

## 全国 2012 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. 通过建立本企业网站开展营销活动指的是( A )1-5  
A. 站点营销  
B. 人员营销  
C. 非站点营销  
D. 关系营销
2. “建立一个网上平台, 让更多的商家通过此平台向消费者销售产品”, 这种模式是( B )1-10  
A. C to C 模式  
B. B to C 模式  
C. B to B 模式  
D. 在线广告模式
3. 通常由一个管理者向小组中的所有成员发送信息的网络营销工具是( D )4-114  
A. 电子邮件  
B. 讨论型邮件列表  
C. 新闻组和论坛  
D. 公告型邮件列表
4. 开展网上直接调查的第一步是( D )5-140  
A. 选择调查方式  
B. 确定调查方法和设计调查问卷  
C. 撰写调查报告  
D. 确定网上直接调查的目标和样本
5. 下列属于网上市场特点的是( B )6-154  
A. 实体性  
B. 全天候  
C. 区域性  
D. 单向性
6. 网上市场细分的内在依据是( D )6-156  
A. 市场占有率  
B. 企业产品形象  
C. 网络技术基础  
D. 网络消费者需求差异
7. 维系网上品牌忠诚度的基础是( C )7-197  
A. 良好的公共关系  
B. 先进的建站技术  
C. 网站的交互能力  
D. 美观的页面设计
8. 属于以竞争为基础的定价方法是( A )8-207  
A. 拍卖定价法  
B. 需求导向定价法  
C. 成本导向定价法  
D. 生产导向定价法
9. 将顾客吸引过来, 保持稳定市场份额的网络站点促销战略属于( B )10-246  
A. 推战略  
B. 拉战略  
C. 扩战略  
D. 缩战略

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

10. 根据千次点击成本收费模式(CPC), 若广告主购买了 10 个 CPC, 意味着其投放的广告可以被点击的次数是( C )10-259

- A. 10  
B. 1 000  
C. 10 000  
D. 1 000 000

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. 网络营销实践过程中存在的劣势主要有( ABD )1-12

- A. 信任缺乏  
B. 信息安全有漏洞  
C. 网络用户数量太少  
D. 物流存在瓶颈  
E. 成本费用难以控制

12. 完整的网络营销活动所需的基本平台包括( ABCDE )3-68

- A. 信息平台  
B. 制造平台  
C. 交易平台  
D. 物流平台  
E. 服务平台

13. Internet 的接入方式包括( BDE )3-84

- A. 蓝牙  
B. 局域网  
C. 专线  
D. 拨号 IP  
E. 广域网

14. 与传统市场调查相比, 网上市场调查的优势包括( ACDE )5-131

- A. 共享性  
B. 主观性  
C. 低费用  
D. 充分性  
E. 可控制性

15. 市场细分过细带来的负面影响主要有( ABE )6-158

- A. 影响规模效益  
B. 增大费用和成本  
C. 降低消费者满意度  
D. 降低顾客购买便捷性  
E. 增加细分变数给细分带来困难

16. 网上产品应当具备的特征包括( BDE )7-184

- A. 产品价格较为昂贵  
B. 产品性质适合网上销售  
C. 产品式样符合中国文化  
D. 产品质量在网上可以考察  
E. 产品的主要目标市场是网民

17. 互联网对品牌的影响包括( ABCDE )7-196

- A. 有助于扩展品牌资产  
B. 推动了品牌战略的发展  
C. 丰富了品牌理念的内涵  
D. 加快了品牌意识的普及  
E. 有助于提升品牌核心竞争力

18. 取得顾客反馈信息的方法有( ABCDE )11-294

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

- A. 定期利用调查表调查
- B. 为顾客创建在线社区
- C. 定期与顾客保持联系
- D. 创建顾客服务中心小组
- E. 邀请顾客参加讨论会

19. 评价网站推广效果的指标包括( BDE )11-296

- A. 主页下载时间
- B. 注册用户数量
- C. 不同浏览器的适应性
- D. 在其他网站链接的数量
- E. 登记搜索引擎的数量和排名

20. 设计网上营销渠道时应注意的问题包括( BCD )9-230

- A. 中间商环节不可或缺
- B. 订货系统要简单明了
- C. 提供多种方便的结算方式
- D. 建立完善的配送系统
- E. 从生产者的角度设计渠道

### 三、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

21. 网络营销直接环境 2-38

答:

网络营销直接环境, 是指互联网所形成的环境, 由计算机网络 (尤其是国际互联网即 Internet), 网络营运商和各类上网终端所构成。

22. 网络营销集成 1-27

答:

网络营销集成, 是指一些企业依靠网络与原料商、制造商、消费者建立密切联系, 并通过网络收集传递信息, 从而根据消费需求, 充分利用网络伙伴的生产能力, 实现产品设计、制造及销售服务的全过程的模式。

23. 网上品牌 7-196

答:

网上品牌, 是指网站的名称、域名、标识及其组合的总称。

24. 搜索引擎的关键词 4-100

答:

