

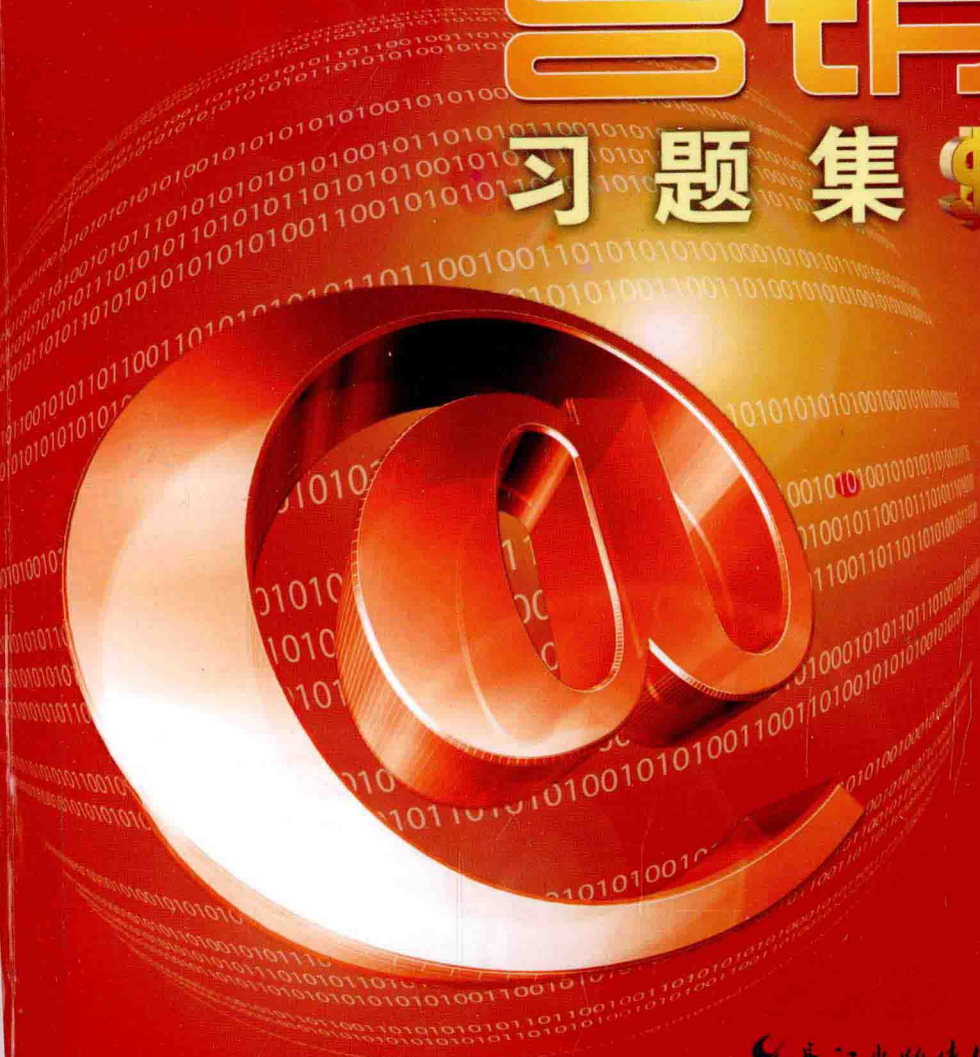
品课程网络营销系列教材

TO YINGXIAO XITIJ

编著 魏 华

网络营销

习题集



省级精品课程网络营销系列教材

WANGLUO YINGXIAO XITIJI

◎编著 魏 华

网络营销

习题集

WANGLUO YINGXIAO XITIJI



图书在版编目 (CIP) 数据

网络营销习题集/魏华编著. —武汉: 湖北科学技术出版社, 2013.01

省级精品课程网络营销系列教材

ISBN 978-7-5352-5422-1

I. ①网… II. ①魏… III. ①网络营销-高等学校-习题集 IV. ①F713.36-44

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第000109号

责任编辑: 林 潇

封面设计: 喻 杨

出版发行: 湖北科学技术出版社

电话: 027-87679468

地 址: 武汉市雄楚大街 268 号
(湖北出版文化城 B 座 13-14 层)

邮编: 430070

网 址: <http://www.hbstp.com.cn>

印 刷: 武汉市首壹印务有限公司

邮编: 430026

880 × 1230 1/32 7 印张

160 千字

2013 年 1 月第 1 版

2013 年 1 月第 1 次印刷

定价: 18.50 元

本书如有印装质量问题 可找本社市场部更换

前 言

为了帮助学生更好地学习网络营销理论知识和掌握网络营销应用技能,我们编写了这本与《网络营销》(第二版)教材相配套的《网络营销习题集》。本书采取循序渐进、由浅入深的逻辑思维方式,对学生所学知识进行多角度、多层次的指导和练习。

