

2011年电子商务师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\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_2011\\_E5\\_B9\\_B4\\_E7\\_94\\_B5\\_c40\\_645812.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022_2011_E5_B9_B4_E7_94_B5_c40_645812.htm) 2011电子商务师考试网络营销与

策划试题一、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.网络营销的主体是( ) A.开展网络营销活动的组织或者个人 B.开展网络营销活动的标的物 C.网民及其需求 D.因特网服务提供商

2.根据域名的编码规则，以.COM结尾的域名代表的组织类型是( ) A.国际组织 B.商业组织 C.政治组织 D.教育机构

3.搜索引擎由四个部分组成，其中负责尽可能多、尽可能快地搜集各种类型的新信息，定期更新已经搜集过的旧信息的是( ) A.搜索器 B.索引器 C.检索器 D.用户接口

4.新闻组是( ) A.网络上的新闻提供组织 B.某一新闻组织提供的特定类别的新闻 C.个人向新闻服务器所投递邮件的集合 D.具有特定新闻阅读偏好的网民群体

5.有些服装制造商为“朴素的妇女”、“时髦的妇女”和“有男子气的妇女”分别设计不同样式的服装，其市场细分依据是( ) A.地理细分 B.人口细分 C.受益细分 D.心理细分

6.在网络营销的初期，企业进入网络营销市场的首要目标是( ) A.当期利润最大化 B.品牌知名度最大化 C.占领市场以寻求生存发展机会 D.投资报酬率最大化

7.采取撇脂定价策略的目的是( ) A.在短期内收回投资 B.迅速开拓市场 C.抑制竞争者进入 D.获得更高的客户满意度

8.网上定价的基础是( ) A.品牌影响力 B.客户满意度 C.利润 D.成本

9.招标单位通过网络发布招标公告，由投标单位进

行投标而择优成交的定价方法属于 ( ) A.成本导向定价法 B.需求导向定价法 C.竞争导向定价法 D.拍卖定价法 10.制约我国企业采用B2C渠道模式的关键因素是 ( ) A.网站开发技术 B.物流配送 C.网站开发费用 D.网站的宣传

二、多项选择题(本大题共10小题，每小题2分，共20分) 在每小题列出的五个备选项中至少有两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、少选或未选均无分。

11.下列选项中，属于在线服务产品的有 ( ) A.在线医药咨询 B.网络交友 C.网上航空订票 D.电子新闻 E.数字电影

12.网络营销站点设计原则包括 ( ) A.坚持“内容永远第一” B.树立使用者优先的观念 C.尽可能多地采用flash动画技术 D.适当进行分类 E.适当体现互动性

13.无站点网络营销的主要方式有 ( ) A.免费发布供求信息 B.检索商品信息 C.网上拍卖 D.加入专业经贸信息网 E.加入行业信息网

14.下列使用电子邮件营销的做法，正确的有 ( ) A.对主动来信的顾客抬高价格 B.在附件中加入声音、图片、动画等多种媒体 C.使用简洁的语言准确表达出诉求点 D.及时回复邮件 E.采用一些别出心裁的主题，比如“老朋友，终于找到你了”等

15.对网上产品整体概念的理解可以分为若干层次，包括 ( ) A.核心利益层 B.期望产品层 C.延伸产品层 D.产品价格层 E.有形产品层

16.网上产品组合策略包括 ( ) A.扩大产品组合策略 B.缩减产品组合策略 C.产品品牌策略 D.产品延伸策略 E.产品定价策略

17.关于网上品牌建设的意义，下列说法正确的有 ( ) A.有助于维系客户忠诚度 B.有助于提高企业知名度 C.有助于树立企业品牌形象 D.有助于提升企业核心竞争力 E.有助于扩展品牌资产

18.网上产品定价的影响因素包括 ( ) A.产品成本 B.供求关系 C.市场竞争 D.国

家政策 E.消费者心理 19.关于网络广告的发布，下列观点正确的有（ ） A.选择投放站点以网站访问量为首要标准 B.选择内容与自身业务相关的分类页面 C.投放网络广告目的是覆盖不同的受众群体 D.只选择网站首页投放广告 E.广告投放的量越大，广告的效果就越好 20.网上公关营销的主要措施有（ ） A.与网络媒体建立合作关系 B.建立与顾客的网上沟通渠道 C.开展会员制营销 D.阻击竞争对手的产品 E.实施个性化营销

三、名词解释题(本大题共5小题，每小题4分，共20分) 21.网络营销平台 22.网上产品定位 23.网上价格策略 24.站点推广 25.网站流量统计

四、简答题(本大题共3小题，每小题5分，共15分) 26.简述网络消费者的购买过程。 27.简述网站建设的主要内容。 28.简述网上市场调查的程序。

五、论述题(本大题共2小题，每小题10分，共20分) 29.试述网上市场定位的思路。 30.试述网络广告过程。

六、案例分析题(本题15分) 31.某旅游公司是一家历史悠久的企业，曾经有一批忠诚的顾客。但由于旅游市场竞争日趋激烈，该公司的客户资源日趋减少，形成了巨大的经营压力。公司高层多次召开会议研究对策，最后达成了比较一致的意见。公司认为“吃老本”是没有发展前途的，应当创新营销方式，大力开展网络营销活动，通过网络营销平台来开发和巩固顾客群，将失去的顾客找回来。于是，公司决定加强网站建设，要求营销部门利用本企业的网站吸引顾客，以便尽快扭转当前经营的被动局面。要求：假如你是营销部门的负责人，请联系本企业的实际，并参照“建立顾客网络方法”中的知识点，提出建立顾客网络的思路。 相关推荐：2011年助理电子商务考试习题集2011年助理电子商务师考试模拟试题及答案解析集2011年助理电子商

务师考试试题及答案汇总 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](http://www.100test.com)