



الدكتور : مصلح العضايله

الملخص شامل المحتوي تم تلخيصه

على شكل سؤال واختيارات لكل محاضرة وبالتفصيل  
الممل

وكذلك تم تجميع أغلب الكويزات و اضافتها لكل

محاضرة خاصه لمحاضرتها



المحاضرة الأولى  
مقدمة إلى إدارة الأعمال الإلكترونية

**س1/ من خصائص المطبوعات ؟**

- الطبع والنسخ بكميات كبيرة -المستخدمين والمستهدفين غير معروفين - انتشار جغرافي واسع - يوفر اتصال باتجاه واحد - **الكل**

**س2/ من خصائص وسائل النقل ؟**

- تواصل شخصي - اتصال باتجاهين - انتشار جغرافي واسع - **جميع ماذكر**

**س3/ من خصائص الفاكس ؟**

- نقل سريع للبيانات الورقية - عرض باتجاه واحد - شائع لأغراض العرض والطلب - **جميع ماذكر**

**س4/ من خصائص الكمبيوتر؟**

- خدمات سريعة - معلومات عن المستخدمين - قواعد بيانات - الاتصال لحظي - انتشار واسع - **جميع ماذكر**

**س5/ من خصائص الهاتف ؟**

- اتصال مباشر - المستخدمين والمستهدفين معروفين - توزيع جغرافي واسع - الاتصال باتجاهين - **جميع ماذكر**

**س6/ من خصائص التلفزيون؟**

- شريحة المستخدمين ضخمة - اتصال باتجاه واحد - انتشار جغرافي واسع - **جميع ماذكر**

**س7/ من خصائص الموبايل؟**

- اتصال باتجاهين - تواصل لحظي مع المستخدمين -تواصل متنقل - **جميع ماذكر**

**س8/ من خصائص الانترنت ؟**

- انتشار واسع للبيانات - معلومات موحدة - طرق تفاعل مختلفة - قنوات تفاعل مختلفة - لها مقاييس عامة في الاعمال -التسويق - العرض والطلب - **جميع ماذكر**

1

ملتقى طلاب وطالبات جامعه الملك فيصل

إعداد أخوكم المنادي

## س9/ من أنواع أنظمه المعلومات ؟

- معالجه المعاملات (TPS) Transaction processing
  - الأدارة ودعم إتخاذ القرار (MIS/DSS) Management and Decision Support
  - تخطيط موارد المؤسسات (ERP) Enterprise Resource Planning
  - إدارة علاقات العملاء (CRM) Customer Relationship Management
  - إدارة المعرفة (KM) Knowledge Management
  - نظم الاتصالات والشبكات Communication and social network systems
  - الاجتماعيه
  - نظم إدارة الكفاءات Talent Management Systems
- جميع ماذكر**

## س10/ التجارة الالكترونيه تتكون من :-

- عمليات بيع أو شراء من خلال الانترنت - نشاطات تجاريه - أحيانا يكون التعامل بالمال
- كل ماذكر**

## س11/ مجموعة من الشبكات المترابطه والمتداخله المنتشره في جميع أنحاء العالم:

- مفهوم الانترنت
- مفهوم التقنيه
- مفهوم العلاقه مع الانترنت

## س12/ الكتب يوفر اتصال ب

- اتجاه
- اتجاهين
- 3اتجاهات

## س13/ الجوال يوفر اتصال ب:

- اتجاه
- اتجاهين
- 3 اتجاهات

## س14/ الهاتف جهاز اتصال:

- مباشر
- غير مباشر
- لا سلكي

## س15/ النقل السريع للبيانات الورقيه يكون في:

- شاشة الحاسب الالي
- الفاكس
- الكتب

## س16/ هي Transaction Processing TPS

- إدارة علاقات النظم
- معالجة المعاملات
- إدارة المعرفة

## س17/ هي Management and Decision Support MIS/DSS

- معالجة المعاملات
- نظم إدارة الكفاءات
- الإدارة ودعم اتخاذ القرار

2

ملتقى طلاب وطالبات جامعه الملك فيصل

إعداد أخوكم المنادي

### س18/ هي ERP

-تخطيط موارد المؤسسات -إدارة المعرفة -معالجة المعاملات

### س19/ التوازن الصحيح هو الذي يجمع بين:

-المعرفة والحكمة -الحكمة والرأي -التقنية والانترنت

### س20/ عمليات بيع و شراء وتبادل السلع من خلال الانترنت-نشاطات تجاربه تعقد خلال الانترنت:

-التجارة التقليديه -نظم المعلومات الاداريه -التجارة الالكترونيه

### س21/ أيهم صحيح:

-إدارة الاعمال الالكترونيه أوسع من التجارة الالكترونيه

-التجارة الالكترونيه أوسع من إدارة الأعمال الالكترونيه

-لا شئى صحيح

### س22/ من العلاقات مع الانترنت المطبوعات:

-يوفر اتصال ابتجاهيين -يوفر اتصال باتجاه واحد -انتشار جغرافي واسع -ب و ج

### س23/ من وسائل النقل:

-انتشار جغرافي واسع -توزيع جغرافي واسع -تواصل متنقل -انتشار واسع

### س24/ من العلاقات مع الانترنت الفاكس

-شائع الأغراض العرض والطلب -يوفر باتصال باتجاه واحد -اتصال مباشر -المستخدمين

والمستهدفين معروفين

### س25/ خدمات الكمبيوتر

-خدمات السريعة -معلومات عن المستخدمين -انتشار واسع -جميع ماسبق

### س26/ الهاتف :-

-اتصال مباشر -المستخدمين والمستهدفين معروفين -توزع جغرافي واسع -جميع ماسبق

### س27/ التلفزيون:

-شريحة المستخدمين ضخمة -اتصال باتجاهيين -توزيع جغرافي واسع -تواصل لحظي مع

المستخدمين

### س28/ الموبايل :-

-اتصال باتجاهيين -تواصل شخصي -عرض باتجاهيين -اتصال مباشر

3

ملتقى طلاب وطالبات جامعه الملك فيصل

إعداد أخوكم المنادي

**س29/ الانترنت :-**

-بيانات موحدة -معلومات موحدة -قواعد البيانات -انتشار واسع

**س30/ من انواع انظمة المعلومات:-**

-نظم ادارة الكفاءات -نظم الاتصالات والشبكات الاجتماعية -تخطيط موارد المؤسسات -  
**جميع ماسبق**

**س31/ التجارة الالكترونية ؟**

**-نشاطات تجارية تعقد من خلال الانترنت** -بيانات تجارية تعقد من خلال الانترنت -معلومات  
تجارية تعقد من خلال الانترنت

**س32/ ادارة الاعمال الالكترونية ؟**

**-نشاطتها التي تشتغل بشكل جزئي او كلي من خلال الانترنت**  
-نشاطتها التي لا تشتغل بشكل جزئي او كلي من خلال الانترنت  
-نشاطتها التي تشتغل بشكل كلي من خلال الانترنت

## المحاضرة الثانية إدارة الأعمال الإلكترونية

س1/ إدارة الأعمال الإلكترونية مفهوم أوسع من التجارة الإلكترونية:

**صح** - خطأ

س2/ يشمل مفهوم إدارة الأعمال الإلكترونية:

-نشاطات المؤسسه - أعمال المؤسسه -عمليات البيع والشراء الإلكترونية -تبادل المعلومات  
-خدمة العملاء والزبائن  
**-جميع ما سبق**

س3/ تعتبر التجارة الإلكترونية بشكل عام الجانب الذي يمثل:

-مبيعات الأعمال التقليدية -مبيعات الأعمال الإلكترونية  
**-مبيعات الأعمال الإلكترونية** -مبيعات الأعمال الجوية

س4/ من أنواع شبكة الأعمال الإلكترونية:

-شبكة الأنترنت Internet -شبكة الانترانت Intranet -شبكة الإكسترانت Extranet  
**-جميع ما سبق.**

س5/ عبارة عن شبكة ضخمة تتكون من عدد كبير من شبكات الحاسب الالى المنتشرة في  
أنحاء كثيرة من

العالم ومرتبطة مع بعضها بما يسمى ببروتوكول الانترنت للمشاركة في المعلومات.  
**-شبكة الأنترنت Internet** -شبكة الانترانت Intranet -شبكة الإكسترانت Extranet

س6/ هي الجزء المهم من الانترنت:

**-الشبكة العنكبوتية العالمية WWW** -الشبكة العنكبوتية المحلية -الشبكة العنكبوتية الخليجية

س7/ هي شبكة الشركة الخاصة التي تصمم لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخليه  
أو من أجل تبادل البيانات أو المعلومات عن عمليات وأنشطة المنظمة يتم تنفيذها في مقر  
الشركة أو في فروعها ولا يستطيع الأشخاص من غير العاملين في المؤسسه من الدخول  
الى مواقع الشبكة:

-شبكة الأنترنت Internet -شبكة الانترانت Intranet -شبكة الإكسترانت Extranet

س8/ هي شبكة المؤسسة الخاصة التي تصمم لتلبية حاجات فئة من الناس من المعلومات  
ومتطلبات المنظمات الأخرى الموجودة في بيئة الأعمال، ويتطلب الدخول إليها استخدام  
كلمة مرور لان الشبكة غير موجهة بالنالجمهور العام تصمم لتلبية احتياجات المستخدمين في  
خارج المنظمة من المجهزين والزبائن ومجموعات المؤثرين وأصحاب الأسهم:

-شبكة الأنترنت Internet -شبكة الانترانت Intranet -شبكة الإكسترانت Extranet

5

ملتقى طلاب وطالبات جامعه الملك فيصل إعداد أخوكم المنادي

### س9/ من أهم أقسام الإدارة الالكترونية:

-الأعمال الالكترونية -الحكومة الالكترونية -**جميع ماسبق.**

### س10/ من أقسام الحكومة الالكترونية:-

-B2G - G2G - C2G - G2B -**جميع ما سبق.**

### س11/ من أقسام الأعمال الالكترونية

-**الأعمال غير التجارية والتجارة الالكترونية** -الأعمال الالكترونية والتجارية -الأعمال حكومية والتجارية

### س12/تغطي إدارة الاعمال الالكترونية: التجارة الالكترونية

- العلاقات إدارة (CRM - customer relations management - )
  - الشركاء - business partnerships
  - المؤسسة في الالكترونية العمليات - electronic transactions within an organization
- جميع ما سبق**

### س13/ ادارة الاعمال الالكترونية تركز على الاستراتيجية

- business - partners - CRM) **Strategic- focus** -

### س14/ التجارة الالكترونية جزء من

-إدارة العلاقات -الشركاء -التجارة الالكترونية -**استراتيجية الاعمال الالكترونية**

### س15/ الفوائد المحتملة من التجارة الالكترونية:

-**زيادة الإنتاجية** -تخفيض تكاليف التشغيل البدائيه -تحسين ومشاركة الهندسة -تحسين العلاقات مع الممولين

### س16/ من المعوقات المحتملة:

-الأخطاء الاستراتيجية وعدم التوافق -التغيرات الثقافية والعداء الثقافي -تكلفة التنفيذ والعائد على الاستثمار  
-الأمن والثقة وتحول الولاءات -المسائل القانونية والدولية -اهتمامات التكنولوجيا  
-**جميع ما سبق**

### س17/ الروابط مع الموردين والعملاء من:

-المعوقات الأكيدة -المعوقات المحتملة -التغيرات التي تحركها الأعمال -**التغيرات التي**

**تحركها الإنترنت**

6

ملتقى طلاب وطالبات جامعه الملك فيصل

إعداد أخوكم المنادي

س18/ الانتشار من:

-الفوائد المحتملة -المعوقات المحتملة -التغيرات التي تحركها الأعمال -التغيرات التي تحركها الإنترنت

س19/ المسائل القانونية والدولية

-الفوائد المحتملة -المعوقات المحتملة -التغيرات التي تحركها الأعمال -التغيرات التي تحركها الإنترنت

س20/ التوحيد والمواءمة

-الفوائد المحتملة -المعوقات المحتملة -التغيرات التي تحركها الأعمال -التغيرات التي تحركها الإنترنت

س21/ تخفيض تكاليف التشغيل النهائية من:

-الفوائد المحتملة -المعوقات المحتملة -التغيرات التي تحركها الأعمال -التغيرات التي تحركها الإنترنت

س22/ من الحسنات وراء استخدام إدارة الاعمال الالكترونية:

-العمليات التي تركز على الانتاج -العمليات التي تركز على الإدارة الداخلية -العمليات التي تركز العميل -جميع ما سبق

س23/ الجهود الترويجية والتسويقية، بيع على الإنترنت، معالجة أوامر الشراء، ومعالجة المدفوعات، دعم العملاء:

-العمليات التي تركز على الانتاج -العمليات التي تركز على الإدارة الداخلية -العمليات التي تركز العميل

س24/ خدمات الموظفين، والتدريب، تشارك المعلومات الداخلية، التوظيف، والمبيعات، والاتصالات، الاتصال

بين مجموعة العمل، النشر الإلكتروني

-العمليات التي تركز على الانتاج -العمليات التي تركز على الإدارة الداخلية -العمليات التي تركز العميل

س25/ المشتريات، الأوامر أو الطلبات، تجديد المخزون، والمدفوعات، وصلة مع

الموردين، وعملية مراقبة الإنتاج

-العمليات التي تركز على الانتاج -العمليات التي تركز على الإدارة الداخلية -العمليات التي تركز العميل



## س26/ What is not E-Business ما الذي لا يعد من الأعمال الإلكترونية:-

- 1- ليس فقط التجارة الإلكترونية e-commerce
- 2- ليس فقط التعاملات المالية، ولكن كافة الأنظمة والانشطة
- 3- ليس فقط التقنية، ولكن الاستراتيجية التشغيلية والعمليات
- 4- ليس فقط الأعمال للزبائن ( B2C ) ولكن الأعمال للأعمال B2B
- 5- ليس فقط الإنترنت (ولكن الاستفادة من تقنيات الإنترنت على نحو متزايد
- 6- **جميع ما ذكر صحيح**

## س27/ من متطلبات الأعمال الإلكترونية :-

1. القياس
2. Flexibility المرونة
3. Reengineering supply chains إعادة هندسة سلاسل التوريد
4. Process-centered التركيز على العمليات
5. Security الأمن
6. Standardization and interoperability توحيد المقاييس والتكامل

