

التسويق الإلكتروني . الواجب الأول

1. يقصد بالأعمال الإلكترونية: (إدارة جميع أعمال المنظمات باستخدام الوسائل الإلكترونية والحاسبات الآلية).

صح

2. يمكن إنشاء شبكة الإكسترانت دون الحاجة لإنشاء شبكة الإنترنت.

خطأ .. التصحيح (لا يمكن)

3. ساهمت التكنولوجيا الرقيمة في تقليل دور الوسطاء التقليديين.

صح

4. يهدف العمل على تحويل إدارة الأعمال من الصورة التقليدية إلى الصورة الإلكترونية إلى رفع مستوى الأداء.

صح

5. تستخدم حوائط النيران (Fire Walls) بهدف منع المخترقين من الحصول على بيانات خاصة بالمنظمة والعملاء.

صح

6. شبكة الإنترنت هي شبكة واحدة تربط بين أعداد هائلة من الحاسبات الآلية خارج نطاق المنظمة.

خطأ .. التصحيح (وهي عبارة عن شبكة واحدة أو مجموعة من الشبكات الخاصة بإحدى الشركات أو الهيئات وقد تكون هذه الشبكة داخلية محدودة داخل هذه المنشآت أو قد تكون مجموعة شبكات خارج نطاق هذه المنشأة بحيث ترتبط ببعضها البعض)

7. السوق الإلكتروني هو عبارة عن المكان الذي يقوم فيه البائعون والمشترون بتبادل المنتجات والمعلومات بطريقة إلكترونية.

صح

8. يهدف العمل على تحويل إدارة الأعمال من الصورة التقليدية إلى الصورة الإلكترونية إلى تطبيق مفهوم الروتين.

خطأ .. التصحيح (إلى القضاء على الروتين)

9. لبناء استراتيجية التسويق في العصر الرقمي الجديد ينبغي على المديرين اعتناق أنماط فكرية نمطية وتقليدية.

خطأ .. التصحيح (اعتناق لمجموعة من القواعد وأنماط التفكير الجديدة)

10. يساعد التسويق الإلكتروني من إمكانية تحقيق الاتصال المباشر مع الفئات المستهدفة.

صح

11. يمكن الاستغناء عن الأقسام الخلفية في نظام عمل التسويق الإلكتروني.

خطأ .. التصحيح (لا يمكن الإستغناء)

12. يقصد بالشركاء التجاريون: (الشركات التي تقدم خدمات الاعتماد والتوثيق وضمن حماية وتزويد المعرفة).

خطأ .. التصحيح (يقصد بخدمات الدعم)

. الشركاء التجاريون هم من يقوموا بعمليات التشغيل والشحن والتأمين.

التسويق الإلكتروني . الواجب الثاني

1. يقصد بإدارة أعمال البيع: (إدارة جميع الأنشطة الخاصة بعمليات الشراء من مستندات وتداول بيانات بصورة إلكترونية).

خطأ .. التصحيح: (يقصد بإدارة أعمال المشتريات)

- يقصد بإدارة أعمال البيع: إدارة كافة الأعمال المتعلقة بعمليات البيع داخل الشركات بصورة إلكترونية.

2. يؤدي التسويق الإلكتروني إلى تقليل تكاليف إيصال الرسالة الإعلانية إلى شريحة أكبر.

صح

3. من المزايا التي يحققها التسويق الإلكتروني لرجال التسويق (البائعون): (سرعة الاستجابة والخدمة).

خطأ .. التصحيح: (من المزايا التي يحققها التسويق الإلكتروني للعملاء والمستهلكين)

4. يوجد منتجات غير قابلة للبيع من خلال شبكة الانترنت.

صح

5. من الآراء التي تناولت الفروق بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني: (أن التسويق الإلكتروني يتعامل في المعاملات

التجارية كبيرة الحجم ويهتم بإتمام الصفقات أما التجارة الإلكترونية فتتعامل في المعاملات التجارية صغيرة الحجم).

خطأ .. التصحيح: (العكس صحيح)

6. يقدم التسويق الإلكتروني السلع والخدمات وفقا لحاجات العملاء.

صح

7. ليس هناك تحديد لمساحة الإعلانات في التسويق الإلكتروني.

صح

8. يمكن في التسويق الإلكتروني استخدام أساليب ترويجية تفاعلية مع العملاء.

صح

9. من مزايا التسويق الإلكتروني للعملاء والمستهلكين حدوث احتكاك مباشر بين البائع والمشتري.

خطأ .. التصحيح: (عدم حدوث احتكاك مباشر بين البائع والمشتري)

10. من مزايا التسويق الإلكتروني للعملاء والمستهلكين: (تمكن رجال التسويق من التفاعل مع العملاء).

خطأ .. التصحيح: (من مزايا التسويق الإلكتروني لرجال التسويق "البائعون")

11. يقصد بالملاءمة: (تمكن منظمات الأعمال من القيام بالتسويق في أي وقت وأي مكان).

خطأ .. التصحيح: (تمكن العملاء)

12. تلجأ بعض مواقع التسويق الإلكتروني لعرض منتجات ذات ماركات مجهولة.

صح

التسويق الإلكتروني . الواجب الثالث

(1) يؤدي التسويق الإلكتروني إلى تحكم أفضل في المخزون.

صواب

(2) يؤدي التسويق الإلكتروني إلى انخفاض تكاليف العمليات التجارية.

صواب

(3) أدى قيام التسويق الإلكتروني بتقليص المسافات بين المنتجين والمستهلكين إلى تحسين مستوى ونوعية المنتج.

صواب

(4) أدى تزايد اهتمام مستخدمي شبكة الانترنت بالمنتجات إلى قيام بعض المنظمات بالدعاية لمواقعها على هذه المنتديات.

صواب

(5) اتسع مجال الاعتماد على شبكة الانترنت ليشمل مبيعات الأوراق المالية.

صواب

(6) يعد البريد الإلكتروني من أهم أدوات التسويق الإلكتروني.

صواب

(7) من الآثار الاقتصادية للتسويق الإلكتروني توسيع نطاق السوق.

صواب

(8) يقصد بالمزايا النسبية أنه يمكن لأي منظمة أن تنافس في منتج أو خدمة في السوق العالمي.

خطأ ... التصحيح (يقصد بالمزايا التنافسية)