《移动电子商务基础》试题

目录

[一、单选题（30道，每道1分，共计30分） 1](#_Toc525295493)

[二、多选题（20道，每道2分，共计40分） 5](#_Toc525295494)

[三、判断题（10道，每道1分，共计10分） 8](#_Toc525295495)

[四、填空题（10道，每道2分，共计20分） 8](#_Toc525295496)

共计70道，总分100分

## 一、单选题（30道，每道1分，共计30分）

1、以下选项中不属于移动电子商务营销类型的是（ D ）

A．推 B．拉 C．交互式 D．检索

2、移动技术出现以来主要经历了三次重要的变革，不属于这三次变革的是( D  )

A.模拟技术 B.数字技术

C.无线网络高速数据传输技术  D.有线网络高速传输技术

3、移动商务从本质上归属于（ A ）的类别。

A．电子商务 B．通信技术 C．无线通讯 D．网络技术

4、二维码是用特定的几何图形按一定规律以黑白相间的图案形式记录（ B ）

A.信息 B.数据信息 C.链接 D.图文消息

5、移动商务推广应用的瓶颈是（ C ）

A.支付问题 B.技术问题 C.安全问题 D.物流问题

6、现阶段移动互联网营销理论是（ B ）

A.4P理论 B.4C理论 C.4D理论 D.4R理论

7、（ A ）是在充分了解消费者信息的基础上，根据其特征和偏好有针对性地开展一对一的营销。

A.精准营销 B.事件营销 C病毒营销 D.体验营销

8、截至2018年12月，我国网民规模达8.29亿，我国手机网民规模达（ A ）亿，网民通过手机接入互联网的比例高达98.6%。

A. 8.17 B. 7.88 C. 6.68 D. 5.12

9、GPS是英文全球定位系统Global Positioning System的简写,它是由（ B ）国防部开发的。

A．法国 B．美国 C．俄罗斯 D．中国

10、目前3G存在四种标准，中国提出的标准是( C )

