

تبويب أسئلة اختبار إدارة الأعمال الإلكترونية الفصل الدراسي الثاني ١٤٣٥ هـ

المحاضرة الأولى

- ١- هي مجموعة من الشبكات المترابطة و المتداخلة والمنتشرة في جميع أنحاء العالم :
- أ- الشبكات الواسعة WAN .
 - ب- الشبكات المتداخلة Interconnection Networks .
 - ج- شبكة الإنترنت Internet .
 - د- شبكات الاتصال اللاسلكية Wireless Networks .
- ٢- أي من أنظمة المعلومات التالية يستخدم لتنسيق جميع الموارد و المعلومات و الأنشطة اللازمة لإتمام الإجراءات العملية في المؤسسة :
- أ- نظام معالجة المعلومات (TPS) Transaction Processing System .
 - ب- إدارة دعم و اتخاذ القرار (MIS\DSS) Management and Decision Support System .
 - ج- تخطيط موارد المؤسسات Enterprise Resource Planning (ERP) .
 - د- إدارة علاقات العملاء (CRM) Customer Relationship Management .

(بالنسبة لذا السؤال ارجعوا له بملخص لظوح
عنوان ص ٢ وملخص ظموح شايب ص ١ من
ضمن النقاط الموجود فقط تخطيط موارد
المؤسسات وعلى اساسه اخترت)

- ٣- مصطلح يطلق على عمليات البيع والشراء وتبادل السلع من خلال الإنترنت :
- أ- إدارة الأعمال الإلكترونية E-business .
 - ب- التجارة الإلكترونية E-commerce .
 - ج- الأسواق الإلكترونية Online Markets .
 - د- المزادات الإلكترونية E-Auctions .
- ٤- تشمل على كافة الأنشطة و الأعمال داخل و خارج المنظمة ، وتدار بشكل جزئي أو كلي من خلال شبكة الحاسب الآلي ، و الإنترنت :
- أ- إدارة الأعمال الإلكترونية E-business .
 - ب- التجارة الإلكترونية E-commerce .
 - ج- الأسواق الإلكترونية Online Markets .
 - د- المزادات الإلكترونية E-Auctions .

المحاضرة الثانية

- ٥- هي شبكة شركة خاصة تصمم لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخلية ، وتسمح بتبادل البيانات و المعلومات عن عمليات و أنشطة المنظمة .
- أ- شبكة الإنترنت Internet .
 - ب- شبكة الانترنت Intranet .
 - ج- شبكة الاكسترانت Extranet .
 - د- الشبكة المحلية LAN .
- ٦- أي مما يلي لا يعد من الأعمال الإلكترونية e-business :
- أ- التجارة الإلكترونية e-commerce .
 - ب- الأعمال للزبائن B2C .
 - ج- الأعمال للأعمال B2B .
 - د- إدارة الموارد البشرية .

٧- أي مما يلي لا يعد من الفوائد المحتملة لإدارة الأعمال الإلكترونية e-business :

- أ- تخفيض تكاليف التشغيل النهائية .
- ب- زيادة الإنتاجية .
- ج- قلة تكلفة التنفيذ .
- د- تحسين العلاقات مع الموردين و الزبائن .

٨- هي العمليات التي يتم تطويرها عن طريق إدارة الأعمال الإلكترونية وتهتم بالمشتريات ، وتجديد المخزون ، و المدفوعات، والصلة مع الموردين ، ومراقبة الانتاج :

- أ- العمليات التي تركز على الانتاج .
- ب- العمليات التي تركز على الادارة الداخلية .
- ج- العمليات التي تركز على العميل .
- د- إدارة الاعمال الإلكترونية .

المحاضرة الثالثة

٩- أي مما يلي لا يعد من عوامل المنافسة في التجارة الإلكترونية :

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

١٠- يقصد بمصطلح B2B في التجارة الإلكترونية :

- أ- البيع من الشركة للزبائن .
- ب- البيع من الشركات للشركات الأخرى النظيرة .
- ج- البيع من الزبائن للزبائن .
- د- البيع من الزبائن للشركات .

