

单项选择题

● 世界上第一个因特网商务标准是在电子商务发展的哪个阶段确定的? _____。

- A. 酝酿起步阶段
- B. 稳步发展阶段
- C. 迅速蔓延阶段
- D. 迅速膨胀阶段

(参考答案: D; 参见教科书 1.1.1)

● 2002年1月24日, 联合国第56届会议通过了_____。

- A. 《贸易法委员会电子商业示范法及其颁布指南》
- B. 《联合国国际贸易法委员会电子签字示范法》
- C. 《2001年电子商务和发展报告》
- D. 《联合国国际合同使用电子通信公约》

(参考答案: B; 参见教科书 1.1.1)

● 在电子商务条件下, 卖方不应当承担的义务有_____。

- A. 按照合同的规定提交标的物及单据
- B. 对标的物的权利承担担保义务
- C. 对标的物的质量承担担保义务
- D. 对标的物验收的义务

(参考答案: D; 参见教科书 1.4.1)

● 在电子商务条件下, 买方不应当承担的义务有_____。

- A. 买方应承担对标的物权利的担保义务
- B. 买方应承担按照合同规定的时间、地点和方式接受标的物的义务
- C. 买方应承担对标的物质量的担保义务
- D. 买方应当承担对标的物验收的义务

(参考答案: D; 参见教科书 1.4.1)

● 不属于电子商务目前主要形式的有_____。

- A. EDI 商务
- B. Extranet (外联网) 商务
- C. Intranet (内联网) 商务
- D. 因特网商务

(参考答案: B; 参见教科书 1.2.2)

● EDI 就是按照商定的协议, 将商业文件标准化和格式化, 并通过计算机网络, 在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行_____。

- A. 数据接收和自动处理
- B. 数据处理和数据储存
- C. 数据交换和自动处理
- D. 数据储存和自动处理

(参考答案: C; 参见教科书 1.3.1)

● 电子商务采用网络技术并以 _____ 作为最基本的沟通手段。

- A. EDI
- B. Extranet
- C. Intranet
- D. Internet

(参考答案: D; 参见教科书 1.5.1)

● 国内的 B2B 网站大体上可以分为三类: 企业 B2B 网站、专门做 B2B 交易平台的网络公司、垂直商务门户网站。下列属于垂直商务门户网站的是_____。

- A. 宝钢集团 B2B 网站
- B. 阿里巴巴网站
- C. 中国石油在线
- D. 雅虎门户网站

(参考答案: C; 参见第二章 2.3.2)

● 电子商务的实施, 可能有多种驱动力, 但真正推动企业电子商务发展的是_____。

- A. 主管部门的驱动
- B. 信息化浪潮的冲击
- C. 外部环境的影响
- D. 企业业务和市场拓展需要

(参考答案: D; 参见第二章 2.4.1)

● 下列哪个选项不是 UNIX 系统的主要特点_____。

- A. 可移植性好
- B. 可靠性强
- C. 开放式系统
- D. 安全性高

(参考答案: C; 参见教科书 3.1.3)

● 下列哪个选项不是 WWW 能够在因特网上迅速流行的原因_____。

- A. WWW 是动态的
- B. WWW 是交互式的
- C. WWW 与平台有关
- D. WWW 是分布式的

(参考答案: C; 参见教科书 3.2.4)

● 下列哪个选项不是 DSL 的主要特点_____。

- A. 传输速度快
- B. 多个设备共享一条线路
- C. 使用方便
- D. 可靠性强

(参考答案: D; 参见教科书 3.1.4)