**جميع ما ذكر صحيح**

## س28/ من الفوائد المحتملة :-

1. زيادة الإنتاجية ( مثل - إنتاجية تقنية المعلومات )
2. تخفيض تكاليف التشغيل النهائية.
3. تحسين ومشاركة التعلم / المعرفة.
4. تحسين العلاقات مع الموردين / الزبائن.
5. التوحيد والمواءمة
- 6- **جميع ما ذكر**

## س29/ من المعوقات المحتملة :-

1. الأخطاء الاستراتيجية وعدم التوافق
2. التغييرات الثقافية والعداء الثقافي
3. تكلفة التنفيذ والعائد على الاستثمار
4. الأمن والثقة وتحول الولاءات
5. المسائل القانونية والدولية
6. اهتمامات التكنولوجيا

**جميع ما ذكر صحيح**

## س30/ التغييرات التي تحركها الإنترنت

- التركيز على المستهلك مقابل التركيز على حجم كبير من المستهلكين - الروابط مع الموردين والعلاء - العولمة - الانتشار
- تبادل المعرفة - البساطة - بيانات المصدر المفتوح - **جميع ما ذكر صحيح**

## س31/ يمكن القول أن ادارة الاعمال الالكترونية تركز على :-

- التكتيكية
- الاستراتيجية**
- إدارة الاعمال
- جميع ما ذكر صحيح

## المحاضرة الثالثة التجارة الإلكترونية E-commerce

### س1/ من فوائد التجارة الإلكترونية للزبائن

-زيادة الحجم - زيادة الموردين - تخفيض التكاليف  
-الريادة - المرونة - الجودة الشاملة  
-الراحة - السرعة - **تخفيض التكلفة**

### س2/ وهي المنتجات التي تستطيع الحصول عليها من خلال الانترنت

- **Digital Products** - السلع العقارية - Direct Sales Model

### س3/ الذي طور مفهوم نموذج البيع المباشر Model Sales Direct

-مايكل انجلو - **مايكل ديل** - مايكل شوماخر

س4/ فإذا كان هناك واسطة أو وسطاء بين الشركة والعميل يؤدي ذلك إلى .....  
التكاليف ، أما إذا كان التعامل مع العميل بدون واسطة مباشر ف ..... التكاليف على  
العملاء ويستفيدون

-انخفاض ، ترتفع - **ارتفاع،تنخفض** -تدرج ، تمحور

س5/ استخدام الوسطاء في التجارة الإلكترونية لها أهمية كبرى في حل بعض المشاكل في  
التقليدية ، من

التالي ليس منها:

- **توفير التكاليف في البحث** -تجنب مخاطر التعاقد مع الآخرين -انعدام الخصوصية -توزيع  
المنتجات

س6/ ارتفاع مستوى المعيشة لدى الناس ، من فوائد التجارة الإلكترونية:

-للفرد -للمنظمة -**للمجتمع**

س7/ عدم وجود معايير دولية ثابتة عالمية الجودة للتجارة الإلكترونية هي من أوجه  
القصور:

- **التقنية** -الغير تقنية -الفنية

س8/ احد التالي من أوجه قصور تقنية

-عدم توفر الخصوصية - **عدم وجود معايير دولية ثابتة عالمية الجودة للتجارة الإلكترونية**

-عدم وجود مرونة ووضوح في القوانين

9

ملتقى طلاب وطالبات جامعه الملك فيصل

إعداد أخوكم المنادي

س9/ احد التالي ليست من أوجه قصور غير تقنية  
-عدم الثقة - عدم الامان - عدم توفر الخصوصية - **عدم توفر برامج التطبيقات** - عدم وجود مرونة

س10/ الفرق بين M&B و ال Organization Digital:  
-طريقة الدفع - **المنتجات فى الاولى حسية، وفى الثانية رقمية** - الأسعار فى الأولى أقل تكلفة من الثانية

س11/ هي العملية التي يتم فيها البيع أو الشراء وتبادل المعلومات والسلع والخدمات من خلال شبكات الحاسب الآلي، هذا تعريف ال:  
- **التجارة الإلكترونية** - ادارة الأعمال الإلكترونية - Brick - and - Mortar

س12/ تعني Brick - and - Mortar  
- هي قيام الأفراد بالبيع على الشركات - هي شركات تباع منتجاتها على مستهلك - **هي شركات موجودة فى السوق التقليدي فقط**

س13/ شركات تباع منتجاتها على مستهلك  
- b2e - **b2c** - b2b

س14/ تعني C2B  
- وهي الحكومة الإلكترونية - هي شركات تباع منتجاتها على مستهلك - **هي قيام الأفراد بالبيع على الشركات**

س15/ شركات موجودة فى السوق التقليدي فقط  
- Pure Online - Click - and - Mortar - **Brick - and - Mortar** - Organization

س16/ شركة sony ، ببسي كولا هي امثلة ل:  
- Click - and - Mortar - B2C - Business to Consumer - **كلاهما صحيح**

س17/ في 1992 شهدنا حدث ذو علاقة بالتجارة الإلكترونية وهي:  
-ظهرت الكتالوجات فى المخازن والمتاجر الكبرى ، وكان هذا قبل ثورة الانترنت ، حتى أصبحت هذه الكتالوجات الآن إلكترونية بدلاً من الورقية  
- **عدد كبير من الشركات فى دخول الانترنت بشكل سريع**

-شهد بزوغ نشاط كبير للشركات فى الانترنت وكانت مربحة جداً

إعداد أحوكم المنادي  
ملتقى طلاب وطالبات جامعه الملك فيصل

س18/ إن التجارة الإلكترونية أو البيع بدأ في:

- السبعينات - 1998 - 1999

س19/ شهد بزوغ نشاط كبير للشركات في الانترنت وكانت مربحة جداً في:

- 1993 - 1998 - 1999

س20/ فشهد 1999 / 2000

- عدد كبير من الشركات في دخول الانترنت بشكل سريع

- فشهد زوال عدد كبير من هذه الشركات وكان السبب في ذلك هو عدم وجود تخطيط وإستراتيجية

- لا شيء مما ذكر

س21/ المقصود بها نموذج العمل في الانترنت أو نماذج شركات التجارة الإلكترونية

**Business Models** - Transaction fees - C2C - Consumer to Consumer

س22/ للتجارة الإلكترونية فوائد و عوائد على المنظمة وهي

- الراحة - التكلفة المرتفعة - لا شيء مما ذكر

س23/ للتجارة الإلكترونية فوائد و عوائد على المنظمة، احدى التالي ليست منها:

- زيادة حجم السوق - الجودة الشاملة - تخفيض التكاليف

س24/ التجارة الإلكترونية يختص ب:

- علاقة البائع بالسوق - علاقة البائع بالمستورد - علاقة البائع بالمشتري - علاقة السوق بالمشتري

س25/ هو Brick - and Mortar

- شركات السوق التقليدي - شركات جزئياً الكتروني - شركات ذات أسواق الكترونية

س26/ هو Click - and -Mortar

- شركات السوق التقليدي - شركات جزئياً الكتروني - شركات ذات أسواق الكترونية

س27/ هو Pure Online Organization

- شركات السوق التقليدي - شركات جزئياً الكتروني - شركات ذات أسواق الكترونية

س28/ من أنواع الأسواق التجاريه:

- شركات السوق التقليدي - شركات جزئياً الكتروني - شركات ذات أسواق الكترونية - جميع ما

سبق.

س29 / هو B2B - شركات إلى مستهلكين - مستهلكين إلى شركات - شركات لشركات - شركات تقدم خدمات لموظفيها

س30 / هي C2B - شركات تقدم خدمات لموظفيها - حكومات الكترونية - مستهلك لمستهلك - مستهلكين إلى شركات

س31 / هي B2E - شركات لشركات - مستهلك لمستهلك - شركات تقدم خدمات لموظفيها - شركات إلى مستهلكين

س32 / من نماذج شركات التجارة الالكترونية: Transactions - Subscriptions - Sales - Affiliations - جميع ما سبق - عمليات الدفع الاشتراكات المبيعات وضع رابط مؤسسة داخل موقع مشهور Advertising الإعلانات

س33 / هي عمليات الدفع التي تتم عبر الانترنت: Transactions payments - Subscriptions - Advertising - Affiliations

س34 / الاشتراكات هي: Transactions payments - Subscriptions - Advertising - Affiliations

س35 / الإعلانات هي: Transactions payments - Subscriptions - Advertising - Affiliations

س36 / وضع رابط مؤسسة داخل موقع مشهور هو: Transactions payments - Subscriptions - Advertising - Affiliations

س37 / توافر مبادئ حماية حقوق الملكية الفكرية - متطلبات نجاح التجارة الالكترونية - معوقات التجارة الالكترونية - فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع

س38 / انتشار الغش التجاري وغياب التشريعات الملزمة من: - متطلبات نجاح التجارة الالكترونية - معوقات التجارة الالكترونية - فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع

س39 / توافر قواعد بيانات ديناميكية من: - متطلبات نجاح التجارة الالكترونية - معوقات التجارة الالكترونية - فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع

### س40 / الراحة.. السرعة.. تخفيض التكلفة من:

-متطلبات نجاح التجارة الالكترونية  
-معوقات التجارة الالكترونية  
-فوائد التجارة الالكترونية للزبائن  
-فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع

س41 / تحسين الخدمات والسلع المقدمة للزبائن-- ارتفاع مستوى المعيشة لدى الناس،  
ودخول عدد كبير من الأفراد عالم الانترنت--.ارتفاع مستوى الخدمات المقدمة من قبل الحكومات  
والشركات من:

-متطلبات نجاح التجارة الالكترونية  
-معوقات التجارة الالكترونية  
-فوائد التجارة الالكترونية للزبائن  
-فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع

### س42 / البوابات ومصفوفات الوسائط الافتراضية تلعب دورا في:

-إعادة تقديم الوساطة  
-إعادة تقييم الوساطة  
-إعادة تخزين الوساطة  
-إعادة تدوير الوساطة

س43 / محدودية سرعة الانترنت-- عدم وجود معايير دولية ثابتة عالمية الجودة للتجارة  
الإلكترونية--محدودية

برامج التطبيقات--صعوبة ربط التجارة الإلكترونية وأنظمتها مع الأنظمة الداخلية للمنظمة من:  
-أوجه قصور تقنية  
-أوجه قصور غير تقنية

س44 / عدم الأمان والخصوصية-- عدم وجود مرونة ووضوح في القوانين--كثير من الزبائن  
لا يثق بالمنتج من خلف الشاشة، بعض الزبائن يريد أن يلمس السلعة ويقلبها بين يديه من:  
-أوجه قصور تقنية  
-أوجه قصور غير تقنية

### س45 / من العوامل المؤثرة على المنافسة:

-خدمة الزبائن المحدودة  
-المقارنات المتوسطة  
-انخفاض الأسعار  
-بحث المشتري دائما عن  
السعر الأكثر

س46 / تمكن العديد من الباعة والمشتريين من الدخول إلى السوق بتكلفة قليلة أو معدومة  
-المنافسة الكلية. -المنافسة الجزئية. -المنافسة الممتازة. -المنافسة الكاملة.

### س47 / لا تسمح لأي من المشتريين أو الباعين بالتأثير بشكل فردي على السوق:

-احتكار السوق  
-التوسع في السوق  
-التلاعب بالأسعار.

### س48 / EG تعني

شركات تقدم خدمات لموظفيها  
-حكومات إلكترونية  
-مستهلك لمستهلك  
-مستهلكين إلى شركات

### س49 / تعتبر الأكثر مبيعا في الانترنت

-الحجز للذاكر، الحجز للفنادق  
-الملابس  
-الموسيقى  
-برامج الكمبيوتر

المحاضرة الرابعة  
أسواق التجارة الإلكترونية  
E-commerce Markets

س1/ هو المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري لتبادل المنتج بمال أو تبادل المنتج بمنتج أو خدمة أو معلومات:

- السوق التقليدي - السوق الإلكتروني - السوق المركزي

س2/ هو المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري ولكن يتم اللقاء عبر الانترنت

- السوق التقليدي - السوق الإلكتروني - السوق المركزي

س3/ السوق الإلكتروني عبارة عن شبكة من التفاعلات والعلاقات حيث يتم تبادل المعلومات والمنتجات والخدمات والمدفوعات.

- السوق التقليدي - السوق الإلكتروني - السوق المركزي

س4/ والسوق الإلكترونية هي المكان الذي يجتمع فيه المتسوقين والباعة إلكترونياً.

