

绝密 ★ 考试结束前

全国 2013 年 10 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. 电子商务的根本特点是(C)1-47
A. 虚拟性
B. 交互性
C. 数字化
D. 集成性
2. 任何企业在本产业中必须第一个淘汰自己的产品, 这种经济规律是(A)1-71
A. 达维多定律
B. 梅特卡夫定律
C. 边际收益递减规律
D. 边际收益递增规律
3. 电子商务的消极影响表现在(B)1-72
A. 交易速度加快
B. 出售用户信息
C. 交易环节简单
D. 企业组织结构扁平化
4. 下列关于电子商务对企业组织结构影响的说法中, 描述不正确的是(B)1-69
A. 管理幅度更宽
B. 管理层次更多
C. 组织结构更为扁平化
D. 团队成员更注重民主协作
5. 将传统支票改变为带有数字签名的电子报文, 或利用其他数字电文代替传统支票的全部信息, 称为(C)2-80
A. 智能卡
B. 电子现金
C. 电子支票
D. 电子信用卡
6. 构成 EDI 工作系统的三要素是(D)3-86
A. 数据标准化、EDI 软件和硬件
B. 计算机、调制解调器和通信网络

- C. 数据标准化、EDI 硬件和互联网
D. 数据标准化、EDI 硬件和通信网络
7. 电子商务服务商偏重于向网络要素提供的是(C)4-110
A. 资金 B. 认证
C. 服务 D. 组织
8. 电子商务赢利模式设计应该 (B)6-157
A. 以利润为中心 B. 以客户为中心
C. 以市场为中心 D. 以技术为中心
9. 下列属于 C2B 模式的是 (A)6-150
A. 团购网 B. 卓越网
C. 当当网 D. 阿里巴巴
10. 信息技术革命使企业经营环境发生了很大变化, 其中三种力量(3C)影响了传统业务流程, 下列不属于 3C 的是 (A)5-137
A. Cost B. Change
C. Customer D. Competition
11. 按性质划分, 电子商务战略可以分为 (A)7-169
A. 竞争战略与合作战略 B. 价格战略与渠道战略
C. 产品战略与服务战略 D. 外部战略与内部战略
12. 反拍卖又被称为(B)6-152
A. 秘密竞标 B. 标价求购
C. 英式拍卖 D. 荷兰式拍卖
13. PEST 分析中的“P”是指(D)7-180
A. 产品 B. 地点
C. 促销 D. 政治
14. 控制价格能力最强的市场结构是(A)9-199
A. 垄断 B. 完全竞争
C. 垄断竞争 D. 寡头竞争
15. 网络品牌营销的基础是(C)10-228
A. 建立品牌 B. 建立渠道
C. 网站建设 D. 营销队伍建设
16. “Click me”的标志用于的网络广告类型是(D)10-223
A. 分类广告 B. 主页广告
C. 旗帜型广告 D. 按钮型广告
17. 对用户访问 Web 服务器时留下的访问记录进行挖掘, 从中了解用户网络行为模式的过程是(C)11-246
A. Web 结构挖掘 B. Web 内容挖掘
C. Web 使用模式挖掘 D. Web 链接关系挖掘
18. 下列关于射频技术(RF)的描述中, 不正确的是(B)13-263

- A. 射频识别卡具有读写能力
 - B. 射频识别卡不能携带大量数据
 - C. 不局限于视线, 识别距离比光学系统远
 - D. 射频识别卡难以伪造, 且具有智能性
19. 下列关于第四方物流(4PL)的理解中, 描述不正确的是(A)13-266
- A. 4PL 自身必须投入巨大的固定资产
 - B. 4PL 对制造业或分销企业的供应链进行监控
 - C. 4PL 需要对买卖双方及第三方物流商的资产和行为进行调配和管理
 - D. 4PL 通过咨询、IT 技术等手段随时对供应链各环节的运作进行调整
20. 适于销售计算机软件、电子报纸等信息产品的定价策略通常是(B)9-215
- A. 捆绑定价
 - B. 版本定价
 - C. 高价定价
 - D. 个性化定价

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. 电子商务系统中的中介组织有(ACD)4-111
- A. 认证中心
 - B. 政府
 - C. 物流中心
 - D. 支付中心
 - E. 电子商务服务提供商
22. 影响市场结构类型的标准包括(CDE)9-199
- A. 厂家区域分布
 - B. 厂家的营销渠道分布
 - C. 企业控制价格的能力
 - D. 企业产品的标准化程度
 - E. 企业进入市场的难易程度
23. 网络调研的步骤主要包括(ABCE)10-221
- A. 信息收集
 - B. 确定调研对象
 - C. 信息整理和分析
 - D. 召开专题研讨会
 - E. 确定调研问题与目标
24. 电子商务采购系统模块包括 (ACE)12-252
- A. 订单生成模块
 - B. 生产跟踪模块
 - C. 电子采购模块
 - D. 销售预测模块
 - E. 电子支付模块
25. 下列关于客户关系管理(CRM)的描述, 正确的有(ABDE)11-239
- A. CRM 是一种营销策略
 - B. CRM 要不断地沟通和了解客户
 - C. CRM 是公司中个别部门的工作
 - D. CRM 有助于企业持续获取利润
 - E. CRM 是达到影响客户购买行为的管理方法