● 到 1994 年年底，因特网直接的用户超过_____万人。

- A. 3000
- B. 3500
- C. 4000
- D. 4500

（参考答案：B；参见教科书 3.1.1）

● 到 2005 年为止，因特网已与 180 多个国家和地区的_____亿用户连通，从而形成了世界范围的通信网络。

- A. 6.5
- B. 6.75
- C. 8.5
- D. 8.75

（参考答案：D；参见教科书 3.1.2）

● _____是因特网的主要节点设备。

- A. 集线器
- B. 路由器
- C. 交换机
- D. 服务器

（参考答案：B；参见教科书 3.1.3）

● 因特网是众多计算机网络的互联系统。下列哪个选项是这一系统从地域角度的分类？

- A. 局域网和广域网
- B. 边缘层和接入层
- C. 以太网和内联网
- D. 核心层和边缘层

（参考答案：A；参见教科书 3.1.3）

● 建设电子商务网站，必须首先确定的是_____。

- A. 网站客户定位
- B. 网站建设目的
- C. 网站内容框架
- D. 网站盈利模式

（参考答案：B；参见教科书 4.1.1）

● 具有投资小，建立速度快，安全可靠，无须软硬件配置及投资，无须拥有技术支持等特点的网站建设方式是_____。

- A. 对外承包
- B. 虚拟主机
- C. 服务器托管
- D. 独立服务器

（参考答案：B；参见教科书 4.2.2.2）

- 入门级的站点解决方案的建设方式是_____。
 - A. 自主建设
 - B. 虚拟主机
 - C. 服务器托管
 - D. 独立服务器
 (参考答案: B; 参见教科书 4.2.2.3)

- 以下与平台无关, 可用来创建安全的、可移植的、面向对象的、多线程的和交互式的程序语言是_____。
 - A. Visual Basic
 - B. Visual C++
 - C. Java
 - D. .net
 (参考答案: C; 参见教科书 4.2.2.3)

- _____是信息服务所包涵的几项费用中最复杂、最不确定、也是最核心的一项。
 - A. 设备费
 - B. 通讯费
 - C. 信息费
 - D. 维护费
 (参考答案: C; 参见教科书 4.4.1.3)

- 新产品构思的来源有很多, 最重要的一种是_____。
 - A. 收集客户新产品构思
 - B. 新产品专利信息收集
 - C. 高校新产品信息收集
 - D. 科研院所新产品信息收集
 (参考答案: A; 参见教科书 5.4.1)

- 网络商务信息检索是指在网络上对商务信息的_____工作。
 - A. 收集和整理
 - B. 寻找和调取
 - C. 收集和利用
 - D. 寻找和统计
 (参考答案: B; 参见教科书 5.2.1)

- 在因特网上检索信息时, 我国用户面临的问题不包括_____。
 - A. 信道拥挤, 检索费用高
 - B. 远程检索国外信息系统反应速度慢
 - C. 大多数网民受过检索训练
 - D. 语言和文化障碍
 (参考答案: C; 参见教科书 5.2.2)

- 相对于传统商务信息, 网络商务信息不具有的特点是_____。

- A. 时效性好
- B. 相对性高
- C. 便于存储
- D. 检索容易

(参考答案: D; 参见教科书 5.1.1)

● 更完善的网络信息处理同样依赖于_____。

- A. 语法和语义信息的检索
- B. 语言和文字的合理利用
- C. 语义和语用信息的利用
- D. 网络和技术的更新发展

(参考答案: C 参见教科书 5.6.3)

● 把明码变换成为密码的过程称为_____。

- A. 信息转换或加密过程
- B. 信息解密或释放过程
- C. 信息解密或破密过程
- D. 信息加密或保密过程

(参考答案: D 参见教科书第 5.6.3)

● 根据马斯洛的需求层次理论, 低收入的网络消费者需求情况中_____需求所占的成分最少。

- A. 社交
- B. 自我实现
- C. 安全
- D. 生理

(参考答案: B; 参见教科书 6.2.1)

● 在构成虚拟市场的交易主体、支付能力和购买欲望三个要素中, _____是根本。

- A. 购买力
- B. 购买欲望
- C. 交易主体
- D. 支付能力

(参考答案: C; 参见教科书 6.1)

● 下列不是用行为科学的研究方法来分析网络交易行为的是_____。

- A. 虚拟市场主体的行为
- B. 网络交易购买类型的研究
- C. 对产品质量的研究
- D. 购买者心理因素的研究

(参考答案: C; 参见教科书 6.1)

● 网络消费者购买行为的心理动机主要体现在三个方面, 其中不包括_____。

- A. 理智动机

- B. 感情动机
- C. 惠顾动机
- D. 优惠动机

(参考答案: D; 参见教科书 6.2.3)

- 为了使消费需求与自己的购买能力相匹配, _____是购买过程中必不可少的环节。
 - A. 比较选择
 - B. 资料分析
 - C. 做市场调查
 - D. 直接购买

(参考答案: A; 参见教科书 6.2.3)

- 业务购买者在进行一项采购时面临一整套决策, 这些决策的数量取决于购买情况的类型。购买情况大致可分为 3 类, 其中不包括_____。
 - A. 新任务
 - B. 选择再采购
 - C. 修正再采购
 - D. 直接再采购

