绝密 ★ 考试结束前

全国2017年4月高等教育自学考试

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. 下列不属于电子商务特点的是

A. 集成性　　B. 交互性　　C. 虚拟性　　D. 封闭性

2. 下列不属于B2C电子商务网站的是

A. 阿里巴巴　　B. 京东商城

C. 亚马逊网站　　D. 必胜客外卖网站

3. 下列属于对称加密算法的是

A. RSA　　B. ECC　　C. AES　　D. HASH

4. 下列关于数字信封技术叙述正确的是

A. 使用发送方的公开加密密钥对信息进行加密

B. 使用发送方的对称加密密钥对信息进行加密

C. 使用接收方的公开加密密钥对信息进行加密

D. 使用接收方的对称加密密钥对信息进行加密

5. 移动终端访问无线信息服务的主要标准是

A. WWW技术　　B. WAP技术　　C. GPRS技术　　D. 3G技术

6. 下列属于网络自助出版模式主要理论依据的是

A. 二八定律　　B. 长尾理论　　C. 牛鞭效应　　D. 羊群效应

7. 互联网思维的特点是

A. 以产品为中心　　B. 以原料为中心

C. 以渠道为中心　　D. 以消费者为中心

8. 支付宝所属的互联网金融模式是

A. P2P　　B. C2P　　C. 众筹　　D. 第三方支付

9. “相对市场份额较低，产业销售增长率较高的业务单元”属于波士顿矩阵中的

A. 瘦狗业务　　B. 问题业务　　C. 明星业务　　D. 金牛业务

10. 下列属于数字产品的是

A. 电影　　B. 路由器　　C. 电视机　　D. 计算机

11. 企业资源计划的缩写为

A. ERP　　B. BPR　　C. MRP　　D. MRP II

12. 以“研究院所+工业园区”模式为特征的创客文化基因是

A. DIY 文化　　B. 车库文化　　C. 黑客文化　　D. 硅谷文化

13. 下列不属于 4Ps 理论中企业可控制变数的是

A. 产品　　B. 价格　　C. 时间　　D. 促销

14. 依据 4Rs 理论，营销的落脚点是

A. 关系　　B. 反应　　C. 报酬　　D. 关联

15. Google（谷歌）搜索引擎的类型为

A. 元搜索引擎　　B. 单词搜索引擎

C. 全文搜索引擎　　D. 目录索引搜索引擎

16. “在网络环境下，消费者不再被动地接受厂家提供的商品和服务，而是主动上网寻找合适的产品”，该现象体现的网络消费者心理特征是

A. 理性意识加强　　B. 对快捷方便的需求加强

C. 主体意识加强　　D. 对价格便宜的需求加强

17. 分析网站数据库中客户访问页面、停留时间等数据的主要目的是

A. 识别学历程度　　B. 识别客户信息形式偏好

C. 识别生命周期群组　　D. 识别客户行为和购买偏好

18. 电子采购系统的英文缩写是

A. EPS　　B. EDI　　C. IOIS　　D. EOS

19．物流企业 UPS 公司属于

A．自营物流　　B．本地物流　　C．第三方物流　　D．企业物流联盟

20．下列受到网络著作权保护的电子商务产品是

A．商标　　B．域名　　C．IP 地址　　D．计算机软件

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“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21．物联网的技术架构包括