- السوق التقليدي - السوق الإلكتروني - السوق المركزي

س5/ من وظائف السوق؟

- ربط / مطابقة الباعة بالمشتريين. - تسهيل العمليات التي تتم في السوق مثل: تدفق المعلومات - السوق بنية قانونية تنظيمية للبائع والمشتري - جميع ما ذكر

س6/ من عناصر السوق؟

1. Customers الزبائن  
2. Seller الباعة  
3. Products المنتجات  
4. البنية التحتية  
5. Front –end الواجهة  
6. Back – end  
7. الوسطاء  
8. شركاء العمل  
9. خدمات الدعم والمسانده

10- جميع ما ذكر صحيح

س7/ السوق الإلكتروني تحتاج إلى شبكات وقواعد معلومات وسييرفرات وأجهزة حاسبات آلية

سريعة وخطوط ضوئية هي :-

الوسطاء Front –end الواجهة البنية التحتية خدمات الدعم والمسانده

س8/ هي الشاشة التي يتعامل معها الزبون أو العميل حتى يتم عملية الشراء

الوسطاء Front –end الواجهة البنية التحتية خدمات الدعم

س9/ هي العمليات التي تتم بدون أن يراها العميل عن طريق الشركة البانعية للمنتج حتى تتم عملية الشراء وإيصال المنتج للعميل

الوسطاء Front –end الواجهة البنية التحتية خدمات الدعم Back – end

س10/ هو الشخص الذي يكون بين البائع والمشتري حتى ينقل المعلومات ويسهل عملية الشراء ويحفز البائع على البيع ويشجع المشتري على الشراء لإتمام عملية البيع والشراء. والوسطاء لهم دور كبير في السوق الإلكتروني والعمل الإلكتروني

الوسطاء Front –end الواجهة البنية التحتية خدمات الدعم Back – end

س11/ هناك شركاء يعملون معنا في العمل الذي نقوم به ، فهناك شركات تعمل في مجال الشاحن ،التقنية ، إيصال المنتج للزبون ، والتأمين ، ... وغيرها

الوسطاء Front –end الواجهة البنية التحتية شركاء العمل Back – end

س12/ مثل / خدمة العملاء والضمان والوثيق

الوسطاء Front –end الواجهة البنية التحتية خدمات الدعم Back – end

س13/ هو موقع إلكتروني لشركة واحدة يوجد فيه منتجات وخدمات معروضة للبيع . متجر الخدمات متجر الإلكتروني شركاء العمل مجموعة شركات تقوم بالمتجر

س14/ وهو برنامج صغير يستخدمه المشتري للبحث في الكتالوج عن المنتج المطلوب. -سلة التسوق -منطقة الدفع المالي -منطقة شحن وإيصال المنتج -خدمات العملاء -محرك البحث

س15/ هي صفحة خاصة في الموقع لتوضيح طريقة الدفع بعد اختيار المشتريات -سلة التسوق -منطقة الدفع المالي -منطقة شحن وإيصال المنتج -خدمات العملاء -محرك البحث

س16/ هي خيارات توضح طريقة إيصال المشتريات المادية، أما المشتريات (المنتجات الرقمية) لا تحتاج إلى شحن وإيصال -سلة التسوق -منطقة الدفع المالي -منطقة شحن وإيصال المنتج -خدمات العملاء -محرك البحث

س17/ تشمل إعطاء معلومات عن المنتج وتسجيل المنتج والضمان والمساعدة بعد شراء المنتج

-سلة التسوق -منطقة الدفع المالي -منطقة شحن وإيصال المنتج -خدمات العملاء -محرك البحث

س18/ من المواصفات التي يجب أن تتوفر في المتجر الإلكتروني -سلة التسوق -منطقة الدفع المالي -منطقة شحن وإيصال المنتج -خدمات العملاء -محرك البحث -الكتالوج الإلكتروني - جميع ما ذكر صحيح



س19/ هو عبارة عن مركز تسوق إلكتروني يوجد فيه العديد من المتاجر الإلكترونية ، قد يصل عددها إلى عشرات الآلاف.

- 1- المتجر / المركز العام
- 2- **المجمع التجاري الإلكتروني**
- 3- المركز المتخصص
- 4- المتاجر المزدوجة

س20/ من أنواع المتاجر /المراكز التجارية الإلكترونية ؟

- 1- المتجر / المركز العام
- 2- المركز المتخصص
- 3- متاجر / مراكز إقليمية – عالمية
- 4- المتاجر الإلكترونية
- 5- المتاجر المزدوجة
- 6- **جميع ما ذكر صحيح**

س21/ ليس له طبيعة معينة فهو يبيع كافة أنواع السلع والخدمات، مثل موقع [www.ebay.com](http://www.ebay.com)

- 1- **المتجر / المركز العام**
- 2- المركز المتخصص
- 3- متاجر / مراكز إقليمية – عالمية
- 4- المتاجر الإلكترونية
- 5- المتاجر المزدوجة
- 6- جميع ما ذكر صحيح

س22/ مثل Pure – online فيعتبر هو

- 1- المتجر / المركز العام
- 2- المركز المتخصص
- 3- متاجر / مراكز إقليمية – عالمية
- 4- **المتاجر الإلكترونية**
- 5- المتاجر المزدوجة
- 6- جميع ما ذكر صحيح

س23/ إقليمية يخدم منطقة معينة فقط .عالمية ويخدم كافة أنحاء العالم في أي دولة.

- 1- المتجر / المركز العام
- 2- المركز المتخصص
- 3- **متاجر / مراكز إقليمية – عالمية**
- 4- المتاجر الإلكترونية
- 5- المتاجر المزدوجة
- 6- جميع ما ذكر صحيح

س24/ متجر متخصص ببيع الورود فقط ولا يبيع إلا بضاعة معينة

- 1- المتجر / المركز العام
- 2- **المركز المتخصص**
- 3- متاجر / مراكز إقليمية – عالمية
- 4- المتاجر الإلكترونية
- 5- المتاجر المزدوجة
- 6- جميع ما ذكر صحيح

س25/ تمزج بين السوق التقليدي والإلكتروني، مثل موقع Click – Mortar

- 1- المتجر / المركز العام
- 2- المركز المتخصص
- 3- متاجر / مراكز إقليمية – عالمية
- 4- المتاجر الإلكترونية
- 5- **المتاجر المزدوجة**
- 6- جميع ما ذكر صحيح

س26/ هي شركة تفتح سوق لا يمكن للجميع الدخول فيه هو فقط مفتوح لمجموعة معينة من العملاء أو الزبائن أو الشركات التي تعمل مع هذه الشركة في نفس المجال أو الصناعة، مثل :صناعة الحديد، النفط والبتروول.

- 1- الاسواق العامه
- 2- **الاسواق الخاصه**
- 3- الاسواق الخاصه والعامه معاً
- 4- ليس مما ذكر

س27/ هي أسواق ربما تكون مفتوحة فيها باعة ومشتررون تدار من قبل طرف آخر.

- 1- **الاسواق العامه**
- 2- الاسواق الخاصه
- 3- الاسواق الخاصه والعامه معاً
- 4- ليس مما ذكر

س28/ من عوامل المنافسة في التجارة الإلكترونية  
1. انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات.  
2. المقارنة السريعة بين السلع.  
3. Difference / Customization / الاختلاف / التخصيص  
4. جميع ما ذكر

س29/ المستهلك يريد سلعة مختلفة عن الآخرين لا توجد عند غيره، سلعة فريدة ومتميزة  
تشعره بالرضا والتميز عن غيره من المستهلكين  
1- الاختلاف 2- التخصيص 3- الاختلاف/ التخصيص 4- جميع ما ذكر صحيح

س30/ أعطت الانترنت المستهلك القدرة على أن يبني مواصفات المنتج حسب حاجته  
الشخصية  
1- الاختلاف 2- التخصيص 3- الاختلاف/ التخصيص 4- جميع ما ذكر صحيح

س31/ هي الشاشة التي يتعامل معها الزبون أو العميل حتى يتم عملية الشراء:  
- Front - end - Shopping Cart - Digital Products - Back - end

س32/ من عناصر السوق:  
- الزبائن - الوسطاء - المنتجات - جميع ما سبق

س33/ من مميزات الاسواق الرقمية:  
- استخدام الإنترنت والموبايل - المنتجات حسية / لمسية  
- استخدام الشبكات العادية - الإنتاج شامل وواسع جدا

س34/ الإنتاج مخصص حسب رغبة الزبون من مميزات الاسواق  
- الرقمية - التقليديه - الدوليه - الداخليه

س35/ يعتبر موقع com.Amazon مثال ناجح ل:  
- المتاجر المزدوجة - المتجر / المركز العامGeneral - المركز المتخصص

س36/ اسم آخر لأسواق ال M&C وهو  
- E-Mall - Private Markets - المتاجر الممزوجة

س37/ وهو برنامج صغير يستخدمه المشتري للبحث في الكتالوج عن المنتج المطلوب  
- Shopping Cart - Search Engine - Payment Area

س38/ بنية قانونية تنظيمية للبائع والمشتري

-الموقع الالكتروني

**-السوق**

-البوابة الالكترونية

س39/ هناك ما يعرف ب end - Front و end - Back ، اي منهما واجهة الموقع

- Back - end

**Front - end -**

س40/ هو Affiliation

-فالشركة تدع الزبائن ينتقلون إلى موقع شركة أخرى من خلال رابط معين بدون مقابل

**-فالشركة تدع الزبائن ينتقلون إلى موقع شركة أخرى من خلال رابط معين تقوم الشركة الأخرى**

**بدفع مبلغ مالي لتلك الشركة التي وضعت الرابط**

-فالشركة لا تدع الزبائن ينتقلون إلى موقع شركة أخرى

س41/ هناك عناصر عدة للسوق الالكتروني منها :

-المندوبون و الوكلاء -خدمات الدعم والمساندة -كلاهما صحيح

س42/المركز المتخصص مثل س43/ الانتاج مخصص حسب رغبة الزبون

**-سوق تقليدي -سوق الالكتروني** - click-mortar **1200flowers.com**

- pure - onlin ebay.com-

س44/ المنتجات حسيه / لمسيه س45/ استخدام الشبكات العاديه

- سوق تقليدي - سوق الالكتروني

س46/ الانتاج شامل وواسع جدا

- سوق تقليدي - سوق الالكتروني

س48/ يتم في السوق الالكتروني التفاوض بين الباعه والمشتريين بشكل مباشر وغير

مباشراً **صح** خطأ

س49/ شركه مفتوحه فقط لمجموعه معينه من العملاء او الزبائن او الشركات التي تعمل مع

هذه الشركه في نفس المجال

-الاسواق العامه -الاسواق الالكترونيه -الاسواق الخاصه -الاسواق التقليديه

س50/تعني customaization

-الاختلاف -التخصيص -الاختلاف والتخصيص -المنافسه

س51/ عوامل المنافسه في التجاره الالكترونيه ما عدا

-المقارنه السريعه بين السلع -انخفاض تكلفه البحث عن المعلومات

-الاختلاف والتخصيص -ارتفاع تكلفه البحث عن المعلومه

إعداد أخوكم المنادي

ملتقى طلاب وطالبات جامعه الملك فيصل

المحاضرة الخامسة  
١- عوامل المنافسة في التجارة الإلكترونية  
٢- عناصر المتجر الإلكتروني

س1/ من عوامل المنافسة في التجارة الإلكترونية

1. انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات 2. المقارنة السريعة بين السلع 3. تدني الأسعار.
4. Differentiation / Customization . الاختلاف / التخصيص Customer
5. Service . خدمة العملاء 6- الكل

س2/ يتم البحث عن المعلومات على الإنترنت في ثوان معدودة وبدون تكلفه تعتبر من

1. انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات 2. المقارنة السريعة بين السلع 3. تدني الأسعار.
4. Differentiation / Customization . الاختلاف / التخصيص Customer
5. Service . خدمة العملاء

س3/ يمكن للزبائن البحث عن معلومات المنتجات بمنتهى السهولة، ويحصلون على كم هائل من المعلومات تعتبر من

1. انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات 2. المقارنة السريعة بين السلع 3. تدني الأسعار.
4. Differentiation / Customization . الاختلاف / التخصيص Customer
5. Service . خدمة العملاء

س4/تقدم الكثير من مواقع الأسواق الإلكترونية والبيع المباشر على الإنترنت خدمة المقارنة بين المنتجات

1. انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات 2. المقارنة السريعة بين السلع 3. تدني الأسعار.
4. Differentiation / Customization . الاختلاف / التخصيص Customer
5. Service . خدمة العملاء

س5/يمثل ذلك تحدي كبير أمام البائعين لوضعهم في منافسة مع كافة البائعين الآخرين

1. انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات 2. المقارنة السريعة بين السلع 3. تدني الأسعار.
4. Differentiation / Customization . الاختلاف / التخصيص Customer
5. Service . خدمة العملاء

س6 /يزيد هذا من قوة المنافسة لوجود خدمات سريعة وسهلة للمقارنة في متناول يد العميل وتحت تصرفه

1. انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات 2. المقارنة السريعة بين السلع 3. تدني الأسعار.
4. Differentiation / Customization . الاختلاف / التخصيص Customer
5. Service . خدمة العملاء

س7 / يفضل المستهلك دائما الحصول على سلعة مختلفة عن الآخرين، ويسعى للحصول على سلعة فريدة وتمييزة تشعره بالرضا

التخصيص - الاختلاف - تدني الاسعار -خدمة العملاء

س8 / أعطت الإنترنت المستهلك القدرة على بناء المنتج حسب حاجته وتفضيلاته الشخصية

التخصيص - الاختلاف - تدني الاسعار -خدمة العملاء

س9 / هذا عامل تنافسي في الأسواق الإلكترونية:-

1. انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات 2. المقارنة السريعة بين السلع
3. تدني الأسعار. 4- كل ماسبق

س10/ تعتبر العلاقات المتينة مع العملاء هي الميزة التنافسية الأهم للتفوق على المنافسين في التجارة الإلكترونية

1. انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات 2. المقارنة السريعة بين السلع 3. تدني الأسعار.
- 4 Differentiation / Customization . الاختلاف / التخصيص / Customer Service 5. خدمة العملاء

س11/ ومن مهام مراكز خدمة العملاء في التجارة الإلكترونية:

- 1- التفاعل مع العملاء والتواصل معهم بشكل دائم لتذليل أي عقبات قد تواجههم.
- 2- جمع معلومات العملاء لإنشاء قاعدة بيانات للعملاء لتسهيل الرجوع إلى أي عميل عند الحاجة إلى ذلك.
- 3- متابعة طلبات العملاء والتأكد من وصولها. (خدمات ما بعد البيع كمان مهمة)
- 4- كل ما ذكر صحيح

س12/تشتمل إدارة علاقات العملاء العديد من الجوانب التي تتصل مباشرة مع بعضها البعض

- عمليات المكاتب الأمامية - العمليات الخلفية - العلاقات التجارية - التحليل - كل ما ذكر صحيح

س13/ التفاعل المباشر مع العملاء ، مثل الاجتماعات المباشرة، والمكالمات الهاتفية والبريد الإلكتروني، والخدمات الإلكترونية

- عمليات المكاتب الأمامية - العمليات الخلفية - العلاقات التجارية - التحليل - كل ما ذكر صحيح

س14 / العمليات التي تؤثر في النهاية على أنشطة الأسواق الإلكترونية (مثل

الفواتير، والصيانة، والتخطيط والتسويق والإعلان، والتمويل، والصناعة التحويلية

- عمليات المكاتب الأمامية - العمليات الخلفية - العلاقات التجارية - التحليل
- كل ما ذكر صحيح

س15 / التفاعل مع الشركات الأخرى والشركاء ، كالموردين، الموزعين، والصناعة

- عمليات المكاتب الأمامية - العمليات الخلفية - العلاقات التجارية - التحليل
- كل ما ذكر صحيح

س16 / يتم تحليل البيانات الرئيسية لإدارة علاقات العملاء من أجل التخطيط لحملة التسويق المستهدفة

- عمليات المكاتب الأمامية - العمليات الخلفية - العلاقات التجارية - التحليل
- كل ما ذكر صحيح

