

المحاضرة الاولى

- ١ - هي مجموعة من الشبكات المترابطة والمتداخلة والمنتشرة مع جميع انحاء العالم.
- أ - الشبكات الواسعة WAN
 - ب - الشبكات المتداخلة interconnection Networks
 - ت - شبكة الانترنت internet.
 - ث - شبكات الاتصال اللاسلكية Wireless Networks
- ٢ - أي من أنظمة المعلومات التالية تستخدم لتنسيق جميع الموارد والمعلومات والأنشطة اللازمة للإجراءات العملية في المؤسسة. (الاجابة من نت)
- أ - معالجة المعاملات Transaction processing (TPS)
 - ب - الإدارة ودعم اتخاذ القرار Management and Decision Support (MIS/DSS)
 - ت - تخطيط موارد المؤسسات (ERP) Enterprise Resource Planning
 - ث - إدارة علاقات العملاء Customer Relationship Management (CRM)
- ٣ - مصطلح يطلق على عمليات البيع والشراء وتبادل السلع من خلال الإنترنت.
- أ - إدارة الاعمال الالكترونية e-bussiness
 - ب - التجارة الالكترونية e-commerce
 - ت - الاسواق الإلكترونية Online- Markets
 - ث - المزادات الإلكترونية E-Austions
- ٤ - تشمل على كافة الأنشطة والاعمال داخل وخارج ، وتدار بشكل جزئي ، أو كلي من خلال شبكة الحاسب الآلي ، والإنترنت
- أ - إدارة الاعمال الالكترونية e-bussiness
 - ب - التجارة الالكترونية e-commerce
 - ت - الاسواق الإلكترونية Online- Markets
 - ث - المزادات الإلكترونية E-Austions

المحاضرة الثانية

- ١ - هي شبكة الشركة الخاصة التي تصمم لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخلية أو من اجل تبادل البيانات والمعلومات عن عمليات وأنشطة المنظمة.
- أ - شبكة الانترنت internet
 - ب - شبكة الانترنت intranet
 - ت - شبكة الانترنت extranet
- ٢ - أي مما يلي لا يعد من الاعمال الالكترونية e-bussiness ؟
- أ - التجارة الإلكترونية e-commerce
 - ب - الاعمال للزبائن B2C
 - ت - الاعمال للأعمال B2B
 - ث - إدارة الموارد البشرية

من الاعمال الالكترونية:

1-التعاملات المالية، ولكن كافة الأنظمة والأنشطة.

2- التقنية، ولكن الاستراتيجية التشغيلية والعمليات 3- الإنترنت

٣ - أي مما يلي لا يعد من الفوائد المحتملة لإدارة الأعمال الإلكترونية e-bussiness ؟

أ - تخفيض تكاليف التشغيل النهائية.

ب - زيادة الإنتاجية.

ت - قلة التكلفة التنفيذ.

ث - تحسين العلاقات مع الموردين / الزبائن.

باقي الفوائد:

1-تحسين ومشاركة التعلم / المعرفة.

2-التوحيد والمواعمة.

٤ -هي العمليات التي يتم تطويرها عن طريق إدارة الأعمال الإلكترونية وتهتم المشتريات، ويأمر، تجديد المخزون، والمدفوعات، وصلة مع الموردين، وعملية مراقبة الإنتاج.

أ - العمليات التي تركز على الإنتاج.

ب - العمليات التي تركز على الإدارة الداخلية. (خدمات الموظفين، والتدريب، تشارك المعلومات الداخلية، التوظيف، والمبيعات، والاتصالات، الاتصال بين مجموعة العمل، النشر الإلكتروني)

ت - العمليات التي تركز على العميل. (الجهود الترويجية والتسويقية، بيع على الإنترنت، معالجة أوامر الشراء، ومعالجة المدفوعات، دعم العملاء)

ث - إدارة الأعمال الإلكترونية.