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. 简述数字签名的实现过程。2-82

答:

数字签名是非对称机密技术中的一种技术:

- (1) 其主要方式为报文发送方从报文文本中生成一个 128 位的散列值, 并用自己的专用密钥对这个散列值进行加密, 形成发送方的数字签名;
- (2) 其将作为报文的附件和报文一起发送给报文的接收方;
- (3) 报文接收方首先从接收到的原始报文中计算出 128 位的散列值, 接着再用发送方的公开密钥来对报文附加的数字签名进行解密。如果两个散列值相同, 那么接收方就能确认该数字签名是发送方的。通过数字签名能够实现原始报文的鉴别和不可否认性。

27. 简述电子商务系统框架的两大支柱及其作用。4-115

答:

电子商务系统框架的两大支柱, 一个是国家公共政策和法律, 另一个是技术标准和网络协议。

一、国家公共政策和法律, 法律维系着商务活动的正常运作, 对市场的稳定发展起到了很好的制约和规范作用。进行商务活动, 必须遵守国家的法律、法规和相应的政策, 同时还要有道德和伦理规范的自我约束和管理, 二者相互融合, 才能使商务活动有序进行。

二、技术标准和网络协议。

- 1、技术标准定义了用户接口、传输协议、信息发布标准等技术细节。它是信息发布、传递的基础, 是网络信息一致性的保证。就整个网络环境来说, 标准对于保证兼容性和通用性是重要的。
- 2、网络协议是计算机网络通信的技术标准。对于处在计算机网络中的两个不同地理位置上的企业来说, 要进行通信, 必须按照通信双方预先共同约定好的规程进行, 这些共同的约定和规程就是网络协议。

28. 简述电子商务模式的定义及内容。6-143

答:

一、电子商务模式的定义:

使用网络信息技术的商务模式。

二、我们认为电子商务模式至少包括两大块内容:

- 1、将商务模式实施到公司的组织结构 (包括机构设置、工作流和人力资源等) 及系统 (包括 IT 架构和生产线等) 纳入到一定的模式中去, 这可以称为商务运营模式;
- 2、如何赚钱, 这是赢利模式。在一些情况下, 商务运营模式和赢利模式是一致的。

29. 简述按实施主体划分的三种电子商务采购模式的含义。12-254

答:

根据实施主体的不同,企业的电子商务采购模式分为卖方模式、买方模式和第三方模式,这三种形式实际上都是B2B商务模式。

(1) 卖方电子商务采购模式,是指供应商在互联网上发布其产品的在线目录,采购方则通过浏览来取得所需的商品信息,以作出采购决策,并下订单以及确定付款和交付选择。

(2) 买方电子商务采购模式,是指采购方在互联网上发布所需采购产品的信息,供应商在采购方的网站上登录自己的产品信息,供采购方评估,并通过采购方网站双方进行进一步的信息沟通,完成采购业务的全过程。

(3) 第三方电子商务采购模式,是指供应商和采购方通过第三方设立的网站进行采购业务的过程。

30. 如何理解电子商务的集成性、协调性和可拓展性?1-48

答:

电子商务的系统结构,决定了电子商务以下特点:

(1) 集成性

集成性是指通过结构化的综合布线系统和计算机网络技术,将各个分离的设备、功能、信息等要素集中成为一个相互关联的、统一的和协调的系统。

(2) 协调性

协调性是电子商务中客户、供应商、生产商、银行、海关、税务等各部门的多单位的协调一致。

(3) 可扩展性

可扩展性是指用户访问量超过设计限度时,电子商务系统结构能够及时、自动地扩大容量,继续接受用户访问。

四、论述题(本大题共2小题,每小题12分,共24分)

31. 淘宝网是我国C2C电子商务模式的典型代表,小张以卖家的身份在淘宝网注册了会员开店,按照要求,进行了实名认证。小张在同买家的交易过程中,通过阿里旺旺同买家进行沟通,利用第三方工具“支付宝”进行结算,帮助完成交易。请回答:

(1)结合案例用图说明淘宝网的具体交易流程。(8分)5-133

答:

(2)结合案例说明C2C的特点是什么?淘宝网通过什么方法保证其商业信用?(4分)5-133~134

(1) C2C是消费者对消费者的电子商务,其特点类似于现实商务世界中的跳蚤市场。其构成要素,除了包括买卖双方外,还包括电子交易平台供应商,即类似于现实中的跳蚤市场场地提供者和管理员。C2C最大的特点就是利用专业网站提供的大型电子商务平台,以免费或比较少的费用在网络平台上销售自己的商品。

(2) “支付宝”是淘宝网采用的以第三方支付平台为中介,平衡买卖双方利益的有效工具,保证了淘宝网的商业信用。

32. 某公司打算开发汽车eCar,它既是一种交通工具,又是一种信息产品。汽车前挡风玻璃中暗含一个微型“眼镜”摄像,利用内置的一枚芯片记录道路状况以及驾驶者的各种操作等来预警交通事故。同时将沿途记录的风景、路况等信息通过无线网络上传至微信、微博等个人空间,实现了驾驶者与朋友圈的即时共享。但也有人认为,eCar过于高端,具有与“眼镜”类似功能并可独立使用的产品已在市场中出现。

请回答:

(1)结合案例说明电子商务产品的发展趋势。(4分)8-186

答:

(1) 越来越注重产品的内容

内容就是指能够创造价值的信息、数据、经验或知识。一个硬件供应商必须越来越重视其产品的内容。

(2) 越来越多的产品数字化

从最简单的意义上说,数字化意味着 1 和 0 的排列,但它可以表达各种内容——文字、视频、语音及图像,而且它在未来具有无限的拓展空间。数字化和商务活动结合起来,要求其产品日益数字化。数字化发展的趋向是不但物质产品数字化,服务也数字化,最后两者之间的界限越来越模糊。

(3) 越来越多的产品信息化

在电子商务时代,产品将是智能的,更信息化。产品中将包含各种信息技术,产品本身就是最终用户与制造商、分销商及公司其他合作伙伴之间最好的交流工具。

(2)用 SWOT 工具为 eCar 提供发展战略分析。(8分)7-177

SWOT 是一种分析方法,用来确定企业本身的优势(Strength)、劣势(Weakness)、机会(Opportunity)和威胁(Threat),从而将公司的战略与公司内部资源、外部环境有机结合。

五、材料题(本大题 16 分)

33. FarmerLogs 的材料

据统计,全球有 36% 的劳动力在从事与农业相关的工作。但是,农业领域的电子商务平台少之又少。FarmerLogs 是一个专门针对农业生产的数字化平台,支持各种包括移动终端设备的接入,为用户提供个性化界面。该平台主要功能是收集大量中小农户的信息,协助农户管理和分析他们的农业生产计划,合理安排农作物种植。

FarmerLogs 能追踪每块田地的耕种、施肥、浇水、种植、喷洒和收割情况,让农业管理更轻松。在 FarmerLogs 上,使用 Google 地图,每块田地都会根据需要标记上不同的颜色,发布每小时的天气预报,提醒农民何时下地,何时离开。

FarmerLogs 通过跟踪库存、利润预测和数据管理,挖掘潜能客户;利用多种网络安全技术构建电子商务平台的安全体系;与各地区农产品收购部门、种子公司,化肥公司等建立了广泛合作,为农户提供动态信息服务;提供农业期货交易专家的讲解视频,为农户答疑解惑;提供某些特色产品的市场供需情况,并帮助农户在线推广产品。

根据农户需求,FarmerLogs 在提供信息服务的基础上,和电子商务的相关行业如银行业、大型门户网站等进行合作,开发了农产品在线交易平台。

根据上述材料,请回答:

(1)从客户关系管理要素入手,分析 FarmerLogs 如何进行其客户关系管理。(8分)11-241

答:

一、面对客户、接触客户

- 1、提供尽可能多的客户服务接入形式。
- 2、洞察更深层次的客户需求。
- 3、注重向那些最具潜力的客户提供服务。

- 4、提供个性化的客户服务界面。
- 5、提供一个让客户放心的安全环境。

二、处理客户问题

- 1、寻找一个简便的客户关系管理解决方案。
- 2、客户关系管理需要模块整合。
- 3、将客户关系管理融入企业整个价值链。

(2)FarmerLogs 为农户提供的是哪类电子商务产品?(2分)8-185

答:

FarmerLogs 为农户提供的电子商务产品是无形产品。

(3)FarmerLogs 采用怎样的市场合作战略以实现功能拓展。(6分) 9-208

答:

FarmerLogs 可采用以下的市场合作战略以实现功能拓展:

(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

所谓相关行业是指与自身行业相关的行业，这些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。比如，各地区农产品收购部门、种子公司，化肥公司等。

(3) 职能拓展战略

职能拓展战略指企业可以“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。