

9 من سلبيات التكنولوجيات الإلكترونية:

- A صعوبة تعديل المعلومات بداخلها
B يمكن أنت تعرض بداخلها نوع محدد من المنتجات
C محدودية المعلومات
D لا شيء مما سبق

10 من ايجابيات التكنولوجيات الإلكترونية:

- A سهولة التعديل على التكنولوجيات
B إمكانية التكامل مع مراحل الشراء الأخرى
C سهولة البحث وتوفير القدرة على مقارنة المنتجات
D جميع ما سبق

11 يشير إلى اختبار نماذج البرنامج للموقع كل على انفراد:

- A اختبار القبول النهائي
B الاختبار الكلي للنظام
C الاختبار الجزئي
D لا شيء مما سبق

12 يشير إلى قيام بعض الأفراد المهمين في الشركة بالاستخدام الفعلي للنظام:

- A اختبار القبول النهائي
B الاختبار الكلي للنظام
C الاختبار الجزئي
D لا شيء مما سبق

13 من مهام فريق الويب (التفتيش):

- A تحديد خوادم النظام
B مراقبة عمليات اختبار النظام
C مراقبة التغيرات الحاصلة في السوق من خلال الإنصات للزيائن والحصول على التغذية العكسية
D جميع ما سبق

14 من مهام فريق الويب (التفتيش):

- A إعداد خطة نظامية للمتابعة والتفتيش لجميع وصلات وروابط النظام
B بناء شاشات وواجهة المستخدم للنظام
C تحديد ساعات الشبكات اللازمة لعمل النظام
D جميع ما سبق

15 من مهام فريق الويب (التفتيش):

- A وضع أهداف النظام
B المقارنة المرجعية مع مواقع الشركات المنافسة
C تكوين وتحديد فريق العمل للنظام
D جميع ما سبق

16 تتمثل المهمة العامة لفريق الويب (التفتيش):

- A تحليل النظام
B بناء النظام
C تصميم النظام
D تطبيق وصيانة النظام

- 42 تعتمد بشكل كبير على نوع العلاقة بين البائع والمشتري وعلى قدرة البائع في فرض الرغبة والقيمة أو الحاجة إلى المنتج من قبل المشتري:
- A التجارة التقليدية
B التجارة الإلكترونية
C A + B
D لا شيء مما سبق
- 43 يمكن تصنيف المنظمات حسب مستويات وأشكال التجارة الإلكترونية التي تستخدمها تلك المنظمات اعتماداً على درجة استخدام التكنولوجيا الرقمية في:
- A المنتج أو الخدمة المقدمة
B عملية تحويل المدخلات إلى مخرجات
C طريقة التوزيع والتوصيل للمنتجات والخدمات
D جميع ما سبق
- 44 هي المنظمات التي تقدم منتجات رقمية من خلال إنجاز عمليات رقمية باستخدام طرق توصيل إلكترونية:
- A منظمات تقليدية
B منظمات تطبق التجارة الإلكترونية جزئياً
C منظمات افتراضية
D جميع ما سبق
- 45 تشير إلى التبادلات التي تتم بين منظمات الأعمال، كإجراء المواد الأولية من الموردين، ويشكل هذا النوع على 80% من حجم التجارة الإلكترونية في العالم:
- A التجارة الإلكترونية من شركات الأعمال إلى المستهلك
B التجارة الإلكترونية بين شركات الأعمال
C التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى قطاع الأعمال
D التجارة الإلكترونية داخل شركات الأعمال
- 46 تشير إلى إتصال الزبائن على شكل مجموعات مع المنظمات لبيع السلع أو لتحقيق مكاسب إلكترونية:
- A التجارة الإلكترونية من شركات الأعمال إلى المستهلك
B التجارة الإلكترونية بين شركات الأعمال
C التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى قطاع الأعمال
D التجارة الإلكترونية داخل شركات الأعمال

C

47 تشمل التفاعل بين الحكومات ومواطنيها إلكترونياً من خلال تمكين المواطن من طلب وتلقي المنتجات والخدمات والمعلومات التي تقدمها الحكومة:

A التجارة الإلكترونية من الحكومة إلى الموظفين
B شركات الأعمال

C التجارة الإلكترونية من قطاع الأعمال إلى الحكومة
D التجارة الإلكترونية من الحكومة إلى المواطنين

48 تشمل استخدام التقنية في إنجاز المعاملات والإجراءات وعرض القوانين والأنظمة لقطاع الأعمال، وتسعى الحكومة لأتمتة العلاقة مع قطاع الأعمال، ومن أهم تطبيقاتها المشاركة في المزادات أو المناقصات الإلكترونية:

A التجارة الإلكترونية من الحكومة إلى الموظفين
B شركات الأعمال

C التجارة الإلكترونية من قطاع الأعمال إلى الحكومة
D التجارة الإلكترونية من الحكومة إلى المواطنين