المحاضرة الثالثة

١ - يقصد بمصطلح B2B في التجارة الإلكترونية ؟

أ - البيع من الشركة للزبائن. (B2C)

ب - البيع من الشركات الى الشركات الأخرى نظيره.

ت - البيع من الزبائن للزبائن. (C2C)

ث - البيع من الزبائن للشركات. (C2B)

٢ - أي مما يلي يعد من معوقات التجارة الإلكترونية ؟

أ - انخفاض تكلفة وأسعار منتجاتها.

ب - المنافسة العالية بين المتاجر الإلكترونية.

ت - انتشار الغش والخداع وغياب التشريعات الملزمة .

ث - عم وجود وسطاء بين الباعه والمشتريين.

باقي المعوقات: 1-عدم إدراك الشركات لمخاطر

الاقتصاد الإلكتروني 2 -عدم وجود شبكات

معلوماتية سريعة 3-إيجاد طرق آمنة للتوقيع

الإلكتروني وحماية شبكات المعلومات 4-

عوامل ثقافية خاصة بالمجتمع العربي.

٣ - يعتمد نموذج البيع المباشر على

أ - عدم وجود وسطاء

ب - البيع للزبائن عن طريق الوسطاء.

ت - البيع عن طريق منافذ الشركة التقليدية.

ث - تخفيض تكلفة المنتجات عن طريق العمليات الادارية غير ضرورية.

٤ - أي مما يلي لا يعد من الفوائد التجارية الإلكترونية ؟

أ - تحسين جودة المنتجات المقدمة للزبائن.

ب - ارتفاع مستوى المعيشة لدى الأفراد.

ت - تحسين مستوى الخدمات المقدمة من قبل الحكومات والشركات

ث - قلة القوانين والتشريعات التي تحكم عمليات التبادل الإلكتروني.

٥ - من أسباب أنهيار العديد من الشركات التجارية الإلكترونية ؟

أ - عدم توفر راس المال الكافي لمزاولة أنشطة التجارة الإلكترونية.

ب - الصعوبات التقنية والأمنية التي تتعرض لها هذه الشركات.

ت - دخول شركات غير مؤهلة في هذا المجال .

ث - غياب التخطيط الاستراتيجي الجيد

المحاضرة الرابعة

1 - يعرف المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري لتبادل المنتج بـ مال أو تبادل المنتج بـ منتج أو

خدمة أو معلومات ، بالسوق.....

أ - التقليدية .

ب - التنافسية.

ت - الاستهلاكية.

ث - الإلكترونية.

٢ - المكان الذي يلتقي فيه البائع والمشتري ولكن يتم اللقاء عبر الانترنت online لتبادل المنتج بـ مال

، هو السوق.....

أ - التقليدي.

ب - التنافسي.

ت - المنتج.

ث - الإلكتروني.

٣ - يحفز البائع على البيع ، ويشجع المشتري على الشراء ، لإتمام عملية البيع والشراء.

أ - شركاء العمل. (هـ هي شركاء يعملون معنا في العمل الذي نقوم به ، فهناك شركات تعمل في

مجال الشحن ، التقنية ، إيصال المنتج للزبون ، والتأمين وغيرها)

ب - الوسطاء .

ت - الدعم والمساندة (مثل / خدمة العملاء والضمان والوثيق)

ث - الواجهة (هي الشاشة التي يتعامل معها الزبون أو العميل حتى يتم عملية الشراء)

٤ - هو موقع إلكتروني لشركة واحدة يوجد فيه منتجات وخدمات معروضة للبيع.

أ - المجمع التجاري الإلكتروني E-Mall . (هو عبارة عن مركز تسوق إلكتروني يوجد فيه

العديد من المتاجر الإلكترونية ، قد يصل عددها إلى عشرات الآلاف)

ب - الأسواق الخاصة Private Markets . (هي شركة تفتح سوق لا يمكن للجميع الدخول فيه

هو فقط مفتوح لمجموعة معينة من العملاء أو الزبائن)

ت - التجمع Consortia .

