
《电子商务文案写作》课程考试复习题库及答案

一、单选题

1. 下面不属于增强信任感方法的是()。

- A、权威认证
- B、客户证明
- C、解决受众的顾虑
- D、口头说明

答案：D

2. 写作技术策略型软文的关键是()。

- A、伪技术类的广告
- B、先进性和创新性的技术
- C、深奥的, 凸显自己专业的内容
- D、浅显易懂的小技巧

答案：B

3. 广告文案一般由标题, 导语, 广告正文等要素组成, 是指广告作品中用以表达主题和创意的是__

- A、图案
- B、语言文字
- C、声像
- D、汉字

答案：B

4. 文案是什么

- A、交易撮合的媒婆
- B、写出高深文字的作家
- C、用笔工作的推销员
- D、表达情感的文艺青年

答案：C

5. 广告语表现中, 最富有感情色彩, 最有感召力, 最平易近人的形式是__

- A、诗歌语
- B、陈述语
- C、口语
- D、散文语

答案：C

6. 下面对电商文案写作说法不正确的是()。

- A、写作宣传型电商文案需要考虑: 如何让内容与品牌或企业的整体风格与形象更贴近
- B、写作促销型电商文案需要考虑: 如何体现商品的低价
- C、写作互动型电商文案需要考虑: 如何激发受众的兴趣, 调动他们的互动积极性
- D、写作活动推广型电商文案需要考虑: 如何提高活动的吸引力

答案：B

7. 下面对标题的说法不正确的是()。

- A、标题要让受众明白你要真实准确地表达的信息
- B、有趣的标题能够提升受众的阅读欲望

C、具有痛点的标题内容可以更加打动受众

D、标题内容要尽量书面化, 专业化

答案: D

8. 下面不属于传统文案载体的是 ()

A、报纸

B、杂志

C、图书

D、网络平台

答案: D

9. “‘酱’出名门, 传统好滋味”这则标题使用了哪种命名技巧 ()。

A、文化特点

B、善用谐音

C、巧用修辞

D、感情渲染

答案: B

10. 销售型的电商文案中需要有明确的购买引导, 下列不属于该内容的是 ()。

A、立即购买

B、立即抢

C、一键加购

D、查看其他

答案: D

11. 下面不是电子商务文案工作职业目标的是 ()

-
- A、知识目标
 - B、能力目标
 - C、思想目标
 - D、理念目标

答案：D

12. 下面对电商文案岗位的说法不正确的是()。

- A、电商文案岗位的工作职责是文案的写作与内容的策划
- B、电商文案岗位要求任职人员具有较高的新鲜信息敏锐度
- C、电商文案岗位要求任职人员要有协调合作能力
- D、电商文案岗位要求任职人员要有高度的责任感

答案：A

13. 品牌在推广产品时邀请名人代言用的是那种提炼产品卖点的方式()

- A、卖概念
- B、卖名人
- C、卖品质
- D、卖形象

答案：B

14. 下列修辞手法中运用了通感手法的是()

- A、味至浓时是故乡
- B、唯一的不同是处处都不同
- C、岂止于大
- D、去征服所有不服

答案：A

15. 对偶修辞手法是指()

- A、三个以上结构相同或相似, 字数相近的短语或句子
- B、一对结构相同或相近, 字数相等的句子或短语连接起来表达相似相关或相对相反的意思。
- C、为了更突出更鲜明地强调某些事物
- D、形象化的修辞

答案：B

16. 公民媒体或者个人媒体指的是()

- A、自媒体
- B、富媒体
- C、新媒体
- D、传统媒体

答案：A

17. 以下不属于展示类电子商务文案的是()

- A、微博推广文案
- B、商品促销活动文案
- C、商品详情页文案
- D、海报文案

答案：D

18. 看够了生活的脸色, 用口红回敬一点_____

- A、脸色

B、难堪

C、色彩

D、颜色

答案：D

19. 下面对构建场景说法不正确的是()。

A、构建场景就是给受众制造一个与商品或品牌相关的场景想象或场景联想

B、构建场景最常用的方法是通过生活相关展开联想

C、受众痛点不能作为展开联想的方法

D、构建场景最重要的是要让受众有代入感, 以获得认同

答案：C

20. 消费者在购物过程中会偏向于购买某个品牌的商品, 或是价格不超过某个范围的商品, 这样的消费心理我们将其称之为()。

A、随性心理

B、强迫心理

C、实惠心理

D、习惯心理

答案：D

21. 以下不属于推广类电子商务文案的是()