搜索引擎的关键词, 是用户与搜索引擎对话的直接语言, 就是在搜索引擎网站页面的输入框里所要输入的文字, 通常人类的各种自然语言构成搜索引擎的关键词。

25. 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。

### 四、简答题(本大题共 3 小题, 每小题 5 分, 共 15 分)

26. 简述邮件列表营销的作用与优势。4-115

答:

一、邮件列表营销的作用

1、获取有价值信息。

2、发布企业信息。

二、邮件列表营销的优势

1、省时省钱效应。

2、邮件列表的针对性和关系效应。

27. 简述如何进行网上品牌建设。7-197

答:

(1) 借鉴传统品牌营销方式, 向传统媒体投放广告是重要的手段。

(2) 借助专业的品牌管理策划人员。

(3) 借助原有的品牌优势。

(4) 以自己的经营特色创建品牌。

(5) 持续不断塑造网上品牌形象。

28. 简述吸引客户上网访问的措施。11-283

答:

(1) 将吸引人的信息上网。

(2) 建立互助网页。

(3) 为顾客提供方便。

五、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

29. 论述网络营销对传统营销的冲击。1-8

答:

一、对传统产品品牌策略的冲击

1、对传统标准化产品的冲击

通过互联网厂商可以迅速获得关于产品概念和广告效果测试的反馈信息, 也可以测试顾客的不同认同水平, 从而更加容易地对消费者行为方式和偏好进行跟踪, 从而为不同的消费者提供不同的商品。

2、适应品牌的全球化管理

对上网公司的一个主要挑战是如何对全球品牌和共同的名称或标志进行管理。是实行统一形象品牌策略还是实行有本地特点的区域品牌策略, 以及如何加强区域管理是上网公司面临的现实问题。

二、对定价策略的影响

由于互联网的无时空性, 会使各地存在差异的价格水平趋于一致, 这对于执行差别化定价策略的公司来说不能不说是一个严重问题。

三、对传统营销渠道的冲击

通过互联网, 生产商可与最终用户直接联系, 中间商的重要性因此有所降低。这造成两种后果: 一是由跨国公司所建立的传统的国际分销网络对小竞争者造成的进入障碍将明显降低; 二是对于目前直接通过互联网进行产品销售的生产商来说, 其售后服务工作是由各分销

商承担,但随着他们代理销售利润的消失,分销商将很有可能不再承担这些工作。

#### 四、对传统广告障碍的消除

相对于传统媒体来说,由于网络空间具有无限扩展性,因此在网络上做广告可以较少地受到空间篇幅的局限,尽可能地将必要的信息一一罗列。同时,迅速提高的广告效率也为网上企业创造了便利条件。

#### 五、对传统营销方式的冲击

随着网络技术迅速向宽带化、智能化、个人化方向发展,用户可以在更广阔的领域内实现声、图、像、文一体化的多维信息共享和人机互动功能。它将导致大众市场的终结,并逐步体现市场的个性化,最终应以每一个用户的需求来组织生产和销售。

另外,网络营销的企业竞争是一种以顾客为焦点的竞争形态,如何与散布在全球各地的顾客群保持紧密的关系并能掌握顾客的特性,是网络营销成功的关键。

#### 六、对营销战略的影响

互联网具有的平等、自由等特性,使得网络营销将降低跨国公司所拥有的规模经济的竞争优势,从而使小企业更易于在全球范围内参与竞争。另一方面,由于人人都能掌握竞争对手的产品信息与营销作为,因此胜负的关键在于如何适时获取、分析、运用这些来自网络上的信息。同时,策略联盟将是网络时代的主要竞争形态,如何运用网络来组成合作联盟,并以联盟所形成的资源规模创造竞争优势,将是未来企业经营的重要手段。

#### 七、对营销组织的影响

因特网(Internet)相继带动企业内部网(Intnmet)的蓬勃发展,使得企业内外部沟通与经营管理均需要依赖网络作为主要的渠道与信息源。

### 30. 论述网上开展公关营销的主要做法。10-269

答:

#### (1) 加强与新闻媒体的合作

不管是哪一类媒体,互联网出现后,企业与新闻媒体的合作可以更加密切了,可以充分利用互联网的信息交互特点,更好进行沟通。

#### (2) 宣传和推广产品

宣传和推广产品是网络公共关系重要职能之一。互联网最初是作为信息交流和沟通渠道,因此互联网上建设有许多类似社区性质的新闻组和公告栏。企业在利用一些直接促销工具的同时,采用一些软性的工具如讨论、介绍、展示等方法来宣传推广产品效果可能更好。

#### (3) 建立网上沟通渠道

通过网站的交互功能,企业可以与目标顾客直接进行沟通,了解顾客对产品的评价,倾听顾客提出潜在需求,保持与顾客的紧密关系,维系顾客的忠诚度。同时,企业通过网站宣传器乐和产品,可以让公众充分认识和了解企业,提高企业在公众中的知名度。

