

حل اسئلة الالكترونيه عام ٣٤ و ٣٥ هـ

المحاضرة الاولى::

س١ يقصد بمصطلح B2B في التجارة الالكترونية :



- (a) البيع من الشركات للزبائن
- (b) البيع من الزبائن للشركات
- (c) البيع من الزبائن للزبائن
- (d) البيع من الشركات للشركات

س٢ يطلق على أي شركة تنفذ أعمالها في السوق التقليدي وليس على الانترنت :



- (a) Pure Online Organization
- (b) Click –and- Mortar
- (c) Brick – and – Mortar
- (d) Click – and- Employee

س٣ يسمى نموذج العمل Business Models والذي يتم فيه التعاون مع الشركات الأخرى :



- (a) Subscription fees
- (b) Transaction Fees
- (c) Affiliation
- (d) Sales

س٤ يعتبر أكثر أنواع المزادات انتشاراً :



- (a) American Auction
- (b) English Auction
- (c) Forward Auction
- (d) Reverse Auction

س١٥ يقصد بمصطلح B2C في التجارة الالكترونية :

- (a) البيع من الشركة للزبائن
- (b) البيع من الشركات للشركات الاخرى النظرية
- (c) البيع من الزبائن للزبائن
- (d) البيع من الزبائن للشركات



س١٦ يدفع العملاء على الانترنت رسوم الاشتراك بالمواقع الالكترونية باستخدام نموذج العمل

- (a) Transaction Fees
- (b) Subscription Fees
- (c) Adv Fees
- (d) Affiliation



س١٧ أي نماذج البيع يعد الأكثر استخداماً في التجارة الالكترونية :

- (a) B2B
- (b) B2C
- (c) C2B
- (d) B2B2C



س١٨ للتجارة الالكترونية عدة فوائد تعود على المنظمات اهمها :

- (a) الإمان
- (b) سهولة الاستخدام
- (c) السرعة
- (d) زيادة أعداد الشركاء



س١٩ يعد النموذج الأكثر انشأاً في الاسواق الالكترونية :

- (a) C2B
- (b) C2C
- (c) B2C
- (d) B2B



س١٠ يقصد بمصطلح B2B في التجارة الالكترونية:



- (a) البيع من الشركة للزبائن
- (b) البيع من الشركات للشركات الاخرى النظرية
- (c) البيع من الزبائن للزبائن
- (d) البيع من الزبائن للشركات

المحاضرة الثانية::

س١١ اتخذ القرار المنظمة بين قراره على لانها أصل من أصولها ومن يملكها يملك القوة



- (a) البيانات
- (b) المعلومات
- (c) الانظمة الحاسوبية
- (d) التقنيات الحديثة

س٢ / من الضغوط الاجتماعية التي تتعرض لها المنظمات في بيئة العمل



- (a) الاسواق المتغيرة
- (b) قوة العميل
- (c) ارتفاع الامور الاخلاقية والقانونية
- (d) جودة الشاملة

س٣ بيئة الاعمال دائما ويجب على المنظمات والشركات أن تكون سريعة لمواكبتها



- (a) ثابتة
- (b) مرتفعة
- (c) منخفضة
- (d) متغيرة

س٤ يرجع الكثير من الخبراء أسباب انهيار العديد من شركات العالم الافتراضي إلى :



- (a) انعدام التخطيط الاستراتيجي الجديد
- (b) ضعف رؤوس الاموال المستثمرة لدى الشركات
- (c) الصعوبات التقنية والامنية التي تعرضت لها هذه الشركات
- (d) دخول شركات غير مؤهلة في الاسواق الافتراضية

س٥ المنافسة ، وانخفاض أجور العمالة من الضغوط التي تتعرض لها المنظمات



- (a) السياسية
- (b) التقنية
- (c) الاقتصادية
- (d) البيئية

س٦ من الضغوط والتحديات البيئية والاجتماعية التي تتعرض لها وتواجهها المنظمات :



- (a) انخفاض اجور العمالة في بعض البلدان
- (b) التحولات الاقتصادية العالمية
- (c) المنافسة العالمية
- (d) تغير وتنوع القوى العاملة

س٧ البيانات هي :



- (a) المعلومات قبل معالجتها
- (b) المعلومات بعد معالجتها
- (c) المعلومات قبل تحويلها الى قرارات
- (d) ليس مما سبق