(参考答案: B; 参见教科书 6.3.2)

- 在网络环境下, 政府采购的公开招标主要包括 4 个步骤, 其中最先开始的是_____。
 - A. 在网上发布竞标公告
 - B. 准备招标
 - C. 投标
 - D. 开标与评标

(参考答案: B; 参见教科书 6.4.2)

- 不属于政府网上采购主要方式的是_____。
 - A. 电子采购
 - B. 电子邮购
 - C. 网上招标
 - D. 竞拍

(参考答案: D; 参见教科书 6.4.1)

- 针对移动电子商务的上述应用领域, 许多公司开发了各种移动电子商务解决方案。每种方案的功能尽管各不相同, 但它们都包括三种基本服务功能, 以下哪种不是?
 - A. 支付功能
 - B. 访问功能
 - C. 安全功能
 - D. 转账功能

(参考答案: D; 参见教科书第 7.7.2)

- 从理论上说, 移动广告具有一般网络广告类似的特点, 但下面有一种特点不明显: _____。

- A. 可监控性
- B. 可测量性
- C. 可跟踪性
- D. 交互作用

(参考答案: A; 参见教科书第 7.7.3)

● 下列哪一项是整个市场经营组合策略的重要组成部分?

- A. 网络营销定价策略
- B. 网络营销渠道策略
- C. 网络营销宣传策略
- D. 网络营销服务策略

(参考答案: B; 参见教科书第 7.5)

● 网络广告促销是指通过_____进行广告宣传, 开展促销活动。

- A. 电子邮件
- B. 信息服务商 (ISP)
- C. 企业自己的网络站点
- D. 交互式的营销方法

(参考答案: B; 参见教科书第 8.1.1)

● 网络促销的最终目标是_____。

- A. 宣传产品
- B. 引起购买
- C. 弥补传统促销的不足
- D. 抢占市场份额

(参考答案: B; 参见教科书第 8.2.2)

● 当产品在市场上已有了一定的影响力, 促销活动的內容则需要偏重于_____。

- A. 宣传产品的特点
- B. 与消费者之间的感情沟通
- C. 对企业形象做大量的宣传
- D. 唤起消费者的购买欲望

(参考答案: D; 参见教科书第 8.2.2)

● 网络上应用最广泛的一种广告形式是_____。

- A. 在热门站点上做网络广告
- B. 在企业的门户网站上发布广告
- C. 向广告服务商租用空间, 建立自己的站点, 自己进行广告运作
- D. 在因特网上建立介绍公司及产品的 FTP、WWW 广告服务器来发布广告

(参考答案: A; 参见教科书第 8.3.5)

● 以下四类产业中哪一种产业使用 EDI 较少?

- A. 制造业
- B. 流通业

C. 旅游业

D. 金融业

(参考答案: C; 参见教科书 9.1.1)

- 目前基于 Internet 的开放式 EDI 主要有 Internet Mail、Standard IC、Web- EDI 和_____四种实现方式。

A. XML

B. SMTP

C. XML-EDI

D. ebXML

(参考答案: C; 参见教科书 9.1.3)

- ebXML 的信息结构从外到里包括 5 个层次: 传输信封; _____; 信封标题和信封内容; 文件标题和文件内容; 清单和标题。

A. 信息信封

B. 交流信封

C. 数字信封

D. 语言信封

(参考答案: A; 参见教科书 9.2.3)

- RNIF 2.0 的核心是 _____ 规范。

A. RosettaNet Information Message

B. RosettaNet Business Message

C. RosettaNet Digital Message

D. RosettaNet Communication Message

(参考答案: B; 参见教科书 9.3.2)

- EDI 标准的三要素是_____。

A. 语义、时序、规则

B. 数据元、数据编码、标准报文格式

C. 语义、数据编码、规则

D. 数据元、数据段、标准报文格式

(参考答案: D; 参见教科书 9.1.2)

- EDIFACT 数据元目录是_____的一个子集。

A. 美国的 ANSI X.12 标准

B. 标准 EDI (Electronic Data Interchange)

C. 联合国贸易数据元目录 (UNTDDED)

D. 标准 RosettaNet

(参考答案: C; 参见教科书 9.1.2)

- 与传统的支付方式相比, 以下哪个不是电子支付的特征?

