一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

“网络消费者由于对特定的网站、商品产生特殊的信任与偏好而重复地、习惯性地前往访问并购买”的购买动机是

A.

惠顾动机

B.

行为动机

C.

情感动机

D.

理智动机

标准答案 :

A

2

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

标准答案 :

D

3

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

标准答案 :

D

4

用户行为分析指标中，页面浏览数又称为

A.

网站流量

B.

停留时间

C.

用户总量

D.

独立访客数

标准答案 :

A

5

与企业营销战略有关的宏观环境变量的总和是指（ ）

A.

竞争者信息

B.

市场行性信息

C.

消费者信息

D.

环境信息

标准答案 :

D

6

可以获得各种信息服务、发布信息、进行讨论、聊天的网络营销工具是（ ）

A.

论坛

B.

FTP服务

C.

搜索引擎

D.

邮件列表

标准答案 :

A

7

使用一台计算机模拟一个终端，并通过电话线与一个Internet主机相连的最简单的方式是

A. 拨号IP方式

B. 宽带方式

C. 局域网方式

D. 广域网方式

标准答案 :

A

8

下列关于互联网环境下信息特点的叙述中，不正确的是（ ）

A.

增长缓慢

B.

内容丰富

C.

良莠不齐

D.

形式多样

标准答案 :

A

9

免费资源促销的主要目的是（ ）

A.

降低成本

B.

推广网站

C.

获取利润

D.

提高服务质量

标准答案 :

B

10

企业根据竞争状况及顾客的需求状况，为产品树立独特的形象，使产品在市场上处于适应位置的过程是什么？()

A. 市场细分

B. 目标市场

C. 市场定位

D. 营销组合

标准答案 :

C

11

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

标准答案 :

C

12

“电信服务市场的网络参与者越多、覆盖面越广，其网络价值越高”，体现的网络经济特点是（ ）

A.

网络经济的正反馈机制

B.

中小企业地位上升

C.

网络经济是全球一体化的经济

D.

网络经济的核心是创新

标准答案 :

A

13

下列关于广告联盟营销的说法中，错误的是

A.

可以扩大销售空间

B.

可以压缩企业销售渠道

C.

也被称为网站联盟营销

D.

广告商需向网站主支付佣金

标准答案 :

B

14

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

标准答案 :

C

15

“评价指标体系应该能够完整、多角度、分层次反映企业网络营销的效果”强调了网络营销效果评价的（ ）

A.

目的性原则

B.

全面性原则

C.

实用性原则

D.

科学性原则

标准答案 :

B

16

“预测客户购买商品A的同时是否会购买商品B”的数据挖掘技术属于（ ）

A.

关联分析

B.

分类分析

C.

聚类分析

D.

时间序列分析

标准答案 :

A

17

“通过点击广告进入被推广网站的次数”的网络广告效果评价指标是

A.

广告展示量

B.

广告到达量

C.

广告点击量

D.

广告点击率

标准答案 :

B

18

“在打开电子邮件的用户中，点击了邮件中公司营销站点链接进入公司网页的用户 比率”指的是

A.

用户增长率

B.

邮件送达率

C.

引导点进率

D.

邮件开信率

标准答案 :

C

19

基于Web的计算机辅助访问的调查方法是

A. 站点法

B. 电子邮件法

C. 随机IP法

D. 视频会议法

标准答案 :

A

20

企业网络营销环境中，CA认证机构属于

A.

供应商

B.

中间商

C.

金融机构

D.

营销服务机构

标准答案 :

D

21

电子报刊、电子图书、数字电影等提供信息资料为主旨的数字化产品是什么？（ ）

A.

软件产品

B.

实体产品

C.

信息产品

D.

在线服务产品

标准答案 :

C

22

“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.

搜索引擎的推式策略

C.

网络产品的销售策略

D.

网络服务的销售策略

标准答案 :

C

23

目前出现的联机报纸、联机杂志属于电子中间商类型中的（ ）

A.

搜索服务商

B.

网上出版社

C.

网络出租商

D.

目录服务商

标准答案 :

B

24

下列关于一对一营销特点的叙述中，不正确的是

A.

以产定销

B.

减少库存积压

C.

精准营销

D.

注重情感营销

标准答案 :

A

25

为避免网上销售的衬衣在运输过程中被损坏，FK公司使用了较为结实的硬纸壳包装。在网上产品整体概念中，包装属于的层次是（ ）

A.

核心产品层次

B.

形式产品层次

C.

潜在产品层次

D.

