

互联网营销师（直播销售员）五级考核方案

一、考核方式

互联网营销师（直播销售员）五级的考核方式分为理论知识考试和操作技能考核。理论知识考试采用闭卷计算机机考方式，操作技能考核采用计算机模拟操作方式。理论知识考试和操作技能考核均实行百分制，成绩皆达 60 分及以上者为合格。理论知识或操作技能不及格者可按规定分别补考。

二、理论知识考试方案（考试时间 60 分钟）

题型	题库参数	考试方式	题库数量	考试题量	分值 (分/题)	配分(分)
判断题		闭卷机考	300	50	1	50
单选题			300	50	1	50
小计		-	600	100	-	100

三. 操作技能考核方案（考试时间 90 分钟）

考核项目表

职业（工种）名称		互联网营销师（直播销售员）			等级	五级			
职业代码		4-01-02-07							
序号	模块名称	单元编号	单元内容	考核方式	选考方式	考核时间（分钟）	题库数量	考核题量	配分（分）
1	工作准备	1	宣传准备	操作	必考	10	5	1	10
		2	设备、软件 and 材料准备		必考	10	5	1	10
		3	风险评估		必考	10	5	1	10
2	直播营销	1	直播预演	操作	必考	15	5	1	25
		2	直播销售		必考	15	5	1	25
3	售后与复盘	1	售后	操作	必考	15	5	1	10
		2	复盘		必考	15	5	1	10
合计						90	35	7	100
备注									

互联网营销师（直播销售员）五级 理论知识鉴定要素细目表

职业（工种）名称					互联网营销师（直播销售员）		等级	五级
职业代码					4-01-02-07			
序号	鉴定点代码				名称·内容	分数系数	备注	
	章	节	目	点				
	1				基本要求	30		
	1	1			职业道德	5		
	1	1	1		职业道德的基础知识	3		
1	1	1	1	1	互联网营销师的定义	1		
2	1	1	1	2	互联网营销师从业人员的基本素质要求	1		
3	1	1	1	3	了解内容监管及违法行为的严惩	1		
4	1	1	1	4	树立正确的职业目标	1		
5	1	1	1	5	学习相关规定，了解直播平台	1		
	1	1	2		职业守则	2		
6	1	1	2	1	互联网营销师职业道德	1		
7	1	1	2	2	互联网营销师职业守则	1		
	1	2			基础知识	25		
	1	2	1		计算机及网络应用知识	2		
8	1	2	1	1	计算机及移动设备操作相关知识	1		
9	1	2	1	2	网络应用相关知识	1		
	1	2	2		营销基础知识	4		
10	1	2	2	1	营销学基本概念	1		
11	1	2	2	2	互联网营销定义和分类	1		
12	1	2	2	3	互联网营销传播特点	1		
13	1	2	2	4	互联网营销策略及主要方法	1		
	1	2	3		传播内容制作基础知识	4		
14	1	2	3	1	摄影、录像拍摄基础知识	1		
15	1	2	3	2	图片、视频编辑制作基础知识	1		

职业（工种）名称					互联网营销师（直播销售员）		等级	五级
职业代码					4-01-02-07			
序号	鉴定点代码				名称·内容	分数系数	备注	
	章	节	目	点				
16	1	2	3	3	视听语言表达基础知识	1		
17	1	2	3	4	新媒体应用知识	1		
	1	2	4		产品基础知识	3		
18	1	2	4	1	产品分类知识	1		
19	1	2	4	2	产品质量知识	1		
20	1	2	4	3	特殊产品宣传知识	1		
	1	2	5		安全基础知识	3		
21	1	2	5	1	网络信息安全知识	1		
22	1	2	5	2	设备及操作安全知识	1		
23	1	2	5	3	场地环境安全知识	1		
	1	2	6		相关法律、法规知识	9		
24	1	2	6	1	《中华人民共和国劳动法》相关知识	1		
25	1	2	6	2	《中华人民共和国合同法》相关知识	1		
26	1	2	6	3	《中华人民共和国劳动合同法》相关知识	1		
27	1	2	6	4	《中华人民共和国网络安全法》相关知识	1		
28	1	2	6	5	《中华人民共和国广告法》相关知识	1		
29	1	2	6	6	《中华人民共和国商标法》相关知识	1		
30	1	2	6	7	《中华人民共和国产品质量法》相关知识	1		
31	1	2	6	8	《中华人民共和国消费者权益保护法》相关知识	1		
32	1	2	6	9	《中华人民共和国反不正当竞争法》相关知识	1		
33	1	2	6	10	《中华人民共和国价格法》相关知识	1		
34	1	2	6	11	《中华人民共和国电子商务法》相关知识	1		
35	1	2	6	12	《中华人民共和国知识产权法》相关知识	1		
36	1	2	6	13	《中华人民共和国食品安全法》相关知识	1		
37	1	2	6	14	《互联网直播服务管理规定》相关知识	1		
38	1	2	6	15	《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》相关知识	1		

职业（工种）名称					互联网营销师（直播销售员）		等级	五级
职业代码					4-01-02-07			
序号	鉴定点代码				名称·内容	分数系数	备注	
	章	节	目	点				
39	1	2	6	16	《网络交易监管管理办法》相关知识	1		
40	1	2	6	17	《互联网信息服务管理办法》相关知识	1		
41	1	2	6	18	《互联网新闻信息服务管理规定》相关知识	1		
42	1	2	6	19	《网络信息内容生态治理规定》相关知识	1		
43	1	2	6	20	《互联网新闻信息服务单位内容管理从业人员管理办法》相关知识	1		
44	1	2	6	21	《互联网直播营销管理办法》相关知识	1		
45	1	2	6	22	《互联网用户公众账号信息服务管理规定》相关知识	1		
	2				工作准备	10		
	2	1			宣传准备	4		
	2	1	1		产品图文素材搜集方法	1		
46	2	1	1	1	图片素材的来源	1		
47	2	1	1	2	直播样品图片拍摄	1		
48	2	1	1	3	图片素材处理	1		
49	2	1	1	4	文字素材处理	1		
	2	1	2		网络搜索工具使用方法	1		
50	2	1	2	1	搜索工具的选择	1		
51	2	1	2	2	搜索关键词	1		
52	2	1	2	3	搜索技巧	1		
53	2	1	2	4	搜索结果的筛选	1		
	2	1	3		产品图文信息发布技巧	2		
54	2	1	3	1	产品标题设置	1		
55	2	1	3	2	详情页图文设置	1		
56	2	1	3	3	产品链接设置	1		
57	2	1	3	4	支付、物流设置	1		
	2	2			设备、软件 and 材料准备	4		

职业（工种）名称					互联网营销师（直播销售员）		等级	五级
职业代码					4-01-02-07			
序号	鉴定点代码				名称·内容	分数系数	备注	
	章	节	目	点				
	2	2	1		硬件安装调试方法	1		
58	2	2	1	1	网络设备安装调试	1		
59	2	2	1	2	计算机设备安装调试	1		
60	2	2	1	3	手机安装调试	1		
61	2	2	1	4	直播辅助设备安装调试	1		
	2	2	2		软件下载安装方法	1		
62	2	2	2	1	手机直播软件下载安装	1		
63	2	2	2	2	系统服务平台下载安装	1		
64	2	2	2	3	统计分析软件下载安装	1		
	2	2	3		直播样品搜集方法	1		
65	2	2	3	1	直播样品的获取渠道	1		
66	2	2	3	2	直播样品的保存	1		
	2	2	4		道具、场地选择方法	1		
67	2	2	4	1	直播场地的选择	1		
68	2	2	4	2	直播道具的准备	1		
69	2	2	4	3	直播场地的搭建	1		
	2	3			风险评估	2		
	2	3	1		断网、断电等故障的解决方法	1		
70	2	3	1	1	ups 不间断电源的使用	1		
71	2	3	1	2	断网的故障解决	1		
72	2	3	1	3	直播软件故障的解决方法	1		
73	2	3	1	4	直播硬件设备故障解决方法	1		
74	2	3	1	5	危机管理的定义	1		
75	2	3	1	6	危机预防及处理方法	1		
	2	3	2		营销过程中法律、法规的风险判断方法	1		
76	2	3	2	1	电子商务法	1		

职业（工种）名称					互联网营销师（直播销售员）		等级	五级
职业代码					4-01-02-07			
序号	鉴定点代码				名称·内容	分数系数	备注	
	章	节	目	点				
77	2	3	2	2	广告法	1		
78	2	3	2	3	产品质量法	1		
79	2	3	2	4	消费者权益保护法	1		
80	2	3	2	5	反不正当竞争法	1		
81	2	3	2	6	互联网直播服务管理规定	1		
	3				直播营销	40		
	3	1			直播预演	20		
	3	1	1		直播脚本编写方法	10		
82	3	1	1	1	直播脚本定义	1		
83	3	1	1	2	直播脚本要素	1		
84	3	1	1	3	直播主题	1		
85	3	1	1	4	明确用户需求	1		
86	3	1	1	5	直播节奏和看点	1		
87	3	1	1	6	直播预热方案	1		
88	3	1	1	7	直播互动	1		
89	3	1	1	8	直播收尾与复盘	1		
90	3	1	1	9	直播人员分工、设备	1		
91	3	1	1	10	直播的预算控制	1		
92	3	1	1	11	直播脚本撰写	1		
	3	1	2		直播彩排方案制定方法	10		
93	3	1	2	1	彩排中商品的出场顺序	1		
94	3	1	2	3	彩排中优惠政策再确认	1		
95	3	1	2	4	基础话术的分类与作用	1		
96	3	1	2	5	常见的话术攻略	1		
97	3	1	2	6	主播的话术禁忌	1		
98	3	1	2	7	妆容与服饰管理	1		

职业（工种）名称					互联网营销师（直播销售员）		等级	五级
职业代码					4-01-02-07			
序号	鉴定点代码				名称·内容	分数系数	备注	
	章	节	目	点				
99	3	1	2	9	妆容设计技巧	1		
100	3	1	2	11	服饰搭配技巧	1		
101	3	1	2	13	直播环境搭建标准	1		
102	3	1	2	14	软硬件环境标准	1		
103	3	1	2	15	摄影布光基本原理	1		
104	3	1	2	16	摄影摄像设备的操作	1		
105	3	1	2	17	主流直播平台和推流软件的操作流程	1		
	3	2			直播销售	20		
	3	2	1		产品特性及卖点的介绍技巧	10		
106	3	2	1	1	品牌介绍	1		
107	3	2	1	2	用户痛点	1		
108	3	2	1	3	使用场景	1		
109	3	2	1	4	用户口碑	1		
110	3	2	1	5	服务保障	1		
111	3	2	1	6	产品企划及选品定位	1		
112	3	2	1	7	竞品分析	1		
113	3	2	1	8	产品卖点解析	1		
114	3	2	1	9	产品购买因素解析	1		
115	3	2	1	10	产品讲解技巧	1		
	3	2	2		销售产品的展示方法	3		
116	3	2	2	1	体验式展示产品	1		
117	3	2	2	2	创意式展示产品	1		
118	3	2	2	3	商品分类知识点	1		
	3	2	3		引导用户下单的技巧	7		
119	3	2	3	1	引导关注	1		
120	3	2	3	2	产品话术（戳中用户痛点，强调卖点）	1		

职业（工种）名称					互联网营销师（直播销售员）		等级	五级
职业代码					4-01-02-07			
序号	鉴定点代码				名称·内容	分数系数	备注	
	章	节	目	点				
121	3	2	3	3	直播互动	1		
122	3	2	3	4	价格优势	1		
123	3	2	3	5	直播间氛围制造技巧	1		
124	3	2	3	6	销售促销知识点	1		
125	3	2	3	7	优惠券促销知识点	1		
126	3	2	3	8	折扣优惠促销知识点	1		
127	3	2	3	9	赠送样品促销知识点	1		
128	3	2	3	10	直播间抽奖促销知识点	1		
	4				售后与复盘	20		
	4	1			售后	10		
	4	1	1		发货进度查询方法	5		
129	4	1	1	1	订单管理知识点	1		
130	4	1	1	2	订单信息获取	1		
131	4	1	1	3	物流管理知识点	1		
132	4	1	1	4	物流单号获取	1		
133	4	1	1	5	库存管理知识点	1		
	4	1	2		投诉问题的处理方法	5		
134	4	1	2	1	售后服务常见问题处理	1		
135	4	1	2	2	人际交往常识	1		
136	4	1	2	3	安抚客户、深入沟通	1		
137	4	1	2	4	处理投诉问题	1		
138	4	1	2	5	礼貌用语	1		
	4	2			复盘	10		
	4	2	1		数据采集方法	2		
139	4	2	1	1	数据的种类	1		
140	4	2	1	2	直播数据采集工具	1		

职业（工种）名称		互联网营销师（直播销售员）				等级	五级
职业代码		4-01-02-07					
序号	鉴定点代码				名称·内容	分数系数	备注
	章	节	目	点			
141	4	2	1	3	利用工具采集数据	1	
	4	2	2		统计软件使用方法	8	
142	4	2	2	1	统计分析软件	1	
143	4	2	2	2	Excel 软件概述	1	
144	4	2	2	3	Excel 工作窗口组成	1	
145	4	2	2	4	Excel 单元格区域设置	1	
146	4	2	2	5	Excel 单元格数据的输入	1	
147	4	2	2	6	函数设置	1	
148	4	2	2	7	区域的清除和移动复制	1	
149	4	2	2	8	图表的类型和生成	1	
150	4	2	2	9	图表的编辑	1	

互联网营销师（直播销售员）五级 操作技能考核要素细目表

职业（工种）名称				互联网营销师（直播销售员）	等级	五级
职业代码				4-01-02-07		
序号	鉴定点代码			名称·内容	备注	
	项目	单元	细目			
	1			工作准备	30分	
	1	1		宣传准备	10分	
1	1	1	1	搜集产品图文素材		
2	1	1	2	使用网络搜索工具核实、整理产品素材信息		
3	1	1	3	发布产品图文信息预告		
4	1	1	4	收集相关网络舆情风险信息		
	1	2		设备、软件 and 材料准备	10分	
5	1	2	1	连接硬件设备		
6	1	2	2	下载安装直播软件		
7	1	2	3	根据直播计划选择道具、场地		
	1	3		风险评估	10分	
8	1	3	1	提出断网、断电等简单故障解决方法		
9	1	3	2	判断营销过程中法律、法规风险		
	2			直播营销	50分	
	2	1		直播预演	25分	
10	2	1	1	直播脚本		
11	2	1	2	直播彩排		
	2	2		直播销售	25分	
12	2	2	1	介绍销售产品的基本特性及卖点		
13	2	2	2	销售产品展示		
14	2	2	3	引导用户下单		
	3			售后与复盘	20分	
	3	1		售后	10分	
15	3	1	1	查询产品的发货进度		
16	3	1	2	处理用户反馈的问题		
	3	2		复盘	10分	
17	3	2	1	采集营销数据		
18	3	2	2	统计营销数据		

第3部分

理论知识复习题

基本要求

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“”，错误的填“×”）

- 1 . 互联网营销师不完全等同于众所熟知的“带货主播”。（ ）
- 2 . 互联网营销师包括选品员、直播销售员、视频创推员与平台管理员在内的四大职业工种。（ ）
- 3 . 互联网营销需要不断提高自己的品牌影响力。（ ）
- 4 . 互联网营销师需要找准互联网必备的营销策略。（ ）
- 5 . 互联网新闻信息服务，包括互联网新闻信息采编发布服务、转载服务、传播平台服务。（ ）
- 6 . 任何组织不得设立中外合资经营、中外合作经营和外资经营的互联网新闻信息服务单位。（ ）
- 7 . 每个人及早制订属于自己的职业生涯规划是十分必要的（ ）
- 8 . 职业生涯目标是指个人在选定的职业领域内未来时点上所要达到的具体目标，包括短期目标、中期目标和长期目标。（ ）
- 9 . 直播平台可以分为综合类、游戏类、秀场类、商务类、教育类等。（ ）
- 10 . “热衷有态度的品牌”、“热衷新鲜事物”、“愿为幸福感买单”是直播消费的关键词。（ ）
- 11 . 职业道德是人们在职业工作和劳动中所应遵循的道德原则和规范的总和。（ ）
- 12 . 企业内部规章制度的效力是以合法为前提的。（ ）
- 13 . 员工既要重视个人发展，更要注重团队绩效。（ ）
- 14 . 员工守则必须发动全体员工参与，通过民主程序来制定。（ ）
- 15 . 手机上所记录的各种敏感信息正面临着极其严重的安全威胁。（ ）
- 16 . 计算机中Ctrl+c是复制的快捷键。（ ）
- 17 . 电子商务(Electronic Commerce)是利用计算机技术、网络技术和远程通信技术，实现整个商务(买卖)过程中的电子化、数字化和网络化。（ ）
- 18 . 几乎所有智能手机、平板电脑和笔记本电脑都支持Wi-Fi上网，是当今使用最广的一种无线网络传输技术。（ ）
- 19 . 产品是指能提供给市场，用于满足人们某种欲望和需要的任何事物，包括卖场、服务、场所、组织、思想、竞争者等。（ ）
- 20 . 营销是一个计划和执行知识、货物以及服务的形成、定价、推广和分拨的全过程，目的是通过交换来满足个人和组织的需求。（ ）
- 21 . 互联网营销也称为网络营销，就是以国际互联网络为基础，利用数字化的息和网络媒体交互性来实现营销目标的一种新型市场营销方式。（ ）
- 22 . 移动互联网时代，智能设备永远在线，24小时都可营销。（ ）
- 23 . 互联网营销更精准化，更多元化。（ ）

