

全国 2019 年 10 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. 餐馆外卖网站“必胜客宅急送”所属的商业模式是
A. B2B
B. B2C
C. B2G
D. C2C
2. 企业内部用于业务处理和信息交流的网络是
A. Internet
B. Intranet
C. Extranet
D. Network
3. 下列电子商务安全技术中,最为基本的是
A. 加密技术
B. 数字签名
C. 数字证书
D. 数字信封
4. 云计算可以通过动态扩展功能,在单点服务器崩溃的情况下,保证应用和计算的正常运转,这体现的云计算特征是
A. 成本低
B. 通用性
C. 高可靠性
D. 超大规模
5. 电子商务企业通过改进和改变现有产品或服务增加销量的战略是
A. 多元化战略
B. 市场开发战略
C. 产品开发战略
D. 市场渗透战略

6. 传统企业组织结构是
- A. 扁平型
B. 职能型
C. 网络化
D. 团队化
7. 下列属于电子商务服务生态系统扩展层的是
- A. 买家
B. 卖家
C. 软件服务商
D. 电子商务平台
8. 下列不属于电子商务防御型战略的是
- A. 剥离战略
B. 收缩战略
C. 清算战略
D. 一体化战略
9. 下列关于电子商务产品发展趋势的说法中，错误的是
- A. 越来越注重产品的内容
B. 越来越多的产品数字化
C. 越来越多的产品信息化
D. 越来越注重产品的包装
10. 下列不属于创客文化基因的是
- A. DIY 文化
B. 传统文化
C. 硅谷文化
D. 车库文化
11. “网络使消费者的参与性更强、企业的服务更好，真正实现由生产引导型向消费引导型转变”，这体现的电子商务生产模式特征是
- A. 文化特征
B. 知识特征
C. 更新快特征
D. 个性化服务特征
12. 下列关于网络营销说法错误的是
- A. 网络营销的互动性强
B. 网络营销可以 24 小时不间断
C. 网络营销中市场信息更不对称
D. 网络营销可以实现无店面销售
13. 下列属于网络调研方法中的间接调研法的是
- A. 网络问卷法
B. 网络观察法
C. 在线实践法
D. 利用搜索引擎查找资料法
14. 把网页等文件分解、分析，并存入数据库的过程属于搜索引擎工作流程中的
- A. 抓取
B. 索引
C. 排序
D. 搜索词处理
15. “精心服务于市场中某些细小部分，通过专业化经营来占据有利的市场地位”，这种市场战略属于
- A. 市场补缺战略
B. 市场合作战略
C. 市场跟进战略
D. 市场进攻战略

16. 客户在网上商店购买手机后，系统向他推荐存储卡和充电宝，这种个性化推荐形式属于
- A. 关系推荐 B. 再销售推荐
C. 交叉销售推荐 D. 向上销售推荐
17. 下列关于企业实施成本领先战略的说法中，错误的是
- A. 企业通过各种手段使自己的产品或服务与众不同
B. 企业想尽办法使自己的产品或服务价格低于竞争对手
C. 企业在进行交易时有更大的主动权抵御购买者的讨价还价
D. 企业可能因为一味追求低成本，丧失了预见产品的市场变化能力
18. 下列不属于电子商务背景下供应链企业发展机遇的是
- A. 规模化效应增强
B. 在线支付功能普及
C. 准确把握客户的需求信息
D. 准确把握客户对产品的反馈信息
19. 电子采购系统中，对采购方系统理解正确的是
- A. 提供一站式服务，促进买家之间形成竞争
B. 一般由销售企业开发，尽可能提高销售价格
C. 一般由网上中介机构开发，为交易方提供交易平台
D. 一般由买方企业开发，以提高交易效率和加强过程控制
20. 将他人知名域名抢注为商标的行为是
- A. 权利冲突 B. 商标侵权
C. 著作权侵夺 D. 反向域名侵夺

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. 下列属于移动支付的业务模式有
- A. 邮局汇款 B. 银行取款
C. 手机圈存 D. 手机钱包
E. 手机银行
22. 下列可用于进行电子商务战略分析的工具具有
- A. 五力模型 B. ER 模型
C. 二八定律 D. SWOT 矩阵
E. 波士顿矩阵

