

إدارة الأعمال الإلكترونية

سؤال ١ /
سؤال ٢ /
سؤال ٣ / يساهم الوسطاء في التجارة الإلكترونية على التخفيف من جميع أوجه القصور التالية به أ- تكاليف البحث ب- <u>انعدام الخصوصية</u> ت- محاضر التعاقد مع الآخرين ث- توزيع المنتجات بعبارة اخرى عدم توفر الخصوصية ص ٥
سؤال ٤ / هو سوق افتراضي لمجموعة صغيرة من الشركات التي تعمل عادة في مجال معين --- أ- Pure-Online market ب- Private market ت- Public market ث- <u>Consortia</u> ص ٧
سؤال ٥ / موقع أو صفحة واحدة على الانترنت تقدم للعميل مجموعة من الخدمات والمعلومات أ- Web Page ب- <u>Portal</u> ت- General Page ث- CRM ص ٧
سؤال ٦ / يعتبر أشهر من قدم نظريات في التنافسية Competitiveness: أ- هنري فورد ب- جون والتر ت- <u>مايكل بورتر</u> ث- ديفيد تورين ص ٨
سؤال ٧ / بهدف طمئنة المستهلك حول جودة المنتج المباع على الانترنت ، تقوم العملية على أ- ارسال عينات مجانية قبل الشراء ب- قبول ارجاع السلعة واعادة قيمتها للمستهلك ت- قبول استبدال السلعة بسلعة أو خدمة اخرى ث- <u>كل ما سبق</u> ص ٨
سؤال ٨ / يتميز بسهولة ربطه مع أنظمة المخزون والمالية بالمنظمة أ- الكاتالوج الورقي ب- <u>الكاتالوج الإلكتروني</u> ت- الكاتالوج المحلي ث- الكاتالوج العالمي ص ٨

سؤال ٩ / يعتبر أكثر أنواع المزادات إنتشاراً

- أ- Forward Auctions
- ب- Reveras Auctions
- ت- Bedding Auctions
- ث- Tendering Auctions

غير موجودة في المحتوى وإنما هو اجتهاد

سؤال ١٠ / يعتبر هو النظام الرئيسي لعرض جميع المعلومات والصور المتعلقة بالمنتجات والخدمات التي يوفرها المتجر الإلكتروني

- أ- E-Catalog
- ب- Paper Catalog
- ت- Search Engine
- ث- Shopping Cart

سؤال ١١ / هو برنامج حاسوبي يقوم بالدخول على قواعد البيانات المرتبطة بالانترنت بغرض ايجاد المعلومات والبيانات المطلوبة وارجاع النتائج للمستخدم :

- أ- Shopping Cart
- ب- E-Catalog
- ت- Search Engine
- ث- كل ما سبق
- ج-

سؤال ١٢ / تعتبر من عيوب تطبيق المزادات التقليدية :

- أ- عدم كفاية الوقت لفحص السلعة أو المنتج بشكل جيد
- ب- دفع أسعار قد تكون مبالغ فيها لبعض السلع
- ت- صعوبة نقل بعض المنتجات الى موقع المزاد
- ث- كل ما سبق

سؤال ١٣ / يعتبر أشهر موقع للمزادات في العالم

- أ- ePay
- ب- eMay
- ت- eBay
- ث- Amazon.com

سؤال ١٤ / في التخطيط الاستراتيجي لمشاريع ادارة الاعمال الإلكترونية يجب استخدام عدة آليات ومنها Analysis الذي يركز على تحديد ما يلي /

- أ- رؤية ورسالة وقيم وأهداف المنظمة
- ب- نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات التي قد تواجه المنظمة
- ت- العناصر البيئية الخارجية للمنظمة مثل الاقتصاد والسياسات الحكومية والبيئة وغيرها
- ث- كل ماسبق

سؤال ١٥ / يعرف الـ Cookie بأنه:

ص ١١

- أ- ملف يرصد فيه تحركات الزبون في الصفحة الرئيسية لموقع الشركة
ب- ملف يرصد فيه تحركات الزبون في كامل موقع الشركة ويحفظ في جهاز الحاسب الخاص بالزبون
ت- ملف يرصد فيه تحركات الزبون في كامل موقع الشركة ويحفظ في الأجهزة الخادمة (السيرفرات) الخاصة بها
ث- ملف يرصد فيه تحركات الزبون على شبكة الانترنت ويحفظ في الجهاز الخاص به