A. 电子支付采用先进的技术通过数字流转来完成信息传输。

B. 电子支付是在较为封闭的系统中运作的。

- C. 电子支付对软件、硬件设施的要求很高。
 - D. 电子支付具有方便、快捷、高效、经济的优势。
- (参考答案: B; 参见教科书 10.2.1)

- “电子银行”发展的源动力是_____。
 - A. 信息流的需求
 - B. 物流的需求
 - C. 资金流的需求
 - D. 以上都不是
- (参考答案: C; 参见教科书 10.4.2)

- 支付网关是_____。
 - A. 银行金融系统和安全机构之间的接口
 - B. 由将因特网上的传输数据转换为金融机构内部数据的设备
 - C. 由认证机构处理商家支付信息和顾客支付指令的设备
 - D. 网上商店的关键设备
- (参考答案: B; 参见教科书 10.4.3)

- 关于第三方支付, 以下错误的说法是: _____。
 - A. 第三方支付是最近几年出现的新的支付清算组织
 - B. 第三方支付是提供电子支付指令交换和计算的非法人组织
 - C. 第三方支付平台是架构在虚拟支付层上的
 - D. 第三方支付是典型的应用支付层架构
- (参考答案: B; 参见教科书 10.5.1)

- SSL安全协议主要提供三方面的服务, 其中不包括_____。
 - A. 维护数据的完整性, 确保数据在传输过程中不被改变
 - B. 确认付款信息, 通知商家付款
 - C. 加密数据以隐藏形式被传送
 - D. 认证用户和服务器, 使得它们能够确信数据将被发送到正确的客户机和服务器上
- (参考答案: B; 参见教科书10.3.1)

- SSL的缺陷是_____。
 - A. 只能保证传输过程的安全, 无法知道在传输过程中是否受到窃听
 - B. 不能保证传输过程的安全
 - C. 不能够确信数据将被发送到正确的客户机和服务器上
 - D. 不能保证传输数据的完整性
- (参考答案: A; 参见教科书10.3.1)

- 下列不是SET协议规范所涉及的对象有_____。
- A. 消费者
- B. 在线商店
- C. 网络管理系统
- D. 认证中心

(参考答案: C; 参见教科书10.3.2)

● 以下电子商务术语意思为电子钱包的是_____。

- A. wallet
- B. Electronic Purse
- C. Wallet Administration
- D. E-cash

(参考答案: B; 参见教科书10.2.2)

● 一个国家范围内的物流、一个城市内的物流和一个经济区域内的物流被称为_____。

- A. 国际物流
- B. 区域物流
- C. 社会物流
- D. 企业物流

(参考答案: B; 参见教科书 11.1.1)

● _____系统主要是针对上游企业的采购物流过程进行创新而形成的。

- A. 集货型物流系统
- B. 散货型物流系统
- C. 混合型物流系统
- D. 批发型物流系统

(参考答案: A; 参见教科书 11.1.2)

● 随着_____的应用, 社会大物流系统的动态调度、动态储存和动态运输将逐渐代替企业的静态固定仓库。

- A. 企业资源计划系统 (ERP)
- B. 地理信息系统 (GIS)
- C. 全球卫星定位系统 (GPS)
- D. 增值网 (VAN)

(参考答案: C; 参见教科书 11.1.3)

● _____是指电子商务企业借助于自身物质条件 (包括物流设施、设备和管理机构等) 自行组织的物流活动。

- A. 第三方物流
- B. 第四方物流
- C. 企业物流
- D. 自营物流

(参考答案: D; 参见教科书 11.2.1)

● 一个部门或企业若要实现 EDI, 首先必须有一套_____。

- A. EDI 标准
- B. 计算机数据处理系统
- C. 标准物流条码
- D. 标准物流技术

(参考答案: B; 参见教科书 11.3.2)

● 最安全的身份认证机制是采用一次口令机制。下面的_____属于一次口令机制。

- A. 对称加密
- B. 请求响应
- C. 数字证书
- D. 私有密钥

(参考答案: B; 参见教科书第 12.2.1)

● 数字证书由申请证书主体的信息和_____两部分组成。

- A. 证书数据包含的版本信息
- B. CA 所使用的签字算法
- C. 发行证书的 CA 名称
- D. 发行证书的 CA 签字

(参考答案: D; 参见教科书第 12.2.3)

● 电子商务 CA 体系由 SET CA 认证体系和_____两大部分组成。

- A. 公钥 CA 体系
- B. PKI CA 体系
- C. 哈希 CA 体系
- D. DES CA 体系

(参考答案: B; 参见教科书第 12.2.3)

