

国家开放大学2024年春季学期期末统一考试

新媒体营销 试题

2024年7月

注意事项:

1. 将你的学号、姓名及考点名称填写在试题和答题纸的规定栏内。考试结束后,把试题和答题纸放在桌上。试题和答题纸均不得带出考场。待监考人员收完试题和答题纸后方可离开考场。
2. 仔细阅读题目的说明,并按题目要求答题。所有答案必须写在答题纸的指定位置上,写在试题上的答案无效。
3. 用蓝、黑圆珠笔或钢笔(含签字笔)答题,使用铅笔答题无效。

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. ( )强调企业应抓住自身与消费者的共同利益点,找到恰当的沟通时机和沟通方法,从而使双方紧密地联系起来。
 

A. 知识营销	B. 会员营销
C. 社群营销	D. 互动营销
2. ( )是指在价值链的各个环节中都要以用户为中心考虑问题。
 

A. 用户思维	B. 产品思维
C. 品牌思维	D. 服务思维
3. 具有代表性的用户画像包含“PERSONA”七种要素,其中,( )是指用户角色的数量能够满足对样本数据的需求。
 

A. 基本性	B. 同理性
C. 数量性	D. 独特性

4. 在社群的构成要素中,( )是指对某种事物的共同认可和共有行为,是社群构成的第一要素,也是社群成立的前提条件。

- |       |       |
|-------|-------|
| A. 同好 | B. 结构 |
| C. 输出 | D. 复制 |

5. 在活动海报文案的写作方法中,( )强调在文案上设置悬念,以此驱动消费者的好奇心,然后在正文中明确广告主题。

- |            |            |
|------------|------------|
| A. 要点罗列写作法 | B. 设置悬念写作法 |
| C. 亮点突出写作法 | D. 幽默写作法   |

6. 企业在创作品牌故事时,应避免( )。

- |                  |                |
|------------------|----------------|
| A. 确立简明的故事要点     | B. 讲述更可信的故事    |
| C. 直接抄袭其他企业的品牌故事 | D. 身体力行,强化受众体验 |

7. ( )新媒体图文的专业性较强,需要站在消费者的角度,自然地引入产品知识和使用经验,进而得到消费者的认同。

- |        |        |
|--------|--------|
| A. 悬念型 | B. 知识型 |
| C. 新闻型 | D. 促销型 |

8. 在短视频的( ),企业需要维护现有粉丝,与其进行密切互动,同时不断积累新粉丝。

- |          |          |
|----------|----------|
| A. 推广初期  | B. 推广增长期 |
| C. 推广稳定期 | D. 推广退化期 |

9. 企业可以参考 SMART 原则来制定直播营销目标,其中,( )是指目标应是客观的、符合实际的,通过努力能够完成的。

- |                  |                     |
|------------------|---------------------|
| A. 具体性(Specific) | B. 时限性(Time-bound)  |
| C. 相关性(Relevant) | D. 可实现性(Attainable) |

10. ( )是以事物的两个重要属性为依据进行关联分析,分析结果有助于决策者进行企业资源的优化配置。

- |          |          |
|----------|----------|
| A. 矩阵分析法 | B. 对比分析法 |
| C. 留存分析法 | D. 分组分析法 |

○-○-○

考点名称:

姓名:

学号:

○-○-○

二、多项选择题(本题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 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. 新媒体营销变革主要体现在( )。
- A. 新的市场理念                      B. 新的营销目标  
C. 新的传播模式                      D. 新的技术驱动
12. 新媒体营销策划方案的展示技巧包括( )。
- A. 强调事前协调                      B. 采用分段汇报  
C. 巧妙使用工具                      D. 注意现场表现
13. 关于新媒体图文的排版原则,下列说法正确的是( )。
- A. 将图文模块化                      B. 将段落标准化  
C. 将格式规范化                      D. 将内容等级化
14. 企业在开展 KOL 营销推广时,常见的合作方式包括( )。
- A. KOL 转发账号内容                      B. KOL 进行创作发文  
C. KOL 成为营销内容的主角                      D. KOL 脱离平台带货
15. 关于创意短视频的打造技巧,下列说法正确的是( )。
- A. 紧追热点,挖掘新意                      B. 追求完美,不计成本  
C. 融入情感,打动人心                      D. 制造悬念,迎合好奇心

三、判断题(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。以下叙述中,你认为正确的打“√”,错误的打“×”)

16. 新媒体营销从业人员需要具备扎实的写作功底和良好的美学素养。( )
17. 企业要想做好社群营销,应认真策划高质量的线上和线下活动。( )
18. 意见领袖能够将其再加工的信息传播给更多用户,从而加快了信息的传播速度、扩大了影响范围。( )
19. 企业需要深入了解新媒体平台的特点和规则,确保新媒体图文的创作和发布符合平台规范,满足平台用户的实际需求。( )
20. 新媒体背景下的视频营销是指基于网络视频平台,以内容为核心、以创意为导向,利用精心策划的视频内容实现产品营销与品牌传播的一种新型营销方式。( )
21. 越复杂的策划方案越有意义,越能发挥实际的用途。( )
22. 为了吸引消费者的注意,直播封面图应设计得越花哨越好。( )
23. 由于直播平台受众广泛,因此不需要对用户进行分析,直接开始策划工作即可。( )
24. 图表是数据可视化的常用手段,其中,饼状图能够直观地显示各项数据占总体的比例,强调整体与个体之间的比较。( )
25. 新媒体营销数据分析报告只能用 Word 文档的形式呈现。( )

