

المحاضرة الاولى

- ١- هي مجموعة من الشبكات المترابطة والمتداخلة والمنتشرة مع جميع انحاء العالم.
- أ- الشبكات الواسعة WAN
- ب- الشبكات المتداخلة interconnection Networks
- ت- شبكة الانترنت internet.
- ث- شبكات الاتصال اللاسلكية Wireless Networks
- ٢- أي من أنظمة المعلومات التالية تستخدم لتنسيق جميع الموارد والمعلومات والأنشطة اللازمة للإجراءات العملية في المؤسسة. (الإجابة من نت)
- أ- معالجة المعاملات Transaction processing (TPS)
- ب- الإدارة ودعم اتخاذ القرار Management and Decision Support (MIS/DSS)
- ت- تخطيط موارد المؤسسات (ERP) Enterprise Resource Planning
- ث- إدارة علاقات العملاء Customer Relationship Management (CRM)
- ٣- مصطلح يطلق على عمليات البيع والشراء وتبادل السلع من خلال الإنترنت.
- أ- إدارة الاعمال الالكترونية e-bussiness
- ب- التجارة الالكترونية e-commerce
- ت- الاسواق الإلكترونية Online- Markets
- ث- المزادات الإلكترونية E-Austions
- ٤- تشمل على كافة الأنشطة والاعمال داخل وخارج ، وتدار بشكل جزئي ، أو كلي من خلال شبكة الحاسب الآلي ، والإنترنت
- أ- إدارة الاعمال الالكترونية e-bussiness
- ب- التجارة الالكترونية e-commerce
- ت- الاسواق الإلكترونية Online- Markets
- ث- المزادات الإلكترونية E-Austions

المحاضرة الثانية

- ١- هي شبكة الشركة الخاصة التي تصمم لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخلية أو من أجل تبادل البيانات والمعلومات عن عمليات وأنشطة المنظمة.
- أ- شبكة الانترنت internet.
- ب- شبكة الانترنت intranet.
- ت- شبكة الاكسترانت extranet
- ٢- أي مما يلي لا يعد من الاعمال الالكترونية e-bussiness ؟
- أ- التجارة الألكترونية e-commerce .
- ب- الاعمال للزبائن B2C.
- ت- الاعمال للأعمال B2B.
- ث- إدارة الموارد البشرية.
- من الاعمال الالكترونية:
- ١- التعاملات المالية، ولكن كافة الأنظمة والأنشطة.
- ٢- التقنية، ولكن الاستراتيجية التشغيلية والعمليات ٣- الإنترنت

٣- أي مما يلي لا يعد من الفوائد المحتملة لإدارة الاعمال الالكترونية e-bussiness؟

أ- تخفيض تكاليف التشغيل النهائية.

ب- زيادة الأنتاجية.

ت- قلة التكلفة التنفيذ.

ث- تحسين العلاقات مع الموردين / الزبائن.

باقي الفوائد:

١- تحسين ومشاركة التعلم / المعرفة.

٢- التوحيد والمواعمة.

٤- هي العمليات التي يتم تطويرها عن طريق إدارة الاعمال الالكترونية وتهتم المشتريات، ويأمر، تجديد المخزون، والمدفوعات، وصلة مع الموردين، وعملية مراقبة الإنتاج.

أ- العمليات التي تركز على الإنتاج.

ب- العمليات التي تركز على الإدارة الداخلية. (خدمات الموظفين، والتدريب، تشارك المعلومات الداخلية، التوظيف، والمبيعات، والاتصالات، الاتصال بين مجموعة العمل، النشر الإلكتروني)

ت- العمليات التي تركز على العميل. (الجهود الترويجية والتسويقية، بيع على الإنترنت،

معالجة أوامر الشراء، ومعالجة المدفوعات، دعم العملاء)

ث- إدارة الأعمال الإلكترونية.

