

电子商务网络营销理论题-判断题 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_62461.htm

网络营销理论题 3.网络营销1.判断对错 共51题 1错 Spider是一种只有登录后才会被引用的软件 2对 插页广告又称为弹出式广告 3错 电子商务信息的传递速度慢、传递渠道不畅 4对 关于收费站点，提供了一个相对安全的贸易环境(核查客户的身份) 5错 互联网的先进的网络浏览和服务器对价格策略不会有任何影响 6对 互联网的先进的网络浏览和服务器会使价格水平趋于一致 7错 互联网具有的平等、自由等特性，合作联盟是没有必要的 8错 互联网使用者调查显示上网者多数是男性，所以网站要突出男性特点，满足客户需要 9对 美国的酒类进口管理和税收制度是世界上最复杂的 10对 判断某个新闻组的主题可以通过阅读讨论组的章程或者通过文章的内容进行判断 11对 旗帜广告是最常见的网络广告形式 12对 企业通过对产品价格、关税及贸易政策、国际贸易数据三个方面信息的检索 13错 区域品牌设置统一品牌形象，这样可以利用知名品牌的信用带动相关产品的销售，这一营销策略不会对企业的全局产生不利影响 14对 如果某产品的价格标准不统一，客户将会通过互联网认识到这种价格差异 15对 若要查询收费数据库，必须有可以进行国际结算的信用卡，而且收费较高 16错 时间序列分析是根据系统观测时间，建立物理模型的理论和方法 17错 时间序列分析是根据系统观测时间建立物理模型的理论和方法 18对 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 19对 网络跨越时空连贯全球的功能，企业将不得不

进入跨国经营的时代 20错 网络商务信息不便存储 21错 网络商务信息的范畴不仅指只有通过计算机网络传递的商务信息 22对 网络商务信息对于企业的战略管理、市场研究极为重要 23错 网络商务信息对于企业的战略管理、市场研究无关 24对 网络商务信息可以方便地从因特网下载到自己地计算机上 25对 网络商务信息是指通过计算机传输的商务信息，包括文字，数据，表格，图形，影像，声音以及内容能够被人工或计算机察知的符号系统 26?? 网络消费者通常是依据网页的浏览次数来判断网络营销信息的可靠性 27错 网络信息的收集，增加了信息传递的中间环节，从而增加了信息的误传 28对 网络信息更新及时、传递速度快 29错 网络信息资源中找到自己所需要地信息，提炼信息，不需要培训和经验 30对 网络信息资源中找到自己所需要地信息，提炼信息，需要培训和经验 31对 网络营销将降低跨国公司所拥有的规模经济的竞争优势 32对 网上市场调研需要对整个调查过程进行有效的管理和控制 33对 网站的推销离不开搜索引擎功能上的帮助 34错 为了方便管理，网上支付的明智选择是单一的支付方式 35对 问卷调查的题目容易程度、内容的充分表达程度、回答所需时间比较重要 36对 向没有建立起相互信任关系的国外的进口商询问关税，一般得不到回答 37对 新闻组发布信息时应避免出现买卖、价格、优惠等叫卖性质的信息 38对 信息的概念非常广泛，从不同的角度对信息可下不同的定义 39错 信息只指一般的行情消息 40错 应该将市场调查与营销结合起来 41对 应该将市场调查与营销严格区别开来 42对 邮件列表可以分为公开，封闭，管制三种类型 43错 有的数据库还没有www方式查询起来是不方便的，这些数据库建立的比较早，都是数据比较陈旧

的数据库 44对 有的数据库还没有www方式查询起来是不方便的，但是这些数据库建立的比较早，专业性很强，数量也很大 45对 有些公司可以根据其注册用户的购买行为很快地改变向访问者发送的广告 46错 在互联网上可以廉价地获得网络畅销商品情况报告，从而促进公司销售业绩的提高 47对 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 48对 正确的营销策略是网络营销的关键 49错 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 50对 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 51错 自己本地信息资料遗失后，不可以到原有地信息源中再次查找 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com