

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

www.zikaokao365.com

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,再涂涂其他答案标号。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。

1. 下列关于 SSL 协议的描述不正确的是
A. 包含握手协议
B. 不会存在商家欺诈
C. 在网络上普遍使用
D. 包含消息加密协议
2. 将标准化的商业文件从计算机到数据通讯网络,再到商业伙伴的计算机,中间不需要人工干预,采用这种信息传送方式的是
A. EDI
B. 传真
C. 电传
D. 电子邮件
3. 我们通常指的 EDI 标准是
A. ANSIX.12
B. TDCC
C. ISO/IEC
D. UN/EDIFACT
4. 电子商务服务商是电子商务系统的服务性要素之一,根据其提供服务的对象不同,阿里巴巴属于
A. B2B
B. B2C
C. C2C
D. ASP
5. 按商务流程的规模划分,某超市新供应商的商品引进流程属于
A. 宏观的商务流程
B. 中观的商务流程
C. 微观的商务流程
D. 供应的商务流程
6. 卖方备货、组织货源,同时进行报关、保险、取证等活动所处的交易阶段是
A. 交易前准备
B. 交易磋商
C. 签订合同
D. 履行合同和索赔

7. 网络商品直销的商务模式属于
- A. B2B 模式 B. C2B 模式 C. B2C 模式 D. C2C 模式
8. 关于英式拍卖正确的说法是
- A. 起始价高 B. 公开拍卖
C. 由卖方出价 D. 鲜花适合该拍卖方式
9. 适合采用电子商务隐形进攻战略的网站是
- A. 大型水平网站 B. 成熟社区网站
C. 大型专业垂直网站 D. 后起的、弱小的网站
10. 电子商务系统结构的框架组成是
- A. 三个层次和两个支柱 B. 两个层次和三个支柱
C. 三个层次和三个支柱 D. 两个层次和两个支柱
11. 电子商务领域最为常见的市场结构是
- A. 完全竞争 B. 垄断 C. 垄断竞争 D. 寡头垄断
12. 音乐唱片属于数字产品中的
- A. 过程 B. 服务
C. 信息和娱乐产品 D. 象征、符号、概念
13. 从网络内容、数据、文档中发现有用信息，挖掘出隐藏在网络数据或文档中的知识内容，这一过程是
- A. Web 日志挖掘 B. Web 结构挖掘
C. Web 内容挖掘 D. Web 使用模式挖掘
14. 提供操作手册、电话支持等服务，是产品三个构成层次的
- A. 核心产品 B. 外围产品 C. 外延产品 D. 无形产品
15. 下列产品或服务中，不适合版本定价策略的是
- A. 农副产品 B. 电子报纸
C. 网络游戏 D. 计算机软件
16. 企业根据交易水平的供给状况即时确定出售产品或服务的价格，这种定价策略是
- A. 联盟定价 B. 低位定价 C. 动态定价 D. 个性化定价
17. 下列关于企业市场进攻战略特点的描述中，不正确的是
- A. 开拓性强 B. 风险性大
C. 潜在利润高 D. 短期的投资活动
18. 全球定位系统的英文缩写是
- A. GIS B. GPS C. GDP D. ERP

19. 联系强度是指企业与目标客户之间开展的链接的程度和数量。下列不适合度量联系强度的是
- A. 客户隔多久访问网站
 - B. 客户采购金额的大小
 - C. 客户有多少与企业的接触点
 - D. 客户如何充分地使用网站
20. 以具体业务需求为导向, 采购活动被分解为更细的部分, 突出专业采购的特点, 这类采购是
- A. 单独业务型采购
 - B. 进货型采购
 - C. 战略支援型采购
 - D. 部门统合型采购

