# （更新版）国家开放大学电大专科《网络营销与策划》判断题题库及答案

来源：网络 作者：梦里花开 更新时间：2024-07-19

*(更新版)国家开放大学电大专科《网络营销与策划》判断题题库及答案盗传必究判断题1.电子邮件营销无需事先得到用户的许可，是一种针对目标客户群强行插入电子邮件的营销方式。（×）2.病毒性营销的最终效果是无法控制的。（√）3.网络营销实现了信息共...*

(更新版)国家开放大学电大专科《网络营销与策划》判断题题库及答案

盗传必究

判断题

1.电子邮件营销无需事先得到用户的许可，是一种针对目标客户群强行插入电子邮件的营销方式。（×）

2.病毒性营销的最终效果是无法控制的。（√）

3.网络营销实现了信息共享，给大、中、小企业带来了机遇和挑战，并且为它们提供的机会是均等的。（√）

4.广告收费是早期综合信息网站主要的盈利方式。（√）

5.弹出式问卷调查是指网民在访问网站过程中，自动弹出网络调查窗口。（√）

6.网络调研费用比传统市场调研费用高很多。（×）

7.竞价排名是一种按网络效果付费的网络推广方式。（√）

8.CA认证中心通过向网络市场上从事经济活动的企业、个人颁发数字证书，为交易者在虚拟的市场环境中确定身份提供帮助。（√）

9.网络营销仍然是一种强势营销。（×）

平台企业通过收取会员费的方式为有各种需要的会员提供差异化的特色服务。（√）

11.传统市场调研的运作速度慢于网络市场调研。（√）

12.病毒式营销是以病毒的形式进行营销信息传递。（×）

13.进行搜索引擎营销需要对过程保持监测，监测的目标包括：关键词的查询率、点击率、转化率、营销信息的更新频率等等。（√）

14.病毒性营销的最终结果是无法控制的。（√）

15.站点评估可以帮助顾客选择站点，降低交易风险。（√）

16.数字化、信息化的产品以及标准化程度较高的产品最适合网络营销。（√）

17.插播式广告通常是一个链接着公司的主页或站点的公司标志（Logo），并注明

点击我（Click

Me）

字样。（×）

18.赞助式广告把广告主的营销活动内容与网络媒体本身的内容有机地融合起来，取得最佳的广告效果。（√）

19.博客营销成本较高。（×）

20.网络市场调研受成本限制，调查地区和样本的数量均有限。（×）

21.网上间接调查只能通过外部资源收集信息。（×）

22.在网络环境下，消费者可以直接参与到生产和流通中来，与生产者直接进行沟通。（√）

23.在网络环境下，消费者可以直接参与到生产和流通中来，与生产者直接进行沟通。（√）

24.网上交易的都是虚拟产品和服务。（×）

25.在网络市场上小公司更容易克服资金、人才和地域的限制。（√）

26.网络营销规划成功的关键在于，企业是否真正理清了企业自身的资源优势，并将优势与网络化手段做了合理的整合。（√）

27.市场追随者是那些安于次要地位，意欲在当前的状态下求得尽可能多收益的企业。（√）

28.招投标定价法采用的是买方公开竞价的方法。（×）

29.插播式广告通常是一个链接着公司的主页或站点的公司标志（Logo），并注明“点击我（Click

Me）”字样。（×）

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！