

## 2023年4月《电子商务概论》全国自考试题

### 一、单项选择题

- 1、以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动称为\_\_\_\_\_。
  - A. 电子商务
  - B. 国际商务
  - C. 市场营销
  - D. 网络营销
- 2、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
- 3、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
- 4、“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
- 5、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

6、对企业的业务流程进行根本性再思考和再设计指的是\_\_\_\_\_

- A. 新产品开发
- B. 市场营销管理
- C. 业务流程重组
- D. 客户关系管理

7、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

8、“增加客户购买公司产品的范围或种类”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、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

10、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

11、下列关于创客创新叙述正确的是\_\_\_\_\_

A. 创客们更注重社区的培育

B. 创客项目的唯一诉求是利益

C. 创客创新过程全部采取自上而下的路径

D. 创客的产品开发是从公司到市场的线性模式

12、数据挖掘在客户关系管理中可以发挥的作用是\_\_\_\_\_

A. 发布信息

B. 存储信息

C. 接触客户

D. 发现潜在客户

13、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

14、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

15、在广告联盟营销的付费方式中，“PayPerClick”指的是\_\_\_\_\_

A. 按展示付货

B. 按引导付费

C. 按销售付费

D. 按点击付费

16、根据网络外部性，网络的价值随着拥有成员的增加而发生的变化是\_\_\_\_\_

A. 周期波动

B. 保持均衡

C. 不断增加

D. 不断减少

17、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. 空间的宗旨是帮助大企业进一步提高研发能力

18、电子商务企业经营过程中的计划、组织、实施和控制等管理工作的总称指的是\_\_\_\_\_

A. 商务模式

B. 电子商务赢利模式

C. 电子商务营销模式

D. 电子商务运营模式

19、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

20、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

## 二、多项选择题

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、电子商务定价特点包括\_\_\_\_\_

- A. 降低了交易价格
- B. 有利于个性化定价
- C. 全球性影响定价
- D. 有利于消费者间的信息沟通

E. 打破了产品价格信息的不对称性

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、与传统营销相比，网络营销的特点包括\_\_\_\_\_

A. 全球性

B. 空间的虚拟性

C. 时间无限制性

D. 信息沟通的廉价性

E. 客户的不变性

25、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

### 三、简答题

26、简述企业自营物流的局限性。

27、简述电子商务产生的原因。

28、简述电子商务生产方式对企业的影响。

29、简述数字鸿沟产生的原因。

30、简述市场进攻战略的适用条件。

#### 四、分析题

31、HE 是一家大数据营销服务商。HE 与多家信息平台合作采集数据，为客户制定个性化的大数据营销方案，实时指导其市场营销活动。HE 帮助客户根据广告受众的地理位置、关注内容等有的放矢地投放广告，从而以较小的成本取得显著的营销效果。为更好地服务客户，HE 通过微信公众号、微博官方账号等了解不同客户的反馈信息，并提供大数据研究报告和专家文章，许多客户愿意主动分享传播，吸引了很多新客户主动关注，迅速提高了 HE 的行业知名度，带来了更多的业务机会。

请回答：

1. 分析 HE 为客户提供的营销的主要特点。

2. 分析 HE 社会化媒体营销的优势。

32、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。

#### 五、材料题

### 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 在产品设计与研发、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. 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。

### 34、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。

## 参考答案

### 一、单项选择题

1、A

[考点]电子商务概论-电子商务的概念→电子商务的定义

[解析]电子商务是以信息技术为手段，以商品交换为中心的商务活动；也可理解为

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/756020204150010220>