

《互联网营销理论与工具运用》题库 3

一、单选题（20 道）

1. 淘宝直播中的（ ）是通过讲解种草、收割推广，加速直播间重点精准获取高质量观众。
A. 直播讲解推广
B. 超级直播
C. 矩阵直播
D. 超级互动城
2. 下面选项中，对目前几个主流的互联网营销形式理解错误的是（ ）。
A. 搜索引擎营销，通常简称为 SEM
B. 电子邮件营销，简称 EOM
C. IM 营销又叫即时通讯营销
D. H5 营销中的 H5 全称是 HTML5，它是万维网的核心语言
3. 下列选项中，关于市场调研问卷的说法错误的是（ ）。
A. 互联网市场调研问卷是调研人员通过互联网发布问卷，被调研者自行选择作答的一种调研方式
B. 线上问卷调查不受时间、地域的限制
C. 线下问卷调查传播速度快，范围广
D. 一份完整的调研问卷包括标题、前言、正文、结尾等内容
4. 下列选项中，不属于剪影画面特效的是（ ）。
A. 动感
B. 复古
C. 自然
D. 情绪
5. 下列选项中，关于对小红书的说法错误的是（ ）。
A. 宣传口号是“标记我的生活”
B. 宣传口号是“每一天的精神食粮”
C. 毛文超和瞿芳于 2013 年在上海创立
D. 全世界的年轻用户用短视频、图文等形式记录生活点滴
6. 制作邮件营销内容时，应该关注订阅者/收件人的利益点和痛点，并将其与所推广的产品或品牌相关联，这属于邮件内容优化中的（ ）。
A. 图文结合
B. 内容有价值
C. 排版整洁
D. 主题明确

7. 下列不属于市场调研分析软件的选项是（ ）。

- A. EXCEL B. SPSS
C. 电子表格软件 D. DOU+

8. 下列选项不属于视频营销平台的是（ ）。

- A. 抖音 B. 快手 C. 微视 D. 喜马拉雅

9. 下列选项中，关于网站标题优化的说法错误的是（ ）。

- A. 可以为企业带来更多的点击量
- B. 标题优化时，应把最重要的关键字放在标题前面位置
- C. 标题的长度越长越好
- D. 在标题中添加网页链接，可以增加网站的曝光度

10. 关于调研问卷标题的理解，正确选项是（ ）。

- A. 标题应简明扼要，易引起被调研者的兴趣
- B. 可直接简单采用“问卷调查”这样的标题
- C. 可偶尔出现敏感性词汇或倾向性词汇
- D. 标题一般需超过 15 个字

11. 下列不属于网络论坛平台的选项是（ ）。

- A. 天涯论坛
B. 百度论坛
C. 中国-东盟自由贸易区论坛
D. 新浪论坛

12. 下列选项中, 关于对网站 PR 值的说法错误的是 ()。

- A. PR 值是网页排名，又称网页级别
B. PR 值全称为 PageRank
C. 级别从 0 到 10，10 级为满分
D. PR 值越低说明该网页越受欢迎

13. 下列不属于邮件标题撰写技巧的选项是（ ）。

- A. 结合热门词汇
B. 繁冗复杂
C. 适度制造紧迫感
D. 制造悬念

14. 下列选项中, 对互联网营销策划报告的项目概要说法错误的是()。

- A. 项目概要在报告中起到总体策划工作的概览作用，在项目概要中一般会汇集大量重要信息
- B. 项目概要一般会包含企业 SWOT 分析
- C. 项目概要一般会包含项目要解决的问题及解决方法

D. 项目概要一般会包含项目服务对象的能力、经验和成果展示

15. 下列不属于小红书营销策略的选项是（ ）。

- A. 素人推荐：带动流量，打造全网爆品
- B. KOL 扩散：利用 KOL 属性，增加品牌曝光量
- C. 红人种草：借势数字新媒体，融合多渠道社群传播
- D. 大数据分析：推送优质产品，强化受众品牌印象