期望产品层次

标准答案 :

B

26

企业根据市场需求、顾客行为习惯等方面的差异性，把某一产品的网上市场整体划为若干个顾客群体的市场分类过程是

A.

网上顾客选择

B.

网上市场细分

C.

网上目标市场

D.

网上市场定位

标准答案 :

B

27

“58同城”的二手货板块是消费者与消费者进行交易的平台，其模式是

A. B to B

B. B to C

C. C to C

D. C to B

标准答案 :

C

28

“用户只要点击了联盟链接，无论其是否完成后续其它操作，广告商都需要支付站长一定数额佣金”的广告联盟营销付费方式是

A.

按点击付费

B.

按销售付费

C.

按引导付费

D.

按购买付费

标准答案 :

A

29

网上定价的基础是

A. 成本

B. 利润

C. 销售

D. 服务

标准答案 :

A

30

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

标准答案 :

A

31

在判断、比较多个网上商城商品质量和价格基础上再购物的网络购买动机是

A.

生存动机

B.

惠顾动机

C.

情感动机

D.

理智动机

标准答案 :

D

32

社会化社区是社交媒体主要功能之一，下列不属于社会化社区渠道的是（ ）

A.

在线论坛

B.

百度百科

C.

社交网站

D.

手机短信

标准答案 :

D

33

扩展产品组合的广度和深度，增加产品系列或项目，扩大经营范围，以满足市场需要，这种策略被称为什么策略？( )

A.

产品延伸策略

B.

产品扩展策略

C.

发展产品组合策略

D.

扩大产品组合策略

标准答案 :

D

34

“在邮件送达用户邮箱后，用户打开的邮件占全部送达数量的比率”指的是

A.

邮件送达率

B.

邮件转发率

C.

邮件删除率

D.

邮件开信率

标准答案 :

D

35

邮件列表的邮件营销形式为

A. 一对多

B. 多对多

C. 多对一

D. 一对一

标准答案 :

A

36

下列促销方式中，目前在网上应用不算太多的是

A. 网上折价促销

B. 网上免费促销

C. 网上赠品促销

D. 网上抽奖促销

标准答案 :

C

37

“某一产品大类(产品线)中所包含产品项目的多少”指的是产品组合的（ ）

A.

宽度

B.

长度

C.

深度

D.

相关性

标准答案 :

C

38

按照年龄、职业、收入、教育等对市场进行细分属予

A. 地理细分

B. 人口细分

C. 心理细分

D. 收益细分

标准答案 :

B

39

网上市场细分有多种依据，“使用者状况(如经常购买者、首次购买者、潜在购买者)”属于其中的

A.

心理细分

B.

行为细分

C.

人口细分

D.

地理细分

标准答案 :

B

40

在网上定价策略中，采用有奖销售和附带赠品销售的定价方法是

A. 促销定价

B. 优惠卡定价

C. 折扣定价

D. 直接低价定价

标准答案 :

A

41

网上直销应该具备的条件是

A. 成熟的市场机制

B. 成熟的信用服务体系

C. 成熟的物流配送体系

D. 以上说法都正确

标准答案 :

C

42

利用波士顿矩阵分析法进行产品分类，销售增长率低，但市场占有率高的产品为（ ）

A.

问题类产品

B.

明星类产品

C.

瘦狗类产品

D.

金牛类产品

标准答案 :

D

43

某扫描App提供3次免费多页扫描服务，超过这个次数后开始收费，这种免费价格策略的形式是（ ）

A.

折扣免费

B.

限制免费

C.

完全免费

D.

捆绑式免费

标准答案 :

B

44

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

标准答案 :

C

45

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

标准答案 :

A

46

网络营销管理四项职能学说的起点和终点分别是？()

A. 企业.顾客

B. 企业.企业

C. 顾客.企业

D. 顾客.顾客

标准答案 :

D

47

网络市场调查问卷通常包含多种题目形式，其中“单项选择题”属于

A.

开放式题目

B.

混合型题目

C.

封闭式题目

D.

半封闭型题目

标准答案 :

C

48

采用SWOT分析所形成的基本战略的数量是

A.

一种

B.

两种

C.

三种

D.

四种

标准答案 :

D

49

既便宜又很有效率的站点推广方法是

A. 登录各大搜索引网站

B. 建立键接

C. 发布网络广告

D. 利用BBS宣传

标准答案 :

A

50

消费者购买过程包括多个阶段，其中处于“搜索信息”之前的阶段是

A.

需求唤起

B.

比较选择

C.

