

## مراجعة لمقرر التسويق الالكتروني الفصل الثالث المحاضرة 7 - والله ولي التوفيق

السؤال الأول / الاعتبار التي يجب على المسوقين أخذها في الاعتبار عند الدخول إلى مجال التسويق الالكتروني

التوافق مع مفاهيم شبكات الأعمال وأن يتعلم المسوقون كيفية الحصول على المزايا التنافسية من خلال تطبيق التكنولوجيا الحديثة.

تنمية مهارات العلاقات الإنسانية للتمكن من التفاعل مع المستهلكين بصورة فردية.

فهم التأثير الاستراتيجي للتسويق الالكتروني على المنظمة لتلافي الصراع أ، التعارض داخل المنظمة.

أدارك القدرة على التعامل مع المستهلكين كل على حدة.

**الجواب / جميع ما سبق صحيح.**

السؤال الثاني / مستويات استخدام صفحات الويب :

استخدام الويب كلوحة إعلان الكتروني والتي تمد المستهلكين بالمعلومات الخاصة بالمنتجات والخدمات.

استخدام كمركز تسوق افتراضي . ( مول افتراضي يركز على السلع الاستهلاكية).

استخدام الويب ككتالوج افتراضي ( نقاط التجارة الدولية ).

استخدام كسوق افتراضي ( المواقع الافتراضية التي تقدم سلعا موجهة للمستهلك النهائي أ، المشتري الصناعي ).

**الجواب / جميع ما سبق صحيح.**

السؤال الثالث / مستويات استخدام صفحات الويب هو استخدام كسوق الكتروني ( الموقع الافتراضية والمنظمات التي أنشأت لها مواقع على شبكة الانترنت التي تقدم سلعا موجهة للمستهلك النهائي أو المشتري الصناعي ).

**الجواب / صواب.**

خطأ.

**السؤال الرابع /** الإشكال أو المراحل التي تمر بها مواقع الويب وتمارس من خلالها وظائف تسويقية مختلفة :

الشكل السابق للبيع

الالكتروني المباشر

ما بعد البيع

**الجواب جميع ما سبق صحيح.**

**السؤال الخامس /** الشكل السابق للبيع وهي تتمثل في المجهودان التي تقوم بها المنظمة لجذب المستهلكين بواسطة الإعلان والعلاقات العامة.

**الجواب : صواب**

خطا

**السؤال السادس /** البيع الالكتروني المباشر :وهي تنطوي على أنشطة الشراء الالكتروني حيث يتم إعطاء الأوامر وتنفيذها الكترونيا من خلال التسهيلات المتاحة والخاصة بالويب.

**الجواب : صواب**

خطا

**السؤال السابع /** ما بعد البيع : وهو ينطوي على خدمة المستهلك بعد البيع وحل المشال التي تواجهه بهدف الوصول لرضاء المستهلك.

**الجواب : صواب**

خطا

**السؤال التاسع /** استخدام الإنترنت والإنترنت والإكسترنانت في تدعيم الوظائف التسويقية:

استخدام الإنترنت على المستوى الاستراتيجي.

استخدامات الإنترنت على المستوى التكتيكي والتشغيلي .

استخدامات الإنترنت والاسكترانت على المستوى الاستراتيجي .

استخدامات الإنترنت والاسكترانت على المستوى التكتيكي والتشغيلي.

**الجواب : جميع ما سبق صحيح.**

السؤال العاشر : استخدامات الإنترنت على المستوى الاستراتيجي هو تزويد الإدارة بالمعلومات ... .

فحص ودراسة البيئة

صنع القرار الاستراتيجي.

تحليل المنافسين.

تحليل السوق

**جواب : جميع ما سبق صحيح.**

السؤال الحادي عشر : استخدامات الإنترنت على المستوى التكتيكي والتشغيلي ... العلاقات العامة والنشر و ..

الإعلان والترويج.

التوزيع.

بحوث التسويق.

التسويق المباشر

**الجواب / جميع ما سبق صحيح.**

السؤال الثاني عشر : استخدامات الإنترنت و الإسكترانت على المستوى الاستراتيجي :

المساعدة في تحليل البيانات الداخلية.

المساهمة في تكوين قاعدة للبيانات.

العمل على تحسين كفاءة العمليات.

المساعدة في الرقابة.

**الجواب : جميع ما سبق صحيح.**

**السؤال الثالث عشر :** استخدامات الإنترنت و الإسكترانت على المستوى التكتيكي والتشغيلي :  
خدمة العملاء ... و

المساعدة في الحصول على بيانات من الموزعين.

المساعدة على التسويق العلاقات مع العملاء والموردين.

عقد المؤتمرات.

التدريب

**الجواب / جميع ما سبق صحيح.**

**السؤال الرابع عشر :** حيث ساهمت شبكة الانترنت في تغيير الفكر التسويقي لدى منظمات الأعمال وذلك من خلال الوقت و التنافس التعاوني ... و

الاختراق والانتشار بدلا من الاعتماد على موقع جغرافي.

زيادة الاهتمام بصورة أكبر بالتكاليف الثابتة.

تشجيع منظمات الأعمال على تبني الفلسفة الفكرية التي تقوم على التسويق ذو التركيز على المستهلك الفرد.

**الجواب : جميع ما سبق صحيح.**

**السؤال الخامس عشر :** عروض يتم تفصيلها لكل مستهلك على حده وهذا سوف يؤدي إلى تحقق المزايا التالية :

أنتاج متميز.

توزيع متميز.

تسهيلات متميزة.

**الجواب / جميع ما سبق صحيح.**

**السؤال السادس عشر :** زيادة الاهتمام بصورة أكبر بالتكاليف الثابتة حيث كان يتم الاهتمام

في ممارسات التسويق التقليدية بالتكاليف المتغيرة ، أما في عصر التسويق الالكتروني فقد

تحول الأمر إلى عصر معرفة المستهلك والذي يكون فيه التكاليف الثابتة هي المسيطرة حيث

يكون التركيز على تخفض متوسط التكاليف.

**الجواب / صواب.**

خطأ.

**السؤال السابع عشر :** الاختراق والانتشار بدلا من الاعتماد على الموقع الجغرافي حيث أن استخدام الانترنت من جانب المنظمات يمكنها من تعريف المستهلكين بها والاتصال بهم وجراء المعاملات معهم دون التقيد بمكان مادي أو موقع جغرافي محدد..

**الجواب / صواب.**

خطأ.

**السؤال الثامن عشر :** الوقت فالإنترنت ساعد على تزايد نمو التفاعلات غير الزمنية أي أنها قد كسرت حاجز الزمن.

**الجواب / صواب.**

خطأ.

**السؤال التاسع عشر:** التنافس التعاوني حيث تتعاون المنظمات فيما بينها في استخدام الموارد المتمثلة في خدمات الضيافة والوكالات الإعلانية وبوابات دخول الانترنت مثل ياهو والهدف من هذا التعاون هو العمل على التحول من محاولة نقص الحصة السوقية إلى تحقيق النمو للسوق بالكامل .

صواب

**الجواب : خطأ**

**التصحيح / زيادة الحصة السوقية إلى تحقيق النمو للسوق بالكامل.**

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