

أسئلة البث المباشر

س1/ يسعى العملاء في السوق الإلكتروني الى الحصول على المنتجات بأي سعر

- أ. صواب
ب. خطأ

س2/ الشركاء التجاريون هم الذين يقدمون خدمات تزويد المعرفة

- أ. صواب
ب. خطأ

س3/ الأقسام الخلفية يتم التفاعل من خلالها بين البائعين والمشتريين

- أ. صواب
ب. خطأ

س4/ يأتي نظام Analog في صورة خلايا ثنائية من آحاد واصفار

- أ. صواب
ب. خطأ

س5/ الهدف من شبكة الانترنت يتمثل في تسهيل تبادل البيانات داخل المنظمات

- أ. صواب
ب. خطأ

س6/ التسويق الإلكتروني يحول المستهلكين من مجرد متلقين لسلعة الى شركاء في عملية التصميم

- أ. صواب
ب. خطأ

س7/ تعد شبكة الانترنت ثورة في العلاقات بين الأطراف ذات المصالح

- أ. صواب
ب. خطأ

س8/ يهدف العمل على تحويل إدارة الاعمال من الصورة التقليدية الى الصورة الإلكترونية الى العمل على تحسين صورة المنظمة امام العملاء الحاليين

- أ. صواب
ب. خطأ

س9/ يقصد بإدارة اعمال البيع " إدارة جميع الأنشطة بين الأقسام والإدارات المختلفة داخل المنظمة بصورة الإلكترونية"

- أ. صواب
ب. خطأ

س10/ من المخاطر المتعلقة بعملية البيع "المخاطر المتعلقة بتعرض المستهلكين لعمليات غش"

- أ. صواب
ب. خطأ

س11/ من مزايا التسويق الإلكتروني لرجال التسويق إمكانية القيام ببحوث التسويق من خلال شبكة الانترنت

- أ. صواب
ب. خطأ

س12/ الملائمة تعد من مزايا التسويق الإلكتروني للعملاء والمستهلكين

- أ. صواب
ب. خطأ

س13/ من اهداف تحويل إدارة الاعمال من الصورة التقليدية الى الصورة الإلكترونية هو العمل على تقليل التكاليف الثابتة الى أدنى مستوى ممكن

- أ. صواب
ب. خطأ

س14/ إدارة اعمال البيع تعني جميع الاعمال الخاصة بعمليات الشراء من مستندات وتداول بيانات

- أ. صواب
ب. خطأ

س15/ من مزايا التسويق الإلكتروني للعملاء والمستهلكين حدوث احتكاك مباشر بين البائع والمستهلك

- أ. صواب
ب. خطأ

س16/ من مزايا التسويق الإلكتروني لرجال التسويق انخفاض تكاليف إيصال الرسالة الاعلانية

- أ. صواب
ب. خطأ

س17/ من المخاطر التي تواجه التسويق الإلكتروني والمتعلقة بعملية البيع هو عدم توافر عنصر التأكد من المنتجات

- أ. صواب
ب. خطأ

س18/ من المخاطر المتعلقة بالمستهلك وجود منتجات غير قابلة للبيع من خلال الانترنت

- أ. صواب
ب. خطأ

س19/ عوائق اللغة والثقافة من المخاطر الناشئة عن تكامل العمليات

- أ. صواب
ب. خطأ

20/ قد ينشأ عدم الرضا من جانب العميل نتيجة أساليب التوثيق

- أ. صواب
ب. خطأ

21/ تنمية الاعمال من خلال التسويق الإلكتروني يحتاج الى احداث تغيرات جوهرية في البنية التحتية للهيكل والمسار والهيئة التنظيمية للمنظمات

- أ. صواب
ب. خطأ

س22/ يعتبر B2C من أكثر أنواع التسويق الإلكتروني انتشاراً حول العالم

- أ. صواب
ب. خطأ

س23/ الـ B2B هو عبارة عن العمليات التجارية التي تتم بين المنظمة والمستهلكين

- أ. صواب
ب. خطأ

س24/ من امثلة B2G دفع الضرائب والتأمينات الجمارك

- أ. صواب
ب. خطأ

س25/ لقد انعكست التغيرات التي حدثت في البيئة الخارجية على واقع منظمات الاعمال ونتج عن ذلك انخفاض حدة المنافسة في الأسواق المحلية وزيادتها على مستوى الأسواق العالمية

