

阜新高等专科学校单独考试招生

《职业技能》软件技术复习参考试题

一、单项选择题：（请选出下列各题中最符合题意的一个答案，并将其字母填入答题纸内）

1. () 指一种有一位买方和许多潜在卖方的拍卖形式。
A. 正向拍卖 B. 询价采购
C. 电子易货方式 D. 逆向拍卖
2. () 为企事业单位提供采购、拍卖、招标、销售、结算、仓储配送等网上交易相关服务。
A. 信息服务类 B2B B. 第三方支付平台
C. 政府信息网站 D. 交易服务类 B2B
3. () 是一个集合较多的网址并按照一定条件分类的一种网址网站。
A. 网址导航网站 B. 门户网站
C. GPS 导航 D. 搜索引擎
4. () 是指将企业的产品或促销活动信息，直截了当的传达给消费者。
A. 网络软广告 B. 网络硬广告
C. 网络礼仪 D. 网络公关
5. B2C 电子商务团购网站主要以()方式进行宣传。
A. 口碑 B. 挽留过广告
C. 墙体广告 D. 电视节目
6. 选择多个可比的主体组，分别赋予不同的实验方案，控制外部变量，并检查所观察到的差异是否具有统计上的显著性，这种网络市场调研方法是()。
A. 网络问卷调研法 B. 网上观察法
C. 网上实验法 D. 专题讨论法
7. Q 币是由()网站推出的一种虚拟货币。
A. 新浪 B. 百度
C. 搜狐 D. 腾讯
8. () 是指企业作为市场主体、社会公民，作为各种资源的索取者与使用者，应当对其所处的社会环境和自然环境负起经济、法律与道德责任。
A. 企业的社会道德 B. 企业的社会责任

- C. 企业的社会地位 D. 企业的社会影响
9. 电子商务管理咨询服务侧重于()。
- A. 根据电子商务发展的前沿趋势，协助企业制定发展电子商务的战略规划
 - B. 提供电子商务产业的环境、政策、用户行为等咨询
 - C. 侧重宏观政策和市场规律的分析
 - D. 为企业提供应用电子商务的具体策略和方法，帮助企业在电子商务的环境下，实现新的经营管理方法和商业模式
10. 在物联网中，()可以看作是人体的感知器官，像眼睛、耳朵用来感知周围信息、识别事物。
- A. 应用层 B. 网络层 C. 感知层 D. 转换层
11. B2G 是指()的电子商务模式。
- A. 企业对消费者 B. 消费者对政府
 - C. 消费者对消费者 D. 企业对政府
12. 交易双方利用可获取的商品信息和信用信息选择交易对象的行为称为()。
- A. 交易配对
 - B. 逆向拍卖
 - C. 网络推广
 - D. 精准营销
13. 一个卖方对多个买方的 B2B 交易模式是()。
- A. 卖方集中模式 B. 买方集中模式
 - C. 多对多模式 D. 逆向拍卖模式
14. ()仅为企业提供涉及采购、营销推广、销售、决策、售后等环节的信息服务。
- A. 交易服务类 B2B B. 卖方集中型 B2B
 - C. 信息服务类 B2B D. 委托代理类 B2B
15. B2C 电子商务团购网站主要以()作为主要收入来源。
- A. 会员费
 - B. 加盟授权费
 - C. 商品代销
 - D. 交易佣金
16. ()是指企业根据交易水平的供给状况即时确定出售产品或服务的价格。
- A. 动态定价策略 B. 联盟定价策略

