

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. 开发新闻世的产品
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 www.jszikao.org

- 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

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）