消除了时间、空间限制。

沟通双方无须同时在通道两端固定的时间、空间出现,在时间上更加自由

#### 四、成本低、效率高。

#### 五、形式多样。

#### 六、具有更强的动态性和及时性。

#### 七、广告效果统计比较精确。

#### 八、易于实时修改。

### 六、案例分析题(本大题共1小题,15分)

31. 小宋应聘到一家化妆品企业市场营销部,负责化妆品的网络营销工作。为及时了解顾客分布和需求情况,提供良好的顾客服务,进一步拓展市场,该部门经理决定让小宋策划和实施网上市场调查。

要求:假如你是小宋,结合企业的实际情况,开展网上市场调查应遵循什么程序?同时应注意哪些问题? 5-134

答:

#### 一、网上市场调查的程序是:

##### 1、确定调研目标

要完成一个有效的检索,应当首先确定要检索的目标是什么。

##### 2、明确市场调查的对象

网上市场调查的对象包括了消费者、竞争者和合作者等几种情况,应当从企业的实际情况出发,选择所调查的重点对象。

##### 3、寻找调查内容

在确定了调研目标之后,营销人员可以通过网上的一些工具查找相关资讯。

##### 4、分析人口统计信息

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

人口统计是市场调研中很重要的一个部分。营销人员主要对访问本公司站点的人数进行统计,从而分析出顾客的分布范围和潜在消费市场的出现地点。

#### 5、选择适用的信息

互联网上提供的各类信息浩如烟海,所以市场营销调研人员应选择适用的信息服务。

#### 6、分析市场变化

在选择了合适的信息服务之后,企业应建立专门的信息跟踪和处理系统,以便充分及时地利用信息,这是市场营销调研的根本目的。

#### 二、网上市场调查的注意事项:

- 1、认真设计在线调查表
- 2、吸引尽可能多的人参与调查
- 3、尽量减少无效问卷
- 4、公布保护个人信息声明
- 5、避免滥用市场调查功能
- 6、避免样本分布不均衡
- 7、奖项设置要合理
- 8、采用多种网上调研手段

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!