… … 密 … … 封 …

班级: 专业:

… … … … … … ● ◆ ● 、 、 ● 、 、 ● ● ● ● ● ● ● ●

**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** **(A) 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

C、优化速卖通商品属性 D、优化淘宝直通车主图 2、以下说法正确的是( )。

学号: 姓 名 :

… … … 线

A、SEO 与 SEM 的关系为负相关

B、SEO 是网店唯一获取平台免费流量的重要手段

C、搜索相关性包括类目的相关性和主图的相关性

D、关键词可分为核心词、属性词、营销词等 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、以下关键词中，属于属性词的是( )。

A、针织裙 B 、2020年新款 C、蕾丝 D、正

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、在信息流推广中，以下关于实时竞价方式说法不正确的是( )。 A、实时竞价排名主要依据广告展示的预估收益

B、实时竞价是把每一个用户每一次的页面浏览进行拍卖 C、实时竞价广告计费遵循下一名计费制

D、实时竞价每分钟只能进行1次

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、在淘宝推广中， ( )关键词的配比方式比较适合推广刚上新的商品。

A、5%热门词，95%长尾精准词 B、20%热门词，80%长尾精准词 C、50%热门词，50%长尾精准词 D、95%热门词，5%长尾精准词

16、对新品/滞销品进行标题优化时， ( )类关键词能获得较精准的搜索流 量。

A、核心词 B、热词 C、长尾词 D、营销词

17、以下关于人群溢价说法不正确的是( )。

A、人群溢价是指愿意为指定的流量适当降低出价

B、设置人群溢价是商家获取更多精准流量的途径之一

C、人群溢价是由商家通过历史数据分析而设置的人群标签 D、人群溢价是与关键词无关，与人群细分有关

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、如果企业有充足的信息流推广预算，并想在短期里迅速达到品牌曝光的目 标，可以投放( )。

A、短视频评论区广告 B、文章详情页广告 C、APP开屏广告 D、内容推荐列表广告 20、FBA创意生产法中F 是指以下哪一项( )。

A、利益 B、特点 C、优点 D、生产

21、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 22、关于店铺服务指标的相关描述对误的是( )。 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

23、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

24、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

25、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

26、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

27、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

28、开展SEM推广时根据产品的特点选择合适的推广区域被称为( )策略。

A、地域策略 B、创意策略 C、时间策略 D、落地页策略

29、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

30、以下三条信息流广告创意，( )能吸引更精准的用户点击数据。 A、不买就亏大了，买买买的生活高手

B、3w存款放银行?不妨开个海鲜小店，2人小本开店!

C、有事，又不懂法律常识，真是愁死人 D、谁叫我别做梦，万一成真了呢?

**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、在进行商品标题制作时，如果添加了与商品属性不符的关键词，会影响该商 品的( ) 指 标 。

A、跳失率 B、点击率 C、转化率 D、利润率

3、在进行 SEO优化时，影响搜索排名的因素有很多，主要包括下列( )。

A、描述质量 B、相关性 C、服务质量 D、服务态度

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、网页链接建设

5、以下有关信息流广告的算法推荐描述正确的是( )。

A、通过大数据描绘多维度用户画像 B、通过人群标签精准定向理想受众

C、把合适的信息在合适的场景推送给合适的人 D、用户不能参与广告互动

班级: 专业;

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、堆砌关键词

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

进

8、以下关于信息类搜索广告系统的描述正确的是( )。 A、百度搜索广告是基于全球最大的中文搜索引擎百度搜索的系统

B 、360点睛实效平台是360搜索引擎广告系统，与百度搜索推广系统相似

姓 名 :

C、搜狗智能营销平台广告商品主要有品牌专区、品牌起跑线、品牌地标等 D 、Google Ads是 Google 公司的在线广告平台，也是全球规模最大、使用 最广泛的在线广告平台

丨 ●毫

……………线

第5页共9页 A卷

学号:

9、关于SEM推广关键词优化的描述正确的是( )。

A、关键词调价是指根据关键词排名和关键词预算情况调整关键词的出价 B、关键词出价越高，排名会越往前

C、需要根据优化目标来修改出价

D、对于流量较少的关键词，要分析关键词的情况，相关性较差则建议删除 10、淘宝搜索关键词后，竞价广告展示位置主要分为( )三大部 分。

A、主搜区左侧 B、主搜区 C、主搜区右侧 D、主搜区底部

**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、人群定向中，基础定向偏向泛人群，兴趣定向偏向目标，而行为定向(搜索、 APP、电商、社交互动)更偏精准效果。( )

2、信息流推广时，推广创意设置阶段可以进行预算设置，控制各个创意的推广 预算。( )

3、SEM创意编辑策略主要包括创意标题策略和创意详情页策略。( )

4、自定义属性是指商家可以根据自己需求，随意定义的属性。( )

5、在线广告拍卖是单次行为，而传统广告是多次重复博弈，即使这个广告位被 抢了，广告主还可以抢下个广告位，广告主可以不断调整自己的出价。( )

6、在排名不变的情况下，提高关键词的质量分能为商家节省推广成本。(

)

7、淘宝直通车标准推广计划可实现通过关键词的精细化管理，如手动设置关键 词出价、匹配方式等，来提升商品推广效果。( )

8、关键词的质量分偏低时，推广结果可能无法展现，或者展现概率低。( )

9、每个信息流账户最多只能添加2个推广计划。( )

10、在进行淘宝直通车推广时，不考虑时间折扣和人群溢价，关键词的单次点 击花费不会超过关键词的出价。 ( )

11、在进行 SEM推广时，不同的推广时段，关键词的竞争程度一定相同。(

)

12、漏斗模型的每一层对应了搜索营销的各个环节，反映了从展现、点击、访 问、咨询，直至生成订单过程中的客户数量及流失情况。 ( )

13、在进行关键词出价调整时，PC 端和移动端不需要分开出价，统一出价效果 一样。( )

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、在淘宝直通车推广中，影响关键词质量分的因素可能有哪些?(5分)

2、SEO 优化包括的内容有哪些?(5分)

**3、SEM对** **SEO的影响有哪些?(5分)**

4、信息流推广的账户层级有哪些?(5分)

五 、任务分析题 (根据题目回答，本大题共2小题，每小题10

|  |
| --- |
| 得 分 |
|  |

分，共20分。)

在618来临之际，为了提升店铺内产品的整体销量，增强行业竞争力，运营主 管决定对店铺内商品在给定的推广资金范围内进行一个周期的SEM 推广，实现部分 新品商品的促活。

1、说说怎么添加关键词?(10分)

2、请说说怎么设置关键词的出价?(10分)

第9页共9页 A卷