…

班级: 专业:

… 密 … … 封

…

学号: 姓 名 :

… … 线

●●●……●\* ●●、、、………\* ……………●●●●●

**2021年春季学期期末考试**

**课程名称：** **《网店运营与管理实务》** **试卷** **(B) 专业：** **班级：** **学号：** **姓名：**

**考试时间：** **100分钟** **卷面总分：** **100分**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 题号 |  | 二 | 三 | 四 | 五 | 总分 | 评阅人 |
| 分值 | 30 | 15 | 15 | 20 | 20 | 100 |  |
| 得分 |  |  |  |  |  |  |

**一** **、单项选择题**(在每小题的四个备选答案中，选出一个正 确答案，并将正确答案的序号填到括号内。本大题共30小题， 每小题1分，共30分)

|  |
| --- |
| 得分 |
|  |

1、以下不属于 SEO 范畴的是( )。 A、提高淘宝商品的自然搜索排名

B、提高美团店铺的自然搜索排名 C、优化速卖通商品属性

D、优化淘宝直通车主图

2、电子商务平台中搜索词拆解时，词性识别主要是对用户输入的关键词 中 的 ( )进行快速定位。

A、核心词、品牌词 B、核心词、属性词 C、属性词、品牌词 D、属性词、营销词 3、以下不属于作弊处罚项目的是( )。

A、提高价格 B、重复铺货 C、SKU 作弊 D、重复开店

4、以 下 ( )方面不能决定商品权重。

A、商品人气 B、商品产出 C、商品单价 D、作弊处罚

5、以下不属于标题制作误区的是( )。

A、直接复制爆款标题 B. 根据生意参谋提示撰写标题

C. 堆砌关键词 D 、 盗用其他品牌词

6、一 个 SEM 账户内可以创建( )个推广计划。

A、只能创建1个

B、随便创建多少个

C、一般不少于10个

D、一般不少于2个，不多于账户规定的最大限制数

7、搭建账户的准备工作不包括以下( )步骤。 A、市场分析 B、账户结构规划 C、关键词初步规划 D、推广计划搭建

8、关键词和其所在的推广组同时设定出价时，以( )出价为准。 A、推广组 B、创 意 C、预 算 D、关键词

9、以下因素中，能够直接影响 SEM 推广中关键词排名与扣费的是( )。 A、关键词的长度 B、关键词的质量分

C、关键词的分类 D 、 关键词的个数

10、以下关键词中，属于核心词的是( )。

A、正品 B 、2020年新款 C、连衣裙 D、蕾丝

11、以下描述不属于SEM 创意优化要求的是( )。

A、增加创意的字数 B、实现创意的飘红

C、提高创意通顺度 D、优化创意相关性

12、以下不属于店铺DSR评分因素的是( )。 A、店铺动销率 B、品质退款率

C、纠纷退款率 D、退货退款自主完结时长

13、以下不属于信息流广告形式的是( )。

A、原生信息流 B、开屏广告 C、文章详情页 D、电梯广告

14、淘宝直通车对创意标题的字数限制为多少个汉字以内?( ) A 、10个 B 、15个 C 、20个 D 、30个

15、以下不属于 FBA 创意生产法内容的是( )。

A、产品服务的特点卖点 B、能让用户得到的利益 C、产品服务的竞争优势 D、目标用户群的多少

16、关于空调产品的描述信息中，以下不是属性词的是( )。

A 、1.5匹 B、正品 C、壁挂 D、变频

17、淘宝直通车扣费的原理是( )。

A、按浏览付费 B、按时长付费

C、按交易订单数量付费 D、按照点击扣费

18、信息流推广的人群定向不包括下列哪一项( )。

A、基础定向 B、兴趣定向 C、行为定向 D、随机定向

19、SEM账户结构大致分为四个层级，从高到低依次是( )。

A、推广计划、账户、推广组(推广单元)、关键词与创意 B、推广计划、推广组(推广单元)、账户、关键词与创意 C、账户、推广计划、推广组(推广单元)、关键词与创意 D、账户、推广组(推广单元)、推广计划、关键词与创意 20、以下关于淘宝直通车的描述不正确的是( )。

A、淘宝直通车是为专职淘宝网店经营者量身定制的 B、按点击付费

C、网店经营者可以用直通车进行关键词推广，不能进行人群定向

D、包含标准推广和智能推广等不同的推广计划类型

21、关于店铺服务指标的相关描述有误的是( )。 A、品质退款是指买家因商品质量问题发起的退款

B、纠纷退款率高往往意味着平台介入处理退款的次数多

C、退货退款自主完结时间长，意味着店铺在处理售中和售后问题上效率较低 D、品质退款率高在一定程度上意味着店铺的服务能力和服务水平存在问题

22、以下不属于店铺评分指标的是( )。

A、物流服务 B、商品数量 C、描述相符 D、服务态度

23、以下关于“词性识别”的描述不正确的是( )。 A、词性识别是对用户所搜关键词所属类目进行判断的过程 B、能够帮助搜索系统快速定位到用户想要搜索得到的商品 C、核心词定位不同，搜索结果则截然不同