المحاضرة الثالثة

١- يقصد بمصطلح B2B في التجارة الإلكترونية؟

أ- البيع من الشركة للزبائن. (B2C)

ب- البيع من الشركات الى الشركات الأخرى النظيره.

ت- البيع من الزبائن للزبائن. (C2C)

ث- البيع من الزبائن للشركات. (C2B)

باقي المعوقات: ١- عدم إدراك الشركات لمخاطر

الاقتصاد الإلكتروني ٢- عدم وجود شبكات

معلوماتية سريعة ٣- إيجاد طرق آمنة للتوقيع

الإلكتروني وحماية شبكات المعلومات ٤-

عوامل ثقافية خاصة بالمجتمع العربي.

٢- أي مما يلي يعد من معوقات التجارة الإلكترونية؟

أ- انخفاض تكلفة وأسعار منتجاتها.

ب- المنافسة العالية بين المتاجر الإلكترونية.

ت- انتشار الغش والخداع وغياب التشريعات الملانمة.

ث- عم وجود وسطاء بين الباعه والمشتريين.

٣- يعتمد نموذج البيع المباشر على

أ- عدم وجود وسطاء

ب- البيع للزبائن عن طريق الوسطاء.

ت- البيع عن طريق منافذ الشركة التقليدية.

ث- تخفيض تكلفة المنتجات عن طريق العمليات الادارية غير ضرورية.

٤- أي مما يلي لا يعد من الفوائد التجارية الإلكترونية ؟

أ- تحسين جودة المنتجات المقدمة للزبائن.

ب- ارتفاع مستوى المعيشة لدى الأفراد.

ت- تحسين مستوى الخدمات المقدمة من قبل الحكومات والشركات

ث- قلة القوانين والتشريعات التي تحكم عمليات التبادل الإلكتروني.

٥- من أسباب أنهيار العديد من الشركات التجارية الإلكترونية ؟

أ-

المحاضرة الرابعة

١- يعرف المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري لتبادل المنتج بـ مال أو تبادل المنتج بمنتج أو خدمة أو معلومات ، بالسوق.....

أ- التقليدية.

ب- التنافسية.

ت- الاستهلاكية.

ث- الإلكترونية.

٢- المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري ولكن يتم اللقاء عبر الانترنت online لتبادل المنتج بـ مال ، هو السوق.....

أ- التقليدي.

ب- التنافسي.

ت- المنتج.

ث- الإلكتروني.

٣- يحفز البائع على البيع ، ويشجع المشتري على الشراء ، لإتمام عملية البيع والشراء.

أ- شركاء العمل. (هي شركاء يعملون معنا في العمل الذي نقوم به ، فهناك شركات تعمل في

مجال الشحن ، التقنية ، إيصال المنتج للزبون ، والتأمين وغيرها)

ب- الوسطاء.

ت- الدعم والمساندة (مثل / خدمة العملاء والضمان والوثيق)

ث- الواجهة (هي الشاشة التي يتعامل معها الزبون أو العميل حتى يتم عملية الشراء)

٤- هو موقع إلكتروني لشركة واحدة يوجد فيه منتجات وخدمات معروضة للبيع.

أ- المجمع التجاري الإلكتروني E-Mall. (هو عبارة عن مركز تسوق إلكتروني يوجد فيه

العديد من المتاجر الإلكترونية ، قد يصل عددها إلى عشرات الآلاف)

ب- الأسواق الخاصة Private Markets. (هي شركة تفتح سوق لا يمكن للجميع الدخول فيه

هو فقط مفتوح لمجموعة معينة من العملاء أو الزبائن)

ت- التجمع Consortia.

ث- المتجر الإلكتروني Storefront.

٣- من الفوائد التجارية الإلكترونية للمجتمع

المحاضرة الخامسة

١-.....يستخدم في التجارة الإلكترونية لعرض كل مايتعلق بالمنتجات من معلومات وصور.

- أ- الكتالوج الإلكتروني.
- ب- المنتجات الرقمية.
- ت- السوق الإلكتروني.
- ث- الفواتير الإلكترونية.

