

跨境电商海外营销职业技能等级证书

(中级) 样卷

第一部分 客观题

一、单项选择题 (每题 1 分, 共 70 分)

1. PADRUI 品牌想要进入欧洲市场, 调研人员采集市场资料后做出了竞争情报, 下列关于竞争情报的说法, 正确的是? ()
- A. 用于识别组织的优势和劣势, 以及机会和威胁
 - B. 您用来主动放慢和破坏竞争对手发展的策略的名称
 - C. 公司努力收集和分析有关其行业、商业环境、竞争对手以及竞争产品和服务的信息的结果
 - D. 一种完全用于可视化目的的技术, 用于观测影响发展的因素
2. 下面不属于跨境独立站特点的是? ()
- A. 充分自由的跨境电商模式
 - B. 需要较强的 SEO 能力和社交媒体引流能力
 - C. 需要较强的品牌意识
 - D. 只聚焦移动端的跨境电商模式
3. herry 的独立站预备进行圣诞促销活动, 那么他应该将活动信息放置在哪个位置, 可以更直观的展现给用户? ()
- A. 产品主图
 - B. 主页轮播图
 - C. 产品详情页
 - D. 主页底部
4. Canent Global 品牌有兴趣在独立站上销售产品。他们应该确认的第一件事是什么? ()

- A. 他们的产品是否有资格在独立站上销售
 - B. 他们是否会利用独立站物流
 - C. 他们将遵循哪种广告策略
 - D. 他们应该使用哪种销售计划
5. 在独立站数据中，点击率是非常关键的核心因素，它可以帮助我们发现问题并指引我们优化方向，点击率的计算公式是？（ ）
- A. $\text{点击率} = \text{点击量} / \text{消费量} * 100\%$
 - B. $\text{点击率} = \text{点击量} / \text{展现量} * 100\%$
 - C. $\text{点击率} = \text{点击量} / \text{转化量} * 100\%$
 - D. $\text{点击率} = \text{点击量} / \text{浏览量} * 100\%$
6. 综合考虑企业外部环境和内部条件的各种因素，进行系统评价，从而选择最佳经营战略的方法。这种分析方法是？（ ）
- A. SWOT 分析法
 - B. 3C 分析法
 - C. 抽样调研法
 - D. 品牌定位图法
7. 在规划您的独立站时，您应该考虑的关键事项之一是什么？（ ）
- A. 您的产品将出现在独立站上的顺序
 - B. 您希望客户在独立站上做什么
 - C. 客户将如何与独立站互动
 - D. 您的客户希望在独立站上看到的内容
8. 进行关键词调研的主要目的是什么？（ ）
- A. 查找要参与排名的关键词内容
 - B. 了解客户搜索的潜在意图以及如何搜索
 - C. 衡量网站的搜索流量
 - D. 了解搜索引擎如何查看您的网站
9. 在对一个关键词进行优化时，查看该关键词的搜索量主要是指什么？（ ）
- A. 该词的搜索人数
 - B. 该词的搜索次数

- C. 该词的搜索排名
 - D. 粘度的总平均值
10. 交换链接是指链接双方都在各自的网站上怎样操作对方网站的链接信息行为? ()
- A. 删除
 - B. 添加
 - C. 复制
 - D. 交换
11. 使用高级 (精准) 搜索时, 如果要搜索某个域名下的所有页面, 应该输入下列哪种字符? ()
- A. filetype
 - B. link
 - C. site
 - D. title
12. 在实施 SEO 的过程中, () 是 SEO 的核心。
- A. 关键词策略
 - B. 内容建设
 - C. 链接建设
 - D. UEO
13. 网页代码中添加 "rel = canonical" 的用途是什么? ()
- A. 将访问者和爬网程序重定向到内容的原始版本
 - B. 解决重复内容的问题, 让搜索引擎知道哪个是首选或最佳版本的内容
 - C. 防止页面中的所有链接被链接到被链接的页面
 - D. 仅将所有链接源定向到一个网页
14. 下列哪个链接不能够被搜索引擎抓取到? ()
- A.
 - B.
 - C.
 - D.