购买决策

D.

购后评价与反馈

标准答案 :

A

一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

能够真实反映受众确实看到广告，并进入到广告主的网站的收费模式是

A. 千人印象成本收费模式

B. 千次点击成本收费模式

C. 平均点击次数收费模式

D. 消费提成收费模式

标准答案 :

B

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

标准答案 :

C

3

进行SWOT分析时，企业发挥优势，利用外部机会的战略属于（ ）

A.

优势一威胁战略

B.

优势一机会战略

C.

劣势一机会战略

D.

劣势一威胁战略

标准答案 :

B

4

建设和维护比较简单，资金投入也很少，初步解决了企业上网需要的网站属于（ ）

A.

信息型站点

B.

广告型站点

C.

售后服务型站点

D.

在线销售型站点

标准答案 :

A

5

网上市场细分有多种依据，“使用者状况(如经常购买者、首次购买者、潜在购买者)”属于其中的

A.

心理细分

B.

行为细分

C.

人口细分

D.

地理细分

标准答案 :

B

6

网络市场调查问卷通常包含多种题目形式，其中“单项选择题”属于

A.

开放式题目

B.

混合型题目

C.

封闭式题目

D.

半封闭型题目

标准答案 :

C

7

网上定价的基础是

A. 成本

B. 利润

C. 销售

D. 服务

标准答案 :

A

8

最常见的网上宣传产品的方式是

A. 论坛和及时消息

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

标准答案 :

D

9

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

标准答案 :

A

10

人们对网上产品和服务的需求称为

A. 目标顾客

B. 大宗商品

C. 网络营销

D. 网上市场

标准答案 :

D

11

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

标准答案 :

C

12

既便宜又很有效率的站点推广方法是

A. 登录各大搜索引网站

B. 建立键接

C. 发布网络广告

D. 利用BBS宣传

标准答案 :

A

13

“58同城”的二手货板块是消费者与消费者进行交易的平台，其模式是

A. B to B

B. B to C

C. C to C

D. C to B

标准答案 :

C

14

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

标准答案 :

D

15

苹果手机在刚进入市场时定价较高，以便短期尽快收回投资，这种策略是（ ）

A.

渗透定价

B.

竞争定价

C.

撇脂定价

D.

直接低价定价

标准答案 :

C

16

下列属于市场需求调查工作内容的是（ ）

A.

经济状况调查

B.

市场规模调查

C.

社会文化调查

D.

政治环境调查：

标准答案 :

B

17

网络市场调查的程序中最后一个阶段是

A.

确定调查目标

B.

拟定调查问卷

C.

撰写调查报告

D.

数据分析与处理

标准答案 :

C

18

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

标准答案 :

A

19

网购接受度属于消费者网络购买行为影响因素中的（ ）

A.

商品因素

B.

个人因素

C.

外部环境因素

D.

网络载体因素

标准答案 :

B

20

企业根据市场需求、顾客行为习惯等方面的差异性，把某一产品的网上市场整体划为若干个顾客群体的市场分类过程是

A.

网上顾客选择

B.

网上市场细分

C.

网上目标市场

D.

网上市场定位

标准答案 :

B

21

搜索引擎中具有“理解搜索器所搜索信息，从中抽取出索引项，用于表示文档、生成文档库的索引表”功能的部分是（ ）

A.

索引器

B.

搜索器

C.

检索器

D.

用户接口

标准答案 :

A

22

社会化社区是社交媒体主要功能之一，下列不属于社会化社区渠道的是（ ）

A.

在线论坛

B.

百度百科

C.

社交网站

D.

手机短信

标准答案 :

D

23

在网上定价策略中，采用有奖销售和附带赠品销售的定价方法是？()

A. 促销定价

B. 优惠卡定价

C. 折扣定价

D. 直接低价定价

标准答案 :

A

24

“通过点击广告进入被推广网站的次数”的网络广告效果评价指标是

A.

广告展示量

B.

广告到达量

C.

广告点击量

D.

广告点击率

标准答案 :

B

25

与企业营销战略有关的宏观环境变量的总和是指（ ）

A.

竞争者信息

B.

市场行性信息

C.

消费者信息

D.

环境信息

标准答案 :

D

26

搜索引擎的性能指标中，用以衡量检索系统查准率的是（ ）

A.

精度

B.

浏览率

C.

链接有效率

D.

召回率

标准答案 :

A

27

某公司将其产品定位在与行业中处于领导地位的公司产品相似的位置，与其正面竞争，其网上市场定位方式是（ ）

A.

