

中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构



- 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；
- 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；
- 课件自报名之日起可反复观看不限时间、地点、次数，直到当期考试结束后一周关闭；
- 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时滚动更新；
- 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；

**英语/高等数学预备班：**英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有仅有高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。[立即报名！](#)

**基础学习班：**依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。[立即报名！](#)

**冲刺串讲班：**结合历年试题特点及命题趋势，规划考试重点内容，讲解答题思路，传授胜战技巧，为考生指出题眼，提供押题参考。配合高质量全真模拟试题，让学员体验实战，准确地把握考试方向、将已掌握的应试知识融会贯通，并做到举一反三。[立即报名！](#)

**历年真题测评班：**通过真题的在线模拟测试，由自考 365 网校的专家名师指明未来考试中可能出现的“陷阱”、“雷区”、“误区”，帮助学员减少答题失误，提高学员驾驭和应用所学知识的能力，迅速提高应试技巧和强化所学知识，顺利通过考试！[立即报名！](#)

**论文答辩与毕业申请指导班：**来自主考院校的指导老师全程视频授课，系统阐述申报自考论文的时间、论文的选题、论文的格式及内容、与导师的沟通技巧等，并提供论文范例供学员参考。[立即报名！](#)

**自考实验班：**针对高难科目开设，签协议，不及格退还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

## 全国 2007 年 4 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。

- 网上销售的主要模式有两种，它们是（ ）  
A. B to B C to B  
B. B to B C to C  
C. C to C C to B  
D. B to B B to C
- 指导网络营销活动的基本思想是（ ）  
A. 网络营销概念  
B. 网络营销规则  
C. 网络营销理念  
D. 网络营销观念
- 企业根据竞争状况及顾客的需求状况，为产品树立独特的形象，使产品在市场上处于适当位置的过程是指（ ）  
A. 市场定位  
B. 市场细分  
C. 市场规划  
D. 市场划分

4. 通过宣传介绍等活动使网站逐步被用户了解并接受的过程是指 ( )
- A. 网站导入                                      B. 网站建设  
C. 网站推广                                      D. 网站设计
5. 基于事先征得用户许可的一种“软营销”方式是 ( )
- A. 鼓动性营销                                      B. 许可 Email 营销  
C. 服务营销                                      D. 邮件营销
6. 分销渠道能够解决产品产需在空间上不一致的矛盾, 这是分销渠道创造的 ( )
- A. 时间效用                                      B. 潜在效用  
C. 地点效用                                      D. 所有权效用
7. 由生产型企业开通的网上销售站点, 它绕过传统的中间环节, 直接让最终消费者从网上选择购买, 这种虚拟零售店的类型是 ( )
- A. 电子销售型                                      B. 电子拍卖型  
C. 电子批发型                                      D. 电子直销型
8. 免费资源促销的主要目的是 ( )
- A. 占领市场                                      B. 提高服务质量  
C. 获取利润                                      D. 推广网站
9. Rich E-mail 是一种 ( )
- A. 多媒体电子邮件                                      B. 企业新闻电子邮件  
C. 许可邮件列表                                      D. 邮件列表营销
10. 在网站推广中, 反映一个网站价值的重要指标是 ( )
- A. 注册搜索引擎的数量                                      B. 注册用户数量  
C. 搜索引擎排名                                      D. 在其他网站链接的数量

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. 网络营销的任务包括 ( )
- A. 发布信息                                      B. 降低成本  
C. 平衡供求                                      D. 开发客户群  
E. 顾客服务
12. 建立企业网站的形式有 ( )
- A. 虚拟主机                                      B. 服务器托管

- C. 独立主机  
E. 单线入网
13. 网上市场调研面临的障碍有 ( )  
A. 信息过载  
C. 软件落后  
E. 设备陈旧
14. 网络市场定位的角色选择有 ( )  
A. 革新派  
C. 追随派  
E. 保守派
15. 网上销路好的产品所具有的共同特征是 ( )  
A. 不易腐坏性  
C. 对信息的关注性  
E. 高科技性
16. 网络营销定价策略包括 ( )  
A. 个性化定价策略  
C. 折扣定价策略  
E. 模型定价策略
17. 利用网络的目录化的 Web 站点提供的目录服务包括 ( )  
A. 通用目录  
C. 产品目录  
E. 企业目录
18. 选择目标市场的策略有 ( )  
A. 无差异营销策略  
C. 松散性营销策略  
E. 全球性营销策略
19. 加入邮件列表的好处是 ( )  
A. 邮件列表有很高的针对性  
C. 邮件列表是一个个社团  
E. 邮件列表易修改
20. 网络营销服务的特点有 ( )  
D. 专线入网  
B. 垃圾信息  
D. 用户不愿在网上透露信息  
B. 对抗派  
D. 竞争派  
B. 价格低廉性  
D. 竞争激烈性  
B. 模糊定价策略  
D. 期望定价策略  
B. 商业目录  
D. 专业目录  
B. 差异性营销策略  
D. 密集性营销策略  
B. 邮件列表是免费的  
D. 邮件列表容量大

- A. 突破了时空不可分离性
- B. 提供更高层次的服务
- C. 顾客寻求服务的主动性增强
- D. 服务成本效益提高
- E. 市场占有率提高

### 三、名词解释题（本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分）

- 21. 免费价格策略
- 22. 电子邮件营销
- 23. 网络营销策划
- 24. 无站点营销
- 25. 消费者信息

### 四、简答题（本大题共 3 小题，每小题 5 分，共 15 分）

- 26. 简述网络营销的间接环境。
- 27. 举例说明 Internet 邮件地址的组成。
- 28. 简述网络市场细分的作用。

### 五、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

- 29. 试述网络市场定位的思路。
- 30. 试述网站管理中的常见错误。

### 六、案例分析题（本大题 15 分）

31. 某家电生产公司历史悠久，是一家国有大企业，主要生产电视机、电冰箱、洗衣机等产品。在过去相当长的时间内，销售业绩较好，形成了一定的客户网络。但由于家电市场竞争愈烈，目前的销售业绩有下滑的态势。为了扭转这种被动局面，公司决定在开展好传统营销的同时、切实搞好网络营销工作。为此，公司要求营销部尽快制订网络营销计划，以便付诸实施。于是营销部经理便把该项任务交给了新分来的大学生小王。

要求：假如你是小王，请根据公司的经营情况、以及“网络营销计划内容”中的知识，拟订该公司家电产品的网络营销计划要点。