# **2016年4月高等教育自学考试网络营销与策划试题**

**（课程代码 00908）**

**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．因特网起源于A

A．美国 B．英国 C．德国 D. 法国

2．商业机构与消费者间开展的电子商务活动类型是C

A. B to B B. C t0 C C. B to C D．B to G

3．用以衡量搜索引擎查准率的性能指标是A

A．精度 B．广度 C．召回率 D. 索引深度

4．某网上商城与其主要竞争对手“对着干”，此种定位方式属于D

A．避强定位 B．创新定位 C．重新定位 D. 迎头定位

5．网站的名称、域名、标识及其组合的总称是B

A．网址 B．网上品牌 C．传统品牌 D．网络公共关系

6．下列不属于网上支付系统组成部分的是D

A．电子钱包 B．电子通道 C．认证机构 D．订单管理系统

7．根据消费者所能理解的商品价值来确定商品价格的方法属于C

A．定制定价法 B．竞争导向定价法

C．需求导向定价法 D．成本导向定价法

8．不符合网站设计原则的是B

A．设计好首页 B．坚持技术第一

C．保持网站目录清晰 D．树立使用者优先的观念

9．将顾客吸引过来，保持稳定市场份额的网络站点促销战略属于B

A．推战略 B．拉战略 C．扩战略 D．缩战略

10. 按一定时间内，网页链接被点击次数进行收费的广告收费模式是D

A．销售提成收费模式 B．千人印象成本收费模式

C．千次点击成本收费模式 D．平均点击次数收费模式

**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，请将其选出井将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。**

11．无站点网络营销的主要方式有ABCDE

A．网上拍卖 B．检索商品信息

C．加入行业信息网 D．免费发布供求信息 E．加入专业经贸信息网

12. 4Ps营销组合理论包括ACDE

A．产品策略 B. 过程策略

C．价格策略 D. 渠道策略 E．促销策略

13. E-mail营销效果的主要评价标准有CDE

A．发出E-mail的数量 B．发出E-mail的频率

C．每封E-mail邮件产生的点击 D．企业与顾客之间联系的加强

E．顾客对企业产品或服务印象的改善

14．关于网上问卷设计表述正确的有ACDE

A．应进行选择性调查 B. 问题数量越多越好

C．可以控制填写问卷时间 D. 可以附加多媒体背景资料

E．应保护调查对象个人隐私

15．网上市场的特点有ABCE

A．全天候 B. 虚拟性

C．全球性 D. 无风险性 E．互动性

16．产品组合的变数有ACDE

A．长度 B．精度

C．深度 D．宽度 E．关联度

17. 适用于撇脂定价策略的产品特点有ADE

A．周转慢 B. 周转快

C．购买率高 D. 储运成本高 E．销售成本高

18．网上长渠道策略的优点有BDE

A．流通时间短 B. 便于组织货源

C．提高盈利水平 D. 节省营销费用

E．为生产企业提供市场信息和服务

19．网上促销的功能有ABCDE

A．说服功能 B. 告知功能

C．反馈功能 D. 稳定销售功能 E．创造需求功能

20. 网络营销管理的具体职能有ABCD

A．寻找顾客 B. 推广产品

C．开发市场 D.网络顾客 E．控制企业生产成本

**三、名词解释题(本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分)**

21．网络营销宏观环境

22．搜索引擎关键词

23．域名

24．网上直销

25. 网站流量分析

**四、简答题(本大题共 3 小题，每小题 5 分，共 15 分)**

26．简述网上直接调查的方式。

27．简述4Rs营销组合理论的基本观点。

28．简述网上新产品开发的类型。

**五、论述题(本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分)**

29. 试述网上目标市场的选择步骤。

30. 试述网上销售促进的主要方式。

**六、案例分析题(本题 15 分)**

31. HZ汽车租赁公司材料

HZ公司是一家历史悠久、全球规模最大的汽车租赁公司．目前，汽车租赁行业竞争十分激烈，竞争的主要环节是客户的开发和维系．因此，HZ公司采取了多种营销组合策略以满足不同消费者的需要。

HZ公司为了建立自己的顾客网络，启动了电子商务运作模式。公司的电子商务平台能够提供以下服务：(1）租赁服务，提供了便捷的电子化租赁方式和还车方式，公司还经常在一些主流传统媒体上发布汽车租赁等信息；(2)GPS导航服务，在租赁汽车上安装了免费的GPS定位器为客户指路；(3）免费Wifi服务，在多个租赁场所提供了免费无线宽带接入服务；(4）免费信息服务，在导航仪上提供了一些有用的信息，如附近医院、加油站、饭店、旅游景点等；(5）论坛服务，组建了粉丝俱乐部，可以共享拼车信息、租赁信息、附近公共交通信息、自驾游信息等。