سؤال ١٦ / من أشهر أدوات التخطيط الاستراتيجي تحليل SWOT ويركز على التعرف على

ص ٢٢

- أ- Strenghes-Weakneses-Operation-Tenders
ب- Strenghes-Weakneses-Opportunitins-throats
ت- Socials-Weakend-Ooportanities-Threats
ث- Strenghes-Weakneses-Opportinities-Threats

سؤال ١٧ / يعتبر مايكل هامر Michael Hammer هو مؤسس مدرسة:

ص ١٢

- أ- أعادة الهندسة
ب- تسعير حجم المنظمات
ت- ادارة الأعمال الألكترونية
ث- البيع المباشر بدون وسطاء

سؤال ١٨ / تعتبر من أهم عوامل نجاح الدفع المالي الألكتروني :

ص ٢١

- أ- الأمان
ب- الدقة
ت- السرعة
ث- كل ماسبق

سؤال ١٩ / عندما يتم عرض منتج واحد في وقت المزاد وتجري المنافسة بين المشتريين لشراؤه حتى يتم البيع بأعلى سعر فيعرف هذا النوع من المزادات :

ص ١٠

- أ- المزاد الأمريكي
ب- المزاد الهولندي
ت- المزاد الانجليزي
ث- المزاد الكندي

سؤال ٢٠ / من أهم فوائد المزادات بالنسبة للمشتري:

ص ١٠

- أ- قصر زمن عملية البيع
ب- زيادة أعداد المشتريين المحتملون
ت- تكرار عملية البيع والشراء
ث- الخصوصية السرية

سؤال ٢١ / من أوجه القصور في المزادات الألكترونية

ص ١١

- أ- احتمالية الغش
ب- انعدام الأمان
ت- المشاركة المحدودة من الباعة أو المشتريين
ث- كل ماسبق

سؤال ٢٢ / Learning Organization هي تلك المنظمات التي:

ص ١٣

- أ- تأخذ بالجديد والحديث في الامور المالية
- ب- تطبق ادارة الاعمال الالكترونية
- ت- تعتمد على تقنية المعلومات بشكل كبير
- ث- تستخدم الاعلان الالكتروني بشكل مكثف

سؤال ٢٣ / يطلق هذا المصطلح على مفهوم العمل من

ص ١٣

- أ- Tele-communicate
- ب- Tele-commerion
- ت- Tele-commuting
- ث- Tele-equary

سؤال ٢٤ / تعتبر أكثر السلع والخدمات بيعاً على الأنترنت

ص ١٤

- أ- الخدمات البنكية
- ب- السيارات
- ت- الأثاث المكتبي
- ث- السفريات

سؤال ٢٥ / يقصد بالتسويق الأحادي

ص ١٧

- أ- التسويق المباشر بين شركة وأخرى
- ب- الاعلانات الموجهة لمجموعة محددة من العملاء
- ت- التسويق المباشر الموجه لعميل واحد
- ث- التسويق الشخصي والموجه من عميل لعميل آخر

سؤال ٢٦ / تأتي حاجة الأمان في هرم ماسلو للحاجات في المستوى

ص ١٦

- أ- الأول
- ب- الثاني
- ت- الثالث
- ث- الرابع

سؤال ٢٧ / تأتي عملية الشراء الفعلي في عملية صنع قرار الشراء في المستوى:

ص ١٦

- أ- الأول
- ب- الثاني
- ت- الثالث
- ث- الرابع

سؤال ٢٨ / تعتبر احدى خصائص المستهلك ضمن نموذج سلوك المستهلك الالكتروني:

ص ١٦

- أ- التعليم
- ب- جودة المنتج
- ت- الأنظمة والقوانين
- ث- الثقافة

سؤال ٢٩ / هو ذلك الشخص الذي يطلق فكرة الشراء ويقترحها

ب- المؤثر

ص ١٧

- أ- المقرر
- ت- المبادر
- ث- المشتري

سؤال ٣٠ / من الأدوات المستخدمة لقياس مدى نجاح خدمة العميل الإلكتروني هي
أ- قلة الخطوات المطلوبة لإجراء عملية الشراء
ب- سرعة التحميل للحصول على المحتوى
ت- الأمان
ث- كل ما سبق
ص ١٩