س17 / خدمات دعم الزبون تتكون من :-

- خدمات دائمه - خدمات مؤقتة - الفقرتان صحيحتان - ليس مما ذكر صحيح

س18 / تبادل البيانات والمعلومات -الإعلانات والعروض الترويجية- معلومات حول المنتج -الملاحظة المستمرة لمستوى رضا الزبون

- خدمات دائمه - خدمات مؤقتة - الفقرتان صحيحتان - ليس مما ذكر صحيح

س19 / الإجابة على أسئلة الزبائن - خدمة استرجاع البضائع -إرسال تقارير للزبائن حول عيوب المنتجات

- خدمات دائمه - خدمات مؤقتة - الفقرتان صحيحتان - ليس مما ذكر صحيح

س20 / من عناصر المتجر الإلكتروني :-

- 1- E-catalog الكتالوج الإلكتروني 2- Search Engine محرك البحث 3- Shopping Cart سلة التسوق 4- الكل

س21 / هو العمود الفقري للتجارة الإلكترونية أو البيع الإلكتروني وهو عبارة عن طريقة لعرض المنتجات

- 1- E-catalog الكتالوج الإلكتروني 2- Search Engine محرك البحث Shopping Cart 3- سلة التسوق 4- الكل

س22 / من أهم مزايا الكتالوج الإلكتروني:

- فاعلية عرض المعلومات به -معلوماته سهلة التحديث -مرونته عالية في التخصيص -مرتبط بالمخزون والعمليات - الكل

س23/- سهل البناء والتصميم -صعب التحديث -يصعب ربطه مع أنظمة الشركة -يسهل نقله وتداوله -تكالفته عالية على المدى البعيد كل مرة نطبعه بتكلف مادي - يستخدم في الأسواق التقليدية يعتبر من مزايا :-

-الكاتلوج الالكتروني -الكاتلوج الورقي - الكاتلوج النموذجي

س24/ صعب ومكلف - سهل وبسيط التحديث - سهولة الربط مع المخزون والمالية - أسهل في الحركة )من خلال استخدامه على الأجهزة النقالة والهواتف الذكية - تكالفته متدنية على المدى البعيد. مرة وحدة بنعمه ونعدل عليه بعد ذلك - يستخدم في الأسواق الإلكترونية يعتبر من مزايا :-

-الكاتلوج الالكتروني -الكاتلوج الورقي - الكاتلوج النموذجي

س25/هي عنصر مهم في جميع المتاجر الإلكترونية :-

1- E-catalog الكاتلوج الإلكتروني 2- Search Engine محرك البحث  
3- Shopping Cart سلة التسوق

س26/ Google يعد جوجل هو أشهر محرك بحث في الوقت الحالي.

1- E-catalog الكاتلوج الإلكتروني 2- Search Engine محرك البحث  
3- Shopping Cart سلة التسوق

س27/ ضرورة جدا في المتاجر الإلكترونية لجمع مشتريات العملاء

1- E-catalog الكاتلوج الإلكتروني 2- Search Engine محرك البحث  
3- Shopping Cart سلة التسوق

س28/ مرتبط بالعمليات الإدارية الأخرى عند الشراء وبالنظام المالي للشركة

1- E-catalog الكاتلوج الإلكتروني 2- Search Engine محرك البحث  
3- Shopping Cart سلة التسوق

س29/ تطورت محركات البحث كثيرا في الفترة الأخيرة مما جعلها لا يمكن الاستغناء عنها في العمل على الانترنت

1- E-catalog الكاتلوج الإلكتروني 2- Search Engine محرك البحث  
3- Shopping Cart سلة التسوق

س30/ مرونته عالية في التخصيص وإعادة البناء حسب الزبون.

1- E-catalog الكاتلوج الإلكتروني 2- Search Engine محرك البحث  
3- Shopping Cart سلة التسوق

س31/ هي عبارة عن برنامج إلكتروني يتم عملية شراء المنتجات أو الخدمات الإلكترونية:-

1- E-catalog الكتالوج الإلكتروني 2- Search Engine محرك البحث  
3- Shopping Cart سلة التسوق

س32/ تمكن سلة التسوق المشتري من:

- اختيار السلعة - اختيار طريقة الدفع المناسبة. - اختيار طريقة الشحن. - إتمام عملية الدفع.  
- جميع ما ذكر صحيح

س33/ يجب تجهيز صفحات الموقع الإلكتروني بالكلمات المفتاحية والوسوم ليسهل التعامل معها

1- E-catalog الكتالوج الإلكتروني 2- Search Engine محرك البحث  
3- Shopping Cart سلة التسوق

س34/ لا يمكن فتح متجر إلكتروني بدون الاعتماد على محرك بحث قوي للبحث داخل المتجر أو على الإنترنت

1- E-catalog الكتالوج الإلكتروني 2- Search Engine محرك البحث  
3- Shopping Cart سلة التسوق

س35/ المقارنة السريعة بين السلع .. من عوامل المنافسه في:

- التجارة الإلكترونية - التجارة التقليديه - السوق المركزية - ادارة الأعمال الخاصه

س36/ الميزه التنافسيه الأهم في ادارة الأعمال الإلكترونية هي:

- العلاقات المتينة مع العملاء - العلاقات المتينة مع المدراء - العلاقات المتينة مع الممول  
- العلاقات المتينة مع البائعين

س37/ العمليات الخلفيه في ادارة العمليات تشمل على كلا مما يلي ما عدا

- التخطيط والتسويق والاعلان - الموردين - الصناعة التحويلية - الفواتير

س38/ العلاقات التجاريه في ادارة علاقة العملاء تشمل على ما عدا

- التمويل - الصناعة - الموزعين - الموردين

س39/ ادارة علاقات العملاء هي

- customer relationship mamagment

- CRM

- 21 ليس مما ذكر

- إعداد أخوكم المنادي



**س40/ من عوامل المنافسة في التجارة الالكترونيه**  
- انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات -المقارنه السريعه بين السلع -الاختلاف والتخصيص  
**جميع ما ذكر**

**س41/ المنافسة على الانترنت كبيره جدا ولذلك يجب الاستعداد الجيد**  
- بعد الدخول في التجارة الالكترونيه  
- اثناء الدخول في التجارة الالكترونيه  
**- قبل الدخول في التجاره الالكترونيه**  
- جميع ماذكر

**س42/ اي العبارات التاليه صحيح**  
- يمكن فتح متجر الكتروني بدون الاعتماد على محرك بحث قوي للبحث داخل المتجر  
- محركات البحث قليله في الفتره الاخير  
- يمكن الاستغناء عن محركات البحث في العمل على الانترنت  
**- لا يمكن فتح متجر الكتروني بدون الاعتماد على محرك بحث قوي للبحث داخل المتجر**

**س43/ اي العبارات التاليه هي الاصح تمكن سلة التسوق المشتري من**  
- اختيار طريقة الدفع المناسبه ثم اختيار السلعه ثم اختيار طريقة الشحن ثم إتمام عملية الدفع  
- اختيار السلعه ثم إتمام عملية الدفع ثم اختيار طريقة الدفع المناسبه ثم اختيار طريقة الشحن  
- اختيار السلعه ثم اختيار طريقة الدفع المناسبه ثم إتمام عملية الدفع ثم اختيار طريقة الشحن  
**اختيار السلعه ثم اختيار طريقة الدفع المناسبه ثم اختيار طريقة الشحن ثم إتمام عملية الدفع**

**س44/الخدمات الدائمه هي كلا مما يايلى ما عدا**  
- تبادل البيانات والمعلومات  
- معلومات حول المنتج  
- الاعلانات والعروض الترويجيه  
**- خدمة استرجاع البضائع**

**س45/ يعتبر العمود الفقري للتجاره الالكترونيه او البيع الالكتروني**  
- سلة التسوق  
**- الكتالوج الالكتروني**  
- الكتالوج الورقي  
- 1 و 3

**س46/ جميعها خطأ ما عدا في خصائص الكتالوج الالكتروني**  
- سهل البناء والتصميم  
- صعب التحديث  
**- سهولة الربط مع المخزون والماليه**  
- يصعب ربطه مع انظمة الشركه ( المخزون والماليه )

## المحاضرة السادسة المزادات الإلكترونية E-Auction

س1/ هي آلية للتسوق موجودة منذ زمن قديم، وحتى وقتنا الحاضر، وتطورت لتستخدم في السوق الإلكتروني، ومواقع البيع المباشر.

– التسويق المباشر – إعادة الهندسه – المزادات – التجارة المتنقله

س2/ من عيوب المزادات التقليدية :-

1 السرعة في عملية البيع، مما لا يمكن المشتري من فحص المنتج بشكل جيد، يكون عرضة للغش والخداع.

2- عدم القدرة على نقل المنتجات الكبيرة إلى موقع المزاد.

3- قيام المشتري بدفع مبالغ زيادة عن قيمة المنتج الحقيقية نتيجة المزايدة على السلعة.

4- جميع ما ذكر صحيح

س3/ هي نفس المزادات التقليدية لكنها تعمل على الانترنت بشكل مباشر **online**

- المزادات التقليدية - المزادات الإلكترونية - المزادات الاداريه - المزادات التجاربه

س4/ ظهر مع الإنترنت والوسائط الإلكترونية المتنوعة، وظهور شركات البيع المباشر

على الإنترنت مثل شركة . [www.Ebay.com](http://www.Ebay.com)

- المزادات التقليدية - المزادات الإلكترونية - المزادات الاداريه - المزادات التجاربه

س5/ من أنواع المزادات؟

1- One Buyer – One Seller بائع واحد / مشتري واحد

2- Many Buyer – One Seller بائع واحد / عدة مشترون محتملون

3- One Buyer – Many Seller مشتري واحد / عدة باعة

4- Many Buyer – Many Seller عدة باعة / عدة مشترون

5- جميع ما ذكر صحيح

س6/ عبارة عن مزاد على منتج معين لفترة محددة، حيث يعرض المشتري المحتمل سعر، إذا كان السعر غير مناسب للبائع يتغير المشتري بمشتري محتمل آخر.

1- One Buyer – One Seller بائع واحد / مشتري واحد

2- Many Buyer – One Seller بائع واحد / عدة مشترون محتملون

3- One Buyer – Many Seller مشتري واحد / عدة باعة

4- Many Buyer – Many Seller عدة باعة / عدة مشترون

5- جميع ما ذكر صحيح

س7 / عبارة عن مزاد يكون به بائع واحد و عدة مشترون محتملون،

1- One Buyer – One Seller بائع واحد / مشتري واحد

2- Many Buyer – One Seller بائع واحد / عدة مشترون محتملون

3- One Buyer – Many Seller مشتري واحد / عدة باعة

4- Many Buyer – Many Seller عدة باعة / عدة مشترون

س8/ توجد عدة أمثلة من مزاد يكون به بائع واحد و عدة مشترون محتملون:-

English Auction أ- المزاد الإنجليزي

Yankee Auction ب - مزاد يانكي

ج- جميع ما ذكر صحيح

س9/ وهو أن يقوم البائع بعرض منتج واحد في وقت المزاد وتتم المنافسة بين المشترون المحتملون عليه حتى يباع بأعلى سعر، ومن ثم يقوم بعرض منتج آخر غيره بعد بيع المنتج الأول.

English Auction أ- المزاد الإنجليزي

Yankee Auction ب - مزاد يانكي

ج- جميع ما ذكر صحيح

د- الخياران أ و ب

س10/ هي نفس المزاد الإنجليزي لكن الفرق بينهما هو أن مزاد يانكي يتم على نفس فئة المنتج وبكميات كبيرة، مثل / سيارات فقط، حاسبات آلية فقط.

English Auction أ- المزاد الإنجليزي

Yankee Auction ب - مزاد يانكي

ج- جميع ما ذكر صحيح

د- الخياران أ و ب

س11/ مشتري واحد / عدة باعة

1- ينتشر هذا النوع من المزادات في المناقصات والمناقصات الحكومية.

2- يفوز بهذه المناقصة الذي يقدم العرض الأقل سعرا . (المناقصات)

3- حيث يسير السعر إلى أسفل بمرور الوقت. Reverse Auction يسمى هذا النوع بالمزاد المتجه إلى الأسف

4- جميع ما ذكر صحيح

س12/ أفضل مثال على هذا النوع من المزادات هو سوق الأسهم (البورصة) حيث يوجد آلاف الباعة و آلاف المشترون في الوقت ذاته.

1- مشتري واحد / عدة باعة 2- عدة باعة / عدة مشترون 3- بائع واحد / عدة مشترون محتملون

س13/ يتم في هذا النوع من المزادات عمل مفاضلة **Matching** لأفضل سعر مع أفضل عرض مقدم حتى تتم عملية البيع.

1- مشتري واحد / عدة باعة **2- عدة باعة / عدة مشترون** 3- بائع واحد / عدة مشترون محتملون

س14/ من فوائد الباعة

1. يستطيع البائع أن يزيد من مبيعاته من خلال توسعة قاعدة المشتريين . 2. قصر زمن عملية البيع ..
- 3- تحديد السعر يتم عن طريق السوق . 4- تصريف كمية كبيرة من المنتجات في وقت قصير..
- 5- **جميع ما ذكر صحيح**

س15/ من فوائد للمشتريين

1. المزاد فرصة كبيرة للحصول على منتجات مميزة .
2. يمثل المزاد فرصة للمساومة على السعر.
3. تمثل المزادات نوعا من التسلية.
4. يوفر المزاد الخصوصية والسرية للمشتري (يمكن اللجوء لطرف ثالث يمثل المشتري).
- 5- المزاد به تحقيق للراحة، من مناسبة الوقت، أو التفاعل عن طريق الهاتف أو الإنترنت.
- 6- **جميع ما ذكر صحيح**

س16/ تكرار عملية البيع والشراء، مما يعود بفائدة على صاحب الموقع الذي يستفيد من كل من البائع والمشتري عن طريق العمولات

1- فوائد للمشتريين 2- فوائد للباعة **3- فوائد لملاك المزادات** 4- فوائد المزادات الإلكترونية

س17/ الالتصاق بالموقع **Sticking** الزيارات المتكررة للموقع تزيد من شعبية ونجاحه.

1- فوائد للمشتريين 2- فوائد للباعة **3- فوائد لملاك المزادات** 4- فوائد المزادات الإلكترونية

س18/ هي استبدال منتج بمنتج، أو خدمة بخدمة، وتوجد بعض المواقع الإلكترونية التي تروج لهذا النوع من التجارة.