- أ. صواب
ب. خطأ

س26/ يسعى العملاء في السوق الإلكتروني الى الحصول على أكبر منفعة ممكنة دون التقيد بأسعار السلع

- أ. صواب
ب. خطأ

س27/ يقصد بالتسعير المرن إضافة تطبيقات وبرامج تساعد المشتري من خلال التسويق الإلكتروني بالبحث عن أفضل الأسعار المتوفرة على شبكة الانترنت

- أ. صواب
ب. خطأ

س28/ أصبحت المعلومات في الوقت الحالي مصدراً رئيسياً لتمايز بين منظمات الاعمال

- أ. صواب
ب. خطأ

س29/ على الرغم من استخدام الإعلان المعتمد على الإشعارات الا أن هناك حدود او قيود على الرسالة الاعلانية المستخدمة

- أ. صواب
ب. خطأ

س30/ شبكة الانترنت كقناة تسويقية هي المؤهلة حالياً أكثر من غيرها من القنوات الأخرى لتقديم خدمة عالية الجودة

- أ. صواب
ب. خطأ

س31/ من الخصائص الهامة لمواقع الويب هي قدرتها على استيعاب كمية كبيرة من المكونات بتكلفة منخفضة نسبياً

- أ. صواب
ب. خطأ

س32/ التسويق التقليدي يتطلب جهداً وتكلفة عاليين للخروج الى السوق الخارجية وخاصة للمنظمات ذات الامكانية المالية والبشرية الكبيرة

- أ. صواب
ب. خطأ

س33/ ينتهي دور الوسطاء بشكل كامل في التسويق الإلكتروني

- أ. صواب
ب. خطأ

س34/ تتعاون المنظمات فيما بينها في استخدام الموارد المتمثلة في الحصة السوقية

- أ. صواب
ب. خطأ

س35/ امن المعلومات ينشأ فالأساس من داخل الفرد نفسه

- أ. صواب
ب. خطأ

س36/ تأمين المعلومات وحمايتها لا يعني تأمين المعلومات فقط انما يشتمل على تأمين المباني التي توجد فيها هذه المعلومات

- أ. صواب
ب. خطأ

س37/ يؤثر التسويق الإلكتروني بشكل مباشر على المستوى الاقتصادي لمنظمات الاعمال بينما يؤثر بشكل غير مباشر على المستوى الاقتصادي لدول

- أ. صواب
ب. خطأ

س38/ تعد من الشبكات المغلقة التي من الممكن ان تكون من أدوات التسويق للمنظمات فهيا أداة ذات فائدة كبرى إجراء التسويق الإلكتروني

- أ. الانترنت
ب. الانترانت
ج. الاكسترانت
د. لا شيء مما سبق

س39/ تنطوي كلمة تسويق في ممارسات الإدارة الحديثة على:

- أ. مجموعة الوظائف التسويقية المتخصصة التي تقوم بها الكثير من المنظمات داخلها
ب. الإدارة المتكاملة للحسابات والمخزون
ج. التسويق هو مدخل او مفهوم متكامل يمكن استخدامه كفلسفة مرشدة لكل الوظائف والأنشطة التي تقوم بها المنظمة
د. أ و ج معاً

س40/ من خصائص وسيلة الاتصال باستخدام الانترنت

- أ. ان المنظمة تتمكن من تخزين استجابة الافراد
ب. المنظمة هي التي تبدأ وتبادر بالاتصال
ج. المستهلك هو الذي يتلقى المعلومات
د. جميع ما سبق

س41/ الانترنت تمثل وسيلة تعتمد على سياسة

- أ. الدفع
- ب. **الجنذب**
- ج. الثبات
- د. لا شيء مما سبق

س42/ من الاعتبارات التي يجب على المسوقين اخذها في الاعتبار عند الدخول الى مجال التسويق الإلكتروني

- أ. **فهم التأثير الاستراتيجي لتسويق الإلكتروني على المنظمة**
- ب. إدراك القدرة على التعامل مع المنتجين كل على حده
- ج. تنمية مهارات العلاقات الإنسانية لتمكن من التفاعل مع المستهلكين بصورة جماعية
- د. لا شيء مما سبق

س43/ في حالة استخدام الانترنت بغرض نشر المعلومات في الاتصالات الغير شخصية فانه بالتالي يعمل بشكل مشابه للوسائل الأخرى

- أ. **واسعة الانتشار**
- ب. قليلة الانتشار
- ج. محدودة الانتشار
- د. لا شيء مما سبق