٢- عبارة عن برنامج حاسوبي يدخل على قواعد البيانات الموجودة علي الإنترنت للبحث عن المعلومات أو الكلمات المفردة ، ويرجع النتيجة للمستخدم.

- أ- محرك البحث.
- ب- الكتالوج الإلكتروني.
- ت- سلة التسوق.
- ث- المتجر الإلكتروني.

٣- أي مما يلي لا يعد من عوامل المنافسة في التجارة الإلكترونية؟

باقي العوامل: ١-المقارنة السريعة بين السلع
٢- الاختلاف / Differentiation / التخصيص
/ Customization

- أ- انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات
- ب- تخطيط موارد المؤسسات (ERP)
- ت- تدني الأسعار.
- ث- خدمة العملاء.

٤-إن عنصر مهم في المتجر الإلكتروني ، وضروري جداً لجمع المشتريات العملاء.

- أ- سلة التسوق.
- ب- الكتالوج الإلكتروني.
- ت- محرك البحث.
- ث- الوسيط.

المحاضرة السادسة

١- هي آلية إلكترونية للتسوق، يتم فيها عرض المنتجات والسلع . ويقوم المشترون المحتملون بتقديم عروض الشراء ، ويتم البيع للأعلى سعراً

- أ- المزادات الإلكترونية E-Auctions
- ب- التجارة الإلكترونية بالموبايل M-commerce
- ت- التسويق المباشر Direct Marketing .
- ث- إعادة الهندسة Re-engineering

٢- يقوم مفهوم بالتخلص من المهام التي لافانده لها لاتمام العملية بأقل الخطوات الممكنة.

أ- المزادات الإلكترونية E-Auctions

ب- التجارة الإلكترونية بالموبايل M-commerce.

ت- التسويق المباشر Direct Marketing .

ث- أعادة الهندسة Re-engineering

٣- تعتبر أسواق الأسهم والبورصة من أنواع المزادات الإلكترونية ؟

أ- بائع واحد / مشتري واحد. (عبارة عن مزاد على منتج معين لفترة محددة، حيث يعرض المشتري المحتمل سعر، إذا كان السعر غير مناسب للبائع يتغير المشتري بمشتري محتمل آخر.)

ب- بائع واحد / عدة مشترون محتملون.

ت- مشتري واحد / عدة باعة

ث- عدة باعة / عدة مشترون

٤- تعتبر المناقصات والمناقصات الحكومية التي يفوز بها من يقدم العرض الأقل سعراً، ويسمى بالمزادات الى الأسفل، من نوع المزادات

أ- بائع واحد / مشتري واحد.

ب- بائع واحد / عدة مشترون محتملون. (عبارة عن مزاد يكون به بائع واحد وعدة مشترون

محتملون)

ت- مشتري واحد / عدة باعة

ث- عدة باعة / عدة مشترون

المحاضرة السابعة

١- أحدث مفهوم إعادة هندسة العمليات الإدارية (BPR) نقلة في علم الإدارة عن طريق.

أ- التخلص من الإدارة العليا.

ب- التخلص من الإدارة الوسطى.

ت- التخلص من الإدارة الدنيا.

ث- تقليص الإدارة الدنيا.

- نتيجة لذلك تم تصغير الهياكل الكبيرة للمنظمات
- وتم الاعتماد على تقنية المعلومات بشكل كبير.
- ظهور المنظمات الشبكية

٢- ظهر إعادة هندسة العمليات الإدارية (BPR) على يد:

أ- فريدريك تايلور.

ب- ألتون مايو.

ت- مايكل هامر.

ث- مايكل ديل.

٣- ظهر مفهوم التسويق المباشر على يد:

أ- فريدريك تايلور.

ب- ألتون مايو.

ت- مايكل هامر.

ث- مايكل ديل.

٤- أي مما يلي لا يستخدم في الحملات الإعلانية في التسويق المباشر؟

أ- الإعلانات التلفزيونية.