C. 个性化定价策略 D. 捆绑定价策略

17. () 将不同网站的同一商品按参数对照放在一个页面做横向比较，有助于用户高效地选用价格更低的商品。

A. 联盟网站 B. 比较购物网站

C. 搜索引擎 D. 分类导航网站

18. 企业资源规划的英文简称是()。

A. SCP B. ERP C. MRP D. DRP

19. () 是 B2B 电子商务模式的交易平台。

A. 京东商城网上交易平台

B. 携程网网上交易平台

C. 阿里巴巴网上交易平台

D. 新浪网

20. 从云计算的服务类型来看，() 是将应用程序平台功能作为服务提供给用户，为用户提供基于互联网的应用开发环境。

A. 架构即服务

B. 平台即服务

C. 软件即服务

D. 硬件即服务

21. 以下关于电子商务的作用说法错误的是()。

A. 电子商务革命将生产活动从消费需求为主导转变为以工业生产为主导

B. 电子商务可以优化资源配置

C. 电子商务可以降低社会交易成本

D. 电子商务推动社会分工和创新

22. () 是按照网络广告有效点击数计费。

A. CPM B. CPC C. CPA D. CPS

23. () 指通过聚合网络媒体广告资源，形成投放平台，帮助广告主实现多个媒体资源组合投放的投放形式。

A. 企业网站 B. 门户网站

C. 广告网络 D. CRP

24. 下面关于虚拟货币的说法正确的是()。

- A. 虚拟货币可以脱离现实货币而独立存在
- B. 发行单位负责兑付现金
- C. 发行虚拟货币需高昂的成本
- D. 实际发行量依赖于消费者的购买数量

25. 美国财政部于 1996 年下半年颁布了《全球电子商务税收政策解析》白皮书，提出为鼓励互联网这一新兴技术在商务领域的应用，各国税收政策的制定和执行应遵照一种“() 原则”，即不提倡对电子商务征收任何新的税收。

- A. 公开 B. 公正 C. 中间 D. 中性

26. 社会性网络服务(SNS) 所基于的主要理论是()

- A. 网络理论 B. 长尾理论
- C. “六度分割”理论 D. 人际关系理论

27. B2C 是指() 的电子商务模式。

- A. 企业对企业
- B. 消费者对政府
- C. 企业对消费者
- D. 企业对政府

28. B2B 是指() 的电子商务模式.

- A. 企业对企业
- B. 消费者对政府
- C. 企业对消费者
- D. 企业对政府

29. () 是指专业销售或提供某一类别商品或服务的 B2C 电子商务模式。

- A. 垂直型 B2C 电子商务
- B. 水旱型 B2C 电子商务
- C. 综合型 B2C 电子商务
- D. 交叉型 B2C 电子商务

30. 进行搜索引擎促销推广的核心在于()。

- A. 企业的服务质量
- B. 企业的产品质量
- C. 企业的出价

D. 关键词的选择

31. 电子商务的主体是()。

- A. 电子信息技术
- B. 政府
- c. 商务活动
- D. 商品

32. ()是 B2B 电子商务模式的交易平台。

- A. 京东商城
- B. 携程网
- c. 阿里巴巴网上交易平台
- D. 新浪网

33. ()专注于为某个或某几个行业提供行业咨询和交易服务，用户主要是集中于该行业的相关企业，其特点是能够更深入把握行业需求。

- A. 水平型 B2B
- B. 垂直型 B2B
- C. 内贸型 B2B
- D. 外贸型 B2B

34. 企业通过招标的方式采购产品和服务属于()。

- A. 多对多模式
- B. 拍卖模式
- C. 卖方集中模式
- D. 买方集中模式

35. 下列哪个网站是纯网上经营型的 B2C 电子商务商城()。

- A. 京东商城
- B. 西单商场
- C. 国美电器
- D. 苏宁电器

36. ()策略能充分利用不同消费者对商品的估价来提高卖者的利润。

- A. 捆绑定价
- B. 低价定价
- C. 折扣定价
- D. 拍卖定价

37. ()是指将企业的产品或促销活动信息，直截了当的传达给消费者。

- A. 网络软广告
- B. 网络硬广告
- c. 网络礼仪
- D. 网络公关

38. ()是指低成本、快速、高效地提供大批量的定制化产品或服务。

- A. EDI
- B. 订单管理
- C. ERP
- D. 大规模定制

39. ()是银行金融网络系统和互联网之间的接口，是由银行操作的将互联网上传输的数据转换为金融机构内部数据的一组服务器设备，或由指派的第三方处理商家支付信息和顾客的支付指令。

