

2.企业开展网络营销所达到的目标是为拓宽网络销售,借助于网上的交互性、直接性、实时性和全球性为顾客提供方便、快捷的网上销售点,该目标是

- A.销售型网络营销目标
B.服务型网络营销目标
C.品牌型网络营销目标
D.提升型网络营销目标

3.被访问者在完全自愿的情况下参与调查的,不像传统调查的拦截访问,有点“强迫性”。这反应了网络市场调查特点中的

- A.及时性
B.针对性
C.客观性
D.互动性

4.开展网络营销,最关键的问题是

- A.信息的发布
B.品牌的推广
C.网上资金的支付与结算
D.物流及时跟进

5.为进行搜索引擎优化,以下做法中正确的是

- A.网页采用框架结构定位
B.为每个网页设置一个网页标题
C.和任意一个网站交换链接
D.将关键词隐藏在同颜色的网页背景中

6.进行 E-mail 营销时,获得用户许可的方式中不包含

- A.Opt-in
B.Double Opt-in
C.Double Opt-Out
D.Opt-out

7.通过网络这一技术平台传递企业信息,唤起人们的好感、兴趣,从而提高企业在公众中的形象的过程的是

- A.网络公共关系
B.网络销售促进
C.网上宣传
D.电子邮件营销

8.企业通过搜集和积累消费者的大量信息,经过处理后预测消费者有多大可能去购买某产品,以及利用这些信息给产品以精确定位,有针对性地制作营销信息,以达到消费者去购买产品的目的,这是

- A.定制营销
B.精准营销
C.个性化营销
D.数据库营销

9.在产品的整体概念中,能反应产品或服务所能提供给顾客的最基本的效用的是

- A.核心产品
B.形式产品
C.期望产品
D.附加产品

10.兼具大众沟通模式和个体沟通模式的是

- A.传统广告
B.网络广告
C.全景广告
D.报纸广告

二、多项选择题(本大题共 10 小题,每小题 3 分,共 30 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,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

11. 价格策略主要是考虑与定价有关的内容, 所包括的相关问题有

- A. 价格水平
- B. 折扣价格
- C. 支付限制
- D. 商业信用条件
- E. 成本水平

12. 网络营销在市场营销中发挥了很多传统营销不具备的作用, 并且越来越受到关注, 它的功能主要表现为有

- A. 实现了个性化营销
- B. 提高企业的竞争优势
- C. 提供了世界市场
- D. 给企业带来了内部结构和行业结构的变革
- E. 改变了企业的竞争方式和竞争形象

13. 网络市场调研的特点有

- A. 主观性
- B. 客观性
- C. 便捷性
- D. 经济性
- E. 趣味性

14. 根据商业企业的一般性要求, 网络营销的网页内容一般主要包括

- A. 公司信息
- B. 产品信息
- C. 销售信息
- D. 服务信息
- E. 物流信息

15. 在 E-mail 营销效果的评估中, 衡量用户数量变化情况的主要指标有

- A. 邮件送达率
- B. 用户增长率
- C. 用户退出率
- D. 邮件退信率
- E. 转化率

16. 网络营销新产品的开发策略有

- A. 重新定位策略
- B. 仿制开发策略
- C. 改进开发策略
- D. 换代开发策略
- E. 全新开发策略

17. 网络渠道管理包括

- A. 目标的定位
- B. 角色的定位
- C. 成员的选择
- D. 渠道评估
- E. 冲突的解决

18. 网络广告时间策略主要包括

- A. 比附定位策略
- B. 空隙定位策略
- C. 时机策略
- D. 时段策略
- E. 时序策略

19.客户关系管理按目标客户的不同可分为

- A.运营型 CRM
- B.中端 CRM
- C.中小企业型 CRM
- D.企业级 CRM
- E.协作型 CRM

20.进行网络营销策划必须遵循的基本原则有

- A.便捷性原则
- B.系统性原则
- C.创新性原则
- D.操作性原则
- E.经济性原则

三、判断题（本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分）

判断下列各题，在答题纸相应位置正确的涂“A”，错误的涂“B”。

- 21.网络营销实现了“一对一”的营销，所谓的“一对一”主要是指企业对于不同的顾客，给予不同的对待方式，透过电子信息手段，辨识目标顾客，并将特定的信息适时传递给适当的对象。
- 22.网络营销代表了国际营销的发展趋势，可以不考虑各国各民族文化背景、风俗习惯等。
- 23.利用电子公告牌（BBS）收集网络市场信息是获取第二手资料的方法。
- 24.研究表明，网络广告的点击率能够完全代表其效果，而对于那些浏览没有点击广告的、占浏览者总数的 99%的访问者不能产生什么作用。
- 25.为对搜索引擎优化，专门设计一个漂亮的 Flash 作为网络封面，不失为一个有效的做法。
- 26.根据是否得到收件人的许可，E-mail 营销可以分为许可 E-mail 营销与未经许可的 E-mail 营销。未经许可的 E-mail 营销也就是我们经常所说的垃圾邮件。
- 27.网络分销渠道相对于传统的营销渠道而言，突破了地理空间的局限，使中间商显得没有必要了。
- 28.对新闻组与网络论坛的网络公关，可以预防与控制企业危机。
- 29.传统广告策略不适用于网络广告。
- 30.现代营销环境是复杂多变的，网络营销策划的主题应越多越好，以应对营销环境的变化。

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。

四、简答题（本大题共 3 小题，每小题 10 分，共 30 分）

- 31.简述网络营销与传统营销的区别与联系。
- 32.简述关键词广告的优点，并以某种农产品为例说明在 Google 中如何制作关键词广告。
- 33.以农产品经营为主营业务的企业在开展关系营销时，应该具备哪些基本要求？