15. 网页中使用<h1>-<h6>标签的目的是什么？（ ）
- A. 为网页提供层次结构
 - B. 吸引读者点击进入页面
 - C. 准确描述网页的内容
 - D. 告诉搜索引擎爬虫有关页面的信息
16. 以下关于推广排序的说法正确的是？（ ）
- A. 质量度越高排名越靠前
 - B. 质量度越高排名越靠前，不必考虑出价
 - C. 出价越高排名越靠前，不必考虑质量度
 - D. 质量度*出价越高，排名越靠前
17. 某推广商户花费了 1000 元进行搜索引擎推广并实现销售收入 1500 元，其投资回报率等于多少？（ ）
- A. 25%
 - B. 50%
 - C. 75%
 - D. 15%
18. Google Ads 通过什么来确定关键词在搜索结果页的排名？（ ）
- A. 出价金额
 - B. 广告评级
 - C. 质量得分
 - D. 以上都不是
19. Google Ads 如何生成自适应搜索广告？（ ）
- A. Google Ads 会根据现有的广告文案，着陆页和扩展程序来创建它们
 - B. Google Ads 根据现有的高性能广告文案创建它们
 - C. Google Ads 混合并匹配了已提供的标题和广告内容描述行
 - D. Google Ads 混合并匹配提供的标题和 URL
20. 以下哪一项不是 Google 展示广告价值主张的组成部分？（ ）
- A. Intent
 - B. Machine learning

C. Performance

D. Search

21. 广告中的附加信息如何发挥作用？（ ）
- A. 补充额外的信息，例如电话号码、附加链接或潜在客户表单
 - B. 添加客户赞词
 - C. 增加广告展示位置的长度
 - D. 将广告扩展至非首屏
22. 以下哪一项是 Google Ads 自动出价的核心优势？（ ）
- A. 基于用户 ID 的出价
 - B. 侧重展示次数份额的出价
 - C. 每日预算花费进度
 - D. 实时出价
23. 使用广泛的关键字定位广告系列对亲和受众分层有什么帮助？（ ）
- A. 根据特定的人口统计数据（例如婚姻和教育状况）覆盖人群
 - B. 覆盖已确定有购买意向的人
 - C. 确保只有对您的服务和/或产品表现出一定兴趣的人才能看到您的广告
 - D. 寻找与您的营销细分受众群具有相同行为和特征的新客户
24. 小乐拥有一家音乐商店，他要创建一个广告组来宣传乐器租赁服务。以下哪一项是最适当的广告着陆页？（ ）
- A. 包含音乐课相关信息以及联系表单的网页
 - B. 他的首页，其中应包含指向乐器销售、租赁和音乐课页面的链接
 - C. 包含乐器租赁信息以及联系表单的网页
 - D. 包含各类乐器出售信息的网页
25. 您客户的广告系列获得了大量点击，但是转化率却很低。以下哪种方法可帮助提升这位客户的转化率？（ ）
- A. 扩展关键字列表，从而吸引更多潜在客户
 - B. 确保着陆页与广告紧密相关
 - C. 找出效果不够理想的关键字，提高其每次点击费用出价
 - D. 提高广告系列的平均每日预算

26. 下列选项中对谷歌广告优势的描述不正确的是？（ ）
- A. 能够覆盖全球绝大部分用户群体
 - B. 谷歌广告覆盖广、可以帮助企业走进国际市场
 - C. 谷歌广告具有公正性，人工可以干预广告排名
 - D. 谷歌广告投资少，门槛低
27. Google 搜索广告系列的关键价值主张是什么？（ ）
- A. 在 Google 的某个合作伙伴网站上显示为文字广告、视频广告或横幅广告
 - B. 影响自然搜索结果
 - C. 覆盖 Google.com 上可能对您品牌感兴趣的用戶，不管他们在搜索什么
 - D. 在用戶搜索您的产品或服务时展示您的广告
28. 当知名度是竞选目标时，广告商应该选择哪种竞价策略？（ ）
- A. 增强型每次点击费用（eCPC）
 - B. 最大化转化
 - C. 最大化点击次数
 - D. 目标展示次数份额
29. 一家拥有 5,000 多种产品的大型零售广告主希望向在其网站上购买过产品的消费者追加销售。该零售商需要覆盖那些在网站上浏览过产品但没有购买任何产品的客户。该零售商希望向这类受众进行动态再营销。请问该广告主在设置广告系列时应选择哪种目标？（ ）
- A. 转化量
 - B. 访问量
 - C. 线索生成
 - D. 目录销量
30. 如果企业要重新定位以前从其网站购买商品的客户，那么应该使用哪种受众类型？（ ）
- A. 页面关注者
 - B. 自定义受众
 - C. 行为举止
 - D. 相似观众