١١- أي مما يلي من معوقات التجارة الإلكترونية :

- أ- انخفاض تكلفة و أسعار منتجاتها .
- ب- المنافسة العالية بين المتاجر الإلكترونية .
- ج- انتشار الغش و الخداع و غياب التشريعات الملزمة .
- د- عدم وجود وسطاء بين الباعة و المشترين .

١٢- مما يلي لا يعد من فوائد التجارة الإلكترونية :

- أ- تحسين جودة المنتجات المقدمة للزبائن .
- ب- ارتفاع مستوى المعيشة لدى الأفراد .
- ج- تحسين مستوى الخدمات المقدمة للأفراد من قبل الشركات و الحكومات .
- د- قلة القوانين و التشريعات التي تحكم عمليات التبادل الإلكتروني .

المحاضرة الرابعة

١٣- هو موقع إلكتروني لشركة واحدة يوجد فيه منتجات وخدمات معروضة للبيع :

- أ- المجمع التجاري الإلكتروني E-Mall .
- ب- الأسواق الخاصة Private Markets .
- ج- التجمع Consortia .

د- المتجر الإلكتروني Storefront .

١٤- التشخيص Personalization : تتم مطابقة الخدمات ، و المنتجات ، و الإعلانات مع المستهلكين الأفراد من خلال :

- أ- الحصول على المعلومات من البائع بشكل مباشر .
- ب- مراقبة سلوك المستهلكين على الإنترنت .
- ج- تسجيل أنماط الشراء المستقبلية للأفراد .
- د- جميع ما ذكر .

١٥- يعرف المكان الذي يلتقي فيه البائع و المشتري لتبادل المنتج بـمال ، أو تبادل المنتجات ، أو الخدمات أو المعلومات ، بالسوق

- أ- التقليدية .
- ب- التنافسية .
- ج- الاستهلاكية .
- د- الإلكترونية .

١٦- المكان الذي يلتقي فيه البائع و المشتري عبر الانترنت Online لتبادل المنتج بـمال ، هو السوق

- أ- التقليدي .
- ب- التنافسي .
- ج- المنتج .
- د- الإلكتروني .

١٧- يحفز البائع على البيع ، ويشجع المشتري على الشراء ، لإتمام عملية البيع و الشراء :

- أ- شركاء العمل .
- ب- الوسطاء .
- ج- الدعم و المساندة .
- د- الواجهة .

المحاضرة الخامسة

١٨- يستخدم في التجارة الإلكترونية لعرض كل ما يتعلق بالمنتجات من معلومات و صور :

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

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

- أ- محرك البحث .
- ب- الكتالوج الإلكتروني .
- ج- سلة التسوق .
- د- المتجر الإلكتروني .

٢٠- أن عنصر مهم في المتجر الإلكتروني ، و ضروري جداً لجمع مشتريات العملاء :

- أ- سلة التسوق .
- ب- الكتالوج الإلكتروني .

- ج- محرك البحث .
- د- الوسيط .

المحاضرة السادسة

٢١- هي آلية إلكترونية للتسوق ، يتم فيها عرض المنتجات والسلع ، ويقوم المشترون المحتملون بتقديم عروض شراء ، ويتم البيع للأعلى سعراً :

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

٢٢- يقوم مفهوم بالتخلص من المهام التي لا فائدة لها لإتمام العملية بأقل الخطوات الممكنة :

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

٢٣- تعتبر أسواق الأسهم و البورصة من أنواع المزادات الإلكترونية..... :

- أ- بائع واحد | مشتري واحد .
- ب- بائع واحد | عدة مشترون محتملون .
- ج- مشتري واحد | عدة باعة .
- د- عدة باعة | عدة مشترون .

٢٤- تعتبر المنافسات والمناقصات الحكومية ، التي يفوز بها من يقدم العرض الأقل سعراً ، ويسمى بالمزاد المتجه إلى الأسفل ، من نوع المزادات..... :

- أ- بائع واحد | مشتري واحد .
- ب- بائع واحد | عدة مشترون محتملون .
- ج- مشتري واحد | عدة باعة .
- د- عدة باعة | عدة مشترون .