● 一个典型的 PKI 应用系统不包括_____。

- A. 密钥管理子系统
- B. 证书受理子系统
- C. 证书发布子系统
- D. 证书撤消子系统

(参考答案: D; 参见教科书第 12.2.3)

● 以下哪项不属于电子商务的立法范围_____。

- A. 电子合同
- B. 实体产品的物流配送
- C. 信息产品的网络广告
- D. 电子支付

(参考答案: C; 参见教科书第 12.5.4)

● 在电子商务保密制度中, 下面不属于信息的安全级别的是_____。

- A. 绝密级
- B. 机密级
- C. 秘密级
- D. 保密级

(参考答案: D; 参见教科书 12.4.3)

● 新型防火墙的设计包括_____。

- A. 包过滤技术和代理技术
- B. 包过滤技术和电路层技术
- C. 电路层技术和代理技术
- D. 电路层、包过滤和代理技术

(参考答案: A; 参见教科书 12.3.3)

多项选择题

● 电子商务按照交易对象分类, 可以分为_____。

- A. B2B
- B. B2C
- C. B2G
- D. C2G

(参考答案: A, B, C; 参见教科书 1.1.2)

● 电子商务的交易过程大致可以分为_____。

- A. 交易前的准备
- B. 交易谈判和签订合同
- C. 办理交易进行前的手续
- D. 交易合同的履行和索赔

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 1.3.1)

● 电子商务目前主要形式有_____。

- A. EDI 商务
- B. Extranet (外联网) 商务
- C. Intranet (内联网) 商务
- D. 因特网商务

(参考答案: A, C, D; 参见教科书 1.2.2)

● 在电子商务条件下, 卖方应当承担的义务有_____。

- A. 按照合同的规定提交标的物及单据
- B. 对标的物的权利承担担保义务
- C. 对标的物的质量承担担保义务
- D. 对标的物验收的义务

(参考答案: A, B, C; 参见教科书 1.4.1)

● 在电子商务条件下, 买方同样应当承担义务有_____。

- A. 买方应承担对标的物权利的担保义务
- B. 买方应承担按照合同规定的时间、地点和方式接受标的物的义务
- C. 买方应承担对标的物质量的担保义务
- D. 买方应当承担对标的物验收的义务

(参考答案: A, B, C; 参见教科书 1.4.1)

● 卖方不履行合同义务时, 买方可选择以下的哪些救助方法?

- A. 解除合同，并要求损害赔偿。
- B. 对迟延或不履行合同要求损失赔偿。
- C. 要求卖方实际履行合同义务，交付替代物或对标的物进行修理、补救。
- D. 减少支付价款。

（参考答案：A，B，C，D；参见教科书 1.4.1）

- 买方不履行合同义务时，卖方可选择以下救济方法：_____。
- A. 要求买方立刻支付价款
- B. 损害赔偿，要求买方支付合同价格与转售价之间的差额
- C. 要求买方履行其应履行的相应义务
- D. 解除合同

（参考答案：B，C，D；参见教科书 1.4.1）

- 电子商务对于社会生产力的推动作用突出表现在哪几个方面？
- A. 大幅度降低信息成本。
- B. 有利于形成高效流通、稳定体制。
- C. 突破行业和产品物理特性的限制。
- D. 大量减少中间环节。

（参考答案：A，C，D；参见教科书 1.5.2）

- 世界电子商务的发展历程基本可以分为_____。
- A. 酝酿起步阶段
- B. 迅速膨胀阶段
- C. 泡沫破灭阶段
- D. 稳步发展阶段

（参考答案：A，B，D；参见教科书 1.1.1）

- EDI 就是按照商定的协议，将商业文件标准化和格式化，并通过计算机网络，在贸易伙伴的计算机网络系统之间进行_____。
- A. 数据交换
- B. 数据存储
- C. 自动处理
- D. 自动交换

（参考答案：A，C；参见教科书 1.3.1）

- 目前，我国电子商务的发展仍然存在许多问题，这些问题主要是_____。
- A. 整体战略和措施尚未到位
- B. 电信市场开放缓慢
- C. 地区和企业电子商务发展不平衡
- D. 法律法规不健全等

（参考答案：A，B，C，D；参见教科书 2.2.5）

- 在电子商务战略的实施过程中需要遵守基本原则有_____。
- A. 满意原则

- B. 统一指挥原则
- C. 权变原则
- D. 安全原则

(参考答案: A, B, C; 参见教科书 2.4.3)