31. 一家男士零售企业正在推出一种具有八种不同样式/颜色组合的新鞋系列。企业不知道哪种新产品最畅销，计划把所有样式都展示给观众，并且希望将每个产品的广告页直接链接到产品详情页。零售商应使用哪种广告格式来满足这些要求？（ ）

- A. 视频
- B. 单张图片
- C. 轮播图
- D. 幻灯片放映

32. 在 facebook 成效衡量中，以下关于数据和成效分析表述正确的是？（ ）

- A. 数据是原始信息，用于进行成效分析。
- B. 您需要先拥有成效分析才能获得数据。
- C. 成效分析是原始信息。
- D. 光凭数据本身您就可以改善营销策略。

33. 某英国零售商为热衷于体育运动和户外活动的年轻女性推出了一款新手表。新手表可以与智能手机上的 APP 相关联，从而记录使用者的健身指标。该零售商正在使用“受众分析”为这款新产品设计 Facebook 广告系列。以下“受众分析”的哪个类别有助于广告主更好地了解受众群体？（ ）

- A. 地点
- B. 设备偏好
- C. 教育
- D. 购买行为

34. 由于某个地区的销售额出现下滑，一家线上游戏零售商打算进行线上广告投放。该零售商只有一条视频素材用于投放，投放的主要目标是吸引新顾客并在此地区建立更强的品牌效应。该零售商应该使用哪个营销目标？（ ）

- A. 覆盖人数
- B. 互动
- C. 视频观看量
- D. 品牌知名度

35. 小迪负责管理一家本地健身房，希望投放广告来吸引更多用户注册其免费体

验计划。她可以在广告文字中加入什么内容？（ ）

- A. 号召性用语，比如“立即注册，免费体验”
- B. 显眼的标题，比如“可以免费体验”
- C. 号召性用语，比如“立即来健身房看看吧”
- D. 促销信息，比如“健身课程八折优惠”

36. 某媒体策划人员在查看节日营销活动的每周表现时发现，有两个定位 18-25 岁女性受众的广告组预算没有花完。造成这种情况的原因是什么？（ ）

- A. 受众群相互独立
- B. 受众群范围太小
- C. 受众群存在重叠
- D. 受众群范围太广

37. 某客户在广告正常投放 10 周后，询问是否需要更新创意以防受众产生创意疲劳。广告主应该怎么办？（ ）

- A. 检查点击率是否随着展示频次的增加而降低
- B. 检查点击率是否增加
- C. 检查展示频次是否降低
- D. 检查单次操作费用是否随着展示频次的减少而减少

38. 以下关于自然覆盖人数、付费覆盖人数和帖子覆盖人数说法正确的是？（ ）

- A. 帖子覆盖人数是指至少看到一次您发布的帖子的用户数量，此指标为预估值。
- B. 付费覆盖人数是指看到主页发布的付费帖子的用户数量。
- C. 自然覆盖人数是指看到主页发布的非付费帖子的用户数量。
- D. 以上全部

