

مراجعة لمقرر التسويق الالكتروني من الفصل الخامس لمحاضرة 11-12. والله ولي التوفيق

السؤال الأول / أن البنية الأساسية والاحتياجات التكنولوجية هي الدعامة الأساسية التي يؤسس عليها التسويق الالكتروني ، وبدون تواجد هذه التكنولوجيا فانه يكون من السهل التحول إلى العمل من خلال التسويق الالكتروني.

صواب

الجواب / خطأ

التصحيح / فانه يكون من الصعب التحول إلى العمل من خلال التسويق الالكتروني

السؤال الثاني / ولا يزال الترابط الشبكي العقبة الأساسية لدخول دول الاقتصاديات النامية إلى عالم الاقتصاد غير الرقمي والتسويق الالكتروني.

الجواب / صواب

الجواب / خطأ

التصحيح / عالم الاقتصاد الرقمي والتسويق الالكتروني

السؤال الثالث / ولتحقيق الترابط الشبكي لابد أن تتوافر عدة عوامل في الوقت ذاته أهمها إيجاد مصدر للطاقة الكهربائية يعتمد عليه ، وبنية تحتية لسرعة نقل البيانات بتكلفة معقولة حيث أن النقص في أي من هذه العوامل سوف يضعف قدرة الدولة للاستفادة من مزايا القيمة المضافة للتبادل الرقمي عبر شبكة الانترنت.

الجواب / صواب

خطأ

السؤال الرابع / ما لمقصود بالبنية الأساسية هنا ما يلي شبكات الاتصالات المحمولة والثابتة بالدولة ..

الأجهزة التي تمكن من الدخول إلى تمكن من الدخول إلى شبكة الانترنت وكذلك الأجهزة التي تمكن من الوصول إلى شبكات المنظمات المختلفة و...

البرمجيات الخاصة بالتسويق الالكتروني .

شبكات المعلومات المختلفة سواء كانت شبكات مفتوحة أو مغلقة .

مزود خدمات الانترنت .

الجواب / جميع ما سبق صحيح.

السؤال الخامس / الأجهزة التي تمكن من الدخول إلى شبكة الانترنت وكذلك الأجهزة التي تمكن من الوصول إلى شبكات المنظمات المختلفة مثل : (الحسابات الإلية والهواتف المحمولة والثابتة وأجهزة الصراف الآلي) .

الجواب : صواب.

خطأ

السؤال السادس / البرمجيات الخاصة بالتسويق الالكتروني والتي تشتمل على مايلي :

نظم التشغيل

- برامج الإبحار وتسمى برامج التصفح

برامج المتعلقة بخادم الشبكة

برامج الخاصة بإنشاء مواقع التسويق الالكتروني على شبكة الانترنت وبرامج التأمين .

الجواب / جميع ما سبق صحيح.

السؤال السابع / شبكات المعلومات المختلفة سواء كانت شبكات مفتوحة أو مغلقة وتنقسم إلى :

شبكة الانترنت.

شبكة الإنترنت

شبكة الاكسترنانت.

الجواب / جميع ما سبق صحيح.

السؤال الثامن / العمل على اختيار التقنيات والبرامج اللازمة لقيام التسويق الالكتروني يكون له دور هام في تحقيق الهدف المطلوب من تطبيق التسويق الالكتروني.

الجواب / صواب

خطا

السؤال العاشر / ومن الخطأ بمكان أن يتم وضع التطبيقات المتعلقة بعناصر المزيج التسويقي دون الأخذ في الاعتبار مبدأ التوجه بالمستهلك ،

الجواب / صواب

خطا

السؤال الحادي عشر / عناصر المزيج التسويقي يتكون ن أربعة عناصر هي :

احتياجات ورغبات المستهلك من (السلعة أو الخدمة).

التكلفة التي يتحملها المستهلك (السعر).

مدى سهولة ويسر الحصول على المنتج (التوزيع).

الجواب / جميع ما سبق صحيح

السؤال الثاني عشر / وتمثل العناصر الأربعة المزيج التسويقي اعتبارات هامة ينبغي أخذها في الحسبان عند تنمية وتطوير المزيج التسويقي الالكتروني وتساعد شبكة الانترنت بشكل واضح في مقابلة تلك الحاجات الخاصة بالمستهلك جميعها.

الجواب / صواب

خطا

السؤال الثالث عشر / تقسيم الأنماط المختلفة لمستخدمي شبكة الانترنت :

الباحثون عن معلومات بشكل موجه

الباحثون عن معلومات بشكل غير موجه

المشترون الموجهون بالتسوق الالكتروني

صائدو العروض الخاصة (المساومون)

الباحثون عن التسلية

الجواب / جميع ما سبق صحيح.