المحاضرة الثالثة ::

س٨ لا يعتبر من اوجه القصور الغير التقنية للتجارة الالكترونية :



- (a) فقدان المرونة
- (b) عدم توفير معايير للجودة
- (c) عدم توفر الامان
- (d) انعدام الخصوصية

المحاضرة الرابعة ::

س٩ محرك البحث أحد عناصر المتجر الالكتروني ، ومن أشهر محركات البحث



- (a) Google
- (b) Hotmail
- (c) L phone

Samsung (d)

س٢١شكل البنية القانونية التنظيمية للبائع والمشتري هو :



(a) السوق الالكتروني

(b) المتجر الالكتروني

(c) المزاد الالكتروني

(d) ليس مما سبق

س٣١سوق تمتلكه شركة واحدة يسمح فقط بالمشاركة في المجموعة محدودة من الزبائن الذين يعملون في نفس مجال الشركة المالكة ويسمى :



(a) Private Markets

(b) Public Markets

(c) Regioal Markets

(d) Global Markets

س٤١العمليات التي يتعامل معها المشتري الالكتروني من خلال موقع الشركة البائعة :



(a) Customer Service

(b) First End

(c) Front End

(d) Back End

س٥١يقصد بـ Customization في التجارة الالكترونية :



(a) قدرة الزبون على امتلاك منتج مختلف تماما عن المنتجات الاخرى

(b) قدرة الزبون امتلاك منتج يشعره بأنه مختلف ومتميز عن الاخرين

(c) قدرة الزبون على بناء المنتج حسب رغباته واحتياجاته

(d) قدرة المنظمة على صنع منتج مختلف مما يجعلها في موقع تنافسي افضل

س٦١موقع الكتروني يقدم للعميل مجموعة من الخدمات والمعلومات المتنوعة من خلال قنوات :



(a) Portel

(b) Portal

(c) Portul

(d) Portol

س١٧ خدمات الدعم والمساندة تعتبر من :



- (a) عناصر البنية التحتية التقنية الاسواق
- (b) عناصر المزادات الالكترونية
- (c) عناصر الاسواق الالكترونية
- (d) كل مما سبق

س١٨ من أشكال المنظمات التقليدية، ومن أشكال المنظمات الرقمية



- (a) السوق التقليدي / كتالوج ورقي
- (b) السوق الالكتروني / الفواتير إلكترونية
- (c) السوق الالكتروني / البيع التقليدي
- (d) الفواتير الورقية / السوق الالكترونية

س١٩ يعرف المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري لتبادل المنتج بمال او تبادل المنتج بمنتج بالاسواق



- (a) التقليدية
- (b) التنافسية
- (c) الاستهلاكية
- (d) الالكترونية

س١١٠ المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري عبر الانترنت Online لتبادل المنتج بمنتج



- (a) التقليدي
- (b) التنافسي
- (c) المنتج
- (d) الالكتروني

س١١١ ينقل المعلومات بين البائع والمشتري على يسهل عملية الشراء



- (a) شركات الاعمال
- (b) الوسطاء
- (c) الدعم والمساعدة
- (d) الواجحة

س١١٢ يحفز البائع على البيع ويشجع المشتري على الشراء لأتمام عملية البيع والشراء



- (a) شركات الاعمال

- (b) الوسيط
- (c) الدعم والمساعدة
- (d) الواجهة

س١٣ أهم اسباب النجاح للأسواق الالكترونية هي قوة ، التي تنقل المعلومات بين الشبكات وقواعد المعلومات المختلفة



- (a) الزبائن
- (b) البنية التحتية
- (c) الباعة
- (d) الواجهة

س١٤ الشاشة التي يتعامل معها الزبون أو العميل حتى يتم عملية الشراء هي شاشة ...