1- **المقايضه** 2- التجارة المتنقلة 3- التسويق المباشر 4- إعادته الهندسه

س19/ أوجه القصور في المزادات الإلكترونية

- 1- احتمالية الغش والخداع.
- 2- المشاركة المحدودة من الباعة أو المشترون.
- 3- انعدام الأمان، وخاصة في المزادات التي تتم بين الزبائن G2C
- 4- قد تطول فترة المزايدة بحيث يضطر المزايد على متابعة ومراقبة المزاد لفترة طويلة.
- 5- مشكلة ال snipping وهي أن ينتظر المزايد حتى اللحظة الأخيرة قبل انتهاء مدة المزاد حتى يطرح قيمة عرضه.
- 6- محدودية الأنظمة والبرامج الحاسوبية في مجال المزادات، وتحتاج إلى مزيد من التطوير والتحديث.

7- **جميع ما ذكر صحيح**

إعداد أخوكم المنادي

## س20/ من التجارة المتنقلة

- 1- هي أبسط وأسهل طريقة للتجارة الإلكترونية والتي تتم عن طريق الهواتف الجواله.
- 2- انتشار الهواتف الذكية ورخص أسعارها.
- 3- تصل على الجوال رسائل الدعاية العروض الترويجية.
- 4- تركز عليه الشركات التجارية لتواجهه مع الجميع.
- 5- يعتبر هو مستقبل التجارة الإلكترونية.
- 6- جميع ما ذكر صحيح

## س21/ ظهر مفهوم \_\_\_\_\_ في بداية التسعينات،

- 1- التسويق المباشر
- 2- إعادة الهندسه
- 3- التجارة المتنقله
- 4- المزادات الالكترونيه

## س22/ يتابع الكوكي سلوك المستخدم عند زيارته للموقع، ويعرض له معلومات عن المنتجات التي يهتم بها

- 1- التسويق المباشر
- 2- إعادة الهندسه
- 3- التجارة المتنقله
- 4- المزادات الالكترونيه

## س23/ هي أبسط وأسهل طريقة للتجارة الإلكترونية والتي تتم عن طريق الهواتف الجواله

- 1- التسويق المباشر
- 2- إعادة الهندسه
- 3- التجارة المتنقله
- 4- المزادات الالكترونيه

## س24/ يسرع ذلك من وتيرة العمل وزيادة الإنتاجية.

- 1- التسويق المباشر
- 2- إعادة الهندسه
- 3- التجارة المتنقله
- 4- المزادات الالكترونيه

## س25/ تقنية Cookie عبارة عن ملف برمجي بسيط ينسخه الموقع على جهاز المستخدم ويعرف عن طريقه

تاريخ زيارته للموقع، وبعض المعلومات الأخرى الخاصة بالمستخدم.

- 1- التسويق المباشر
- 2- إعادة الهندسه
- 3- التجارة المتنقله
- 4- المزادات الالكترونيه

## س26/ يتم ذلك عن طريق مراقبة العملاء ومتابعتهم وتحليل بياناتهم لمعرفة تفضيلاتهم.

- 1- التسويق المباشر
- 2- إعادة الهندسه
- 3- التجارة المتنقله
- 4- المزادات الالكترونيه

## س27/ أصبح من الممكن الآن تسويق حملة تسويقية لمستهلك واحد.

- 1- التسويق المباشر
- 2- إعادة الهندسه
- 3- التجارة المتنقله
- 4- المزادات الالكترونيه

## س28/ الطريقة التقليدية التي يطبق فيها المزاد لها آثار سلبية كثيرة منها :

- البطئ في عملية البيع

- قيام المشتري بدفع مبالغ زيادة عن قيمة السلعة الحقيقية نتيجة المزايده على السلعة

- فاعلية نقل البضاعة الى موقع المزاد مقارنة مع الانترنت

س29/ المزاد يتميز بما يسمى ب:

**- Dynamic Pricing** - Ebay Pricing - Dino Pricing -

س30/ مع مرور الوقت السعر يتحرك بسبب وجود منافسة بين المشترون المحتملون ،

حتى يتم بيع المنتج للمشتري الذي يدفع أعلى سعر، يسمى ب:

**- التسعير النشط** - التسعيرة التفاعلية -السوق الواقعي

س31/ احد التالي ليست من أنواع المزادات:

- بائع واحد / مشتري واحد - Yankee Auction - عدة باعة / عدة مشترون

- المزاد الإنجليزي Auction English - مشتري واحد / عدة باعة

**- المزاد بالمناقصة**

س32/ المناقصات الحكومة هي مثال لنوع من انواع المزادات وهي:

- Yankee Auction - **مشتري واحد / عدة باعة** - عدة باعة / عدة مشترون

س33/ سوق الأسهم و البورصة ما هي الامثال على المزاد:

- Yankee Auction - **مشتري واحد / عدة باعة** - عدة باعة / عدة مشترون

س35/ تحديد السعر يتم عن طريق السوق ، هي من فوائد المزاد ل:

**- الباعة** - المشتري - ملاك المزاد

س36/ التسلية من فوائد المزاد ل:

**- الباعة** - **المشتري** - ملاك المزاد

س37/ الالتصاق بالموقع من فوائد المزاد على ملاك المزاد وتعني:

Fishing -

Pinging -

**- Sticking**

س38/ الفرق بين المزاد الانجليزي و الأمريكي هو:

- أن الاول يطرح يطرح كمية من نفس الصنف، بينما الثاني سلعة واحدة للمزايدة في كل مرحلة

**- أن الاول يطرح سلعة واحدة للمزايدة في كل مرحلة، بينما الثاني يطرح كمية من نفس الصنف**

- الأول يطبق عليه قوانين التجارة الأوروبية ، بينما الثاني تطبق عليه قوانين التجارة الحرة

س39/ الأنظمة والبرامج الحاسوبية محدودة في مجال المزادات ، هي من أوجه قصور:

- المزادات التقليدية

**- المزادات الالكترونية**

- المزادات الامريكية

إعداد أخوكم المنادي

س40/ ملف يتابع تحركات الزائر على الموقع أثناء تواجده في الموقع فقط  
Direct Marketing Profile - **- Cookie** -

س41/ ويسمى بالهندرة ، فكرتها تقوم بالتخلص من المهام التي لا فائدة لها لإتمام العملية بأقل الخطوات الممكنة ، بحيث إن التخلص من هذه الخطوات لا يؤثر في العملية .  
Re-Defraging -  
**- Re-Engineering**  
Re-Commerce -

س42/ أكثر المزايدات انتشارا هي:  
المزايدات الى الأسفل  
**- المزايدات الى الأعلى**  
- المزايدات الى الجنب

س43/ تعني المزايدات الى الأعلى أو الى الأمام والمقصود به أن السعر يرتفع مع مرور الوقت  
Reveres Auctions -  
**- Forwered Auctions**  
Yankee Auction -

س44/ **Direct Marketing**  
Reveres Auctions -  
**- التسويق من الشركة للعميل بدون وسيط**  
- تصغير حجم المنظمات بتقليص الهياكل التنظيمية

المحاضرة السابعة  
التغيرات أو الآثار التي أحدثتها الأسواق الإلكترونية  
على المنظمات

س1/ ظهر مفهوم \_\_\_\_\_ عندما طور مايكل ديل نموذج البيع المباشر وكان الهدف منه تعامل الشركات مباشر مع الزبائن  
1-التسويق الالكتروني 2- **التسويق المباشر** 3- العمليات الاداريه 4- مفهوم البائع والمشتري

س2/ يمكن إرسال الحملات الإعلانية مباشرة للزبائن وفقا لاهتماماتهم، عن طريق  
-البريد العادي - البريد الإلكتروني - الهاتف -الإعلانات على الهواتف النقالة  
- الإعلانات المباشرة على الإنترنت - الرسائل القصيرة SMS - **جميع ما ذكر صحيح**

س3/ ظهر على يد مايكل هامر Michael Hammer  
1- **أستاذ معهد MIT** 2- استاذ معهد BPR 3- استاذ معهد ASD 4- جميع ما ذكر صحيح

س4/ تنقسم المستويات الإدارية في المنظمة إلى ثلاث مستويات هي  
1-الادارة العليا 2- الادارة الوسطى 3- الادارة الدنيا (التشغيليه) 4- **جميع ما ذكر صحيح**

س5/ تهتم الإدارة العليا ب  
1- **التخطيط الاستراتيجي** 2- الطبقة الوسطى 3- بالادارة العليا والدنيا 4- جميع مذكر

س6/ تقوم الإدارة \_\_\_\_\_ بتفسير الخطط الاستراتيجية وتوصيلها للإدارة الدنيا.  
1-الادارة العليا 2- **الادارة الوسطى** 3- الادارة الدنيا (التشغيليه) 4- جميع ما ذكر صحيح

س7/ الإدارة \_\_\_\_\_ هي حلقة الوصل بين الإدارة العليا والإدارة الدنيا.  
1-الادارة العليا 2- **الادارة الوسطى** 3- الادارة الدنيا (التشغيليه) 4- جميع ما ذكر صحيح

س8/ استفاد مفهوم إعادة الهندسة IT من توظيف تقنية المعلومات (BPR)  
1- طبقة الإدارة الوسطى بغرض تقليل التكلفة، وتصغير حجم الشركات والمنظمات.

2- أدى تطبيق مفهوم إعادة الهندسة إلى ظهور المنظمات الشبكية التي تعتمد على تقنية المعلومات بشكل كبير.

3- نتيجة لذلك تم تصغير الهياكل الكبيرة للمنظمات وتم الاعتماد على تقنية المعلومات بشكل كبير

4- **جميع ما ذكر صحيح**



**س9/ من أسباب ازدهار التسويق المباشر؟**

- انتشار استخدام بطاقات الانتماء.
- انتشار مجموعات الشركات الداعمة.
- تغيير نمط حياة الناس.
- التطور التكنولوجي الكبير وثورة الاتصالات.
- زيادة أهمية العلاقات التجارية كوسيلة للبيع.

**جميع ما ذكر صحيح**

**س10/ مزايا التسويق المباشر؟**

- الدقة في اختيار الجمهور المستهدف.
- المرونة العالية.
- عدم وجود منافسة مع الآخرين.
- اللمسة الشخصية الموجهة للعميل.
- وسيلة فعالة لقطاع العملاء الأفراد.
- يساعد الشركات على ترويج خدماتها الخاصة.

**جميع ما ذكر صحيح**

**س11/ من فوائد البائع؟**

- بناء علاقات مع العملاء - تخفيض التكاليف - السرعة والفاعلية - المرونة - العالمية -

**جميع ما ذكر**

**س12/ من فوائد المشتري؟**

- تيسير الحصول على المنتجات الخصوصية - إدراك واختيار المنتج - وفرة المعلومات - التفاعل المباشر -

**جميع ما ذكر صحيح**

## التسويق المباشر مقابل التسويق الجمعي

التسويق المباشر	التسويق الجمعي
عميل مفرد	جميع العملاء
عميل معروف	عميل غير معروف
منتج خاص	منتج عام
انتاج خاص	انتاج جمعي
توزيع خاص	توزيع للجميع
رسالة تسويق ذات اتجاهين (من المنظمة للزبون ومن الزبون للمنظمة)	رسالة تسويق ذات اتجاه واحد
الاحتفاظ بالعملاء	إغراء العملاء

### س13/ بعض الفقرات عالجها

في التسويق المباشر عميل غير معروف:

**خطا**

**صح**

في التسويق الجمعي توزيع خاص:

**خطا**

**صح**

في التسويق المباشر رسالة تسويق ذات اتجاهين:

**خطا**

**صح**

في التسويق الجمعي الاحتفاظ بالعملاء:

**خطا**

**صح**

في التسويق المباشر عميل مفرد:

**خطا**

**صح**

في التسويق الجمعي رسالة تسويق ذات اتجاه واحد:

**خطا**

**صح**

- س14/ من فوائد تسهيل الأسواق الإلكترونية والتقنية للتسويق المباشر
- 1-سهولة ترويج المنتجات والخدمات بفضل انتشار الأسواق الإلكترونية.
  - 2-الأسواق الإلكترونية أصبحت تمثل نوات بيع / ترويج جديدة بين البائع والمستهلك.
  - 3-تحسين خدمة العملاء، وتقديمها بشكل فوري عن طريق القنوات الإلكترونية.
  - 4-أسهمت التجارة الإلكترونية في التوفير وانخفاض السعر المنتجات عن الأسواق التقليدية.
  - 5-الكفاءة في ترويج وتحسين سمعة أو هوية المنظمة بفضل استخدام التقنية.
  - 6- **جمع ما ذكر صحح**

س15/ من فوائد التسويق المباشر للبائع:

- تيسير الحصول على المنتجات
- إدراك واختيار المنتج
- السرعة والفاعلية**
- التفاعل المباشر

س16/ ليس من مزايا التسويق المباشر:

- المرونة العالية
- وسيلة فعالة لقطاع العملاء الأفراد
- التطور التكنولوجي الكبير وثورة الاتصالات**
- اللمسة الشخصية الموجهة للعميل

س17/ يعني هذا المفهوم إعادة النظر في مهام الشركات التي لا تضيف قيمة للعمل. ويهدف إلى إتمام العمليات بأقل الخطوات الممكنة، بما لا يؤثر عليها.

- إدارة علاقات العملاء CRM
- إعادة هندسة العمليات الإدارية
- التخصيص
- ليس مما سبق

س18/ من فوائد المشتري:

- تيسير الحصول على المنتجات والخصوصية
- إدراك واختيار المنتج
- التفاعل المباشر**
- جميع ما ذكر**

س19/ ليست من فوائد البائع:

- تخفيض التكاليف
- المرونة العالمية
- السرعة والفاعلية
- وفرة المعلومات**

س20/ من أسباب ازدهار التسويق المباشر:

- التطور التكنولوجي الكبير وثورة الاتصالات -زيادة أهمية العلاقات التجارية كوسيلة للبيع
- انتشار استخدام بطاقات الانتماء تغير نمط حياة الناس
- جميع ما ذكر**

## المحاضرة الثامنة

### تابع التغيرات أو الآثار التي أحدثتها الأسواق الإلكترونية على المنظمات

س1/ يعني وجود درة لدى العميل لبناء المنتج حسب متطلباته، وألا يكون المنتج جاهزا يباع لأي زبون.

- الإعلانات - **التخصيص** - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد

س2/ أصبح من الممكن مع ظهور التسويق المباشر توجيه حملات إعلانية مباشرة تستهدف العملاء وطلباتهم ورغباتهم.

