

- 1- يعرف المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري لتبادل المنتج بـمال أو تبادل المنتج بمنتج أو خدمة أو معلومات
بـالأسواق.....
- أ- التقليدية.
ب- التنافسية.
ج- الاستهلاكية.
د- الإلكترونية.
- 2- المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري عبر الانترنت online لتبادل المنتج بـمال هو السوق
- أ- التقليدي.
ب- التنافسي.
ج- المنتج.
د- الإلكتروني.
- 3- ينقل المعلومات بين البائع والمشتري حتى يسهل عملية الشراء.
- أ- شركاء العمل.
ب- الوسطاء.
ج- الدعم والمساندة.
د- الواجبة.
- 4- يحفز البائع على البيع ويشجع المشتري على الشراء لإتمام عملية البيع والشراء.
- أ- شركاء العمل.
ب- الوسطاء.
ج- الدعم والمساندة.
د- الواجبة.
- 5- أهم أسباب النجاح للأسواق الإلكترونية هي قوة, التي تنتقل المعلومات بين الشبكات وقواعد المعلومات المختلفة.
- أ- الزبائن.
ب- البنية التحتية.
ج- الباعة.
د- الواجبة.

12- يستخدم بالتجارة الإلكترونية..... لعرض كل ما يتعلق بالمنتجات من معلومات وصور.

- أ- الكتالوج الإلكتروني.
- ب- المنتجات الرقمية.
- ج- السوق الإلكتروني.
- د- التقارير الإلكترونية.

13- يعد العالم من أشهر العلماء المتخصصين في مجال المنطقية.

- أ- ماثيل نيون.
- ب- مايكل بورتر.
- ج- التون مايو.
- د- فريدريك تايلور.

14- محرك البحث أحد عناصر المتجر الإلكتروني، ومن أشهر محركات البحث

- أ- Google.
- ب- Hotmail.
- ج- iPhone.
- د- Samsung.

15- سهل البناء والتصميم وصعب التحديث، بينما صعب البناء ومكلف وسهل التحديث.

- أ- ملة السوق / محرك البحث.
- ب- الكتالوج الإلكتروني / الكتالوج الورقي.
- ج- محرك البحث / ملة السوق.
- د- الكتالوج الورقي / الكتالوج الإلكتروني.

16- يقوم بالتخلص من المهام التي لا فائدة لها لإتمام العملية بأقل الخطوات الممكنة.

- أ- المزادات الإلكترونية. E-Auctions.
- ب- التجارة الإلكترونية بالموبايل M-Commerce.
- ج- التسويق المباشر Direct Marketing.
- د- إعادة الهندسة Re-engineering.

17- هو ملف يتابع تحركات الزائر على الموقع أثناء تواجده في الموقع فقط.

- أ- المزادات الإلكترونية. E-Auctions.
- ب- التجارة بالموبايل M-Commerce.
- ج- التسويق المباشر Direct Marketing.
- د- إعادة الهندسة Re-engineering.

18- الأسواق الأسهم والبورصة من أنواع المزادات الإلكترونية

- أ- بائع واحد / مشتري واحد.
- ب- بائع واحد / عدة مشتريين مستقلين.
- ج- مشتري واحد / عدة بائعين.
- د- عدة بائعين / عدة مشتريين.

19- المناقصات والمناقصات الحكومية التي يفرض بها من يتقدم

- أ- بائع واحد / مشتري واحد.
- ب- بائع واحد / عدة مشتريين مستقلين.
- ج- مشتري واحد / عدة بائعين.
- د- عدة بائعين / عدة مشتريين.

20- أحدث مفهوم (BPR) نقلة في علم الإدارة عن طريق

- أ- التخلص من الإدارة العليا.
- ب- التخلص من الإدارة الوسطى.
- ج- التخلص من الإدارة الدنيا.
- د- تقسيم الإدارة العليا

21- سهلت الأسواق الإلكترونية والتقنية عملية التسوية

- أ- سهولة ترويج المنتجات.
- ب- تحسين خدمة العملاء.
- ج- انخفاض الأسعار.
- د- صيوع ما سبق.

22- أي من التالي لا يعد من مستحدثات الأسواق

- أ- التخصيص Customization.
- ب- الإعلانات Advertisement.
- ج- العمل من المنزل Commuting.
- د- الحوسبة الآتية e-Computing.

