

参考答案

项目一 认识网络营销

1. 互联网、全新、市场营销活动
2. 跨时空、多媒体、交互式、人性化、成长性、整合性、超前性、高效性、经济性
3. 商品交换、客户需求管理
4. 顾客(Customer)、成本(Cost)、便利(Convenience)、沟通(Communication)
5. 网络营销、传统营销、网络营销、传统营销
6. 网络营销的交互沟通性、网络营销的快捷回应、网络营销可以实现随处可得的营销服务、网络营销的效果易于测量
7. 顾客感受与体会、物美价廉、人性化、心甘情愿
8. 深度沟通、认同、显性需求、隐性需求
9. 长期性、适应性、竞争性、协调性

项目二 网络调查设计

一、填空题

1. 网上问卷调查法、网上讨论法、网上观察法、网上实验法
2. E-mail 问卷法、交互式 CATI 系统法、在线调查系统法
3. 调查目标
4. 撰写调查报告

二、单选题

1. A
2. D
3. A

三、多选题

BC

四、案例分析题（略）

项目三 网络环境分析

1. 网络宏观环境、网络微观环境
2. 网络人口环境、网络经济环境、网络政治法律环境、网络文化环境
3. 网络消费的层次性、网络消费的差异性
4. 商品低价格、购物安全性、购物便捷性
5. 全天候、无店铺、零库存
6. 机会与问题分析、营销目标、营销策略

项目四 网络目标营销

一、选择题

1. C 2. D 3. B 4. C 5. A

二、填空题

1. 调查研究、需求、相似特征
2. 可衡量性、进入性、到达性、可获利性
3. 大规模生产、市场极限细分、每一位顾客、每一个人的特定需求
4. 大规模生产、数据库营销、细分极限化、顾客参与性
5. 积累、预测、精确定位、有针对性

三、案例分析题

1. 因为在互联网上拍“宝贝”，针对喜爱时尚数码类产品时尚年轻人群、儿童群体，而这类人群显然都是麦当劳最主要的消费人群。而且对于喜欢上网购物的年轻人来说，这种奖品诱人、难度却极大的网络营销显然也比传统抽奖有着更大的吸引力。

2. 市场定位：喜爱时尚数码类产品时尚年轻人群、儿童群体，而这类人群显然都是麦当劳最主要的消费人群。

项目五 网站推广策略

一、填空题

1. 层次结构式、互联网协议（IP）地址
2. 层次、层次、①四级域名.三级域名.二级域名.一级域名、②主机名.机构名.网络名.最高层域名
3. 网站标志设计（LOGO 设计）、标准色和标准字体的设计、网站的主题标语

4. 简洁且易于操作、方便用户导航、设计个性化
5. 提供有价值的产品或服务、提供无须努力向他人传递信息的方式、信息传递范围很容易从小向很大规模扩散、利用公共的积极性的行为、利用现有的通信网络

二、案例分析题

1. 企业网站推广方法：登录搜索引擎、建立友情链接、建立网络社区、提供免费服务、广告交换链接、电子邮件营销、行业网站推广、博客营销、播客营销、病毒性营销。
2. 通用网址推广作用：
 - ① 国家机构推出，权威政策保护，能保护您的品牌，它是企业品牌在互联网上的延伸；
 - ② 新一代互联网地址访问技术，无需输入“http”“www”“com”等，直接输入中文即可访问；
 - ③ 国家授权域名注册管理机构管理，保证公正、客观和稳定性能；
 - ④ 一对一定位网站首页或直达网站深层页面，网站访问真简单；
 - ⑤ 知名门户全面支持，可获得新浪、百度、搜狐、网易等中国各大知名网站的免费增值推广服务。

项目六 搜索引擎营销

一、单选题

1. A 2. B 3. C 4. C 5. D

二、多选题

1. ABCD
2. ABCD
3. ABCD

三、简答题

1. 搜索引擎营销的基本原理是通过优化网站内容和技术手段，使网站在搜索引擎中获得良好的排名，从而吸引更多的目标用户访问，实现营销目的。搜索引擎营销的核心在于理解和利用搜索引擎的工作机制，包括关键词分析、网站结构优化、内容优化、外链建设等，以提高网站在搜索引擎结果页的可见度。此外，搜索引擎营销还包括付费搜索引擎广告，如关键词竞价广告，企业通过付费在搜索结果页的特定位置展示广告，以达到快速吸引目标用户的营销效果。
2. 竞价排名的网站通常出现在搜索引擎结果页的顶部或底部，标有“广告”、“Ad”等标识，这些网站是通过付费给搜索引擎服务商来获得更高的展示位置。而自然排名的网站则是通过搜索引擎的算法自然排序得出，不涉及任何付费行为，它们依据网站的质量、相关性、用户体验等因素获得排名。通常，自然排名的网站位于搜索结果的中间部分，没有明显的广告标记。
3. 搜索引擎优化（SEO）的主要任务包括关键词研究与优化、网站结构优化、内容优化、

外部链接建设等，目的是提高网站在搜索引擎自然搜索结果中的排名。SEO 的重要性在于，它能够帮助企业提高在线可见度，吸引更多的目标访客，进而促进销售和品牌知名度的提升。通过 SEO，企业可以以较低的成本获得持续的流量，相较于付费广告，SEO 带来的流量更稳定，更能体现网站的长期价值。同时，SEO 还能改善用户体验，增强网站的权威性和可信度。

