

2006年之电子商务师市场信息学试题一 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E4_B9_8B_c40_64185.htm 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选项中只有一个选项是符合题目要求的，请将正确选项前的字母填在题后的括号内。1.在管理控制中，计划信息是()A.前馈信息 B.反馈信息 C.事务信息 D.原始信息 2.衡量信息量多少的是()A.不确定性的减少 B.数据量的多少 C.信息客观性的反映 D.信息的载体 3.使决策时减少不确定性，在决策过程中具有价值的是()A.管理 B.数据 C.信息 D.模型 4.由于股东监管日常活动很困难，所以公司经理可能会追求与企业价值最大化不相容的政策，这被称为()A.公共产品问题 B.外部性 C.规模经济 D.道德风险 5.BBS又称()A.电子论坛 B.电子公告版 C.电子邮件系统 D.聊天室 6.委托人针对代理人隐蔽信息而面临的不利选择地位时，激励的目标是()A.如何让人说真话 B.如何让人不偷懒 C.代理人遵守道德规范 D.代理人勤奋工作 7.下列不属于市场信息特征的是()A.目的性 B.免费性 C.竞争性 D.利益性 8.将市场信息确定在信息空间的坐标上，以便人们在需要时能够以各种方便的形式查询、识别并获取该信息的过程是()A.优化选择 B.确定标识 C.组织排序 D.改编重组 9.联机数据库服务方式的显著特点是()A.实时性 B.成本低廉 C.简洁性 D.易用性 10.技术市场是()A.一次信息市场 B.二次信息市场 C.动态信息市场 D.静态信息市场 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。

详细请访问 www.100test.com