٢٥- أي من الشركات التالية تتعامل بنمط التسويق المباشر Direct Marketing :

- أ- BMW .
- ب- Google .
- ج- Yahoo .
- د- Amazon .

المحاضرة السابعة

٢٦- أحدث مفهوم إعادة هندسة العمليات الإدارية (EPR) نقلة في علم الإدارة عن طريق :

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

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

- أ- فريدريك تايلور .
- ب- ألتون مايو .
- ج- مايكل هامر .
- د- مايكل ديل .

٢٨- ظهر مفهوم التسويق المباشر على يد :

- أ- فريدريك تايلور .
- ب- ألتون مايو .
- ج- مايكل هامر .
- د- مايكل ديل .

٢٩- أي مما يلي لا يستخدم في الحملات الإعلانية في التسويق المباشر :

- أ- الإعلانات التلفزيونية .
- ب- الرسائل القصيرة SMS .
- ج- الإعلانات المباشرة على الإنترنت .
- د- الإعلانات من خلال البريد الإلكتروني e-Mail .

٣٠- يعتمد نموذج البيع المباشر على

- أ- عدم وجود وسطاء .
- ب- البيع للزبائن عن طريق الوسطاء .
- ج- البيع عن طريق منافذ الشركة التقليدية .
- د- تخفيض تكلفة المنتجات عن طريق تقليل العمليات الإدارية غير الضرورية .

المحاضرة الثامنة

٣١- أي مما يلي لا يعد من مستحدثات الأسواق الإلكترونية على المنظمات :

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

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

- أ- Tele-Commuting .
- ب- Tele-working .
- ج- Tele-moving .
- د- Tele-business .

٣٣- 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 و احتياجاته .

- ٣٤- هي أنظمة إلكترونية تعتمد بشكل أساسي على التطور الهائل في تقنية الاتصالات و المعلومات و قواعد البيانات ، وتستخدم لتسجيل طلبات العملاء :
- أ- نظام معالجة المعلومات (TPS) Transaction Processing System .
 - ب- أنظمة أخذ الطلب Ordering Systems .
 - ج- إدارة علاقات العملاء (CRM) Customer Relationship Management .
 - د- التسويق المباشر Direct Marketing .

المحاضرة التاسعة

- ٣٥- يطلق مصطلح E-Tailing على :
- أ- تجارة الجملة الإلكترونية .
 - ب- تجارة التجزئة الإلكترونية .
 - ج- التجارة بدون وسيط .
 - د- التجارة المباشرة عن طريق الإنترنت .
- ٣٦- أي السلع التالية هي الأكثر مبيعاً على الإنترنت بقطاع التجزئة :
- أ- أجهزة الكمبيوتر و الإلكترونيات .
 - ب- الملابس و الأدوات الرياضية .
 - ج- البضائع الرياضية .
 - د- الكتب .
- ٣٧- أهم ما يميز تجارة التجزئة الإلكترونية :
- أ- سهولة شرائها من أي مكان في العالم .
 - ب- القدرة على تحويل بعض السلع إلى سلع رقمية .
 - ج- اعتمادها على أسماء الشركات الكبيرة و القوية فقط .
 - د- رخص أسعار منتجاتها .

المحاضرة العاشرة

- ٣٨- يطلق على الشخص الذي يقترح عملية الشراء :
- أ- المبادر .
 - ب- المؤثر .
 - ج- المقرر .
 - د- المشتري .
- ٣٩- هو نمط التسوق الذي يعامل كل العملاء بطريقة فريدة من نوعها :
- أ- B2B .
 - ب- B2C .
 - ج- C2B .
 - د- One-to-One Marketing .