A．CDMA2000 B．WCDMA C．TD-SCDMA D．WIMAX

11、热点性内容即某段时间内（ A ）迅速提高，人气关注度节节攀升。

A．搜索量 B．访问量 C．阅读量 D．控制量

12、属于移动购物应用的是（ A ）

A. 淘宝、天猫 B. 京东、头条 C. 苏宁、微博 D. 腾讯视频、优酷

13、移动B2C模式是指（ C ）之间的电子商务。

A．线上与线下 B．企业与企业 C．企业与个人 D．个人与个人

14、PRAC法则倡导“2+N微博矩阵模式”，即以（ A ）为主平台，补充添加运营领导员工微博、粉丝团微博、产品微博及活动微博。

A.品牌微博、客户微博 B.用户微博、客户微博

C.品牌微博，用户微博 D.用户微博、商家微博

15、粉丝经济是以情绪资本为核心，以（ A ）为营销手段，将情绪资本准华为真正资本的一种经济形势。

A. 粉丝社区 B. 粉丝关注 C. 粉丝招黑 D. 粉丝传播

16、在企业层面中，（ B ）与营销作为网络营销的新配工具之一。

A.微信公关 B.微博公关 C.论坛 D.即时工具

17、以下哪一项是二维码营销的优势（ B ）

A. 对设备及网络环境要求高 B. 展现方式多样化

C. 用户教育成本高 D. 二维码图形不能直接识读，消费者难以记忆

18、影响H5传播量的重要因素是（ C ）

A.内容 B.标题 C.转发率和打开率 D.文案

解析：影响H5传播量的重要因素是转发率（内容）和打开率（标题和转发文案）

19、与PC端的网站建设一样，微网站建设前需要对微网站进行策划，策划的主要目的是（ D ）

A.明确微网站的网站主题和色彩

B.明确微网站的首页内容和页面布局

C.明确微网站的移动端用户的兴趣爱好等

D.明确微网站要为移动端用户提供什么服务或满足什么需求

20、“微网站”作为移动互联网时代下的一种新型的信息传递模式，具有便于( D )、传播、时效性强等方面的优势。①内容精简；②操作简单；③受众精准 ；④易于互动

A.①② B.②③ C.①②③ D.①②③④

21、 下列不属于移动广告形式的是（ A ）

A．大屏广告 B．Banner广告 C．插屏广告 D．信息流广告

22、 下列对APP线上推广放过描述有误的是（ C ）

A．利用应用推荐网站、应用商店推广 B．在APP论坛中置顶推广

C．不要在社交平台推广 D．利用百度百科、文库、搜索引擎等进行推广

23、结构决定社群的存活；输出决定社群的价值；（ B ）决定社群的寿命。

A.规则 B. 运营 C. 同好 D.复制

24、微信支付的应用范围不包括以下哪一项（ D ）

A.线下扫码支付 B.web扫码支付 C.公众号支付 D.刷卡支付

25、下列哪项不是移动商务的本质？（ D ）

A.移动商务主体的移动性 B.移动终端和商务主体的对应性

C.抓住商机的及时性 D.客户资源不准确

26、一般的移动支付系统中最复杂的部分是( B )，它为利润的分成最终实现提供了技术保证。

A.终端用户消费系统 B.商家管理系统

C.运营商综合管理系统 D.移动支付系统

27、（ A ）一种透过网络将大量的信息拆分成若干个小信息并分配给多台服务器进行处理、存储的一种分布式计算技术。

A.移动云技术 B.移动定位技术

C.移动通信技术 D.移动信息推送技术

28、对于移动智能终端，比较有效的安全防护措施就是（ A ）

A. 安装安全防护软件 B. 使用无线接口

C. 避免随意操作 D. 减少数据暴露

29、（ D ）通过特定的定位技术来获取移动手机或终端用户的位置信息（经纬度坐标），在电子地图上标出被定位对象位置的技术或服务。

A.全球定位 B.智能定位 C.捕捉定位 D.移动定位

30、手机病毒的发展大致分为了三个阶段，排序正确的是（ A ）

A．手机短信病毒阶段，智能手机/手持设备病毒阶段，网络手机病毒阶段

B．智能手机/手持设备病毒阶段，网络手机病毒阶段，手机短信病毒阶段

C．网络手机病毒阶段，手机短信病毒阶段，智能手机/手持设备病毒阶段

D．手机短信病毒阶段，网络手机病毒阶段，智能手机/手持设备病毒阶段

## 二、多选题（20道，每道2分，共计40分）

1、移动电子商务按服务类型分类可以分为（ ABC ）

A. 推式服务 B. 交互式服务

C. 拉式服务 D. 商务服务

2、从目前移动定位的整体来看，移动定位服务内容主要包括（ ABCD ）

A. 地图类应用 B. 社交类应用

C. 生活服务类应用 D. 传统的位置服务

3、以下哪些是H5营销的优势（ ABC ）

A. 社交分享便利，传播性强 B. 用户感官体验丰富，互动性好

C. 制作及传播成本低，优势明显 D. 传播环境限制性强

4、与传统电子商务相比，下列哪项是移动商务的优势（ ACD ）

A．时空的灵活性 B. 接入的稳定性

C．应用的即时性 D. 服务的个性化

5、传统O2O包括几类闭环形式（ BCD ）

A.用户引导闭环 B.消费数据流闭环

C.用户行为闭环 D.消费信息流闭环

6、在朋友圈做强关系营销时应注意事项（ ABC ）

