

全国 2015 年 10 月高等教育自学考试

网络营销与策划试题

课程代码:00908

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 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。

2. 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)

在每小题列出的四个备选项中只有一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、多涂或未涂均无分。

1. 企业营销人员通过搜索引擎搜索外部信息,用以判断自身网站竞争地位的搜索引擎营销策略是
A. 搜索引擎推式策略
B. 搜索引擎嵌式策略
C. 搜索引擎拉式策略
D. 搜索引擎隐式策略
2. 下列关于网上新产品开发表述正确的是
A. 应该采用敏捷制造系统
B. 客户无需参与新产品开发过程
C. 要以设计师为中心开发新产品
D. 只借助传统市场收集新产品开发信息
3. 网络营销的对象是
A. 经营利润
B. 网络产品
C. 网络渠道
D. 网民及其需求
4. 下列不属于网上营销渠道组成部分的是
A. 销售方式
B. 销售对象
C. 销售环节
D. 销售机构
5. 下列属于网络营销直接环境的是
A. 文化环境
B. 经济环境
C. 法制环境
D. 互联网络环境

6. 由人、设备、程序和活动规则的相互作用形成的、用于承载企业网络营销活动的系统是
- A. 网络营销平台
B. 网络营销策略
C. 网络营销工具
D. 搜索引擎营销
7. 将企业的产品和服务以零价格形式提供给顾客使用，以满足顾客需求的价格策略称为
- A. 产品折扣策略
B. 免费价格策略
C. 服务零价策略
D. 网上定价策略
8. 适合小企业的目标市场策略是
- A. 差异性营销策略
B. 密集性营销策略
C. 无差异性营销策略
D. 全面覆盖性营销策略
9. 企业实施“推战略”时主要采用的促销方式是
- A. 站点推广
B. 网上销售促进
C. 网络广告
D. 网上关系营销
10. 最常见的网上宣传产品的方式是
- A. 论坛和即时消息
B. 电子邮件和微信
C. 交换链接和微博
D. 网站信息发布和网络广告

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，请将其选出并将“答题卡”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

11. 企业通过自己的网站收集客户和潜在客户电子邮件地址的途径包括
- A. 宣传企业邮箱
B. 开办电子杂志
C. 设置企业论坛
D. 购买电子邮件地址
E. 利用网际促销活动
12. 适合网络营销的产品包括
- A. 实体产品
B. 涉密产品
C. 软件产品
D. 信息产品
E. 在线服务产品
13. 网上新产品开发的类型包括
- A. 更新现有产品
B. 开发新定价产品
C. 开发新产品线
D. 开发新问世的产品
E. 开发降低成本的产品

14. 网络营销对传统营销的冲击包括
- A. 对传统广告障碍的消除
 - B. 对营销战略的影响
 - C. 对传统营销渠道的冲击
 - D. 对定价策略的影响
 - E. 对传统产品品牌策略的冲击
15. 电子中间商的类型有
- A. 目录服务商
 - B. 搜索服务商
 - C. 虚拟零售商
 - D. 网上出版商
 - E. 物流服务商
16. 下列关于网络营销叙述正确的有
- A. 任何企业都适合开展网络营销
 - B. 网络营销的支出是一项消费
 - C. 开展网络营销与技术人员无关
 - D. 网络营销的支出是一项投资
 - E. 产品属性影响网络营销的方式
17. 下列属于“使用定价策略”的做法有
- A. 培育名牌产品，高质高价
 - B. 依据购买商品的数量给予不同折扣
 - C. 降价销售生命周期处于衰退期的产品
 - D. 为用户提供通过互联网注册即可使用的软件产品，按使用次数计费
 - E. 搜索引擎在提供竞价排名服务时，依据企业网站链接的点击量计费
18. 下列属于网上市场细分原则的有
- A. 可衡量性
 - B. 实效性
 - C. 可接近性
 - D. 稳定性
 - E. 可发展性
19. 下列属于站点推广方法的有
- A. 建立链接
 - B. 病毒式营销
 - C. 网上折价促销
 - D. 发布网络广告
 - E. 发送电子邮件
20. 网络营销管理的步骤包括
- A. 建立营销网站计划
 - B. 执行营销网站计划
 - C. 制定网络营销计划
 - D. 落实网络营销计划
 - E. 控制网络营销计划

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、名词解释题（本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分）

21. 新闻组
22. 电子中间商
23. 市场细分
24. 网上销售促进
25. 信息产品

四、简答题（本大题共 3 小题，每小题 5 分，共 15 分）

26. 简述网络营销的主要观念。
27. 简述无站点网络营销的方式。
28. 简述网上促销的功能。

五、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

29. 试述建立顾客网络的方法。
30. 试述如何进行网上品牌建设。

六、案例分析题（本题 15 分）

31. JJD 集团的网络营销之路：

JJD 集团以 RB 玻璃纤维厂为核心，由多家中外合资企业组建而成，总资产 2.6 亿元。该集团主要生产经营玻璃纤维和玻璃钢制品，并跨行业开发了化工、服装、红木、丝毯等产品。该集团曾多次获得省、市先进集体、建材行业排头兵等光荣称号。早在 1997 年，集团就意识到了电子商务的重要性，开始尝试网络营销。自此，集团逐步建立自己的网站，在全球范围内宣传产品。为了保证良好的网络营销效果，集团开展了网络市场调查工作。具体做法包括：在集团网站上利用有奖问卷调查的形式广泛征求顾客意见；利用 BBS 发布企业的各种贸易信息，并分析顾客留言，获取商业情报；利用百度、新浪等门户网站挖掘有价值的商贸信息，寻找潜在客户；通过电子邮件发放问卷，与潜在客户进行沟通。实施上述调查活动之后，JJD 集团并未获得预期的信息采集效果。因此，集团重新设计实施了网上市场调查，以期能够获得真实的潜在客户信息。

请结合案例，完成以下两项工作任务：

- (1) 指出 JJD 集团还可以使用哪些直接或间接的网上市场调查方式。（5 分）
- (2) 分析说明 JJD 集团开展网上市场调查时应注意的事项。（10 分）