23. 供应链的管理主要包括

- A. 人员流通管理
- B. 商业流通管理
- C. 信息流通管理
- D. 资金流通管理
- E. 物资流通管理

24. 电子商务信息发布与传输层的伦理问题包括

- A. 商业信用问题
- B. 网络信息的污染问题
- C. 信息安全性的破坏问题
- D. 支付工具的安全性问题
- E. 网络服务器的故障问题

25. 电子商务中可以获得专利的客体包括

- A. 电子商务技术
- B. 商业方法系统
- C. 电子商务客户信息
- D. 第三方信用关系
- E. 电子商务供应商信息

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. 简述由电子商务系统结构决定的电子商务特点。
- 27. 简述内联网的特点。
- 28. 简述电子商务服务业的作用。
- 29. 简述波士顿矩阵的四类业务单元。
- 30. 简述电子商务与物流的关系。

四、分析题: 本大题共 2 小题, 每小题 12 分, 共 24 分。

- 31. 微信是一款社交网络应用程序, 其基本功能是为用户提供免费的即时通信服务。此外, 微信在收取一定费用的情况下, 为聊天用户提供更加丰富的聊天表情包和社交游戏, 为企业提供广告空间和虚拟商铺。据统计, 目前全球微信月活跃账户超过 10 亿, 日发送消息数约 380 亿条, 月人均使用时长超过 30 小时, 越来越多的网民信任微信平台, 乐于在微信朋友圈分享信息。

请回答:

- (1) 根据微信用户的统计数据, 分析网上消费者特征。(6 分)
- (2) 分析微信的赢利模式。(6 分)

32. LifeJia 是一家传统家具生产商。随着电子商务的快速发展, LifeJia 从大规模生产模式转型为大规模定制模式。LifeJia 允许用户深度参与到产品设计中, 这大大提高了客户的满意度。同时, 定制化的生产, 使得 LifeJia 的市场占有率增加, 订货反应时间缩短, 库存量减少, 从而提高了企业利润。LifeJia 将目标客户群定位为青年群体, 通过在微信、微博等社交媒体分享优秀设计作品, 与用户互动交流, 使用户变为品牌构建的参与者。此外, LifeJia 进行数据监测和分析, 不断改进企业的营销效果。请回答:

(1) 结合 LifeJia 的做法分析大规模定制生产为企业带来的好处。(6 分)

(2) 分析 LifeJia 采用了哪些社会化媒体营销的对策。(6 分)

五、材料题: 本题 16 分。

33. NCake 公司材料

NCake 是一家在线销售蛋糕的企业, 目前有经典蛋糕系列和极致蛋糕系列等。NCake 致力于以最优异的品质、最好的服务体验和最优惠的价格为消费者服务, 受到消费者广泛认可, 销售额屡创新高。

为了扩大市场, NCake 采取了一系列促销活动。NCake 不定期推出免费试吃、赠送福利卡或代金券等活动; 每个月研发一款爆款新品, 以较低的价格吸引消费者尝鲜; 经常推出一些蛋糕与面包、饼干等组合销售活动; 对于批量购买代金券的消费者给予一定的折扣; 根据消费者的要求定制蛋糕, 单独定价。

NCake 建立了自己的客户关系管理系统。为了方便与消费者接触, NCake 通过电话中心、官方网站、手机 APP、微信企业公众号、微博企业账号等多个渠道与消费者沟通; 借助客户关系管理系统, NCake 能够更精准地了解消费者, 对那些最具潜力的消费者定期推送产品促销信息。为了及时处理消费者的问题, NCake 与企业内部不同部门、相关物流公司进行信息协调, 迅速响应消费者提出的问题, 以提升消费者的满意度。

此外, NCake 与支付宝、微信支付等第三方支付平台合作, 为消费者提供方便的支付方式; 与传统物流公司合作, 实现了 2 小时极速配送。这些都提升了消费者的体验, NCake 影响力越来越大。

根据上述材料, 请回答下列问题:

(1) 分析 NCake 采用了哪些市场合作战略。(4 分)

(2) 分析 NCake 采用了哪些定价策略。(6 分)

(3) 分析 NCake 的客户关系管理系统是如何面对客户和处理客户问题的。(6 分)