- **الإعلانات** - التخصيص - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد

س3/ تتيح الشركة الفرصة للزبون ليغير ويعدل المنتج بما يتلاءم مع احتياجاته الإعلانات - **التخصيص** - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد

س4/ هو ليس من الإعلانات الموجهة المباشرة في التجارة الإلكترونية  
1- البريد الإلكتروني 2- أخذ العميل من موقع لموقع مخصص للإعلانات  
3- الإعلانات القافزة **Popup ads**.

4- شراء لاب توب أو كمبيوتر وتحديد مواصفاته

س5/ تسعى جميع المنظمات إلى الإعلانات للترويج عن نفسها ومنتجاتها أو خدماتها  
- **الإعلانات** - التخصيص - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد

س6/ هي منظمات تأخذ بالجديد والحديث وتوظف من له مهارات بالحاسب الآلي، وقادرين على تعلم التقنيات الحديثة.

- الإعلانات - التخصيص - **المنظمات المعرفيه** - العمل عن بعد

س7/ تعني **Commuting** الانتقال من مكان إلى مكان آخر لغرض العمل .

- الإعلانات - التخصيص - المنظمات المعرفيه - **العمل عن بعد**

س8/ خير مثال على ذلك هو القطاع المصرفي، لأنه من أكثر القطاعات التي تستخدم تقنية المعلومات

- الإعلانات - التخصيص - **المنظمات المعرفيه** - العمل عن بعد

س9/ ليس من الأعمال التي يمكن إنجازها من المنزل

- المحاسب - المصمم - المبرمج - مدقق الحسابات - المسوق - **التخصيص**

ملتقى طلاب وطالبات جامعه الملك فيصل

إعداد أخوكم المنادي

س10/ أصبحت هذه الأنظمة تتم بشكل إلكتروني يتسم بالسرعة والفاعلية والبساطة، عن طريق الإنترنت

-الإعلانات - التخصيص - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد -أنظمه أخذ الطلب

س11/ أصبح هذا النمط من المنظمات حتميا للاعتماد على التواصل الإلكتروني بين الموظفين، وإنجاز الأعمال عن طريق الحاسب الآلي، وتغير طبيعة العمل  
الإعلانات - التخصيص - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد

س12/ يعتمد هذا المفهوم بشكل أساسي على التطور الهائل في تقنية الاتصالات والمعلومات و قواعد البيانات.

الإعلانات - التخصيص - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد -أنظمه أخذ الطلب

س13/ لا تحتاج هذه الوظائف إلى مكتب داخل الشركة والهدف من هذا المفهوم تقليل التكاليف.

- الإعلانات - التخصيص - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد

س14/ التقنية النقالة **Mobile Technology** هي المستقبل الواعد للتجارة الإلكترونية .

الإعلانات - التخصيص - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد

س15/ تستخدم هذه النظم على نطاق واسع لتوصيل الطلبات إلى الزبائن، وإلى المنازل

-الإعلانات - التخصيص - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد -أنظمه أخذ الطلب

س16/ أمكن باستخدام التقنيات الحديثة تقليل أعداد الموظفين

الإعلانات - التخصيص - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد

س17/ يعتمد هذا المفهوم بشكل أساسي على التطور الهائل في تقنية الاتصالات والمعلومات و واعد البيانات

الإعلانات - التخصيص - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد -أنظمه أخذ الطلب

س18/ أجبر التطور التكنولوجي المنظمات على تغيير طريقة عملها ونوعية موظفيها، وطريقة التعامل مع عملائها

الإعلانات - التخصيص - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد

س19/ تطورت الإعلانات كثيرا مع تطور التقنيات والاتصالات، وظهور التجارة الإلكترونية.

-الإعلانات - التخصيص - المنظمات المعرفيه - العمل عن بعد -أنظمه أخذ الطلب

### س20/ ليس من مزايا العمل عن بعد

- توفير التكاليف - تجنب عناصر الإلهاء - القرب من العائلة - مصادر إلهاء جديدة.
- المرونة في المواعيد - تخفيف توتر العمل - إنتاجية أعلى - توازن أفضل بين العمل والحياة - العزلة

### س21/ من سلبيات العمل عن بعد ؟

- العزلة
- الابتعاد عن تطورات الشركة اليومية
- مصادر إلهاء جديدة
- صعوبة الفصل بين العمل والأعباء المنزلية
- صعوبة الالتزام بالمواعيد والأوقات
- جميع ما ذكر صحيح

### س22/ من الآثار الاقتصادية للعمل عن بعد ؟

- ارتفاع مستويات التوظيف في الدول التي تعتمد هذا النهج
- زيادة الإنتاجية، وبالذات في طاع الصناعات المعلوماتية.
- تكافؤ فرص العمل بين شرائح المجتمع المختلفة من حيث النوع والعمر والظروف الصحية
- جميع ما ذكر صحيح

### س23/ أهم مقومات نجاح العمل عن بعد المنطقة العربية ؟

- وجود بطالة زائدة في بعض الدول العربية ووفرة الوظائف المعروضة
- أدى التقدم الذي يحدث في الاتصالات في العالم العربي إلى سهولة الربط بين مختلف الدول العربية
- ما تفرضه العادات والتقاليد على المرأة العربية
- توحد اللغة العربية على مستوى العالم العربي
- جميع ما ذكر صحيح

### س24/ يعتبر تخصيص لون السيارة واختيار الكماليات من

- Advertising
- Customization
- Systems
- ليس مما ذكر
- Ordering

### س25/ تعني ..... الانتقال من مكان إلى مكان آخر لغرض العمل

- e-commerce
- Commuting
- Bartering
- Auctions

س26/ هي منظمات تأخذ بالجديد والحديث وتوظف من له مهارات بالحاسب الآلي، وقادرين على تعلم التقنيات الحديثة

**1 + 2 Ordering Systems Knowledge Organization**

ليس مما ذكر

س27/ يعتبر العمل عن بعد سوق واحدة رغم ضعف انتشاره في المنطقة العربية  
**صح خطأ**

س28/ أصبح من الممكن مع ظهور التسويق المباشر توجيه حملات إعلانية مباشرة تستهدف العملاء وطلباتهم ورغباتهم.  
**صح خطأ**

س29/ يتم إرسال الإعلانات الموجهة المباشرة في التجارة الإلكترونية عن طريق البريد الإلكتروني أخذ العميل من موقع لموقع مخصص للإعلانات **1 + 2**  
ليس مما ذكر

س30/ استخدام التقنيات الحديثة لتقليل أعداد الموظفين تعتبر من  
**Knowledge Organization المنظمات المعرفية**

أنظمة أخذ الطلب **Ordering Systems**

س31/ مزايا العمل عن بعد **Tele-Commuting** ما عدا

- تجنب عناصر الإلهاء - القرب من العائلة - تخفيف توتر العمل - **تكاثر فرص العمل**

س32/ سلبيات العمل عن بعد **Tele-Commuting** ما عدا

- صعوبة الفصل بين العمل والأعباء المنزلية - الابتعاد عن تطورات الشركة اليومية

- مصادر إلهاء جديدة - **توفير التكاليف**

س33/ ليست من الآثار الاقتصادية للعمل عن بعد

- ارتفاع مستويات التوظيف في الدول التي تعتمد هذا النهج - زيادة الإنتاجية

- تكافؤ فرص العمل، بين شرائح المجتمع المختلفة - **العزلة**

المحاضرة التاسعة  
تجارة التجزئة الإلكترونية  
E-Retailing

س1 / يطلق عليها اختصارا E-Tailin

— تجارة التجزئة الإلكترونية -تجار التجزئة التقليديون -التجار الراسخون -الشركة

س2 / يقصد بها الوسيط الذي يكون بين المصنع أو تاجر الجملة والمستهلك النهائي، وتعمل بشكل مباشر على الإنترنت.

— تجارة التجزئة الإلكترونية -تجار التجزئة التقليديون -التجار الراسخون -الشركة

س3 / ظهر هذا المفهوم نتيجة الانتشار الواسع لاستخدام الإنترنت في شتى مجالات الحياة.

— تجارة التجزئة الإلكترونية -تجار التجزئة التقليديون -التجار الراسخون -الشركة

س4 / أيضا المخازن المحلية amazon.com • تشمل محلات البيع الإلكترونية، ومراكز البيع الكبيرة مثل الصغيرة التي تملك موقعا على الإنترنت.

— تجارة التجزئة الإلكترونية -تجار التجزئة التقليديون -التجار الراسخون -الشركة

شرح الصورة التوضيحية:

عندي online store (متجر الكتروني) و (e-commerce) من نوع B2C (بيزنس تو كستمر) من الأعمال إلى الزبون مباشرة هذا النوع الذي نتعامل معه في تجارة التجزئة، طبعاً في عندي:

1. زبون ← 2. يدخل على المتجر ← 3. يختار السلعة ← 4. يدفع ← 5. تتحمل البضاعة من المستودع وهذه العمليات كلها يتم من خلال الباك اند وبعد ذلك نعمل له 6. توصيل

س5 / اللاعبون في سوق التجزئة الإلكترونية هم

1. تجار التجزئة التقليديون
2. التجار الراسخون
- 3- تجار التجزئة الإلكتروني
- 4- جميع ما ذكر صحيح

س6 / هم المسوقون المباشرون والمسوقون عبر الكتلوجات.

- 1- تجار التجزئة التقليديون
- 2- التجار الراسخون
- 3- تجار التجزئة الإلكتروني
- 4- جميع ما ذكر صحيح

س7 / هم تجار لا يمتلكون محال تجارية في eBay، Amazon مثال العالم الواقعي ويمتلكون خبرات عريقة في التجارة.

- 1- تجار التجزئة التقليديون
- 2- التجار الراسخون
- 3- تجار التجزئة الإلكترونيين
- 4- جميع ما ذكر صحيح



س8/ هم الذين يعملون من خلال موقع ثابت، وهم صغار ومتوسطو الحجم

1- تجار التجزئة التقليديون 3- تجار التجزئة الإلكترونيين

2- **التجار الراسخون** 4- جميع ما ذكر صحيح

س9/ يمتلكون الخبرة والمهارة البارعة للوصول إلى العملاء.

1- **تجار التجزئة التقليديون** 3- تجار التجزئة الإلكترونيين

2- التجار الراسخون 4- جميع ما ذكر صحيح

س10/ هم الأكثر ميلاً لاستخدام الإنترنت وذلك لقدرته على التكيف وامتلاكهم لخاصية المرونة

1- تجار التجزئة التقليديون 3- تجار التجزئة الإلكترونيين

2- **التجار الراسخون** 4- جميع ما ذكر صحيح

س11/ يمكنهم توسيع نطاق خدماتهم باستخدام الإنترنت.

1- **تجار التجزئة التقليديون** 3- تجار التجزئة الإلكترونيين

2- التجار الراسخون 4- جميع ما ذكر صحيح

س12/ يملكون 45% من حجم السوق الإلكتروني.

1- تجار التجزئة التقليديون 3- تجار التجزئة الإلكترونيين

2- **التجار الراسخون** 4- جميع ما ذكر صحيح

س13/ الإنترنت كقناة توزيع بالتجزئة. المستخدم - تاجر التجزئة - تاجر الجملة - الشركة

خطأ صح

س14/ حلول تجارة التجزئة الإلكترونية (في مجال السلع والخدمات)

1- بناء موقع خاص بالشركة (كبيرة، متوسطة، صغيرة)

2- عن طريق مجمعات التسويق المباشرة Online Malls

3- **2 + 1**

4- ليس مما ذكر

س15/ مواصفات تجارة التجزئة الإلكترونية الناجحة:

1. بيع علامات تجارية عالية الشهرة.

2. وجود ضمان من بل مصنعين معروفين وموثوق بهم.

3. الاعتماد على المنتجات الرقمية.

4. التعامل مع بضائع غير باهظة الثمن.

5. الإكثار من بيع على المنتجات التي يتكرر شرائها.

6. الاعتماد على السلع ذات المواصفات القياسية.

7. تسويق البضائع الغير موجودة في الأسواق التقليدية.

8. **كل ما ذكر صحيح**

### س16/ أكثر السلع مبيعا على الإنترنت:

- التذاكر وحجوزات السفر
- الخدمات
- السيارات
- المجوهرات
- معدات وبرمجيات الكمبيوتر
- الملابس
- المستخدم تاجر التجزئة تاجر الجملة الشركة
- الأجهزة الإلكترونية
- أدوات الصحة والتجميل
- اللعب والدمى
- الأدوات المكتبية
- الكتب والموسيقى
- البضائع الرياضية
- كل ما ذكر صحيح

### س 17/ أسباب فشل بعض مواقع تجارة التجزئة الالكترونية:

1. الافتقار إلى استراتيجية عمل واضحة.
2. الاعتقاد الخاطئ بإمكانية بيع أي شيء عبر الإنترنت.
3. الاعتقاد الخاطئ باستمرارية النمو في تجارة التجزئة بدون حدود.
4. إهمال خدمة العملاء (الجوانب التسويقية).
5. الفشل في التحكم في الإنفاق.
6. الاعتقاد الخاطئ بأن العمل الالكتروني في العالم الافتراضي يحتاج فقط إلى برمجيات جاهزة (الجوانب الإدارية).

7- جميع ما ذكر صحيح

### س18/ أنواع قنوات التوزيع الإلكترونية:

- 1- Mail-order retailers that go online الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد
- 2- Direct marketing from manufacturers التسويق المباشر من الشركات المصنعة
- 3- Pure-play e-tailers اللعب لصرف لمراكز البيع الإلكترونية
- 4- Click –and-mortar retailers تجار التجزئة حسب الطلب
- 5- Internet (online) malls مجمعات التسويق المباشرة
- 6- كل ما ذكر صحيح

### س19/ يحدث على نطاق واسع بدون وسطاء بين المصنعين والمشتريين، والتسويق القيام به على الإنترنت بين أي من البائع والمشتري.