49 تتضمن استخدام الدوائر الحكومية التكنولوجية الرقمية للقيام بنشاطاتها والتبادل بين الأجهزة الحكومية المختلفة:

A التجارة الإلكترونية بين الحكومات
B التجارة الإلكترونية من مستهلك إلى مستهلك

C تجارة شركات الأعمال الغير ربحية الإلكترونية
D التجارة الإلكترونية داخل الحكومة

50 تتطوي على مختلف أنواع التعاملات الإلكترونية التي تتم في إطار الجمعيات الخيرية أو الدينية أو الإجتماعية:

A التجارة الإلكترونية بين الحكومات
B التجارة الإلكترونية من مستهلك إلى مستهلك

C تجارة شركات الأعمال الغير ربحية الإلكترونية
D التجارة الإلكترونية داخل الحكومة

تمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح

34 هناك صعوبة في قياس حجم وآثار التجارة الإلكترونية وتفاوت كبير في إحصائيتها وذلك راجع إلى:

عدم القدرة على متابعة وتسجيل جميع

عمليات التجارة الإلكترونية

A عدم وجود تعريف محدد ودقيق للتجارة الإلكترونية B

C تنوع واختلاف الأنشطة التي تتم عبر الشبكة D جميع ما سبق

35 من سمات التجارة الإلكترونية:

لا يؤمن إمكانية التفاعل مع مصادر

متعددة

A وجود علاقة مباشرة ما بين طرفي العملية التجارية B

C عدم إمكانية تبادل البيانات والوثائق إلكترونياً D لا شيء مما سبق

36 تتمثل أنشطة البائع الأمامي في السوق الإلكتروني في:

A الأنشطة ذات العلاقة بجمع طلبات البيع وتنفيذها B إدارة عمليات التخزين

C الكتلوجات الإلكترونية

D عمليات الشراء من الموردين

37 تتمثل أنشطة البائع الخلفي في السوق الإلكتروني في:

A الكتلوجات الإلكترونية

B سلات التسوق

C محركات البحث

D معالجة عمليات الدفع

38 في هذا النوع من الأسواق الإلكترونية تعمل الشركات على بيع منتجاتها وخدماتها من خلال موقعها الخاص بها:

A المخازن الأمامية الإلكترونية

B المولات الإلكترونية

C المخازن الإقليمية

D المخازن الإلكترونية

39 هي المخازن التي توفر منتجاتها لزيائنها على حسب موقعهم الجغرافي منها:

A المخازن الأمامية الإلكترونية

B المولات الإلكترونية

C المخازن الإقليمية

D المخازن الإلكترونية

40 هو السوق الذي تملكه شركة واحدة تلعب دور البائع الوحيد لعدة مشتريين وتكون هي المتحكمة في السوق:

A سوق الشراء

B سوق البيع

C A + B

D لا شيء مما سبق

41 المرحلة التي ظهرت فيها تطبيقات التجارة الإلكترونية من خلال تحويل الأرصد إلكترونياً من منظمة إلى أخرى في بداية السبعينيات:

A المرحلة الأولى

B المرحلة الثانية

C المرحلة الثالثة

D المرحلة الرابعة

- 26 يصف هذا التصميم تدفق البيانات والمعلومات التي سوف يتم استخدامها في النظام:
 A التصميم المنطقي
 B التصميم المادي
 C A + B
 D لا شيء مما سبق
- 27 يتضمن هذا الخيار الحاجة إلى فريق عمل متخصص من ذوي المهارات المتعددة يضم المبرمجين، مصممي الجرافيك، ومصممي المواقع والمدراء:
 A البناء بواسطة الجهود الداخلية
 B البناء بواسطة الجهود الخارجية
 C A + B
 D لا شيء مما سبق
- 28 في هذا الخيار يجب شراء المعدات والأجهزة والبرمجيات لكي تتم مرحلة البناء:
 A البناء بواسطة الجهود الداخلية
 B البناء بواسطة الجهود الخارجية
 C A + B
 D لا شيء مما سبق
- 29 تشير إلى الحصول على خادم خاص يوفر الخدمة لموقع الشركة فقط:
 A الإستضافة الخارجية
 B الإستضافة الداخلية
 C الاستضافة المتشاركة
 D الخدمات المخصصة
- 30 تشير إلى بناء الموقع على خادم مضيف مع مواقع أخرى من خلال استضافة مناسبة للموقع:
 A الإستضافة الخارجية
 B الإستضافة الداخلية
 C الاستضافة المتشاركة
 D الخدمات المخصصة
- 31 من المعوقات التقنية للتجارة الإلكترونية:
 A حاجة المستهلك للخصوصية والسرية
 B أدوات تطوير البرامج مازالت في مرحلة التطوير
 C ضعف ثقة المستهلك
 D جميع ما سبق
- 32 من المعوقات الغير تقنية للتجارة الإلكترونية:
 A ما زال هناك صعوبة لتكامل تطبيقات التجارة الإلكترونية
 B تزايد طرق الخداع
 C أدوات تطوير البرامج مازالت في مرحلة التطوير
 D جميع ما سبق
- 33 من عيوب التجارة الإلكترونية:
 A عدم الموثوقية
 B عدم وجود أنظمة وقوانين موحدة على مستوى العالم
 C تحتاج إلى كادر إداري وفني وتقني يقوم على إدارتها
 D جميع ما سبق

