

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！](#)

真题串讲班：教育部考试中心已经启动了自考的国家题库建设，熟练掌握自考历年真题成为顺利通过考试的保障之一。自考 365 网校与权威自考辅导专家合作，推出真题串讲班网上辅导课程。通过对课程的整体情况分析及近 3 次考试的真题讲解，全面梳理考试中经常出现的知识点，并对重点难点问题配合典型例题扩展讲解。串讲班课程在考前一个月左右开通。[立即报名！](#)

习题班：自考 365 网校与北大燕园合作推出，每门课程均涵盖该课程全部考点、难点，在线测试系统按照考试难度要求自动组卷、全程在线测试、提交后自动判定成绩。我们相信经过反复练习定能使您迅速提升应试能力，使您考试梦想成真！[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 2009 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。

1. 网络营销客体是指（ ）
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. CNNIC
B. WAN
C. CSTENT
D. CLAN
3. 网络营销最基本的应用方式是（ ）
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（ ）
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 ()
- 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. 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 ()
- 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 ()
- A. 网上长渠道 B. 网上短渠道
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 ()
- 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 ()
- 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 ()
- 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 ()
- 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 ()
- 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 ()

- 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 ()

- 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 ()

- A. 便捷性
- B. 安全性
- C. 灵活性
- D. 低廉性
- E. 直接性

17. 网上营销渠道的组成部分包括 ()

- 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 ()

- 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 ()

- 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 ()

- 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

22. 网上市场环境

23. 有站点网络营销平台

24.网络营销管理

25.网上促销组合

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。

27.简述网上品牌的特性。

28.简述网上市场调查的作用。

五、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

29.试述促进我国网络营销发展的对策。

30.试述网上促销与传统促销的区别与联系。

六、案例分析题（本大题 15 分）

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。