- (a) الواجهة
- (b) الخدمات
- (c) الزبائن
- (d) المنتجات

س١٥ هو موقع إلكتروني لشركة واحدة يوجد فيه منتجات وخدمات معروضة للبيع



- (a) المجمع التجاري الإلكتروني E-Mall
- (b) الاسواق الخاصة Private Markets
- (c) التجمع Consortia
- (d) المتجر الإلكتروني Storefront

س١٦ يستخدم المشتري للبحث عن المنتج المطلوب في المتجر الإلكتروني



- (a) الكنالوج الإلكتروني
- (b) سلة التسوق
- (c) محرك البحث
- (d) خدمات العملاء

س١٧ هو مركز السوق الإلكتروني يوجد فيه الجديد من المتاجر الالكترونية ، قد يصل عددها الى عمليات الآلاف



- (a) الاسواق العامة

(b) المجمع التجاري الالكتروني

(c) الاسواق الخاصة

(d) التجمع

س١٨.....تجمع بين السوق التقليدي والالكتروني



(a) المركز العام

(b) المركز المتخصص

(c) مراكز إقليمية – عالمية

(d) المتاجر المزودة

س١٩ تقع الشركات لعملائها فقط التي تعمل معهم في نفس المجال



(a) الاسواق العامة Public Markets

(b) المجمع التجاري الالكتروني E-mail

(c) الاسواق الخاصة private Markets

(d) البوابة Portal

س٢٠ المتجر الالكتروني الذي يقدم الكثير من الخدمات والمنتجات والسلع :



(a) Store front

(b) Consortia

(c) Shopping center

(d) Electronic Mail

س٢١ من العناصر التي تساعد الزبائن في إتمام عمليات الشراء عند زيارتهم للمتاجر الالكترونية :



(a) سلة التسوق

(b) الكنولوج الالكتروني

(c) خدمة العملاء

(d) كل مما سبق

المحاضرة الخامسة ::

س١١ يستخدم بالتجارة الالكترونية لعرض كل ما يتعلق بالمنتجات مئة معلومات وصور



(a) الكنولوج الالكتروني

(b) المنتجات الرقمية

- (c) السوق الإلكتروني
- (d) الفواتير الإلكترونية

س٢١ يعد العالم من أشهر العلماء المتخصصين في مجال المنافسة



- (a) ماشيل ديل
- (b) مايكل بورتر
- (c) التون مايو
- (d) فريدريك تيلور

س٢٢سهل البناء والتصميم وصعب التحديث بينماصعب البناء ومكلف ، وسهل التحديث



- (a) سلة التسويق / محرك البحث
- (b) الكatalog الإلكتروني / الكatalog الورقي
- (c) محرك البحث / سلة التسويق
- (d) الكatalog الورقي / الكatalog الإلكتروني

س٢٣ إدارة خدمات العملاء / إدارة علاقات العملاء :



- (a) المفهوم الثاني اشمل من المفهوم الاول
- (b) المفهوم الاول اشمل من المفهوم الثاني
- (c) لا يوجد فرق بينهم
- (d) لا يوجد مفاهيم بهذه المسميات

س٢٤ تستخدم الشركات مبدأ WYSIWYG ويقصد به :



- (a) سرعة في الحصول على المنتج
- (b) لتبسيط ربط أنظمة التجارة الإلكترونية مع أنظمة المنظمة الداخلية
- (c) اقناع الزبون والتأكد له بحصوله على المنتج الذي اشتراه
- (d) احد المعايير السولية للشراء باستخدام البطاقة البنكية عبر التجارة الإلكترونية

س٢٥ التأكد جودة المنتج المباع على الانترنت ، تقوم العديد من الشركات :



- (a) تزويد العملاء بعينات مجانية قبل الشراء
- (b) إصلاح المنتج اذا كان به أي تلف
- (c) اقناع العميل بعدم ارجاع المنتج مهما كان الثمن
- (d) كل مما سبق

المحاضرة السادسة ::

س١١ يعرف بمفهوم (السعر التفاعلي) وهو احد اهم مزايا :



- (a) المتجر الالكتروني
- (b) الاسواق الالكترونية الخاصة
- (c) التكنولوجيات الالكترونية
- (d) المزادات الالكترونية

س١٢ من فوائد Auctions للزبون :



- (a) الراحة
- (b) اختيار المنتج المناسب
- (c) تكرار عملية البيع والشراء
- (d) السرعة

س١٣ عندما تجري المنافسة في المزاد على كمية منتج واحد حتى يتم البيع فيعرف هذا النوع من المزادات :



- (a) المزاد الامريكي
- (b) المزاد الهولندي
- (c) المزاد الانجليزي
- (d) المزاد الكندي

س١٤ يقوم بالتخلص من المهام التي لافائدة لها لأتمام العملية بأقل الخطوات الممكنة



- (a) المزادات الالكترونية E-Auctions
- (b) التجارة الالكترونية بالهواتف M-commerce
- (c) التسويق المباشر Direct Marketing
- (d) إعادة الهندسة RE-engineering

س١٥ هو ملف يتابع تحركات الزائر على الموقع أثناء تواجده في الموقع فقط .