39. 以下不属于行动转化方面的广告目标是？（ ）

- A. 转化量
- B. 目录促销
- C. 店铺客流量
- D. 互动率

40. 关于社交媒体广告以下说法错误的是？（ ）

- A. 可以持续不断的为网站带来流量
- B. 帮企业快速盈利
- C. 为网站吸引大量访客
- D. 可以为公共主页快速增粉

41. Facebook 广告账户的结构是什么？（ ）

- A. 广告组->广告
- B. 广告系列->广告组
- C. 广告系列->广告组->广告
- D. 广告组->广告->广告系列

42. 一家做 3C 企业，想通过投放海外社交媒体广告来提升独立站的产品成交额，以下哪个指标可以用来评估广告系列的成效？（ ）

- A. 评论数
- B. 转化次数
- C. 点击量
- D. 覆盖人数

43. 公司的公共主页的自然覆盖人数降低，可能是以下哪些原因造成的？（ ）

- A. 用户与主页内容互动减少
- B. 用户过去与类似内容互动量减少
- C. 公共主页内容质量降低
- D. 以上全部

44. LaLueux 是一家个人护理用品公司，致力于为所有肤质和体型的顾客打造各种个护产品。该公司的营销团队想要吸引新顾客订阅有关其新品的邮件简报。该团队希望此次营销活动将重点放在发掘新顾客上，但他们目前的媒体预算相当有限 其他信息：

业务目标：增加订阅邮件简报的用户数

受众：年龄介于 21 - 40 岁的女性

预算：\$25,000 美元

素材：6 秒视频

版位：Facebook 动态消息和 Instagram 动态

媒体策划人员应该推荐下列哪一种方案？（ ）

- A. 品牌知名度目标。向已经收到邮件简报的用户进行再营销
- B. 视频观看量目标。排除已经收到邮件简报的用户
- C. 潜在客户开发目标。排除已经收到邮件简报的用户
- D. 覆盖人数目标。向已经收到邮件简报的用户进行再营销

45. 在创建 Tiktok 广告账户之前，你应该考虑好以下那些因素？（ ）

- A. 你的目标人群是谁
- B. 你的预算是否充足
- C. 是否能在目标市场开展相应业务
- D. 以上全部

46. 以下不属于 TikTok 广告的展示形式的是？（ ）

- A. 即时体验
- B. 开屏广告
- C. 信息流广告
- D. 挑战赛

47. 下列关于 facebook 平台的术语和定义说法错误的是哪一项？（ ）

- A. 行动号召：一种通过推广具体操作来吸引受众直接响应广告号召的方式
- B. 点击率：网页链接的点击次数与展示次数之比
- C. 单次点击费用：广告每获得一次曝光所花的费用
- D. 核心受众：一种默认定位选项，让广告主能根据人口统计特征、地区、兴趣和行为来寻找广告的目标受众。

趣和行为来寻找广告的目标受众。

48. 社交媒体渠道中算法的引入和持续改进导致了什么结果？（ ）

- A. 针对不同受众创建更多内容的需求不断增长
- B. 减少有机覆盖面，无法重新吸引观众
- C. 越来越需要创建与有针对性的付费促销相结合的优质内容
- D. 完全和完全依赖社交媒体分享进行任何曝光

49. 企业可以通过使用社交媒体实现以下哪些目标？（ ）

- A. 吸引新观众
- B. 与客户建立良好的声誉

- C. 达到销售目标
- D. 增加他们网站的访问量

50. 您可以通过使用自动出价为您的营销活动实现以下哪些目标？（ ）

- A. 选择您的广告将在一天中的什么时间展示
- B. 专门针对特定设备
- C. 在正确的时间向正确的用户传达正确的信息
- D. 控制每次点击的费用

51. YouTube 和 Google 视频解决方案专门针对您的业务营销目标进行了调整。他们可以通过将您的品牌放在客户心目中的首位来提高知名度。他们可以通过邀请客户在高意向时刻与您的品牌互动来提高关注度。YouTube 和 Google 视频解决方案还能实现哪些其他营销目标？（ ）

- A. 它们可以激发您可以衡量的有意义的行动
- B. 他们可以诱使用户提供他们的信息
- C. 他们可以预测关键字定价的下降
- D. 它们可以减少来自竞争对手的不必要的点击

52. Ingrid 希望为她推出的新产品线获得大量曝光。她知道,借助展示广告系列,她可以在互联网上接触到很大一部分人。展示广告系列将以何种方式实现 Ingrid 的营销目标？（ ）

- A. 根据她的定位决策,她的广告将投放在与她的业务或客户兴趣相关的网站内容上
- B. 系统会自动生成她产品线的视频摘要并放在 YouTube 上
- C. 她的业务将在谷歌地图上突出显示,客户可以选择在那里查看她的产品线
- D. 当人们搜索相关关键字时,她的广告会出现在搜索结果的上方和下方

53. 自适应展示广告的主要优势是什么？（ ）

- A. 他们使用机器学习模型,为您提供构建它们的选项
- B. 他们有一个与您的产品相匹配的创意资产库
- C. 他们会自动创建投放所有广告位尺寸的广告
- D. 它们构建起来很复杂,让您可以完全控制它们的显示方式