سؤال ٣١ / هو شخص يملك مهارات عالية في مجال الحاسب الآلي والإنترنت يقوم باختراق أجهزة الآخرين بقصد تغيير وتخريب البيانات وسرقة المحتويات
أ- الـ Hacker
ب- الـ Cracker
ت- Phidhing
ث- Clacker
ص ٢٠

سؤال ٣٢ / خدمة المواطن تتم عبر الوسائط الإلكترونية ومنها الإنترنت من خلال
أ- التجارة الإلكترونية
ب- ادارة الاعمال الإلكترونية
ت- البوابة الإلكترونية
ث- غير ذلك
ص ٧

سؤال ٣٣ / بطاقة الـ VISA تعتبر
أ- Detect Card
ب- Charge Card
ت- Credit Card
ث- Check Card
ص ٢١

سؤال ٣٤ / جهاز يتكون من معدات وبرامج تمنع دخول الغرباء والمتطفلين ويمنع أي هجوم خارجي على بيانات ومعلومات الشركة ومواردها
أ- الحائط الناري
ب- السيرفر
ت- قواعد البيانات
ث- ليس مما سبق
ص ٢٠

سؤال ٣٥ / يعتبر أول من طبق أسلوب البيع المباشر أو البيع بدون وسطاء:
أ- Micheal Dell
ب- Rony Prejinsky
ت- Adam Sonich
ث- Micheal Hammer
ص ٥

سؤال ٣٦ / سيتم مستقبلاً زيادة التركيز عليها من خلال أنشطة وبرامج التجارة الإلكترونية:
أ- الأعلان الإلكتروني
ب- المتاجر الإلكترونية
ت- التجارة المتنقلة
ث- تجارة التجزئة الإلكترونية
ص ١٤

سؤال ٣٧ / المكان الذي يلتقي فيه البائع بالمشتري لتبادل السلع والخدمات هو

أ- الأنترنت

ب- السوق

ت- موقع الشركة الإلكتروني

ث- السوق الإلكتروني

ص ٦

سؤال ٣٨ / من عيوب المزادات التقليدية:

أ- صعوبة التعرف على موقع المزاد

ب- عرض كميات كبيرة من نفس المنتج

ت- عرض السلعة لفترة زمنية محددة مما يفقد البائع الحصول على فرص أفضل

ث- عرض السلعة حتى تباع بالسعر الأقل ثم تعرض السلعة التي بعدها وهكذا

ص

سؤال ٣٩ / Internet تعني:

أ- Interconnection of companies

ب- International network

ت- Intercontinental of networking

ث- Interconnection of networks

ص ١

سؤال ٤٠ / يتميز بسهولة تحديثه والتعديل عليه رغم ارتفاع كلفة بناءة

أ- منطقة / بوابة الدفع المالي

ب- محرك البحث

ت- سلاسل العرض

ث- الكاتالوج الإلكتروني

ص ٨

سؤال ٤١ / customization هي عملية يتم من خلالها:

أ- تنويع انتاج السلع والمنتجات لإرضاء رغبات الزبائن وميولهم

ب- اتاحة الفرصة للزبون لئاء المنتج وفق رغباته واحتياجاته

ت- البناء التنظيمي للمنظمات وفق الاتجاهات والاساليب الحديثة

ث- قيام الشركة باعادة تطوير نفسها وتبسيط هيكلها التنظيمي

ص ١٣

سؤال ٤٢ / تعبر وسيلة مسلية وترويجية لبعض الزبائن:

أ- التجارة الإلكترونية

ب- المزادات

ت- الإدارة الإلكترونية

ث- الأعلان

ص ١٠

سؤال ٤٣ / عندما تستخدم مصطلح C2C في التجارة الإلكترونية فهذا يعني:

