

《互联网营销理论与工具运用》题库 2

一、单选题（20 道）

1. 互联网营销各个岗位的主要工作内容都各不相同，下面哪个选项属于视频创推员的工作内容（ ）。
 - A. 根据目标人群画像，收集、整合企业产品的视频素材，完成短视频、推文等推广内容选题
 - B. 参与商品的选品及内容策划，能独立完成直播内容，引导消费者购买商品
 - C. 负责开发有潜力成为爆款的品类、产品，并对其进行资源拓展及维护
 - D. 利用各种网络资源对公司品牌、产品进行推广
2. 以下哪一项不属于互联网市场调研工具（ ）。
 - A. 问卷星
 - B. 腾讯问卷
 - C. 百度知道
 - D. 麦客
3. （ ）是根据客户主动搜索关键词，在搜索结果的显著位置展示企业的推广内容。
 - A. 搜索广告
 - B. 信息流广告
 - C. 开屏广告
 - D. 聚屏广告
4. 以下哪个选项是选品员所需要具备的能力要求（ ）。
 - A. 具有良好的语言表达能力和临场发挥能力
 - B. 能够依据市场需求在平台上选择出具有潜力的产品，打造爆款
 - C. 具备创新意识，能通过热点设计出更具特色的营销活动
 - D. 具备良好的审美能力，能够制作出美观、具有视觉冲击力的视频内容
5. （ ）是在百度 APP、百度首页、贴吧、百度手机浏览器等平台的资讯流中穿插展现的原生广告。
 - A. 搜索广告
 - B. 信息流广告
 - C. 开屏广告
 - D. 聚屏广告
6. 下列选项中，不属于腾讯问卷平台的特点的是（ ）。
 - A. 数据实时在线统计，专业快速
 - B. 多终端自适应，问卷投放灵活
 - C. 模板丰富专业，创建方式灵活

7. 下列选项中, 不属于音频营销特点的选项是 ()。

C. 伴随性 D. 闭屏

A. 可以强势打造企业的专业品牌形象，增强消费者信任

C. 客户主动搜索关键词，在搜索结果的显著位置展示企业的推广内容

9. 下列关于对自媒体营销的说法，正确的选项是（ ）。

B. 常见的自媒体营销平台有微信公众号、微博、小红书等

D. 目前会用到的自媒体营销平台有巨量引擎、腾讯广告等

A. 音频功能

11. 下列选项中, 不属于 EDM 营销工具的是 ()。

C. Webpower

A. 微信社群

13. 下列选项中，不属于开通抖音“商品橱窗”需具备的条件的是（ ）。

20. 为顾客提供网上联机服务，顾客通过网上服务人员可以远距离进行咨询和售后服务。这属于互联网营销类型中的（ ）。

- A. 销售型网络营销目标
- B. 提升型网络营销目标
- C. 服务型网络营销目标
- D. 混合型网络营销目标

二、多选题（20 道）

1. 互联网营销具有较大的发展潜力，主要表现在（ ）。

- A. 企业网站的建设步伐会越来越快
- B. 电商平台网站成为最主要的网络营销工具
- C. 跨界营销方式彰显出蓬勃的生命力
- D. 互联网营销体系会更加完善和成熟

2. 下面选项中，属于麦客平台特点的是（ ）。

- A. 用“表单”重新定义信息收集方式
- B. 打造以“用户行为轨迹”为核心的联系人管理方式
- C. 通过电话及时传达消息
- D. 用 QQ 号就可以直接登录使用