A．物理层　　B．感知层

C．网络层　　D．应用层

E．数据链路层

22．电子商务促进企业组织结构发生的变化包括

A．人性化　　B．柔性化

C．扁平化　　D．网络化

E．团队化

23．“4Cs”营销理论的要素包括

A．顾客　　B．方便

C．沟通　　D．价格

E．成本

24．数据仓库的特征包括

A．时变性　　B．集成性

C．稳定性　　D．面向主题性

E．界面美观性

25．下列属于经营业务战略的有

A．集中化战略　　B．成本领先战略

C．差异化战略　　D．市场跟进战略

E．迂回进攻战略

自考365 www.zikao365.com

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）

26．什么是梅特卡夫定律？举例说明其在市场竞争中发挥作用的原理。

27．简述企业内联网的含义及其组成。

28．简述电子商务有形产品定制生产的优势。

29．简述电子商务供应链管理的优势。

30．简述电子商务信用模式的种类。

四、分析题（本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分）

31．DJ 公司发布了新款无人机产品，之后该产品陆续出现在“2015 年美国华盛顿小型无人机闯入白宫”以及“汪峰通过无人机向章子怡求婚”等报道中，DJ 公司的无人机成为网络热议的话题。为了提高产品知名度，DJ 公司通过微信、Twitter、Youtube 等媒介广泛传播这些报道，既了解到客户对产品的反应，也使公司网络曝光量和点击量大增，在主要搜索引擎上的排名获得了提升，吸引了大量目标客户的关注，有很多公司寻求与其合作发展。与此同时，网络上出现了一些负面评价，其产品也引发了竞争对手的模仿。请回答：

（1）DJ 公司利用微信、Twitter、Youtube 等开展的营销属于哪一类营销方法？该营销方法的主要优势有哪些？（8 分）

（2）DJ 公司发展过程中面临的机会与威胁分别有哪些？（4 分）

32．BaiHe 网是一家互联网视频网站。为了进一步拓展市场，加速全产业链布局，BaiHe 网采取了一系列市场合作战略：与老牌影视制作中心 KS 公司、电视台等合作制作影视剧；与视频网站用户和网络编剧等合作，自行设计研发并制作视频作品，由此打通产业上下游，扩大网站的利润源；与支付宝、微信支付等合作以方便消费者在线支付。此外，BaiHe 网还通过口碑营销、衍生节目等一系列整合营销提升营销深度。请回答：

（1）BaiHe 网采取了哪些市场合作战略？（6 分）

（2）为 BaiHe 网实现有效的口碑营销提出建议。（6 分）

五、材料题（本题 16 分）

33．TCar 网站材料

TCar 网站(以下简称 TCar)是一家汽车电商交易服务公司，它并不直接销售汽车，而是搭建了一个在线交易平台，通过会员制整合经销商和整车生产商资源，为消费者带来极致的购车体验。2014 年，TCar 的营业收入达到了 2.07 亿美元，其中 92%来自于按照交易效果从经销商获得的佣金，TCar 在每辆新车成交之后向经销商收取 299 美元，每辆二手车收取 399 美元；另外的 8%来自于部分整车生产厂、经销商和金融机构对车市数据和咨询服务的订阅费用。

相比于传统购车模式，TCar 为消费者提供了 PC 端、移动端等渠道，使消费者更加便捷地享受到购车体验和服务。TCar 可以在消费者输入汽车品牌、具体车型和个人所在地邮编之后，显示该车型最近一段时间内的交易价格、成交数量等基本信息；TCar 还能够就相对合理的成交价和较为合适的经销商进行推荐。TCar 对客户进行在线调查，了解尽可能多的客户详情，挖掘优质客户，并定期向优质客户推送产品优惠信息。顾客再次登录界面时，系统会将顾客可能感兴趣的产品信息展现出来。TCar 注重系统安全及客户隐私信息的保护，而训练有素的客服人员也以其及时的电话服务，依托业界领先的呼叫中心为用户提供着贴心、周到的帮助。通过不懈的努力，如今的 TCar 已经积累了大量具有消费能力的用户群体，从而奠定了其在行业内首屈一指的地位。

根据上述材料，请回答下列问题：

（1）TCar 网站主要采用的是 B2C 模式中的哪一种细分经营模式？（2 分）

（2）根据 TCar 网站的主要业务内容分析其赢利模式。（6 分）

（3）说明 TCar 网站在面对客户、接触客户中应用了哪些客户关系管理的要素。（8 分）