

2025 年 10 月高等教育自学考试全国统一命题考试

网络营销与策划

(课程代码 00908)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分, 第一部分为选择题, 第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答, 答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用 2B 铅笔, 书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

第一部分 选择题

一、单项选择题: 本大题共 20 小题, 每小题 1 分, 共 20 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. 下列属于网络营销客体的是
A. 产品
B. 供应商
C. 消费者
D. 企业自身
2. 制定网络营销策略时, 一般不包括
A. 网上产品策略
B. 网上价格策略
C. 网上促销策略
D. 网上数据策略
3. 基于位置的服务大量出现于
A. Web1.0 时代
B. Web2.0 时代
C. Web3.0 时代
D. Web4.0 时代
4. 营销公众有多种, 其中“环境保护组织”属于
A. 媒介公众
B. 内部公众
C. 一般公众
D. 公众利益团体
5. “船小好掉头”是网络经济的特点之一, 与之相应的现象是
A. 地球村形成
B. 冒尖市场形成
C. 中小企业地位上升
D. 强者越强, 弱者越弱

6. 某公司将调查问卷通过 QQ、阿里旺旺等发送给被调查者以收集市场信息, 这种网络市场调查方法属于
A. 利用企业网站调查
B. 通过社交媒体调查
C. 通过在线访谈调查
D. 利用第三方专业互联网市场调查公司调查
7. 网络市场调查应遵循一定的程序, 其步骤数量为
A. 三
B. 五
C. 七
D. 九
8. 马斯洛提出的需求层次理论中, 处于最顶层的是
A. 安全的需求
B. 社交的需求
C. 尊重的需求
D. 自我实现的需求
9. 在消费者网络购买行为的影响因素中, “同伴、学校和大众传媒”属于
A. 社会因素
B. 地域因素
C. 文化因素
D. 商品因素
10. “服务产品的服务程序、服务人员和品牌”属于网上产品整体概念中的
A. 形式产品层次
B. 核心产品层次
C. 期望产品层次
D. 附加产品层次
11. “网络营销企业向网上目标市场所提供的全部产品或业务的组合或搭配”称为
A. 产品线
B. 产品项目
C. 产品款式
D. 产品组合
12. HG 公司提供网络服务的成本为 100 元, 预期利润率为 25%, 因此 HG 将该服务定价为 125 元, 这种定价方法属于
A. 成本加成定价法
B. 盈亏平衡定价法
C. 边际贡献定价法
D. 理解价值定价法
13. 接受用户查询请求后, 同时在多个搜索引擎上搜索, 并将结果返回给用户的搜索引擎是
A. 元搜索引擎
B. 全文搜索引擎
C. 门户搜索引擎
D. 目录索引搜索引擎

14. 优化关键词是搜索引擎优化的重要手段, 下列关于选择关键词的说法中正确的是
- A. 关键词越长越好 B. 关键词应该宽泛
- C. 关键词应该有针对性 D. 站在企业角度考虑关键词
15. “在电子邮件中嵌入公司营销站点或营销页面地址链接, 因电子邮件的阅读而引导读者点击进入公司营销站点或营销页面的比率”称为
- A. 转化率 B. 引导点进率
- C. 邮件开信率 D. 邮件转信率
16. 实施一对一营销的第一步是
- A. 识别客户 B. 客户差别化
- C. 实现双向沟通 D. 业务流程重构
17. 关于如何管理客户分级中的“关键客户”, 下列说法中错误的是
- A. 集中优势资源服务关键客户
- B. 提高服务价格, 降低服务成本
- C. 成立为关键客户服务的专门机构
- D. 勤于沟通和交流, 密切双方的关系
18. 用户行为分析指标“页面浏览数”可以帮助企业
- A. 了解页面访问路径
- B. 掌握用户停留时间
- C. 分析网站流量的发展趋势
- D. 分析网站访问者的实际数量
19. 强调“多平台的数据采集、时效性和个性化营销”的网络营销方式是
- A. 众筹营销 B. 大数据营销
- C. 社交媒体营销 D. 广告联盟营销
20. 网络营销中知识管理的主要内容不包括
- A. 知识共享 B. 信息文档管理
- C. 显性知识隐性化 D. 知识资产安全管理

二、多项选择题: 本大题共5小题, 每小题2分, 共10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。

21. 网上市场细分的作用包括
- A. 有利于发现竞争者
- B. 有利于发掘新市场
- C. 有利于指导顾客消费
- D. 有利于了解网络消费者购买动机
- E. 有利于制定和调整网络营销方案
22. 下列关于密集型营销策略的说法中, 正确的有
- A. 企业采用该策略潜伏着较大的风险
- B. 该策略实施前无需对市场进行细分
- C. 该策略下企业可以实行专业化经营
- D. 该策略主要适用于资源有限的小企业
- E. 企业采用该策略时必须密切注意目标市场的动向
23. 关系营销的特征包括
- A. 战略过程的协同性 B. 信息沟通的双向性
- C. 客户价值的重要性 D. 营销活动的互利性
- E. 购物方式的便捷性
24. 网络广告效果评价的意义表现在
- A. 有利于完善广告计划 B. 有利于提高广告水平
- C. 有利于增加广告投放量 D. 有利于减少广告开支
- E. 有利于促进广告业务的发展
25. 网络营销效果评价需要基础数据分析工具的支持, 下列属于这一类工具的有
- A. SPSS B. Excel
- C. WinRAR D. MATLAB
- E. Photoshop