- ٤٠- هي ملفات تنسخها مواقع التجارة الإلكترونية على جهاز المستخدم وتسجل بها أنشطته ، وترجع إليها لقراءتها في الزيارات التالية ، لتقديم عروض تتماشى مع تفضيلاته :
- أ- ملفات المستخدمين User Profiles .
 - ب- الكوكيز Cookies .

- ج- الملفات المؤقتة Temporary Files .
- د- ملفات السجل التاريخي History Files .

المحاضرة الحادية عشر

٤١- أي من طرق الدفع الإلكترونية التالية هي الأكثر استخداماً في التجارة الإلكترونية :

- أ- بطاقات الائتمان Credit Cards .
- ب- المحافظ الرقمية E-Wallets .
- ج- بطاقات السحب الآلي Debit Cards .
- د- الكروت الذكية Smart Cards .

٤٢- يتم التحقق من صلاحية بطاقات الائتمان ، وإتمام عملية الشراء عن طريق :

- أ- البائع .
- ب- المشتري .
- ج- شركة إصدار بطاقات الائتمان .
- د- شركات ترخيص ثالثة .

٤٣- هي عبارة عن حسابات رقمية تشبه حسابات البنوك التقليدية ، حيث يودع المشتري النقد في حسابه ، ويتعامل به على مواقع التجارة الإلكترونية :

- أ- بطاقات الائتمان Credit Cards .
- ب- المحافظ الرقمية E-Wallets .
- ج- الكروت الذكية Smart Cards .
- د- العملات الرقمية Digital Currency .

٤٤- هي كروت ذات شريحة كمبيوتر ، تتم قراءتها عن طريق قارئات خاصة ، وتستخدم للحصول على خدمات مثل الرعاية الصحية :

- أ- بطاقات الائتمان Credit Cards .
- ب- المحافظ الرقمية E-Wallets .
- ج- الكروت الذكية Smart Cards .
- د- العملات الرقمية Digital Currency .

المحاضرة الثانية عشر

٤٥- من أسباب انهيار العديد من شركات التجارة الإلكترونية :

- أ- عدم توفر رأس المال الكافي لمزاولة أنشطة التجارة الإلكترونية .
- ب- الصعوبات التقنية و الأمنية التي تتعرض لها هذه الشركات .
- ج- دخول شركات غير مؤهلة في هذا المجال .
- د- غياب التخطيط الاستراتيجي الجيد .

٤٦- أي مما يلي لا يعد من الاستراتيجيات العامة للاعمال الإلكترونية :

- أ- قيادة التكلفة الإجمالية Overall Cost leadership .
- ب- التميز Differentiation .
- ج- التركيز Focus .
- د- التنافسية Competitiveness .

٤٧- أي المراحل التالية لا تعد من مراحل التخطيط الاستراتيجي :

- أ- تحليل التنافسية .
- ب- صياغة الاستراتيجية .
- ج- تنفيذ تخطيط الاستراتيجية .
- د- البحث عن استراتيجية جديدة .

٤٨- يركز تحليل SWOT للتخطيط الاستراتيجي على التعرف على :

- أ- Strengths – Weakness – Operation – Tenders
- ب- Strengths – Weakness – Opportunities – Throats
- ج- Strengths – Weakness – Opportunities – Threats
- د- Social – Weekend – Opportunities – Threats

المحاضرة الثالثة عشر و الرابعة عشر

جاب عليهم بس ذول السؤالين و قال بيغير لنا هالمحاضرتين بس مايضر حطيتهم للاحتياط

٤٩- E-business is :

- أ- The use of electronic communications for all business processes
- ب- An organization using electronic media to purchase from to its suppliers .
- ج- Any electronically mediated communication between an organization and its stakeholders .
- د- An organization using electronic media to sell direct to its customers .

٥٠- E-commerce :

- أ- Any electronically mediated communication between an organization and its stakeholders .
- ب- An organization using electronic media to purchase from to its suppliers
- ج- An An organization using electronic media to sell direct to its customers .
- د- The use of electronic communications for all business processes .

تمنياتي لكم بالتوفيق
سبحان الله وبحمده سبحان الله العظيم
أختكم | هنادي خالد

