

全国 2019 年 4 月高等教育自学考试
电子商务概论试题
课程代码:00896

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 电子商务的安全要素中,“不可抵赖性”表现为
 - A. 电子商务系统应防止对交易信息的随意更改
 - B. 电子商务系统应防止交易中信息被非法截获
 - C. 电子商务系统应防止系统延迟和拒绝服务的发生
 - D. 电子商务系统应确保交易双方的身份信息是合法和可靠的
2. 下列关于 SSL 协议叙述不正确的是
 - A. 商家可以对客户进行认证
 - B. 客户可以对商家充分认证
 - C. 有利于商家而不利于客户
 - D. 可以提高应用程序之间数据的安全系数
3. 通用分组无线服务技术是
 - A. 蓝牙技术
 - B. WAP 技术
 - C. GPRS 技术
 - D. Wi-Fi 技术
4. 业务流程重组的英文缩写是
 - A. ERP
 - B. BPR
 - C. CRM
 - D. MIS
5. 下列属于企业硬件资源的是
 - A. 运输工具
 - B. 人力资源
 - C. 企业品牌
 - D. 管理活动
6. 在 SWOT 矩阵分析中,“借助外部机会弥补内部劣势”属于
 - A. SO 战略
 - B. WO 战略
 - C. ST 战略
 - D. WT 战略

7. 在产品创新流程中, 市场人员让消费者去试用新产品, 如发现问题则返回给研发人员修改, 这一阶段属于
- A. 产品概念阶段 B. 产品定义阶段
C. 产品试验推广阶段 D. 产品设计和样品研制阶段
8. 企业功能社会化是指
- A. 企业管理信息化 B. 企业鼓励员工发明创新
C. 企业流程自动化 D. 企业充分利用社会资源
9. 下列关于创客空间运行模式叙述正确的是
- A. 创客空间有固定的模式与主题
B. 创客空间依靠职能部门来构建
C. 创客空间的结构以工作流程为中心
D. 创客空间的宗旨是帮助大企业进一步提高研发能力
10. 在广告联盟营销的付费方式中, “Pay Per Click” 指的是
- A. 按展示付费 B. 按引导付费 C. 按销售付费 D. 按点击付费
11. 企业通过客户间的相互交流将产品信息或品牌传播开来, 这种营销方式是
- A. 搜索营销 B. 微信营销 C. 口碑营销 D. 定制营销
12. “网络消费者比以前更加关注产品质量” 所体现的消费者心理特征变化是
- A. 理性意识加强 B. 方便的心理加强
C. 主体意识加强 D. 对价格便宜的需求加强
13. 在客户关系管理中, “确定公司的销售对象” 所处的阶段是
- A. 客户延伸 B. 客户选择 C. 客户保留 D. 客户获得
14. 客户买了相机, 网络系统会自动推荐相机包, 这类销售形式是
- A. 再销售 B. 自动销售 C. 向上销售 D. 交叉销售
15. 在反映联系强度的指标中, 衡量“客户隔多久访问网站” 的是
- A. 链接频率 B. 链接深度 C. 链接范围 D. 链接广度
16. 两个企业通过资源共享求得共同发展的战略是
- A. 市场合作战略 B. 市场跟进战略
C. 市场补缺战略 D. 市场进攻战略
17. 企业根据市场供给状况即时确定产品价格的定价策略是
- A. 高位定价策略 B. 联盟定价策略
C. 低位定价策略 D. 动态定价策略
18. 一般由比较大的买方企业开发和运作的电子采购系统是
- A. 行业平台 B. 中介系统
C. 采购方系统 D. 销售方系统

