

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)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

- 下列不属于推动移动电子商务发展主要技术的是
A. 移动 IP 技术 B. ADSL 拨号上网
C. 无线应用协议 WAP D. 移动定位系统 MPS
- 内联网的英文是
A. Net B. Extranet C. Intranet D. Internet
- Web 技术的基础是
A. SSL 协议 B. FTP 协议 C. HTTP 协议 D. SMTP 协议
- Tag 技术是一种
A. 异步通信技术 B. 同步通信技术
C. 信息聚合技术 D. 信息分类技术
- 能够将平面文件生成 EDI 标准格式的 EDI 软件是
A. 转换软件 B. 翻译软件 C. 通信软件 D. 识别软件
- 远程通信网属于电子商务系统框架结构中的
A. 网络层 B. 信息发布/传输层
C. 一般业务服务层 D. 电子商务应用层

7. 下列关于商务流程叙述正确的是
- A. 商务流程是一个无序集合
 - B. 商务流程是业务流程的一种
 - C. 商务流程活动中的要素是独立存在的
 - D. 商务流程参与者的目标是销量最大化
8. 将商务模式实施到公司组织结构的是
- A. 赢利模式
 - B. 资本模式
 - C. 技术模式
 - D. 商务运营模式
9. 通过向消费者销售产品、信息或服务取得收入的电子商务赢利模式是
- A. 广告模式
 - B. 订阅模式
 - C. 销售模式
 - D. 会员制模式
10. 从本质上讲, 驱动企业制定电子商务战略的是
- A. 商业
 - B. 政府
 - C. 信息技术
 - D. 通信技术
11. 完整的产品包括三个层次, 为手机购买者提供的操作手册属于
- A. 核心产品
 - B. 外围产品
 - C. 外延产品
 - D. 另付费产品
12. 产品创新流程的最后阶段是
- A. 产品概念
 - B. 产品定义
 - C. 产品设计
 - D. 大规模促销
13. 工业经济的主要特点是大规模制造, 该生产方式的关系是
- A. 一对一
 - B. 多对多
 - C. 一对多
 - D. 多对一
14. 企业以低于竞争对手的产品或服务价格取得竞争优势的经营业务战略是
- A. 拓展战略
 - B. 集中化战略
 - C. 差异化战略
 - D. 成本领先战略
15. 下列属于衡量网上消费者心理特征的指标是
- A. 收入状况
 - B. 上网时间
 - C. 主体意识
 - D. 网民年龄
16. 按照实施主体不同, 企业电子商务采购模式分为
- A. 卖方、买方和第三方采购模式
 - B. 战略支援型、部门统合型采购模式
 - C. 电子邮件招标和网上拍卖采购模式
 - D. 进货型、单独业务型和定制采购模式
17. 下列关于电子商务采购的叙述中, 正确的是
- A. 电子商务采购都是基于 EDI 的
 - B. 电子商务采购系统一般被称为 ERP 系统
 - C. 不同企业的电子商务采购活动步骤完全相同
 - D. 电子商务采购从商业模式上来讲, 以 B2B 和政府采购为主

18. 商品实体的流动属于
- A. 商流 B. 物流 C. 信息流 D. 资金流
19. 条码技术解决的物流瓶颈问题是
- A. 数据录入 B. 地图浏览 C. 信息交互 D. 地理定位
20. 能提供综合性供应链解决方案的物流模式是
- A. 第四方物流 B. 第三方物流 C. 企业自营物流 D. 企业物流联盟

二、多项选择题（本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分）

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 电子商务系统的三个基本要素是
- A. 交易主体 B. 交易过程
C. 广告服务 D. 电子技术
E. 网络社区
22. 一般业务服务层实现的网上商务活动包括
- A. 网络营销 B. 电子支付
C. 在线购物 D. 电子认证
E. 商业信息安全传送
23. 电子商务产品的发展趋势包括
- A. 越来越注重产品的内容 B. 越来越多的产品数字化
C. 越来越繁琐的操作方法 D. 越来越多的产品信息化
E. 越来越低的产品附加值
24. 下列属于数据挖掘在客户关系管理（CRM）中应用的有
- A. 在线促销 B. 在线购买
C. 发现潜在客户 D. 延长客户的驻留
E. 了解客户的浏览行为
25. 某服装公司在采购布料业务上，面向供应商在线发布采购信息，并承担监理、维护和更新产品目录的工作。这种电子商务采购模式可归类为
- A. 单独业务型采购模式 B. 战略支援型采购模式
C. 卖方电子商务采购模式 D. 买方电子商务采购模式
E. 第三方电子商务采购模式

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. 简述加密技术的概念，并指出其两大类型。
27. 简述 UN/EDIFACT 数据格式的三个要素。
28. 简述电子商务的基本流程。
29. 简述 B2C 的细分模式。
30. 简述波特五力模型的要素。

四、论述题（本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分）

31. WPH 是一家专门做授权品牌特卖的网站，确保正品，其品牌形象已深入人心。网站客户服务接入方式多样，提供了自动应答、电话中心等方式。上线以来，网站推出了各种形式的网络广告，不断优化在百度及 google 上的推广策略。WPH 还建立了微信公众号，发布新品信息和在线优惠券，通过与客户的深度交流，确定出优质客户并定期提供个性化推荐。请回答：
 - (1) WPH 建设网络品牌营销的主要方法有哪些？（6 分）
 - (2) WPH 在面对客户、接触客户时采用了哪些客户关系管理要素？（6 分）
32. CK 是一家在线销售山东土特产的公司。该公司与山东农产品加工企业建立了供货关系；与天津、佛山、昆山、成都等地的专业物流公司建立合作以服务于各区域客户；与各大团购网站建立合作以扩大销售渠道；近年公司还收购了一些农产品生产基地为客户提供观赏、采摘等服务。请回答：
 - (1) CK 公司采用了哪一种物流模式？该物流模式的优点有哪些？（8 分）
 - (2) 指出 CK 公司采用的市场合作战略。（4 分）

五、材料题（本题 16 分）

33. 余额宝的材料

余额宝是支付宝推出的一项余额增值服务，用户把钱转入余额宝中就可获得一定的收益。余额宝交易过程完全经由 Internet 实现，用户可以不受时空限制，随时存取余额宝内的资金。余额宝提供了内容丰富、交互性强的使用帮助服务，以方便与用户的双向沟通。

作为一款面向广大消费者的虚拟金融产品，余额宝强调“稳健收益”、“安全保障”和“随时存取”三大产品特征。余额宝网站建设独具特色，主页简洁清晰，在显著位置提供了便捷的产品体验入口，在用户个人账户页面上，余额宝还提供了自动转入、分期支付等多项定制服务。

2013年6月余额宝上线后立即受到了消费者的追捧。2013年12月余额宝规模已经超过1800亿元，2014年6月更是突破了5700亿元。余额宝初期的巨大成功刺激了互联网理财基金行业的出现和迅猛发展，出现了苏宁发布的“零钱宝”和腾讯发布的“理财通”等市场跟进产品，竞争日益加剧。2014年下半年以来，余额宝的发展速度明显放缓，2014年底其规模定格在5789亿元。目前，类似互联网理财基金产品已经超过50种，但半数以上规模低于100亿元，余额宝的市场规模仍为最大，在行业中处于遥遥领先的地位。

根据上述材料，请回答：

- (1) 余额宝利用 Internet 实现交易过程，表现出电子商务的哪些特点？（4分）
- (2) 借助 4Cs 模型分析余额宝营销手段。（6分）
- (3) 请为“零钱宝”设计两种市场跟进的方法。（6分）