- A. 防火墙 B. 支付网关
c. 内联网 D. 路由器
40. 下列电子商务企业社会责任评价指标体系中，用以评价电子商务企业对员工的责任的指标有()。
- A. 劳动合同覆盖率 B. 交易记录完整性
C. 退货保证比例 D. 投诉率
41. ()是指设置价值较高的奖品，消费者通过多次购买或多次参加某项活动来增加积分以获得奖品。
- A. 有奖促销 B. 积分促销
C. 网上打折促销 D. 免费促销
42. ()是指在技术、经济高度发达的现代社会里，掌握信息技术和商业规则的人，系统化运用电子工具，高效率、低成本地从事以商品交换为中心的各种活动的总称。
- A. 网络营销 B. 电子政务
C. EDI D. 电子商务
43. 通过()活动发生商品所有权的转移。
- A. 信息流 B. 物流 C. 资金流 D. 商流
44. 网络市场调研活动的最后一个阶段是()。
- A. 确定目标 B. 制定计划
C. 收集信息 D. 撰写报告
45. 关于系统请问密码的设置常识，说法错误的是()。
- A. 密码字符数越多越难破解
B. 密码应定期更改，以免泄漏
C. 使用生日、身份证等容易记忆的数字做密码
D. 避免将密码记录在不安全的地方
46. ()是一个经证书认证机构数字签名的包含用户身份信息以及公开秘密信息的电子文件。
- A. 数据签名
C. 安全证书
B. 电子签名
D. 数字证书
47. 下列说法不正确的是()。

- A. 制造商型配送中心所配送物品来自社会上的各个制造商
 - B. 批发商型配送中心的配送活动的社会化程度较高
 - C. 专业物流配送中心的运输配送能力很强
 - D. 零售商型配送中心是由零售商成立的配送中心
48. ()是指由两个或两个以上的经济组织为实现特定的物流目标而采取的长期联合与合作。
- A. 自营物流模式 B. 绿色物流模式
 - C. 企业物流联盟模式 D. 物流全部外包模式
49. 适合做网上支付密码的是()。
- A. FAQ B. password
 - C. A7y4uu88 D. administrator
50. 电子商务创业项目的生命周期包括启动、()、实施、收尾四个阶段。
- A. 申请
 - C. 执行
 - B. 计划
 - D. 评估
51. ()是指低成本、快速、高效地提供大批量的定制化产品或服务。
- A. EDI B. 订单管理
 - C. ERP D. 大规模定制
52. ()是指企业通过电子商务网络用剩余的物资、设备等商品交换回自己需要的商品的交易模式。
- A. 集中目录模式 B. 联合采购模式
 - C. 招标模式 D. 电子易货模式
53. 个人在淘宝网上进行农村农副产品销售的电子商务创业项目一般属于()项目。
- A. 国家级 B. 大型
 - C. 小型 D. 地区级
54. 在乡村旅游电子商务中，()是指以特定地域或特定民族的传统风俗为资源而加以保护、开发的旅游产品。
- A. 观光旅游 B. 生态旅游
 - C. 绿色旅游 D. 民俗旅游

55. () 是将业务文件按照一个公认的标准从一台计算机传输到另一台计算机的电子传输方法。
- A. VAN B. GPS
C. EDI D. PSTN
56. () 是受法律承认的权威机构，负责发放和管理电子证书，使网上交易的各方能够互相确认身份。
- A. 物流中心 B. 网上银行
C. 认证中心 D. 商家
57. XYZ 公司帮助个人将产品出售给其他人，并对每一笔交易收取一小笔佣金。这属于哪一种电子商务模式？()
- A. B2C B. C2C
C. B2B D. B2G
58. 国内某酿酒企业推出了一种类似于啤酒口感的饮料，将其定位为喝多少都不会醉的啤酒，迎合了那些经常饮用啤酒而又担心醉酒的人的需要，其目标市场定位依据是()。
- A. 啤酒口感 B. 使用场合及用途
C. 顾客得到的利益 D. 顾客类型
59. () 模式可以为消费者提供跨金融机构和运营商的移动支付服务，
- A. 金融机构主导 B. 第三方运营
C. 运营商主导 D. 运营商独立运营
60. () 是指为了满足消费者需求而进行的农产品及相关信息从生产者到消费者之间的物理性流动，主要包括农产品加工、包装、储存、运输、配送等环节。
- A. 农产品生产
B. 农产品销售
C. 农业电子商务
D. 农产品物流
61. 下列说法不正确的是()。
- A. 制造商型配送中心所配送物品来自社会上的各个制造商
B. 批发商型配送中心的配送活动的社会化程度较高
C. 专业物流配送中心的运输配送能力很强
D. 零售商型配送中心是由零售商成立的配送中心
62. 消费者求实购买动机的核心是()。