س44/ من استخدامات الانترنت على المستوى التكتيكي والتشغيلي

- أ. **التسويق المباشر**
- ب. التدريب
- ج. تزويد الإدارة بالمعلومات
- د. خدمة العملاء

س45/ من العوامل التي ينبغي تجنبها عند ممارسة التسويق الإلكتروني

- أ. التفكير الاستراتيجي طويل المدى
- ب. وضع الإنتاج بعد التسويق
- ج. التركيز على المستهلك أكثر من التركيز على جودة المنتج
- د. **لا شيء مما سبق**

س46/ الهدف من استخدام الهواتف المحمولة في التسويق الإلكتروني

- أ. ارسال الإعلان الى مجموعه صغيرة من الأفراد
- ب. مراقبة مزيج من الأنشطة التسويقية
- ج. تنفيذ مزيج من الأنشطة التسويقية
- د. **جميع ما سبق**

س47/ تعتمد القوة الأتقاعية للوحة الاعلانية في حث العميل على الدخول للموقع الإلكتروني على

- أ. المنطق
- ب. الخبرة
- ج. الجاذبية
- د. **أ و ج معاً**

س48/ قيام منظمات الاعمال بالتسويق ذو التركيز على المستهلك الفرد سوف يؤدي الى

- أ. انتاج متميز
- ب. توزيع متميز
- ج. تسهيلات متميزة
- د. جميع ما سبق

س49/ تفصيل العروض بواسطة المستهلك يقصد به

- أ. تحويل المستهلكين من مجرد متلقين لسلعة الى شركاء
- ب. ينحول المستهلكين الى منتجين
- ج. تحويل المستهلكين من شركاء الى متلقين لسلعة
- د. جميع ما سبق

س50/ الهدف من تعاون المنظمات المتنافسة هو

- أ. تقليل الأسعار
- ب. زيادة الإنتاج
- ج. التحول من محاولة زيادة الحصة السوقية الى تحقيق النمو لسوق بالكامل
- د. جميع ما سبق

س51/ تعمل الانترنت على تغيير الطبيعة النمطية للاتصالات التسويقية من خلال

- أ. ان الرسالة التي يتم انتقالها من المعن الى المستهلك تكون اقل أهمية
- ب. ان المعلومات تكون تفصيلية عن المنتج
- ج. ان موقع الويب يمثل مزيجاً بين الإنتاج والاستهلاك
- د. أ و ب معاً

س52/ تمثل الاتصالات التسويقية دوراً هاماً في عملية الترويج حيث تتكون من الأنماط التالية

- أ. التسويق الداخلي
- ب. التسويق الخارجي
- ج. التسويق اللاتفاعلي
- د. أ و ب معاً

س53/ من الوسائل المستخدمة في التسويق الإلكتروني لتعظيم درجة المعرفة بالعلامة التجارية

- أ. التعليم المشترك على مواقع أخرى
- ب. المعلومات المرتدة من المنتج
- ج. المعارض الميدانية
- د. جميع ما سبق

س54/ الهدف من إدارة الاعمال بصورة إلكترونية هو

- أ. العمل على رفع التكاليف الخاصة بالعمليات التشغيلية
- ب. تدعيم الروتين في منظمات الاعمال
- ج. تحسين صورة المنشاء امام العملاء المحليين والخارجيين
- د. أ و ب معاً

س55/ الملائمة تعتبر من مزايا التسويق الإلكتروني بالنسبة لـ

- أ. المستهلك
- ب. المنظمة
- ج. البائع
- د. جميع ما سبق

س56/ تتمثل المخاطر المتعلقة بالمستهلك في

- أ. ضياع الوقت
- ب. مدى التزام المنظمة التي تنشئ لنفسها موقعاً على شبكة الانترنت لتنفيذ ما يرد إليها من أوامر توريد
- ج. المخاطر المتعلقة بماركة المنتج المعروض
- د. ب و ج معاً

س57/ من الأهداف التي تسعى المنظمات إليها استراتيجية التسويق في العصر الرقمي

- أ. الامم المنظمات بكافة التحولات والإجراءات التقليدية
- ب. تحقيق عنصر السرعة في انجاز معاملات الشراء والبيع
- ج. اعتناق المدبرون لمجموعة من القواعد وانماط التفكير الجديدة التي تتناسب مع هذا الغرض
- د. أ و ب معاً

أسوم ♥