- 1 يمكن تصنيف الكتالوجات الإلكترونية على حسب:
- A ديناميكية عرض المعلومات
B درجة الخصوصية
C التكامل مع إجراءات الأعمال الأخرى
D جميع ما سبق
- 2 في هذا النوع من المزادات يوجد بائع واحد لعدد من المزايدين على سلعة واحدة فقط وعند الإنتهاء يحصل صاحب أعلى سعر على السلعة:
- A المزاد الانجليزي
B المزاد الامريكي (اليانكي)
C المزاد الهولندي
D مزاد السقوط الحر
- 3 في هذا النوع من المزادات يوجد بائع واحد لعدد من المزايدين على مجموعة محددة من المنتجات كصفقة كامل أو حزمة كامل ولكن السعر يبدأ من أعلى مستوى ثم يتناقص حتى يوافق أحد المشترين على السعر:
- A المزاد الانجليزي
B المزاد الامريكي (اليانكي)
C المزاد الهولندي
D مزاد السقوط الحر
- 4 من مساوئ (محددات) المزادات الإلكترونية:
- A عدم وجود عوائق جغرافية أو زمانية
B عدد كبير من المشترين والبائعين
C تعدد الخيارات للمشتري
D طول فترة المزادات واستمرارها لعدة أيام
- 5 من مميزات المزادات الإلكترونية:
- A حذف التكلفة المرتفعة للوسطاء
B الوصول لأفضل علاقة مع الزبون
C زيادة الأرباح وتوفير السيولة
D جميع ما سبق
- 6 هو الشخص أو الجهة التي تستلم النقود مقابل تقديم الخدمة أو السلعة:
- A الزبون، المشتري، الدافع
B التاجر، البائع، المستفيد
C المصدر
D المنظم
- 7 هي الوكالات الحكومية التي تشرف وتتحكم بعملية الدفع الإلكتروني:
- A الزبون، المشتري، الدافع
B التاجر، البائع، المستفيد
C المصدر
D المنظم
- 8 من ايجابيات الكتالوجات الورقية:
- A سهولة وضع المعلومات دون الحاجة لتكنولوجيا متطورة
B يمكن للقارئ الحصول عليها دون استخدام التقنية
C أسهل للحمل والتنقل
D جميع ما سبق

- 17 من وسائل الترويج للموقع الإلكتروني:
 A تسجيل الموقع في عدد من محركات البحث
 B ارسال رسائل بريد الكتروني
 C A + B
 D لا شيء مما سبق
- 18 من أنظمة الدفع التي تستخدم في التجارة الإلكترونية من قطاع الأعمال إلى قطاع الأعمال:
 A الشيكات الإلكترونية
 B بطاقات الشراء
 C أوراق الحساب الإلكتروني
 D جميع ما سبق
- 19 هي الموافقة المكتوبة من البنك لدفع مبلغ من المال من حساب المشتري للبائع:
 A الشيكات الإلكترونية
 B بطاقات الشراء
 C أوراق الحساب الإلكتروني
 D لا شيء مما سبق
- 20 هي البطاقات التي تصدر لموظفي الشركات لاستخدامها اشراء المواد ضمن الحدود الخاصة:
 A الشيكات الإلكترونية
 B بطاقات الشراء
 C أوراق الحساب الإلكتروني
 D لا شيء مما سبق
- 21 تواجه مرحلة بناء مواقع التجارة الإلكترونية:
 A نوع من التحديات الادارية
 B نوعان من التحديات الادارية
 C ثلاثة أنواع من التحديات الادارية
 D أربعة أنواع من التحديات الادارية
- 22 يعتبر أحد التحديات الادارية التي تواجه عمليه بناء المواقع الالكترونية:
 A الاختيار السليم للتكنولوجيا
 B توفير ميزانية المشروع
 C توفير فريق العمل الملائم للمشروع
 D جميع ما سبق
- 23 تتكون دورة حياة تطوير النظام (SDLC) من:
 A ثلاث مراحل
 B أربع مراحل
 C خمس مراحل
 D ستة مراحل
- 24 في هذا المرحلة من مراحل دورة حياة النظام يتم تحديد الأهداف، وظائف النظام، والمعلومات الضرورية للنظام:
 A التحليل
 B التصميم
 C البناء
 D التنفيذ
- 25 تنقسم مرحلة تصميم النظام إلى:
 A قسمين
 B ثلاث أقسام
 C أربعة أقسام
 D خمسة أقسام