本书的编排与《网络营销》(第二版)教材的各章顺序保持一致,每章由五个部分组成。

(1) 专业术语:要求学生重点掌握的,与本章内容相关的重要术语。

(2) 案例分析:加入一些短小有趣的小案例,帮助学生进一步理解网络营销理论在实践中的应用。

(3) 巩固练习:主要用于加强学生对教材和课堂教学知识的理解,包括单选题、多选题、判断题、简答题等。

(4) 知识拓展:主要提供与章节学习内容相关的延伸知识,拓展学生的知识面,提高学习兴趣。

(5) 寓言与营销:主要通过一些简短有趣的寓言故事,使学生从寓言故事中挖掘智慧和获取灵感,进而揭示一些与网络营销有关的哲理,激发学生学习的热情。

本书由魏华担任主编,田盛兰参编。具体分工是:魏华编写第1~5章,第10~14章,并编写了第6~9章的部分内容;田盛兰编写了第6~9章的部分内容;最后由魏华负责统稿。

本书在编写过程中,参考了大量相关网站的资料,在此表示衷心的感谢!由于时间仓促,加之编者水平有限,书中难免有错误和不当之处,恳求广大读者提出宝贵的意见和建议。

编者

2012年9月

目 录

第1章 网络营销概述	001
专业术语	001
案例分析	001
巩固练习	003
知识拓展	010
寓言与营销	012
第2章 网络营销与传统营销	014
专业术语	014
案例分析	014
巩固练习	016
知识拓展	019
寓言与营销	021
第3章 网络消费者行为分析	023
专业术语	023
案例分析	023
巩固练习	026
知识拓展	035
寓言与营销	038
第4章 网络市场调研	040
专业术语	040

案例分析	040
巩固练习	044
知识拓展	055
寓言与营销	059
第5章 网络营销战略	060
专业术语	060
案例分析	060
巩固练习	062
知识拓展	064
寓言与营销	068
第6章 网络营销产品策略	070
专业术语	070
案例分析	070
巩固练习	072
知识拓展	080
寓言与营销	084
第7章 网络营销定价策略	085
专业术语	085
案例分析	085
巩固练习	089
知识拓展	098
寓言与营销	100
第8章 网络营销渠道策略	102
专业术语	102
案例分析	102
巩固练习	104

知识拓展	114
寓言与营销	116
第9章 网络营销促销策略	118
专业术语	118
案例分析	118
巩固练习	121
知识拓展	131
寓言与营销	135
第10章 网络营销站点	137
专业术语	137
案例分析	137
巩固练习	141
知识拓展	151
寓言与营销	153
第11章 搜索引擎营销	155
专业术语	155
案例分析	155
巩固练习	157
知识拓展	165
寓言与营销	168
第12章 博客网络营销	170
专业术语	170
案例分析	170
巩固练习	174
知识拓展	177
寓言与营销	186

第 13 章 E-mail 网络营销	187
专业术语	187
案例分析	187
巩固练习	191
知识拓展	198
寓言与营销	203
第 14 章 网络营销综合管理	204
专业术语	204
案例分析	204
巩固练习	206
知识拓展	209
寓言与营销	211

第 1 章 网络营销概述

专业术语

1. 网络营销
2. 网络营销环境
3. 注意力经济

案例分析

【案例 1】 网上的一条信息给一家乡镇企业带来了意外惊喜

目的：加深对网络营销定义和特点的理解。

案例：西门子公司 80 周年庆典，需要几百棵圣诞树，于是在网上发布需求信息。泉州一家乡镇企业在互联网上看到这则消息，通过网络联系，6 天就提供了其所需的圣诞树。现在西门子公司每年的圣诞树都从泉州这家企业订购。

