

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。

1. “将分离的设备、功能、信息等要素集中成为一个相互关联的、统一的系统”体现的电子商务特点是
A. 协调性
B. 安全性
C. 集成性
D. 可拓展性
2. 下列关于电子商务产生原因的叙述中,不正确的是
A. 市场竞争是催化剂
B. 智能手机的普及与应用
C. 国际经济交往的客观要求
D. 信息技术为电子商务奠定了技术基础
3. 电子商务最基本的安全措施是
A. 加密技术
B. 认证技术
C. SSL 技术
D. SET 技术
4. 下列关于数字时间戳叙述正确的是
A. 数字时间戳由金融机构提供
B. 数字时间戳的实现需要数字签名
C. 数字时间戳的实现无需加密技术
D. 数字时间戳的时间可以任意设定

5. 下列关于 3G 主要特点叙述正确的是
- A. 单速率传送
B. 单业务传送
C. 采用宽带射频信道
D. 应用低频段频谱资源
6. 下列不属于 B2B 电子商务细分模式的是
- A. 买方集中模式
B. 卖方集中模式
C. 第三方交易市场模式
D. 第四方交易市场模式
7. 企业管理层次减少、管理幅度增加的组织结构变化称为
- A. 柔性化
B. 扁平化
C. 网络化
D. 团队化
8. 互联网金融的行业本质是
- A. 金融
B. 零售
C. 互联网
D. 数字产业
9. 下列关于电子商务战略叙述正确的是
- A. 电子商务战略是局部的
B. 电子商务战略必须服从于电子商务策略
C. 电子商务战略一旦制定就不能再发生变化
D. 电子商务战略要求企业采取主动态势预测未来
10. 下列属于电子商务产品创新中产品定义阶段的工作是
- A. 形成产品概念
B. 研发部门做出设计方案
C. 调查收集消费者对新产品的反馈意见
D. 划分完整产品的核心产品、外围产品和外延产品等层次
11. 大规模定制的市场法则是
- A. 强调大批量
B. 强调低成本
C. 围着顾客找产品
D. 守着产品找顾客
12. “借助于互联网络、信息通讯技术和数字交互式媒体来实现营销目的的活动”指的是
- A. 网络营销
B. 战略管理
C. 网络金融
D. 市场营销
13. 搜索引擎营销中,符合关键词选择原则的是
- A. 关键词越长越好
B. 关键词越特殊越好
C. 关键词越宽泛越好
D. 关键词越紧扣网站主题越好
14. 利用社交网络、在线社区、博客或者其他互联网协作平台媒体来传播和发布资讯的营销方法是
- A. 定制营销
B. 电子邮件营销
C. 网络广告营销
D. 社会化媒体营销

23. 电子商务一体化战略类型包括
- 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. 多元一体化战略
 - E. 市场一体化战略
24. 消费者决策的基本原则包括
- A. 最大满意原则
 - B. 相对满意原则
 - C. 遗憾最小原则
 - D. 预期满意原则
 - E. 无差异原则
25. 电子商务中不正当竞争行为包括
- A. 虚假宣传行为
 - B. 商业诋毁行为
 - C. 侵犯商业秘密行为
 - D. 挟持网络舆论评价行为
 - E. 擅自使用他人商标标识行为

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. 简述企业外联网（Extranet）的主要应用。
27. 简述有效口碑营销的基本要素。
28. 简述电子商务市场结构以寡头垄断为主的原因。
29. 简述第三方物流给电子商务企业带来的好处。
30. 简述数字鸿沟对社会的影响。

四、分析题（本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分）

31. 在创新创业的时代发展背景下，杭州某小城逐步打造出互联网创客空间“梦想小镇”。在充分了解创客需求的基础上，“梦想小镇”为创客提供免费办公场地、免费网络接入、技能培训以及与著名企业家对话合作的机会，邀请创客参与“梦想小镇”的设计开发，鼓励创客间加强沟通和资源合作。“梦想小镇”已经形成了创客工作坊平台、创客集市平台、创客生活平台等。请回答：
- (1) “梦想小镇”体现了哪些互联网思维特点？（6分）
- (2) 什么是创客？“梦想小镇”属于创客空间哪种表现形态？（6分）

32. 随着互联网的发展,生产电动踏板车的至酷公司进行了企业转型,改造了原有的设计、生产、营销各环节。例如利用虚拟网络把不同的生产线进行集成;根据消费者在网上提交的需求反馈,进行产品再研发;应用电子邮件营销、病毒营销等方式吸引消费者。公司还计划围绕客户关系管理展开网络营销活动。请回答:

(1) 以至酷公司为例,分析互联网对传统企业的影响。(6分)

(2) 分析在客户关系管理的不同阶段,至酷公司可以展开的网络营销活动。(6分)

五、材料题(本题16分)

33. SoNo 集团材料

SoNo 集团是一家品牌知名度高、在全国拥有多个现代化物流基地以及1500多家门店的家电零售企业。SoNo 集团与厂商建立了长期合作关系,保证产品由厂家直接供货,采购量大且价格低廉。

随着中国网购市场的发展,网购用户越来越多。为了更好地满足用户需求,SoNo 集团决定战略转型,从传统的家电零售商转变为线上线下相结合的综合商城。

SoNo 集团意识到其优势在于传统线下渠道,拓展线上渠道会面临激烈的竞争。首先,天猫、京东等大型电子商城已拥有数量领先的线上用户群,抢占了大部分市场份额;其次,一些大型厂商建立了自己的网上商城,加剧了线上竞争。

SoNo 集团战略转型的总体构思是依赖其线下渠道优势,逐步完善线上运营,推动线上线下两个渠道的融合,打造区别于大型电子商城的独特优势。SoNo 集团利用线上订单信息,调度物流基地配送,整合门店库存,加快了线下商品的流转;在实体店促销活动中,通过微信扫码等方式将用户吸引到线上,降低了企业与客户的沟通成本;线下实体店除了销售外,着重增强展示、体验、服务等功能,解决了互联网购物缺乏体验的难题;在线上建立了 CRM 系统,取得用户需求信息,为用户提供个性化产品信息、优惠券等,鼓励用户在线上获取优惠券后到店消费,降低了企业整体营销成本。但随着越来越多的实体店用户选择网上购买,引起了线下实体店经理的不满。

根据上述材料,回答下列问题:

(1) 对 SoNo 集团的战略转型进行 SWOT 分析。(8分)

(2) SoNo 集团转型后的商业模式是什么?该商业模式有什么优点?(8分)