54. Lola 正在选择适合其业务目标的活动类型。为什么在选择广告系列类型之前

考虑业务目标很重要？（ ）

- A. Google Ads 会根据她选择的广告系列类型自动创建广告信息
- B. 不同的广告系列类型具有不同的最低和最高预算要求
- C. 选择的广告系列类型将决定她的广告出现在哪里以及这些广告的格式
- D. 某些广告系列类型只会有一天和一周的特定时间投放广告

55. 智能展示广告系列使用完全自动化来优化和自动化展示广告系列的几乎所有方面。您所要做的就是提供一些输入。用户可以在智能展示广告系列中输入什么？（ ）

- A. 最大转化次数
- B. 他们希望定位的所有渠道
- C. 他们希望使用的图像
- D. 关键字出价和修饰符

56. 一家小型企业使用 Google 展示广告来帮助向浏览网络的用户投放相关广告。关于 Google 展示广告与这些有价值的受众群体的联系，以下哪项陈述是正确的？（ ）

- A. Google 展示广告在用户选择的网站上投放广告，这些网站由 Google 的网站构建器专门构建
- B. Google 展示广告在 YouTube 视频上投放来自授权创作者且满足最低观看阈值的广告
- C. Google 展示广告将广告客户与所有搜索引擎上参与网络站点上的定制受众联系起来
- D. Google 展示广告通过应用程序、YouTube 和数百万其他与 Google 关联的网站与受众建立联系

57. 在开始进行电子邮件营销之前，我们应该制定适当的电子邮件收集策略，下列选项中属于非法收集策略的是哪一项？（ ）

- A. 弹出式优惠
- B. 电子邮件注册表单
- C. 退出页面时的弹出窗口
- D. 通过未授权的第三方购买邮件列表

58. 在邮件设计中加上 CTA 按钮的目的是什么？（ ）
- A. 点击 CTA 按钮会有优惠
 - B. 为了整体设计美感
 - C. 刺激邮件阅读者购买
 - D. 避免邮件阅读者迷路
59. 下列属于降低垃圾邮件概率的做法正确的是哪一项？（ ）
- A. 标题、内容中添加适量的变量
 - B. 做好域名解析设置，发件人名称尽量合宜
 - C. 在模板里删除退订链接
 - D. 内容避免单一的大图、大附件和过多的超链接
60. 有效的欢迎邮件不应该包含的要素是哪一项？（ ）
- A. 展示品牌价值主张
 - B. 内容个性化
 - C. 含有大量超链接
 - D. 带有明确的行动号召
61. 在创建电子邮件计划日历时，我们不需要确定的是（ ）
- A. 交付日期和时间
 - B. 电子邮件类型
 - C. 电子邮件主题
 - D. 电子邮件文案
62. 下列哪个选项不会被判定为垃圾邮件（ ）
- A. 收信人没有主动要求
 - B. 邮件内容带有商业推广性质
 - C. 邮件含有过多的诱导性链接
 - D. 向网站订阅者发送邮件
63. 邮件内容排版应该避免的是（ ）
- A. 将公司 logo 固定在同一位置
 - B. 运用不同颜色来强调重点
 - C. 在图片中嵌入正文

- D. 善用 email 模板和预览框架
64. 下列属于知识产权外部风险的是 ()
- A. 目标市场政策制度风险
 - B. 知识产权资源风险
 - C. 知识产权管理风险
 - D. 知识产权侵权风险
65. 下列属于知识产权内部风险的是 ()
- A. 目标市场贸易政策风险
 - B. 目标市场技术法规风险
 - C. 目标市场产业政策
 - D. 知识产权管理风险
66. 知识产权管理风险不包括 ()
- A. 知识产权战略目标不明晰
 - B. 知识产权管理职责不清
 - C. 知识产权储备少
 - D. 知识产权保护意识薄弱
67. 知识产权侵权风险不包括 ()
- A. 商标侵权
 - B. 版权侵权
 - C. 文字侵权
 - D. 专利侵权
68. 知识产权的时间性, 下列说法正确的是 ()
- A. 人们可以推断知识产权的保护时间
 - B. 知识产权保护的时间较长
 - C. 知识产权保护的有效期限法定
 - D. 知识产权保护的时间根据高层决策确定
69. 狭义的知识产权包括的内容是 ()
- A. 商标权
 - B. 专利权