要求：

1. 分组讨论泉州这家乡镇企业为什么能成功抓住这次“商机”。

2. 结合案例谈一谈你对网络营销的定义和特点有哪些新的理解。

【案例 2】利用互联网嫁接产品，创立网络品牌，增大销量

目的：加深对网络营销职能的理解。

案例：有个典故讲的是秦王李世民让士兵食用牛肉干来补充体力。杭州绿盛集团是一家牛肉干生产商，一次偶然的机会，接触到正在开发网络游戏《大唐风云》的天畅科技，就想“能否让牛肉干与网络合作，让游戏中的李世民给将士们吃上绿盛牌牛肉干”。而对天畅科技来讲，绿盛集团每年销售的牛肉干大小包装有 2 亿多个，这本身就是一个巨大的媒介资源，是一个以极少代价来推广《大唐风云》的机会。于是两家公司达成合作协议：绿盛产品的外包装上印上《大唐风云》的广告，而《大唐风云》的游戏里编入“绿盛 QQ 能量枣”作为游戏能量补充剂。就这样，双方互换资源。此外，双方还约定，在今后彼此的市场推广中，要尽可能将对方的产品纳入推广活动中去，以最小代价赢得最大回报。

结果，在很短时间内，绿盛的销售量得到了大幅度提升，一个月内，销售额达到 2700 多万元，而往年同期还不到 300 万元。而《大唐风云》虽剑未出鞘却已声势在外，同时还吸引了一大批风险投资商的关注，势头看涨。现在，“绿盛 QQ 能量枣”已经成为网络上知名的牛肉干品牌。

要求:

1. 分组讨论杭州绿盛集团是采取了何种策略成功提高销售量的?
2. 结合案例谈一谈网络营销的职能体现在哪些方面?

巩固练习**一、单选题**

1. 网络营销的英文翻译, 目前普遍采用的是 ()。
A. Cyber Marketing B. E-Marketing
C. Internet Marketing D. Network Marking
2. “企业可以向客户展示商品和服务信息, 而用户也可以通过网络查询相关商品的详细信息”体现了网络营销的 () 特点。
A. 互动性 B. 整合性
C. 跨时空性 D. 成长性
3. 关于网络营销说法错误的是 ()。
A. 网络营销就是指企业利用互联网展开营销活动
B. 网络营销是目的而不是手段
C. 网络营销不是网上销售