16. 下列选项中，不属于剪影人物特效的是（ ）。

- A. 环绕物
- B. 挡脸
- C. 电影
- D. 身体

17. 搜索引擎优化完成后，运营人员还需要对搜索引擎优化效果进行监控与评估，下列错误选项是（ ）。

- A. 实时关注优化前的网站排名情况
- B. 实时统计网站 PR 值
- C. 查看收录/反链结果，收集数据
- D. 实时监控网站访问量

18. 淘宝直播违规行为分为一般违规、严重违规、特别严重违规。下列选项中，属于淘宝直播严重违规行为的是（ ）。

- A. 发布不当信息
- B. 发布侵权信息
- C. 发布危害国家安全的信息
- D. 展示色情信息

19. （ ）能够吸引志同道合的认交流探讨，有利于信息的分类整合和搜集。

- A. 门户类
- B. 地域类
- C. 综合类
- D. 行业类

20. 下列对互联网营销方案附件的说法正确的选项是（ ）。

- A. 通常篇幅较短，放在正文当中
- B. 附件部分起到一个补充与支撑的作用，通常篇幅较长
- C. 是企业收益的渠道
- D. 主要是对当前互联网营销环境的分析

二、多选题（20 道）

1. 小红书平台用户以年轻群体为主，因此可将消费主力军概括为（ ）。

- A. Z 世代 B. 都市潮人
C. 精致妈妈 D. 新锐白领
2. 下面选项中，对搜索引擎营销理解正确的是（ ）。
- A. 搜索引擎营销，通常简称为 SEM
B. 搜索引擎营销是利用搜索引擎来实现营销目标的过程
C. 免费的搜索引擎即竞价推广，其广告效果会更好
D. 搜索引擎营销分为付费和免费两种推广方式
3. 常见的淘宝直播站内推广工具包括（ ）。
- A. 超级直播 B. 矩阵直播
C. 超级互动城 D. 站外引流推广
4. 广告投放是一种付费的音频营销形式，它分为硬广和软广两种，其中硬广包括（ ）。
- A. 开屏广告 B. banner 广告
C. 节目定制 D. 品牌对音频节目播放界面冠名
5. 一份完整的调研问卷基本包括（ ）。
- A. 标题 B. 前言 C. 正文 D. 结尾
6. 下列选项中，关于对站长之家的说法正确的是（ ）。
- A. 简称 ChinaZ B. 创建于 2002 年 3 月
C. 创建于 2000 年 3 月 D. 使命是“为中文网站提供动力”
7. EDM 营销效果监控，可以从以下哪些选项进行分析？（ ）。
- A. 到达率 B. 打开率
C. 点击率 D. 转化率
8. 互联网营销方案策划的基本原则包括（ ）。
- A. 经济性原则 B. 创新性原则
C. 单一性原则 D. 操作性原则
9. 目前常用的 IM 营销工具有（ ）。
- A. QQ B. 微信 C. 钉钉 D. 阿里旺旺及 Linked
10. 邮件不能有效到达用户邮箱的原因是（ ）。

18. 下列选项中，淘宝商家需要满足哪些条件才能开通直播功能（ ）。
- A. 主营类目在线商品数 ≥ 1 ，且近 30 天店铺销量 ≥ 1 ，且近 90 天店铺成交金额 ≥ 500 元
 - B. 卖家须符合《淘宝网营销活动规则》
 - C. 本自然年度内不存在出售假冒商品违规的行为
 - D. 淘宝店铺满足一钻或一钻及以上（企业店不受限）
19. 下列属于门户类论坛营销平台的选项是（ ）。
- A. 新浪论坛
 - B. 人民强国论坛
 - C. 城市论坛
 - D. 知乎
20. 互联网营销策划报告封面通常会包括哪些信息？（ ）
- A. 报告名称
 - B. 策划者名称或策划机构名称
 - C. 策划目的及意义
 - D. 项目要解决的问题及解决方法