- 24 . 用户在使用产品后,如果满意会在自己社交媒体上传播,这种病毒式传播而带来的口碑成为目前企业品牌营销的主要策略。()
- 25 . SEO 是指通过改进网站链接的质量和数量、以及有效的网页内容部署,使网站在搜索引擎上获得比较好的自然排名位置。()
- 26 . 事件营销是指商品提供者有意调低产量,以期到达调控供求关系、制造供不应求“假象”、维持商品较高售价和利润率的目的。()
- 27 . 光圈的数值越小,代表光圈的孔径越大,进光量越多,反之则进光量越少。()
- 28 . 快门的速度也是拍摄照片时控制曝光时间长短的参数。()
- 29 . 像素是组成图像的最基本单元。()
- 30 . 每英寸图像内的像素点数,单位为像素每英寸(PPI),图像分辨率越高,图像的像素点密度越高,图像越清晰。()
- 31 . 视听语言研究的主要内容是镜头叙述的规则,也就是怎样处理声画关系的问题。()
- 32 . 摄影拍摄方式很多,有推、拉、移、跟、生、降、俯、仰、甩等等。()
- 33 . “新媒体”特指当下与“传统媒体”相对应的,以数字压缩和无线网络技术为支撑,利用其大容量、实时性和交互性,可以跨越地理界线最终得以实现全球化的媒体。()
- 34 . 当新媒体大规模发展并得到普及时,其发展历程就进入到了大众媒体阶段。()
- 35 . 商品的定义是用于交换的劳动产品,具有价值和使用价值。()
- 36 . 产品的使用价值是相对的,动态的,发展的。()
- 37 . 不同类别的产品有不同的质量检测标准()
- 38 . 网络上销售的商品不需要执行质量三包。()
- 39 . 食品的宣传不应当介绍食品的保质期。()
- 40 . 只要产品质量没有问题,产品营销就可以随心所欲。()
- 41 . 数字签名应用后,签名者不能否认自己的签名。()
- 42 . 公钥密码的两种基本用途:数据加密、数字签名。()
- 43 . 工作数据要制定定期保存、备份的机制,并按时执行。()
- 44 . 恶劣天气和节假日,需要检查电脑、网络设备的安全,确保设备安全。()
- 45 . 在公司发私人邮件,不小心将公司文件作为附件发送出去,不属于工作渎职。()
- 46 . 在公司上班时,利用微信、qq 软件和朋友聊天,不应当受到公司处罚()
- 47 . 《中华人民共和国劳动法》是为了保护劳动者的合法权益,调整劳动关系,建立和维护适应社会主义市场经济的劳动制度,促进经济发展和社会进步,根据宪法而制定的。()
- 48 . 根据《中华人民共和国劳动法》规定,法定休假日安排劳动者工作的,支付不低于工资的百分之二百的工资报酬。()
- 49 . 依法成立的会计师事务所、律师事务所等合伙组织和基金会,不属于劳动合同法规定的用人单位。()
- 50 . 用人单位自用工之日起超过一个月不满一年未与劳动者订立书面劳动合同的,应当向劳动者每月支付二倍的工资。()
- 51 . 《中华人民共和国劳动合同法》规定,劳动关系的建立以订立劳动合同为主要标志。()
- 52 . 按照《中华人民共和国劳动合同法》的规定,劳动者提供虚假学历的,必须解除劳动合同。()
- 53 . 网络运营者应当对其收集的用户信息严格保密,并建立健全用户信息保护制度。()

- 54 . 网络空间的竞争，归根结底是人才的竞争。（ ）
- 55 . 《中华人民共和国广告法》规定，禁止在大众传播媒介或者公共场所发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。（ ）
- 56 . 《中华人民共和国广告法》规定，公共场所的管理者或者电信业务经营者、互联网信息服务提供者对其明知或者应知的利用其场所或者信息传输、发布平台发送、发布违法广告的，应当予以制止。（ ）
- 57 . 使用注册商标必须标明注册标记。（ ）
- 58 . “长寿”可以作为食品商标，“健康”可以作为酒类商标。（ ）
- 59 . 因产品存在缺陷造成损害要求赔偿的诉讼时效期限为二年，自当事人知道或应当知道其权益受到损害时起计算。（ ）
- 60 . 工商行政管理机关不可以直接适用《产品质量法》处理案件。（ ）
- 61 . 《中华人民共和国消费者权益保护法》规定，消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。（ ）
- 62 . 《中华人民共和国消费者权益保护法》规定，消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。（ ）
- 63 . 引人误解的广告不属于不正当竞争行为。（ ）
- 64 . 经营者搭售商品就构成不正当竞争行为。（ ）
- 65 . 价格机制是市场机制的核心。（ ）
- 66 . 强化价格行政执法需要建立或健全的制度不包括价格行政执法裁量制度。（ ）
- 67 . 《电子商务法》，自 2018 年 9 月 1 日起施行。（ ）
- 68 . 电子商务经营者搭售商品或者服务，应当以显著方式提醒消费者注意，不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。（ ）
- 69 . 商业秘密权与专利权相同的特征是权利客体的非物质性。（ ）
- 70 . 伯尔尼公约的基本原则不包括最惠国待遇原则。（ ）
- 71 . 食品生产企业的食品出厂检验记录应当真实，保存期限得不少于一年。（ ）
- 72 . 违反《食品安全法》规定，受到刑事处罚或者开除处分的食品检验机构人员，自刑罚执行完毕或者处分决定作出之日起十年内不得从事食品检验工作。（ ）
- 73 . 通过网络表演、网络视听节目等提供互联网直播服务的，还应当依法取得法律法规规定的相关资质。（ ）
- 74 . 互联网直播服务提供者不对评论、弹幕等直播互动环节进行管理。（ ）
- 75 . 网络平台为商品经营者或网络直播者提供付费导流等服务，对网络直播营销活动进行宣传、推广、构成商业广告的，应按照《广告法》规定履行责任和义务。（ ）
- 76 . 采用网络直播方式推广商品或服务的经营者提供直播技术服务的，应按照《电子商务法》规定履行责任和义务。（ ）
- 77 . 网络交易监督管理坚持鼓励创新、包容审慎、严守底线、线上线下一体化监管的原则。（ ）
- 78 . 国家市场监督管理总局负责组织指导全国网络交易监督管理工作。（ ）
- 79 . 从事经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证。（ ）
- 80 . 从事非经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门申请办理备案，无需递交材料。（ ）
- 81 . 互联网新闻信息服务提供者的采编业务后经营业务应当分开，非公有资本不得介入互

- 联网新闻信息采编业务。（ ）
- 82 . 互联网新闻信息服务提供者转载新闻信息，应当遵守著作权相关法律法规的规定，保护著作权人的合法权益。（ ）
- 83 . 鼓励网络信息内容生产者制作、复制、发布含有宣传党的理论路线方针政策和中央重大决策部署的内容。（ ）
- 84 . 网络信息内容生产者不得制作、复制、发布含有回应社会关切，解释疑惑，析事明理，有助于引导群众形成共识的内容。（ ）
- 85 . 互联网新闻信息服务单位应当建立完善从业人员教育培训制度，建立培训档案，加强培训管理，自行组织开展从业人员初任培训、专项培训、定期培训等工作，按要求组织从业人员参加国家和省、自治区、直辖市互联网信息办公室组织开展的教育培训工作。（ ）
- 86 . 地方互联网信息办公室和平台服务提供者指导互联网新闻信息服务单位建立健全从业人员准入、奖惩、考评、退出等制度。（ ）
- 87 . 从事网络直播营销活动，属于《中华人民共和国电子商务法》规定的“电子商务平台经营者”或“平台内经营者”定义的市场主体，应当依法履行相应的责任和义务。（ ）
- 88 . 从事网络直播营销活动，应当遵守法律法规，遵循公序良俗，遵守商业道德，坚持正确导向，弘扬社会主义核心价值观，营造良好网络生态。（ ）
- 89 . 公众账号信息服务平台提供互联网用户公众账号信息服务，应当取得国家法律、行政法规规定的相关资质。（ ）
- 90 . 鼓励公众账号信息服务平台积极为党政机关、企事业单位和人民团体提升政务信息发布、公共服务和社会治理水平，提供充分必要的技术支持和安全保障。（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 互联网营销师，是指在数字化信息平台上，运用（ ），对企业产品进行多平台营销推广的人员。
（A）网络的交互性（B）网络传播的公信力（C）前两者都是（D）都不是
- 2 . 互联网营销师，需要做好（ ）事情。
（A）熟悉自己公司业务（B）熟悉网络工具的使用（C）有正确的价值观（D）以上都是
- 3 . 通过互联网站、应用程序、论坛、博客、微博客、公众账号、即时通信工具、网络直播等形式向社会公众提供互联网新闻信息服务，应当取得（ ）许可。
（A）公安部门（B）媒体传播（C）互联网新闻信息服务（D）不需要许可
- 4 . 互联网营销师的工作目标是（ ）
（A）像知名主播一样挣钱（B）像明星一样出名（C）帮助企业卖货（D）发挥自己特长，帮助企业营销和推广产品。
- 5 . 下面不属于直播平台的是（ ）
（A）斗鱼（B）虎牙（C）熊猫（D）闲鱼
- 6 . 遵守职业道德的作用体现在（ ）。
（A）促进从业人员发展，与提高道德修养无关（B）提高个人道德修养，与行风建设无关（C）促进行业良好风尚建设，与个人修养无关（D）促进个人道德修养，行风建设和事业发展，
- 7 . 员工守则一般包括一下内容（ ）。
（A）道德规范（B）考勤制度、休假请假制度（C）加班值班制度（D）以上都是

- 8 .计算机热启动的操作方法是（ ）。
- (A) 按 F2 (B) 同时按 Alt+Ctrl+Del (C) 按电源开关 (D) 重启显示器
- 9 .Internet 通讯协议是（ ）。
- (A) TCP/IP (B) www (C) html (D) dhc
- 10 .4P 营销理论被归结为四个基本策略的组合，下列不属于 4P 的是（ ）。
- (A) 产品 (B) 价格 (C) 人 (D) 促销
- 11 .移动互联网营销是针对移动的消费者，进行（ ）的营销。
- (A) 关系链接（形成共鸣） (B) 品牌宣传 (C) 产品销售 (D) 发布广告
- 12 .互联网营销的特点有（ ）。
- (A) 人机互动 (B) 智能化信息 (C) 形式多样 (D) 以上都是
- 13 .（ ）是根据用户使用搜索引擎的方式利用用户检索信息的机会尽可能将营销信息传递给目标用户。
- (A) Search Engine Marketing (B) Search Engine Optimization (C) 新媒体营销 (D) 都不是
- 14 .（ ）是指使用照相机时调整好焦点距离。
- (A) 光圈 (B) ISO (C) 景深 (D) 对焦
- 15 .下列不属于图像文件格式的是（ ）。
- (A) PSD (B) JPEG (C) GIF (D) DOC
- 16 .视频处理中，“物质现实的复原”、“现实的渐近线”属于影像的（ ）特质。
- (A) 幻觉性 (B) 纪录性 (C) 模拟性 (D) 魔幻性
- 17 .（ ）是借助手机进行信息传播的工具。
- (A) 数字电视 (B) 互联网新媒体 (C) 手机媒体 (D) 户外新媒体
- 18 .我们应从（ ）角度研究产品的使用价值。
- (A) 消费 (B) 使用 (C) 商品经营 (D) 以上都是
- 19 .商品质量包括（ ）。
- (A) 内在质量 (B) 外观质量 (C) 社会质量 (D) 以上都有
- 20 .保健品、护肤品、药品等商品宣传要注意（ ）。
- (A) 准确描述产品功能 (B) 注明使用人群 (C) 有必要时，强调遵医嘱 (D) 以上都是
- 21 .计算机病毒最本质的特点是（ ）。
- (A) 有毒性 (B) 破坏性 (C) 传染性 (D) 挥发性
- 22 .（ ）是能够自我复制和传播的小程序，消耗系统资源。
- (A) 字典攻击 (B) 病毒工具 (C) 劫持攻击 (D) 以上都是
- 23 .工作环境的安全包括（ ）
- (A) 人员安全 (B) 信息安全 (C) 设备安全 (D) 以上都是
- 24 .《中华人民共和国劳动法》规定，休息日安排劳动者工作又不能安排补休的，支付不低于工资的（ ）的工资报酬。
- (A) 100% (B) 200% (C) 300% (D) 400%
- 25 .用人单位自用工之日起满（ ）不与劳动者订立书面劳动合同的，视为用人单位与劳动者已订立无固定期限劳动合同。
- (A) 两个月 (B) 五个月 (C) 七个月 (D) 一年

- 26 . 《中华人民共和国劳动合同法》规定，劳动者在试用期的工资不得低于本单位相同岗位最低档工资或者劳动合同约定工资的百分之（ ），并不得低于用人单位所在地的最低工资标准。
 (A) 五十 (B) 六十 (C) 七十 (D) 八十
- 27 . 《中华人民共和国网络安全法》是为保障网络安全，维护网络空间主权和（ ）、社会公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益，促进经济社会信息化健康发展制定。
 (A) 网络安全 (B) 地方安全 (C) 国家安全 (D) 信息安全
- 28 . 《中华人民共和国广告法》规定，不得利用不满（ ）周岁的未成年人作为广告代言人。
 (A) 十 (B) 十二 (C) 十五 (D) 十八
- 29 . 商标局对申请注册的商标，审查时限最长为（ ）
 (A) 六个月 (B) 九个月 (C) 十个月 (D) 十二个月
- 30 . 《中华人民共和国产品质量法》所称的“货值金额”以（ ）计算。
 (A) 违法生产、销售产品的标价 (B) 违法生产、销售产品的实际售价
 (C) 违法生产、销售产品的当事人自述的价格 (D) 物价部门的评估价格
- 31 . 《中华人民共和国消费者权益保护法》规定，经营者应当自收到退回商品之日起（ ）日内退还消费者支付的商品价款。
 (A) 7 (B) 10 (C) 15 (D) 30
- 32 . 根据我国的规定，下面选项中属依法独占的经营者的不正当竞争行为有（ ）
 (A) 限定他人购买其指定经营者的商品 (B) 创造条件促进其销售商之间的竞争程度
 (C) 根据生产需要对原料的采购进行限制 (D) 举报从事相同商品经营的违法个体
- 33 . 下列价格法规、规章中，不属于规范经营者价格行为的是（ ）
 (A) 《政府制定价格程序规定》 (B) 《禁止价格欺诈行为的规定》 (C) 《价格违法行为行政处罚规定》 (D) 《关于制止低价倾销的规定》
- 34 . （ ）8月31日，十三届全国人大常委会第五次会议表决通过《电子商务法》。
 (A) 2014年 (B) 2015年 (C) 2016年 (D) 2018年
- 35 . 下述作品中不受著作权保护的是（ ）
 (A) 产品说明书 (B) 建筑设计图纸和模型 (C) 世贸组织《知识产权协定》官方中文译文 (D) 投标书
- 36 . 食品生产经营者应当依照（ ）从事生产经营活动，建立健全食品安全管理制度，采取有效管理措施保证食品安全。
 (A) 企业食品安全管理制度 (B) 食品生产经营者要求 (C) 法律、法规和食品安全标准 (D) 食品安全地方政府要求
- 37 . （ ）年12月1日，由国家网信办发布的《互联网直播服务管理规定》正式实施。
 (A) 2014 (B) 2015 (C) 2016 (D) 2018
- 38 . 2020年11月9日由（ ）制定出台《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》。
 (A) 人社局 (B) 市场监管总局 (C) 国务院 (D) 税务局
- 39 . （ ）年3月15日，国家市场监督管理总局出台《网络交易监督管理办法》。
 (A) 2019 (B) 2020 (C) 2021 (D) 2022
- 40 . 《互联网信息服务管理办法》由（ ）公布。
 (A) 最高人民法院 (B) 国务院 (C) 国家市场监督管理总局 (D) 国家网信办
- 41 . 《互联网新闻信息服务管理规定》根据《中华人民共和国网络安全法》《互联网信息