23- أي المصطلحات التالية يقصد به العمل من

- أ- Tele-Communting.
- ب- Tele-working.
- ج- Tele-moving.
- د- ليس أي مما سبق.

... تعرض كل ما يتعلق بالمنتجات من معلومات وصور.

لمتخصصين في مجال المنافسة.

ومن أشهر محركات البحث

حديث، بينما صعب البناء ومكلف، وسهل

تأخذ لها لإتمام العملية بأقل الخطوات الممكنة.

موقع أثناء تواجده في الموقع فقط.

18- أسواق الأسهم والبورصة من أنواع المزادات الإلكترونية

- أ- بائع واحد / مشتري واحد.
- ب- بائع واحد / عدة مشترون محتلون.
- ج- مشتري واحد / عدة باعة.
- د- عدة باعة / عدة مشترون.

19- المناقصات والمناقصات الحكومية، التي يفوز بها من يقدم العرض الأقل سعراً ويسمى بالمزاد المنجى إلى

الأسفل تعد من نوع المزادات

- أ- بائع واحد / مشتري واحد.
- ب- بائع واحد / عدة مشترون محتلون.
- ج- مشتري واحد / عدة باعة.
- د- عدة باعة / عدة مشترون.

20- أحدث مفهوم (BPR) نقلة في علم الإدارة عن طريق:

- أ- التخلص من الإدارة العليا.
- ب- التخلص من الإدارة الوسطى.
- ج- التخلص من الإدارة الدنيا.
- د- تقليص الإدارة الدنيا

21- سهلت الأسواق الإلكترونية والتقنية عملية التسويق المباشر عن طريق:

- أ- سهولة ترويج المنتجات.
- ب- تحسين خدمة العملاء
- ج- تخفيض الأسعار
- د- جميع ما سبق

22- أي من التالي لا يعد من مستحدثات الأسواق الإلكترونية على المنظمات:

- أ- التخصيص Customization.
- ب- الإعلانات Advertisement.
- ج- العمل من المنزل Tele-Commuting.
- د- الحوسبة الآلية Tele-Computing.

23- أي المصطلحات التالية يقصد به العمل من المنزل، أو العمل عن بعد:

- أ- Tele-Commuting.
- ب- Tele-working.
- ج- Tele-moving.
- د- ليس أي مما سبق.

القسم الأول
تجارة الأعمال الإلكترونية

- 24- يقصد بالتخصيص Customization في التجارة الإلكترونية:
 أ- قدرة الزبون على امتلاك منتج مختلف تمام عن المنتجات الأخرى.
 ب- قدرة الزبون على امتلاك منتج يشعرو بأنه مختلف ومتميز عن الآخرين.
 ج- قدرة المنظمة على صنع منتج مختلف يلبي حاجات كافة المستهلكين.
 د- قدرة الزبون على بناء المنتج حسب رغبائه واحتياجاته.
- 25- يطلق مصطلح E-Tailing على:
 أ- تجارة الجملة الإلكترونية.
 ب- تجارة التجزئة الإلكترونية.
 ج- التجارة بدون وسيط.
 د- التجارة المباشرة عن طريق الإنترنت.
- 26- أي السلع التالية هي الأكثر بيعاً على الإنترنت بقطاع التجزئة؟
 أ- أجهزة الكمبيوتر والإلكترونيات.
 ب- الملابس والأدوات الرياضية.
 ج- خدمات السفر والسياحة.
 د- الكتب.
- 27- أهم ما يميز تجارة التجزئة الإلكترونية:
 أ- سهولة شرائها من أي مكان في العالم.
 ب- القدرة على تحويل بعض السلع إلى سلع رقمية.
 ج- اعتمادها على أسماء الشركات الكبيرة والتقوية فقط.
 د- رخص أسعار منتجاتها.
- 28- يقصد بتجزئة التسوق:
 أ- التحكم والسيطرة على السوق.
 ب- التسويق الشخصي الموجه من عميل لعميل آخر.
 ج- التسويق المباشر الموجه لعميل واحد.
 د- إدارة السوق بناء على المواقع الجغرافية.
- 29- أي من الشركات التالية تتعامل بنمط التسويق المباشر Direct Marketing:
 أ- BMW.
 ب- Google.
 ج- Yahoo.
 د- Amazon.
- 30- تأتي الحاجة إلى الأمان في هرم ماسلو.....
 أ- بعد الحاجات الأساسية.
 ب- بعد الحاجة إلى الانتماء والعلاقات.
 ج- بعد الحاجة إلى التقدير.
 د- بعد تحقيق الذات.
- 31- يقصد بمصطلح B2B في التجارة الإلكترونية
 أ- البيع من الشركة للزبائن.
 ب- البيع من الشركات للشركات الأخرى.
 ج- البيع من الزبائن للزبائن.
 د- البيع من الزبائن للشركات.
- 32- يقصد بمصطلح B2C في التجارة الإلكترونية
 أ- البيع من الشركة للزبائن.
 ب- البيع من الشركات للشركات الأخرى.
 ج- البيع من الزبائن للزبائن.
 د- البيع من الزبائن للشركات.
- 33- أي نماذج البيع التالية يعد الأكثر استخداماً
 أ- B2B.
 ب- B2C.
 ج- C2B.
 د- B2B2C.
- 34- يطلق على الشخص الذي يقترح عملية الـ
 أ- المبادر.
 ب- المؤثر.
 ج- المقرر.
 د- المشتري.
- 35- أي من مفاهيم التسويق التالية عبارة عن المستهلك؟
 أ- التسويق الشامل الواسع.
 ب- التوزيع التسويقي.
 ج- التسويق الأحادي.
 د- ليس شيء مما سبق.

