

اختبار إدارة الأعمال الالكترونية الفصل الأول ١٤٣٤ / ١٤٣٥ هـ (نموذج E)

١ – يقصد بمصطلح B2B في التجارة الالكترونية:

أ. البيع من الشركة للزبائن.

ب. البيع من الشركات للشركات الأخرى النظرية.

ج. البيع من الزبائن للزبائن.

د. البيع من الزبائن للشركات.

٢ – يقصد بمصطلح B2C في التجارة الالكترونية:

أ. البيع من الشركة للزبائن.

ب. البيع من الشركات للشركات الأخرى النظرية.

ج. البيع من الزبائن للزبائن.

د. البيع من الزبائن للشركات.

٣ – أي نماذج البيع التالية بعد الأكثر استخداماً في التجارة الالكترونية؟

أ. B2B

ب. B2C

ج. C2B

د. B2B2C

٤ – يطلق على الشخص الذي يقترح عملية الشراء

أ. المبادر.

ب. المؤثر.

ج. المقرر.

د. المشتري

٥ – 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 ذكر.

٦ – مفهوم (4Ps) Four Ps يعني:

أ. Product, Price, Place, People

ب. Place, Price, Private, Partnership

ج. Product, Promotion, Place, Pricier

د. Place, Product, Price, Partnership

٧ – 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.

٨ – من وسائل وأدوات قياس مدى نجاح خدمة العميل الالكتروني:

أ. سرعة الاستجابة لطلب العميل.

ب. تحديث البيانات بصفة مستمرة.

ج. الأمان وحماية البيانات الشخصية.

د. جميع ما سبق.

٩ – 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.

١٠ – أي المصطلحات التالية يعتبر مستقبل وثورة في مجال الأعمال الالكترونية:

أ. M-Advertising

ب. M-Commerce

ج. M-Tailing

د. M-Banking

١١ – تشمل كافة الأعمال والمهام داخل المنظمة وخارجها من خلال شبكة الحاسب الآلي:

أ. إدارة الأعمال الالكترونية.

ب. التجارة الالكترونية.

ج. الأسواق الالكترونية.

د. المزادات الالكترونية E-Auctions

١٢ – يدفع العملاء على الانترنت رسوم الاشتراك بالمواقع الالكترونية باستخدام نموذج العمل

أ. Transaction fees

ب. Subscription fees

ج. Adv fees

د. Affiliation

١٣ – المنافسة، وانخفاض أجور العمالة من الضغوط التي تتعرض لها المنظمات.

أ. السياسية.

ب. التقنية.

ج. الاقتصادية.

د. البيئية.

١٤ – بيئة الأعمال دائماً ويجب على المنظمات والشركات أن تكون سريعة لمواكبتها.

أ. ثابتة.

ب. مرتفعة.

ج. منخفضة.

د. متغيرة.

١٥ – العلاقة بين التقنية والسعر علاقة وتؤثر على المنافسة بين المنظمات.

أ. إيجابية.

ب. سلبية.

ج. طردية.

د. عكسية.

١٦ - من الضغوط الاجتماعية التي تتعرض لها المنظمات في بيئة العمل.

أ. الأسواق المتغيرة.

ب. قوة العميل.

ج. ارتفاع الأمور الأخلاقية والقانونية.

د. الجودة الشاملة.

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

أ. البيانات.

ب. المعلومات.

ج. الأنظمة الحاسوبية.

د. التقنيات الحديثة.

١٨ - الأسعار في الأسواق التقليدية الأسعار على الانترنت والتجارة الالكترونية.

أ. أكثر من.

ب. أقل من.

ج. تحدد.

د. تطابق.

١٩ - ارتفاع سعر الانترنت والاشتراك من أوجه القصور في التجارة الالكترونية.

أ. التقليدية.

ب. الرقمية.

ج. الغير تقنية.

د. التقنية.