19. 下列不属于网络著作权客体的是

- A. 网络小说
- B. 网站域名
- C. 链接标志
- D. 计算机软件

20. 下列不属于电子商务信用关系的是

- A. 直接信用关系
- B. 间接信用关系
- C. 第二方信用关系
- D. 第三方信用关系

二、多项选择题：本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。

21. 电子商务服务业的作用包括

- A. 增加管理层级
- B. 促进社会创新
- C. 促进社会分工协作
- D. 降低社会交易成本
- E. 提高社会资源配置效率

22. 网络广告联盟的要素包括

- A. 广告主
- B. 联盟会员
- C. 物流平台
- D. 支付平台
- E. 联盟营销平台

23. 将市场划分为完全竞争、垄断、垄断竞争和寡头垄断四种类型，其判断标准包括

- A. 企业注册资金
- B. 企业人力资源状况
- C. 企业控制价格的能力
- D. 企业产品标准化程度
- E. 企业进入市场难易程度

24. 电子商务背景下供应链面临的挑战主要有

- A. 市场竞争激烈
- B. 退换货比例加大
- C. 市场需求萎缩
- D. 物流模式发生改变
- E. 难以把握客户需求

25. 下列属于域名争议的有

- A. 域名申请
- B. 域名盗用
- C. 域名恶意抢注
- D. 域名权利冲突
- E. 反向域名侵夺

非选择题部分

注意事项：

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、简答题：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。

26. 简述电子商务导致企业组织结构重组所呈现的趋势。
27. 简述使用波特五力模型的三个步骤。
28. 简述大数据营销的主要特点。
29. 简述市场进攻战略的适用条件。
30. 简述企业自营物流的局限性。

四、分析题：本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分。

31. HW 是一家网络通讯设备生产商，主要生产服务器、交换机、存储器、录像机、手机等产品。为了拓展销售渠道，HW 决定建立企业网站。在网站建设过程中，HW 将自身分散的设备、功能、信息等进行连接整合，并与供应商、银行、海关、税务等单位实现紧密对接，为全球用户提供订单处理与售后等服务。伴随用户的不断增长，网站多次扩容。下一步，HW 欲进军物联网领域，根据物联网的技术架构要求，开发新产品，进行产品更新换代，努力提升竞争地位。

请回答：

- (1) HW 网站的建设与使用体现了哪些由系统结构决定的电子商务特点？（6 分）
- (2) 物联网的技术架构有哪些层次？（3 分）
- (3) HW 进行产品更新换代属于哪类电子商务加强型战略？并举例说明。（3 分）

32. DG 是一个销售生鲜食品、半成品食材的社区小店，通过推出美食 APP 实现了线上线下的融合，降低了与消费者的沟通成本。消费者在 APP 上可以秀自己的食谱，还可以预约食材和菜单，在约定的时间去小店取食材或享受厨师的现场烹饪服务。在 APP 上，DG 鼓励用户实时分享菜肴和优惠券信息，实现了零成本推广；为食品企业发布有偿广告；为 VIP 付费会员企业提供美食数据分析。

请回答：

- (1) DG 小店开展了哪种电子商务模式？该模式的优点有哪些？（6 分）
- (2) DG 的主要赢利模式有哪些？（6 分）

五、材料题：本题 16 分。

33. DS 公司的材料

DS 是一家电视生产商，通过企业网站建立了与用户直接沟通的渠道。DS 在产品的设计、研发、销售、售后和运营的每一个环节均能直达用户，保证用户的深度参与，以实现“千万人参与、千万人研发、千万人使用、千万人传播”的生产经营理念。

传统设计与研发模式下，企业通常根据自身经验制定产品设计与研发规划，工程师掌控研发环节，生产部门批量生产产品。DS 产品研发思路则更多地来源于用户，根据“千万用户”的需求打造了很多个性化产品，使自己的产品与众不同，在顾客看来具有独特性，从而建立起了竞争优势。DS 的生产实现了精准预测，销售实现了动态控制。

随着社会化媒体时代的到来，DS 加大了社会化媒体营销，为目标客户提供更加精准的服务。除了广泛采用微博、微信等社会化传播手段，DS 还在自己的网站上增加了用户视频上传功能，建立网络社群。DS 注重将品牌信息与社会焦点事件相关联，引导用户参与讨论，利用社会化媒体网络上的粉丝关注效应和社群效应，增加其产品信息的曝光量，持续深化企业与用户的关系。DS 还建立了一套监控机制，对用户群体进行细分和数据跟踪。由于社会化媒体用户数量巨大，且用户之间分享、互动频繁，使得品牌信息被迅速传播，DS 的品牌知名度得到了提升。

根据上述材料，请回答下列问题：

- (1) DS 公司采用了哪一种经营业务战略？（2分）
- (2) 结合 DS 公司材料，阐述定制生产的主要优势。（6分）
- (3) 分析 DS 的社会化媒体营销对策。（8分）