- 服务管理办法》《国务院关于授权国家互联网信息办公室负责互联网信息内容管理工作的通知》，自（ ）年6月1日起施行。
- (A) 2017 (B) 2018 (C) 2019 (D) 2020
- 42 .《网络信息内容生态治理规定》自（ ）年3月1日起施行。
- (A) 2019 (B) 2020 (C) 2021 (D) 2022
- 43 .互联网新闻信息服务单位，是指依法取得互联网新闻信息服务许可，通过（ ）形式向社会公众提供互联网新闻信息服务的单位。
- (A) 互联网站、应用程序、论坛 (B) 博客、微博客、公众账号 (C) 即时通讯工具、网络直播 (D) 以上都正确
- 44 .国家七部门联合发布《互联网直播营销管理办法》，自（ ）年5月25日起施行。
- (A) 2019 (B) 2020 (C) 2021 (D) 2022
- 45 .新修订的《互联网用户公众账号信息服务管理规定》明确（ ）。
- (A) 有偿交易买卖公众账号 (B) 禁止非法交易买卖公众账号 (C) 在政府指导下交易公共账号 (D) 在法律法规约束下交易公共账号

工作准备

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 .直播商品的图片素材可以通过商家品牌方获取。（√）
- 2 .直播商品的图片素材可以选择竞对产品。（√）
- 3 .在直播间的搭建上，直播带货的货品性质及数量决定选取空间的大小。（√）
- 4 .直播商品的细节图是商品与场景、道具搭配拍摄，凸显商品品牌、品质、情感。（√）
- 5 .可以通过调整饱和度，加强拍摄主题的轮廓对比关系，让照片更有层次。（√）
- 6 .对于明确主题的短视频，可先拍摄再设计文案；对于非明确主题的短视频，可先设计文案再拍摄。（√）
- 7 .零售商促销活动的广告和其他宣传，其内容应当真实、合法、清晰、易懂，不得使用含糊、易引起误解的语言、文字、图片或影像。不得以保留最终解释权为由，损害消费者的合法权益。（√）
- 8 .文案设计要注意与图片相结合，并具有一定的营销导向。（√）
- 9 .直播前，直播人员应提前一天准备足够数量和款式的货品，提前了解款式优点和材质特性，以同类搜索销量高的产品数据作为参考数据。（√）
- 10 .搜索工具可以帮助卖家了解自己店铺和某款商品的实时信息，从而给经营方式和营销策略的制定提供数据支持。（√）
- 11 .SEO 是 Search Engine Optimization 的缩写，即按照搜索引擎的算法，对网站进行调整优化，增加特定关键词的曝光度，提升网页在搜索引擎中的自然排名。（√）
- 12 .快手直播平台专业性强、对团队要求更高、流量获取成本更大，适合具有专业电商知识的团队。（√）
- 13 .在搜索词外加上双引号“ ”，则代表模糊搜索。（√）
- 14 .在查询词前加上 intitle:xx，则代表指令返回的是页面 title 中包含关键词的页面。（√）
- 15 .可以通过在关键词后加上“ site:指定的网站”，对搜索结果的来源进行筛选。（√）
- 16 .社交按钮是抖音平台主流流量来源。（√）
- 17 .设计直播标题的逆向思维就是在直播中明确指出产品的缺陷和不足，吸引用户的目光。（√）
- 18 .主播发布含有生鲜类商品直播内容时，不得在直播过程中表达该商品为“自家产”及相类似信息（包括但不限于口播、标题等），除非该商品符合国家法律法规要求的可自行生产的类目，符合平台要求，同时向平台提供相关承诺及材料证明相关商品确实由其生产的除外。（√）
- 19 .组合促销，就是利用“物以稀为贵”的观念，刺激用户的购买行为，创造一种稀有的氛围，促使用户快速决策下单。（√）
- 20 .在详情页中，可以用“最”、“级别”等词，如“最好”、“最便宜”、“国家级”、“世界级”等词汇突出产品的竞争力，吸引用户购买。（√）
- 21 .直播时要不断地在直播间发布商品链接，以让用户点击链接购买商品，所以要在直播开始前准备好直播商品链接。（√）
- 22 .产品按照导致产生缺陷的原因可分为三类：产品设计上的缺陷、产品制造上的缺陷、产品告知上的缺陷。（√）

23. 抖音内需要用到支付的环节主要包括主播打赏、付费直播、带货下单等，其中尤以带货下单可说是抖音网红们通过抖音小店变现的主要途径，透过支付宝、微信支付让用户看完视频之后方便购物，相对其他平台来说直接许多。（ ）
24. 对于商家和直播团队而言，物流是快递和物流服务商的事情，交付给供应商即可。（ ）
25. 直播时一定要确保稳定的网络环境。一般来说，上传宽带的基本配置为 1Mbps（128KB/S）以上，推荐配置为 2Mbps（210KB/S）以上。（ ）
26. 直播团队使用到的网络设备可以不包括交换机。（ ）
27. 采用先进可靠的安全技术，可以消除计算机信息系统的脆弱性。（ ）
28. 计算机网络按作用范围分类可分为局域网、城域网、广域网。（ ）
29. 移动通信指通信的双方，至少有一方是在利用手机进行信息的传输和交换（ ）
30. 电信公司提供的 ADSL 是一种非对称的(上行和下行速度不相同)接入服务。（ ）
31. 为了更好的打光效果，通常在影室灯上安装柔光罩从而使光线均匀柔和、饱和度高。（ ）
32. 手机直播用手机自带的前置摄像头即可；电脑直播需要另外配置单独的摄像头，将摄像头的 USB 线插在电脑机箱上。（ ）
33. 选择安装的直播软件版本需匹配手机的操作系统方可正常使用。（ ）
34. 一般说来，直播软件可以随意下载，没有条件限制。（ ）
35. 如果不安装系统服务平台，仅安装手机直播软件也可进行直播。（ ）
36. 系统服务平台，并非直播活动中的关键部分，安装直播软件后，便可卸载，以节省手机的内存。（ ）
37. 在做数据统计的时候，一般会面临固有数据和动态数据，视频播放量属于固有数据。（ ）
38. 直播只要做好与观众沟通即可，数据统计与分析不是很重要。（ ）
39. 通常由直播团队中的运营来负责直播样品的寄送和收发。（ ）
40. 直播间的销售样品必须符合国家安全标准，配备相关资质。（ ）
41. 商家寄送的样品需做好入库和归类，在直播日当天由主播登记领取。（ ）
42. 主播在直播结束后，应及时对直播样品做好入库和归类保存。（ ）
43. 随着直播设备的精细化，直播场景的选择可以很随意。（ ）
44. 做农副产品直播时，最佳的场景应该是实际生产基地。（ ）
45. 直播过程中用尽可能多的元素和道具来表达产品。（ ）
46. 直播过程中的道具并不重要，主播自由发挥比使用道具更好。（ ）
47. 为了增加直播的灵活度，直播场地可以不受时间、空间限制。（ ）
48. 可以将产品或企业的价值观布置在直播场地中。（ ）
49. 传统的维护管理包括巡视外观，定期更换电池、滤波电容、风机等易损件，大修时做电池活化等。（ ）
50. ups 指不间断电源，主要用于给部分对电源稳定性要求较高的设备，提供不间断的电源。（ ）
51. 设备断网首先要排查问题原因，再进行故障处理。（ ）
52. 断网一定就是因为网卡被禁用造成的。（ ）
53. 在淘宝直播时，发生问题后，可进入【淘宝直播 app】—【我的】—【设置】—【舆情反馈】中上传问题。（ ）
54. 抖音直播软件比较流畅，基本不会发生问题，主播不必花精力处理故障。（ ）

- 55 .在直播中，应注意设备音量大小，以期取得最佳效果。（ ）
- 56 .在直播中，光线较暗时，可使用补光灯调节光线。（ ）
- 57 .突发事件必然导致危机状态的发生。（ ）
- 58 .良好的处理突发事件的能力，也是主播的必备素质。（ ）
- 59 .危机管理具有常规程序性、不确定性和风险性。（ ）
- 60 .预防危机，保持内容的真实性，是主播直播过程中的根本要求。（ ）
- 61 .所有的电子商务经营者都必须依法办理市场主体登记。（ ）
- 62 .直播内容构成商业广告的，应按照《广告法》规定履行广告发布者、广告经营者或广告代言人的责任和义务。（ ）
- 63 .网络直播营销中，直播销售员不得掺杂、掺假，不得以假充真、以次充好，不得以不合格产品冒充合格产品。（ ）
- 64 .采用网络直播方式提供商品或者服务的经营者，可以不向消费者提供经营地址、联系方式、商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等信息。（ ）
- 65 .直播销售员在网络营销中，为提高直播效果，可以适当夸大商品的性能、功能等，以促进交易达成。（ ）
- 66 .网络主播入驻网络直播营销平台，应提供真实有效的个人身份、联系方式等信息，信息若有变动，应及时更新并告知。（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 . 直播商品的图片素材来源不包含以下哪一个？（ ）
（A）专业拍摄（B）竞对产品（C）产品方（D）上家代理商
- 2 . 在商品拍摄中，（ ）是商品搭配简洁纯色背景拍摄，展示商品形态。
（A）模特图（B）细节图（C）产品图（D）场景图
- 3 . 在拍摄完商品图片后，可以通过调整（ ），来改变图片颜色整体基调，解决偏色问题，或根据风格调整合适的色彩范围。
（A）裁剪（B）饱和度（C）对比度（D）色彩平衡
- 4 . 在设计直播商品图片的文字素材时，应注意（ ）
（A）色彩鲜亮（B）突出店标（C）放大字号（D）强调属性卖点
- 5 . 直播电商可以借助（ ）来运营，帮助自己进行数据监测、市场信息采集，从而提高工作效率，提升运营的效果。
（A）搜索工具（B）图片处理工具（C）库存管理工具（D）客服聊天工具
- 6 . 通过（ ），可以让品牌和产品在搜索机制中的自然排名提升。
（A）SEO（B）SEM（C）投放广告（D）软广植入
- 7 . 在搜索词外加上双引号“ ”，则代表（ ）。
（A）搜索文件格式（B）通配符（C）完全匹配搜索（D）模糊搜索
- 8 . 可以通过在搜索内容后面加上（ ），排除关键词，筛选准确的搜索结果。
（A）or 和空格（B）星号（C）空格和减号（D）空格和加号
- 9 . 以下哪种方法不适合设置直播产品标题？（ ）
（A）有效性承诺（B）夸大效果（C）突出目标人群（D）引发好奇心
- 10 . 产品详情页设计的主旨是（ ）。

- (A) 当前设计的页面想要向大众传达什么样的信息，及设计目的 (B) 设计主旨就是展示产品 (C) 设计主旨就是让产品更漂亮一些，好看一些 (D) 表现文字和产品
11. 在设置产品链接时，以下哪一项不能被调整 () ?
 (A) 商品顺序 (B) 商品价格 (C) 直播标题 (D) 商品库存
12. 在引导新用户完成付费转化时，以下哪一项并非推荐的策略 () ?
 (A) 让用户感觉到了“占便宜”，利用用户“占便宜”心理完成用户的充值引导 (B) 降低用户首次充值的门槛 (C) 做好用户消费送礼的产品提示 (D) 通过排行榜刺激用户进行消费
13. 在前期硬件准备过程中直播团队要通过 () 来与使用 Internet 或专用网络的外部进行联系。
 (A) 浏览器 (B) 网桥 (C) 路由器 (D) 支付网关
14. 直播团队安装的 () 设备用于控制操作直播软件，从而在直播中进行把控。
 (A) 手机 (B) 路由器 (C) 计算机 (D) 影室灯
15. 直播手机安装调试阶段需特别注意排查手机病毒，手机病毒的发展大致分为了三个阶段，排序正确的是 ()
 (A) 手机短信病毒阶段，智能手机/手持设备病毒阶段，网络手机病毒阶段 (B) 智能手机/手持设备病毒阶段，网络手机病毒阶段，手机短信病毒阶段 (C) 网络手机病毒阶段，手机短信病毒阶段，智能手机/手持设备病毒阶段 (D) 手机短信病毒阶段，网络手机病毒阶段，智能手机/手持设备病毒阶段
16. 以下 () 是直播时必须用到的辅助硬件设备。
 (A) 单反相机 (B) 网关 (C) 无线 AP (D) 影室灯
17. 以下 () APP 软件不属于直播软件。
 (A) 小红书 (B) 抖音 (C) 快手 (D) 京东
18. 系统服务平台安装后，在管理后台可看到 ()
 (A) 主播管理 (B) 直播管理 (C) 用户管理 (D) 以上都是
19. 直播营销人员从互联网上获取了大量的信息后，必须对这些 () 进行整理和分析，在面对数量巨大的信息和数据时，营销人员可以利用计算机统计软件来快速地进行分析。
 (A) 表格 (B) 信息 (C) 信函 (D) 电话
20. 直播间的销售样品最主要的来源渠道是 ()。
 (A) 主播自备 (B) 助理自备 (C) 团队采购 (D) 商家提供
21. 直播团队中负责保存和管理直播样品的人员是 ()。
 (A) 样品管理员 (B) 主播 (C) 运营 (D) 编导
22. 在产品直播销售的过程中，以下最不如人意的直播场地是 ()。
 (A) 产品体验店 (B) 营业厅 (C) 专业直播间 (D) 个人住所
23. 在直播道具准备的过程中，应把此次直播所用到的道具统一放置于 ()。
 (A) 道具架 (B) 纸箱 (C) 仓库 (D) 机柜
24. 在直播场地的搭建过程中，以下说法正确的是 ()。
 (A) 需要构建产品的使用场景，而不是仅仅描述产品自身的特点 (B) 搭建成本尽可能相对低廉 (C) 编导负责直播台面上的商品摆放 (D) 无需准备直播中产生的垃圾的归类地点
25. UPS 电源系统由 () 个部分组成。
 (A) 2 (B) 3 (C) 4 (D) 5