٢٠ - من أشكال المنظمات التقليدية، ومن أشكال المنظمات الرقمية

أ. السوق التقليدي / كتالوج ورقي.

ب. السوق الالكترونية / الفواتير الالكترونية.

ج. السوق الالكتروني / البيع التقليدي.

د. الفواتير الورقية / السوق الالكترونية.

٢١ – يعرف المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري لتبادل المنتج بـمال أو تبادل المنتج بـمنتج بالأسواق

أ. التقليدية.

ب. التنافسية.

ج. الاستهلاكية.

د. الالكترونية.

٢٢ – المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري عبر الانترنت online لتبادل المنتج بـمال أو تبادل المنتج بـمنتج أو خدمة أو معلومة بالسوق.

أ. التقليدي.

ب. التنافسي.

ج. المنتج.

د. الالكتروني.

٢٣ – ينقل المعلومات من البائع والمشتري حتى يسهل عملية الشراء:

أ. وكلاء العمل

ب. الوسطاء

ج. الدعم والمساندة.

د. الواجهة.

٢٤ – يحفز البائع على البيع ويشجع المشتري على الشراء لاتمام عملية البيع والشراء:

أ. وكلاء العمل

ب. الوسطاء

ج. الدعم والمساندة.

د. الواجهة.

٢٥ – أهم أسباب النجاح للأسواق الالكترونية هي قوة التي تنقل المعلومات بين الشبكات وقواعد

المعلومات المختلفة:

أ. الزبائن.

ب. البنية التحتية.

ج. الباعة.

د. الواجهة.

٢٦ – الشاشة التي يتعامل معها الزبون أو العميل حتى يتم عملية الشراء هي شاشة:

أ. الواجهة.

ب. الخدمات.

ج. الزبائن.

د. المنتجات.

٢٧ – هو موقع الكتروني لشركة واحدة يوجد فيه منتجات وخدمات معروضة للبيع.

أ. المجمع التجاري الالكتروني E-Mall

ب. الأسواق الخاصة Private Markets

ج. التجمع Consortia

د. المتجر الالكتروني Storefront

٢٨ – يستخدم المشتري للبحث عن المنتج المطلوب في المتجر الالكتروني.

أ. الكatalog الالكتروني.

ب. سلة التسوق.

ج. محرك البحث.

د. خدمات العملاء.

٢٩ – هو مركز السوق الالكتروني يوجد فيه العديد من المتاجر الالكترونية قد يصل عددها إلى

عشرات الآلاف:

أ. الأسواق العامة Public Markets.

ب. المجمع التجاري الالكتروني E-Mall.

ج. الأسواق الخاصة Private Markets.

د. التجمع Consortia.

٣٠ – تجمع بين السوق التقليدي والالكتروني.

أ. المركز العام.

ب. المركز المتخصص.

ج. مراكز إقليمية عالمية.

د. المتاجر المزوجة.

٣١ - تفتح الشركات لعملائها فقط التي تعمل معهم في نفس المجال.

أ. الأسواق العامة Public Markets.

ب. المجمع التجاري الإلكتروني E-Mall .

ج. الأسواق الخاصة Private Markets .

د. البوابة Portal .

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

أ. الكتالوج الإلكتروني.

ب. المنتجات الرقمية.

ج. السوق الإلكتروني.

د. الفواتير الإلكترونية.

٣٣ - يعد العالم من أشهر العلماء المتخصصين في مجال المنافسة.

أ. ما شيل ديل.

ب. ما يكل بورتز.

ج. التون مايو.

د. فريدريك تايلور.

٣٤ - محرك البحث أحد عناصر المتجر الإلكتروني ومن أشهر محركات البحث

أ. Google

ب. Hotmail

ج. I Phone

د. Samsung

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

أ. سلة التسوق / محرك البحث.

ب. الكتالوج الإلكتروني / الكتالوج الورقي

ج. محرك البحث / سلة التسوق.