3. 常见的音频营销方式有（ ）。

- A. 内容植入式
- B. 自建音频自媒体
- C. 广播互动式
- D. 广告投放式

4. 调研微信目标人群时，需要了解目标人群的需求，包括（ ）。

- A. 目标人群喜欢什么样的内容
- B. 目标人群喜欢什么活动
- C. 目标人群喜欢在什么时间段接收消息
- D. 目标人群具体喜欢如何参与活动

5. 剪映的功能多种多样，包括（ ）。

- A. 剪辑功能
- B. 音频功能
- C. 文本功能
- D. 背景功能

6. 利用常见工具开展互联网 EDM 营销的主要步骤包括（ ）。

- A. 邮件列表获取
- B. 邮件设计
- C. 邮件编辑
- D. 邮件发送

7. 抖音是一个以算法来分配流量的平台，获得平台推荐会受到哪些因素的影响？（ ）

- A. 直播累计时长
B. 直播间跳出率
C. 直播间活跃度
D. 短视频预热能力
8. 下列选项中，属于互联网搜索引擎营销主要方法的选项包括（ ）。
- A. IM 营销
B. BBS 营销
C. 付费搜索引擎广告
D. 竞价排名
9. 下面选项中，属于互联网营销所涉及的职业是（ ）。
- A. 市场营销专员
B. 网络编辑
C. 数据分析人员
D. 视频创推员及平台管理员
10. 下列属于百度搜索引擎推广优势的选项是（ ）。
- A. 全球最大中文网络营销平台，覆盖面广
B. 按效果付费，获得新客户平均成本高
C. 专业的推广管理系统，功能丰富，管理灵活
D. 目标精准，针对性强，直接为企业带来客户
11. 常见的互联网 EDM 营销工具有（ ）。
- A. Webpower
B. 爱发信
C. Mailpanda
D. 爱剪辑
12. 下列属于微信营销特点的选项是（ ）。
- A. 强有力的关系网
B. 较低的互动率
C. 较精准的传播
D. 灵活多样的营销方式
13. 下面选项中，属于调查派平台特点的是（ ）。
- A. 拥有六大应用，功能多样化
B. 数据收集渠道多样化
C. 问卷的风格、品牌可自定义
D. 统计报告与数据分析
14. 在微博平台，内容发布门槛低，用户可随时随地发布内容，使信息得到实时性传播，形成“人人即媒体”的营销格局。这属于微博营销的哪些特点？（ ）。
- A. 门槛低
B. 强裂变
C. 高聚合
D. 高实时性
15. 剪影文本功能界面底部有多个选项，包括（ ）。

- A. 新建文本
B. 识别歌词
C. 画布模糊
D. 音效
16. 百度搜索推广的展现形式包括（ ）。
- A. 搜索广告
B. 品牌广告
C. 开屏广告
D. 聚屏广告
17. 抖音直播间的开场话术包括（ ）
- A. 自我介绍
B. 欢迎话术
C. 关注话术
D. 促单话术
18. 下列关于对腾讯问卷平台的说法正确的选项是（ ）。
- A. 是腾讯公司推出的完全免费、专业的在线问卷调查平台
B. 利用拖拉、点选等方式即可轻松创建、编辑一份完整的线上问卷
C. 通过一张简单轻便的表单，即可收集各行各业的信息
D. 可以通过 EDM 邮件或各类短信及时传达消息
19. 下列关于喜马拉雅 FM 的说法，正确的选项是（ ）。
- A. 口号是“用声音分享人类智慧”
B. 大事记有 423 听书节、小雅 AI 音箱、晓雅 MiniAI 音箱等
C. 口号是“用声音，在一起”
D. “帮助 3 亿国人养成阅读习惯”
20. 互联网营销战略有包括以下哪几个方面？（ ）。
- A. 巩固公司现有竞争优势
B. 加强与顾客的沟通
C. 提高新产品开发和服务能力
D. 稳定与供应商的关系

三、判断题（20 道）

1. 通常所讲的 H5 是指利用 HTML5 语言编制、可以用作传播、囊括各种信息的 H5 广告。（ ）
2. 调查派能够通过一张简单轻便的表单，收集各行各业的信息，并将表单中有关联系人的信息放进联系人管理模块。（ ）
3. 音频营销中的音频主要指网络语音互动交流、歌曲、相声、诗歌朗诵、文章朗读及其他形式为主的录音。（ ）
4. 每一个用户的用户名就是一个真实的邮件列表。（ ）