أ- البيع من الشركات للزبائن

ب- البيع من الزبائن للشركات

ت- البيع من الزبائن للزبائن

ث- البيع من الشركات على الشركات

ص ١

- سؤال ٤٤ / يذهب الكثير من الخبراء أن البداية الفعلية للتجارة الإلكترونية كانت في :
أ- التسعينيات من القرن الماضي خاصة مع بداية ظهور الانترنت
ب- بعد العام ٢٠٠٠ ميلادية ومع التقدم الهائل في تقنية المعلوما وتطبيقات الانترنت
ت- بعد الحرب العالمية الثانية ومع تطوير شركة IBM للكمبيوترات العملاقة
ث- في السبعينيات من القرن الماضي من خلال المتاجر والمخازن الكبرى ص ١

- سؤال ٤٥ / عندما تمارس أي شركة أعمالها في السوق التقليدية وكذلك على لانتترنت فتسمى :
أ- Pure Online Organization
ب- Click – and – Mortar
ت- Brick – and – mortar
ث- Click – and – Employee

- سؤال ٤٦ / تعود الأسباب الحقيقية وراء انهيار واختفاء الكثير من شركات الانترنت الى
أ- عدم توفر راس المال الكافي لمزاولة أنشطة التجارة الإلكتروني
ب- الأختراقات الأمنية التي تعرضت لها هذه الشركات من قبل المخربين عبر الانترنت
ت- دخول شركات غير مؤهلة في المجال
ث- غياب الرؤية والتخطيط الاستراتيجي لدى معظم هذه الشركات ص ١

- سؤال ٤٧ / يسمى نموذج العمل Business Model والذي يتم فيه قيام العميل بدفع مبلغ للموقع مقابل الحصول على خدمة الاشتراك فيه:
أ- Subscription Fee
ب- Transaction Fee
ت- Afiliation
ث- Sales

- سؤال ٤٨ / من التحديات الاقتصادية والضغوط التي تتعرض لها وتواجهها المنظمات:
أ- تزايد قوة العملاء وارتفاع اصواتهم
ب- التحولات الاقتصادية العالمية
ت- المنافسة العالمية
ث- كل ما سبق ص ٣

- سؤال ٤٩ / من الممكن وصف العلاقة بين التقنية والسعر بأنها:
أ- علاقة متوازنة
ب- علاقة عكسية
ت- علاقة طردية
ث- لا توجد علاقة

- سؤال ٥٠ / عندما تشعر المنظمة بدورها وأهميتها في المجتمع الذي توجد فيه فهي تطبق ما يعرف بمبدأ:
أ- خدمة العملاء
ب- ادارة علاقات المجتمع
ت- الشراكة مع المجتمع
ث- المسئولية الاجتماعية ص ٣

سؤال ٥١ / يسمى المفهوم الذي يركز على التحسين المستمر للمنتج

ص ٣

- أ- Total Quality Management
ب- Total Quantity Management
ت- Total Business Management
ث- Total Query Management

سؤال ٥٢ / من أهم فوائد تطبيع التجارة الإلكترونية للمنظمات :

ص ٤

- أ- الأمان والتحكم
ب- السهولة والبساطة
ت- تخفيض التكاليف
ث- الخصوصية والسرية

سؤال ٥٣ / information هي :

ص ٤

- أ- البيانات قبل معالجتها
ب- البيانات بعد معالجتها
ت- المعلومات قبل تحويلها الى قرارات
ث- ليس مما سبق

سؤال ٥٤ / من أهم فوائد تطبيق التجارة الإلكترونية للأفراد:

ص ٥

- أ- الراحة
ب- السرعة
ت- تخفيض التكلفة
ث- كل ما سبق

سؤال ٥٥ / ارتفاع مستوى الخدمات المقدمة من قبل الحكومات والشركات هي من أهم الفوائد التي تقدمها التجارة الإلكترونية:

ص ٥

- أ- للزبون
ب- للمنظمة
ت- للمجتمع
ث- كل ما سبق

سؤال ٥٦ / من أوجه القصور التقنية للتجارة الإلكترونية:

ص ٥

- أ- عدم توفر الخصوصية
ب- انعدام المرونة
ت- عدم توفر الامان
ث- قلة البرامج والتطبيقات

سؤال ٥٧ / من أوجه القصور الغير تقنية للتجارة الإلكترونية

ص ٥

- أ- محدودية سرعة الانترنت
ب- صعوبة ربط أنظمة التجارة الإلكترونية مع أنظمة المنظمة الداخلية
ت- انعدام المرونة وعدم وضوح القوانين
ث- انعدام وجود معايير دولية للتجارة الإلكترونية