- 在推广电子商务的过程中, 试点工作是十分重要的, 主要原因有_____。
- A. 涉及的领域众多, 形式多样
- B. 行业和区域差别较大
- C. 企业管理水平有高有低
- D. 对电子商务认识上的不统一

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 2.3.2)

- 物流配送主要存在的问题有_____。
- A. 缺乏支持社会化配送中心运作的综合物品流通系统
- B. 受条块分割的管理模式的影响, 许多物流中心还不具有规模效益
- C. 物流基础设施不配套, 物流管理手段落后
- D. 从事配送中心的建设和营运的专业人才不足

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 2.2.5)

- 2005 年的中国电子商务还存在哪些突出的问题?
- A. 大部分电子商务还处于“非支付型”, 实现网络交易的还不多。
- B. 大企业与中小企业电子商务水平相差较大, 加快小企业电子商务的发展迫在眉睫。
- C. 大部分网站的盈利模式还比较单一。
- D. 东西部电子商务发展不平衡, 数字鸿沟的问题必须高度重视。

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 2.2.5)

- 企业电子商务战略中影响企业电子商务的主要内部因素是_____。
- A. 管理者的态度
- B. 行业竞争状况
- C. 财务状况
- D. 员工素质

(考答案: A, B, C; 参见教科书 2.4.1)

- 现已推出的 Windows Server 2003 R2。该系统采用了先进的客户机/服务器系统结构, 提供了强大的系统功能和丰富的网络服务。该系统的特点是_____。
- A. 用户界面简单、实用
- B. 联网性能好
- C. 安全性高
- D. 可移植性好

(参考答案: A, B, C; 参见教科书 3.13)

- FTP 的基本功能有_____。
- A. 沟通功能
- B. 匿名 FTP 服务

- C. 检测功能
- D. 批量文件传输

(参考答案: A, B, D; 参见教科书 3.2.2)

- 中文域名是含有中文文字的域名,是中国域名体系的重要组成部分。中文域名体系具有的特点是_____。
- A. 高度兼容
- B. 繁简转换,两岸互通
- C. 兼顾多种标准,符合国际趋势
- D. 使用方便,适用面广

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 3.3.4)

- _____是网络即时通讯软件主要使用的即时通讯传送协议。
- A. 可扩展通讯和表示协议 (XMPP)
- B. 即时通讯对话初始协议和表示扩展协议 (SIMPLE)
- C. 即时通讯通用结构协议 (CPIM)
- D. 网际转发聊天协议 (IRCP)

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 3.2.3)

- 目前各类 BBS 的主要功能有_____。
- A. 定期检查是否有新消息发布并选择阅读
- B. 用户可在站点内发布消息或文章供他人查询
- C. 免费软件的获取,文件传输
- D. 同一站点内的用户互通电子邮件,进行实时对话

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 3.2.3)

- 电子商务网站建设的目的一般可以分为_____。
- A. 开展 B2B、B2C 交易
- B. 开展拍卖业务
- C. 用于企业形象建设,拓展企业联系渠道
- D. 作为交易中间商,建立市场交易场所,开展中介服务

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 4.1.1)

- 网站结构图有很多种,如_____。
- A. 网状结构
- B. 继承结构
- C. 星型结构
- D. WEB 结构

(参考答案: A, B, D; 参见教科书 4.1.3)

- 相对于虚拟主机,服务器托管具有以下特点:_____。
- A. 灵活
- B. 经济
- C. 方便

D. 安全

(参考答案: A, C, D; 参见教科书 4.2.2.3)

- 数据安全保护是指对存放在网络中的数据的安全保护, 常用的数据保护技术包括_____。

- A. 身份验证
- B. 权限控制
- C. 数据加密
- D. 病毒防范

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 4.2.5.1)

- 接入 Internet 的所有费用大体上包含以下几部分: _____。

- A. 设备费
- B. 托管费
- C. 信息费
- D. 维护费

(参考答案: A, C, D; 参见教科书 4.4.1)

- 相对于 HTML, XML 具有以下特点: _____。

- A. 可扩展性
- B. 灵活性
- C. 自描述性
- D. 简明性

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 4.3.5.2)

- 用户的提问和意见实际上就是对_____和对_____。

- A. 产品和服务质量缺陷的反应
- B. 产品和服务潜在缺陷的反应
- C. 新产品信息的更新的要求
- D. 更高层次的产品和服务的要求

(参考答案: B, D; 参见教科书 5.4.1)

- 相对于传统商务信息, 网络商务信息具有以下显著的特点: _____。

- A. 时效性
- B. 相对性
- C. 便于存储
- D. 检索难度大

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 5.1.1)

- 在因特网上检索信息困难与下列哪些因素有关?