- البيع المباشر عن طريق المصنع -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -مجمعات التسويق المباشرة
- الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -تجار التجزئة حسب الطلب

س20/ يتم عن طريق قناة البيع المباشرة التي يمتلكها المصنع على الإنترنت.  
- **البيع المباشر عن طريق المصنع** -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -مجمعات التسويق المباشرة -الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -تجار التجزئة حسب الطلب

س21/ هي الشركات التي تباع بشكل مباشر للمستهلكين عن طريق الإنترنت دون أن تحتفظ بقنوات بيعها التقليدية  
- البيع المباشر عن طريق المصنع -**الصرف لمراكز البيع الإلكترونية** -مجمعات التسويق المباشرة  
-الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -تجار التجزئة حسب الطلب

س22/ يضع المشتري طلبه عن طريق المكالمات الهاتفية أو عن طريق موقع الإنترنت، ويتم تسليم المنتجات إلى العملاء عن طريق البريد حسب العنوان الذي يحدده المستهلك.  
- البيع المباشر عن طريق المصنع -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -مجمعات التسويق المباشرة  
-**الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد** -تجار التجزئة حسب الطلب

س23/ يمكن للباعة فهم أسوأ فهم بشكل عن طريق الاتصال المباشر مع المستهلكين.  
- **البيع المباشر عن طريق المصنع** -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -مجمعات التسويق المباشرة -الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -تجار التجزئة حسب الطلب

س24/ هم تجار التجزئة الذي يؤدون أعمالهم في الأسواق التقليدية (بعيدا عن الإنترنت)، عن طريق الأسواق التي تقدم الخدمة للجماهير وجها لوجه. **mortar retailers** ومنافذ البيع التقليدية  
- البيع المباشر عن طريق المصنع -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -مجمعات التسويق المباشرة  
-الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -**تجار التجزئة حسب الطلب**  
س25/ يمكن للمستهلكين الحصول على قدر كبير من المعلومات عن المنتجات من خلال علاقتهم المباشرة للمصنعين.

- **البيع المباشر عن طريق المصنع** -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -مجمعات التسويق المباشرة -الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -تجار التجزئة حسب الطلب

**س26/ تمكن المستهلكين من العثور على المنتجات بسهولة، وترتيب طريقة الشحن ودفع التكلفة.**

- البيع المباشر عن طريق المصنع -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -**مجمعات التسويق**  
**المباشرة** -الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -تجار التجزئة حسب الطلب  
**س27/يقدمون أيضا البيع المباشر عن طريق الإنترنت، ليقدموا خدمات البيع المباشر**  
**لزيائهم فهم**

- البيع المباشر عن طريق المصنع -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -مجمعات التسويق  
**المباشرة** -الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -**تجار التجزئة حسب الطلب**

**س28/عبارة عن مراكز تسوق إلكترونية ضخمة يوجد فيها العديد من المتاجر الإلكترونية،  
قد يصل عددها إلى عشرات الآلاف.**

- البيع المباشر عن طريق المصنع -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -**مجمعات التسويق**  
**المباشرة**  
-الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -تجار التجزئة حسب الطلب

**س29/ مثال: شركة ديل للكمبيوتر Dell Computers فيعتبر من**

- **البيع المباشر عن طريق المصنع** -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -مجمعات التسويق  
**المباشرة** -الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -تجار التجزئة حسب الطلب

**س30/ من أمثلتها: متجر ياهو وsmallbusiness.yahoo.com/merchant**

- البيع المباشر عن طريق المصنع -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -**مجمعات التسويق**  
**المباشرة** -الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -تجار التجزئة حسب الطلب

**س31/توفر مراكز استضافة، لكثير من المتاجر الإلكترونية المستقلة.**

- البيع المباشر عن طريق المصنع -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -**مجمعات التسويق**  
**المباشرة** -الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -تجار التجزئة حسب الطلب

**س32/تستخدم عربة تسوق واحدة داخل المتاجر المختلفة داخل المركز التجاري، ويتم  
الدفع والشحن مرة واحدة.**

- البيع المباشر عن طريق المصنع -الصرف لمراكز البيع الإلكترونية -**مجمعات التسويق**  
**المباشرة** -الطلب الإلكتروني لتجار التجزئة عن طريق البريد -تجار التجزئة حسب الطلب

المحاضرة العاشرة  
سلوك المستهلك  
Customer Behavior

س1/ تتصل الأسواق الإلكترونية مع الزبائن بشكل مباشر، ويفرض ذلك التعرف على المستهلك وفهم سلوكه، وخصوصاً في تجارة التجزئة الإلكترونية.

- سلوك المستهلك الإلكتروني
- سلوك التاجر الإلكتروني
- سلوك المنتج الإلكتروني
- جميع ما ذكر

س2/ فائدة دراسة سلوك المستهلك الإلكتروني

- اكتشاف الفرص التسويقية المواتية.
- تجزئة السوق واختيار القطاعات المربحة.
- الاستجابة السريعة للتغيرات في حاجات وخصائص المستهلكين.
- تطوير وتحسين الخدمات التي تقدمها الشركة لعملائها.
- التأثير في الاتجاهات النفسية للمستهلكين.
- مراعاة التقاليد والقيم السائدة في المجتمع عند إعداد الاستراتيجيات التسويقية.
- التعرف على العوامل الشرائية المؤثرة في القرار الشرائي.
- جميع ما ذكر صحيح

س3/ تعتبر دراسة سلوك المستهلك من الموضوعات الحيوية التي تهتم كثيراً كل من الأفراد، ورجال الأعمال، ومديري الشركات، ومسؤولي البيع المباشر.

- سلوك المستهلك الإلكتروني
- سلوك التاجر الإلكتروني
- سلوك المنتج الإلكتروني
- جميع ما ذكر

س4/ الهدف الأساسي من فهم سلوك المستخدم هو دفعه لاتخاذ قرار الشراء الخاص بمنتج أو خدمة محددة.

- سلوك المستهلك الإلكتروني
- سلوك التاجر الإلكتروني
- نموذج سلوك المستهلك
- جميع ما ذكر

س5/ هو مساعدة البائعين على فهم كيفية اتخاذ المستهلك لقرار الشراء

- سلوك المستهلك الإلكتروني
- سلوك التاجر الإلكتروني
- نموذج سلوك المستهلك
- جميع ما ذكر

س6/ نموذج سلوك المستهلك الإلكتروني يعتمد على؟

- متغيرات مستقلة (لا يمكن السيطرة عليها).
- متغيرات معتدلة.
- متغيرات تابعة.
- جميع ما ذكر صحيح

إعداد أخوكم المنادي

ملتقى طلاب وطالبات جامعه الملك فيصل

س17 من أدوار المستهلكين في عملية اتخاذ قرار الشراء؟  
 1-المبادر 2. المؤثر 3. المقرر 4. الشاري 5. المستخدم 6.جميع ماذكر صحيح  
**النموذج العام لسلوك المستهلك**



**نموذج سلوك المستهلك المباشر عبر الإنترنت**



س18 هو نمط التسويق الذي يعامل كل العملاء بطريقة فريدة من نوعها؟  
 - التشخيص - الكوكيز - التسويق من فرد لفرد - User Profile ملف المستخدم  
 Customer Loyalty ولاء العملاء

س9/ تتم مطابقة الخدمات، والمنتجات، والإعلانات مع المستهلكين الأفراد  
 - التشخيص - الكوكيز - التسويق من فرد لفرد - User Profile ملف المستخدم  
 Customer Loyalty ولاء العملاء

س10/ تتميز التجارة الإلكترونية والتجارة المباشرة عبر الإنترنت بأنها تمكن الشركات من التواصل بشكل أفضل مع احتياجات العملاء، وتتعرف على عاداتهم الشرائية.

– التشخيص - الكوكيز -التسويق من فرد لفرد -User Profile ملف المستخدم  
Customer Loyalty ولاء العملاء

س11/ التشخيص يتم عن طريق ؟

• الحصول على المعلومات من المستخدم بشكل مباشر • مراقبة سلوك المستهلكين على الإنترنت.

• تسجيل أنماط الشراء السابقة للأفراد. • إجراء الاستدلالات. • جميع ما ذكر صحيح

س12/ هي الملفات التي ينسخها موقع التجارة الإلكترونية على جهاز المستهلك، ويسجل بها أنشطة على الموقع.

– التشخيص - الكوكيز -التسويق من فرد لفرد -User Profile ملف المستخدم  
Customer Loyalty ولاء العملاء

س13/ يتضمن المتطلبات، والأفضليات، والسلوكيات، والصفات الديموغرافية لعميل معين.

– التشخيص - الكوكيز -التسويق من فرد لفرد -User Profile ملف المستخدم  
Customer Loyalty ولاء العملاء

س14/ يعني معاودة العملاء الشراء من الشركة نفسها مرات ومرات، مع عدم قبوله الشراء من المنافسين على الرغم من محاولاتهم لجذبه.

– التشخيص - الكوكيز -التسويق من فرد لفرد -User Profile ملف المستخدم  
Customer Loyalty ولاء العملاء

س15/ تتم قراءة هذه الملفات من خادم الموقع في كل مرة يزوره فيها المستخدم.

– التشخيص - الكوكيز -التسويق من فرد لفرد -User Profile ملف المستخدم  
Customer Loyalty ولاء العملاء

س16/ يتطلب ذلك قدرًا كبيرًا من العمل على بناء الثقة بين الشركة والعميل، وربط علاقات وثيقة به عن طريق تقديم أفضل الخدمات له.

– التشخيص - الكوكيز -التسويق من فرد لفرد -User Profile ملف المستخدم  
Customer Loyalty ولاء العملاء

س17/بناء على ذلك يقدم له عروض تتماشى مع تفضيلاته.

– التشخيص - الكوكيز -التسويق من فرد لفرد -User Profile ملف المستخدم  
Customer Loyalty ولاء العملاء

س18/ يعود ولاء العملاء على الشركات بمزيد من الربح على المدى البعيد.

– التشخيص - الكوكيز -التسويق من فرد لفرد -User Profile ملف المستخدم  
Customer Loyalty ولاء العملاء

س19/تعتبر الثقة واحدة من أهم ردود الأفعال للمستهلكين في بيئة B2C المباشرة على الإنترنت.

التشخيص - الكوكيز -التسويق من فرد لفرد -User Profile ملف المستخدم  
Customer Loyalty ولاء العملاء - الثقة في التجارة الإلكترونية

س20/ من المستهلكين ذوي الرضى العالي على الإنترنت يتسوقون مرتين عادة في الشهر الواحد

-80% - 90% - 87% - ليس مما ذكر

س21/ من المستهلكين يوصون غيرهم من الزبائن بتجار التجزئة الإلكترونية.

80% - 90% - 87% - ليس مما ذكر

س22/من الزبائن غير الراضين يتركون تجار التجزئة المباشرون من دون أي شكوى

80% - 90% - 87% - ليس مما ذكر

س23/ من أشهر طرق الهجوم التي تتعرض لها التجارة الإلكترونية

Social Engineering : • الهندسة الاجتماعية

Phishing • الاصطياد الإلكتروني

man in the middle attack • الهجمات على بروتوكول التوثيق باعتراض البيانات

Replay Attack • هجوم إعادة الإرسال

• وسائل الدفع المالي.

• خدمات الرسائل القصيرة المتضمنة لكلمات مرور فورية.

• جميع ما ذكر صحيح



## س24/ من إرشادات لتجارة إلكترونية آمنة؟

- 1- على المستخدم التعامل مع مواقع التجارة الإلكترونية التي تشفر المعلومات
- 2- الدفع المالي عن طريق البطاقة الائتمانية التي يتم شحنها بقيمة المشتريات.
- 3- استخدام كلمة مرور قوية يصعب تخمينها.
- 4- عدم إفشاء رقم البطاقة الائتمانية وكلمة المرور لأي شخص. رموز ، أرقام، حروف كبيرة، حروف صغيرة.
- 5- التعامل مع مواقع التجارة الإلكترونية من خلال الجهاز الخاص بالمستخدم
- 6- تفعيل جدار الحماية الخاص بجهاز المستخدم، واستخدام برامج مكافحة الفيروسات
- 7- تجنب الدخول إلى الروابط الموجودة في الرسائل الإلكترونية و إجراء معاملات مالية من خلالها
- 8- التعامل مع المواقع الإلكترونية المشهورة والمعروفة.
- 9- على المستخدم متابعة مصروفاته ومراجعة حساباته البنكية
- 10- قراءة سياسة الموقع التي تتبعها أثناء إجراء معاملاتها الإلكترونية
- 11- جميع ما ذكر صحيح

## المحاضرة الحادية عشر الدفع الإلكتروني E-payment

س1/ هو نقل الأموال من شخص لآخر أو من كيان قانوني لكيان آخر  
– **Payment** الدفع التقليدي – **Digital Currency** العملات الرقمية  
– **E-Wallets** المحافظ الإلكتروني - الكروت الذكية

س2/ من طرق الدفع التقليدي؟  
1- Cash الدفع النقدي  
2- Personal Cheques الشيكات الشخصية  
3- Money Orders الحوالات البنكية  
4- **جميع ما ذكر صحيح**

س3/ طرق الدفع الإلكترونية  
1- Credit and Debit Cards بطاقات الائتمان، والسحب الآلي  
2- Credit Cards بطاقات الائتمان  
3- Debit Cards بطاقات السحب الآلي  
4- Digital Currency العملات الرقمية  
5- E-Wallets المحافظ الرقمية  
6- Peer-to-Peer Methods طرق الند للند  
7- Smart cards الكروت الذكية  
8- **جميع ما ذكر صحيح**

س4/ من عوامل اختيار طرق الدفع الإلكترونية:  
1- Convenience الملاءمة  
2- Trace-ability تتبع القدرة  
3- Repudiation الرفض  
4- Financial risk المخاطر المالية  
5- Fraud protection الحماية من الاحتيال  
6- **جميع ما ذكر صحيح**

س5/ من متطلبات طرق الدفع الإلكتروني  
• تمكين العملاء الصادقين وإقناعهم بقبول الدفع.  
• عدم تمكين المحتالين من التسديد غير الصحيح أو الاحتيال.  
• ضمان خصوصية العملاء الصادقين.  
• قبول طريقة الدفع من قبل عدد كبير جدا العملاء.  
• التكامل مع النظم القائمة والمتطورة.  
إعداد أخوكم المنادي

## • جميع ما ذكر صحيح

### س6/ من إيجابيات الدفع الإلكتروني؟

- المرونة العالية
  - سرعة وتنوع القدرة الشرائية
  - انخفاض تكاليف المعاملات
- جميع ما ذكر

### س7 / من سلبيات الدفع الإلكتروني؟

- إمكانية نسخ المعاملات المالية.
  - إمكانية التعرض للهجوم من جميع أنحاء العالم
  - عدم الكشف عن الهوية، وإمكانية اقتحام الخصوصية
- جميع ما ذكر صحيح