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. 博客的赢利模式包括
- A. 平台收费
 - B. 中介收费
 - C. 流量收费
 - D. 服务收费
 - E. 使用收费
22. 电子商务生产方式对企业的影响是多方面的, 包括
- A. 企业管理信息化
 - B. 企业功能社会化
 - C. 企业成为“学习组织”
 - D. 企业注重知识网络建设
 - E. 企业推行“福特生产模式”
23. 电子商务采购的优势包括
- A. 提高企业效率
 - B. 降低采购成本
 - C. 扩大交易范围
 - D. 向全球化采购转变
 - E. 提高供应链获利能力
24. 关于长尾理论, 下列描述正确的有
- A. 数字产品销售适合长尾理论
 - B. 长尾理论被看作是对传统二八定律的颠覆
 - C. 长尾理论被看作是对传统二八定律的肯定
 - D. “长尾效应”强调的是大众文化和小众文化的区别
 - E. 只要存储和流通的渠道足够大, 众多小市场汇聚成可以与主流大市场相匹敌的市场能量
25. 企业业务流程的构成要素包括
- A. 活动
 - B. 活动的方式
 - C. 活动的结果
 - D. 活动的承担者
 - E. 活动的连接方式

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. 举例说明网络外部性的含义，并分析电子商务的网络外部性。
27. 简述 Web1.0 和 Web2.0 的主要区别。
28. 简述电子商务环境下，企业业务流程重组的几个方面。
29. 简述电子商务定价的特点。
30. 简述网络环境下消费者的心理特点。

四、论述题（本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分）

31. 美国亚马逊公司（Amazon.com）在线销售图书、音像制品、数码等共 15 大门类的产品。在美国，亚马逊没有建立自己的物流配送部门，而是选择与 Fedex、UPS 等著名的第三方物流企业合作。这些企业均具有完善的物流跟踪系统，可以与亚马逊的网上销售系统集成在一起，为用户提供几乎实时的物流到货信息跟踪与查询服务。

请回答：

- (1) 按照交易主体分类，亚马逊属于哪种电子商务模式？该模式又可细分为哪几种类型？（4 分）
 - (2) 亚马逊公司为什么选择与第三方物流合作？简要说明电子商务物流与传统物流的不同点。（8 分）
32. 某运动服装公司在其网上商城向消费者直接销售产品。2012 年将其网上销售产品分为运动鞋、运动服饰和运动服配件三个业务单位。根据相关数据，运动鞋业务市场趋于成熟，该公司的市场占有率比较高，销售增长率不高。该公司运动服配件的销售增长率和市场占有率已经处于萎缩。

请回答：

- (1) 请画出波士顿矩阵图，并判断该公司的运动鞋业务和运动服配件业务属于哪类产品。（6 分）
- (2) 该公司完成全部网上交易流程，并将货物送达到客户手中，还需要哪些服务性要素的参与和支持？（6 分）

五、材料题（本题 16 分）

33. JD 商城的材料

JD 商城于 2004 年初进入电子商务领域，面向最终消费者在线销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰等 11 大类数万个品牌 30 余万种优质商品。

为了打造自身良好的网络品牌形象，JD 商城在很多方面做出努力。JD 商城的网页建设别出心裁，提供了灵活多样的商品展示空间，消费者查询、购物都不受时间和地域的限制。网站还通过各种搜索引擎进行网站推广，网页上有不同形式、引人注目的网络广告。

JD 商城非常重视客户关系管理方面的建设，提供了包括移动商务在内的多种接入形式，并在北京等城市率先推出“211 限时达”配送服务，在全国实现“售后 100 分”服务承诺，随后又推出“全国上门取件”、“先行赔付”、7×24 小时客服电话、“价格保护”、“延保服务”等安全与服务举措。JD 商城通过数据挖掘等技术寻找网站的高质量客户和潜在客户，为其定期提供促销信息，并寻找客户的深层次需求。

JD 商城斥巨资成立物流公司，布局全国物流体系。目前，JD 商城分布在华北、华东、华南、西南的四大物流中心覆盖了全国各大城市，并在武汉、沈阳等六座城市设立二级库房，在天津、苏州等近 60 座重点城市建立了城市配送站，为用户提供物流配送、货到付款、移动 POS 刷卡、上门取换件等服务。

请根据上述材料，回答下列问题：

- (1) 简述网络品牌营销的含义，并分析 JD 商城是如何进行网络品牌建设的。（8 分）
- (2) 结合客户关系管理要素，分析 JD 商城主要运用了哪些客户关系管理的策略。（6 分）
- (3) 分析 JD 商城属于哪一种物流模式。（2 分）