

2024 年 10 月高等教育自学考试

新媒体营销试题

课程代码:14469

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

选择题部分

注意事项:

每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 18 小题,每小题 1 分,共 18 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 朋友圈的交易通常是碎片生活中一瞬间的行为,为了促进购买决策的速度,客单价应该
A. 昂贵 B. 低价 C. 中档 D. 不太高
2. 节日里,在微信群发起抢红包,属于下列哪种营销类型?
A. 社会交往分享型 B. 陪伴聊天对话型
C. 组织游戏活动型 D. 地理位置投放型
3. 善于把主意变成实际行动,崇尚努力,计划性强,有很好的自控力和纪律性,这样的新媒体营销团队成员是
A. 实施者 B. 监督者 C. 策划者 D. 协调者
4. 新媒体美编人员的主要职能是
A. 引流吸粉 B. 图文排版 C. 商业变现 D. 内容制作
5. 打造让消费者尖叫的极致产品是下列哪一种新媒体营销思维?
A. 用户思维 B. 极致思维 C. 爆品思维 D. 大数据思维
6. 五菱宏光从“转产口罩”到“生产螺狮粉”,采用的是
A. 视频营销 B. 游戏营销 C. App 营销 D. 数据化营销
7. 通过分析单条微博,得到该微博的传播路径、意见领袖、用户画像等结果,这是
A. 事件分析 B. 微博传播分析 C. 信息监测 D. 热度趋势分析

8. 发布信息的程序简单,还可以随时随地更新信息,这体现了微博营销的

- A. 便捷性 B. 立体化 C. 广泛性 D. 低成本

9. 游戏类直播平台有

- A. 映客 B. 龙珠 C. 花椒 D. 千聊

10. 与植入式广告相比,短视频营销的爆发点在于

- A. 流量 B. 规模 C. 时间 D. 内容

11. 自媒体营销活动成功的“带领先驱”是

- A. 活动设计 B. 活动策划 C. 活动预热 D. 活动执行

12. 做读者的良师益友,激发其阅读兴趣,这类标题属于

- A. 启发激励型 B. 痛点型 C. 热点型 D. 权威转嫁型

13. 以下哪一项属于原生广告?

- A. 植入广告 B. Banner C. 内置广告 D. 智能广告

14. 扫描二维码领取优惠券可以帮助商家对消费者进行后续营销,把一次性用户转变成老客户,这种营销价值是

- A. 增加流量 B. 促销 C. 数据分析 D. 二次营销

15. 降低消费者在参与中的紧张感和焦虑感,激发消费者的好奇心,并鼓励消费者持续参与其中的游戏免费策略是

- A. 比赛免费 B. 参与过程免费 C. 奖励免费 D. 参与资格免费

16. 企业在多个平台同时开展互动活动时,需要考虑的选择原则是

- A. 资源互补性 B. 定位差异性
C. 平台之间的联动性 D. 投资收益的经济性

17. 通过不断开发新的课程来产生直接回报的“秋叶 PPT”,采取的是哪种变现方式?

- A. 产品式 B. 会员式 C. 资源式 D. 广告式

18. 社群选人时,会挑选具有天然开心果性质的人,是因为

- A. 效率出色 B. 组织运营 C. 社群内容 D. 带来社群黏性

二、多项选择题:本大题共 18 小题,每小题 2 分,共 36 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的,请将其选出,错选、多选或少选均无分。