ب- الرسائل القصيرة SMS .

ت- الإعلانات المباشرة على الإنترنت.

ث- الإعلانات من خلال البريد الإلكتروني e-Mail.

باقي الحملات الإعلانية :

- البريد العادي
- الهاتف
- الإعلانات على الهواتف النقالة.

المحاضرة الثامنة

١- أي مما يلي لا يعد من مستحدثات الأسواق الألكترونية على المنظمات؟

أ- التخصيص Customization

ب- الإعلانات Advertisement

ت- العمل عن بعد Tele-Commuting

ث- الحواسيب الآلية Tele- Computing

باقي المستحدثات :

- أنظمة أخذ الطلب Ordering Systems

- المنظمات المعرفية Knowledge

٢- أي المصطلحات التالية يقصد به العمل من المنزل ، أو العمل عن بعد؟

أ- Tele-Commuting

ب- Tele- working

ت- Tele-moving

ث- Tele-business

٣- يقصد التخصيص 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.

ت- قدرة المنظمة على صنع منتج مختلف يلبي حاجات كافة المستهلكين.

ث- قدرة الزبون على بناء المنتج حسب رغباته و احتياجاته

الاختلاف
Differentiation

٤- هي أنظمة إلكترونية تعتمد بشكل أساسي على التطور الهائل في تقنية الاتصالات والمعلومات وقواعد البيانات، تستخدم لتسجيل طلبات العملاء.

أ- معالجة المعاملات (TPS) Transaction processing

ب- أنظمة أخذ الطلب Ordering Systems

ت- إدارة علاقات العملاء (CRM) Customer Relationship Management

ث- التسويق المباشر Direct Marketing

المحاضرة التاسعة

- ١- يطلق مصطلح E-Tailing على :
- أ- تجارة الجملة الإلكترونية
 - ب- تجارة التجزئة الإلكترونية
 - ت- التجارة بدون وسيط
 - ث- التجارة المباشرة عن طريق الإنترنت
- ٢- أي السلع التالية هي الأكثر مبيعا على الأنترنت بقطاع التجزئة ؟
- أ- أجهزة الكمبيوتر والإلكترونيات.
 - ب- الملابس والأدوات الرياضية.
 - ت- البضائع الرياضية.
 - ث- الكتب.
- ٣- أهم ما يميز تجارة التجزئة الألكترونية؟
- أ- سهولة شرائها من أي مكان في العالم.
 - ب- القدرة على تحويل بعض السلع الى السلع رقمية.
 - ت- اعتمادها على اسماء الشركات الكبيرة والقوية فقط.
 - ث- رخص أسعار منتجاتها.
- ٤- أي من الشركات التالية تتعامل بنمط التسويق المباشر Direct Marketing .
- أ- BMN
 - ب- Google
 - ت- Yahoo
 - ث- Amazon

المحاضرة العاشرة

- ١- يطلق على الشخص الذي يقترح عملية الشراء.
- أ- المبادر
 - ب- المؤثر.
 - ت- المقرر.
 - ث- المشتري.
- ٢- هو نمط التسويق الذي يعامل كل العملاء بطريقة فريدة من نوعها.
- أ- B2B
 - ب- B2C
 - ت- C2B
 - ث- One-to-One Marketing
- ٣- هي الملفات التي ينسخها موقع التجارة الإلكترونية على جهاز المستخدم وتسجل انشطته ، وترجع اليها لقراءتها في الزيارات التالية، لتقديم عروض تتماشى مع تفضيلاته.....