تجارة الإلكترونية:
تتميز عن المنتجات الأخرى.
بأنه مختلف ويمتاز عن الأخرى.
بأنه يخدم كافة المستهلكين.
وإحتياجاته.

التجارة

30- يكتسب المعالجة إلى الأمان في هرم ماسلو
أ- بعد المعالجة الأولية
ب- بعد المعالجة إلى الانتهاء والمواصفات الاجتماعية.
ج- بعد المعالجة إلى التقدير
د- بعد تحقيق الذات.

المراد
المتوسط
المتوسط
المتوسط

31- يقصد بمصطلح B2B في التجارة الإلكترونية:
أ- النوع من الشركة للزمن.
ب- النوع من الشركات للشركات الأخرى للتطوير.
ج- النوع من الزمان للزمن.
د- النوع من الزمان للشركات.

32- يقصد بمصطلح B2C في التجارة الإلكترونية:
أ- النوع من الشركة للزمن.
ب- النوع من الشركات للشركات الأخرى للتطوير.
ج- النوع من الزمان للزمن.
د- النوع من الزمان للشركات.

33- أي نماذج البيع التالية يعد الأكثر استخداماً في التجارة الإلكترونية؟

- أ- B2B
ب- B2C ✓
ج- C2B
د- B2B2C

34- يطلق على الشخص الذي يقترح عملية الشراء

- أ- المبادر. ✓
ب- المؤثر.
ج- المفرد.
د- المشتري.

35- أي من مفاهيم التسويق التالية عبارة عن تسويق فعال ذو اتجاهين مبني على التواصل المستمر بين الشركة والمستهلك؟

- أ- التسويق الشامل الواسع.
ب- التوزيع التسويقي.
ج- التسويق الأحادي. ✓
د- ليس شيء مما سبق.

- 41- تشمل كافة الأعمال والمعامل داخل الـ
 أ- إدارة الأعمال الإلكترونية.
 ب- التجارة الإلكترونية.
 ج- الأسواق الإلكترونية.
 د- المزادات الإلكترونية E-auctions
- 42- يدفع العملاء على الإنترنت رسوم الاشتراك بالـ
 أ- Transaction fees.
 ب- Subscription fees.
 ج- Adv. fees.
 د- Affiliation.
- 43- المنافسة، وانخفاض أجور العمالة من الضغوط
 أ- السياسية.
 ب- التقنية.
 ج- الاقتصادية.
 د- البيئية.
- 44- بيئة الأعمال دائماً ويجب ظل
 أ- ثابتة.
 ب- مرتفعة.
 ج- منخفضة.
 د- متغيرة.
- 45- العلاقة بين التقنية والسعر علاقة
 أ- إيجابية.
 ب- سلبية.
 ج- ظرفية.
 د- عكسية.
- 46- من الضغوط الاجتماعية الـ
 أ- الأسواق المتغيرة.
 ب- قوة العميل.
 ج- ارتفاع الأمور الأخلاقية والقانونية
 د- الجودة الشاملة.