A、微博推广文案

B、微信推广文案

C、今日头条文案

D、品牌故事文案

答案：D

22. ()是微信个人号最早出现的变现方式之一。

A、社群

B、内容电商

C、平台补助

D、微商

答案：D

23. 微信朋友圈文案不适合采用()方法进行写作。

A、生活和情感分享

B、商品信息介绍

C、故事引导

D、展示消费评价

答案：C

24. 电子商务文案中不仅包括(),还能通过图片、视频、链接等网络元素来丰富文案的内容,使文案更加富有吸引力。

A、文字

B、语言

C、图案

D、符号

答案：A

25. "广告文案"一词来自英文

A、COPY-WRITER

B、ADVERTISINGCOPY

C、ADVERTISE

D、COPYADVERTISEMENT

答案：B

26. 下面对文案说法正确的是()

A、文案是广告的核心

B、文案创意决定了对消费者的吸引力

C、文案是消费者了解商品或服务的一个渠道

D、文案是指广告作品中的所有语言文字

答案：A

27. 下面不能突显社群文案内容价值的是()。

A、群成员的需求痛点

B、商品能带来的益处

C、价格优惠和体验分享

D、心灵鸡汤或励志故事

答案：D

28. 下面对电子商务文案岗位描述不正确的是()

A、电子商务文案岗位的工作职责仅涉及文案工作

B、电子商务文案岗位要求任职人员具有较高的新鲜信息敏锐度

C、电子商务文案岗位要求任职人员要有协调合作能力

D、电子商务文案岗位需求量巨大

答案：A

29. 电子商务文案服务于电子商务, 不管是文案主题表达, 还是具体的商品信息传播, 都是为了促进()的产生和完成。

- A、消费
- B、交换
- C、交易
- D、流通

答案: C

30. 下面对软文说法不正确的是()。

- A、软文与硬广的最大区别就是, 软文讲究藏而不露, 以柔克刚
- B、新闻稿是指一篇完整的新闻性文章, 需要有明确的主题
- C、软文不需要主题, 随意发挥只要有吸引力即可
- D、最新活动、人事变动、业绩报告等内容不适合软文写作

答案: C

31. 下面对电商文案写作说法不正确的是()。

- A、写作宣传型电商文案需要考虑: 如何让内容与品牌或企业的整体风格与形象更贴近
- B、作促销型电商文案需要考虑: 如何体现商品的低价
- C、写作互动型电商文案需要考虑: 如何激发受众的兴趣, 调动他们的互动积极性
- D、写作活动推广型电商文案需要考虑: 如何提高活动的吸引力

答案: B

32. 商品详情页的写作原则应坚持虚实结合原则, 实指的是什么()

- A、产品信息的描述

B、产品背景

C、产品加工过程

D、买家反馈

答案：A

多选题

1. 电子商务文案学习领域的素质目标包括：()

A、树立竞争意识和营销意思, 培养学生的动手能力和实践能力。

B、培养学生的创新思维、创新意识和创新能力, 形成以创新为营销之本的观念、

C、形成文案撰写的基本思路。

D、开成正确的消费观念和整体的、系统的商品推广理念。

答案：ABCD

2. 下面属于标题命名方式的是()。

A、宣事式

B、恐吓式

C、提问式

D、对比式

答案：ABCD

3. 微博文案主要是通过() 互动行为来进行传播。

A、私信

B、转发

C、评论

D、点赞

答案：BCD

4. 广告主题在其确定过程中, 要努力避免广告主题的同一化和分散化, 它的选定必须注意这样一些要求()

- A、独树一帜
- B、简洁有力
- C、新颖刺激
- D、醒目统一

答案：ABCD

5. 广告正文从文字的结构段落角度看, 其层次结构是()

- A、发端语
- B、中心语
- C、结束语
- D、过渡语

答案：ABC

6. 核心关键词可以说是网站的灵魂, 对网站的重要性不言而喻, 如果选择了错误的核心关键词, 网站将无法获得理想的排名, 那么, 该怎么来选择核心关键词()

- A、内容相关性
- B、百度指数
- C、定位精准
- D、商业价值

答案：ABCD

7. 提出问题了解顾客的需求有哪些()

-
- A、开放式提问
 - B、封闭式提问
 - C、信息收集提问
 - D、针对性提问

答案：ABCD

8. 写作电商文案前需要搜集并整理的资源有()。

- A、企业或商品宣传册
- B、技术文件
- C、竞争对手资料
- D、使用者反馈

答案：ABCD

9. 电商文案具有以下哪些特点()。

- A、内容多元化
- B、互动性强
- C、推广力度大
- D、时效性强

答案：ABCD

10. 电子商务文案可以发表在很多平台, 如()载体。

- A、网店
- B、微信
- C、微博

D、论坛

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/918111127031007012>