D、它是指系统对用户输入的关键词中核心词、属性词的快速定位

24、以下不属于搜索排序机制的是( )。

A、用户引导 B、搜索词合并 C、搜索词拓展 D、搜索词拆解

25、淘宝直通车推广计划中，关于地域设置的作用描述不正确的是( )。

A、能够针对不同地区，比如省份县市等，进行推广折扣设置 B、能够精准定位网店潜在客户

C、能够提升店铺转化效果

D、能够有效优化推广成本和推广效果

26 、以下哪一项不属于SEM推广账户的层级( )。 A、账户 B、推广计划 C、推广组 D、出价

27、信息流推广中，重定向投放的意义在于对客户进行( )营销，唤 醒沉睡用户，召回流失用户

A、首次 B、二次 C、三次 D、多 次

28、店铺评分时，动态分飘红代表DSR三 项 ( )同行平均。 A、低于 B、优于 C、等于 D、接近于

29、电子商务平台的店铺服务指标不包括以下哪一项( )。

A、品质退款率 B、纠纷退款率

C、无理由退货率 D、退货退款自主完结时长

30、网店经营者根据自己的需求与推广目标设置人群溢价，溢价人群越精准， 宝贝的( )就会越高。

A、点击量 B、点击率 C、展现量 D、购买率

**二** **、多项选择题** (在每小题的四个备选答案中，选出正确答案， 并将正确答案的序号填到括号内。本大题共10小题，每小题1.5 分，共15分)

|  |
| --- |
| 得分 |
|  |

1、电子商务搜索引擎系统检索商品时，参考的指标有( )。 A、商品标题 B、商品描述 C、商品参数 D、商品品类 2、关键词质量分为( )分才能够有展示机会。

A 、1-4分 B 、5分 C 、6分 D 、7-10分

3、在进行SEO优化时，影响搜索排名的因素有很多，主要包括( :)。

A、描述质量 B、相关性 C、服务质量 D 价格

4、影响网页权重的核心因素有哪些( )。

A、网站的域名 B、网页内容时效性 C、用户参与度 D、网页链接

5、下列关于商品标题制作的说法( )正确。 A、尽可能使用标题空间

…

B、商品核心词尽可能前置

学号: 姓名: 班级: 专业:

…密…………………………封………………………线

C、网店商品尽可能多的覆盖所处类目关键词 D、标题优化频率不应太高

6、常见的标题制作误区有( )。

A、直接复制爆款标题 B、直接按自身想法写标题

C、盗用其它品牌词 D、通过直通车查找合适的关键词

7、信息流推广和SEM推广的主要区别是( )。 A、SEM是用户主动搜索

B、信息流广告根据用户标签主动推送 C、SEM采用关键词竞价

D、信息流推广创意可以使用短视频，而SEM推广创意不能

8、在详情页中嵌入商品视频，是因为商品视频具有( )优势。 A、感染力强.形式内容多样.创意新颖

B、快速吸引消费者的关注 C、主动传播性强

D、传播速度快

9、在淘宝直通车推广中，关键词出价的可以参考( )。

A、同行销量 B、关键词排名 C、关键词质量分 D、关键词底价

10、信息流推广创意的预估点击率排名，影响因素有有哪些( )

A、创意历史点击率 B、创意相关性

C、 落地页相关性 D、账户的历史表现

**三** **、判断题**(根据题目进行对错判断，对的在括号里打√ ,错的 打×。本大题共15小题，每小题1分，共15分。)

|  |
| --- |
| 得 分 |
|  |

1、频繁修改商品标题不会导致网店权重降低。 ( )

2、影响网页权重的因素有很多，但究其核心因素主要包括内容时效性. 用户参与度和链接建设。( )

3、可以利用搜索引擎提供的搜索下拉框.相关关键词等功能，帮助网店

进行关键词挖掘。( )

4、对日常销售款标题优化，应该以商品的核心词为基础进行关键词拓 展 。 ( )

5、详情页文案包括商品介绍.宣传语.促销信息，不包括售后条款.购物 指南.支付与配送信息等。 ( )

6、CPM是指按广告投放实际效果计价方式的广告，即按回应的有效问 卷或定单来计费，而不限广告投放量。( )

7、相关性主要是指推广词与创意.网店推广目标之间的相关性。(

)

8、垂直搜索广告系统是指专注于特定行业领域内容的平台所提供广告 展位的系统。( )

9、在进行SEM推广之前，需要明确网店的信息质量与服务质量是否良 好 。 ( )

10、设置推广地域是指在推广创意内选择投放的地域、省份直辖市。

( )

11、SEM推广计划可以分为关键词推广和创意推广。 ( )

12、在不同推广地域，关键词的竞争程度相同。 ( )

13、账户分析的思路主要是遵循从整体到局部，从局部到细节的原则， 通过分析结果对推广账户进行调整。 ( )

第6页共8页 B卷

14、搜索广告的广告展示机会是均等的。 ( )

15、垂直搜索广告系统是指专注于特定行业领域内容的平台，所提供广 告竞价和广告展位的系统。( )

四 、简 答 题(根据题目回答。本大题共4小题，每小题5分，共 20分。)

|  |
| --- |
| 得 分 |
|  |

1、常见的标题制作误区有哪些?(5分)

2、在进行SEO优化时，影响搜索排名的因素主要有哪些?(5分)

3、SEM 对 SEO 的 影 响 有 哪 些 ? ( 5 分 )

4、说 说SEM推 广 是 什 么 ? ( 5 分 )

第 7 页 共 8 页 B 卷

**五、任务分析题** (根据题目回答，本大题共2小题，每小题10 分，共20分。)

|  |
| --- |
| 得 分 |
|  |

小雅是一家网店的淘宝推广负责人，618大促活动之后，店内爆款 商品的免费流量占比逐渐降低，通过自然搜索进店的访客数也比往日减 少。为了能够使店内的的爆款商品获得更多免费的自然流量，小雅决定 对店铺内标品爆款商品进行标题优化。

1、说说商品标题优化涉及的关键词有哪些种类?(10分)

**2、请说说商品标题制作与优化的步骤与方法。(10分)**

第8页共8页 B卷