26. 在计算机桌面右下角的网络图标显示（ ）时，说明电脑与路由器或连接的交换机有问题。
 (A) 红色感叹号 (B) 黄色感叹号 (C) 红色叉叉 (D) 黄色叉叉
27. 在直播时，APP 不能打开镜像，应检查（ ）
 (A) 摄像头 (B) 麦克风 (C) 更新 APP (D) 卸载 APP
28. 在直播过程中，主播的麦克风出现嗡嗡的电流声，合适的处理方式（ ）
 (A) 调低音量 (B) 调高音量 (C) 检查接头 (D) 更换高级的麦克风
29. 危机事件突发期的管理，叫做（ ）
 (A) 危机预防 (B) 危机预警 (C) 危机控制 (D) 危机恢复
30. 危机预防的主要方法（ ）
 (A) 风险管理 (B) 信息管理 (C) 风险控制 (D) 风险评估
31. 电子商务经营者自行终止从事电子商务的，应当提前（ ）日在首页显著位置持续公示有关信息。
 (A) 7 (B) 15 (C) 30 (D) 3
32. 下列不属于数据电文的是（ ）。
 (A) 电子邮件 (B) 手机短信 (C) 电报 (D) 书面合同
33. （ ）应当对广告内容的真实性负责。
 (A) 广告主 (B) 广告发布者 (C) 广告经营者 (D) 广告代言人
34. 广告应该真实、合法，符合（ ）要求。
 (A) 社会主义精神文明 (B) 社会主义法治建设 (C) 社会主义民主进程 (D) 为人民服务宗旨
35. 国家对产品质量实行以（ ）为主要方式的监督检查制度。
 (A) 全面检查 (B) 抽查 (C) 定期巡查 (D) 专项检查
36. 产品质量监督部门查处涉嫌违反《产品质量法》规定的行为时，可以行使（ ）。
 (A) 拘留权 (B) 留置权 (C) 调查权 (D) 冻结银行存款
37. 经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，除法律法规规定的特殊产品外，消费者有权自收到商品之日起（ ）日内退货，且无需说明理由。
 (A) 三 (B) 五 (C) 七 (D) 十四
38. 消费者因经营者利用虚假广告提供商品或者服务，其合法权益受到损害时，可以向（ ）要求赔偿。
 (A) 广告经营者 (B) 广告制作人 (C) 经营者 (D) 发布广告的媒体
39. 网络直播营销中以下不属于不正当竞争行为的是（ ）
 (A) 冒用商标 (B) 夸大商品性能 (C) 虚构交易或评价 (D) 有奖销售
40. 根据《我国反不正当竞争法》规定，下列竞争手段中，经营者不得采用的损害竞争对手的手段是（ ）
 (A) 以次充好 (B) 假冒名牌 (C) 生产淘汰产品 (D) 伪造检疫结果
41. 如果直播销售员在直播销售过程中出现违规行为，平台该如何处理（ ）
 (A) 直接封禁 (B) 列入黑名单 (C) 根据违规行为情节严重处理 (D) 报警
42. 在直播平台上，（ ）是直播平台上用户的最主要需求。
 (A) 消遣娱乐需求 (B) 学习知识需求 (C) 购物需求 (D) 满足存在感的需求

直播营销

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 . 整场直播脚本，是以整场直播为单位，规范直播流程与内容。（√）
- 2 . 明确直播主题是直播脚本四个核心要素之一（√）
- 3 . 直播主题需要根据特殊时间节点并结合粉丝需求来进行设计（√）
- 4 . 直播间的用户需求可以分为直接需求和间接需求，间接需求是需要主播进行引导并刺激用户转化（√）
- 5 . 直播节奏是由主播进行控制的，与直播脚本无关（×）
- 6 . 直播前的站外预热通常会将自己账号的昵称写在简介上，包括直播时间和内容，让粉丝养成定时观看的习惯。（√）
- 7 . 主播在直播的同时，能够与观众互动，与粉丝互动，这样能够让直播内容变得更加有趣，而且提升关注以及人气。（√）
- 8 . 直播复盘总结至少包括直播数据分析，用户活跃度、直播间转粉率、调整改进等内容（√）
- 9 . 声卡分为电脑声卡和手机声卡，可以选电脑和手机通用的声卡，麦克风分为动圈麦和电容麦。直播一般用电容麦。（√）
- 10 . 对于中小卖家来说，可能直播预算有限，可以在直播脚本中提前设计好自己能够承受的优惠券面额、红包金额、赠品支出等，从而提前控制直播预算（√）
- 11 . 直播脚本，总的来说就是时间、场景、人员、道具、产品的综合性调度（√）
- 12 . 直播间的引流款和爆款，通常不是同一个商品（√）
- 13 . 如果主播介绍某款商品的优惠价格是100元，结果消费者付款时发现是150才能买到，这种情况不属于虚假宣传（√）
- 14 . 主播话题引入的核心是模拟用户，提出这个产品能解决什么问题（√）
- 15 . 主播的促单话术，包括：提出问题/放大痛点-解决方法-提升价值/卖前扩需-降低门槛（√）
- 16 . “家人们，咱家这款面霜不仅仅能美白，而且可以把皮肤的大分子打散成小分子，可以让精华更好地吸收”这句话涉及无科学依据，不得使用（×）
- 17 . 主播应该有一个好的形象气质，不论是在直播室还是生活中。好的主播应该塑造好的个人形象和公众形象。（√）
- 18 . 眼影尽量少用超闪，任何颜色只要记住冷色系适合厚眼皮，暖色系适合薄眼皮，从浅到深选浓度，只要保证深浅有层次，夸张的颜色也可以调和在一起。（√）
- 19 . 不要尝试一些造型过于夸张的服装，穿衣在一定程度上也要匹配你的外部环境，不然会显得格格不入。（√）
- 20 . 选择有特色的墙纸能够鲜明的突出主播的风格。可根据主播喜好选购墙纸，切记不要选过于个性或花哨的墙纸，贴这样的墙纸会降低主播的气质。（√）
- 21 . 对于直播软件来说比较重要的是稳定、高并发和低延迟。（√）
- 22 . 直播间的光源包括：自然光、环境光和人造光（√）
- 23 . 在图片与视频拍摄过程中，光线是营造环境氛围、塑造画面造型、表现人物形象的重要手段（√）
- 24 . OBS是一款开源的直播推流软件，它只适用于Windows系统（√）

- 25 . 产品是品牌的代表，是品牌的物质基础，是品牌最主要的有形形象。（ ）
- 26 . 痛点是指尚未被满足的、而又被广泛渴望的需求，它可以驱使我们采取行动，做出改变，所以一旦抓住了痛点，也就找到了直播营销的抓手。（ ）
- 27 . 使用场景指一个产品被使用的时候，用户“最可能的”所处场景。场景包括时间、空间、社交及用户情绪等多个方面（ ）
- 28 . 口碑营销的首要目的树立品牌，其次是口碑相传，最终才是销售。（ ）
- 29 . 因直播交易发生的争议，经认定需查看直播回放的，应由卖家承担相应的举证责任，包括但不限于直播视频回放链接、直播时间等。如卖家提供无效的直播回放或未能提供直播回放的，交易支持退货退款（ ）
- 30 . 粉丝的年龄分布很大程度上暴露了其消费的能力；粉丝的男女比例对于达人选择商品的适用人群具有很强的指向性；粉丝分布的地区代表了不同地区的风俗和爱好；粉丝的活跃时间分布可以了解到粉丝在平台上的活跃时间，对直播的时间安排有帮助。（ ）
- 31 . 竞品分析的内容可以由两方面构成：客观和主观。客观即从竞争对手或市场相关产品中，圈定一些需要考察的角度，得出真实的情况；主观是一种接近于用户流程模拟的结论，比如可以根据事实（或者个人情感），列出竞品或者自己产品的优势与不足（ ）
- 32 . 在直播带货中主播除了介绍产品的优点之外，更重要的是要传递用户购买产品能获得什么利益。要把产品的优点转化为消费者的利益点，就是所谓的，你这么厉害，对我有什么用。（ ）
- 33 . 顾客购买产品，对于产品本身及对于商家都会预先有一个认知，这个认知，也就会形成一定的信任程度。同样的产品，不同的商家、平台，那顾客对于他们的信任度是不同的，当然顾客会选择最可信的商家来购买。（ ）
- 34 . 卖点、痛点、爽点、痒点都是直播中产品推广的切入点，把四个元素融入到产品直播中，大大增加产品的吸引力。（ ）
- 35 . 产品展示可以展开讲解的地方有很多。它包含但不限于产品外观设计、产品质地、使用方法、使用效果、使用技巧分享等（ ）
- 36 . 创意式展示产品可以利用后台工具，进行创意式展示产品充分曝光商品提高转化（ ）
- 37 . 引流款一般指“一元包邮”、“9.9包邮”的低价产品。这些产品虽然利润不高，却可以为直播间带来大量粉丝，带动其他产品的销量。（ ）
- 38 . 引导关注的主要作用是提高直播间人气和粉丝增长（ ）
- 39 . 在直播带货过程中，用户见不到实际的产品，总会有着这样或者那样的疑问，从而对即将要购买的产品犹豫不决。主播要做的就是消除他们的疑虑，可以用到以下的技巧：1.提前列出客户疑虑，并准备好有效答复方案。2.恢复客户的购买信心。3.适时的给客户建议。（ ）
- 40 . 在直播间常用的互动形式是抽奖，可以提升粉丝的活跃度。但是抽奖也要讲究相应的方式和方法，需要集中把奖品抽完，不要把奖品和福利打散在直播中的各个环节。（ ）
- 41 . 主播在讲解中将直播价格和平时价格、其他直播间价格进行对比，突出价格优势，会让粉丝更容易转化消费（ ）
- 42 . 直播的时候，适当的播放一些背景音乐，技能活跃气氛，控制直播的节奏，也能为主播在直播的时候减少一些压力（ ）
- 43 . 直播促销实质上是一种沟通活动，即主播发出作为刺激消费的各种信息，把信息传递到一个或更多的观众，以影响其态度和行为。从而直接的增加粉丝数和提高转化率的一种有效营销。（ ）
- 44 . 优惠券促销，常见的方法包括：优惠券、抵价券、现金券、包邮券（ ）
- 45 . 一般情况下，作为特价优惠对象的“特价品”，必须是消费者所常使用的，或者适合

- 每一个家庭应用的物品（ ）
- 46 . 赠送样品要注意，选择的赠品和产品有关联，这样很容易给消费者带来对产品最直接的价值感。如果赠品与产品相互依存和配合得当，其效果最佳（ ）
- 47 . 直播间抽奖的奖品一般是价格比较高的产品，因为中奖的概率一般很低，如果奖品吸引力度不够的话，顾客兴趣可能不高（ ）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 .直播脚本可分为：整场脚本及（ ）
（A）半场脚本（B）流程脚本（C）单品脚本（D）人员脚本
- 2 .以下哪一个不属于整场脚本的主要作用（ ）
（A）预估直播效果（B）设计直播活动安排（C）规划人员分工（D）提高粉丝互动
- 3 .（ ）是把控直播节奏，规范直播流程，达到预期目标的关键
（A）直播主题（B）直播脚本（C）主播话术（D）排品策略
- 4 .以下哪一个不属于整场直播脚本的要素（ ）
（A）时间及地点（B）商品数量（C）直播流程及人员分工（D）引流视频脚本
- 5 .明确直播主题，也就是明确本次直播的（ ）
（A）KPI（B）ROI（C）目的（D）流程
- 6 .（ ）以下哪一个不属于直播主题
（A）回馈粉丝（B）新品上市（C）电商节大促（D）达人直播
- 7 .直播营销的基础及关键是：以（ ）为中心，以需求为导向
（A）用户（B）产品（C）传播（D）转化
- 8 .用户有想法但没有直接提出、不能清楚描述的需求，需要引导的需求，被称为（ ）
（A）直接需求（B）外力导致的需求（C）刚性需求（D）隐性需求
- 9 .为了保障直播内容的有条不紊，应在直播前首先需要策划（ ）
（A）直播流程（B）人员分工（C）预热视频（D）直播效果
- 10 .以下哪一个不属于直播节奏（ ）
（A）流程节奏（B）单品节奏（C）口播节奏（D）投流节奏
- 11 .直播预热通常有三种类型：站外预热、个人简介预热、（ ）
（A）福利预热（B）短视频预热（C）引流预热（D）社群预热
- 12 .直播前的短视频预热，常见的类型包括：短视频植入预告、福利引导、纯预告和（ ）
（A）真人口播（B）情景剧（C）直播片段（D）热点视频
- 13 .直播互动的主要方式除了抽奖、投票等技术向互动外，还包括（ ）
（A）弹幕互动（B）视频互动（C）贴片互动（D）预热互动
- 14 .直播互动需要遵循的最基本的原则是（ ）
（A）利他原则（B）平等原则（C）互惠原则（D）利己原则
- 15 .直播复盘的主要作用是通过（ ）客观地发现问题，不断优化直播活动，提升直播效果
（A）自我分析（B）数据分析（C）商品分析（D）用户分析
- 16 .直播间内要重点去看的数据包括用户停留时长、互动率、（ ）
（A）商品点击与转化（B）商品展示次数（C）商品点击次数（D）直播观众来源
- 17 .在直播过程中，主要负责介绍产品、活动以及粉丝互动的人员是（ ）
（A）运营（B）场控（C）客服（D）主播

- 18 .直播间想要打造清晰明亮的画面，就需要配合（ ）
 (A) 灯光 (B) 摄像头 (C) 声卡 (D) 支架
- 19 .以下哪一个不属于直播预算的范畴（ ）
 (A) 场地费用 (B) 设备费用 (C) 投流费用 (D) 差旅费用
- 20 .为了解决突发事件，直播预算会设置一定比例的风险备用金，备用金一般按照整体费用的多少比例进行计算（ ）
 (A) 10% (B) 15% (C) 20% (D) 25%
- 21 .以下哪一个内容不属于单品脚本的撰写范畴（ ）
 (A) 品牌介绍 (B) 产品利益点 (C) 引导转化话术 (D) 人员分工
- 22 .明确直播的节奏，首先就是要安排好（ ），控制主播解说的时间
 (A) 商品排序 (B) 福利环节 (C) 互动环节 (D) 人员分工
- 23 .直播间的排品顺序一般是：首先爆款带动销售，最大程度上利用直播流量，其次是推动新款、常销款蹭流量、最后出（ ）
 (A) 折扣款 (B) 福利款 (C) 清仓款 (D) 引流款
- 24 .产品顺序，即直播时先播什么产品，后播什么产品。产品顺序对于直播间（ ）和流量影响是非常大的
 (A) 投放成本 (B) 用户来源 (C) 权重 (D) 在线人气
- 25 .（ ），目的是在提高直播流程顺畅度的同时并降低实际直播中可能会出现的失误
 (A) 直播脚本 (B) 直播预热 (C) 直播投流 (D) 直播彩排
- 26 .主播在直播前要明确产品的（ ），不要在直播间中出现口播优惠价格的错误，这样很容易让消费者心理产生落差感并降低对该购物直播间的信任
 (A) 使用方法 (B) 邮寄时间 (C) 优惠政策 (D) 禁忌人群
- 27 .直播间主播的基础话术模型，即 FAB，指的是：产品特点、产品优点和（ ）
 (A) 产品背景 (B) 产品价值 (C) 产品使用 (D) 产品缺点
- 28 .主播的引导话术可以分为：价值体现、降低成本、举例佐证和（ ）
 (A) 口碑营销 (B) 产品测试 (C) 危机营销 (D) 产品对比
- 29 .主播的话术结构包括：开场白—（ ）—建立信任—产品卖点—使用体验—引导消费—结束语
 (A) 提出痛点 (B) 用户互动 (C) 福利发放 (D) 优惠政策
- 30 .主播讲解使用体验，可以是自己的使用体验，也可以是（ ）
 (A) 官网的评价 (B) 用户的评价 (C) 媒体的评价 (D) 同行的评价
- 31 .以下哪一句口播词不涉及违规（ ）
 (A) “ 这款减肥茶，超级有效，保证你 3 天瘦 20 斤，没效果的话，你來找我 ”
 (B) “ 宝宝们，咱家这个洗面奶，比兰蔻 ‘ 极光 ’ 洗面奶好多了，特别温和，更适合油性皮肤的女生 ”
 (C) “ 想要的老铁们，可以加我微信啊，大家打开我主页，上面就有我的微信，加个微信，交个朋友 ”
 (D) 这款商品根据生意参谋的后台数据，是 2021 年 01 月-2021 年 06 月天然粉类目排行第一 ”
- 32 .（ ）以下哪一个口播词不属于违规词汇
 (A) 过度承诺欺骗的用语 (B) 不文明的语用 (C) 迷信玄学的用语 (D) 分享使用体验的用语