项目七 微博营销

一、填空题

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

二、多选题

1. ABD 2. ABC 3. ABD 4. ABCD 5. ABD

三、简答题

1. 微博营销在品牌推广中发挥着重要作用，具体包括以下几个方面。

① 提升品牌知名度。通过发布高质量的内容和积极参与用户互动，微博可以帮助企业迅速扩大品牌的影响力，吸引更多的目标用户关注。

② 增强品牌亲和力。微博的互动性强，企业可以通过与用户的直接沟通，建立更加亲密的品牌形象，增加用户的忠诚度。

③ 促进品牌传播。微博的转发和评论功能可以加速信息的传播，使品牌信息能够快速扩散到更广泛的用户群体中。

④ 收集用户反馈。企业可以通过微博平台收集用户的反馈和建议，及时调整营销策略，更好地满足用户需求。

⑤ 降低营销成本。相比于传统营销方式，微博营销的成本更低，效率更高，可以帮助企业在有限的预算内实现更好的营销效果。

2. 运用热门话题标签提高内容的曝光率的方法包括以下几个方面。

① 紧跟热点。密切关注社会热点事件和流行趋势，选择与品牌定位相符的热门话题，结合热点制作相关内容，提高内容的相关性和吸引力。

② 合理使用标签。在发布微博时，适当添加热门话题标签（如#话题名称#），可以使内容更容易被用户在搜索时发现。

③ 创新内容形式。结合热门话题，创作新颖、有趣的内容，吸引更多用户的关注和参与，提高内容的转发率和评论率。

④ 互动引导。在微博中引导用户参与讨论，鼓励用户使用相同的话题标签进行互动，形成话题效应，进一步提高内容的曝光率。

3. 微博营销中互动的重要性体现在以下几个方面。

① 增强用户参与感。互动可以激发用户的参与热情，使用户感到被重视和尊重，增强用

户的品牌忠诚度。

② 提高品牌认知度。通过互动，企业可以更直接地向用户传达品牌信息，加深用户对品牌的印象。

③ 收集用户反馈。互动是企业获取用户真实反馈的重要途径，有助于企业及时调整营销策略，更好地满足用户需求。

④ 促进口碑传播。良好的互动可以产生积极的口碑效应，促使用户自发地向他人推荐品牌，扩大品牌的影响力。

提高互动效果的方法包括以下几个方面。

① 定期举办互动活动。如互动抽奖、有奖问答等，鼓励用户参与，提高用户的活跃度。

② 发布互动性强的内容。如投票、调查问卷等，激发用户的参与欲望，增加用户的互动频率。

③ 利用意见领袖。邀请行业内的意见领袖参与互动，利用他们的影响力吸引更多用户的关注。

④ 回应用户评论。及时回应用户的评论和提问，展示企业的专业性和亲和力，增强用户的信任感。

4. 微博营销的未来发展趋势可能包括以下几个方面。

① 内容质量的提升。随着用户对信息质量的要求越来越高，高质量、有价值的内容将成为微博营销的核心竞争力。

② 社交电商融合。微博作为一个拥有庞大用户群体的社交媒体平台，将与电商更加紧密地融合。通过微博平台上的购物链接、优惠券等功能，用户可以直接在微博上完成购物行为。

③ 内容多样化。随着用户需求的不断变化和升级，微博营销的内容将越来越多样化。除了传统的文字、图片和视频等内容形式外，还将涌现出更多新颖、有趣的内容形式，如直播、短视频、VR/AR 等。这些新型内容形式将为用户带来更加丰富的视觉和互动体验，提高用户的参与度和黏性。

④ 个性化营销。随着大数据和人工智能技术的不断发展，微博营销将更加注重个性化营销。通过收集和分析用户的兴趣、行为等数据，品牌可以更加精准地定位目标受众，制定个性化的营销策略和内容。这将有助于提高营销效果和用户满意度。

⑤ 社会责任的加强。企业将更加注重履行社会责任，通过微博平台传播正能量，树立良好的品牌形象。

项目八 微信营销

一、选择题

1. C 2. B 3. ABCDE

二、简答题

1. 提示：可从内容创作、推广策略、用户互动等多个方面进行分析。

2. 提示：可从视频化、智能化、私域运营、全渠道融合等方面去进行分析。
3. 提示：可从个人号、朋友圈、微信公众号、小程序、企业微信、视频号这几个板块中选择一个进行充分分析。

项目九 内容营销

一、单选题

1. A 2. D 3. B

二、简答题

1. 内容营销的表现形式非常多样，包括软文、新闻稿、音频、动画、图片、信息图、电子书在线教学或电视广播、幻灯片、视频、游戏等，通过有价值的内容分享，可将品牌和产品信息传达给用户。
2. 内容营销的亮点一般围绕关键词、价值、品牌和用户几个因素进行打造。
3. 内容营销的第一条演化路径和方向——内容产品化，通常有三个阶段。第一阶段：把广告变成内容。第二阶段：把内容做成 IP。第三阶段：把 IP 变成产品变现。

项目十 网络视频与直播营销

一、单选题

1. A 2. C 3. D

二、简答题

1. 营销目标精准；成本投入较低；传播效率高且异质性强；互动渠道广且黏贴性强；传播范围广。
2. 内容为本；增强视频互动性，提升参与度；关键词及频道的选择；对视频细节的处理要完善；结合热点。
3. 品牌+直播+明星；品牌+发布会+直播；品牌+直播+企业日常。

项目十一 AIGC在网络营销中的应用

一、单选题

1. D 2. A 3. D

二、简答题

1. 编写电商文案，用于宣传、推广电子商务企业的产品和服务的有趣、吸引人眼球的文字，它是网络营销的重要组成部分，也是影响网络营销效果的因素之一；撰写短视频脚本。
2. 第一，形态多样。第二，交互性强。第三，应用领域广泛。
3. 虚拟主播的创建与互动；24 小时不间断直播；智能化内容生成与管理；降低制作门槛与成本。