- (a) المزادات الالكترونية E-Auctions
- (b) التجارة الالكترونية بالهواتف M-commerce
- (c) التسويق المباشر Direct Marketing
- (d) إعادة الهندسة RE-engineering

س٦ أسواق الأسهم والبورصة من أنواع المزادات الالكترونية



- (a) بائع واحد / مشتري واحد
- (b) بائع واحد / عدة مشترين محتملون
- (c) مشتري واحد / عدة باعة
- (d) عدة باعة / عدة مشترين

س٧ المنافسات والمناقصات الحكومية ، التي يفوز بها من يقدم العرض الأقل سعراً ويسمى بالمزاد المتجه الى الأسفل تعد من نوع المزادات



- (a) بائع واحد / مشتري واحد
- (b) بائع واحد / عدة مشترين محتملون
- (c) مشتري واحد / عدة باعة
- (d) عدة باعة / عدة مشترين

س٨ تعتبر من عيوب تطبيق المزادات التقليدية :



- (a) عدم كفاية الوقت لفحص السلعة او المنتج بشكل جيد
- (b) دفع أسعار قد تكون مبالغ فيها لبعض السلع
- (c) صعوبة نقل بعض المنتجات الى موقع المزاد
- (d) ليس مما سبق

جميع الاجابات صحيحة

المحاضرة السابعة::

س١ أحدث مفهوم (BPR) نقلة في علم الإدارة عن طريق :



- (a) التخلص من الإدارة العليا
- (b) التخلص من الإدارة الوسطى
- (c) التخلص من الإدارة الدنيا
- (d) تقليص الإدارة الدنيا

س٢ سهلت الأسواق الالكترونية والتقنية عملية التسويق المباشر عن طريق :



- (a) سهولة ترويج المنتجات
- (b) تحسين خدمة العملاء
- (c) تخفيض الاسعار
- (d) جميع ماسبق

المحاضرة الثامنة::

س١١ أي من التالي لا يعد من مستحدثات الاسواق الالكترونية على المنظمات



- (a) التخصيص Customization
- (b) الإعلانات Adertisement
- (c) العمل من المنزل Tele-Commuting
- (d) الحوسبة الآلية Tele-Computing

س١٢ أي المصطلحات التالية يقصد به العمل من المنزل ، أو العمل عن بعد :



- (a) Tele-Commuting
- (b) Tele-Working
- (c) Tele-Moving
- (d) ليس مما سبق

س١٣ يقصد بالتخصيص Customization في التجارة الالكترونية :



- (a) قدرة الزبون على امتلاك منتج مختلف تمام عن المنتجات الأخرى
- (b) قدرة الزبون على امتلاك منتج يشعره بأنه مختلف ومميز عن الآخرين
- (c) قدرة المنظمة على صنع منتج مختلف يلبي حاجات كافة المستهلكين
- (d) قدرة الزبون على بناء المنتج حسب رغباته واحتياجاته

س١٤ Learning organizations هي منظمات تتميز :



- (a) بهياكل تنظيمية ضخمة وفق اليات عمل متطورة
- (b) بتوفر قواعد بيانات شاملة ومتنوعة
- (c) هياكل تنظيمية صغيرة وتقنيات متقدمة
- (d) ليس مما سبق

س١٥ الانتقال من السكن لمقر العمل والعكس يسمى :



- (a) Telecommputing
- (b) Teleconferencing
- (c) Telemoving
- (d) None of the above

س٦ أي من الشركات التالية تتعامل بنمط التسويق المباشر Direct Marketing :



- (a) BMW
- (b) Google
- (c) Yahoo
- (d) Amazon

المحاضرة التاسعة::

س١١ يقصد بتجزئة السوق :



- (a) التحكم والسيطرة على السوق
- (b) دمج الاسواق الصغيرة بهدف خلق اسواق أكبر
- (c) تقسم اسوق وفق معايير محددة
- (d) ادارة السوق بناء على حجم السوق وموقعه الجغرافي

س١٢ من أهم نماذج الأعمال المطبقة في التجارة الالكترونية :