A. "实用"和"实惠" B. "时髦"和"奇特"

C. 讲求装饰和打扮 D. "显名"和"炫耀"

63. 在设法摸清顾客的真正需要时，应当首先展示以下哪种层次的商品比较适宜？()

A. 价格较低的商品 B. 中等偏上的商品

C. 价格较高的商品 D. 名牌商品

64. 请指出以下哪一点是不恰当的？()

A. 在天气寒冷时可以戴手套与对方握手

B. 和长者见面时，一般应由对方决定是否愿意握手

C. 和新客户握手时，应以轻触对方为准

D. 一般应采取站立姿势与对方握手

65. 推销失败时，很多推销员都是草草收场，此时首先应做的是()。

A. 态度冷漠，

C. 蔑视对方

B. 自暴自弃

D. 避免失态，体面撤退

66. 以下哪个不是地毯式寻找法的主要优点？()。

A. 成本低，效率高 B. 接触面大，范围广

C. 同时进行市场调查 D. 信息量大

67. 一般情况下，以下哪一项不适合作为接近阶段工作的主题？()

A. 约定见面时间 B. 和客户约定见面地点

C. 和客户约定见面方式 D. 和客户讨论产品的价格

68. 关于好奇接近法，以下哪个说法不正确？()

A. 推销员利用人的好奇心来接近客户，常常会收到事半功倍之效

B. 使用好奇接近法不可过分卖弄技艺

C. 推销员应尽可能发挥表演技巧，使用夸张的手法吸引客户的注意

D. 这种方法是在掌握人们的心理规律的基础上，采用了有效的措施

69. 客户异议是成交的障碍，但也表达了一种信号，即客户对推销品()。

A. 非常满意 B. 不满意

C. 产生兴趣 D. 没有兴趣

70. 有统计表明，如果潜在客户能够在实际承诺购买之前，先行拥有该产品，交易的成功率将

会大大提高。基于这样的考虑，可以采取()。

- A. 特别优惠促成法
- B. 建议促成法
- C. 最后机会促成法
- D. 试用促成法

71. 市场营销观念的中心是()。

- A. 推销已经生产出来的产品
- B. 制造质优价廉的产品
- C. 发现需要并设法满足他们
- D. 制造大量产品并推销出去

72. 以下哪一组是伊. 杰. 麦卡锡教授概括的“4P”的市场营销组合? ()

- A. 产品、价格、渠道、销售促进
- B. 产品、价格、竞争者、公共关系
- C. 技术、成本、渠道、销售促进
- D. 产品、渠道、法律、价格

73. 在市场对产品价格极为敏感、企业的生产成本和经营费用会随生产经营的增加而下降，低价不会引起实际和潜在的竞争，企业宜对此产品采用()。

- A. 渗透定价
- B. 撇脂定价
- C. 中间定价
- D. 理解价值定价

74. 消费品中的便利品，通常采用()，使广大消费者能随时随地买到这些产品。

- A. 密集分销
- B. 选择分销
- C. 独家分销
- D. 方便推销

75. 在以下哪种情况下，企业宜采取薄利多销策略? ()

- A. 产品缺乏需求弹性即 $E<1$ 时
- B. 产品富于需求弹性即 $E>1$ 时
- C. 产品具有一般需求弹性即 $E=1$ 时
- D. 产品是生活必需品

