

浙江省 2020 年 10 月高等教育自学考试
网络营销与渠道管理(二) 试题
课程代码:12006

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 10 小题,每小题 1 分,共 10 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. 在下列网络营销工具中,最基本、最重要的是

- A. 搜索引擎 B. 企业网站 C. 电子邮件 D. 网络广告

2. 网络营销实施的最高层次是

- A. 网上信息发布 B. 网络分销联系
C. 网上直接销售 D. 网络营销集成

3. 兴趣可以影响网络消费者购买行为,这种因素属于

- A. 产品因素 B. 收入因素 C. 心理因素 D. 文化因素

4. 开展网络营销活动的组织或者个人被称为网络营销

- A. 主体 B. 客体 C. 实体对象 D. 本质对象

5. 网站盈利模式中,商家与商家的交易被称为

- A. C2C 模式 B. B2B 模式 C. B2C 模式 D. C2B 模式

6. 网上产品组合策略中,由原来经营高档产品,改为增加经营低档产品的策略为

- A. 扩大产品组合策略 B. 向上延伸策略
C. 向下延伸策略 D. 向两端延伸策略

7. 在产品刚进入市场时,采用高价位策略,以便在短期内尽快收回投资的定价策略为

- A. 撇脂定价策略 B. 渗透定价策略 C. 自动调价策略 D. 竞争定价策略

8. 折扣券属于网上销售促进方式中的

- A. 网上免费资源促销
- B. 网上变相折价促销
- C. 网上积分促销
- D. 网上折价促销

9. _____是满足不同顾客个性化需求的营销方式。

- A. 差异化营销
- B. 无差异化营销
- C. 集中化营销
- D. 定制化营销

10. 当企业的产品潜在顾客多,市场范围大时,其分销渠道宜选择

- A. 长渠道
- B. 短渠道
- C. 窄渠道
- D. 宽渠道

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。

11. 在网络营销中,产品的整体概念可以分为以下_____来理解。

- A. 核心利益层次
- B. 有形产品层次
- C. 期望产品层次
- D. 延伸产品层次
- E. 潜在产品层次

12. 一般来说,影响企业产品网上定价的因素主要有

- A. 环境因素
- B. 成本因素
- C. 产品因素
- D. 供求关系
- E. 竞争因素

13. 一个完善的网上营销渠道应有_____这些功能。

- A. 网上订货功能
- B. 网上结算功能
- C. 网上议价功能
- D. 网上物流功能
- E. 网上配送功能

14. 企业寻找渠道成员的途径有

- A. 自设销售组织
- B. 商业途径
- C. 网上查询
- D. 顾客和中间商咨询
- E. 广告

15. 渠道无论怎样设计与管理,总会有冲突,渠道冲突主要表现在

- A. 价格冲突
- B. 产品冲突
- C. 促销冲突
- D. 政策冲突
- E. 策略冲突

三、案例选择题: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只有一个是符合题目要求的,请将其选出。

E 网站是全球著名的网络电子商务公司,它成立于 2001 年,一开始只经营书籍销售业务。在稳步占领图书这个主营产品市场后,E 网站开始增加新的经营品种,其业务范围已经从图书成功地拓展到其他利润丰厚的产品中。2005 年,E 网站开通音像和礼品商店,产品从游戏盘、索尼随声听到手表和芭比娃娃,此后 E 网站的业务范围更是不断拓展。

E 网站上的商品多数都为自己经销的产品,通过互联网销售。E 网站为消费者提供产品信息,并实现网上订单;消费者在购买产品后,可以有多种方式选择进行付款;同时,E 网站负责将消费者购买的商品进行配送。

E 网站能够取得如此成功,E 网站的网络营销功不可没。例如,E 网站网上书店就是采用比一般书店更大的折扣作为促销手段来吸引客户的,其销售的大部分图书都有 5% -40% 的折扣。而且对于很多图书,消费者购买量越多,折扣越大。由于不需要自己的店面,基本没有库存商品,较低的运营成本使得 E 网站有能力将节省的费用,通过折扣的形式转移到顾客身上,从而使得顾客成为 E 网站的常客。同时,E 网站还建立了合理的积分制度,消费者通过多次购买来增加积分可以获得相应的奖品。通过合理有效的积分制度引导并刺激用户主动进行宣传,E 网站的客户量不断增长。

16. 作为网络企业,其所从事的营销活动的客体主要是网络产品。下面属于服务性网络产品的是

- A. 服务器 B. 图书 C. 网络游戏 D. 路由器

17. 企业建立自己的网站总有其目的,按照侧重点划分,E 网站所属的网站类型为

- A. 信息型站点 B. 广告型站点
C. 售后服务型站点 D. 综合型电子商务站点

18. E 网站的盈利模式属于

- A. 网站的个人交易平台服务模式 B. 网上零售
C. 在线广告 D. B2B 交易平台

19. 案例中提到 E 公司的网上销售促进的方式是

- A. 网上赠品促销 B. 网上抽奖促销
C. 网上积分促销 D. 网上联合促销

20. E 公司对于购买量较大的客户提供更大的折扣,这属于折扣定价策略中的

- A. 数量折扣策略 B. 低价定价策略
C. 现金折扣策略 D. 季节折扣策略

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、填空题:本大题共 4 小题,每空 1 分,共 15 分。

21. 利用_____开展的营销活动称为网络营销,利用_____、_____、_____和杂志等传统媒体开展的营销活动称为_____。

22. _____是网络营销站点开发的_____,是建立网络营销平台的基础工作。

23. 作为企业在网上销售实体产品,按其营销过程来划分,一般有_____、_____和_____三种在线服务类型。

24. 选择合适的网上交易中间商时,必须考虑_____、_____、_____、_____和_____五大因素。

五、名词解释题:本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分。

25. 网上市场细分

26. 大规模定制

27. 站点推广

28. 渠道冲突

29. 营销渠道设计

六、简答题:本大题共 5 小题,每小题 5 分,共 25 分。

30. 简述开展网络营销的意义。

31. 简述何谓网上市场定位及其内容。

32. 简述软件产品的属性。

33. 简述网上定价的特点。

34. 简述营销渠道设计的影响因素。

七、论述题:本大题 15 分。

35. 试述网络广告的优劣势。