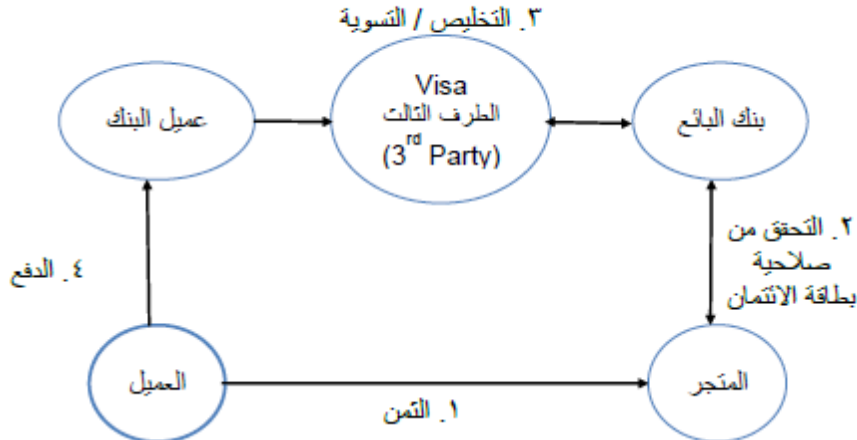
### س8/ Credit Cards بطاقات الائتمان

- أكثر طرق الدفع شيوعا في التجارة الإلكترونية.
  - تصدر عن البنوك.
  - يكون لكل بطاقة 16 رقما فريدا، وتتضمن أرقام الفحص، وتاريخ الانتهاء.
  - تقوم شركات ترخيص ثالثة بالتحقق من المشتريات وصلاحيات بطاقة الائتمان.
- جميع ما ذكر صحيح

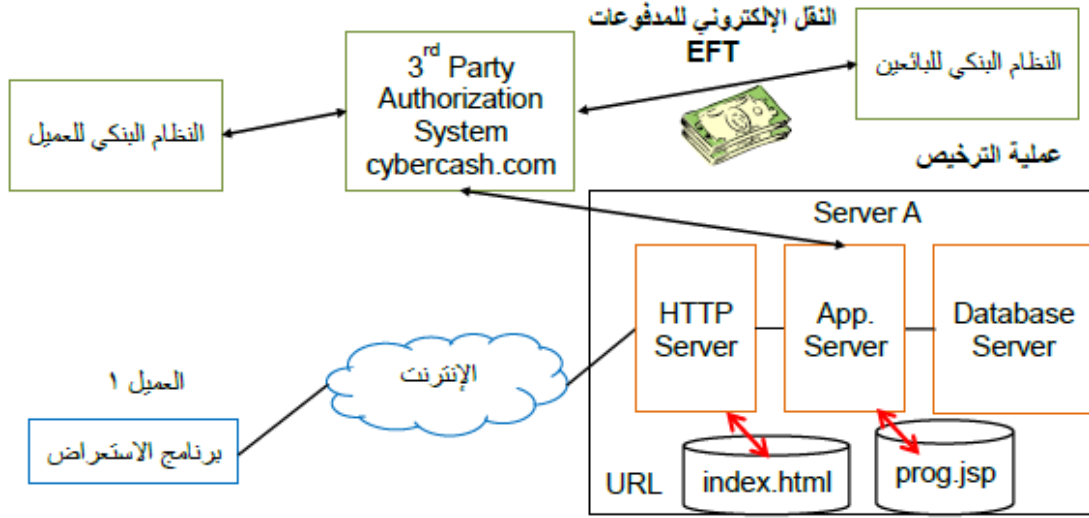
### س9/ تزوير بطاقات الائتمان

- تعتبر مشاكل التزوير والاحتيال من أكبر المشكلات التي تواجه التجارة الإلكترونية.
  - التجار ليس لهم سند قانوني للمشتريات ما لم يكن المشتري يستخدم شهادة مصادقة.
  - شركات مصادقة بطاقات الائتمان مثل Visa, nochargeback.com, VeriSign تعمل للحد من عمليات النصب والاحتيال.
- جميع ما ذكر صحيح

### نموذج أعمال بطاقات الائتمان Credit Cards-Business Model



## استخدام بطاقات الائتمان على الويب



## س10/العملات الرقمية

- العملات الرقمية عبارة عن حسابات تشبه حسابات البنوك التقليدية.
- يودع المشتري النقد في الحساب، ويتعامل به على مواقع التجارة الإلكترونية، ويتم التعامل به من خلال بروتوكول عالي التأمين.
- تصل المدفوعات إلى تجار التجارة الإلكترونية.
- لا يحتاج الزبائن إلى بطاقات ائتمان، ويقتصر الانفاق على رصيد الحساب.

[www.ecash.com](http://www.ecash.com)

**جميع ما ذكر صحيح**

## س11/ المحافظ الإلكترونية

- تم إنشائها بواسطة شراكة بين بعض المؤسسات المالية وبعض مواقع التجارة الإلكترونية.
- تمكن المحافظ الإلكترونية العملاء من دفع الفواتير، وإرسال المعلومات بضغطة بسيطة لمستخدمي مواقع التجارة الإلكترونية.
- يمكن للمحافظ الإلكترونية تخزين الشيكات الإلكترونية والمدفوعات الإلكترونية ومعلومات بطاقات الائتمان.

**جميع ما ذكر صحيح**

## س12/طرق الند للند

- (eCash.com). النقد الإلكتروني عن طريق البريد الإلكتروني
- PayPal.com نظام الدفع الإلكتروني

- يمثل طرف ثالث موثوق به (عند التعامل مع المزادات الإلكترونية).
  - لإرسال نقود:
  - يقوم المرسل بإعداد الحساب، ويطلب إرسال مدفوعات.
  - يضع المرسل المدفوعات في حساب المستلم عن طريق بطاقة الائتمان.
  - يتم إعلام المستلم بالمدفوعات عن طريق البريد الإلكتروني.
  - يمكن للمستلم نقل المدفوعات إلى حساب بنك أو عن طريق طلب شيك.
- جميع ما ذكر صحيح**

### س13/الكروت الذكية

- كروت ذات شريحة كمبيوتر مدمجة بها، وهي شائعة الاستخدام في أوروبا.
  - تستخدم على الحصول على خدمات الرعاية الصحية، والنقل، والهوية، وشحن فواتير الهواتف، وغيرها...
  - تتم قراءتها عن طريق قارئ خاصة وتتطلب إدخال رقم تعريف خاص بالمستخدم pin.
  - يمكن للمكينات البنكية تحميل الكاش على هذه البطاقات، ويتم تنزيلها عن طريق المشتريات.
  - تعتبر شركات رائدة في مجال الكروت الذكية GemPlus، MasterCard.
- جميع ما ذكر صحيح**

## المحاضرة الثانية عشر

### استراتيجية الأعمال الإلكترونية E-business Strategy

#### س1/ ما هي الاستراتيجية؟

- الاستراتيجية هي الطريق إلى النجاح.
- الاستراتيجية تحدد كيفية الاستمرار في السوق.
- الاستراتيجية تركز على الشركة كي تكون في اتجاه موحد.

**جميع ما ذكر صحيح**

#### س2/ من أهداف الاستراتيجية؟

- تقديم منتجات وخدمات جديدة.
- الإعلان عن الأعمال القائمة.
- إكمال برنامج الأعمال القائم.
- توسيع قاعدة العملاء.
- تقديم خدمات أفضل.
- تبادل المعلومات ما بين الشركاء.
- تخفيض تكاليف الأعمال. وبالتالي الاقبال على السوق.

**جميع ما ذكر صحيح**

#### س3/ من الميزات التنافسية التي يمكن أن تحققها الاستراتيجية

- التركيز على قطاعات السوق وخاصة الأسواق المتخصصة.
- طرح المنتجات التي تختلف من المنافسة. **جذب العملاء على هذه الشركة**
- استخدام قنوات التوزيع البديلة وعمليات التصنيع.
- توظيف التسعير الانتقائي وهياكل التكلفة التي تختلف اختلافا جوهريا.

**جميع ما ذكر صحيح**

#### س4/ الاستراتيجية العامة تتكون من ؟

1. Overall cost leadership قيادة التكلفة الإجمالية
2. Differentiation التميز
3. Focus التركيز

**4. جميع ما ذكر صحيح**

#### س5/ قيادة التكلفة الإجمالية

- فاعلية مقياس الكفاءة.
- خفض التكاليف بقوة.
- مراقبة النفقات العامة.
- تجنب الحسابات الهامشية.
- البحث والتطوير
- تقليل الخدمات.
- تقليل الإعلانات.
- التحكم بالتكلفة.
- تقليل تكاليف

**جميع ما ذكر صحيح**

**س6/مرتكزات التميز هي:**

- الجودة
- التسليم
- شروط الائتمان
- الخدمة
- السمعة
- صور العلامات التجارية
- تقنية المعلومات
- المنتجات الفعلية
- الأسعار

**جميع ما ذكر صحيح**

**س17 هي إنشاء منتج فريد ومتميز على نطاق واسع؟**

- التركيز - التميز - الاستراتيجية العامة - الميزة التنافسية

**س18 يقصد به التركيز على مجموعة المشتريين، أو جزء من خط الإنتاج (نوعية معينة من السلع)، أو السوق الجغرافية.**

- التركيز - التميز - الاستراتيجية العامة - الميزة التنافسية

**س19 يمكن للشركة من خلال هذه الاستراتيجية تحقيق التمايز من خلال حصر احتياجات السوق أو تخفيض التكاليف من خلال التخصص، أو كليهما.**

- التركيز - التميز - الاستراتيجية العامة - الميزة التنافسية

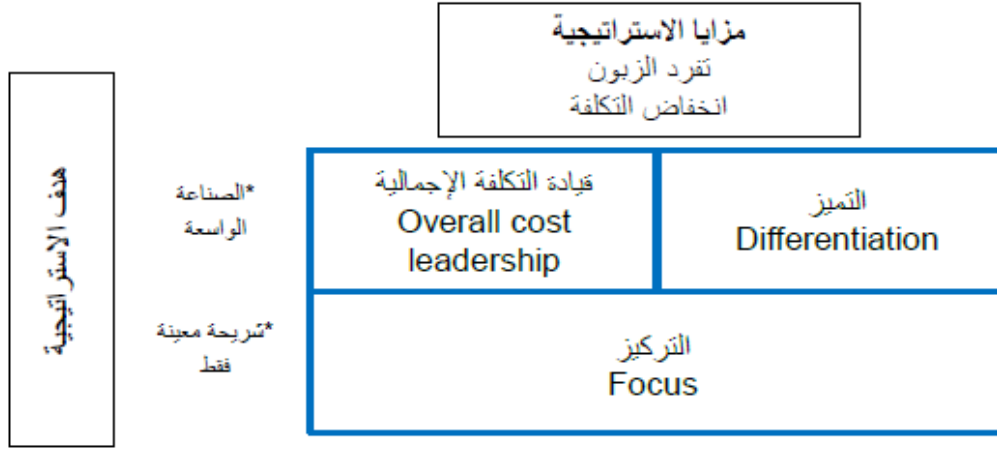
**س10/تفترض أن الشركة قادرة على خدمة الهدف الاستراتيجي الضيق بكفاءة وفاعلية أفضل من المنافسة على نطاق واسع.**

- التركيز - التميز - الاستراتيجية العامة - الميزة التنافسية

**س11/بنيت هذه الاستراتيجية حول خدمة السوق المستهدفة بشكل جيد للغاية.**

- التركيز - التميز - الاستراتيجية العامة - الميزة التنافسية

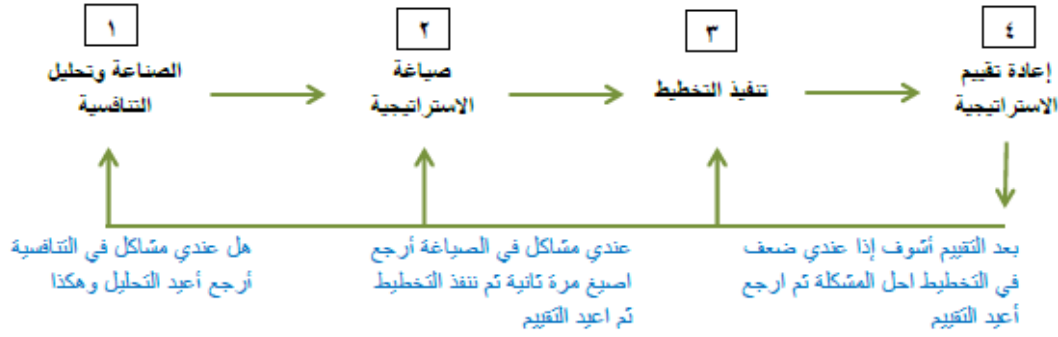
## ملخص الاستراتيجية العامة



## تحديد الميزة التنافسية

التخطيط الاستراتيجي:

عبارة عن cycle (دائرة) تتم بالشكل التالي:



## س12/ Competitive Analysis تحليل المنافسة

- رصد وتقييم ونشر المعلومات من البيئات الخارجية والداخلية
- SWOT تحليل

جميع ما ذكر صحيح

## س13/ تتمثل في العوامل التي تأخذ بالشركة إلى النجاح. كالسمعة الطيبة، ونوعية المنتجات، والسلع منخفضة التكاليف.

Strengths نقاط القوة Weaknesses نقاط الضعف Opportunities الفرص Threats التهديدات



س14/ هي العوامل التي تكون خارج سيطرة الشركة، وربما تعيقها، مثل، القوانين الجديدة، الركود، زيادة المنافسة.

Strengths نقاط القوة Weaknesses نقاط الضعف Opportunities الفرص  
Threats التهديدات

س15/ هي العوامل التي تكون خارج سيطرة الشركة، وتمثل مجالات يمكن الاستفادة منها كتغيير الوضع الديموجرافي، وإغلاق بعض المحطات المنافسة، والسماح بتوزيع المنتجات على نطاق واسع.

Strengths نقاط القوة Weaknesses نقاط الضعف Opportunities الفرص  
Threats التهديدات

س16/ مثل: المنتجات عالية التكلفة، التكلفة الإنتاجية العالية، ارتفاع معدل دوران الموظفين، كثرة المنافسين.

Strengths نقاط القوة Weaknesses نقاط الضعف Opportunities الفرص  
Threats التهديدات