

全国 2012 年 1 月自学考试电子商务概论试题

课程代码: 00896

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, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 提供 Internet 通信和线路租借服务的公司称为(C)4-110
A. ISP
B. ICP
C. IAP
D. ASP
2. 日本式拍卖是指(B)6-152
A. 价格递减拍卖
B. 第一价位秘密竞标
C. 标价求购
D. 第二价位秘密竞标
3. 在电子商务系统中, 属于中介组织要素的是(A)4-111
A. 支付中心
B. 接入服务商
C. 内容服务商
D. 商务咨询中心
4. 在市场目标和价格水平等方面跟进战略主导者, 但仍然与其保持差异, 这种市场跟进战略称为(D)9-209
A. 选择跟进
B. 紧密跟进
C. 差异跟进
D. 距离跟进
5. 无线医疗(Wireless Medical)属于(A)1-66
A. 移动电子商务
B. 语音电子商务
C. 网站电子商务
D. EDI 电子商务
6. 使用私密密钥加密技术对要发送的信息进行加密、使用公开密钥加密技术对私钥进行加密, 这种安全技术称为(C)2-83
A. 数字签名
B. 数字证书
C. 数字信封
D. 数字时间戳
7. BPR 的中文解释是(D)5-136
A. 供应链管理
B. 第三方物流
C. 企业资源规划
D. 企业流程重组
8. B2B 模式细分中, 以反向拍卖模式进行的大型企业物品集中采购属于(B)6-147
A. 买方集中模式
B. 卖方集中模式

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- C. 第三方交易市场模式
D. 集中销售模式
9. 中国电子商务市场结构具有的明显特点是(A)9-202
- A. 寡头垄断
B. 垄断竞争
C. 完全竞争
D. 垄断
10. 消费者进行购买决策时, 在众多备选方案中, 选择与预期标准吻合度最高的作为最终策方案, 称为(B)11-239
- A. 遗憾最小原则
B. 预期满意原则
C. 最大满意原则
D. 相对满意原则
11. 下列不属于 EDI 标准体系的是(C)3-89
- A. UN/EDIFACT
B. ANSIX. 12
C. UN/ECE/WP. 4
D. ISO/IEC
12. 电子商务中部门统合型采购模式的特点是(A)12-256
- A. 采购部门与其他部门的沟通更加密切
B. 培养采购部门的专门能力
C. 以具体的业务需求为导向
D. 减少了对厂家供货的依赖
13. 下列不影响网上消费需求的因素是(B)11-237
- A. 收入
B. 党派
C. 其他物品的价格
D. 消费者偏好
14. 网络交友网站提供的服务属于哪类电子商务产品?(D)8-185
- A. 数字产品
B. 有形产品
C. 电子产品
D. 无形产品
15. 一种安装有嵌入式微型芯片的支付卡是(C)2-81
- A. 光卡
B. IC 卡
C. 智能卡
D. 磁条卡
16. Web2.0 最具有代表性的应用是(D)2-75
- A. 论坛
B. 聊天
C. 新闻
D. 博客
17. 在 Web1.0 到 Web2.0 的转变中, 由“读”向“写”的转变属于(B)2-74
- A. 运行机制上的变化
B. 模式上的变化
C. 应用上的变化
D. 工具上的变化
18. 在电子商务系统中, 有关要素、结构与系统功能之间的关系的描述, 不正确的是

(A) 4-106

- A. 要素改变、结构不变时功能惟一
- B. 要素不变时, 结构决定功能
- C. 结构、要素都不同可以有相同的功能
- D. 同一结构可能有多种功能

19. 客户关系管理的英文缩写是(C) 11-239

- A. ERP
- B. SCM
- C. CRM
- D. SET

20. 电子商务系统框架的两大支柱是(B) 4-115

- A. 网络层、一般业务服务层
- B. 公共政策和法律、技术标准和网络协议
- C. 服务商、中介组织
- D. 安全套接层、安全电子交易

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, 请将其代码填写在题后的括号内, 错选、多选、少选或未选均无分。