三、判断题（20 道）

1. 地域性论坛包含的信息比较丰富和广泛，能够吸引几乎全部的网民来到论坛。（ ）
2. PR 值是页面权重定级指标，满级是 10，级别越高，该页面的重要性就越低。（ ）
3. 在剪映中，特效不可以叠加使用。即添加一个特效之后，就不可以再新增另一个特效了。（ ）
4. 抖音 TopLive 是将直播间的实时内容通过 Feed 信息流直接展示，用户可在信息流页面刷到，并直接点击屏幕进入直播间。（ ）
5. 小红书以“Inspire Lives 分享和发现世界的精彩”为使命。（ ）
6. 相较于传统营销的实体推广，互联网可以进行多种信息的传递交换，如文字、声音、图片、视频等。（ ）
7. 调研问卷的每个问题都应该是独立的个体，避免 A 问题包含了部分 B 问题的答案，选项之间不能有交集。（ ）
8. 对于搜索引擎来说，标题中越靠后的内容越重要，靠前的内容比较次要，所以要把最重要的关键字，尽量放在后面位置。（ ）
9. 淘宝直播只能在平台内进行推广引流。（ ）

10. 进行 EDM 邮件营销时，邮件发送得越多，效果就会越好。（ ）
11. 直播销售员主要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。（ ）
12. 情绪、身体、挡脸、环绕物、手部、形象等，属于剪映中的画面特效。（ ）
13. 腾讯问卷主要有六大应用，包括：问卷调查、在线考试、360 度评估、报名表、在线测评以及在线投票等，为用户提供多样化的功能和应用场景。（ ）
14. 营销效果预测中的间接经济效果，是营销活动所能带动企业实现的经济效益。（ ）
15. 邮件营销标题的撰写虽然可适度结合当下热点内容和热门词汇，但不利于提升邮件的阅读率和打开率。（ ）
16. 小红书建立的是一个以 UGC 为主的内容分享社区，其中掌握大量的粉丝流量和持久的粉丝关注度的是 KOL。（ ）
17. 秒拍是一款集观看、拍摄、剪辑、分享于一体的超强短视频工具。（ ）
18. 超级直播是主直播间和主直播间的关联，实现直播间与直播间的快速互跳。（ ）
19. 论坛较突出的特点之一就是发帖成本高，见效快。（ ）
20. 互联网营销策划报告中的项目背景分析是指在项目立项时的背景环境、市场现状、存在问题以及解决方法的综述。（ ）

四、简答题（10 道）

1. 简述互联网营销的主流方式。
2. 简述市场调研问卷制作的注意事项。
3. 简述搜索引擎优化效果监控与评估的方法。
4. 简述互联网 EDM 营销邮件内容优化的技巧。
5. 简述小红书的营销策略。
6. 简述利用剪映工具包装营销视频的流程。
7. 简述淘宝直播互动的作用与相对应的互动工具。
8. 简述论坛营销的概念及特点。
9. 简述常见的论坛平台及论坛营销的实施步骤。
10. 简述互联网营销策划报告的结构。

五、操作题（10 道）

1. 学生根据互联网营销的不同方式，整理出互联网营销的主流工具，并选择任何一种互联网营销形式进行产品的营销推广。
2. 根据市场调研问卷的制作与实施步骤，选择一种你熟悉的产品，就该产品在同学中的了解程度和购买欲望展开线上问卷调研。
3. 根据搜索引擎优化的方法与步骤，学生以营销人员的身份，利用 ChinaZ 对搜索引擎优化结果进行监控与评估。
4. 学生将之前编辑好的邮件进行发送，并进行互联网 EDM 营销效果分析与优化，总结记录操作流程。
5. 学生根据对互联网电子邮件营销的学生，选择合适的工具，开展互联网 EDM 营销，并进行营销效果分析与优化。
6. 学生选择一款家乡特产，利用小红书编辑并发送一条营销产品的图文笔记，并对小红书营销营销数据进行监控与分析。
7. 学生利用剪映 APP 对之前已经剪辑好的推广视频进行包装，并总结记录其操作流程。
8. 学生利用淘宝平台的直播推广工具，进行直播推广的相关操作。
9. 学生可以登录或者注册一个知乎账号，按照操作步骤完成论坛选择、账号建立、内容策划、内容编辑、内容推广这五个部分，并总结记录其操作流程。
10. 学生根据互联网营销策划报告的结构，撰写一份互联网营销策划报告。