四、简答题(本题共 2 小题,每小题 15 分,共 30 分)

26. 请列举并简述新媒体营销文案的创作思维。
27. 请列举并简述新媒体营销数据分析流程中数据分析环节包括的主要内容。

五、案例分析题(20 分)

28. 网络直播行业的发展有目共睹,在“全民带货”的风潮下,直播营销也经历了迅速成长和快速变化,但种种乱象也随之产生。例如,在直播活动中频繁出现“最好”“唯一”等绝对化词语;在推荐化妆品时盲目夸大产品的美白、祛斑、防晒效果;错误使用医疗术语,将保健品当做药品销售;在推荐数码产品时脱离现实依据,随意引用资料数据;采用低俗的手法展示产品,违背社会良好风尚;以封建迷信的说词推荐酒水,甚至现场饮酒等。随着《关于加强网络直播规范管理工作的指导意见》等政策的颁布,国家将不断加强网络直播行业的规范管理,促进行业健康有序发展。

问题:根据案例,结合相关理论知识,请分析直播营销过程中应遵守哪些制度规范。

试卷代号:24018

国家开放大学2024年春季学期期末统一考试

新媒体营销 试题答案及评分标准

(供参考)

2024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. D            2. A            3. C            4. A            5. B  
6. C            7. B            8. B            9. D            10. A

二、多项选择题(本题共5小题,每小题2分,共10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. ABCD        12. ABCD        13. ABCD        14. ABC        15. ACD

三、判断题(本题共10小题,每小题2分,共20分。以下叙述中,你认为正确的打“√”,错误的打“×”)

16. √            17. √            18. √            19. √            20. √  
21. ×            22. ×            23. ×            24. √            25. ×

四、简答题(本题共2小题,每小题15分,共30分)

26. 请列举并简述新媒体营销文案的创作思维。

答:(1)用户视角。新媒体营销从业人员在进行文案创作时,要做到“从用户视角出发”,而不是“从自我视角出发”。

(2)制造对比。由于消费者需要在不同的产品之间做出选择,因此企业应塑造差异、制造对比,帮助消费者快速做出决定。

(3)去抽象化。由于新媒体营销文案的重点在于说服消费者购买企业的产品或服务,因此需要使用准确的语言将其特征描述出来。

(4)可视化表达。企业需要寻找具体的信息并将其视觉化表达出来,进而影响消费者的认知和行为。

(5)调动消费者情绪。消费者并不是时刻都保持理性,如果文案能够影响人们的情绪并与其建立感情,往往会产生意想不到的效果。

(6)引发关注。新媒体营销文案要有一个好的标题,才能在短短几秒内成功引起消费者的好奇心,使其继续阅读下去。

(7)讲个好故事。有故事的文案容易使消费者产生代入感,进而给人留下深刻的印象。

评分标准:每项2~3分,答对其中5项即可得满分。

27. 请列举并简述新媒体营销数据分析流程中数据分析环节包括的主要内容。

答:(1)流量运营数据分析。包括流量的转化漏斗分析、流量性价比的评估、流量用户人群匹配度的评估。(4分)

(2)用户运营数据分析。包括用户画像的建立;活跃、留存、付费的分析;用户行为的分析与转化。(4分)

(3)活动运营数据分析。包括A/B数据测试、口碑分析与留存分析。(4分)

(4)内容运营数据分析。包括内容创作的口碑和用户互动情况。(3分)

五、案例分析题(20分)

28. 问题:根据案例,结合相关理论知识,请分析直播营销过程中应遵守哪些制度规范。

分析参考:

(1)不能使用绝对化词语。使用“最好”“唯一”“最高级”等表述很可能涉嫌虚假宣传。

(2)化妆品推荐要真实、合法。不得欺骗或误导消费者,美白、祛斑、防晒等特殊用途必须有相关注册和备案。

(3)不能使用虚假信息、虚假广告。不能传播未经查证、没有依据的内容。在介绍产品的重要特点时,需展示相关证明性文件。

(4)使用的资料要有明确出处。直播过程中使用的数据资料应是公开可用的,或是取得同意和授权的。

(5)不能出现低俗互动。直播过程中不能吸烟,更不能通过语言、动作等暗示低俗内容。

(6)推荐酒水时忌饮酒。不能使用封建迷信的说词推荐产品,也不能随意删减品牌名称。

(7)不能以国家或政府的名义销售产品。在没有授权的情况下,直播活动使用的图片、音频、视频等材料中不能含有国旗、国徽、带有国界线的地图等。

(8)注意珠宝首饰等贵重物品的推介用语。不能用升值、保值等词语描述此类产品,也不能随意向消费者做出无风险承诺。

(9)产品比较时要有理有据。不能为了突出产品特征,片面夸大其他同类产品的不足之处。

评分标准:每项2~3分,答对其中5项即可得满分。