السؤال الرابع عشر / المشترون عن التسلية وهم هؤلاء المستخدمين الذين نجدهم يتطلعوا إلى التفاعل مع مواقع الإنترنت بغرض قضاء وقت ممتع ولذل نجدهم يركزوا على التعامل والدخول على المواقع المخصصة للتسلية.

الجواب / صواب

الجواب / خطأ

التصحيح / الباحثون عن التسلية ..

السؤال الرابع عشر / صائدو العروض الخاصة (المشترون) وتضم هذه الفئة هؤلاء المستخدمين الذين يرغبون في الوصول إلى العروض التي تتيحها عمليات تنشيط المبيعات مثل العينات المجانية أو المسابقات أو العروض الخاصة وغالبا ما يكون هؤلاء من النوعية التي تفضل التفاوض أو المساومة إثناء قيامهم بالتسوق والشراء .

الجواب / صواب

الجواب / خطأ

التصحيح / المساومون

السؤال الخامس عشر / المشترون الموجهون بالتسوق الالكتروني وهم هؤلاء المشتريين الذين يقومون بالشراء الالكتروني لمنتجات محددة وقد يقع داخل هذه الفئة الوسطاء والسماسرة الذين يقومون بمقارنة الخصائص والأسعار الخاصة بالمنتجات التي يرغبون في شرائها أو التعامل فيها.

الجواب / صواب

خطا

السؤال السادس عشر / الباحثون عن معلومات بشكل غير موجه : وهم هؤلاء المستخدمين الذين يشار إليهم بأنهم سطحيين في تعاملهم واستخدامهم للانترنت وعادة ما نجدهم يفضلون استكشاف وتغيير المواقع وعادة يكونوا مستخدمين مبتدئين.

الجواب / صواب

خطا

السؤال السابع عشر / الباحثون عن معلومات بشكل موجه :وهم هؤلاء المستخدمين الذين نجدهم يتطلعوا إلى الحصول على معلومات متنوعة عن المنتجات والأسواق والأسعار أو أي معلومات أخرى وعادة ما يكون لهذا النمط من المستخدمين خبرة في التعامل مع شبكة الانترنت ومهارة في استخدام محركات البحث.

الجواب / صواب

خطا

السؤال الثامن عشر / تأثير الإنترنت على المشتري الجديد فيما يتعلق بعملية الشراء :

المرحلة الأولى : خلق المعرفة (الحاجة للمنتج أو الخدمة).

المرحلة الثانية : تحديد الملامح والمنافع .

المرحلة الثالثة : تحديد منافع موقع الويب من خلال تحديد الأسواق المستهدفة.

المرحلة الرابعة : تدعيم قرار الشراء .

الجواب / جميع ما سبق صحيح.

السؤال التاسع عشر / تأثير الإنترنت على البائع الجديد فيما يتعلق بعملية الشراء هي ستة مراحل ومنها المرحلة الخامسة تسهيل عملية الشراء والمرحلة السادسة تدعيم استخدام المنتج والمحافظة على أعمال المنظمة.

صواب

الجواب / خطأ.

التصحيح/ تأثير الإنترنت على البائع .

السؤال العشرون / المرحلة الخامسة : تسهيل عملية الشراء من أولويات المنظمات المحافظة على المستهلك وعدم فقدانه بمجرد أن يتخذ قرار الشراء وهنا نجد أن مواقع الويب قادرة على تقديم آليات دفع مناسبة ونمطية مثل (بطاقات الائتمان)

الجواب / صواب

خطا

السؤال الحادي وعشرون / المرحلة الرابعة تدعيم قرار الشراء أحد الخصائص الهامة لمواقع هي قدرتها على استيعاب كمية كبيرة من المكونات بتكلفة منخفضة نسبيا . وقد تمثل هذه الخاصية ميزة هامة عندما يتطلع المستهلك والى تحديد أفضل المنتجات التي يمكن شراؤها ، ومن ثم يتم الاعتماد على مواقع الويب في إمداد المستهلك بالمعلومات المناسبة في شكل يسهل الوصول إليه بالإضافة إلى استخدام مواقع الويب للشركة في إقناع المستهلك بشراء منتجاتها.

الجواب / صواب

خطا

السؤال الثاني عشرون / المرحلة الثالثة تحديد منافع موقع الويب من خلال تحديد الأسواق المستهدفة وهذا يحدث بمجرد أن يصبح المستهلك نشيطا في البحث عن المنتجات التي تحقق له المنافع المرجوة بالتالي فان مواقع الويب تمد

المستهلكين بالوسائل التي تساعد في الحصول على احتياجاتهم كما أن مواقع الويب توفر في نفس الوقت الفرصة أمام المنظمات لتحديد الأسواق المستهدفة والوصول إليها بشكل أيسر.