- C. 版权
- D. 工业产权和版权

70. 知识产权国际条约属于（ ）

- A. 国内法
- B. 国际私法
- C. 国际投资法
- D. 国际公法

二、不定项选择题（每题 2 分，共 20 分）

1. 在进入某一国家的市场之前，需要考虑什么因素？（ ）

- A. 政治是否稳定
- B. 市场是否足够大
- C. 科技是否发达
- D. 基础设施是否齐全

2. 为了改善站点链接的质量，您可以遵循下列的哪些最佳做法？（ ）

- A. 确保您用作网页标题的文字信息丰富、相关且紧凑
- B. 创建便于用户浏览的合理网站结构，并确保从其他相关网页链接到您的重要网页
- C. 确保内部链接的定位文字简明扼要，且与其指向的网页相关
- D. 避免内容重复

3. 下面哪两个用户可能会看到使用关键字“+黑色+衬衫”（设为广泛匹配修饰符）的广告？（ ）

- A. 搜索字词“衬衫”的用户
- B. 搜索字词“衬衫棕色”的用户
- C. 搜索字词“我想买一件黑色衬衫”的用户
- D. 搜索字词“黑色纽扣衬衫”的用户

4. 决定广告质量的三个主要因素是什么？（ ）

- A. 广告格式
- B. 预计点击率

- C. 着陆页体验
 - D. 广告相关性
5. 在海外社交媒体公共主页创建店铺有哪些优势？（ ）
- A. 方便顾客浏览商品
 - B. 可以获得一定量的自然推荐
 - C. 可以通过发布贴文获得免费流量
 - D. 促进社交平台流量变现
6. 用户的哪些行为可能会提高视频的权重，使得视频获得系统更多的推送？（ ）
- A. 反复观看视频
 - B. 对视频内容点赞或评论
 - C. 观看视频不足 3 秒
 - D. 取消对视频的点赞
7. 关于短视频内容优化，以下说法正确的是？（ ）
- A. 注意短视频静音时的观看效果
 - B. 为短视频添加字幕
 - C. 为短视频添加合适的 bgm
 - D. 注意控制短视频时长
8. 智能展示广告系列的三个主要自动化组件是什么？（ ）
- A. 自动转换
 - B. 自动广告素材
 - C. 自动出价
 - D. 自动定位
9. 放弃浏览序列邮件可以进一步细分为哪些？（ ）
- A. 查看主页时放弃浏览
 - B. 查看产品类目时放弃浏览
 - C. 查看产品页面时放弃浏览
 - D. 进行网站搜索后放弃浏览
10. 跨境电子商务经营者通过检索如发现有侵权的可能,应及时采取如下措施()
- A. 对商品所含专利进行规避设计;

- B. 对商标标识进行变形处理;
- C. 删除可能侵权的商品信息描述及参数语句、图片、背景音乐,
- D. 上传自己创建的图片或文本, 或者上传经版权所有者同意的文件

三、判断题 (每题 1 分, 共 10 分)

1. 海外消费者市场具有发展性、多层次性、可诱导性、复杂多变性的特点。()
2. 针对销售漏斗而言, 销售过程越往漏斗下方移动, 我们将面对的是数量逐渐减少但质量却不断上升、更加有针对性的销售对象。()
3. 向文字广告添加附加信息可以提高广告客户的质量得分。()
4. 平均每次点击成本 (avg. CPC) 是用总点击成本除以总点击次数计算出来的。()
5. 在 linkedin 投放广告时, 每千次展示的目标成本出价设置为 30 美金, 则该条广告的每千次展现花费不会超过 30 美金。()
6. 在 Facebook 公共主页的帖子中加入行动号召按钮, 以便于客户与您联系、预约服务等。()
7. 如果一个广告创意点击率很高, 但是成交转化很低, 一定是广告创意与商品的相关性不够强。()
8. 文字广告的三个必需部分是标题、描述和路径字段。()
9. 发件人名称不可以使用品牌名称。()
10. 按照保护客体分类, 商标可分为商品商标和服务商标。()

第二部分 主观题

操作题题干

活动背景: 英国的元旦节就要到了, Aiden 是一家主营灯饰的独立站的运营人员, 英国作为其最大的电商市场, 每年的新年前期也是灯饰的销售旺季, 为了进一步提高销量和开发更多客户, Aiden 准备策划一场针对英国客户的营销推广活动, 请您按照题目设计的场景和要求完成操作题 1-6 题。(总分: 100 分)