#### (4) 开展会员制营销

会员制营销已经被证实为电子商务网站的有效营销手段,国外许多网上零售型网站都实施了

会员制计划，几乎已经覆盖了所有行业。

(5) 引出话题，吸引公众注意力

例如，到各大网站、留言板、BBS、新闻讨论群、聊天室等媒体上，引起一些话题，吸引网友的参与讨论。

(6) 及时发布新闻

及时掌握具有新闻性的事件（例如，新业务的开通），并定期把这样的新闻发送到你的行业站点和印刷品媒介上，将站点在公告栏和新闻组上加以推广。

(7) 实施个性化营销

主要内容包括：用户定制自己感兴趣的信息内容、选择自己喜欢的网页设计形式、根据自己的需要设置信息的接收方式和接受时间等。

## 六、案例分析题(本大题 15 分)

31. 玫瑰花坊有限责任公司材料：

玫瑰花坊有限责任公司主营情人鲜花、亲人鲜花、婚礼鲜花、纪念日花篮、开业庆贺花篮及蛋糕订送业务，在北方十几个城市开设了实体连锁店。一天，玫瑰花坊北京店来了一位美国留学生，他希望在情人节这天给身处广州的女友送上一束鲜花，以表达自己对她的思念之情。玫瑰花坊的店主曾通过网络与广州一家花店的老板交流过经营经验，于是马上与对方联系，希望这束鲜花由对方送去。事情进行得很顺利，鲜花在情人节那天送到了女孩子的手里。令人高兴的是广州鲜花的价格比北京还便宜，除了支付给对方花店费用之外，自己还有盈余。这件事情启发了总部：新业务拓展不应拘泥于实体连锁店的开设，而应当向互网络进军，挖掘其中蕴藏的商机。于是公司决定建立自己的网络营销站点“玫瑰在线”，但营销部门不具备网站建设、经营和推广的经验。尽管有人提出可以通过搜索引擎推广网站，但是公司仍然担心“玫瑰在线”建成之后访问量过低，更担心仅靠网上鲜花零售业务难以为网站带来持续稳定的营业收入等问题。

假设你是营销部门经理，需要向公司总经理说明具体情况，以打消总经理的担忧。

(1) 请向玫瑰花坊总经理汇报“玫瑰在线”网站将要准备建设的内容。(5分) 3-78

答：

- (1) 准备站点资料。
- (2) 选择站点开发工具。
- (3) 申请域名。
- (4) 选择企业网站入网方式。
- (5) 网站发布测试。
- (6) 网站维护。

(2) 请分析“玫瑰在线”未来应该如何盈利?(4分) 3-81

答：

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

“玫瑰在线”站点可以运用网上零售 (B to C 模式)、B to B 交易平台等模式进行盈利。

(1) 网上零售大概有两种操作方法:

一种是自己经销的产品,通过互联网销售;另一种则是建立一个网上零售的平台,让更多的商家通过此平台销售他们的产品。

(2) B to B 交易平台,即商家与商家的交易,由于其群体锁定在商家之间,虽然群体范围并非普通大众多,但是商家会有更好的支付能力和更大的交易能力,也许对于商家来说,成交一笔生意的所得就远远超过支付的会员费用。

(3) 请为“玫瑰在线”设计 3 种有效的站点推广方式,并结合案例加以说明。(6 分) 10-263

答:

(1) 登录各大搜寻引擎网站

对于大部分的网友来说,门户网站的搜寻引擎仍是大家想要找寻网络上某种信息时,第一个会考虑的方法。因此主动到这些搜寻引擎登录公司网站资料,让需要的使用者可以很快的搜寻到所要的网站,是一种便宜又很有效率的方法。

(2) 建立链接

建立链接的方式主要有在行业站点上申请链接、申请交互链接、在商务链接站点申请链接。

(3) 发布网络广告

利用网络广告推销站点是一种比较有效的方式。比较廉价做法是加入广告交换组织,广告交换组织通过不同站点的加盟后,在不同站点交换显示广告,起到相互促进的作用。另外一种方式是在适当的站点上购买广告栏发布网络广告。

(4) 利用 BBS 宣传

网络使用者中学生族其实占了相当大的数量,如何获取这些高度网络使用者成为各大网站的主要重点工作之一。

(5) 发送电子邮件

电子邮件的发送费用非常低,许多网站都利用电子邮件来宣传站点。

(6) 病毒性营销

病毒性营销方法实质上是在为用户提供有价值的免费服务的同时,附加上一定的推广信息。常用的工具包括免费电子书、免费软件、免费邮箱等。

(7) 快捷网址推广

合理利用网络实名、通用网址以及其他类似的关键词网站快捷访问方式来实现网站推广的方法。快捷网址使用自然语言和网站 URL 建立其对应关系,这对于习惯于使用中文的用户来说,提供了极大的方便,用户只需输入比英文网址要更加容易记忆的快捷网址就可以访问网站。

(8) 提供免费服务

提供免费资源,在时间和精力上的代价都是昂贵的,但其在增加站点流量上的功效可以得到回报。

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

(9) 做好线下推广工作

如将公司的网址印在送出去的杯子、T恤、钥匙链等促销品上,这是每天提醒人们参观该网站的好方法。

说明:实际答题时,从其中选择三种最合适的,再结合案例做一些说明。

99593777558  
exambook.com

自考备考三件宝:  
自考笔记、  
真题及答案、  
录音课件!