- 33 .下列选项中对主播个人形象描述不正确的是（ ）
 （A）选择合适的妆容（B）选择恰当的姿势和举动（C）选择色彩多样的衣服（D）找到适合自己身形的服装搭配
- 34 .在直播的时候，要注意自己的形象和（ ），直播时搭配什么样的服装，是否需要发型稍微整理，女性是否需要化妆，以什么样的风格出现在观众的视野，这都需要主播提前做好准备。
 （A）精神外貌（B）直播环境（C）服装搭配（D）肢体动作
- 35 .如果主播是眼睛小的温柔型的，（ ）化得尽量淡一点，或者不化。
 （A）上眼睑的眼线（B）下眼睑的眼线（C）上下眼睑的眼线（D）上眼睑的眼影
- 36 .睫毛可用最黑的睫毛膏刷在上睫毛上或者带自然款的假睫毛，下睫毛用（ ）描一下。这样做的好处是让你的眼白看上去更白、更清澈、更显年轻，而且清晰持久。
 （A）眼线笔（B）眼线液（C）眼影（D）修容笔
- 37 .脖子长的主播不建议穿（ ），可以选择百褶领、立领等，围巾方巾搭配短粗项链也是不错的选择，减少视觉拉伸感。
 （A）无领或低领装（B）圆领（C）高领（D）一字领
- 38 .脖子短的主播建议选择（ ），圆领、V 字领等都是可以从视觉上拉长脖子，显得人更有气质。
 （A）低领领形（B）高领领形（C）立领领形（D）翻领领形
- 39 .直播间的规划是极其重要的，一般的主播场地起码在十五平方以上，美妆主播则最少（ ）
 （A）五平方（B）十平方（C）十五平方（D）二十平方
- 40 .直播间不建议使用（ ），因为灯光不好把控，反光强，容易过度曝光。
 （A）白墙（B）黑墙（C）黄墙（D）灰墙
- 41 .（ ）以下哪一个属于电商直播软件？
 （A）斗鱼（B）映客（C）龙珠（D）淘宝
- 42 .直播软件是指利用直播的方式向他人实现（ ）的工具软件
 （A）实时互动（B）商品购买（C）商品出售（D）商品买卖
- 43 .（ ），是一种漫散射的光，没有明确的方向性，不留明显的阴影。反差较小，明暗过渡比较柔和，表现层次变化细腻，色调层次丰富。软光比较柔和和细腻。
 （A）软光（B）硬光（C）顺光（D）逆光
- 44 .（ ）是一种专门用于拍摄人像的特殊用光。脸部阴影一侧对着镜头，灯光照亮脸部的四分之三，其中脸部的任意一侧呈现出倒三角形的亮区，立体感强，层次丰富，更重要的是阴影边的眼睛可以保持炯炯有神的面貌，并具戏剧感。
 （A）伦勃朗光（B）底光（C）顺光（D）逆光
- 45 .用手机进行拍摄时，可以配备专业的（ ），这样操作时可以避免因为手抖动造成的视频画面晃动等问题，适用于一些对拍摄技巧需求高的用户
 （A）手持云台（B）自拍杆（C）手机支架（D）手机外置摄像镜头
- 46 .以下关于使用单反相机拍摄优点的描述，错误的是（ ）
 （A）能够通过镜头更加精确地取景，拍摄出来的画面与实际看到的影像几乎是一致的
 （B）单反相机具有卓越的手控调节能力，可以根据个人需求来调整光圈、曝光度，以及快门速度等，能够比普通相机取得更加独特的拍摄效果
 （C）单反相机的镜头也可以随意更换，从广角到超长焦，只要卡口匹配完全可以随意更换

- (D) 能够有效防止画面抖动情况的发生，拍摄的画面更加清晰、自然
47. OBS 是一个 ()，能把设置的视频显示内容打通发送给直播平台，让直播平台内容显示 OBS 屏幕内容。
(A) 推流软件 (B) 直播软件 (C) 录屏软件 (D) 视频软件
48. 设置推流质量时，根据直播现场上行带宽网络，设置视频比特率，即推流码率。一般建议视频比特率设置 () 之间，设置太高，终端观众观看的流畅性可能会受到影响
(A) 4000-5000 (B) 3000-4000 (C) 2000-3000 (D) 1000-2000
49. 品牌介绍的第一步首先要明确品牌的价值主张是什么，价值主张是客户成交的动因，它包括三个主要价值：功能价值、心理价值和 ()
(A) 人格价值 (B) 产品价值 (C) 用户价值 (D) 社会价值
50. 品牌的功能价值，需要寻找在同类产品当中的 ()
(A) 价值化 (B) 同质化 (C) 稀缺化 (D) 差异化
51. () 是用户在日常生活或者某种行动中遇到问题，需要一种解决方案来化解生活或者行动中的阻碍。
(A) 用户需求 (B) 用户痛点 (C) 用户痒点 (D) 用户爽点
52. 直播营销一定要与消费者的缺乏感建立 ()，大部分失败的营销和产品，更多是关注企业自己的需求，没有和别人的缺乏感联系，从而导致最终需求没有形成。
(A) 关联 (B) 信任 (C) 转化 (D) 传播
53. 以下哪一句话属于直播带货的场景感话术 ()
(A) 既保留了浓郁的香气，又不失醇厚的口感；香气扑鼻而来、口味醇厚，入口有层次感
(B) 包装小巧，不占地，即可随身携带，又为环保做贡献
(C) 更加健康，降低肥胖和心血管疾病的风险
(D) 你要是出差的时候，不想带那么多瓶瓶罐罐的，有这么一小包，多方便啊
54. 以下哪一句话不属于直播带货的场景感话术 ()
(A) 这个香水你喷了，要跳桑巴舞，就是热情到爆炸
(B) 你的减脂餐里面，酱的热量往往最高，你用这个酱，0 脂
(C) 你在办公室里泡一包，大家都能闻到浓香的咖啡味
(D) 这个是可循环的独立绿色包装
55. 用户口碑是通过企业与消费者之间的互动、() 的互动，逐渐形成的
(A) 消费者与消费者之间 (B) 消费者与产品之间 (C) 消费者与用户之间 (D) 用户与产品之间
56. 以下哪一个不属于用户口碑的特点 ()
(A) 成本低、传播快 (B) 可信度高、影响力强 (C) 树立品牌形象、效果持续不断 (D) 传播渠道多，效果不可控
57. 建立粉丝群客服及时解决售后问题，让消费者与主播取得 ()
(A) 信任感 (B) 复购率 (C) 满意度 (D) 较低的退货纠纷
58. 直播交易发生的争议，经认定属于卖家或主播责任的，由 () 先行承担履约、协商、举证、退款、运费等责任。若是因主播违反平台要求或跟卖家的约定导致的争议，卖家向买家承担责任后可向主播/机构等追偿
(A) 卖家 (B) 主播 (C) 平台 (D) 机构
59. 不管是短视频还是直播带货，决定销量的一个重要因素就是“ () ”
(A) 选品 (B) 脚本 (C) 主播 (D) 账号权重

- 60 .以下哪一个不属于直播间选品的主要方向（ ）
 (A) 粉丝画像 (B) 内容垂直度 (C) 产品定价 (D) 账号权重
- 61 .对竞品的使用场景进行分析，通常需要梳理竞品在解决客户问题中的使用场景，并梳理产品的（ ）
 (A) 使用过程 (B) 购买过程 (C) 促销过程 (D) 推广过程
- 62 .竞品分析主要指（ ），要明确自己面临的对手都有哪些，各自的实力如何，在整个竞争格局中处于什么地位，与别人相比，差异性和竞争优势在哪里。从而找到竞争对手的产品在哪些方面优于我们自己的产品，然后改善我们自己的产品，使我们的产品在和竞争的产品在跟市场竞争的过程中形成优势
 (A) 相关领域的对手分析 (B) 多个领域的对手分析 (C) 其他领域的对手分析 (D) 相近领域的对手分析
- 63 .对消费者来说，（ ）是产品满足目标受众的需求点
 (A) 产品特点 (B) 产品卖点 (C) 产品价值 (D) 产品属性
- 64 .以下哪一个不属于提炼产品卖点，实施差异化定位的途径（ ）
 (A) 原材料方面的差异化 (B) 设计方面的差异化 (C) 服务方面的差异化 (D) 营销渠道的差异化
- 65 .以下哪一个不属于用户购买产品的主要因素（ ）
 (A) 产品效果 (B) 使用的方便性 (C) 产品的可信度 (D) 产品的材质
- 66 .产品效果就是产品能够解决顾客的问题的（ ）。与时间周期、使用便捷性、使用时的体验、使用后的效果等等有关系。
 (A) 时间 (B) 程度 (C) 周期 (D) 成本
- 67 .直播营销的第一步是找出（ ），引导需求，想想该产品，消费者会在什么地方用到？用途是什么？例如：没时间做早餐的白领、上班族，想减脂的人群，保健人群等等。
 (A) 消费者痛点 (B) 消费者爽点 (C) 消费者痒点 (D) 产品的卖点
- 68 .“不吃早餐，容易发胖；不吃早餐会得胃癌；不吃早餐会没办法完成上午得工作；吃外面摆摊的早餐，容易拉肚子，不卫生，不健康等等，这种话术属于（ ）
 (A) 找出消费者痛点，引导需求 (B) 将痛点放大，刺激消费者需求 (C) 结合痛点，引出产品 (D) 塑造产品价值
- 69 .以下哪一个不属于体验式展示产品（ ）
 (A) 介绍使用方法 (B) 介绍产品质地 (C) 讲解产品使用效果 (D) 讲解产品优惠信息
- 70 .以下哪一个属于体验式展示产品（ ）
 (A) 进行使用后上脸效果的展示和外观特色的讲解
 (B) 展示产品的水润、吸收程度、延展性等
 (C) 粉底、眼影都可以直接展示上妆效果
 (D) 讲解产品的品牌故事
- 71 .实验展示通常是围绕（ ）展开的，直播实验可以通过一些小道具，将产品卖点具象化，生动有说服力。
 (A) 产品功能性卖点 (B) 产品使用方法 (C) 产品属性 (D) 用户需求
- 72 .以下哪一个不属于创意式展示产品（ ）
 (A) 用直播实验的方式进行专业测试 (B) 到产品的溯源地进行生产加工环节的直播
 (C) 利用贴片及虚拟技术，实现虚实结合的直播 (D) 利用福袋引导用户刷屏的直播
- 73 .以下哪一个不属于直播间常见的产品分类（ ）

- (A) 引流款 (B) 福利款 (C) 利润款 (D) 组合款
74. 一些直播间经常会设置这样的组合套餐：第一件 99 元，第二件 49.9 元，第三件不要钱。用户算算都知道，拍三件最划算。这种商品属于 ()
(A) 引流款 (B) 福利款 (C) 利润款 (D) 组合款
75. 直播互动技巧直接影响直播间的氛围和人气。直播间有人气，才会有趣味，有趣味才会有用户停留。粉丝停留在直播间，才有机会进行后续的 ()
(A) 成交转化 (B) 粉丝转化 (C) 流量提升 (D) 成本降低
76. 主播不仅可以回答粉丝提出的问题，还可以向粉丝提出问题提高互动率，这也是一种很好的直播互动技巧。提问时，尽量要提 ()，比如：大家认为橙色外套漂亮还是黄色外套好看？
(A) 开放性问题 (B) 封闭性问题 (C) 多元性问题 (D) 重复性问题
77. 在促单环节中，以下哪一个不属于增强用户信任感的话术 ()
(A) 示意老用户的使用评价 (B) 展示店铺的好评 (C) 说明产品属于 7 天无理由退换 (D) 强调限量销售
78. 以下哪一个不属于主播在促单环节，经常使用的话术 ()
(A) 建立产品使用的场景感 (B) 抓住用户痛点，强调产品价值 (C) 卖前扩充产品需求 (D) 展示产品的使用方法
79. 以下哪种不属于直播间的互动行为 ()
(A) 点赞承诺 (B) 场观承诺 (C) 互动问题 (D) 限量抢购
80. 高质量的 () 可以提高用户的活跃度，也便于提高直播间人气和平均观看时长
(A) 道具展示 (B) 互动玩法 (C) 人员配合 (D) 服务保障
81. “我给宝宝们算一下，15 片面膜，宝宝们一周用三次，可以用一个月多，平均一天也就不到 1 块钱” 这段话术属于促单环节中利用哪一种价格引导消费 ()
(A) 价格锚点 (B) 算账对比 (C) 比价动作 (D) 限量促销
82. 直播间可以选择日常生活使用频率高且复购率高的产品，再加上直播间催单话术和 ()，给人消费者造成抢购的氛围。
(A) 直播间专属优惠 (B) 直播间氛围 (C) 直播间互动 (D) 直播间限时抢购
83. 直播间提高场观人数，提升氛围，可以打造 ()，通过言语声调表情让一款平平无奇的产品色香味俱全。直播考验的就是代入感，只有这样才能将直播间气氛调动起来
(A) 低价优惠 (B) 主播人设 (C) 真实场景 (D) 直播贴片
84. 以下哪一个不属于直播间常用的提高氛围的方式 ()
(A) 秒杀活动 (B) 抽奖活动 (C) 有奖竞猜 (D) 产品展示
85. VIP 特价、会员日特价、满多少成为会员享受满减优惠等，这种促销方式属于以下哪一种 ()
(A) 捆绑式促销 (B) 会员式促销 (C) 效果对比式促销 (D) 阶梯式促销
86. 买 A 送 B、加十元送 XX 等，这种促销方式属于以下哪一种 ()
(A) 捆绑式促销 (B) 会员式促销 (C) 效果对比式促销 (D) 阶梯式促销
87. () 是指主播在推广产品时，对消费者的消费行为进行心理刺激，也就是奖励。在粉丝受到奖励的后，心理会有一种满足感和愉悦感，这样粉丝对于主播的信任度和购买力将大大增强。
(A) 奖励促销 (B) 借力促销 (C) 临界点促销 (D) 主题促销
88. 以下哪一种属于优惠券促销 ()

- (A) 关注抽奖 (B) 抵价券 (C) 套装购买半价起 (D) 秒杀
- 89 . () 就是利用用户如果发现自己只需小小的投入就可以换来大大的收益，或者只需小小的投入可以解决大大的痛苦，就可以让用户对你的产品“动心”。
- (A) 临界点促销 (B) 限定促销 (C) 组合促销 (D) 奖励促销
- 90 . 限定用户在今天购买产品，可以享受五折优惠，这种促销行为属于 ()
- (A) 折扣促销 (B) 明星促销 (C) 搭配促销 (D) 新品促销
- 91 . () 即通过向消费者赠送小包装的新产品、金额较低的小件商品、买 x 件则送 x 件等形式，使消费者快速地熟悉企业的产品，刺激他们的购买欲望。
- (A) 特价优惠 (B) 购买即赠 (C) 限时抢购 (D) 预售
- 92 . 用户在直播间购买商品时可以得到 ()，该形式对消费者有直观的引诱作用
- (A) 赠品 (B) 主播互动 (C) 及时反馈 (D) 服务保障
- 93 . () 一般是在直播中穿插公布下单中奖的手机尾号，奖品足够吸引的情况下，有些用户可能原本对商品不感兴趣，也可能因为对奖品感兴趣发生购买行为；
- (A) 预售 (B) 限时购 (C) 满减 (D) 抽奖
- 94 . () 以下哪一个不是多数的直播平台可以设置的抽奖玩法
- (A) 分享直播间 (B) 在本场直播中下单 (C) 关注主播 (D) 参与投票活动

售后与复盘

一、判断题（将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”）

- 1 .在出库管理中，可以对订单做合并或拆分等处理。（√）
- 2 .网上订单的后台处理的过程主要包括订单传递、收发电子邮件、订单登录、订单处理状态追踪等。（√）
- 3 .第三方物流又称为合同制物流。（√）
- 4 .通过查询手机短信，可以查询物流单号。（√）
- 5 .固定订货系统比较适用于低价值、需求量小，但需求稳定的物资的管理。（√）
- 6 .售后工作人员应有工作责任感。（√）
- 7 .陪同客户乘坐电梯时，到目的地后，先让客户走出电梯。（√）
- 8 .面对客户的抱怨与投诉，我们应该站在客户的角度想想，并理解客户。（√）
- 9 .对于现场无法回复客户的问题，我们可以在内部商议结果出来之后再告知客户。（√）
- 10 .当客户讲完问题时，我们应该说您的问题我们已经登记了，我们会尽快为您解决。（√）
- 11 .互联网数据分布在网页的不同位置，我们很难采集下来并进行分类。（√）
- 12 .大部分的新媒体平台分析数据可直接在软件后台找到。（√）
- 13 .通过第三方可获取的数据包括点击数量、访问来源数据、用户属性等。（√）
- 14 .收集到的数据在经过筛选、整理之后，还需数据进行统计，才能进行数据分析。（√）
- 15 .Excel 的优点是可以进行站内分析工具和其他第三方工具无法满足的个性化分析。（√）
- 16 .当页面的显示超出当前窗口时自动出现滚动条。（√）
- 17 .单元格是组成工作表的最基本单位，不能拆分。（√）
- 18 .要在输入数字数据之后自动添加文本，使用自定义格式为："文本内容"@。（√）
- 19 .用户不可以直接用 Excel 函数对某个区域内的数值进行一系列运算。（√）
- 20 .不同工作簿移动为鼠标指向工作表标签/拖动（√）
- 21 .折线图适合二维的大数据集，尤其是那些趋势比单个数据点更重要的场合。（√）
- 22 .更改图表类型的步骤为选定图表/图表/图表类型/选择新类型/确定。（√）

