|  |
| --- |
| 网络营销 · 形考任务（一） |
| 1. 网络营销对传统营销冲击（       ）。 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对企业内部生产的影响 |
| B. 对营销组织的影响 |
| C. 销竞争战略的影响 |
| D.  对企业跨国经营战略的影响 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 2. 根据市场营销学理论，营销市场由三要素组成。下列不属于营销市场三要素 的是（       ） |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A.  消费主体 |
| B. 购买力 |
| C.  购买环境 |
| D.  购买欲望 |
| 正确答案：C |
| 答案解释：暂无 |
| 3. 建立一个虚拟的商店，在网上展示商品，进行网上的促销活动。该类网站称为（     ） |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 在线销售性站点 |
| B.  销售服务性站点 |
| C. 信息手册性站点 |
| D. 娱乐驱动性站点 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 4. 下列选项中不属于网络社会消费者心理特点的是（       ） |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 个性化消费的回归 |
| B. 消费主动性降低 |
| C. 购物的方便性和趣味性的追求 |
| D. 价格是影响消费心理的重要因素 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 5. 网络营销就是 （      ） |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 营销的网络化 |
| B. 利用Internet 等电子手段进行的营销活动 |
| C. 在网上销售产品 |
| D.  在网上宣传本企业的产品 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 6. （         ）是实施网络软营销中的两个基本出发点。 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A.  网络社区和网络礼仪 |
| B.  网络社区和虚拟市场 |
| C. 虚拟市场和网络礼仪 |
| D. 网络社区和网络消费者 |
| 正确答案：A |
| 正确答案解释： |
| 错误答案解释： |
| 7. 网络营销对传统营销策略带来的巨大冲击，下列表述错误的是（      ） |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对非标准化产品的冲击 |
| B. 对品牌全球化管理的冲击 |
| C. 对定价策略的冲击 |
| D. 对传统广告障碍的消除 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 8. Internet对企业营销影响最大的是对（      ）的影响。 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A.  企业采购渠道 |
| B. 企业营销渠道 |
| C. 企业管理 |
| D. 企业运输渠道 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 9. 一般来说，在中介控制型营销策略中，中介方向（       ）收取一定的交易费用。 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 买方 |
| B. 卖方 |
| C. 买卖双方 |
| D. 免费 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 10. 下列选项中对网络营销的发展趋势表述错误的是（      ） |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 网络媒体和网络技术将更有利于产品的销售 |
| B. 营销决策趋于非理性化 |
| C. 网上的电子商场和网店将兴旺发达 |
| D. 网络广告将大有作为 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 11. 有了网络顾客并不意味网络营销的成功，网络营销实施的必不可少的基础是外部支持系统，即企业外部网。  （       ） |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 12. 内部网与因特网的主要区别是：前者只限于企业内部人员使用， 环保,阿里巴巴,精选商品,大厂好货直采! 广告 阿里巴巴,环保,淘货源,进好货!大厂直供,直击成本价,批发就用1688,采购更轻松! 查看详情 >  后者则是全球公开连通。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 13. 网络市场调研人员建立和使用数据库一般有两种途径，即利用因特网上已有的数据库和建立企业自己的数据库。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 14. 网络营销广告与传统广告最大的不同就在于网络营销广告是双向的沟通。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 15. 从旗帜广告是否有超级链接的角度，旗帜广告可以分为静态的旗帜广告和动态的旗帜广告。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 16. 网络市场调研的结果要比传统的市场调研的结果可靠性更强。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 17. 市场调查报告就是调查人员把大量的资料和数据汇总起来。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 18. 网络营销不等于电子商务。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 19. 插页广告又称为弹出式广告。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 20. 互联网先进的网络浏览和服务器对企业的价格策略不会有任何影响。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
|  |
|  |
| 网络营销 · 形考任务（二） |
| 1. 常用的搜索方法有 （       ） |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A.  分类目录和按关键词检索 |
| B. 按关键词和网站检索 |
| C. 按关键词和类目检索 |
| D. 关键词和相关网页检索 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 2. （        ）类信息的采集、加工、整理、更新比较容易，花费也较少，是较为  大众化的信息。 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A.  免费商务信息 |
| B. 低费用的信息 |
| C. 标准信息费的信息 |
| D. 优质优价的信息 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 3. 网上间接调查方法有（       ）。 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 利用搜索引擎、访问相关网站和利用相关的网上数据库 |
| B. 利用搜索引擎、访问相关网站和实验法 |
| C.  利用搜索引擎、利用网络服务器收集资料和访问相关网站 |
| D.  利用搜索引擎、访问相关网站和利用网络服务器收集资料 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 4. 由于网络信息更新及时、传递速度快，只要信息收集者及时发现信息，就可 以保证信息的（      ） |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 准确性高 |
| B. 实效性强 |
| C. 便于存储 |
| D. 方便性 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 5. 下列关于网络直复营销特点表述错误的是（     ） |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 直复营销的互动性 |
| B. 直复营销的跨时空特征 |
| C. 直复营销的一对一服务 |
| D. 直复营销的效果不可测定性 |
| 正确答案：D |
| 答案解释：暂无 |
| 6. 不属于电子支付方式的是（      ） |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A.  银行卡 |
| B.  现金 |
| C.  电子支票 |
