## 2018年10月高等教育自学考试全国统一命题考试

## 网络营销与策划试卷

## (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.下列关于网络营销与传统营销的叙述，正确的是（ ）

A.网络营销和传统营销目标不同 B.网络营销可以完全取代传统营销

C.对于传统产品，网络营销为传统营销服务 D.企业网上营销状况与其网下营销状况完全无关

2.网络营销产生的市场条件是（ ）

A. Internet B.一般营销理论 C.市场竞争 D.搜索引擎工具

3.人们在虚拟社会中进行联系的原因是希望满足三种基本需要，其中不包括（ ）

A.交流 B.兴趣 C.聚集 D.安全

4.电脑、网卡、路由器等属于网络营销条件中的（ ）

A.产品条件 B.设备条件 C.资金条件 D.市场条件

5.“企业营销人员通过免费的注册搜索引擎、交换链接或付费的竞价排名、关键字广告等手段，使企业网址被各大搜索引擎收录到各自的索引数据库中”，该策略属于（ ）

A.搜索引擎的拉式策略 B.网络产品的销售策略 C.搜索引擎的推式策略 D.网络服务的销售策略

6.具有“通常由一个管理者向小组中的所有成员发送通知或公告等信息”特征的网络营销工具是（ ）

A.论坛 B.讨论型邮件列表 C.新闻组 D.公告型邮件列表

7.细分市场的目标是（ ）

A.选择目标市场 B.制定价格策略 C.制定产品策略 D.制定促销策略

8.对定制的产品和服务进行大规模生产，满足客户个性需求的生产方式称为（ ）

A.网上促销 B.大规模设计 C.网络营销 D.大规模定制

9.根据成本确定商品价格的网上定价方法是（ ）

A.成本导向定价法 B.需求导向定价法 C.顾客导向定价法 D.生产导向定价法

10.企业仅选择一家网上交易商代理产品销售，其网上销售渠道属于（ ）

A.网上宽渠道 B.网上窄渠道 C.网上长渠道 D.网上直接渠道

**二、多项选择题:本大题共10小题， 每小题2分,共20分。**

11.网络当销宏观环境包括（ ）

A.政治环境 B.经济环境 C.文化环境 D.法制环境 E.人口环境

12.下列属于网络消费者购买行为感情动机的有（ ）

A.喜欢 B.好奇 C.满意 D.美感 E.群体感

13.网络营销站点规划的主要内容包括（ ）

A.定位网站内容B.分析网站的服务对象c.明确企业网站目标D.分析网站的成本效益E.编写网络营销站点代码

14.网上市场调查的局限性包括（ ）

A.成本高昂 B.问卷设计的局限性 C.效率低下 D.样本数量难以保证 E.被调查者的作弊行为

15.企业网上间接信息的来源包括（ ）

A.咨询公司 B.搜索引擎网站 C.向客户发送邮件调查 D.商情调研机构 E.相关企业的商品目录

16.影响企业选择网上目标市场的因素包括（ ）

A.竞争者 B.市场状况 C.渠道企业 D.经济因素 E.法律法规

17.下列关于网上品牌与传统品牌区别的叙述，正确的有（ ）

A.网上品牌与传统晶牌相同 B.网上优势品牌-定是传统优势品牌 C.传统优势品牌不一定是网上优势品牌

D.知名传统品牌的网站访问量不一定很高 E.传统优势品牌创立网上优势品牌无需重新进行规划和投资

18.网上定价策略包括（ ）

A.使用定价策略 B.拍实竞价策略 C.品牌定价策略 D.自动调价策略 E.撤脂定价策略

19.下列属于网上支付方式的有（ ）

A.纸币 B.信用卡 C.电子钱包 D.纸质支票 E.电子汇款

20.网站流量指标包括（ ）

A.独立访问者数量 B.搜索引擎排名 C.用户页面浏览数 D.网站链接数量 E.用户网站停留时间

**三、名词解释题:本大题共5小题，每小题4分，共20分。**

21.网络营销平台

22.网上市场调查

23.网上市场细分

24.网上营销渠道

25.网上促销策略

**四、简答题:本大题共3小题，每小题5分，共15分。**

26.简述4Cs营销组合理论的基本观点。

27.简述网上免费产品的-般特性。

28.简述建立顾客网络的方法。

**五、论述题:本大题共2小题，每小题10分，共20分。**

29.举例说明积累邮件列表资源的主要方法。

30.试述网络广告的优势。

**六、案例分析题:本题15分。**

**31. TS公司材料**

**TS公司是一家主营儿童玩具的互联网电子商务企业。由于经营策略得当，实施有力，TS公司取得了迅猛发展，2015 年的销售额高达3.35亿元。总结TS公司的成功经验，主要包括三方面:**

**第一，完善的渠道布局。Ts公司除了自建网上交易平台外，还在天猫、京东开设;了自己的旗舰店，同时与I号店、唯品会等知名电商企业签订代理协议。支持支付宝、微信支付、网上银行等多种便捷支付方式。TS公司已经建成华南、华北、华东三大物流中心，可提供全国60%区域产品次日到达的物流服务。**

**第二，科学的新产品开发流程。TS公司坚持以顾客需求为中心的研发理念，注重通过网络途径收集顾客新需求;针对顾客多品种、小批量的需求引进了先进的敏捷制造系统;对于批量产品执行严格的试销流程，不断优化产品设计;允许顾客通过扫描二维码了解产品特征、生产过程和使用方法，顾客使用后的意见或建议能够通过网络途径直接反馈到营销和设计部门，公司对有价值的客户建议给予适度奖励，邀请一些客户参加新产品测试。**

**第三，有力的品牌运营。TS公司建立了专业的品牌运营团队，聘请了资深品牌专家进行指导，基于自身产品特点以及主要消费人群特征，将其品牌定位于“安全、益智、新奇，绿色的儿童玩具”，并设计了三款卡通品牌形象，配合标志性的动作，分别代表目标消费群体中的典型类型。TS公司细致分析了目标客户特点，有选择地投放了大量网络广告和传统广告，并通过扩大营销预算保证品牌建设的持续性.这些举措大大提升了TS公司品牌形象。**

**请结合案例，回答下列三个问题:**

**(I)指出TS公司采用的网上直接渠道和网上间接渠道。(3分)**

**(2)分析TS公司网上新产品开发的要点。(6分)**

**(3)分析TS公司的网上品牌建设措施。(6分)**