ث - المتجر الإلكتروني Storefront .

المحاضرة الخامسة

1-.....يستخدم في التجارة الإلكترونية لعرض كل مايتعلق بالمنتجات من معلومات وصور.

- أ - الكتالوج الإلكتروني.
- ب - المنتجات الرقمية.
- ت - السوق الإلكتروني.
- ث - الفواتير الإلكترونية.

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

- أ - محرك البحث.
- ب - الكتالوج الإلكتروني.
- ت - سلة التسوق.
- ث - المتجر الإلكتروني.

3- أي مما يلي لا يعد من عوامل المنافسة في التجارة الإلكترونية؟

- باقي العوامل:1-المقارنة السريعة بين السلع
- 2- الاختلاف Differentiation / التخصيص / Customization

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

4-إن عنصر مهم في المتجر الإلكتروني ، وضروري جداً لجمع المشتريات العملاء.

- أ - سلة التسوق.
- ب - الكتالوج الإلكتروني.
- ت - محرك البحث.
- ث - الوسيط.

المحاضرة السادسة

١ - هي آلية إلكترونية للتسوق، يتم فيها عرض المنتجات والسلع . ويقوم المشترون المحتملون بتقديم عروض الشراء ، ويتم البيع للأعلى سعراً

أ - المزادات الإلكترونية E-Auctions

ب - التجارة الإلكترونية بالموبايل M-commerce

ت - التسويق المباشر Direct Marketing

ث - إعادة الهندسة Re-engineering

٢ - يقوم مفهوم بالتخلص من المهام التي لأفائده لها لاتمام العملية بأقل الخطوات الممكنة.

أ - المزادات الإلكترونية E-Auctions

ب - التجارة الإلكترونية بالموبايل M-commerce.

ت - التسويق المباشر Direct Marketing

ث - أعادة الهندسة Re-engineering

٣ - تعتبر أسواق الأسهم والبورصة من أنواع المزادات الإلكترونية ؟

أ - بائع واحد / مشتري واحد . (عبارة عن مزاد على منتج معين لفترة محددة، حيث يعرض

المشتري المحتمل سعر، إذا كان السعر غير مناسب للبائع يتغير المشتري بمشتري محتمل

آخر.)

ب - بائع واحد / عدة مشترون محتملون.

ت - مشتري واحد / عدة باعة

ث - عدة باعة / عدة مشترون

٤ - تعتبر المنافسات والمناقصات الحكومية التي يفوز بها من يقدم العرض الأقل سعراً، ويسمى بالمزادات

الى الأسفل، من نوع المزادات

أ - بائع واحد / مشتري واحد.

ب - بائع واحد / عدة مشترون محتملون. (عبارة عن مزاد يكون به بائع واحد وعدة مشترون

محتملون)

ت - مشتري واحد / عدة باعة

ث - عدة باعة / عدة مشترون

المحاضرة السابعة

١ - أحدث مفهوم إعادة هندسة العمليات الإدارية (BPR) نقلة في علم الإدارة عن طريق.

أ - التخلص من الإدارة العليا.

ب - التخلص من الإدارة الوسطى.

ت - التخلص من الإدارة الدنيا.

ث - تقليص الإدارة الدنيا.

• نتيجة لذلك تم تصغير الهياكل الكبيرة للمنظمات

وتم الاعتماد على تقنية المعلومات بشكل كبير.

• ظهور المنظمات الشبكية

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

أ - فريدريك تايلور.

ب - ألتون مايو.

ت - مايكل هامر.

ث - مايكل ديل.

٣ - ظهر مفهوم التسويق المباشر على يد:

- أ - فريدريك تايلور.
- ب - ألتون مايو.
- ت - مايكل هامر.
- ث - مايكل ديل.

٤ - أي مما يلي لا يستخدم في الحملات الإعلانية في التسويق المباشر؟

أ - الإعلانات التلفزيونية.