二、单项选择题（选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中）

- 1 .（√）系统可实现单次及批量订单，订单管理与库存管理相连接，并且在下订单时有库存预警及提示功能，订单管理同时与客户管理相连接，可查询历史订单情况以及订单的执行情况。
（A）仓库管理（B）经销商管理（C）订单管理（D）销售费用管理
- 2 .以下是常见的购物流程（√）。
（A）1.查看订单状态>2.放入购物车>3.提交订单>4.查找商品 5.收货确认
（B）1.查找商品>2.放入购物车>3.提交订单>4.查看订单状态>5.收货确认
（C）1.查找商品>2.提交订单>3.放入购物车>4.收货确认>5.查看订单状态
（D）1.查找商品>2.放入购物车>3.提交订单>4.查看订单状态>5.收货确认
- 3 .订单信息的可得性是指（√）
（A）获取信息的难易程度（B）信息是否可以获得（C）信息是否可以保存（D）获取信息的

确定性

- 4 .在物流信息系统中，企业订单进入物流企业就是（ ）
 (A)买方信号(B)信息输入(C)交易开始(D)询价
- 5 .配送是物流中一种特殊的、综合的活动形式，是（ ）紧密结合
 (A)物流与资金流(B)商流和资金流(C)物流与信息流(D)商流与物流
- 6 .电子商务中，交易的大多数有形商品可以通过（ ）进行配送。
 (A)线下物流配送方式(B)网络传输的方式(C)短信通知方式(D)自取方式
- 7 .以下哪种方式不能获取物流单号？（ ）
 (A)查收手机短信(B)联系客服(C)拨打 10086(D)通过微信公众号
- 8 .没有快递单号，以下哪种方式不可以查询快递？（ ）
 (A)快递官网查询(B)微信公众号查询(C)支付宝查询(D)斗鱼查询
- 9 .库存在企业中的作用之一是可以平衡（ ）
 (A)采购和运输的波动(B)价格和订货周期的波动(C)供应与需求的波动(D)订货量与订货点的波动
- 10 .企业在途库存的多少取决于（ ）
 (A)订货周期和该时间内的总需求(B)运输时间和该时间内的平均需求(C)运输时间和运输规模(D)订货提前期与运输规模
- 11 .下列哪些不属于售后人员的工作？（ ）
 (A)产品销售(B)工作的检查与监督(C)与客户进行工作协调(D)统计投诉内容及数量并分析原因
- 12 .以下正确的服务措辞有（ ）
 (A)规定就是这样(B)我不知道(C)请问有什么可以帮助您(D)这不是我的工作
- 13 .在与客户通电话时，（ ）正确的。
 (A)哗哗的翻纸(B)与身边的人说话(C)做电话记录(D)吃东西
- 14 .下列哪项是人际交往中应该遵循的？（ ）
 (A)可以不顾他人反应，表达自己的想法(B)自己一个人默默承受委屈和误会(C)不要随意打探别人的隐私(D)遇见熟人当作没有看见
- 15 .在工作中为了安抚客户的情绪，可以多用的话语有（ ）。
 (A)最近有些客户也有与你一样的想法(B)您的心情我可以理解(C)碰到这种情况我也许会跟您一样(D)这是公司的规定
- 16 .要建立与客户的良好关系，可以多用以下话语（ ）。
 (A)您这么讲就不对了(B)您不能这样，您要从我的角度想想(C)感谢您为公司提供了宝贵的意见(D)您这个问题问得好
- 17 .下列哪项不是投诉处理的原则（ ）
 (A)以解决问题为目的(B)避免考核(C)先处理心情，再处理事情(D)信守承诺，积极反馈沟通
- 18 .下列哪项不是投诉处理的要点？（ ）。
 (A)回复内容事实清楚，逻辑清晰(B)客户反馈问题解决方案合理(C)必须完全解决问题(D)抓住客户投诉的关键词
- 19 .以下属于征询语的是（ ）
 (A)请您协助我们……(B)……您看这样好不好？(C)谢谢您的好意，不过……(D)这种情况我们的规定是……

- 20 .当我们因工作需要询问客户姓名，但客户拒绝透露时，哪种回答方式是最好的？（ ）
 (A) 你到底配不配合？(B) 快说，我还忙着呢 (C) 你必须告诉我(D) 方便我们称呼您
- 21 .许多企业组织的管理系统存储了大量的数据，如银行交易事务、政府部门归档等，这些数据是（ ），并能通过基于数据库的存储管理系统进行分析。
 (A) 结构化 (B) 半结构化(C) 无结构(D) 三种都有可能
- 22 .商品数据一般不包括（ ）
 (A) 商品价格(B) 商品分类(C) 商品评价(D) 商品展示
- 23 .（ ）是最重要的数据获取方式，也是数据分析人员最应该优先获取的数据。
 (A) 后台数据获取 (B) 第三方数据获取 (C) 手动统计获取 (D) 调查问卷获取
- 24 .第三方直播数据采集工具是（ ）
 (A) 微信公众号数据 (B) 微博阅读数据 (C) 新榜数据 (D) 多平台的阅读总量数据
- 25 .基于（ ）的目的，数据分析人员需要收集的数据为新增粉丝数据、取消关注数据、推广渠道涨粉数据等
 (A) 解析观众需求 (B) 预估销售额 (C) 提高直播间观众互动意愿 (D) 增加直播间粉丝数量
- 26 .（ ）是目前比较主流的新媒体数据分析工具
 (A) 抖音 (B) 新抖 (C) 微博 (D) 小红书
- 27 .（ ）表格是使用较多的数据统计软件
 (A) Word (B) OneNote (C) PPT (D) Excel
- 28 .在数据处理时，对混乱数据进行梳理并进行重新组合应该进行（ ）
 (A) 组合相关数据 (B) 删除无效数据 (C) 合并重复数据 (D) 汇总相关数据
- 29 .Excel 的一般用途为（ ）。
 (A) 处理数据 (B) 对文字进行编辑和排版 (C) 制作电子幻灯片 (D) 创建笔记
- 30 .（ ）比数据表格更能直观的体现数据的变化趋势。
 (A) 图片 (B) 公式 (C) 图标 (D) 图表
- 31 .（ ）显示当前文件的名称
 (A) 标题栏 (B) 菜单栏 (C) 状态栏 (D) 编辑栏
- 32 .（ ）用于向单元格中输入内容或显示选定单元格中的内容
 (A) 标题栏 (B) 编辑栏 (C) 名称框 (D) 菜单栏
- 33 .单元格按所在的（ ）位置来命名
 (A) 行列 (B) 行 (C) 列 (D) 格
- 34 .如果要分析同一工作簿中多张工作表上的相同单元格或单元格区域中的数据，就要用到（ ）。
 (A) A1 引用 (B) 三维引用 (C) R1C1 引用 (D) 绝对引用
- 35 .（ ）符号的位置决定了 Excel 输入的数字数据相对于添加文本的位置。
 (A) # (B) @ (C) & (D) *
- 36 .若要在单元格中的新行上输入数据，请通过按（ ） 输入换行符。
 (A) Alt+Tab (B) Tab (C) Enter (D) Alt+Enter
- 37 .Excel 表格的常用求和计算公式为（ ）
 (A) AVERAGE (B) SUM (C) A1/B1 (D) STDEV
- 38 .如果要在公式或计算中使用特别复杂的计算，则需要创建（ ）

- (A) 查询和引用函数 (B) 统计函数 (C) 用户自定义函数 (D) 文本函数
- 39 .复制的快捷键是 ()
(A) ctrl+D (B) v+c (C) ctrl+v (D) ctrl+c
- 40 .工作表的删除为 ()。
(A) ctrl+单击 (B) Ctrl+delete (C) 右击工作表标签/删除 (D) ctrl+双击
- 41 .简单的占比图,在不要求数据精细的情况下可以使用 ()。
(A) 饼图 (B) 折线图 (C) 漏斗图 (D) 柱状图
- 42 .只删除图表中的数据的方法为 ()。
(A) 双击对象 (B) 单击对象 (C) 单击图表中的数据系列/DEL (D) 选定工作表中的数据区域/DEL
- 43 .选中图表中的文字,单击上方的 (),在【字体】中可以改变字体的大小,样式,颜色等。
(A) 数据 (B) 插入 (C) 开始 (D) 绘图
- 44 .若要更改图表中显示的数据,可以使用 () 显示或隐藏数据系列。
(A) 图表筛选器 (B) 图标布局 (C) 更改图表类型 (D) 网格线

第 4 部分

操作技能复习题

宣传准备

一、宣传准备（试题代码 1：1.1.1；考核时间：10 min）

1. 试题单

（1）场地设备要求

- 1) 标准计算机教室，1 米×1.5 米操作工位；
- 2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- 3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- 4) 互联网营销师鉴定平台一套。

（2）工作任务

1) 请根据产品属性，点击进入答题页面的指示网站，搜集护肤品产品相关图文素材。

2) 根据产品基础资料，提炼相关主题图片和文字内容，填写到系统指示位置。其中，每款产品图片不超过 3 张，文字不超过 100 字。

（3）技能要求

- 1) 能根据产品资料，搜集正确的图文素材。
- 2) 能针对性地使用截图和复制粘贴等网页，提炼相关主题图片和文字内容。
- 3) 能将图文素材进行合理整合。

（4）质量指标

- 1) 收集的产品图片，主题明确，具有较高分辨率。
- 2) 图片与文字内容相互对应，文字内容控制在 100 字以内，文字通畅，能够准确地介绍产品的相关情况。

2. 评分表

客观评分表

试题编号及名称		1.1.1 宣传准备	考核时间			10min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	
01	3	能从护肤品网页上找出直播相关的 3 款产品。漏一款扣 1 分				
02	3	每款产品和相关图片文字信息对应准确。错一款扣 1 分。				
03	4	每款产品主题图片分辨率清晰，文字与网页文字表述大部分一致，表述流畅。错一款扣 1 分				
合计	10		合计得分			

设备、软件 and 材料准备

一、设备、软件 and 材料准备（试题代码 2：1.2.1；考核时间：10 min）

1. 试题单

（1）场地设备要求

- 1) 标准计算机教室，1 米×1.5 米操作工位；
- 2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- 3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- 4) 互联网营销师鉴定平台一套。

（2）工作任务

- 1) 请根据产品属性，选择合适的直播设备；
- 2) 根据系统提示，选择合适的硬件设备，正确连接设备。

（3）技能要求

- 1) 对各类直播设备的使用情况有相对清晰的理解，能根据产品属性，选择合适的直播设备；
- 2) 能根据系统提示，正确连接设备。

（4）质量指标

- 1) 对于直播设备的使用有正确的认知，能够合理操作，正确连接设备。

2. 评分表

客观评分表

试题编号及名称		1.2.1 设备、软件 and 材料准备	考核时间			10min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	
01	2	从 4 张图片中选取合适的硬件设备，选错一个，扣 1 分。				

02	4	根据摄像头提示调整坐姿位置，并拍摄照片：能完整显示出上半身。未完整显示上半身，扣2分。				
03	4	选择合理的屏幕光线图片；亮度不至于太暗，不至于过爆。亮度过爆或过暗，不得分。				
合计	10		合计得分			

上海商学院版权所有

风险评估

一、风险评估（试题代码 3：1.3.1；考核时间：10 min）

1. 试题单

（1）场地设备要求

- 1) 标准计算机教室，1 米×1.5 米操作工位；
- 2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- 3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- 4) 互联网营销师鉴定平台一套。

（2）工作任务

1) 请根据产品特性，根据系统提示的产品名称，在断网的情况下，制定故障解决方案；

2) 请根据系统提示的风险问题，依照（1）的故障解决方案，继续安排直播。

（3）技能要求

- 1) 能根据产品特性，制订合理的故障解决方案；
- 2) 能有条不紊地在突发状况之下，继续安排直播。

（4）质量指标

- 1) 书写的故障解决方案逻辑清晰，字句流畅，符合实际情况；
- 2) 断网情况之下，能够根据书写的解决方案，按步骤继续安排直播。

2. 评分表

客观评分表

试题编号及名称		1.3.1 风险评估	考核时间			10min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	

01	2	检查 4G/5G 移动网络是否可用，检查各项设备是否连接顺畅，保持通电状态，判断故障情况				
02	3	对着摄像头录一段话，告知因断电产生的环境光消失的情况，通知直播会继续。				
03	4	查验到有两条询价信息漏掉了，对着摄像头录一段话，告知价格，渲染一下产品的优惠力度。				
04	1	准备充电宝等备用储电设备。				
合计	10		合计得分			

直播预演

一、直播预演（试题代码 4：2.1.1；考核时间：15 min）

1. 试题单

（1）场地设备要求

- 1) 标准计算机教室，1 米×1.5 米操作工位；
- 2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- 3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- 4) 互联网营销师鉴定平台一套。

（2）工作任务

- 1) 根据产品资料，设计直播流程，并确定每个流程的直播要点及关键话术。
- 2) 对直播流程中的要点进行预演，并录制关键台词。
- 3) 对直播过程中可能的突发情况进行演练，设计回复词，并预演。

（3）技能要求

- 1) 能编写团队协作的直播脚本；
- 2) 能根据直播脚本测试营销流程。

（4）质量指标

- 1) 直播流程制定规范，能够涵盖整个直播过程的所有关键流程，流程顺序正确无误。
- 2) 关键台词准备充分全面，台词内容与产品相一致，用词准确。
- 3) 突发情况预案，对直播过程中可能出现的突发情况制定预案，预先准备应对台词，且用词精准，突发情况处理得当。
- 4) 台词内容有明确中心，语言组织没有语病，表述通顺流利。

2. 评分表

客观评分表

试题编号及名称		2.1.1 直播预演	考核时间			15min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	
01	5	直播关键流程及顺序设置全部正确的，得5分。 每存在一个流程内容或者顺序错误扣1分，扣完为止。				
02	5	关键流程的直播要点（或者关键话术）全部正确的，得5分。 每存在一个直播要点错误扣1分，扣完为止。				
03	6	每段关键台词预演正确，得2分，共6分。				
04	4	每段突发情况预演录制内容正确，得2分，共4分。				
合计	20		合计得分			

主观评分表

试题编号及名称		2.1.1 直播预演	考核时间			15min
序号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
S1	3	吐字清晰，普通话发音标准。				
S2	2	语言表达没有明显卡顿。				
合计配分	5	合计得分				

直播销售

一、直播销售（试题代码 5：2.2.1；考核时间：15 min）

1. 试题单

（1）场地设备要求

- 1) 标准计算机教室，1 米×1.5 米操作工位；
- 2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- 3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- 4) 互联网营销师鉴定平台一套。

（2）工作任务

- 1) 根据直播销售的产品特点、参数等资料，设计产品营销话术。
- 2) 点击直播平台“开始直播”按钮，进行直播销售。直播销售内容至少应包括产品介绍、产品特点、产品价格等基本信息。
- 3) 结合本场直播销售方案，介绍直播优惠活动，使用营销话术，提升客户购买欲望。

（3）技能要求

- 1) 能使用营销话术介绍产品特点；
- 2) 能介绍平台优惠及产品折扣信息。

（4）质量指标

- 1) 直播时间：直播视频录制时间不少于 3 分钟，不超过 5 分钟。
- 2) 语言表达：普通话发音标准，语言表达流利，没有明显的卡顿。
- 3) 产品介绍：产品功能特点介绍全面，没有产品描述性错误，没有违法违规法律法规的言词。
- 4) 优惠活动介绍：完整表述产品优惠活动，没有错误陈述，没有误导性陈述，表述内容符合法律法规要求。