76. 以下关于包装的说法哪个是不对的? ()

- A. 包装对顾客要有吸引力
- B. 包装要易装运、储放
- C. 包装要与其商品的性质及风格一致
- D. 包装越精美越好

77. 一个市场是否有价值，主要取决于该市场的()。

- A. 需求状况
- B. 竞争能力
- C. 需求状况和竞争能力
- D. 中间商的多少

78. 在中国的长假期间，一般很难买到较大折扣的机票，对此的合理解释是，企业采用了()营销策略。

- A. 协调性
- B. 开发性
- C. 降低性
- D. 恢复性

79. 消费者的购后评价主要取决于()。

A. 付款方式 B. 赠品优惠

C. 产品质量和性能发挥状况 D. 他人态度

80. 企业进行价格竞争的条件是()。

A. 税费的降低 B. 成本的降低

C. 质量的提升 D. 产品数量缩减

81. 市场之所以能够细分，主要原因在于()。

A. 市场竞争日益激烈

B. 市场产品供应的多元化和消费者的多样化

C. 现代信息技术的迅猛发展

D. 相关群体的影响

82. 在新产品开发过程的第一个阶段，营销部门的主要责任是()。

A. 进行环境分析 B. 评估与筛选

C. 搜集构想 D. 进行营业分析

83. 网络营销的分销链比传统的要()。

A. 短 B. 宽 C. 长 D. 一样

84. 当产品处于其生命周期的介绍期时，促销策略的重点是()。

A. 认识了解商品，提高知名度 B. 促成信任、购买

C. 增进信任与偏爱 D. 满足需求的多样性

85. 以下哪一个不属于企业内部的信息来源？()