- A. 因特网信息多而分散。
- B. 信息通道拥挤。
- C. 网络信息检索工具能力有限。
- D. 网络信息鱼目混珠。

(参考答案: A, C, D; 参见教科书 5.2.2)

● 网络信息检索困难的解决办法有_____。

- A. 使用模糊查询和精确查询
- B. 明确检索目标
- C. 选择查询策略
- D. 分步细化逐步接近查询结果

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 5.2.3)

● 专题讨论方式是借用_____的形式进行的。

- A. 新闻组
- B. 邮件列表
- C. 网上论坛
- D. 语音聊天

(参考答案: A, B, C; 参见教科书 5.3.1)

● 在线问卷制作简单, 分发迅速, 回收方便, 但要设计得完美有效, 需要注意_____。

- A. 问卷的结构设计
- B. 标题醒目主旨突出
- C. 避免使用晦涩的专业术语或有歧义的语言
- D. 注意问卷的参与度和完成率

(参考答案: A, B, C 教科书 5.3.1)

● 新产品的开发不可避免地要涉及到专利问题。一般查询国内的专利信息, 可利用_____、_____、_____和万方数据库等网站。

- A. 中国专利信息网
- B. 中国专利信息中心
- C. 重庆维普网
- D. 中国知识产权网

(参考答案: A, B, D; 参见教科书 5.4.2)

● 通过信息的合理_____、_____、_____, 就可以使片面的信息转变为较为系统的信息。

- A. 收集
- B. 分类
- C. 组合
- D. 整理

(参考答案: B, C, D; 参见教科书 5.6.1)

● 网络消费者的购买动机基本上可以分为两大类: _____。

- A. 自我实现动机
- B. 心理动机
- C. 社交动机
- D. 需求动机

(参考答案: B, D; 参见教科书 6.2.1)

● 网络消费者购买行为的心理动机主要体现在_____。

- A. 社交动机
- B. 感情动机
- C. 理智动机
- D. 惠顾动机

(参考答案: B, C, D; 参见教科书 6.2.1)

● 网络消费是一种新型的消费形式,与传统的消费形式相比,有类似的地方,也有其独有的特点:_____。

- A. 网络消费仍然具有层次性
- B. 网络消费者的需求具有明显的差异性
- C. 网络消费者的需求具有超前性和可诱导性
- D. 网络消费者的需求具有交叉性

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 6.2.1)

● 企业的网上交易行为包括_____。

- A. 网上订单
- B. 组织购买
- C. 销售
- D. 电子物流

(参考答案: B, C; 参见教科书 6.3)

● 消费者市场细分的基础一般分为_____。

- A. 地理细分
- B. 人口细分
- C. 规模细分
- D. 心理细分

(参考答案: A, B, D; 参见教科书 7.1.2)

● 市场细分中的几个原则性问题是_____。

- A. 可衡量性原则
- B. 可持续发展性原则
- C. 可占据性原则
- D. 相对稳定性

(参考答案: A, C, D; 参见教科书 7.1.2)

● 评估不同细分市场的吸引力需要考虑如下原则:_____。

- A. 可识别
- B. 可促销
- C. 潜在性
- D. 稳定性

(参考答案: A, D; 参见教科书 7.1.2)

● 网络产品定价目标与传统营销的定价目标相似，主要有以下几种：_____。

- A. 生存
- B. 当期利益最大化
- C. 市场占有率最大化
- D. 产品质量最优化

（参考答案：A，B，C，D；参见教科书 7.4.1）

● 用户可以从移动电子商务中享受到如下方面的好处：_____。

- A. 方便
- B. 灵活
- C. 安全
- D. 熟悉

（参考答案：A，B，C，D；参见教科书 7.7.1）

● 在移动电子商务中，银行服务的概念是 Internet 银行（或家庭银行）概念的扩展，它允许消费者使用数字签名和认证来完成以下功能：_____。

- A. 管理个人账号信息
- B. 银行账号或预付账户的资金转移
- C. 接收有关银行信息和支付到期等的报警
- D. 处理电子发票支付

（参考答案：A，B，C，D；参见教科书 7.7.1）

● 移动电子商务的两大特点为_____。

- A. 移动性
- B. 直接性
- C. 安全性
- D. 有效性

（参考答案：A，B；参见教科书 7.7.3）

● 网络促销的三个明显特点是_____。

- A. 通过网络技术传递商品和劳务存在、性能、功效及特征等信息
- B. 在因特网这个虚拟市场上进行
- C. 在全球统一的大市场上进行
- D. 比传统促销节省了成本