21. 电子商务物流的基本技术包括(BCDE) 13-262

- A. 电子数据交换
- B. 全球定位系统
- C. 射频技术
- D. 条码技术
- E. 地理信息系统

22. 电子商务定价原则包括(ACE) 9-210

- A. 从实际出发
- B. 注重外部效应
- C. 服务于企业的战略目标
- D. 打破价格不对称性
- E. 遵循价值规律

23. 目前网络营销的 4C 理论关键要素包括(ABCD) 10-225

- A. 内容
- B. 方便
- C. 交流
- D. 定制服务
- E. 顾客

24. 电子商务客户关系管理的特点包括(ABE) 11-240

- A. 将客户信息转变为客户关系
- B. 采用网络信息技术
- C. 提供个性化客户服务界面
- D. 洞察更深层次的客户需求
- E. 技术系统和商业流程的整合

25. 下列关于电子商务与物流的关系表述正确的有(ABD)13-259

- A. 物流是实现电子商务的关键
- B. 物流是电子商务的一部分
- C. 电子商务是物流的基础
- D. 电子商务改变了传统物流的运作方式
- E. 电子商务降低了物流的运作效率

三、简答题(本大题共5小题,每小题6分,共30分)

26. 简述电子商务产品的创新流程。8-187

答:

产品创新的流程分为六个不同的阶段:第一阶段是产品概念,第二阶段是产品定义,第三阶段是产品设计,第四阶段是样品研制,第五阶段是试验推广,最后一个阶段是大规模促销。

27. 简述由交易过程决定的电子商务的特点。1-49

答:

- (1) 普遍性
- (2) 虚拟性
- (3) 交互性

28. 简述 EDI 的组成。3-86

答:

EDI 由三要素构成:

- (1) 数据标准化。
- (2) EDI 软件及硬件。
- (3) 通信网络。

29. 简述网络营销的职能。10-224

答:

- (1) 树立品牌
- (2) 网址推广
- (3) 信息发布
- (4) 销售促进
- (5) 渠道建设
- (6) 顾客服务
- (7) 顾客关系
- (8) 销售策略

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

30. 简述电子商务采购的优势。12-249/250

答:

- (1) 从根本上改变企业的传统采购模式, 使企业提高效率
- (2) 降低采购成本
- (3) 扩大交易范围
- (4) 提高整体供应链的获利能力
- (5) 实现本地化采购向全球化采购的转变

四、论述题 (本大题共 2 小题, 每小题 12 分, 共 24 分)

31. 玛莎百货公司企业流程主要集中在企业内部, 形成 CEO 在最顶端、客户在最低端的金字塔型结构。最近, 公司在开展电子商务同时拟进行流程重组, 目标是围绕客户的需求来组织公司工作, 鼓励所有员工直接面向客户。请回答: 11-241

(1) 指出玛莎公司金字塔结构的弊端。(4 分)

答:

客户才是企业生存的根本, 玛莎公司的客户位于金字塔的最低端, 处于不受重视的位置, 对其客户关系管理是不利的, 直接影响公司的长远发展。

(2) 如果玛莎公司进行重组, 其组织结构可能会带来哪些变革? (8 分)

答:

经过重组, 玛莎公司组织结构中, 客户将会处于金字塔的顶端, 而且根据二八法则, 通常 20% 的客户聚集在金字塔的顶端, 为企业贡献 80% 的利润。

32. 大众化工集团早期的网站以销售化工产品为主, 客户的日访问量 10000 人。现在拟扩展网站业务范围, 增加向长期客户提供信息服务和行业报告等业务, 估计访问量将成倍增长。

请回答: 6-157

(1) 大众化工集团早期的赢利模式是什么? (3 分)

答:

早期主要是销售赢利模式中, 企业通过向消费者销售产品来得到收入。

(2) 如果扩展网站业务范围, 可以增加哪些新的赢利模式? (9 分)

答:

- (1) 广告赢利模式, 网站向其用户提供信息、服务或产品, 以及刊登广告的场所, 并向广

告客户收取费用。

(2) 订阅赢利模式中网站向用户提供信息和服务, 并且向用户收取访问其所提供内容的费用。

(3) 会员制赢利模式, 网站向会员推荐业务, 收取推荐费, 或者通过会员达成变易, 从成交额中提取一定比例的收入。

五、材料题 (本题 16 分)

33. 巨人公司材料

巨人公司是一家比较成功的出版商, 并通过其直销店出售其科学普及读物和小说类读物, 占有较大的市场份额, 2005 年巨人已有 400 万多消费者, 年销售额为 7000 多万元。

在电子商务迅速发展的情况下, 出现了当当网、卓越网等网络书店和书生网等数字内容网对巨人的冲击。巨人发现年轻的读者更倾向于网络购买图书, 或者直接网上阅读, 巨人原有的读者群正在缩小。2006 年, 巨人虽然维持在 7000 万元左右的销售水平, 但赢利变得困难了。

为了适应新的竞争环境, 巨人在保留传统业务的同时, 有意进军电子商务。2007 年初, 巨人拟采取的电子商务战略, 一是自营网络书店, 销售自己出版的书籍, 同时也销售其他出版商的同类出版物; 二是出版销售电子读物。公司拥有自己出版物的知识产权, 生产、销售数字化的电子读物方便读者下载。

巨人管理层内部对这一战略转型持有不同看法。有人担心数字化版本下载后, 可能遭到非法复制, 广泛传播, 进而大大地冲击实体图书的销量。有人担心网上书店与巨人直销店会发生“渠道冲突”。也有人认为巨人向电子商务转型是必然的, 但如何保障转型后的持续竞争力应成为战略重点。部分管理人员坚持认为网上销售虽然会影响直销店的销售, 可是全公司的图书销量会明显提高。公司原来就有自己的内部网, 最近招聘了一批网络编辑和策划人员, 人力、物力已经有所准备。

根据上述材料, 回答下列问题:

(1) 推动巨人公司电子商务战略选择的外部环境因素有哪些? (4 分) 7-172

答:

电子商务企业的外部环境可以分为两个主要层次: 总体环境和行业环境。

总体环境分析包括在社会环境中影响到一个行业和各种因素, 主要分析六个方面: 人口、经济、法律政策、社会文化、技术、全球大环境。

行业环境分析可以通过一定的模型进行分析, 它们分别是: 潜在进入者的威胁、替代产品的威胁、供应方讨价还价的能力、购买者讨价还价的能力和行业中现有企业间的竞争。

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

(2) 巨人公司应如何判断实施电子商务战略的时机是否成熟? (6分) 7-173

答:

企业想采取何种战略, 首先应考虑以下三个方面的问题并给出答案: 一是形成或加强企业的核心竞争力还是削弱企业的核心竞争力; 二是是否给企业带来竞争优势, 这种优势能持续多久; 三是企业有没有实施该种战略的资源基础。只要其中的一个问题的答案是否定的, 那么实施该战略的时机就不成熟。

(3) 实施电子商务战略在产品线和渠道两个方面如何拓展巨人的业务? (6分) 9-207

答:

1、在产品线方面, 可以实施以下战略:

(1) 成本领先战略

企业要想办法使自己的产品或服务价格低于竞争对手, 从中得到竞争优势。

(2) 差异化战略

通过各种手段使自己的产品或服务与众不同, 在顾客看来具有独特性, 从而建立竞争优势。

(3) 集中化战略

可以分为产品线集中化战略、顾客集中化战略和地区集中化战略。

2、在渠道方面, 可以实施以下策略:

(1) 与传统企业合作

传统企业的优势在于业务, 它拥有自己的业务流程, 拥有自己的客户群, 拥有自己的品牌和高质量的业务处理能力。

(2) 与相关行业合作

相关的行业提供的产品或服务与自己行业的产品或服务能形成很好的互补作用。

(3) 职能拓展战略

企业可以“向前扩张”和“向后扩张”求得发展, 由电子商务企业本身承担起产品或服务的供应商和面对顾客的职能, 通过横向收购、纵向收购、公司业务重组等方式得以实现。

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!