A. 会计记录 B. 企业的市场预测资料

C. 企业的经济活动分析材料 D. 政府发布的经济公报

86. 根据马斯洛的需要层次论，()层次的需要是最高的。

A. 安全需要 B. 生理需要

C. 自我实现需要 D. 尊重需要

87. 企业市场营销管理过程的第一个步骤是。

A. 规划与执行市场营销策略 B. 实施与控制市场营销活动

C. 企业市场机会分析 D. 制定战略性市场营销规划

88. ()是那些生产经营与本企业产品相似的或可以互相替代的产品、以同一类顾客为目标市场的其他企业。

A. 挑战者 B. 协作者

C. 零售商 D. 竞争者

89. 某服装企业将消费者市场分为“传统型”、“新潮型”、“节俭型”和“奢靡型”等，这是依据（ ）所做的细分。

A. 心理因素 B. 地理因素 C. 人口因素 D. 购买行为因素

90. 一般说来，产品的最低价格取决于（ ）。

A. 产品的市场需求 B. 产品的成本费用

C. 替代产品的价格 D. 相关产品的价格

91. 市场营销调研的第一步是（ ）。

A. 确定问题研究目标 B. 收集信息

C. 进行调研设计 D. 确定一个抽样计划

92. 从市场营销学的角度来理解，市场是指（ ）

A. 买卖双方进行商品交换的场所

B. 买卖之间商品交换关系的总和

C. 以商品交换为内容的经济联系形式

D. 某一产品的所有现实和潜在买主的总和

93. 以下哪一个不应是企业针对处于成熟阶段的产品所采取的市场营销策略？（ ）

A. 巩固老用户

B. 开发二代产品

C. 加强售后服务

D. 立即停止生产

94. 以下关于包装的说法哪个是不对的？（ ）

A. 包装对顾客要有吸引力 B. 包装要易装运、储放

C. 包装越精美越好 D. 包装要与其商品的性质及风格一致

95. 以下哪一个不属于企业体验营销的策略？（ ）

A. 直接营销 B. 感官式营销

C. 思考式营销 D. 情感式营销

96. 以下哪类产品不适于用人员销售的方式促销？（ ）

A. 单价低的日用品 B. 复杂程度高的产品

C. 风险程度高的产品 D. 购买批量大产品

97. 战略环境因素变化的结果，对企业及其活动形成有利的条件是（ ）。

- A. 环境威胁
 - B. 市场机会
 - C. 市场利润
 - D. 成本优势
98. 某啤酒公司准备开发某地市场，调查后发现，该地的人不喜欢喝啤酒。对此，企业市场营销的任务是实行()。
- A. 扭转性营销
 - B. 恢复性营销
 - C. 刺激性营销
 - D. 协调性营销
99. ()是生产者购买决策过程的起点。
- A. 确认需求
 - B. 说明需求项目的特点和数量
 - C. 寻找和判断潜在的供应来源
 - D. 接受供应企业的报价
100. 以下哪一点不是调查问卷应该做到的? ()
- A. 问句的表达简洁易懂 B. 调查问句有亲切感
 - C. 调查问卷简短 D. 多使用术语或者缩写
101. 以下哪一个是在企业在市场定位过程中不必考虑的?()
- A. 了解竞争产品的市场定位
 - B. 了解消费者对产品各种属性的重视程度
 - C. 确定本企业产品的特色和独特形象
 - D. 降低产品的销售成本
102. 企业利用消费者具有仰慕名牌商品或名店声望所产生的某种心理，对质量不易鉴别的商品的定价最适宜用()法。
- A. 尾数定价 B. 招保定价
 - C. 声望定价 D. 安全定价
103. 某珠宝制造商在某地只选择一家珠宝店销售其生产的珠宝，这种分销渠道形式属于()。
- A. 密集性分销

B. 选择性分销

C. 独家分销

D. 多渠道分销

104. 直效营销的突出特点是()。

A. 由独立的营销人员以面对面的方式销售

B. 可对各种直接营销活动的效果进行有效的测定

C. 以日用品为主

D. 在固定零售店铺以外的地方销售

105. 当产品处于其生命周期的介绍期时，促销策略的重点是()。

A. 认识了解商品，提高知名度 B. 促成信任、购买

c. 增进信任与偏爱 D. 满足需求的多样性

106. 在电子商务的立法和司法过程中，法律为当事人全面表达与实现自己的意愿预留充分的空间，并提供确实的保障，这是电子商务立法的()原则。

A. 中立原则 B. 自治原则

C. 安全原则 D. 功能等同原则

107. 通过互联网为用户提供信息的人是)。

A. 网络内容服务提供者 B. 网络交易服务提供者

C. 网络接入服务提供者 D. 网络中介服务提供者

108. 根据我国相关的法律法规的规定，对于网站的设立实行统一的管理制度，国家对设立()网站，实行备案制度。

A. 经营性互联网信息服务 B. 非经营性互联网信息服务

C. 特种行业互联网信息服务 D. 特殊行业互联网信息服务

109. 在数据电文形式问题的解决方法上，《电子商务示范法》为各国提供了哪种解决方案？()