D. 网络营销不仅仅局限于网上

4. 关于互联网作用说法错误的是 ()。

A. 互联网正在以一种惊人的速度迅速地渗透到各个领域

B. 互联网深刻地影响着整个信息技术的结构

C. 极大地改变了社会信息交流的方式和商业运作的模式

D. 网络营销的发展并不受到互联网的影响

5. 关于网络营销的内容, 下面说法错误的是 ()。

A. 网上市场调查主要利用互联网的交互式信息沟通渠道来实施调查活动

B. 开展网络营销活动前没必要深入了解网上用户群体的需求特征

C. 企业实施网络营销时是需要进行投入的和有风险的

D. 在网上开展促销活动是最有效的沟通渠道

6. 关于网络营销特点说法错误的是 ()。

A. 受众范围广

B. 直观性强

C. 交互性强

D. 受众数量难以统计

7. 网络营销最基本的应用方式是 ()。

A. 企业上网宣传

B. 网上市场调查

C. 网络分销联系

D. 网上直接销售

8. 关于网上直接销售说法错误的是 ()。

A. 网上直接销售为上网者创造了实现消费需求的新机会

B. 网上直接销售是面向上网者个体的消费方式, 不包含企业间的网上直接交易

C. 网上直接销售是一种高效率、低成本的市场交易方式

D. 网上直接销售代表了一种新的经营模式

9. 下列说法错误的是 ()。

A. Internet Marketing 是指在 Internet 上开展营销活动

B. Network Marketing 主要是指网络营销是在虚拟的计算机空间进行动作

C. E-marketing 中有表示电子化、信息化、网络化的含义

D. Network Marketing 比 Internet Marketing 所表示的范围大, 还包括增值网络 VAN

10. “网络营销是以互联网为媒体, 以新的方式、方法和理念实施营销活动”。根据上面这句话, 以下说法中不正确的是 ()。

A. 网络营销针对的是网上虚拟市场, 要及时了解并把握其中消费者的特征和消费行为模式的变化

B. 网络营销通过在网开展营销活动来实现企业目标

C. 网络营销沿用传统的营销手段和方式

D. 作为在 Internet 上开展的营销活动, 网络营销必将面临许多传统营销活动无法碰到的新问题

11. 营销活动的起点是 ()。

A. 商品生产

B. 满足需要

C. 制订计划

D. 招聘人员

12. 网络营销产生的技术基础是 ()。

A. 付款手段

B. 互联网

C. 计算机

D. 营销策略

13. 以下网络营销职能 () 可表现为网络营销的效果。

A. 顾客关系

B. 品牌形象

C. 销售促进

D. 在线销售

14. 网络营销信息传递的主要特点有 ()。

A. 效率高

B. 方式多样化

C. 渠道多样化

D. 双向性

15. 企业可以 24 小时不间断地进行全球营销, 这一优势使

网络营销与传统营销相比具有了（ ）的特点。

- A. 成长性
- B. 超前性
- C. 跨时空性
- D. 高效性

16. 企业通过互联网快速提升产品和企业的知名度，以树立企业良好的整体形象，这属于网络营销的（ ）职能。

- A. 网络品牌
- B. 网址推广
- C. 信息发布
- D. 销售促进

二、多选题

1. 下面关于网络营销叙述正确的是（ ）。

- A. 网络营销就是指企业利用互联网展开营销活动
- B. 网络营销建立在传统营销理论基础之上
- C. 网络营销不是网上销售
- D. 网络营销仅限于网上

2. 网络营销的内容通常包括（ ）。

- A. 网上市场调查
- B. 网上消费者行为分析
- C. 网络营销策略制定
- D. 网络营销管理与控制

3. 网络营销的特点通常包括（ ）。

- A. 受众范围广
- B. 感官性强
- C. 交互性强
- D. 实时、灵活、成本低

4. 网络营销的发展阶段包括（ ）。

- A. 企业上网宣传
- B. 网上市场调查
- C. 网络分销联系
- D. 网上直接销售

5. 网络营销的同义词包括（ ）。

- A. 网上营销
- B. 在线营销
- C. 全球营销
- D. 网络行销

6. 网络营销的理论基础4C是指（ ）。

- A. 顾客的需求
- B. 消费者愿意支付的成本
- C. 方便
- D. 双向沟通

7. 开展网络营销的重要意义包括 ()。

- A. 网络营销是应对网络化挑战的需要
- B. 网络营销是自我学习的需要
- C. 网络营销是网络技术发展的需要
- D. 网络营销是经营创新的需要

8. 网络营销理念可以概括为 ()。

- A. 信息传播观念
- B. 网络市场观念
- C. 网络消费观念
- D. 时空观念

9. 企业网站网络营销效果(直接效果与间接效果)的基本职能包括 ()。

- A. 网站推广
- B. 网络品牌
- C. 销售促进
- D. 网上销售

10. 就网络营销站点而言, 网络营销可分为两类 ()。

- A. 基于网站的网络营销
- B. 无网站的网络营销
- C. 网络直复营销
- D. EDI 无网站的网络营销

11. 营销系统的功能表现为 ()。

- A. 信息发布与沟通
- B. 网上支付与结算、货物配送
- C. 网上售后服务
- D. 产品交换的功能

12. 网络营销与电子商务 ()。

- A. 是同义反复的概念
- B. 是一对紧密相关又具有明显区别的概念
- C. 都是以互联网为基础的商务活动
- D. 是一个事物的两个方面

三、判断题

1. 网络营销就是指利用互联网这种通信方法来进行一些市

场营销活动，这可以有效促成个人和企业之间交易活动的实现。()

2. 网络营销是为实现网上销售目的而进行的一项基本活动，但网络营销本身并不等于网上销售。()

3. 网络营销就是仅限于在网络上开展营销活动。()

4. 在网络营销活动中，宏观环境是企业可以控制的。()

5. 当前网民认为网上交易存在的最大问题是产品质量、安全性得不到保障。()

6. 网上竞争的关键在于企业网站是否能吸引顾客的浏览。()

7. 可以 24 小时全天候向顾客开放是 Internet 赋予企业的竞争优势。()

8. 网络营销就是电子商务，电子商务是利用因特网进行各种商务活动的总和。()

9. 消费者价值观的改变是网络营销产生的现实基础。()

10. 任何商品都能在网上销售。()

11. 网络技术的发展将更有利于商品的销售。()

12. 消费者价值观的变革是网络营销产生的观念基础。()

13. 网络营销可以实现全程营销的互动性。()

14. 网络营销根据互联网的不同类别分为基于全球网络的网络营销、基于 EDI 的网络营销以及基于 Intranet (企业内部网) 的网络营销。()

15. 从技术上说，网络营销与电子商务并无太大的区别。()

16. 软件商品可以网络营销，实体商品不能网络营销。()

四、问答题

1. 什么是网络营销？网络营销具有哪些特征和功能？

2. 与传统营销相比，网络营销有哪些优势和特点？

3. 给出网络营销的职能，并简述各项职能之间的关系。

4. 根据互联网络在企业营销活动中的应用程度，企业的网络营销活动可以划分成哪几个层次？

5. 网络营销与电子商务、网上销售及传统市场营销有何关系？