

全国2005年7月高等教育自学考试网络营销与策划试题 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E5_85_A8_E5_9B_BD2005_c40_64239.htm 一、单项选择题（本大题共10小题，每小题1分，共10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，请将其代码填写在题后的括号内。

错选、多选或未选均无分。

1. 网络营销的本质是（ ） A. 抓住客户，满足客户 B. 网上拍卖 C. 销售产品 D. 建立网络渠道

2. 以下哪一个不属于网络营销的特点？（ ） A. 高效率 B. 高开销 C. 高收益 D. 全球性

3. 联结近距离内的计算机的网络一般被称为（ ） A. 城域网 B. 校园网 C. 宽带网 D. 局域网

4. 企业外联网的英文名称是（ ） A. Internet B. Intranet C. Extranet D. Externet

5. 用户选择Internet接入服务商（ISP）的最主要因素是（ ） A. 连线速度 B. 服务质量 C. 价格 D. 知名度

6. 以下域名的标准编码中代表商业组织的是（ ） A. COM B. EDUC. INFO D. GOV

7. 将一个目标顾客作为一个目标市场的营销方式是（ ） A. “一对多”营销 B. “一对一”营销 C. “多对一”营销 D. “多对多”营销

8. 用于短期或临时促销和推广产品的常用定价策略是（ ） A. 信用定价策略 B. 心理定价策略 C. 地理定价策略 D. 免费价格策略

9. CPM是指（ ） A. 每千人次访问的收费 B. 网络营销系统 C. 网络广告策略 D. 中国广告管理

10. 反映观看广告而没有点击广告所产生的促销效果的指标是（ ） A. 点击率 B. 转化率 C. 购买率 D. 供求率

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