5) 直播感染力：整个直播过程，语气顿挫、递进，具有感染力，能够激发潜在客户购买欲望。

2. 评分表

客观评分表

试题编号及名称		2.2.1 直播销售	考核时间			15min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	
01	3	直播时长控制在 3~5 分钟（含）的，得 3 分。 直播时长小于（或大于）规定时长的，不超过 30 秒，得 2 分。 直播时长小于（或大于）规定时长的，超过 30 秒，不得分。				
02	5	直播过程没有明显卡顿，口吃的，得 5 分。 如发生明显卡顿，每一处扣除 0.5 分，扣完为止。				
03	4	直播过程没有违反法律法规的表述，得 4 分。 如有违法违规陈述，每一处扣除 1 分，扣完为止。				
04	8	直播过程中，商品介绍营销活动介绍全面，没有错漏的，得 8 分。 存在一处遗漏（或错误）的，扣 1 分，扣完为止。				
合计	20		合计得分			

主观评分表

试题编号及名称		2.2.1 直播销售	考核时间			15min
序号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
S1	2	吐字清晰，普通话发音标准，没有明显的口音。				
S2	2	直播表述、口吻具有感染力，能够激发客户购买欲望。				
S3	1	直播过程中表情动作自然，能够手部动作、面部表情与直播内容、陈述相配合。				
合计配分	5	合计得分				

售后

一、售后（试题代码 6：3.1.1；考核时间：15 min）

1. 试题单

（1）场地设备要求

- 1) 标准计算机教室，1 米×1.5 米操作工位；
- 2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- 3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- 4) 互联网营销师鉴定平台一套。

（2）工作任务

1) 根据系统提示的产品名称，选择合适的产品，拉出其营销数据情况，输出 Excel 表单；

（3）技能要求

- 1) 能根据提示，找到准确的产品，并拉出合适的产品数据；
- 2) 能熟练使用 excel 表格，对数据进行分析。

（4）质量指标

1) Excel 使用情况：能够熟练使用 excel 表格，并对基础信息进行合理筛选。

2. 评分表

客观评分表

试题编号及名称		3.1.1 售后	考核时间			15min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	

01	1	从 5 条产品条目中找到对应产品				
02	3	从全部数据中选取营销数据，删掉不必要信息，缺少后面一步，扣 1 分				
03	3	输出营销数据 Excel 表格，并命名，缺少命名，扣 1 分				
04	3	提交营销数据 Excel 表格，上传回系统，点击提交				
合计	10		合计得分			

复盘

一、复盘（试题代码 7：3.2.1；考核时间：15 min）

1. 试题单

（1）场地设备要求

- 1) 标准计算机教室，1 米×1.5 米操作工位；
- 2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- 3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- 4) 互联网营销师鉴定平台一套。

（2）工作任务

1) 根据系统提示的产品名称，选择合适的产品，拉出其营销数据情况，输出 Excel 表单；

2) 根据操作试题所提供的案例素材，完成销售复盘任务。

3) 在《互联网营销师鉴定平台》中，打开销售复盘操作试题，点击“平台后台管理”按钮，进入直播平台后台页面。在直播后台页中，查看当前直播场次的统计数据。

4) 分析相关报表不同直播场次的销售数据，拉出带货量最高的三场直播数据，分析与带货量最为相关的 2-3 项其他数据。

（3）技能要求

1) 在试题“平台后台管理”页面中，查询、统计、分析当前场次的的数据，按照页面的要求，填写（选择）相关数据（答案），完成答题。

（4）质量指标

- 1) 熟悉 excel 的操作流程；
- 2) 具备基础的数据分析能力。

2. 评分表

客观评分表

试题编号及名称		3.2.1 复盘	考核时间			15min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	
01	2	查看直播场次统计数据，导出相关报表。				
02	4	拉出带货量最高的三场直播数据，输出excel 表单，得3分，少一场，扣1分。 删除其他冗余数据，得1分。				
03	4	总结带货量最高的直播场次特点，分析与带货量最高的2-3项其他数据。				
合计	10		合计得分			

第 5 部分

理论知识考试模拟试卷及答案

互联网营销师（直播销售员）（五级）理论知识试卷

注 意 事 项

1. 考试时间：60 min。
2. 请首先按要求在试卷的标封处填写您的姓名、准考证号和所在单位的名称。
3. 请仔细阅读各种题目的回答要求，在规定的位置填写您的答案。
4. 不要在试卷上乱写乱画，不要在标封区填写无关的内容。

	一	二	总 分
得 分			

得 分	
评分人	

一、 判断题（第 1 题~第 50 题。将判断结果填入括号中。正确的填“ ”，错误的填“ × ”。每题 1 分，满分 50 分）

1. 互联网营销师不完全等同于众所熟知的“带货主播”。（ ）
2. 互联网营销需要不断提高自己的品牌影响力。（ ）
3. 每个人及早制订属于自己的职业生涯规划是十分必要的。（ ）
4. 手机上所记录的各种敏感信息正面临着极其严重的安全威胁。（ ）
5. 产品是指能提供给市场，用于满足人们某种欲望和需要的任何事物，包括卖场、服务、场所、组织、思想、竞争者等。（ ）
6. 互联网营销更精准化，更多元化。（ ）
7. 像素是组成图像的最基本单元。（ ）
8. 不同类别的产品有不同的质量检测标准。（ ）
9. 数字签名应用后，签名者不能否认自己的签名。（ ）
10. 《中华人民共和国劳动法》是为了保护劳动者的合法权益，调整劳动关系，建立和维护适应社会主义市场经济的劳动制度，促进经济发展和社会进步，根据宪法而制定的。（ ）
11. 直播商品的图片素材可以通过商家品牌方获取。（ ）
12. 可以通过调整饱和度，加强拍摄主题的轮廓对比关系，让照片更有层次。（ ）
13. 直播前，直播人员应提前一天准备足够数量和款式的货品，提前了解款式优点和材质特性，以同类搜索销量高的产品数据作为参考数据。（ ）
14. 设计直播标题的逆向思维就是在直播中明确指出产品的缺陷和不足，吸引用户的目光。（ ）

15. 直播时一定要确保稳定的网络环境。一般来说，上传宽带的基本配置为 1Mbps(128KB/S) 以上，推荐配置为 2Mbps (210KB/S) 以上。()
16. 选择安装的直播软件版本需匹配手机的操作系统方可正常使用。()
17. 直播只要做好与观众沟通即可，数据统计与分析不是很重要。()
18. 主播在直播结束后，应及时对直播样品做好入库和归类保存。()
19. 传统的维护管理包括巡视外观，定期更换电池、滤波电容、风机等易损件，大修时做电池活化等。()
20. 在直播中，应注意设备音量大小，以期取得最佳效果。()
21. 突发事件必然导致危机状态的发生。()
22. 所有的电子商务经营者都必须依法办理市场主体登记。()
23. 明确直播主题是直播脚本四个核心要素之一。()
24. 直播节奏是由主播进行控制的，与直播脚本无关。()
25. 商品点击次数指的是用户实际购买商品的次数。()
26. 直播预算不需要每场直播都进行设置。()
27. 直播间的引流款和爆款，通常不是同一个商品。()
28. 直播中的优惠政策包括：满减、买赠、立减、优惠券等。()
29. 主播的促单话术，包括：提出问题/放大痛点-解决方法-提升价值/卖前扩需-降低门槛。()
30. 产品是品牌的代表，是品牌的物质基础，是品牌最主要的有形形象。()
31. 主播在介绍产品卖点时可以先描述出消费者的痛点，恐惧的点，然后给出解决方案，这个解决方案就是产品卖点。()
32. 产品展示可以展开讲解的地方有很多。它包含但不限于产品外观设计、产品质地、使用方法、使用效果、使用技巧分享等。()
33. 创意式展示产品，即通过趣味多元化展示讲解，引发兴趣，提高停留。()
34. 在直播间常用的互动形式是抽奖，可以提升粉丝的活跃度。但是抽奖也要讲究相应的方式和方法，需要集中把奖品抽完，不要把奖品和福利打散在直播中的各个环节。()
35. 舒适清晰的视觉体验，能够大幅增加粉丝浏览深度，也便于提高直播的氛围。()
36. 一般情况下，作为特价优惠对象的“特价品”，必须是消费者所常使用的，或者适合每一个家庭应用的物品。()
37. 在出库管理中，可以对订单做合并或拆分等处理。()
38. 所谓网上单证，就是在电子交易中使用的表格和单证。它是计算机网络的数据库与用户之间的联系界面，是电子交易信息流的逻辑载体。()
39. 第三方物流又称为合同制物流。()
40. 售后工作人员应有工作责任感。()
41. 陪同客户乘坐电梯时，到目的地后，先让客户走出电梯。()
42. 客户情绪激动说了粗话，我们可以骂回去。()
43. 私密性差是互联网数据的特征之一。()
44. 未经汇总的数据通常只代表单一的属性，数据分析人员很难直接看出规律。()
45. 双击可显示或隐藏相应工具栏（视图/工具栏）。()
46. 要在输入数字数据之后自动添加文本，使用自定义格式为：“文本内容”@。()
47. 使用函数可以简化或缩短工作表中的公式，使数据处理简单方便。()
48. 不同工作簿移动为鼠标指向工作表标签/拖动。()

49. 折线图适合二维的大数据集,尤其是那些趋势比单个数据点更重要的场合。()
50. 更改图表类型的步骤为选定图表/图表/图表类型/选择新类型/确定。()

得分	
评分人	

二、 单项选择题（第 1 题~第 50 题。选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中。每题 1 分，满分 50 分）

- () 即通过向消费者赠送小包装的新产品、金额较低的小件商品、买 x 件则送 x 件等形式，使消费者快速地熟悉企业的产品，刺激他们的购买欲望。
(A) 特价优惠 (B) 购买即赠 (C) 限时抢购 (D) 预售
- () 一般是在直播中穿插公布下单中奖的手机尾号，奖品足够吸引的情况下，有些用户可能原本对商品不感兴趣，也可能因为对奖品感兴趣发生购买行为。
(A) 预售 (B) 限时购 (C) 满减 (D) 抽奖
- () 系统可实现单次及批量订单，订单管理与库存管理相连接，并且在下订单时有库存预警及提示功能，订单管理同时与客户管理相连接，可查询历史订单情况以及订单的执行情况。
(A) 仓库管理 (B) 经销商管理 (C) 订单管理 (D) 销售费用管理
- 订单信息的可得性是指()。
(A) 获取信息的难易程度 (B) 信息是否可以获得
(C) 信息是否可以保存 (D) 获取信息的确定性
- 配送是物流中一种特殊的、综合的活动形式，是()紧密结合。
(A) 物流与资金流 (B) 商流和资金流 (C) 物流与信息流 (D) 商流与物流
- 库存在企业中的作用之一是可以平衡()。
(A) 采购和运输的波动 (B) 价格和订货周期的波动
(C) 供应与需求的波动 (D) 订货量与订货点的波动
- 在与客户通电话时，()正确的。
(A) 哗哗的翻纸 (B) 与身边的人说话 (C) 做电话记录 (D) 吃东西
- 下列哪项不是投诉处理的原则()。
(A) 以解决问题为目的 (B) 避免考核
(C) 先处理心情，再处理事情 (D) 信守承诺，积极反馈沟通
- () 是最重要的数据获取方式，也是数据分析人员最应该优先获取的数据。
(A) 后台数据获取 (B) 第三方数据获取
(C) 手动统计获取 (D) 调查问卷获取
- 基于()的目的，数据分析人员需要收集的数据为新增粉丝数据、取消关注数据、推广渠道涨粉数据等。
(A) 解析观众需求 (B) 预估销售额
(C) 提高直播间观众互动意愿 (D) 增加直播间粉丝数量
- Excel 的一般用途为()。
(A) 处理数据 (B) 对文字进行编辑和排版
(C) 制作电子幻灯片 (D) 创建笔记
- 单元格按所在的()位置来命名。

- (A) 行列 (B) 行 (C) 列 (D) 格
13. Excel 表格的常用求和计算公式为 ()。
(A) AVERAGE (B) SUM (C) A1/B1 (D) STDEV
14. 简单的占比图,在不要求数据精细的情况下可以使用 ()。
(A) 饼图 (B) 折线图 (C) 漏斗图 (D) 柱状图
15. 选中图表中的文字,单击上方的 (),在【字体】中可以改变字体的大小,样式,颜色等。
(A) 数据 (B) 插入 (C) 开始 (D) 绘图
16. 直播营销人员可以通过 () 搜集整理数据。
(A) 直播软件 (B) 第三方 APP (C) 手机 (D) 录屏
17. 直播团队中负责保存和管理直播样品的人员是 ()。
(A) 样品管理员 (B) 主播 (C) 运营 (D) 编导
18. 在直播过程中,主播的麦克风出现嗡嗡的电流声,合适的处理方式为 ()。
(A) 调低音量 (B) 调高音量 (C) 检查接头 (D) 更换高级的麦克风
19. 下列不属于数据电文的是 ()。
(A) 电子邮件 (B) 手机短信 (C) 电报 (D) 书面合同
20. 国家对产品质量实行以 () 为主要方式的监督检查制度。
(A) 全面检查 (B) 抽查 (C) 定期巡查 (D) 专项检查
21. 网络直播营销中以下不属于不正当竞争行为的是 ()。
(A) 冒用商标 (B) 夸大商品性能 (C) 虚构交易或评价 (D) 有奖销售
22. 直播脚本可分为:整场脚本及 ()。
(A) 半场脚本 (B) 流程脚本 (C) 单品脚本 (D) 人员脚本
23. 明确直播主题,也就是明确本次直播的 ()。
(A) KPI (B) ROI (C) 目的 (D) 流程
24. 直播预热通常有三种类型:站外预热、个人简介预热、 ()。
(A) 福利预热 (B) 短视频预热 (C) 引流预热 (D) 社群预热
25. 直播复盘的主要作用是通过 () 客观地发现问题,不断优化直播活动,提升直播效果。
(A) 自我分析 (B) 数据分析 (C) 商品分析 (D) 用户分析
26. 以下哪一个不属于直播预算的范畴 ()。
(A) 场地费用 (B) 设备费用 (C) 投流费用 (D) 差旅费用
27. 以下哪一个内容不属于单品脚本的撰写范畴 ()。
(A) 品牌介绍 (B) 产品利益点 (C) 引导转化话术 (D) 人员分工
28. (),目的是在提高直播流程顺畅度的同时并降低实际直播中可能会出现失误。
(A) 直播脚本 (B) 直播预热 (C) 直播投流 (D) 直播彩排
29. 主播的话术结构包括:开场白— () —建立信任—产品卖点—使用体验—引导消费—结束语。
(A) 提出痛点 (B) 用户互动 (C) 福利发放 (D) 优惠政策
30. 下列选项中对主播个人形象描述不正确的是 ()。
(A) 选择合适的妆容 (B) 选择恰当的姿势和举动
(C) 选择色彩多样的衣服 (D) 找到适合自己身形的服装搭配

31. 如果主播是眼睛小的温柔型的，（ ）化得尽量淡一点，或者不化。
 (A) 上眼睑的眼线 (B) 下眼睑的眼线
 (C) 上下眼睑的眼线 (D) 上眼睑的眼影
32. （ ）以下哪一个属于电商直播软件？
 (A) 斗鱼 (B) 映客 (C) 龙珠 (D) 淘宝
33. 用手机进行拍摄时，可以配备专业的（ ），这样操作时可以避免因为手抖动造成的视频画面晃动等问题，适用于一些对拍摄技巧需求高的用户。
 (A) 手持云台 (B) 自拍杆 (C) 手机支架 (D) 手机外置摄像镜头
34. 设置推流质量时，根据直播现场上行带宽网络，设置视频比特率，即推流码率。一般建议视频比特率设置（ ）之间，设置太高，终端观众观看的流畅性可能会受到影响。
 (A) 4000-5000 (B) 3000-4000 (C) 2000-3000 (D) 1000-2000
35. （ ）是用户在日常生活或者某种行动中遇到问题，需要一种解决方案来化解生活或者行动中的阻碍。
 (A) 用户需求 (B) 用户痛点 (C) 用户痒点 (D) 用户爽点
36. 用户口碑是通过企业与消费者之间的互动、（ ）的互动，逐渐形成的。
 (A) 消费者与消费者之间 (B) 消费者与产品之间
 (C) 消费者与用户之间 (D) 用户与产品之间
37. 建立粉丝群客服及时解决售后问题，让消费者与主播取得（ ）。
 (A) 信任感 (B) 复购率 (C) 满意度 (D) 较低的退货纠纷
38. 不管是短视频还是直播带货，决定销量的一个重要因素就是“（ ）”
 (A) 选品 (B) 脚本 (C) 主播 (D) 账号权重
39. 互联网营销师，对企业产品进行多平台（ ）的人员。
 (A) 销售 (B) 售后服务 (C) 营销推广 (D) 广告设计
40. 互联网营销师，需要做好（ ）事情。
 (A) 熟悉自己公司业务 (B) 熟悉网络工具的使用
 (C) 有正确的价值观 (D) 以上都是
41. 通过互联网站、应用程序、论坛、博客、微博客、公众账号、即时通信工具、网络直播等形式向社会公众提供互联网新闻信息服务，应当取得（ ）许可。
 (A) 公安部门 (B) 媒体传播
 (C) 互联网新闻信息服务 (D) 不需要许可
42. 互联网营销师的工作目标是（ ）。
 (A) 像知名主播一样挣钱 (B) 像明星一样出名
 (C) 帮助企业卖货 (D) 发挥自己特长，帮助企业营销和推广产品。
43. 下面不属于直播平台的是（ ）。
 (A) 斗鱼 (B) 虎牙 (C) 熊猫 (D) 闲鱼
44. 遵守职业道德的作用体现在（ ）。
 (A) 促进从业人员发展，与提高道德修养无关
 (B) 提高个人道德修养，与行风建设无关
 (C) 促进行业良好风尚建设，与个人修养无关