سؤال ٥٨ / من أهم الفروقات بين المنظمات التقليدية والمنظمات الرقمية:

- أ- وجود المزادات
 - ب- المنتجات الرقمية
 - ت- العملاء
 - ث- وسائل دفع قيمة المنتجات أو الخدمات
- ص ٥

سؤال ٥٩ / للكتالوج الالكتروني عدة خصائص وفوائد ، فما هي الميزة التي لا تنطبق على الكتالوج الالكتروني من بين ما يلي

- أ- سهولة تحديث بيانات السلع والخدمات
 - ب- سهولة التخصيص
 - ت- سهولة البناء دون الحاجة للتقنيات والتطبيقات المتقدمة
 - ث- وجود محرك بحث دقيق وسريع
- ص ٨

سؤال ٦٠ / تتميز الـ Web 2.0 بتوفر آليات متنوعة منها:

- أ- سوق الكتروني
 - ب- سلة تسوق الكترونية
 - ت- كتالوج الكتروني
 - ث- ليس مما سبق
- ص ١٩ (الاعلان الالكتروني)

سؤال ٦١ / من وجهة نظر خدمية تساعد تطبيقات التجارة الالكترونية للشركات والحكومات والزبائن على تحقيق ما يلي:

- أ- تخفيض تكاليف تقديم الخدمة
 - ب- تحسين جودة الخدمة
 - ت- تخفيض وقت ايصال المنتجات أو الخدمات
 - ث- كل ما سبق
- ص ٥

سؤال ٦٢ / من أهم عناصر السوق الألكتروني:

- أ- البنية التحتية
 - ب- الزبائن
 - ت- شركاء العمل
 - ث- كل ما سبق
- ص ٦

سؤال ٦٣ / البنية القانونية التنظيمية للبائع والمشتري هو:

- أ- السوق
 - ب- الموقع الالكتروني
 - ت- المزاد
 - ث- ليس مما سبق
- ص ٦

سؤال ٦٤ / هو مركز تسوق يوجد فيه العديد من المتاجر الالكترونية تقدم الكثير من الخدمات والمنتجات والسلع:

- أ- Shopping Cart
 - ب- E-Mall
 - ت- Store front
 - ث- Portal
- ص ٦

سؤال ٦٥ / العمليات التي تم بدون أن يتعامل معها المشتري الإلكتروني وتقوم بها الشركة البانعة مثل التحصيل المالي والشحن وإيصال المنتج للزبون تسمى:

- أ- Digital Services
- ب- First End
- ت- Front End
- ث- Back End

ص ٦

سؤال ٦٦ / سوق تمتلكه شركة واحده يسمح فقط بالمشاركة فيه لمجموعة محددة من الزبائن الذين يتعاملون مع الشركة المالكة:

- أ- السوق الخاص
- ب- السوق العام
- ت- السوق الأقليمي
- ث- السوق المزدوج

ص ٧

سؤال ٦٧ / يشتمل المتجر الإلكتروني على العديد من العناصر (المواصفات) التي تساعد الزبائن على عمليات الشراء بإستثناء :

- أ- الكتالوج الإلكتروني
- ب- محرك البحث
- ت- بوابة / منطقة الدفع المالي
- ث- سلسلة العرض

ص ٦

سؤال ٦٨ / يعتبر اليوم هو محرك البحث الأشهر على شبكة الانترنت:

- أ- Yahoo
- ب- Hotmail
- ت- Google
- ث- Alta Vista

ص ٩

سؤال ٦٩ / تعتبر من العوامل المنافسة في التجارة الإلكترونية

- أ- الاختلاف
- ب- المقارنة السريعة
- ت- انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات
- ث- كل ما سبق

ص ٧

سؤال ٧٠ / يقصد بالاختلاف Differentiation في التجارة الإلكترونية:

- أ- بناء المنتج حسب رغبات الزبون واحتياجاته
- ب- امتلاك الزبون لمنتج يشعره بأنه مختلف ويمتيز عن الآخرين
- ت- امتلاك الزبون لمنتج مختلف تماما عن المنتجات الأخرى
- ث- امتلاك المنظمة لمنتج مختلف مما يجعلها في موقع تنافسي أفضل أمام المنافسين

ص ٧