

全国 2021 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

- 1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。
- 2. 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。

选择题部分

注意事项:

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 20 小题,每小题 1 分,共 20 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。
- 1. 网络营销与传统营销有差异,“除了依靠当次销售直接盈利外,互联网企业还通过增值服务、网络广告等迂回途径获取间接收益”体现的是
 - A. 盈利模式不同
 - B. 营销对象不同
 - C. 竞争机制不同
 - D. 营销目标不同
 - 2. 下列属于 Web2.0 主要特点的是
 - A. 强调交互性
 - B. 3D 打印技术进家门
 - C. 物品智能化
 - D. 网络内容制造商只有企业
 - 3. 协助制造商储存或运输产品的营销中介是
 - A. 金融机构
 - B. 物流配送机构
 - C. 网络广告商
 - D. 营销咨询机构
 - 4. 下列属于移动互联网软件层的是
 - A. 电子书
 - B. 智能手机
 - C. 平板电脑
 - D. 数据库管理系统
 - 5. 网络营销战略属于企业战略层次中的
 - A. 顶层战略
 - B. 愿景战略
 - C. 职能战略
 - D. 基层战略



6. 进行 SWOT 分析时，企业发挥优势，利用外部机会的战略属于
- A. 优势—威胁战略 B. 优势—机会战略
- C. 劣势—机会战略 D. 劣势—威胁战略
7. 某企业利用专业的调查网站（例如问卷星）进行问卷调查，这种调查方法是
- A. 利用企业网站调查 B. 在线访谈调查
- C. 通过社交媒体调查 D. 利用 E-mail 调查
8. “通过互联网在电子商务市场进行消费和购物等活动的消费者群体”指的是
- A. 需要 B. 消费者行为
- C. 需求 D. 网络消费者
9. “消费者在考虑网上购物时，对该购物方式存在不利后果的可能性和严重性的主观预期”指的是
- A. 网购经验 B. 网购熟练度
- C. 网购接受度 D. 网购感知风险
10. 按照网上产品的具体形式划分，远程医疗属于
- A. 服务产品 B. 附加产品
- C. 实体产品 D. 数字化信息产品
11. 网络定价的目标不包括
- A. 应对竞争 B. 提高产品质量
- C. 提高市场占有率 D. 维持企业生存
12. 百度搜索引擎属于
- A. 元搜索引擎 B. 全文搜索引擎
- C. 目录索引搜索引擎 D. 其它搜索引擎
13. 关于网站选择搜索引擎关键词的主要原则，下列说法正确的是
- A. 关键词应有针对性 B. 关键词越宽泛越好
- C. 应站在企业角度考虑关键词 D. 关键词与网站主题无关
14. 客户关系建立的第一步是客户选择，下列对于客户选择理解正确的是
- A. 所有的网民都是企业的目标客户
- B. 获取新客户是企业实现营销目标的唯一途径
- C. 所有的客户都能给企业带来收益，应一视同仁
- D. 企业资源有限，不是所有的访问者都是企业的客户



15. 在影响网上客户满意度的因素中，退换货响应速度属于
- A. 信息质量
 - B. 服务质量
 - C. 产品质量
 - D. 系统质量
16. 下列对“一对一营销”理解不正确的是
- A. “一对一营销”是针对每个客户创建个性化的营销沟通
 - B. “一对一营销”的目标是使客户的终身价值达到最大化
 - C. “一对一营销”强调以产定销，以充足的库存满足消费者到货需求
 - D. “一对一营销”具有精准化特点，极大地满足了消费者个性化需求
17. 关于独立访客数对网络营销的意义，下列说法正确的是
- A. 可以了解用户最集中的区域
 - B. 分析网站不同页面之间的跳转
 - C. 有利于开发者制定有效的城市推广策略
 - D. 可以比较真实地描述网站访问者的实际数量
18. 不宜用于衡量 App 用户粘性的指标是
- A. 使用时长
 - B. 使用频率
 - C. 新访客数
 - D. 留存用户数
19. 网民的消费行为和购买方式极易在短时间内发生变化，为应对此现象，大数据营销应具备的特点是
- A. 性价比高
 - B. 个性化营销
 - C. 强调时效性
 - D. 多平台数据采集
20. 具有“模拟生物进化过程”特点的数据挖掘算法是
- A. 决策树
 - B. 货篮分析
 - C. 遗传算法
 - D. 人工神经网络

