

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务 | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务 |

开设班次：[（请点击相应班次查看班次介绍）](#)

基础班	串讲班	精品班	套餐班	实验班	习题班	高等数学预备班	英语零起点班
-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	--------

网校推荐课程：

思想道德修养与法律基础	马克思主义基本原理概论	大学语文	中国近现代史纲要
经济法概论（财经类）	英语（一）	英语（二）	线性代数（经管类）
高等数学（工专）	高等数学（一）	线性代数	政治经济学（财经类）
概率论与数理统计（经管类）	计算机应用基础	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	

[更多辅导专业及课程>>](#)

[课程试听>>](#)

[我要报名>>](#)

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()
A. B2B
B. B2C
C. C2B
D. C2C
2. 顾客属于网络营销的()
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()
A. ARTS
B. INT
C. COM
D. GOV
4. 邮件营销形式中，邮件列表的特性是()
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. 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()
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. 发展
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()
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. 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()
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()
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()
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()
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()

- A. 广泛性
- B.一对一优势
- 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()

- 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()

- 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()

- 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()

- 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()

- 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()

- 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

22. 搜索引擎

23. 网上市场定位

24. 域名

25. 网上促销

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。

27. 简述网上市场调查的局限性。

28. 简述电子中间商与传统中间商的区别。

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。

30. 试述网络广告的优势。

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?



自考 365
www.zikao365.com