الجواب / صواب

خطا

السؤال الثالث عشرون / المرحلة الثانية / تحديد الملامح والمنافع بعد معرفة المستهلك بحاجته يتم تحديد الملامح والمنافع التي يريجوها المستهلك في هذا المنتج ، وهنا قد يقوم المستهلك باستخدام الانترنت لتحديد مصادر التوريد المتاحة على الانترنت والتي تقابل احتياجاته والمنافع التي يريدها في المنتج الذي يبحث عنه.

الجواب / صواب

خطا

السؤال الرابع وعشرون / المرحلة الأولى : خلق المعرفة (الحاجة للمنتج أو الخدمة) وهنا يتم خلق المعرفة التي تشعر المستهلك بالحاجة للمنتج بشكل تقليدي من خلال وسائل الإعلان واسعة الانتشار الجماهيرية وفي المقابل يكون للانترنت دورا مؤثرا وفعالا في هذه المرحلة فعلى الرغم من استخدام الإعلان المعتمد على الشعارات بشكل واسع في تلك المرحلة إلا أن هناك دائما حدود أو قيود على الرسالة الإعلانية التي تيم استخدامها.

الجواب / صواب.

خطا.

السؤال الخامس والعشرون / تستطيع شبكة الانترنت أن تقدم الآليات المؤثرة للمحافظة على المستهلك وذلك من خلال الآتي

تقديم خدمات القيمة المضافة

تقديم المعلومات المرتدة عن التحسينات في المنتج

البريد الالكتروني

تنشيط المبيعات

الجواب / جميع ما سبق صحيح

السؤال السادس عشرون / تنشيط المبيعات حيث يؤدي ذلك إلى حصول المنظمات على فرص تكرار المبيعات من خلال وسائل تنشيط المبيعات التي تمتلكها.

صواب

الجواب / خطا

التصحيح / على تكرار المبيعات من خلال وسائل تنشيط المبيعات التي تمتلكها.

السؤال السابع وعشرون / البريد الالكتروني وهو يستخدم بشكل منتظم لتحديث المعلومات الخاصة بالمنتج بالإضافة للترويج وتشجيع المستهلكين على إعادة زيارة الموقع.

الجواب / صواب

خطا

السؤال الثامن وعشرون / تقديم المعلومات المرتدة عن التحسينات في المنتج. وهذه المعلومات يتم تقديمها للمستهلكين حيث يشعر المستهلك بأن المنظمة تتطلع دائما لإرضائه ولتحسين منتجاتها وخدماتها بصورة مستمرة.

الجواب / صواب

خطا

السؤال التاسع وعشرون / تقديم خدمات القيمة المضافة وذلك عندما توفر مواقع الويب الدعم لمستهلك بشكل مجاني كتقديم خدمات مجانية وهذا يدفع المستهلك إلى تكرار زيارة الموقع مما يعني تحقيق قيمة مضافة تميز المنظمة لدى المستهلك عن باقي المنظمات المنافسة.

الجواب / صواب

خطا

السؤال الثلاثون / فيما يلي نستعرض العناصر التي يجب أخذها في الاعتبار عند تصميم مواقع الويب الفعالة في تسويق المنتجات الكترونيا :

سهولة الوصول للموقع .

مكونات الموقع

التوجه بالمستهلك

المصداقية

جواب / جميع ما سبق صحيح

السؤال الحادي وثلاثون / المصداقية وذلك من خلال تحقيق الصدق والدقة والالتزام في المعاملات والمعلومات المقدمة بالموقع.

الجواب / صواب

خطا

السؤال الثاني وثلاثون / التوجه بالمستهلك وذلك من خلال العمل على تلبية رغبات واحتياجات المستهلك الحالية والمستقبلية والعمل على تحقيق رضائه.

الجواب / صواب

خطا

السؤال الثالث وثلاثون / مكونات الموقع وتمثل مكونات الموقع من عناصر الجذب لزوار الموقع ولتكرار عمليات الزيارة ويمكن أن يتم ذلك من خلال إضافة بعض المكونات التي تجذب زوار الموقع (شريط الإخبار - البرامج المجانية)،

الجواب / صواب

خطا

السؤال الرابع وثلاثون / صعوبة الوصول للموقع وذلك من خلال محركات البحث أو من خلال الإعلانات المتصلة بروابط مع موقع المنظمة.

صواب

الجواب / خطأ

التصحيح سهولة الوصول للموقع وذلك من خلال محركات البحث ..

(عمل وأعداد / طيف المواد ع - عبدالله العيسى / بأشراف الطالب X - الحمودان - الوسيط المعتمد - عبق أنثوية -
MEM01).