在汽车租赁价格上，HZ公司采取了一些灵活的定价策略以满足不同消费者的需求。如对于新注册客户，公司给予一定免费里程的优惠；对于大部分普通车型，按消费者使用里程进行定价；对一些稀有车型会特殊定价。

借助于以上措施，HZ公司提升了竞争优势，在汽车租赁行业保持着领先的地位，经营业绩十分可观，业务不断拓展，企业声誉不断提高。

请结合案例，回答下列三个问题：

(l）分析HZ公司选择目标市场的策略。

(2）分析HZ公司建立顾客网络的方法。（6分）

(3）结合汽车租赁市场特点，再为HZ公司设计三种有效的定价策略。（6分）

# **2016年4月高等教育自学考试网络营销与策划试题答案**

**（课程代码 00908）**

一、单项选择题(本大题共 10 小题，每小题 1 分，共 10 分)

1——5：ACADB 6——10：DCBBD

二、多项选择题(本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分)

11.ABCDE 12.ACDE 13.CDE 14.ACDE 15.ABCE

16.ACDE 17.ADE 18.BDE 19.ABCDE 20.ABCD

三、名词解释题（本大题共5小脱，每小题4分，共20分）

21．网络营销宏观环境是指影响企业本身及其外部微观环境的社会力量，包括人口环境、政治环境、经济环境、技术环境、法制环境、文化环境等因素。

22．搜索引擎关键词是指在搜索引擎网站页面的输入框里所要输入的文字，通常人类的各种自然语言构成搜索引擎的关键词。

23．域名是指网站在互联网上的地址，按地理位置和机构性质进行编排。

24．网上直销是指生产企业通过网络渠道直接销售产品。

25．网站流量分析是指在获得网站流量统计基本数据的前提下，对有关数据进行的统计分析。

四、简答题(本大题共 3 小题，每小题 5 分，共 15 分)

26.(1）利用自己的网站调查；(2）借用别人的网站调查；

(3）混合型调查；(4)E-mail型调查；(5）讨论组型调查。

27.(1）关联（Relevancy)：与顾客建立关联；

(2）反应（Respond)：提高市场反应速度；

(3）关系（Relation)：建立、维持与顾客长期稳定的关系；

(4）回报（Return)：为顾客及股东创造价值。

28.(1）开发新问世的产品；(2）开发新产品线；

(3）开发现有产品线外新增加的产品；(4）改良产品或更新现有产品；

(5) 开发降低成本的产品；(6）重定位产品。

五、论述题(本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分)

29．第一步：按照本公司新开发产品的主要属性及可能使用该产品的主要购买者两个变数，在网上市场划分出可能的全部细分市场；

第二步：收集、整理各细分市场的有关信息资料，包括对公司具有吸引力的各种经济、技术和社会条件等资料；

第三步：根据各种吸引力因素的最佳组合，确定最有吸引力的细分市场；

第四步：根据本公司的实力，决定最适当的网上目标市场。

30.(1）网上折价促销：采用比传统销售方式较低的价格以吸引消费者购买；

(2）网上变相折价促销：不提高或稍微增加价格的前提下，提高产品或服务的质量，较大幅度的增加产品或服务的附加值；

(3）网上赠品促销：消费者购买产品时另外赠送一些其他产品；

(4）网上抽奖促销：是以一个人或数人获得超出参加活动成本的奖品为手段进行商品或服务的促销：

(5）网上积分促销：消费者通过多次购买或多次参加某项活动来增加积分以获得奖品；

(6）网上联合促销：由不同商家联合进行的促销活动；

(7）网上免费促销：通过无偿提供各类资源以吸引访问者访问，从中获取收益。

六、案例分析题（本题15分）

31.(l）差异性营销策略。

(2）①提供免费服务或免费产品：如提供免费wifi和免费的GPS定位器；

②提供有用的信息：如提供附近医院、加油站、饭店、旅游景点等信息；

③组建俱乐部：如提供了论坛服务；

④进行有效的媒体组合：在一些主流传统媒体上发布汽车租赁等信息。

(3）①低价定价策略：以低于竞争者价格的方法来吸引客户，或采用折扣定价、有奖销售和附带赠品销售等促销定价；

②竞争定价策略：根据竞争对手的价格高低来确定产品价格；

③自动调价：根据市场供求状况等进行价格的自动调整；

④品牌定价策略：根据汽车品牌价值情况确定租赁价格。