（参考答案 A，B，C；参见教科书 8.1.1）

● 网络促销活动有很多种，现在最常见的有_____。

- A. 网络广告促销
- B. 网络站点促销
- C. 许可电子邮件营销
- D. 数据库营销

（参考答案：A，B，C，D；参见教科书 8.1.2）

● 网络促销在时间和空间观念上、在信息传播模式上以及在顾客参与程度上与传统的促销活动发生的较大差别有_____。

- A. 时空观念的变化
- B. 信息沟通方式的变化
- C. 消费群体和消费行为的变化
- D. 对网络促销的新的理解

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 8.1.3)

● 网络促销对象是针对可能在网络虚拟市场上产生购买行为的消费者群体提出来的,这一群体主要包括的人员有_____。

- A. 产品的使用者
- B. 产品的评定者
- C. 产品购买的影响者
- D. 产品购买的决策者

(参考答案: A, C, D; 参见教科书 8.2.1)

● 网络促销实施过程中,企业预算方案的制定需要_____。

- A. 确定自身网络促销的目标
- B. 研讨竞争企业的促销方案
- C. 确定网上的促销方法及组合办法
- D. 确定希望影响的是哪个群体

(参考答案: A, C, D; 参见教科书 8.2.4)

● 网络广告比传统广告有更好的性能价格比,拥有更广阔的发展前景。其鲜明的特点有_____。

- A. 目标准确,更改方便
- B. 便于检索,直接反馈
- C. 跨越地域和时空,宣传范围广泛
- D. 表现形式灵活,交互界面受用户喜爱

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 8.3.1)

● 网络广告价格受到多种因素影响,包括:_____。

- A. 网络广告提供商的知名度
- B. 网络广告的幅面大小与位置
- C. 网页浏览次数和网页浏览率
- D. 伴随关键词检索显示的网络广告

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 8.3.2)

● 网络广告导向策略,是指网络广告作品诱导公众接受网络广告信息的方式,包括:_____。

- A. 利益导向策略
- B. 情感导向策略
- C. 权威导向策略
- D. 时间导向策略

(参考答案: A, B, C; 参见教科书 8.3.4)

● 网络窄告的特点与优势有: _____。

- A. 覆盖范围广
- B. 直接命中目标群体
- C. 投放力度更强劲
- D. 可控性增强

(参考答案: A, B, C, D; 参见教科书 8.3.6)

● 建设一个好的网络站点,根本目的是要实现较高的网络浏览率和点击率。要实现网站的高访问量,可以从以下几个方面入手: _____。

- A. 在搜索引擎上注册
- B. 建立关键词列表
- C. 充分利用友情链接
- D. 加强网页实用性建设

(参考答案: A, B, C; 参见教科书 8.4.3)

● 网站促销的手段有以下几种: _____。

- A. 免费的应用
- B. 实现网站的高访问量
- C. 举办各种活动引发顾客的参与意识
- D. 增加网站的数量以增加潜在的客户人数

(参考答案: A, B, C; 参见教科书 8.4)

● E-mail 之所以能够流行成为一种营销工具,主要有原因: _____。

- A. E-mail 的简单性
- B. E-mail 具有独立性
- C. E-mail 是廉价的
- D. E-mail 可高频率发送

(参考答案: A, B, C; 参见教科书 8.4.3)

● 电子邮件内容设计需要: _____。

- A. 有详细的产品信息介绍
- B. 明确电子邮件内容的主题
- C. 有符合人们规范习惯的电子邮件
- D. 有新颖、富有创意的销售推广文案

(参考答案: B, C, D; 参见教科书 8.5.2)

● 病毒式促销的方法除了通过各种方法充分调动公众传播信息的积极性外,还有: _____。

- A. 利用“免费”吸引客户
- B. 通过“口头传递”传播信息
- C. 提供有价值且易于传播的信息
- D. 利用人际关系网络传播信息

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/537130065155006034>