活动产品信息、优惠价格见附件: 实操题表格 Table, 产品图片见附件 L1-L4。

操作题 1: 请你根据试题表格 Table 中的产品信息与图片素材策划并制作一个活动专题页面。（20 分）。

设计要求:

- (1) 页面以展示活动产品为主;
- (2) 页面设计需要包含头部 banner;
- (3) 着陆页面设计要涵盖 Title、Subtitle、Image、Social Proof、CTA 五大要素;
- (4) 设计要求设计整体风格统一, 突出节日气氛。

点击进入, 创建新页面, 页面命名规则为“考生姓名+操作题 1”。

操作题 2: 对操作题 1 中的着陆页面进行 SEO 基础设置。（20 分）。

设置要求:

- (1) 完成常规设置;
- (2) 完成 SEO 标题和元描述设置;
- (3) 完成 SEO 社交设置;

作答要求:

操作题 1、操作题 2 均需要进入操作题 1 中的链接内完成作答。请将设计的着陆页的预览链接填入答题框并提交。将着陆页 SEO 基础设置完成后, 截图放入 word 文档, 文档命名格式为“考生姓名+操作题 2”, 上传至本题的答题区域并提交。

操作题 3: 设置一个站内优惠活动。要求: 使用条件购任意商品 2 件 9 折。点击进入, 添加营销规则。（10 分）。

作答要求:

进入链接完成营销活动的设置后, 将营销活动的链接填入答题框, 并将所设置的营销活动截图放入 word 文档中, 文档命名格式为“考生姓名+操作题 3”, 文档上传至本题的答题区域并提交。

操作题 4：请针对本次独立站的新年营销活动，设计一个图文并茂的邮件营销活动。（20 分）

设计要求：邮件内容需要与本次活动内容相关，邮件中需要包含以下内容：

- （1）发件人和收件人姓名；
- （2）邮件主标题和副标题；
- （3）活动产品介绍；
- （4）文案介绍；
- （5）CTA 元素；
- （6）退订和社交分享等元素。

点击进入，创建新页面，页面命名规则为“考生姓名+操作题 4”。

作答要求：

点击链接进入页面完成作答，设计完成后需将所设计营销邮件的预览链接填入答题框并提交。

操作题 5：为提升新年期间独立站的访客和活动销售额，请为活动创建一个 Google 广告系列，具体要求如下：（10 分）。

- （1）设置广告营销目标；
- （2）编写三条广告语；
- （3）账户设置（地区、语言、预算、添加关键字主题）；

点击进入，创建广告。

作答要求：

点击进入链接完成作答后，需在答题框中填入“已完成作答”并提交。

操作题 6：根据活动内容撰写一份 Facebook 营销活动策划方案，策划方案涵盖如下活动要素。（20 分）

- （1）活动主题；
- （2）活动参与方式；
- （3）活动奖励方式；
- （4）活动执行流程。

作答要求：

本题需使用本地 word 文档进行撰写，文档命名规则为“考生姓名+操作题 6”，完成后请在答题框中填入“已完成作答”，并将营销方案的 word 文档上传并提交。

第一部分客观题参考答案：

一、单项选择题

1. C 2. D 3. B 4. A 5. B 6. A 7. B 8. B 9. B 10. B
11. C 12. A 13. B 14. B 15. A 16. D 17. B 18. B 19. C 20. D
21. A 22. D 23. C 24. C 25. B 26. C 27. D 28. D 29. D 30. B
31. C 32. A 33. B 34. D 35. A 36. C 37. A 38. D 39. D 40. B
41. C 42. B 43. D 44. C 45. D 46. A 47. C 48. C 49. A 50. C
51. A 52. A 53. C 54. B 55. C 56. D 57. D 58. C 59. C 60. C
61. D 62. D 63. C 64. A 65. D 66. C 67. C 68. C 69. D 70. D

二、不定项选择题

1. ABCD 2. ABCD 3. CD 4. BCD 5. ACD
6. AB 7. ABCD 8. BCD 9. ABCD 10. ABCD

三、判断题

1. √ 2. √ 3. × 4. √ 5. × 6. √ 7. × 8. × 9. × 10. √