| D.  第三方支付 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 7. 在现实的市场关系中，消费者对某种产品或服务存在稳定的需求，这些产品或服务在法律上允许生产经营，但消费过程对使用者或他人有一定的危害性，这种属于（        ）。 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A.  负需求 |
| B.  过渡需求 |
| C.  有害需求 |
| D.  下降需求 |
| 正确答案：C |
| 答案解释：暂无 |
| 8. 通常网络广告是以 (    )，嵌在网页中，用以表现广告内容. |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A.  图象文件 |
| B.  数字文件 |
| C.  文字文件 |
| D.  WEB |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 9. 在现实的市场关系中，消费者对某种产品或服务毫无兴趣，漠不关心或不存在奢望，消费需求便处于（       ）状态。 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A.  负需求 |
| B.  无需求 |
| C.  有害需求 |
| D. 下降需求 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 10. 商品从生产者向消费者的转移如商品的运输和保管，即商品的生产和消费的 场所间隔和时间间隔则需要通过（        ）来进行沟通。 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 商流 |
| B.  物流 |
| C.  资金流 |
| D.   流通 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 11. 只有企业自己建立网站平台进行商务活动，才能拥有在自己的网络商店。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 12. 品牌是一种信誉。传统的优势名牌一定是网上的优势名牌。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 13. 网络营销对网络商务信息收集的要求是及时、准确、适度、经济。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 14. 在问卷的设计中应越全面越好，可多获得信息。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 15. 网络直销使生产者与消费者之间的直接交互沟通成为可能, 因而在电子商务环境下中间商将面临消亡。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 16. 网络技术的发展将更有利于商品的销售。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 17. 网络营销是传统营销在网络环境下的发展。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 18. 利用邮件列表进行营销时，邮件列表只能由企业自己建立。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 19. 网络营销使得企业的组织结构趋于扁平化。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 20. 网站推广只能使用在线手段进行。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
|  |
|  |
| 网络营销 · 形考任务（三） |
| 1. 下面不适合网上拍卖的是 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 物资 |
| B. 交通工具 |
| C. 珠宝首饰 |
| D. 房地产 |
| 正确答案：C |
| 答案解释：暂无 |
| 2. 现代网上采购使用的B2B电子商务模式中最常用的市场组织形式是 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 荷兰式拍卖 |
| B. 英式反向拍卖 |
| C. 估低价拍卖 |
| D. 估高价拍卖 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 3. 网络营销市场的要素有 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 消费者主体 |
| B. 企业 |
| C. 政府 |
| D. 网上银行 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 4. 内容营销实施步骤 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 发布者不确定 |
| B. 原创为主 |
| C. 分享问题 |
| D. 加点粗料推广 |
| 正确答案：C |
| 答案解释：暂无 |
| 5. SNS 网站特点 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 基于虚拟关系 |
| B. 封闭性社区 |
| C. 工具性不强 |
| D. 广告多，推广好 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 6. 事件营销的特性有 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 被动性 |
| B. 外泄性 |
| C. 主动性 |
| D. 热门性 |
| 正确答案：C |
| 答案解释：暂无 |
| 7. QQ营销的优势 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 即时效果可用于推广短期的活动 |
| B. 形式多样，不可控制 |
| C. 效果不可追踪 |
| D. 精确定位，任意操作 |
| 正确答案：D |
| 答案解释：暂无 |
| 8. 间答营销的操作方式 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 封闭问答 |
| B. 事件问答 |
| C. 短信回复 |
| D. 媒体推广 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 9. 百科营销的优势 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 推广营销 |
| B. 百科提升品牌形象 |
| C. 提高企业销量 |
| D. 百科权重大 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 10. 百度贴吧的特性 |
| 单选题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 信息聚合 |
| B. 快捷 |
| C. 互动 |
| D. 创新 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 11. 网络营销将降低跨国公司所拥有的规模经济的竞争优势。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 12. 只有通过计算机网络传递的商务信息，才属于网络商务信息的。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 13. 在线调查表应该主题明确、简洁明了，问题便于被调查者正确理解和回答。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 14. 通过互联网，生产商可与最终用户直接联系，中间商的重要性因此有所降低。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 15. 企业只有建立自己的网站平台，才能够开展网络营销活动。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 16. 企业上网一定要先建立网站，没有这个基础网络营销无从谈起。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 17. 消费者价值观的改变是网络营销产生的现实基础。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 18. 网络商务信息处理的基本要求是完整、清晰、简练和有效。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |
| 19.  网络营销就是网上销售。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：B |
| 答案解释：暂无 |
| 20. 网上市场调研的及时性是指网络传输的速度快。 |
| 判断题(5.0分)（难易度:中） |
| A. 对 |
| B. 错 |
| 正确答案：A |
| 答案解释：暂无 |