

2024年4月自考公共课考试：电子商务概论历年真题精选

一、单项选择题

1、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

2、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

3、下列关于大规模生产模式叙述不正确的是_____

- A. 大规模生产产生规模经济
- B. 大规模生产是一种“一对一”的模式
- C. 大规模生产的市场法则是“守着产品找顾客”
- D. 大规模生产用一种产品满足不同消费者的需求

4、在客户关系管理中，“确定公司的销售对象”的阶段是_____

- A. 客户延伸
- B. 客户选择
- C. 客户保留
- D. 客户获得

5、下列属于传统企业组织结构典型特征的是_____

- A. 网络化
- B. 柔性化
- C. 扁平型
- D. 职能型

6、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

7、下列属于电子商务物流特点的是_____

- A. 配送频次少
- B. 配送批量大
- C. 配送分散性
- D. 服务共性化

8、“增加客户购买公司产品范围或种类”所属的客户关系管理阶段是_____

- A. 客户延伸
- B. 客户保留
- C. 客户选择
- D. 客户获得

9、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

10、 “电子商务企业通过收购兼并等方式，取得上游供应商的所有权或增加对其控制权的战略”称为_____

A. 前向一体化战略

B. 后向一体化战略

C. 横向一体化战略

D. 供应链一体化战略

11、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

12、下列属于内联网特征的是_____

A. 强调各个企业间的连接

B. 强调各个组织网站间的连接

C. 强调企业与消费者间的连接

D. 只为企业内部服务，不对公众公开

13、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

14、在赢利模式要素中，“企业可以获取利润的产品和服务”指的是_____

- A. 利润点
- B. 利润源
- C. 利润对象
- D. 利润屏障

15、生产及流通过程中，涉及将产品或服务提供给最终用户所形成的网链结构称为_____

- A. 供应链
- B. 客户链
- C. 企业联盟
- D. 利益相关者

16、电子商务的安全要素中，“完整性”表现为_____

- A. 电子商务系统应防止对交易信息的随意改动
- B. 电子商务系统应防止对交易信息非法截获或读取
- 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

17、捏造损害竞争对手商誉的虚假信息并利用微博传播，这种不正当竞争行为属于_____

- A. 虚拟宣传
- B. 商业诋毁
- C. 侵犯商业秘密
- D. 挟持网络舆论评价

18、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

19、在 SWOT矩阵分析中，“利用企业的优势，回避或减少外部威胁的冲击”属于_____

A. SO战略

B. ST战略

C. WO战略

D. WT战略

20、在产品创新流程中，研发部门做出产品设计方案属于_____

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

二、多项选择题

21、软件著作权财产权包括_____

A. 转让权

B. 修改权

C. 署名权

D. 专有使用权

E. 使用许可权

22、互联网金融的特征有_____

A. 零风险

B. 去中介化

C. 发展快

- D. 监管完善
- E. 市场标准化

23、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

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

三、简答题

26、简述电子商务生产方式对企业的影响。

27、简述数字鸿沟产生的原因。

28、简述市场进攻战略的适用条件。

29、简述使用波特五力模型的三个步骤。

30、简述企业自营物流的局限性。

四、分析题

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，进行产品更新迭代，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？
2. 物联网的技术架构有哪些层次？
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。

32、TN是一家在线旅游公司，专注于为消费者提供旅游线路、机票、酒店、租车等服务。随着旅游网站的涌现，公司面临的竞争越来越激烈，酒店、航空公司等提高了与TN公司的合约价，很多民宿、租车公司开始直接为消费者提供在线服务，一些著名的国外旅游网站也计划进入中国市场，消费者选择增多，TN公司利润空间逐渐萎缩。为此，TN公司对价格策略进行了如下调整：根据不同消费者的需求制定了高中低端多种旅游线路；根据季节、天气等变化及时调整价格；为订单量达到一定数额的消费者提供折扣价格等。经过一段时间的运营，公司经营业绩获得改善。

请回答：

1. 用五力模型分析TN公司的竞争环境。

2. 分析 TN 公司采用了哪些定价策略。

五、材料题

33、K 公司材料

K 公司是一家从事传统健身业务的俱乐部，公司多年来发展稳定，在当地市场拥有较高份额。近几年，传统健身产业市场逐渐饱和，增长缓慢。K 公司注意到移动互联网的发展为健身产业带来了新的市场机遇，在线健身业务受到广大健身爱好者的喜爱，发展迅速。K 公司及时推出一款智能健身 APP 并大力推广，很快取得了较高的市场份额。

在深刻理解互联网思维方式的基础上，K 公司深入调查了消费者的需求意向，让消费者参与到健身产品设计中，为其制定个性化的健身方案，使他们能借助 APP 随时随地进行愉快健身，提升了客户体验。K 公司利用互联网整合了现有资源，除自有教练外还吸引了一些社会上专业健身教练注册加入。

为增加赢利能力，K 公司采取了以下措施：在 APP 中开设商城，销售运动健身商品；在健身视频中为一些运动服饰商进行有偿广告宣传；为 VIP 付费会员提供私人教练进行“一对一”在线指导；为每月支付订阅费用的 VIP 用户定期推出独享专业指导视频。

经过一段时间的运营，K 公司的 APP 已成为集健身教学、社交、健身饮食指导、装备购买为一体的运动应用服务平台，为用户创造了一种智能运动生活，带给他们更有品质的新生活方式。

根据上述材料，请回答下列问题：

1. K 公司的传统健身业务和在线健身业务分别属于波士顿(BCG)矩阵中的哪种业务？
2. K 公司的 APP 设计思路体现了怎样的互联网思维？
3. 分析 K 公司的电子商务赢利模式。

34、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、微信等社会文化传播手段，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. 结合DS公司材料，阐述定制生产的主要优势。
3. 分析DS的社会化媒体营销对策。

参考答案

一、单项选择题

1、D

]电子商务生产-电子商务生产管理→电子商务生产方式对企业的影响

[解析]电子商务生产方式对企业的影响：1.企业成为“学习组织”。企业应鼓励个人发明创新和合作设计。2.企业注重知识网络建设。电子商务环境下企业的成功是由其对知识和技术有效的搜集和使用来决定的。3.企业功能社会化。电子商务彻底改变企业理念，重组设计、生产、检测、销售环节。消费者参与到生产环节中，电子商务充分利用社会资源使企业功能社会化。4.企业管理信息化。电子商务环境下，企业掌握了许多信息化资源。故本题选 D。

2、 B

[考点]公共政策问题-知识产权→网络著作权

[解析]网络著作权客体具体包括以下几个方面内容。1.数字化作品。2.直接以数字化形式创作的作品。3.网页。4.数据库。5.链接标志。故本题选 B。

3、 B

[考点]电子商务生产-电子商务生产模式→生产模式的转变

[解析]大规模生产模式是指企业开发一种产品，然后组织规模化的大批量生产，用一种标准产品满足不同消费者需求的模式，是一种“一对多”的模式。大规模生产模式产生规模经济，成为近代工业社会的主要模式，比工业社会早期的模式进步了许多。大规模生产模式的市场法则是“守着产品找顾客”。大规模定制模式的市场法则是“围着顾客找产品”。故本题选 B。

4、 B

[考点]客户关系管理-客户关系管理理论→客户关系管理的网络营销活动

[解析]客户延伸是指增加客户从公司购买产品的范围或种类，这一过程通常又被称为“发展客户”。客户保留是指保留现有客户所进行的营销活动。客户获得是指与新客户建立关系。客户选择是指确定公司将要销售的对象。故本题选 B。

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/148026102103006130>