A. 功能等同法 B. 合同解决途径

c. 协商解决途径 D. 法律解释途径

110. 所谓数字签名，就是只有()才能产生的，别人无法伪造的一段数字串，它同时也是对发送者发送的信息的真实性的一个证明。

A. 信息的发送者

B. 信息的接收者

C. 认证机构

D. 服务器的经营者

111. 法律规定对于消费者权益的保护，除了传统的保护方式之外，一般还有两项特别规定：经营者的信息披露义务和（ ）。

A. 法律规定的“冷却期”内可以解除合同 B. 产品包修包退包换权利

C. 产品检验期内可以无条件终止合同 D. 产品试用权利

112. 个人信息应该与它们将要被使用的目地和该目的所需要的程度相关，个人信息应该准确、完整，并得到及时更新。这体现了个人信息保护法的哪个基本原则：（ ）。

A. 信息质量原则 B. 目的特定原则

C. 使用限制原则 D. 安全保障原则

113. 利用互联网等开放性网络或无线网络开办的电子银行业务，包括网上银行、手机银行和利用掌上电脑等个人数据辅助设备开办的电子银行业务，适用（ ）。

A. 报告制

B. 审批制

C. 备案制

D. 特许制

114. 只要数据电文符合书面形式的功能，即符合法律规定的书面形式要求，而不管它是“纸面的”还是“电子的”，都具有同等的法律效力，这体现了（ ）原则。

A. 意思自治 B. 技术中立

C. 功能等同 D. 限制

115. 根据规定，涉及域名的侵权纠纷案件，由侵权行为地或者被告所在地的中级人民法院管辖。对难以确定的，原告发现该域名的计算机终端等设备所在地可以视为（ ）。

A. 原告所在地 B. 被告所在地

C. 侵权结果地 D. 侵权行为地

116. 数据电文根据双方约定或者法律规定，需要确认收吃的，应当确认收注。发件人收到确认时，（ ）。

A. 数据电文可视为已收到

B. 数据电文视为已发送

C. 数据电文未发生法律效力

D. 数据电文可视为未接收

117. 电子信息交易关系的内容具有特殊性，集中体现在信息产品许可人享有的（ ）和对信息产

品的瑕疵担保义务等方面。

- A. 产品控制权
- B. 电子控制权
- C. 交易控制权
- D. 对电子商务交易产品的瑕疵担保义务

118. 采用数据电文形式订立合同的，收件人指定特定接收数据电文系统的，该数据电文()的时间，视为到达时间。

- A. 进入收件人的任何系统的首次
- B. 到达收件人的任何系统的首次
- C. 进入该特定系统
- D. 到达该特定系统

119. 对于认证机构的用户而言，下列哪项不属于其应当承担的义务？()

- A. 提交真实信息的义务
- B. 安全保管私人密码的义务
- C. 签订书面合同的义务
- D. 及时告知的义务

120. 法律规定对于消费者权益的保护，除了传统的保护方式之外，一般还有两项特别规定：经营者的信息披露义务和()。

- A. 法律规定的“冷静期”内可以解除合同
- B. 产品包修包退包换权利
- C. 产品检验期内可以无条件终止合同
- D. 产品试用权利

二、多项选择题(每小题有2个或2个以上正确答案，错选、不选均不得分)

1. 农副产品的网络销售能够()
 - A. 降低销售成本
 - B. 扩大市场
 - C. 提高对客户的服务水平
 - D. 提离产品质量
2. 条形码的应用领域有()
 - A. 零售商店
 - B. 图书馆
 - C. 仓储管理
 - D. 物流跟踪
3. 网络目标市场定位的依据有()

- A. 产品特点 B. 使用场合及用途
 C. 顾客得到的利益 D. 顾客类型
4. 关于运行商独立运营的移动支付模式说法正确的是()。
 A. 运营商的收益主要来自两个方面:从商家获得每笔交易的服务佣金和从消费者获得的通信费
 B. 这种商业模式运营商无法掌握绝对的控制权
 C. 运营商经营金融类业务不受限制
 D. 运营商难以进行额度较大的移动支付业务
5. 运用数字证书进行数字签名, 可保证交易信息的()。
 A. 真实性 B. 完整性
 C. 不可抵赖性 D. 保密性

【参考答案】

题号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
答案	D	D	A	B	A	C	D	B	D	C
题号	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
答案	D	A	A	C	D	A	B	B	C	B
题号	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
答案	A	B	C	D	D	C	C	A	A	D
题号	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
答案	C	D	B	D	A	D	B	D	B	A
题号	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
答案	B	D	D	D	C	D	B	C	C	B
题号	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
答案	B	D	C	D	C	C	B	C	B	D
题号	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
答案	B	A	B	A	D	A	D	C	C	D
题号	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
答案	C	A	A	A	B	D	C	C	C	B

题号	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
答案	B	C	A	A	D	C	C	D	A	B
题号	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
答案	A	D	D	C	A	A	B	A	A	D
题号	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110
答案	D	C	C	B	A	B	A	B	A	A
题号	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120
答案	A	A	B	C	D	A	B	C	C	A

一、多选题

1. ABC 2. ABCD 3. ABCD 4. AD
5. ABCD