

2019年4月高等教育自学考试全国统一命题考试

电子商务概论

(课程代码 00896)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分, 第一部分为选择题, 第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答, 答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用2B铅笔, 书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

第一部分 选择题

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. 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
2. 下列关于SSL协议叙述不正确的是
A. 商家可以对客户进行认证
B. 客户可以对商家充分认证
C. 有利于商家而不利于客户
D. 可以提高应用程序之间数据的安全系数
3. 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
4. 业务流程重组的英文缩写是
A. ERP B. BPR C. CRM D. MIS
5. 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
6. 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

7. 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
8. 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
9. 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. 创客空间的宗旨是帮助大企业进一步提高研发能力
10. 在广告联盟营销的付费方式中, “Pay Per Click”指的是
A. 按展示付费 B. 按引导付费 C. 按销售付费 D. 按点击付费
11. 企业通过客户间的相互交流将产品信息或品牌传播开来, 这种营销方式是
A. 搜索营销 B. 微信营销 C. 口碑营销 D. 定制营销
12. “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
13. 在客户关系管理中, “确定公司的销售对象”所处的阶段是
A. 客户延伸 B. 客户选择 C. 客户保留 D. 客户获得
14. 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
15. 在反映联系强度的指标中, 衡量“客户隔多久访问网站”的是
A. 链接频率 B. 链接深度 C. 链接范围 D. 链接广度
16. 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
17. 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
18. 一般由比较大的买方企业开发和运作的电子采购系统是
A. 行业平台 B. 中介系统
C. 采购方系统 D. 销售方系统

第二部分 非选择题

19. 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

20. 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. 第三方信用关系
- D. 第二方信用关系

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. 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. 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

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. 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：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。

26. 简述电子商务导致企业组织结构重组所呈现的趋势。

27. 简述使用波特五力模型的三个步骤。

28. 简述大数据营销的主要特点。

29. 简述市场进攻战略的适用条件。

30. 简述企业自营物流的局限性。

四、分析题：本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分。

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，进行产品更新换代，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？（6 分）

(2) 物联网的技术架构有哪些层次？（3 分）

(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。（3 分）

32. DG 是一个销售生鲜食品、半成品食材的社区小店，通过推出美食 APP 实现了线上线下的融合，降低了与消费者的沟通成本。消费者在 APP 上可以秀自己的食谱，还可以预约食材和菜单，在约定的时间去小店取食材或享受厨师的现场烹饪服务。在 APP 上，DG 鼓励用户实时分享菜肴和优惠券信息，实现了零成本推广；为食品企业发布有偿广告；为 VIP 付费会员企业提供美食数据分析。

请回答：

(1) DG 小店开展了哪种电子商务模式？该模式的优点有哪些？（6 分）

(2) DG 的主要赢利模式有哪些？（6 分）

五、材料题：本题 16 分。

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 在产品的设计、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分）
- (2) 结合 DS 公司材料，阐述定制生产的主要优势。（6分）
- (3) 分析 DS 的社会化媒体营销对策。（8分）