19. 公众号正文内容应该遵循的 3I 原则是

- A. 有意义 B. 幽默 C. 利益
D. 有趣 E. 个性

20. 微信营销模式包括

- A. 朋友圈
- B. 微信群
- C. 摇一摇
- D. 公众号
- E. 微信广告

21. 新媒体营销人员需要储备的行业知识包括

- A. 行业价值链
- B. 行业关键知识点
- C. 行业领军人物
- D. 行业重大事件
- E. 行业法律法规

22. 新媒体线上活动策划工具包括

- A. LiveApp
- B. Camtasia Studio
- C. iH5
- D. Shou
- E. Epub360

23. 饥饿营销的基础是

- A. 强势的品牌
- B. 讨好的产品
- C. 出色的营销手段
- D. 较高的附加价值
- E. 低廉的价格

24. 消费者的需求包括

- A. 心理需求
- B. 刚性需求
- C. 精神需求
- D. 附加值需求
- E. 超出预期的需求

25. 企业微博认证不能使用的昵称有

- A. 最佳
- B. 最高级
- C. 品牌名
- D. 代理品牌
- E. 国家级

26. 微博营销寻找精准粉丝的方式包括

- A. 通过标签
- B. 通过话题
- C. 通过微群
- D. 通过相关账号
- E. 通过口碑

27. 基于互联网的直播营销,通常包括的要素有

- A. 场景
- B. 产品
- C. 创意
- D. 拍摄
- E. 人物

28. 视频关键词选择步骤包括

- A. 列出核心关键词
- B. 关键词的进一步挖掘
- C. 关键词语义分析
- D. 关键词筛选和整理
- E. 关键词搭配分析

29. 自媒体营销活动收尾阶段的关键环节包括

- A. 制造共鸣
- B. 活动监控
- C. 用户追踪
- D. 活动复盘
- E. 数据统计

30. 数据采集的常见方案有

- A. 访谈
- B. 埋点
- C. 可视化埋点
- D. 无埋点
- E. 爬虫

31. 小程序的营销价值包括

- A. 去中心化
- B. 重建入口
- C. 链接一切
- D. 激活场景
- E. 重构关系

32. APP 营销场景设计技巧包括

- A. 优化场景设计
- B. 选好时间节点
- C. 带入真实场景
- D. 根据用户分类进行场景营销
- E. 根据地点进行场景营销

33. VR 游戏营销策略包括

- A. 选择适宜的游戏形式
- B. 选择合适的 VR 设备
- C. 收集实时数据
- D. 跨界营销
- E. 联名销售

34. VR 发展经历了以下哪几个阶段?

- A. 初创期
- B. 技术突破期
- C. 技术积累期
- D. 技术应用期
- E. 技术快速发展期

35. 众筹的类型包括以下哪几种?

- A. 股权型
- B. 债券型
- C. 产品型
- D. 筹钱
- E. 筹人

36. 社群的福利有哪几类?

- A. 物质类
- B. 经济类
- C. 游戏类
- D. 关系类
- E. 成果类

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、简答题:本大题共 3 小题,每小题 6 分,共 18 分。

37. 结合自身经验,解释新媒体营销人员如何培养不断学习的能力?

38. 简述企业微博官方认证范围。

39. 简述自媒体营销文案的写作流程。

四、策划写作题：本大题 13 分。

40. 请策划一个与关键意见领袖(KOL)合作的营销方案,推广一款新推出的化妆品。

(方案至少包括 5 个要点,不少于 300 字)

五、案例分析题：本大题共 15 分。

41. 在疫情期间,美国伍斯特公共图书馆不仅担任了疫苗接种点的角色,也为等待接种的民众提供了借阅图书的便利。然而,随着疫情的持续,许多借出的图书因人们长时间居家、搬家或学校关闭而遗失,导致一些读者担心逾期罚款,不再光顾图书馆,使得借书卡纷纷过期。

面对这一挑战,图书馆执行主任杰森·霍默意识到,必须激发公众重新对阅读产生兴趣。虽然图书馆已经取消了逾期罚款,但许多读者仍心存顾虑。为此,图书馆团队经过深思熟虑,决定采取一种创新措施——接受猫咪照片作为罚款的替代。图书馆在 Facebook 上宣布,整个三月期间,读者可以使用猫咪照片来抵扣丢失或损坏图书的费用。这项活动不仅包括了自家的宠物猫,也欢迎网红猫的照片,甚至是其他动物的图片,如狗、浣熊、逆戟鲸、水豚等。这一策略迅速赢得了公众的积极响应。图书馆还规定,只有丢失两个月以上的图书才能参加活动,且对于丢失超过 5 本书的读者,图书馆保留了不免除费用的权利。

这项活动取得了巨大成功。霍默表示,在活动开始不到一周的时间内,就有约 400 人提交了猫咪照片,并恢复了他们的借阅权限。图书馆还巧妙地将这些照片制作成“猫猫墙”,供访客观赏。通过这一创新举措,伍斯特公共图书馆不仅解决了图书遗失问题,更重要的是,它重新点燃了社区对阅读的热情,展示了图书馆作为社区中心的创新精神和人情味。这一策略证明了图书馆在适应时代变化、满足社区需求方面的灵活性和创造力。

(1) 伍斯特公共图书馆如何通过新媒体平台有效传播其“猫咪照片抵罚款”活动,并促进社区参与度?(7分)

(2) 伍斯特公共图书馆的“猫咪照片抵罚款”活动如何体现了新媒体在塑造图书馆品牌形象和提升社区服务中的作用?(8分)