- ب - الرسائل القصيرة SMS .
- ت - الإعلانات المباشرة على الإنترنت.
- ث - الإعلانات من خلال البريد الإلكتروني e-Mail.

باقي الحملات الإعلانية :

- البريد العادي
- الهاتف
- الإعلانات على الهواتف النقالة.

المحاضرة الثامنة

١ - أي مما يلي لا يعد من مستحدثات الأسواق الألكترونية على المنظمات؟

أ - التخصيص Customization

ب - الإعلانات Advertisement

ت - العمل عن بعد Tele-Commuting

ث - الحواسيب الآلية Tele- Computing

باقي المستحدثات :

-أنظمة أخذ الطلب Ordering Systems

-المنظمات المعرفية Knowledge

٢ - أي المصطلحات التالية يقصد به العمل من المنزل ، أو العمل عن بعد؟

أ - Tele-Commuting

ب - Tele- working

ت - Tele-moving

ث - Tele-business

3 - يقصد التخصيص Customization في التجارة الالكترونية؟

أ - قدرة الزبون على امتلاك منتج مختلف تمام عن المنتجات الأخرى.

ب - قدرة الزبون على امتلاك منتج يشعره بأنه مختلف ومتميز عن الآخرين.

ت - قدرة المنظمة على صنع منتج مختلف يلبي حاجات كافة المستهلكين.

ث - قدرة الزبون على بناء المنتج حسب رغباته و احتياجاته

الاختلاف

Differentiation

4 - هي أنظمة الكترونية تعتمد بشكل أساسي على التطور الهائل في تقنية الاتصالات والمعلومات

وقواعد البيانات، تستخدم لتسجيل طلبات العملاء.

أ - معالجة المعاملات Transaction processing (TPS)

ب - أنظمة أخذ الطلب Ordering Systems

- ت - إدارة علاقات العملاء (CRM) Customer Relationship Management
ث - التسويق المباشر Direct Marketing

المحاضرة التاسعة

- ١ - يطلق مصطلح E-Tailing على :
أ - تجارة الجملة الإلكترونية
ب - تجارة التجزئة الإلكترونية
ت - التجارة بدون وسيط
ث - التجارة المباشرة عن طريق الإنترنت
- ٢ - أي السلع التالية هي الأكثر مبيعا على الأنترنت بقطاع التجزئة ؟
أ - أجهزة الكمبيوتر والإلكترونيات
ب - الملابس والأدوات الرياضية.
ت - البضائع الرياضية.
ث - الكتب.
- ٣ - أهم ما يميز تجارة التجزئة الإلكترونية؟
أ - سهولة شرائها من أي مكان في العالم.
ب - القدرة على تحويل بعض السلع إلى السلع رقمية
ت - اعتمادها على اسماء الشركات الكبيرة والقوية فقط.
ث - رخص أسعار منتجاتها.
- ٤ - أي من الشركات التالية تتعامل بنمط التسويق المباشر Direct Marketing .
أ - BMN
ب - Google
ت - Yahoo
ث - Amazon

المحاضرة العاشرة

- ١ - يطلق على الشخص الذي يقترح عملية الشراء.
أ - المبادر
ب - المؤثر.
ت - المقرر.
ث - المشتري.
- ٢ - هو نمط التسويق الذي يعامل كل العملاء بطريقة فريدة من نوعها.
أ - B2B
ب - B2C
ت - C2B

ث - One-to-One Marketing

- ٣ - هي الملفات التي ينسخها موقع التجارة الإلكترونية على جهاز المستخدم وتسجل انشطته ، وترجع اليها لقراءتها في الزيارات التالية، لتقديم عروض تتماشى مع تفضيلاته.....
- أ - ملف المستخدم User Profile . (يتضمن المتطلبات، والأفضليات، والسلوكيات، والصفات الديموغرافية لعميل معين)
- ب - الكوكيز Cookies
- ت - الملفات المؤقتة Temporary Files .
- ث - الملفات السجل التاريخي History Files .
- ٤ - التشخيص Personalization تتم مطابقة الخدمات، والمنتجات، والإعلانات مع المستهلكين الأفراد، ويتم ذلك عن طريق.....
- أ - الحصول على المعلومات من البائع بشكل مباشر.
- ب - مراقبة سلوك المستهلكين على الإنترنت
- ت - تسجيل أنماط الشراء المستقبلية للأفراد.
- ث - جميع ما ذكر