- (a) مبيعات الجملة
- (b) الإعلانات
- (c) المزادات
- (d) التخفيضات الموسمية

س١٣ ارتفاع سعر الانترنت والاشتراك فيه من اوجه القصور في التجارة الالكترونية



- (a) التقليدية
- (b) الرقمية
- (c) الغير الرقمية
- (d) التقنية

س١٤ يطلق مصطلح E-Tailung على :



- (a) تجارة الجملة الالكترونية
- (b) تجارة التجزئة الالكترونية
- (c) التجارة بدون وسيط
- (d) التجارة المباشرة عن طريق الانترنت

س٥ أي السلع التالية هي الأكثر بيعاً على الأنترنت بقطاع التجزئة ؟



- (a) أجهزة الكمبيوتر والألكترونيات
- (b) الملابس والأدوات الرياضية
- (c) خدمات السفر والسياحة

س٦ اتعد الأكثر بيعاً على الأنترنت :



- (a) خدمات السفر والسياحة
- (b) الادوية
- (c) الملابس والاحذية
- (d) خدمات المصارف

س٧ أهم ما يميز تجارة التجزئة الإلكترونية



- (a) سهولة شرائها من أي مكان في العالم
- (b) القدرة على تحويل بعض السلع إلى سلع رقمية
- (c) اعتمادها على أسماء الشركات الكبيرة والقوية فقط
- (d) رخص أسعار منتجاتها

(المفروض يكتب ماعدا) يوجد
خطأ بطريقة سؤال

المحاضرة العاشرة::

س١١ يبدأ المستهلك بالبحث وجمع المعلومات في عملية صنع قرار الشراء وهي تأتي في المستوى :



- (a) الاول
- (b) الثاني
- (c) الثالث
- (d) الرابع

س١٢ اتقع حاجة التقدير في هرم ماسلو للحاجات في المستوى :



- (a) الاول
- (b) الثاني
- (c) الثالث
- (d) الرابع

س١٣ اتعتبر احد خصائص المنتج ضمن نموذج سلوك المستهلك الإلكتروني :



- (a) الاتجاهات
- (b) السياسات المتبعة في السوق
- (c) السعر
- (d) سمعة المنتج

س٤ تأتي الحاجة إلى الأمان في هرم ماسلو



- (a) بعد الحاجات الأساسية
- (b) بعد الحاجة إلى الانتماء والعلاقات الاجتماعية
- (c) بعد الحاجة إلى التقدير
- (d) بعد تحقيق الذات

المحاضرة الحادية عشر

س١١ يطلق على الشخص الذي يقترح عملية الشراء :



- (a) المبادر
- (b) المؤثر
- (c) المقرر
- (d) المشتري

س٢ أي من مفاهيم التسويق عبارة عن تسويق فعال ذو اتجاهين مبني على التواصل المستمر بين الشركة والمستهلك ؟



- (a) التسويق الشامل الواسع
- (b) التوزيع التسويقي
- (c) التسويق الأحادي
- (d) ليس شيء مما سبق

س٣ يقصد بالـ 4ps



- (a) product ، price ، place ، People
- (b) product ، promotion ، places ، Pricier
- (c) place ، product ، price ، Partnerships
- (d) place ، price ، private ، market ، Promotion

س٤ يقصد بتجزئة التسويق :



- (a) التحكم والسطيرة على السوق

- (b) التسويق الشخصي الموجة من عميل لعميل آخر
- (c) التسويق المباشر الموجة لعميل واحد
- (d) إدارة السوق بناء على المواقع الجغرافية

س٥ المستخدم في عملية صنع قرار الشراء هو :

- (a) ذلك شخص الذي يؤثر على صنع قرار الشراء او جزء منه بغرض استخدام السلعة او الخدمة
- (b) ذلك الشخص المبادر الذي يطلق فكرة استخدام او الشراء المنتج او الخدمة
- (c) ذلك الشخص المستخدم للسلعة او الخدمة
- (d) ذلك الشخص الذي يشتري المنتج او السلعة او الخدمة بغرض استخدامها



المحاضرة الثانية عشر ::

س١ يقصد بالـ 4ps



- (a) People ، place ، price ، product
- (b) Pricier ، places ، promotion ، product
- (c) Partnerships ، price ، product ، place
- (d) Promotion ، market ، private ، price ، place