- (D) 促进个人道德修养，行风建设和事业发展，
45. 员工守则一般包括一下内容（ ）。
(A) 道德规范 (B) 考勤制度、休假请假制度
(C) 加班值班制度 (D) 以上都是
46. 计算机热启动的操作方法是（ ）。
(A) 按 F2 (B) 同时按 Alt+Ctrl+Del
(C) 按电源开关 (D) 重启显示器
47. 4P 营销理论被归结为四个基本策略的组合，下列不属于 4P 的是（ ）。
(A) 产品 (B) 价格 (C) 人 (D) 促销
48. 互联网营销的特点有（ ）。
(A) 人机互动 (B) 智能化信息 (C) 形式多样 (D) 以上都是
49. （ ）是根据用户使用搜索引擎的方式利用用户检索信息的机会尽可能将营销信息传递给目标用户。
(A) Search Engine Marketing (B) Search Engine Optimization
(C) 新媒体营销 (D) 都不是
50. （ ）是指使用照相机时调整好焦点距离。
(A) 光圈 (B) ISO (C) 景深 (D) 对焦

互联网营销师（直播销售员）（五级）理论知识试卷答案

一、判断题(第1题~第50题。将判断结果填入括号中。正确的填“√”，错误的填“×”。每题1分，满分50分)

1.	2.	3.	4.	5.	6.
7.	8.	9.	10.	11.	12. ×
13.	14. ×	15.	16.	17. ×	18.
19.	20.	21. ×	22. ×	23.	24. ×
25. ×	26. ×	27.	28.	29.	30.
31.	32.	33.	34. ×	35.	36.
37.	38.	39.	40.	41.	42. ×
43. ×	44.	45. ×	46.	47.	48. ×
49.	50.				

二、单项选择题(第1题~第50题。选择一个正确的答案，将相应的字母填入题内的括号中。每题1分，满分50分)

1. B	2. D	3. C	4. D	5. D	6. C
7. C	8. B	9. A	10. D	11. A	12. A
13. B	14. A	15. C	16. A	17. A	18. C
19. D	20. B	21. D	22. C	23. C	24. B
25. B	26. D	27. C	28. D	29. A	30. C
31. B	32. D	33. A	34. D	35. B	36. A
37. A	38. A	39. C	40. D	41. C	42. D
43. D	44. D	45. D	46. B	47. C	48. D
49. A	50. D				

第 6 部分

操作技能考核模拟试卷

注 意 事 项

1. 考生根据操作技能考核通知单中所列的试题做好考核准备；
2. 请考生仔细阅读试题单中具体考核内容和要求，并按要求完成操作或进行笔答或口答，若有笔答请考生在答题卷上完成。
3. 操作技能考核时要遵守考场纪律，服从考场管理人员指挥，以保证考核安全顺利进行。

注：操作技能考核试题评分表及答案是考评员对考生考核过程及考核结果的评分记录表，也是评分依据。

互联网营销师（直播销售员）（五级）

操作技能考核通知单

姓名：

准考证号：

考核日期：

试题 1

试题代码：1.1.1。

试题名称：宣传准备。

考核时间：10min。

配分：10 分。

试题 2

试题代码：1.2.1。

试题名称：设备、软件 and 材料准备。

考核时间：10min。

配分：10分。

试题 3

试题代码：1.3.1。

试题名称：风险评估。

考核时间：10min。

配分：10分。

试题 4

试题代码：2.1.1。

试题名称：直播预演。

考核时间：15min。

配分：25分。

试题 5

试题代码：2.2.1。

试题名称：直播销售。

考核时间：15min。

配分：25分。

试题 6

试题代码：3.1.1。

试题名称：售后。

考核时间：15min。

配分：10分。

试题 7

试题代码：3.2.1。

试题名称：复盘。

考核时间：15min。

配分：10分。

上海商学院版权所有

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核 试题单

试题代码：1.1.1。

试题名称：宣传准备。

考核时间：10min。

1. 场地设备要求

- (1) 标准计算机教室；
- (2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- (3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- (4) 互联网营销师鉴定平台一套。

2. 工作任务

- (1) 请根据产品属性，点击进入答题页面的指示网站，搜集护肤品产品相关图文素材。
- (2) 根据产品基础资料，提炼相关主题图片和文字内容，填写到系统指示位置。其中，每款产品图片不超过 3 张，文字不超过 100 字。

3. 技能要求

- (1) 能根据产品资料，搜集正确的图文素材。
- (2) 能针对性地使用截图和复制粘贴等网页，提炼相关主题图片和文字内容。
- (3) 能将图文素材进行合理整合。

4. 质量指标

- (1) 收集的产品图片，主题明确，具有较高分辨率。

(2) 图片与文字内容相互对应，文字内容控制在 100 字以内，文字通畅，能够准确地介绍产品的相关情况。

上海商学院版权所有

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核 试题评分表及答案

客观评分表

试题编号及名称		1.1.1 宣传准备	考核时间			10min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	
01	3	能从护肤品网页上找出直播相关的 3 款产品。漏一款扣 1 分				
02	3	每款产品和相关图片文字信息对应准确。错一款扣 1 分。				
03	4	每款产品主题图片分辨率清晰，文字与网页文字表述大部分一致，表述流畅。错一款扣 1 分				
合计	10		合计得分			

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核 试题单

试题代码：1.2.1。

试题名称：设备、软件 and 材料准备。

考核时间：10min。

1. 场地设备要求

- (1) 标准计算机教室；
- (2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- (3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、office2003 或以上办公软件；
- (4) 互联网营销师鉴定平台一套。

2. 工作任务

- (1) 请根据产品属性，选择合适的直播设备；
- (2) 根据系统提示，选择合适的硬件设备，正确连接设备。

3. 技能要求

- (1) 对各类直播设备的使用情况有相对清晰的理解，能根据产品属性，选择合适的直播设备；
- (2) 能根据系统提示，正确连接设备。

4. 质量指标

- (1) 对于直播设备的使用有正确的认知，能够合理操作，正确连接设备。

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核

试题评分表及答案

客观评分表

试题编号及名称		1.2.1 设备、软件 and 材料准备	考核时间			10min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	
01	2	从 4 张图片中选取合适的硬件设备，选错一个，扣 1 分。				
02	4	根据摄像头提示调整坐姿位置，并拍摄照片：能完整显示出上半身。未完整显示上半身，扣 2 分。				
03	4	选择合理的屏幕光线图片；亮度不至于太暗，不至于过曝。亮度过曝或过暗，不得分。				
合计	10		合计得分			

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核

试题单

试题代码：1.3.1。

试题名称：风险评估。

考核时间：10min。

1. 场地设备要求

- (1) 标准计算机教室；
- (2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- (3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- (4) 互联网营销师鉴定平台一套。

2. 工作任务

- (1) 请根据产品特性，根据系统提示的产品名称，在断网的情况下，制定故障解决方案；
- (2) 请根据系统提示的风险问题，依照（1）的故障解决方案，继续安排直播。

3. 技能要求

- (1) 能根据产品特性，制订合理的故障解决方案；
- (2) 能有条不紊地在突发状况之下，继续安排直播。

4. 质量指标

- (1) 书写的故障解决方案逻辑清晰，字句流畅，符合实际情况；
- (2) 断网情况之下，能够根据书写的解决方案，按步骤继续安排直播。

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核

试题评分表及答案

客观评分表

试题编号及名称		1.3.1 风险评估	考核时间			10min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	
01	2	检查 4G/5G 移动网络是否可用，检查各项设备是否连接顺畅，保持通电状态，判断故障情况				
02	3	对着摄像头录一段话，告知因断电产生的环境光消失的情况，通知直播会继续。				
03	4	查验到有两条询价信息漏掉了，对着摄像头录一段话，告知价格，渲染一下产品的优惠力度。				
04	1	准备充电宝等备用储电设备。				
合计	10		合计得分			

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核 试题单

试题代码：2.1.1。

试题名称：直播预演。

考核时间：15min。

1. 场地设备要求

- (1) 标准计算机教室；
- (2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- (3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- (4) 互联网营销师鉴定平台一套。

2. 工作任务

- (1) 根据产品资料，设计直播流程，并确定每个流程的直播要点及关键话术。
- (2) 对直播流程中的要点进行预演，并录制关键台词。
- (3) 对直播过程中可能的突发情况进行演练，设计回复词，并预演。

3. 技能要求

- (1) 能编写团队协作的直播脚本；
- (2) 能根据直播脚本测试营销流程。

4. 质量指标

- (1) 直播流程制定规范，能够涵盖整个直播过程的所有关键流程，流程顺序正确无误。
- (2) 关键台词准备充分全面，台词内容与产品相一致，用词准确。

(3) 突发情况预案,对直播过程中可能出现的突发情况制定预案,预先准备应对台词,且用词精准,突发情况处理得当。

(4) 台词内容有明确中心,语言组织没有语病,表述通顺流利。

上海商学院版权所有

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核

试题评分表及答案

客观评分表

试题编号及名称		2.1.1 直播预演	考核时间			15min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	
01	5	直播关键流程及顺序设置全部正确的，得5分。 每存在一个流程内容或者顺序错误扣1分，扣完为止。				
02	5	关键流程的直播要点（或者关键话术）全部正确的，得5分。 每存在一个直播要点错误扣1分，扣完为止。				
03	6	每段关键台词预演正确，得2分，共6分。				
04	4	每段突发情况预演录制内容正确，得2分，共4分。				
合计	20		合计得分			

主观评分表

试题编号及名称		2.1.1 直播预演	考核时间			15min
序号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
S1	3	吐字清晰，普通话发音标准。				
S2	2	语言表达没有明显卡顿。				
合计配分	5	合计得分				

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核

试题单

试题代码：2.2.1。

试题名称：直播销售。

考核时间：15min。

1. 场地设备要求

- (1) 标准计算机教室；
- (2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- (3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- (4) 互联网营销师鉴定平台一套。

2. 工作任务

- (1) 根据直播销售的产品特点、参数等资料，设计产品营销话术。
- (2) 点击直播平台“开始直播”按钮，进行直播销售。直播销售内容至少应该包括产品介绍、产品特点、产品价格等基本信息。
- (3) 结合本场直播销售方案，介绍直播优惠活动，使用营销话术，提升客户购买欲望。

3. 技能要求

- (1) 能使用营销话术介绍产品特点；
- (2) 能介绍平台优惠及产品折扣信息。

4. 质量指标

- (1) 直播时间：直播视频录制时间不少于 3 分钟，不超过 5 分钟。
- (2) 语言表达：普通话发音标准，语言表达流利，没有明显的卡顿。
- (3) 产品介绍：产品功能特点介绍全面，没有产品描述性错误，没有违法相关法律法规的言词。
- (4) 优惠活动介绍：完整表述产品优惠活动，没有错误陈述，没有误导性陈述，表述内容符合法律法规要求。
- (5) 直播感染力：整个直播过程，语气顿挫、递进，具有感染力，能够激发潜在客户购买欲望。

上海商学院版权所有

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核

试题评分表及答案

客观评分表

试题编号及名称		2.2.1 直播销售	考核时间			15min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	
01	3	直播时长控制在 3-5 分钟（含）的，得 3 分。 直播时长小于（或大于）规定时长的，不超过 30 秒，得 2 分。 直播时长小于（或大于）规定时长的，超过 30 秒，不得分。				
02	5	直播过程没有明显卡顿，口吃的，得 5 分。 如发生明显卡顿，每一处扣除 0.5 分，扣完为止。				
03	4	直播过程没有违反法律法规的表述，得 4 分。 如有违法违规陈述，每一处扣除 1 分，扣完为止。				
04	8	直播过程中，商品介绍营销活动介绍全面，没有错漏的，得 8 分。 存在一处遗漏（或错误）的，扣 1 分，扣完为止。				
合计	20		合计得分			

主观评分表

试题编号及名称		2.2.1 直播销售	考核时间			15min
序号	配分	评分细则描述	考评员评分			得分
			1	2	3	
S1	2	吐字清晰，普通话发音标准，没				

		有明显的口音。				
S2	2	直播表述、口吻具有感染力，能够激发客户购买欲望。				
S3	1	直播过程中表情动作自然，能够手部动作、面部表情与直播内容、陈述相配合。				
合计配分	5	合计得分				

上海商学院版权所有

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核 试题单

试题代码：3.1.1。

试题名称：售后。

考核时间：15min。

1.场地设备要求

- (1) 标准计算机教室；
- (2) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- (3) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- (4) 互联网营销师鉴定平台一套。

2.工作任务

- (1) 根据系统提示的产品名称，选择合适的产品，拉出其营销数据情况，输出 Excel 表单；

3.技能要求

- (1) 能根据提示，找到准确的产品，并拉出合适的产品数据；
- (2) 能熟练使用 excel 表格，对数据进行分析。

4.质量指标

- (1) Excel 使用情况：能够熟练使用 excel 表格，并对基础信息进行合理筛选。

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核 试题评分表及答案

客观评分表

试题编号及名称		3.1.1 售后	考核时间			15min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	
01	1	从 5 条产品条目中找到对应产品				
02	3	从全部数据中选取营销数据，删掉不必要信息，缺少后面一步，扣 1 分				
03	3	输出营销数据 Excel 表格，并命名，缺少命名，扣 1 分				
04	3	提交营销数据 Excel 表格，上传回系统，点击提交				
合计	10		合计得分			

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核

试题单

试题代码：3.2.1。

试题名称：复盘。

考核时间：15min。

1. 操作条件

- (1) 计算机（含鼠标、键盘）一台、摄像头一个、耳麦一副；
- (2) 安装 Win7 或以上版本操作系统、Office2003 或以上办公软件；
- (3) 互联网营销师鉴定平台一套。

2. 操作内容

- (1) 根据操作试题所提供的案例素材，完成销售复盘任务。
- (2) 在《互联网营销师鉴定平台》中，打开销售复盘操作试题，点击“平台后台管理”按钮，进入直播平台后台页面。在直播后台页中，查看当前直播场次的统计数据。
- (3) 分析相关报表不同直播场次的销售数据，拉出**带货量最高**的三场直播数据，分析与带货量最为相关的 2-3 项其他数据。

3. 操作要求

在试题“平台后台管理”页面中，查询、统计、分析当前场次的**数据**，按照页面的要求，填写（选择）相关数据（答案），完成答题。

4. 质量指标

- (1) 熟悉 excel 的操作流程；
- (2) 具备基础的数据分析能力。

上海商学院版权所有

互联网营销师（直播销售员）（五级）操作技能考核

试题评分表及答案

客观评分表

试题编号及名称		3.2.1 复盘	考核时间			15min
编号	配分	评分细则描述	考评员评分			最终得分
			1	2	3	
01	2	查看直播场次统计数据，导出相关报表。				
02	4	拉出带货量最高的三场直播数据，输出excel 表单，得3分，少一场，扣1分。 删除其他冗余数据，得1分。				
03	4	总结带货量最高的直播场次特点，分析与带货量最高的2-3项其他数据。				
合计	10		合计得分			