

浙江省 2016 年 10 月高等教育自学考试

网络营销(一)试题

课程代码:17959

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 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。
2. 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 10 小题,每小题 2 分,共 20 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. 我国网络营销的萌芽阶段是
A. 1997—2000 年
B. 1997 年以前
C. 2001—2003 年
D. 2004—2008 年
2. 一般认为,网络会员制营销首创于
A. eBay
B. 亚马逊公司
C. 雅虎公司
D. 谷歌公司
3. 网站的核心元素是
A. 栏目结构
B. 网页布局
C. 内容
D. 后台功能
4. 以搜索引擎优化被重视,关键词广告爆发式增长为特征,搜索引擎营销进入了
A. 第一阶段
B. 第二阶段
C. 第三阶段
D. 第四阶段
5. 最早的付费搜索引擎竞价排名开始于
A. 1999 年
B. 2000 年
C. 2001 年
D. 2002 年
6. 以下属于人工在线服务的是
A. FAQ
B. 会员通讯
C. 电子邮件回复
D. 在线演示
7. 用户行为指标不包括
A. 独立访问者数量
B. 受访页面
C. 访问时间
D. 跳出率

8. 网络中的 P2P 的意思是

- A. 即时通讯 B. 点对点 C. 在线百科 D. 社会化网络

9. 以下属于展示性广告的是

- A. 按钮式广告 B. 网上企业黄页 C. 网络社区 D. 行业网站

10. 以下属于邮件列表发行平台并非必须的基本功能是

- A. 注册用户资料备份 B. 用户加入、退出列表
C. 个性化设置 D. 用户地址管理

二、判断题(本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

判断下列各题,在答题纸相应位置正确的涂“A”,错误的涂“B”。

11. 获得必要的访问量是网络营销取得成功的基础。
12. 企业官方博客独立于官方网站,扩展了网络营销信息源的来源及信息传递渠道。
13. 微博具有病毒性营销的天然属性,是网络口碑传播最有效的工具之一。
14. 网站可信度就是用户对网站的信任程度。
15. 搜索引擎营销共分为三个层次,存在层、表现层和关注层。
16. 静态网页的优点在于其管理维护与交互功能方面的便利。
17. 网络广告的本质是向互联网用户传递营销信息的一种手段,是对用户注意力资源的合理利用。
18. 网络广告最直接、最有说服力的量化指标是销售额。
19. 以效果付费将是未来网络广告效果评价的一个重要趋势。
20. 网络广告最主要的效果之一就是对企业品牌价值的提升。

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、填空题(本大题共 10 小题,每空 1 分,共 20 分)

21. 网络营销的研究可以分为三个层次,网络营销的____、网络营销的信息传递原则和网络营销中的____。
22. 网站链接推广的常用形式有____、____、轮辐式链接和链接联盟。
23. 在早期的基于 HTML 的网站设计中,网页结构定位通常有____和____两种方式。
24. 专业的网站建设是网络营销的____,网站运营是网络营销的____。

25. E-mail 营销与企业网站之间是_____、_____的关系。
26. 网络广告具有_____和_____的双重属性。
27. 网络品牌就是_____在_____上的存在。
28. 信息发布需要一定的信息渠道资源,这些资源可以分为_____和_____。
29. 网站推广的效果,是对网站建设的专业性,包括_____和_____的综合反映。
30. 网站访问统计指标大致可分为_____、_____和用户浏览网站的方式。

四、名词解释(本大题共 4 小题,每小题 4 分,共 16 分)

31. 关联网站
32. 网站易用性
33. 网上市场调研
34. 加权计算法

五、简答题(本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分)

35. 简述网络营销信息传递的一般原则。
36. 简述 B2B 网上商店平台的网络营销价值。
37. 简述企业网站改版的一般原则。
38. 简述网络广告的网络营销价值。