س٢ ماهو الترتيب الصحيح الذي تتم به عملية الشراء :

- (a) الحاجة ، جمع المعلومات عن المنتج ، التقييم والمقارنة والاختيار ، الشراء ، خدمة ما بعد البيع وتقييم المنتج
- (b) الحاجة ، التقييم والمقارنة والاختيار ، جمع المعلومات عن المنتج الشراء ، خدمة ما بعد البيع وتقييم المنتج
- (c) التقييم والمقارنة والاختيار ، الحاجة ، جمع المعلومات عن المنتج ، الشراء ، خدمة ما بعد البيع وتقييم المنتج
- (d) الحاجة ، جمع المعلومات عن المنتج ، التقييم والمقارنة والاختيار ، الشراء ، خدمة ما بعد البيع وتقييم المنتج

س٣ من وسائل وأدوات قياس مدى نجاح خدمة العميل الالكتروني :



- (a) سرعة الاستجابة لطلب العميل
- (b) تحديث البيانات بصفة مستمرة
- (c) الامان وحماية البيانات الشخصية
- (d) جميع ما سبق

س٤ اعتبر مستقبل وثورة الاعمال الالكترونية :



- (a) M – Advertising
- (b) M- Commerce

M- Tailing (c)

M – Banking (d)

س١٥ أي المصطلحات التالية يعتبر مستقبل وثورة في مجال الاعمال الالكترونية :

M – Advertising (a)

M- Commerce (b)

M- Tailing (c)

M – Banking (d)



س١٦ من مؤشرات نجاح خدمة العميل الالكتروني هي :

(a) قلة خطوات إتمام عملية الشراء

(b) بطء التحميل الحصول على المحتوى

(c) عدم توفر الأمان

(d) كل مما سبق



س١٧ تتميز ال Web 2.0 توفر اليات متنوعة منها :

(a) سوق الكتروني

(b) الملتيميديا

(c) كئالوج الالكتروني

(d) ليس مما سبق



المحاضرة الثالثة عشر ::

س١٨ هو شخص يمتلك محارة تقنية يقصد بها الدخول على قواعد البيانات وأجهزة الاخرين بقصد التدمير والسرقة

والاختلاس والابتزاز :



Hacker (a)

Cracker (b)

Blohher (c)

(d) ليس شيء مما سبق

س١٩ العلاقة بين التقنية والسعر علاقة ، وتؤثر على المنافسة بين المنظمات

(a) ايجابية

(b) سلبية



(c) طردية

(d) عكسية

س٣ يلعب الوسيط الالكتروني ادوار هامة باستثناء :



(a) توفير تكاليف البحث

(b) توزيع المنتجات

(c) حصر مخاطر تعاقد من الآخرين

(d) انعدام الخصوصية

س٤ تتوفر لديه مهارات عالية في مجال الحاسب والانترنت ولايقوم باختراق الاجهزة بقصد التدمير والتخريب او السرقة :



(a) الـ Cracker

(b) الـ Blogger

(c) الـ Skater

(d) الـ Hacker

المحاضرة الرابعة عشر::

س١ يعتبر اليوم هو portal الأشهر عل شبكة الانترنت :



(a) Google

(b) Hotmail

(c) Yahoo

(d) Free find

س٢ تختلف المنظمات التقليدية والمنظمات الرقمية بشأن :



(a) العملاء الاذكياء أو ما يطلق عليهم smart shoppers

(b) طرق سداد قيمة السلع

(c) وجود المزادات

(d) السلع والخدمات الرقمية

س٣ يعاب على استخدام المزادات الرقمية :



(a) محدودية المشاركة

(b) انعدام الامان

(c) أ + ب

(d) ليس مما سبق

س٤ جودة الخدمات المقدمة من قبل الحكومات والشركات هي من اهم فوائد تطبيق التجارة الالكترونية :



- (a) للدولة
- (b) للزبائن
- (c) للمنظمات
- (d) ليس مما سبق

س٤ خدمة المواطن تتم عبر الوسائط الالكترونية ومنها الانترنت من خلال :



- (a) الوزارات الالكترونية
- (b) الحكومات الالكترونية
- (c) البوابات الالكترونية
- (d) التجارة الالكترونية

س٥ بطاقة الصراف الآلي التي تقدمها البنوك السعودية لعملائها تسمى :