- أ- ملف المستخدم **User Profile** (يتضمن المتطلبات، والأفضليات، والسلوكيات، والصفات الديموغرافية لعميل معين)
- ب- **الكوكيز Cookies**
- ت- الملفات المؤقتة **Temporary Files**.
- ث- الملفات السجل التاريخي **History Files**.
- ٤- التشخيص **Personalization** تتم مطابقة الخدمات، والمنتجات، والإعلانات مع المستهلكين الأفراد، ويتم ذلك عن طريق.....
- أ- الحصول على المعلومات من البائع بشكل مباشر.
- ب- **مراقبة سلوك المستهلكين على الإنترنت.**
- ت- تسجيل أنماط الشراء المستقبلية للأفراد.
- ث- جميع ما ذكر

المحاضرة الحادية عشر

- ١- أي من طرق الدفع الإلكترونية التالية الأكثر استخداما في التجارة الإلكترونية؟
- أ- **بطاقات الائتمان Credit Cards** (تصدر عن البنوك، يكون لكل بطاقة ١٦ رقما فريدا، وتتضمن أرقام الفحص، وتاريخ الانتهاء، تقوم شركات ترخيص ثالثة بالتحقق من المشتريات وصلاحيه بطاقة الائتمان).
- ب- المحافظ الرقمية **E-Wallets**
- ت- بطاقات السحب الآلي **Debit Cards**
- ث- الكروت الذكية **Smart cards**
- ٢- يتم التحقق من صلاحية بطاقات الائتمان ، واتمام عملية الشراء عن طريق.....
- أ- البائع
- ب- المشتري
- ت- شركة إصدار بطاقات الائتمان.
- ث- **شركات ترخيص ثالثة.**
- ٣- هي عبارة عن حسابات تشبه حسابات البنوك التقليدية، حيث يودع المشتري النقد في الحساب، ويتعامل به على مواقع التجارة الإلكترونية .
- أ- بطاقات الائتمان **Credit Cards**
- ب- المحافظ الرقمية **E-Wallets** (تم إنشائها بواسطة شراكة بين بعض المؤسسات المالية وبعض مواقع التجارة الإلكترونية. تمكن المحافظ الإلكترونية العملاء من دفع الفواتير)
- ت- الكروت الذكية **Smart cards**
- ث- **العملات الرقمية Digital Currency** (تصل المدفوعات إلى تجار التجارة الإلكترونية، لا يحتاج الزبائن إلى بطاقات ائتمان، ويقتصر الاتفاق على رصيد الحساب ، www.ecash.com)
- ٤- هي كروت ذات شريحة كمبيوتر ، تتم قراءتها عن طريق قارئ خاص، على خدمات الرعاية الصحية .
- أ- بطاقات الائتمان **Credit Cards**

- ب- المحافظ الرقمية E-Wallets
ت- الكروت الذكية Smart cards (يمكن للمكينات البنكية تحميل الكاش ، ويتم تنزيلها عن طريق المشتريات، تعتبر شركات GemPlus ، MasterCard رائدة في مجال الكروت الذكية)
ث- العملات الرقمية Digital Currency

المحاضرة الثانية عشر

- ١- أي مما يلي لا يعد الاستراتيجية العامة للأعمال الإلكترونية؟
أ- قيادة التكلفة الإجمالية Overall cost leadership.
ب- التميز Differentiation.
ت- التركيز Focus
ث- التنافسية competitiveness
- ٢- أي من المراحل التالية لاتعد من مراحل تخطيط الاستراتيجي؟
أ- تحليل التنافسية.
ب- صياغة الاستراتيجية.
ت- تنفيذ التخطيط الاستراتيجية.
ث- البحث عن استراتيجية جديدة.
- ٣- يركز تحليل SWOT للتخطيط الاستراتيجي على التعرف على:
أ- Strengths- Weaknesses- Operation-Threats
ب- Strengths- Weaknesses- Opportunities- Throats
ت- Strengths- Weaknesses- Opportunities-Threats
ث- Scoial- Weekend- Opportunities-Threats

المحاضرة الثالثة عشر --- والمحاضرة الرابعة عشر

ما في أسئلة عليها.....

أسئلة ما لقيتها في المحتوى سؤال ٣٤ و٣٥ موجوده في ملف أسئلة الاختبار نموذج (E)