二、多项选择题：本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。

21. 关于网络营销基本范畴，下列说法正确的有
- A. 网络营销主体是消费者
 - B. 网络营销客体是网络商家
 - C. 网络营销对象是网民及其需求
 - D. 网络营销目标与传统营销目标不一致
 - E. 按照是否建立网站，网络营销方式分为站点营销和非站点营销



22. 网络营销战略的特点包括

- A. 全局性
- B. 长期性
- C. 系统性
- D. 灵敏性
- E. 无风险性

23. 互联网环境下信息的特点包括

- A. 增长缓慢
- B. 内容丰富
- C. 良莠不齐
- D. 形式多样
- E. 数量巨大

24. 影响消费者网络购买行为的个人因素包括

- A. 消费者性别
- B. 消费者年龄
- C. 消费者收入
- D. 消费者规模
- E. 消费者网购经验

25. 电子商务平台数据分析工具可以实现的功能通常有

- A. 交易分析
- B. 流量分析
- C. 商品分析
- D. 市场行情分析
- E. 店铺实时数据分析

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、简答题: 本大题共 5 小题, 每小题 6 分, 共 30 分。

26. 简述网络营销产生的条件。

27. 简述网络营销战略的制定过程。

28. 简述网络市场调查的程序。

29. 简述消费者网络购买行为特征。

30. 简述网络广告效果评价的意义。



四、分析题：本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分。

31. LY 是一家专注于文创产品设计与生产的公司。为解决自身资金不足问题，经过全面的市场调查后，LY 选择了一家汇集大量文创产品爱好者的众筹平台进行融资，推出了一系列非遗湘绣马克杯产品，承诺给予投资者高额回报。LY 的产品将图像元素与现代精神融为一体，具有独特内涵及魅力。LY 开通了微信和微博官方账号宣传其产品，建立了粉丝群，利用社交关系链实现信息的快速传播。LY 通过分析用户浏览和搜索行为了解用户需求，获得新产品设计和开发的思路。

请回答：

- (1) 分析 LY 采取了哪些众筹营销策略。(6 分)
- (2) 分析 LY 采取了哪些社交媒体营销策略。(6 分)

32. LB 作为一家服装网商，在“双十一”期间基于智能手机客户端加大了产品促销力度：增加了广告投放数量，为消费者提供最新的产品信息；优化了产品促销页面设计，吸引消费者购买；将销售利润的 5% 用于捐助山区孩子上学，该举措赢得了消费者广泛好评。此外，LB 通过对移动交易数据的分析，对客户进行了等级划分，将更多的营销预算用于高价值客户群。LB 为不同需求的客户推荐不同产品和服务，并及时收集他们的反馈意见，不断改善客户体验。

请回答：

- (1) 分析网络促销对 LB 的作用。(6 分)
- (2) 分析 LB 采用了哪些基于移动大数据的精准营销方法。(6 分)

五、案例题：本题 16 分。

33. WY 的材料

WY 是一家采用外教一对一在线教学的青少年英语培训机构。WY 拥有超过 18000 名英语外教老师，多数来自于菲律宾等以英语为官方语言的国家。

WY 采用全媒体以及“公域流量 + 私域流量”营销方式，聘请了微博粉丝超 8000 万的明星代言，与多个热门综艺节目合作，通过学员植入、花式口播等活动进行宣传。



菲律宾外教课时费低廉是 WY 的特色。WY 将菲律宾外教单课时定价为 40 元，远低于欧美外教，可为新用户提供免费试听课，并且根据学员所购课时数量给予不同折扣；WY 每个月推出 2~3 次推荐有礼活动，用户转发的 WY 信息获得超过 5 次好友点赞即可获得 1 次赠课；WY 还推出了老学员推荐新学员活动，只要推荐成功，双方各可获赠 15 课时。

WY 通过多种方式努力提高用户学习体验。WY 的外教随时在线，保障了用户在学习时间选择方面的自主性；借助人工智能、大数据、语音识别等高新技术辅助教学，促进师生交流，增加课堂趣味，提高学员的学习效率。WY 通过多种方式与用户持续沟通，每周都会通过电话、微信、电子邮件等方式了解用户上课情况，及时解决课程中遇到的问题。WY 针对不同用户的学习情况不定期推出适合该用户的课程套餐。

WY 以良好的口碑和完善的客户服务获得了广大用户的认可，市场规模不断扩大。

请结合案例材料，回答下列三个问题：

- (1) 分析说明 WY 有哪些营销公众。(6 分)
- (2) 分析 WY 采用了哪些网络定价策略。(4 分)
- (3) 分析 WY 采用了哪些客户关系维护策略。(6 分)

