

13. 社群的文化形象包括()等。
- A. 灵魂人物 B. 价值观
C. Logo D. 口号
14. 二维码对线下渠道具有非常强的适应性,主要渠道包括()。
- A. 实体包装 B. 线下虚拟商店
C. 社交媒体 D. 二维码载体
15. 网络营销策划的基本原则包括()。
- A. 经济性原则 B. 可操作性原则
C. 协同性原则 D. 创新性原则
16. 提高会员忠诚度的方法有()。
- A. 提高会员费用 B. 保证产品质量和服务
C. 提升品牌形象 D. 加强企业内部营销

三、判断题(本题共 11 小题,每小题 2 分,共 22 分。以下叙述中,你认为正确的打“√”,错误的打“×”)

17. 网络营销改变了传统营销的本质。()
18. 需求型产品是促进消费者购买、保证转化率的一种产品,如折扣产品、礼品赠送等。()
19. 二维码的外观是固定的,无法进行个性化定制。()
20. APP 首发是指 APP 新品或最新版本在一段时间内仅在首发市场上出现,在其他应用市场上不提供下载。()
21. 内容营销的重点是内容是否有吸引力,是否能够吸引消费者关注,是否影响消费者的搜索和购买行为。()
22. 企业进行营销内容的创作要以企业的需求为导向。()
23. “漏斗拉新”策略是指先通过收费的方式吸引消费者入群,后采用免费的方式进行漏洞转化。()
24. KOL 在某一特定领域具有话语权和影响力,能够引导消费者的消费理念和观念。()
25. 在网站发布初期,企业通常会加大网站的推广力度,产品推广和销售促进通常居于次要地位。()
26. 在网站增长期,企业的工作重点应当由培养新消费者转换为维护老消费者。()
27. 利用搜索引擎查找资料是获取二手资料的一个重要途径。()

四、简答题(本题共 4 小题,每小题 10 分,共 40 分)

28. 事件营销策划有哪些要点?
29. 简述微博营销的特点和品牌传播价值。
30. 如何提高微信公众号粉丝数量和忠诚度?
31. 病毒营销的步骤及实施方法。

试卷代号:11502

国家开放大学2025年春季学期期末统一考试

网络营销策划实务 试题答案及评分标准

(供参考)

2025年7月

一、单项选择题(本题共10小题,每小题2分,共20分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

1. B 2. B 3. D 4. C 5. A
6. B 7. B 8. B 9. B 10. D

二、多项选择题(本题共6小题,每小题3分,共18分。请在下列每小题给出的选项中,选出符合题目要求的两个或两个以上选项。多选、漏选、错选均不得分)

11. BCD 12. ABCD 13. BCD 14. ABD 15. ABCD
16. BCD

三、判断题(本题共11小题,每小题2分,共22分。以下叙述中,你认为正确的打“√”,错误的打“×”)

17. × 18. × 19. × 20. √ 21. √
22. × 23. × 24. √ 25. √ 26. ×
27. √

四、简答题(本题共4小题,每小题10分,共40分)

28. 事件营销策划有哪些要点?

答:在事件营销里,企业要想达到与消费者共鸣的成效,需要将产品的特性与媒介活动相结合,借事件的“势”做出自己的亮点,从而实现双赢(3分)。此外,企业还需要掌握以下5个关键因素,让事件营销得到持续关注:(1)真实性(1分);(2)相关性(1分);(3)重要性(1分);(4)显著性(1分);(5)趣味性(1分)。一般情况下,事件只要具备一个要素就具有了很大的价值。事件具备的要素越多,其价值自然越大。(2分)

29. 简述微博营销的特点和品牌传播价值。

答:微博营销的特点有:立体化、便捷性、高速度、广泛性和互动性。(3分)

微博营销的品牌传播价值:

微博营销注重价值传递、内容互动、系统布局和准确定位,是在“微博用户”基础上进行的营销。因为其具有信息传播迅速、广泛的特点,所以通过“微博用户”分享、转发能够快速形成裂变式传播,使品牌影响力遍及各个用户层次和群体,被更多人关注和了解,其广告宣传效果也非常明显。但微博营销的广告发布方式不同于传统媒体,需要多使用有创意的软植入广告。(4分)

虽然微博信息的裂变式传播为营销提供了很大的空间,但同时也容易造成负面信息的大范围传播。出现危机公关情况时,企业可以利用这把“双刃剑”做好危机公关,正确处理用户对产品或品牌的负面评价。危机公关处理得当,甚至可以将危机变成商机。(3分)

30. 如何提高微信公众号粉丝数量和忠诚度?

答:获得公众号粉丝的方法有很多,不同类型的运营者通常会使用不同的手段。比较常用的获取粉丝的方法有:

(1)邀请老用户关注(2分);(2)邀请线下用户(2分);(3)通过其他媒体平台引流(2分)。

要想提高粉丝的忠诚度,关键还在于先经营好个人微信号,然后维护好公众号平台上的互动。(2分)对于公众号而言,关键词回复、问题搜集和反馈、评论等都是比较有效的互动形式。(2分)

31. 病毒营销的步骤及实施方法。

答:病毒营销的步骤分别是制造“病毒”、传播“病毒”、病毒营销效果跟踪管理。(1分)

制造病毒可以从以下几个方面入手。(1)免费和利诱策略(1分);(2)娱乐策略(1分);(3)情感策略(1分);(4)节日祝福策略(1分)。

传播“病毒”需要注意以下事项和技巧。(1)使用简单的传播方式(1分);(2)找准容易“感染病毒”的人群(1分);(3)选好发布渠道(1分);(4)提供充足的传播动力(1分)。

病毒营销也需要跟踪管理营销效果,企业如果想要持续吸引消费者参与传播,就要及时更新“病毒”或继续造势,以维持“病毒”的传播活力。(1分)