المحاضرة الحادية عشر

- ١ - أي من طرق الدفع الالكترونية التالية الأكثر استخداما في التجارة الإلكترونية؟
- أ - بطاقات الائتمان Credit Cards (تصدر عن البنوك، يكون لكل بطاقة 16 رقما فريدا، وتتضمن أرقام الفحص، وتاريخ الانتهاء، تقوم شركات ترخيص ثالثة بالتحقق من المشتريات وصلاحيه بطاقة الائتمان).
- ب - المحافظ الرقمية E-Wallets
- ت - بطاقات السحب الآلي Debit Cards
- ث - الكروت الذكية Smart cards
- ٢ - يتم التحقق من صلاحية بطاقات الائتمان ، وإتمام عملية الشراء عن طريق.....
- أ - البائع
- ب - المشتري
- ت - شركة إصدار بطاقات الائتمان.
- ث - شركات ترخيص ثالثة
- ٣ - هي عبارة عن حسابات تشبه حسابات البنوك التقليدية، حيث يودع المشتري النقد في الحساب، ويتعامل به على مواقع التجارة الإلكترونية .
- أ - بطاقات الائتمان Credit Cards
- ب - المحافظ الرقمية E-Wallets (تم إنشائها بواسطة شراكة بين بعض المؤسسات المالية وبعض مواقع التجارة الإلكترونية. تمكن المحافظ الإلكترونية العملاء من دفع الفواتير)
- ت - الكروت الذكية Smart cards
- ث - العملات الرقمية Digital Currency (تصل المدفوعات إلى تجار التجارة الإلكترونية، لا يحتاج الزبائن إلى بطاقات ائتمان، ويقتصر الاتفاق على رصيد الحساب ، www.ecash.com)

٤ - هي كروت ذات شريحة كمبيوتر ، تتم قراءتها عن طريق قارئات خاصة، على خدمات الرعاية الصحية .

أ - بطاقات الانتماء Credit Cards

ب - المحافظ الرقمية E-Wallets

ت - الكروت الذكية Smart cards (يمكن للماكينات البنكية تحميل الكاش ، ويتم تنزيلها عن طريق المشتريات، تعتبر شركات MasterCard ، GemPlus رائدة في مجال الكروت الذكية)

ث - العملات الرقمية Digital Currency

المحاضرة الثانية عشر

١ - أي مما يلي لا يعد الاستراتيجية العامة للأعمال الإلكترونية؟

أ - قيادة التكلفة الإجمالية .Overall cost leadership

ب - التميز Differentiation

ت - التركيز Focus

ث - التنافسية competitiveness

٢ - أي من المراحل التالية لاتعد من مراحل تخطيط الاستراتيجي؟

أ - تحليل التنافسية.

ب - صياغة الاستراتيجية.

ت - تنفيذ التخطيط الاستراتيجية.

ث - البحث عن استراتيجية جديدة.

٣ - يركز تحليل SWOT للتخطيط الاستراتيجي على التعرف على:

أ - Strengths- Weaknesses- Operation-Threats

ب - Strengths- Weaknesses- Opportunities-Throats

ت - Strengths- Weaknesses- Opportunities-Threats

ث - Scoial- Weekend- Opportunities-Threats

المحاضرة الثالثة عشر --- والمحاضرة الرابعة

1-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

E-commerce-2

أ - Any electronically mediated communication between an

. organization and its stakeholders

ب - An organization using electronic media to purchase from toits
suppliers