5. 服务号每天可以推送一次信息，一次最多可发布 6 条信息，推送出来的消息，会展现在用户的订阅号文件夹中。（ ）
6. 搜索广告中的线索通能直接在搜索结果页通过电话、表单、咨询组件直接展现服务功能使需求明确的网民减少跳转，直接联系，留下销售线索。（ ）
7. 变速是给视频添加加速或者缓慢播放的效果。比如，1×就是正常速度，2×为加倍播放，0.2×就是缓慢播放。（ ）
8. 抖音直播间有煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结行为的，将会永久封禁主播账号或永久封禁开播，并保存相关违法违规资料。（ ）
9. 通常情况下， 互联网营销计划的目标包含产品、价格、渠道三方面。（ ）
10. 互联网营销的最大特点在于以商家为主导，企业将自己相关信息放在互联网上，消费者根据个人兴趣或需求选择适合自己的产品及购买方式。（ ）
11. 品牌广告是将企业的推广信息自然融入在各类资讯、信息中，可以让用户潜移默化接受信息。（ ）
12. 在邮件编辑方面，Mailpanda 为用户提供了完全免费服务。（ ）
13. 微信公众号包括微信群、微信朋友圈、微信直播、微信二维码这四种推广渠道。（ ）
14. 问卷星是一个完全免费的在线调研平台，用 QQ 号就可以直接登录使用。（ ）
15. 声音剪辑中的拆分剪辑是指画面和声音剪辑点一致，保证画面切换更自然。（ ）
16. 百度推广账户中没有资金时，可以先进行推广，最后进行账户资金充值。（ ）
17. 直播间跳出率越低，说明直播间内容缺乏吸引力，反之则说明直播内容具有吸引力。（ ）
18. 开屏是音频营销的突出特点。（ ）
19. 通过网络的高效率所节约的成本，称为营销服务对象的软收入。（ ）
20. 直播具有高互动性、娱乐性、真实性和不可视性等特点。（ ）

四、简答题（10 道）

1. 简述互联网营销的特点。
2. 简述常见的线上市场调研工具及各自的特点和应用。
3. 简述百度搜索引擎营销推广的流程。

4. 简述邮件列表的获取途径。
5. 简述微信公众号日常内容的发送步骤。
6. 简述微信营销的渠道有哪些。
7. 简述视频剪辑中所需要注意的六个要素。
8. 简述抖音直播的推广方式。
9. 简述音频营销的特点。
10. 简述制定互联网营销计划的步骤。

五、操作题（10 道）

1. 学生上网搜索常见的互联网营销岗位，通过自学探究或小组课后谈论出这些互联网营销人才的岗位职责与技能，并举出相关案例进行说明。
2. 结合线上市场调研工具各自的特点和应用，学生根据实际需要，选择合适的线上市场调研工具展开一次调研工作。
3. 学生注册一个百度营销账号，按照后台操作流程创建一个推广计划，并总结记录其操作流程。
4. 学生根据实际情况，选择合适的互联网 EDM 营销工具，完成邮件列表的获取、邮件设计与编辑，总结记录操作流程。
5. 学生注册一个微信公众账号，选择合适的话题或产品，编辑发送一条图文消息，并进行营销数据的分析。
6. 学生开通自己微信平台的视频号直播功能，任意选择一款家乡的特产，进行直播营销推广，并进行效果分析。
7. 学生在剪映 APP 上创建一个属于自己的账号，然后拍摄一段产品推广视频，利用剪映 APP 对该段视频进行剪辑并发布。
8. 学生在抖音平台完成直播入驻、开直播的相关操作，并选择一种推广方式进行直播间推广。
9. 学生登录或者注册喜马拉雅账号，按照后台操作步骤完成专辑的创建、音频的录制与剪辑，最后将音频发布并推广。
10. 学生根据互联网营销计划的内容，讨论与分析出制定互联网营销计划的步骤，并总结记录操作流程。