36- مفهوم الـ Four P's (4Ps) يعني

- أ- Product, Price, Place, People.
 ب- Place, Price, Private, Partnership.
 ج- Product, Promotion, Place, Pricler.
 د- Place, Product, Price, Partnership.

37- ما هو الترتيب الصحيح الذي تتم به عملية الشراء.

- أ- الحاجة، جمع المعلومات عن المنتج، التقييم والمقارنة والاختيار، الشراء، خدمة ما بعد البيع وتقييم المنتج.
 ب- الحاجة، التقييم والمقارنة والاختيار، جمع المعلومات عن المنتج، الشراء، خدمة ما بعد البيع وتقييم المنتج.
 ج- التقييم والمقارنة والاختيار، الحاجة، جمع المعلومات عن المنتج، الشراء، خدمة ما بعد البيع وتقييم المنتج.
 د- الحاجة، جمع المعلومات عن المنتج، التقييم والمقارنة والاختيار، الشراء، خدمة ما بعد البيع وتقييم المنتج.

38- من وسائل وأدوات قياس مدى نجاح خدمة العميل الإلكتروني:

- أ- سرعة الاستجابة لطلب العميل.
 ب- تحديث البيانات بصفة مستمرة.
 ج- الأمان وحماية البيانات الشخصية.
 د- جميع ما سبق.

39- هو شخص يمتلك مهارة تقنية يقصد بها الدخول على قواعد البيانات وأجهزة الآخرين بقصد التدمير والسرقة والاختلاس والابتزاز.

- أ- Hacker.
 ب- Cracker.
 ج- Blogger.
 د- ليس شيء مما سبق.

40- أي المصطلحات التالية يعتبر مستقبل وثورة في مجال الأعمال الإلكترونية:

- أ- M-Advertising.
 ب- M-Commerce.
 ج- M-Tailing.
 د- M-Banking.

- 41- تشمل كافة الأعمال والمهام داخل المنظمة وخارجها من خلال شبكة الحاسب الآلي.
- إدارة الأعمال الإلكترونية.
 - التجارة الإلكترونية.
 - الأسواق الإلكترونية.
 - المزادات الإلكترونية E-Auctions.
- 42- يدفع العملاء على الانترنت رسوم الاشتراك بالمواقع الإلكترونية باستخدام نموذج العمل
- Transaction fees.
 - Subscription fees.
 - Adv. fees.
 - Affiliation.
- 43- المنافسة، وانخفاض أجور العمالة من الضغوط التي تتعرض لها المنظمات.
- السياسية.
 - التقنية.
 - الاقتصادية.
 - البيئية.
- 44- بيئة الأعمال دائما ويجب على المنظمات والشركات أن تكون سريعة لتواكبها.
- ثابتة.
 - مرتفعة.
 - منخفضة.
 - متغيرة.
- 45- العلاقة بين التقنية والسعر علاقة وتؤثر على المنافسة بين المنظمات.
- إيجابية.
 - سلبية.
 - طردية.
 - عكسية.
- 46- من الضغوط الاجتماعية التي تتعرض لها المنظمات في بيئة العمل.
- الأسواق المتغيرة.
 - قوة العميل.
 - ارتفاع الأمور الأخلاقية والقانونية.
 - الجودة الشاملة.

47- متخذ القرار بالمنظمة يبني قراره على لأنها أصل من أصولها ومن يملكها يملك القوة.

- أ- البيانات.
- ب- المعلومات.
- ج- الأنظمة الحاسوبية.
- د- التقنيات الحديثة.

48- الأسعار في الأسواق التقليدية الأسعار على الانترنت والتجارة الإلكترونية.

- أ- أكثر من.
- ب- أقل من.
- ج- تحدد.
- د- تطابق.

49- ارتفاع سعر الانترنت والاشتراك فيه من أوجه القصور في التجارة الإلكترونية.

- أ- التقليدية.
- ب- الرقمية.
- ج- الغير تقنية.
- د- التقنية.

50- من أشكال المنظمات التقليدية، ومن أشكال المنظمات الرقمية.....

- أ- السوق التقليدي / كتالوج ورقي.
- ب- السوق الإلكتروني / الفواتير الإلكترونية.
- ج- السوق الإلكتروني / البيع التقليدي.
- د- الفواتير الورقية / السوق الإلكترونية.

مع التمنيات الطيبة بالتوفيق