避强定位

B.

比附定位

C.

重新定位

D.

迎头定位

标准答案 :

D

28

企业在网站用户行为分析基础上对网站运营效果进行评价的活动属于（ ）

A.

App表现评价

B.

网站访问评价

C.

营销工具评价

D.

网络广告评价

标准答案 :

B

29

“用户只要点击了联盟链接，无论其是否完成后续其它操作，广告商都需要支付站长一定数额佣金”的广告联盟营销付费方式是

A.

按点击付费

B.

按销售付费

C.

按引导付费

D.

按购买付费

标准答案 :

A

30

网上直销应该具备的条件是

A. 成熟的市场机制

B. 成熟的信用服务体系

C. 成熟的物流配送体系

D. 以上说法都正确

标准答案 :

C

31

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

标准答案 :

D

32

“在邮件送达用户邮箱后，用户打开的邮件占全部送达数量的比率”指的是

A.

邮件送达率

B.

邮件转发率

C.

邮件删除率

D.

邮件开信率

标准答案 :

D

33

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

标准答案 :

C

34

采用SWOT分析所形成的基本战略的数量是

A.

一种

B.

两种

C.

三种

D.

四种

标准答案 :

D

35

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

标准答案 :

D

36

企业在调查研究的基础上，依据网络消费者的需求、购买动机与习惯爱好的差异性，把网上市场划分为不同类型的消费群体的过程被称为什么？（ ）

A.

网上市场细分

B.

网上市场分工

C.

网上市场定位

D.

网上市场选择

标准答案 :

A

37

网络语言属于网络营销

A.

社会文化环境

B.

自然地理环境

C.

政治法律环境

D.

科学技术环境

标准答案 :

A

38

基于Web的计算机辅助访问的调查方法是

A. 站点法

B. 电子邮件法

C. 随机IP法

D. 视频会议法

标准答案 :

A

39

企业与微博大V合作，请求大V在微博上宣传产品，拉动消费者购买的做法属于微博营销中的

A.

内容营销

B.

活动营销

C.

情感营销

D.

意见领袖营销

标准答案 :

D

40

F厂在网上销售的产品质量很高、价格也高，市场份额大。G厂为了能够迅速在市场中站稳脚跟，选择在网上销售质量一般、价格较低的同类产品。G厂的这种市场定位属于

A.

比附定位

B.

迎头定位

C.

客户定位

D.

避强定位

标准答案 :

D

41

在新产品刚刚投入市场的阶段，消费者对该产品还非常生疏，促销活动的内容应侧重于

A. 宣传产品的特点

B. 宣传企业的形象

C. 唤起消费者的购买欲望

D. 只借助传统市场收集新产品

标准答案 :

A

42

将网上产品或服务提供给消费者时，不经过中间商环节或者只经过一个中间商环节的网上营销渠道是?()

A. 网上长渠道

B. 网上短渠道

C. 网上宽渠道

D. 网上窄渠道

标准答案 :

B

43

强调“一次关注一位客户，尽可能多地满足客户需求”的营销理论是

A.

博客营销

B.

交易营销

C.

大数据营销

D.

一对一营销

标准答案 :

D

44

口碑营销属于网络营销组合策略中的

A.

产品策略

B.

价格策略

C.

渠道策略

D.

促销策略

标准答案 :

D

45

企业营销人员通过搜索引擎搜索外部信息，用以判断自身网络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

标准答案 :

C

46

“由具有共同兴趣，借由网络彼此沟通、分享知识和信息的人组成的虚拟组织”指的是（ ）

A.

广告联盟

B.

众筹平台

C.

虚拟服务器

D.

网络虚拟社区

标准答案 :

D

47

企业根据竞争状况及顾客的需求状况，为产品在市场上处于适当位置的过程是

A. 市场细分

B. 目标市场

C. 市场定位

D. 营销组合

标准答案 :

C

48

开展网上直接调查的第一步是

A. 选择调查方式

B. 确定调查方法和设计调查问卷

C. 撰写调查报告

D. 确定网上直接调查的目标和样本

标准答案 :

D

49

网络营销战略制定过程中，“识别顾客的需求”属于的工作阶段是（ ）

A.

确定网上市场定位

B.

选择网上目标市场

C.

进行网上市场细分

D.

网络营销战略实施与反馈

标准答案 :

C

50

用户行为分析指标中，页面浏览数又称为

A.

网站流量

B.

停留时间

C.

用户总量

D.

独立访客数

标准答案 :

A