A. 信息内容文字不宜过多 B. 以图文结合的形式进行内容表达

C. 信息发送不宜太过频繁 D. 要让所有人关注到消息

7、推动移动商务发展的因素有（ ABCD ）

A. 无线协议的逐步推出 B. 移动设备增长快速

C. 接入技术日趋成熟 D. 接入费用逐渐走低

8、在移动电子商务中与客户奖励关系的方法包括（ ABCD ）

A. 建立QQ群 B. 利用社交媒体，互加好友

C. 建立话题群组，互动交流 D. 建立微信公众号或服务号

9、以下有关微网站的作用说法正确的是（ ABC ）

A．提供更多的价值信息 B．注重品牌推广

C．增加影响力 D．以上答案均不正确

10、 在移动电子商务营销中进行粉丝经济，应注意事项（ ABCD ）

A. 充分尊重用户，避免急功近利而触及粉丝“软肋”

B. 提高企业的实例与形象魅力

C. 为用户提供更多的人性化价值和便利

D. 寻找触点，培养忠诚

11、在O2O平台上开设店铺的时候，需要注意哪些方面（ ABC ）

A. 在标注地理位置时仔细、精准

B. 确认商家所在城市是否开站点

C. 在资质审核是，按照提示填写详细信息

D. 线下发送宣传传单

12、移动支付系统的主要安全问题有（ ABCD ）

A．移动支付信息的机密性 B. 移动支付信息的完整性

C．移动支付多方身份的认证性 D. 移动支付的不可否认性

13、活码是指二维码中内容改变的情况下，二维码不用改变就可以扫到新内容，这样做的优势（ AB ）

A. 避免重复制作二维码 B. 避免推广新内容二维码

C. 使用户不用扫码 D. 避免二维码不够使用

14、微博上发布互动的目的是（ ABC ）

A.推广品牌 B.增加粉丝

C.引导消费 D.赠送奖品

15、移动互联网用户消费特点包括（ ABCD ）

A.消费移动化、碎片化 B.消费需求呈现个性化

C.消费入口呈现多元化 D.消费决策逐渐理性化

16、传统电商平台与微信小店的区别（ ABCD ）

A.专注于移动市场 B.技术要求有区别

C.理念不同 D. 定位不同

17、与基于有线网络的电子商务相比，属于移动商务的特点的是（ ABC  ）

A.用户数众多，占绝对优势     B.更加个性化的服务

C.更好的定位服务   D.更严密的安全性

18、搭建企业微博矩阵一般包含（ BCDE ）

A.个人微博 B.企业官方微博 C.客服微博

D.产品微博 E.市场微博

19、下列属于正确的内容营销策略的是（ ABCDE ）

A.热点性内容 B.时效性内容 C.持续性内容 D.实战性内容 E.促销性内容

20、以下哪些营销策略，不符合微博营销的特点（ ABCDE ）

A.目标不明确 B.内容空洞无内涵

C.盲目举办活动 D.在微博中夸大产品功能

E.购买假粉

## 三、判断题（10道，每道1分，共计10分）

1. 移动支付技术的唯一代表是二维码。（ × ）

2. 二维条码利用了计算机图像处理技术、组合编码原理等。（ √ ）

3. 去中心化的电子商务模式是以微博、微信等移动社交平台为依托。（ √ ）

4. 移动电子商务市场是互联网行业和传统商业相互融合的市场平台。（ √ ）

5. 无线局域网使用的技术主要是GPRS。（ × ）

解析：无线局域网使用的技术主要是Wi-Fi。

6. 移动电商中 DRM是什么含义数字版权管理。（ √ ）

7. 3G的主流应用技术标准为WLAN标准、CDMA2000、TD-SCDMA、WCDMA。（ × ）

解析：3G的主流应用技术标准CDMA2000、TD-SCDMA、WCDMA，无WLAN标准。

8. WPKI无线公开密钥体系中使用的公开密钥、数字证书、CA认证来保证其安全性。（ √ ）

9. 移动商务的价值链构成应该包括双向研发机构，既应该包括基础的技术研发机构，又应该包括市场研发机构。（ √ ）

10. 发生移动电子商务安全事故，一定程度上是因为本身的安全部署存在漏洞，让攻击者有机可乘。（ √ ）

## 四、填空题（10道，每道2分，共计20分）

1、第一代移动商务是以 短讯 作为载体。

2. 原型设计可分为 低保真原型 与高保真原型。

3. H5营销的常见形式包括 幻灯片型 、交互型、功能型。

4. 二维码在日常生活中的两种应用形态可以分为被读类、 主读类 。

5. APP 原型制作 是在正式开始视觉设计和开发之前，最具有成本效益的可用性手段之一。

6. 第三代无线通信系统简称3G，是指将 无线通信网络 与互联网等多媒体通信结合的无线通信系统。

7. 手机防火墙有两种可能的实现方法：安装在手机或安装在 移动网络的网关 。

8. 移动广告模式中，有CPC点击形式广告、 CPM弹窗形式 广告、CPA注册形式 广告、CPS销售提成形式广告、CPV富媒体形式 广告五种形式。

9. HTML5 是万维网的核心语言、标准通用标记语言下的一个应用超文本标记语言（HTML）的第五次重大修改。

10. 防病毒技术主要做到 病毒查杀 、新病毒迅速反应、病毒实时监测、快速方便的升级与系统兼容性等方面，以保证移动设备终处于较好较稳定的工作状态。