- (a) Debit Card
- (b) Charge card
- (c) Credit card
- (d) Check card

س٦ يصعب ربطه مع أنظمة المخزون بالشركة :



- (a) الكنولوج الالكتروني
- (b) كنالوج البوابة الالكترونية
- (c) الـ ERP
- (d) الكنولوج الورقي

س٧ يتميز بسهولة استخدامه وتحديثه بالرغم من ارتفاع تكلفة تصميمه :



- (a) منطقة / بوابة الدفع المالي
- (b) محرك البحث
- (c) الموقع الالكتروني
- (d) البوابة الالكترونية

الجواب غير موجود

عوامل النجاح عملية الدفع المالي الالكتروني

- ١- الامان والدقة
- ٢- السرعة في اتمام عملية الدفع
- ٣- السهولة / صعوبة عملية الدفع المالي
- ٤- الرسوم لكل عملية

س١٨ لايعتبر من ضمن عوامل النجاح الدفع المالي

الالكتروني :



- (a) السرعة
- (b) الرسوم
- (c) الدقة
- (d) الأمان

س١٩ الاسعار في الاسواق التقليدية الاسعار على الانترنت والتجارة الالكترونية



- (a) أكثر من
- (b) اقل من
- (c) تحدد
- (d) تطابق

الواجبات :

الواجب الاول ::

١- _____ تعني بيع السلع والخدمات من خلال الشبكات الالكترونية ومنها شبكة الانترنت

- (a) التجارة الالكترونية E-commerce
- (b) ادارة الاعمال الالكترونية E-Business
- (c) التجارة الالكترونية بالشكل كامل
- (d) الحكومة الالكترونية

٢- من فوائد التجارة الالكترونية للمنظمات أيًا كان حجمها :

- (a) زيادة الشركاء
- (b) انخفاض التكاليف
- (c) اتساع حجم السوق
- (d) كل ماسبق

٣- من أوجه القصور الغير قانونية للتجارة الالكترونية :

- (a) بطء سرعات الانترنت
- (b) فقدان المعايير الدولية للتجارة الالكترونية
- (c) عدم الثقة الزبون بالمنتج الذي يحصل عليه

(d) ليس مما سبق

الواجب الثاني ::

١- من الوسائل المستخدمة لخدمة العملاء :

- (a) البريد الالكتروني
- (b) موقع الشركة
- (c) مراكز الخدمة
- (d) كل مما سبق

٢- تعتبر أكثر المنتجات بيعاً على الانترنت:

- (a) الملابس
- (b) أجهزة الحاسب الآلي
- (c) خدمات السفر
- (d) الكتب

٣- E-Government تعني الحكومة الالكترونية :

- (a) بيع المنتجات والخدمات من قبل الحكومة
- (b) الخدمات الحكومية التي تقدم للمواطنين إلكترونياً
- (c) التواصل بين القطاعات الحكومية عن طريق الانترنت
- (d) ليس مما سبق

الواجب الثالث::

١- يعرف السوق الالكتروني بأنه المكان الذي يلتقي به البائع والمشتري لتبادل السلع أو الخدمات فيما بينها

- (a) صح
- (b) خطأ

٢- المزاد الأمريكي أو ما يعرف بـ Yankee يقوم على :

- (a) عرض منتج / سلعة واحدة حتى تباع بالسعر الأعلى ثم تعرض السلعة التي بعدها وهكذا
- (b) عرض كمية كبيرة من نفس المنتج حتى تباع بالسعر الأعلى
- (c) هو مزاد يستخدم من قبل الحكومات لشراء عروض بالسعر أقل
- (d) غير ذلك

٣- التخصيص هي عملية يتم من خلالها :

- (a) تبادل المعلومات الخاصة والسرية بين شركاء العمل
- (b) بناء السلعة حسب رغبة الزبون
- (c) بناء الهيكل التنظيمي للشركة حسب الاساليب الحديثة في علم الادارة
- (d) أن تقوم الشركة بالتخصيص جزء من ميزانيتها الأجل البحث والتطوير
- ٤- في نظرية السلوك المستهلك ليس بالضرورة من يشتري السلعة هو من يستخدمها :
- (a) صح
- (b) خطأ

تم بحمد الله

دعواتكم لنا بالتوفيق

أكتوبريه & بحر العطا