د. الكتالوج الورقي / الكتالوج الإلكتروني

٣٦ — يقوم بالتخلص من المهام التي لا فائدة لها لإتمام العملية بأقل الخطوات الممكنة.

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

٣٧ — هو ملف يتابع تحركات الزائر على الموقع أثناء تواجده في الموقع فقط.

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

٣٨ — أسواق الأسهم والبورصة من أنواع المزادات الالكترونية

- أ. بائع واحد / مشتري واحد.
- ب. بائع واحد / عدة مشترين محتملون.
- ج. مشتري واحد / عدة باعة.
- د. عدة باعة / عدة مشترين.

٣٩ — المنافسات والمناقصات الحكومية، التي يفوز بها من يقدم العرض الأقل سعراً ويسمى بالمزاد المتجة إلى

الأسفل تعد من أنواع المزادات

- أ. بائع واحد / مشتري واحد.
- ب. بائع واحد / عدة مشترين محتملون.
- ج. مشتري واحد / عدة باعة.
- د. عدة باعة / عدة مشترين.

٤٠ — أحدث مفهوم (BPR) نقله في علم الإدارة عن طريق.

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

٤١ - سهلت الأسواق الإلكترونية والتقنية عملية التسويق المباشر عن طريق.

أ. سهولة توزيع المنتجات.

ب. تحسين خدمة العملاء.

ج. تخفيض الأسعار.

د. جميع ما سبق.

٤٢ - أي من التالي لا يعد من مستحدثات الأسواق الإلكترونية على المنظمات.

أ. التخصيص Customization

ب. الاعلانات Advertisement

ج. العمل من المنزل Tele-Commuting

د. الحوسبة الآلية Tele-Computing

٤٣ - 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.

٤٤ - يقصد بالتخصيص Customization في التجارة الإلكترونية.

أ. قدرة الزبون على امتلاك منتج مختلف تمام عن المنتجات الأخرى.

ب. قدرة الزبون على امتلاك منتج يشعره بأنه مختلف ومتميز عن الآخرين.

ج. قدرة المنظمة على صنع منتج مختلف يلبي حاجات كافة المستهلكين.

د. قدرة الزبون على بناء المنتج حسب رغباته واحتياجاته.

٤٥ - يطلق مصطلح E-Tailing على:

أ. تجارة الجملة الإلكترونية.

ب. تجارة التجزئة الإلكترونية.

ج. التجارة بدون وسيط.

د. التجارة المباشرة عن طريق الانترنت.

٤٦ - أي السلع التالية هي الأكثر بيعاً على الانترنت بقطاع التجزئة.

أ. أجهزة الكمبيوتر والالكترونيات.

ب. الملابس والأدوات الرياضية.

ج. خدمات السفر والسياحة.

د. الكتب.

٤٧ - أهم ما يميز تجارة التجزئة الالكترونية:

أ. سهولة شرائها من أي مكان في العالم.

ب. القدرة على تحويل بعض السلع إلى سلع رقمية.

ج. اعتمادها على أسماء الشركات الكبيرة والقوية فقط.

د. رخص أسعار منتجاتها.

٤٨ - يقصد بتجزئة السوق:

أ. التحكم والسيطرة على السوق.

ب. التسويق الشخصي الموجه من عميل لآخر.

ج. التسويق المباشر الموجهة لعميل واحد.

د. إدارة السوق بناءً على الموقع الجغرافية.

٤٩ - أي من الشركات التالية تتعامل بنمط التسويق المباشر Direct Marketing

أ. BMW

ب. Google

ج. Yahoo

د. Amazon

٥٠ - تأتي الحاجة إلى الأمان في هرم ماسلو

أ. بعد الحاجات الأساسية.

ب. بعد الحاجة إلى الانتماء والعلاقات الاجتماعية.

ج. بعد الحاجة إلى التقدير.

د. بعد تحقيق الذات.