



مدونة المناهج السعودية

<https://eduschool40.blog>

الموقع التعليمي لجميع المراحل الدراسية

في المملكة العربية السعودية

ملف الكوييزات والمراجعات :  
اسم المقرر

مراجعات ومصطلحات التجارة الإلكترونية

أعداد :

أمير - موم

..... ( نموذج مراجعة ) .....

1	كلمة "internet" مشتقة من: network international	أ	صح
	خطأ	ب	

2	ويعرف الإنترنت: عند البعض بخط المعلومات السريع (information high way) ، وذلك للوصول السريع إلى المعلومة والاستفادة منها لاتخاذ القرارات في العملية التنافسية	أ	صح
	خطأ	ب	

3	جاءت كلمة "إنترنت" اختصار الى	أ	Interconnected Network
	. Connected network	ب	
	. Internet	د	Networking

4	تعريف شبكة الإنترنت : هي تلك الوسيلة أو الأداة التواصلية بين الشبكات دون اعتبار للحدود الدولية	أ	صح
	خطأ	ب	
			التصحيح/تعريف الإنترنت

5	..... وهو برنامج وأسلوب لنقل وتبادل الملفات بين أجهزة الحاسوب المتصلة بالشبكة	أ	FTP
	E-mail	ب	
	Usernet news	د	www

6	يتكون مجتمع الإنترنت من مجموعة من الفئات المشتركة ومنها:	أ	المستخدمين
	المستخدمين	ب	
	النسيج المعلومات الدولي	د	النسيج المعلومات الدولي

7	..... هو برنامج يساعد في العثور المعلومات المخزنة بالشبكة العالمية World Wide Web أو بحاسب شخصي.	أ	محرك البحث
	الإنترنت	ب	
	الشبكة العالمية	د	عنوان الموقع في الإنترنت

8	..... يستخدم لنقل البيانات في الويب والذي أدى الى تطور الشبكة العالمية. الي تطور الشبكة العالمية	أ	شفيرة النص المترابط http
	بروتوكول نقل الملفات FTP	ب	
	الإنترنت	د	بروتوكول IP

9	محركات البحث تختلف من محرك لآخر حيث من الممكن أن تحصل على صفحات في محرك بحث بعكس محرك آخر لا تجد ما تبحث عنه، وكذلك العوامل التجارية من الممكن.	أ	صح
	خطأ	ب	

10	هناك كتب كثيرة موجودة على صفحات الويب بشكل إلكتروني تسمى بـ:	أ	BOOK
	E-BOOK	ب	
	ONLINE EDUCAT	د	Web Browser

11 من مكونات الانترنت		أ	البريد الإلكتروني.	ب	المجموعات الإخبارية.
		ج	برامج الحوار والمراسلة.	د	جميع ما ذكر
12 تقع شبكة الانترنت في وزارة الدفاع الأمريكية.		أ	صح	ب	خطأ
		تصحیح/ لا يوجد مكان محدد لموقع شبكة الانترنت			
13 برنامج واسلوب لنقل وتبادل الملفات بين الأجهزة المتصلة بالشبكة.		أ	روتوكول http	ب	بروتوكول Ftp
		ج	متصفح الاكسبلور	د	
14 يمكن استخدام الانترنت في.		أ	الاخبار	ب	التعليم
		ج	الالعاب	د	جميع ما سبق
15 e- book يشير المصطلح الى.		أ	search engine	ب	الكتب الإلكترونية
		ج	online game	د	chatting
16 ..... هو احد خدمات الانترنت ويستخدم لتبادل الرسائل ويمكن ارفاق ملفات تحتوي على وثائق واصوات وصور		أ	search engine	ب	e- mail
		ج	online game	د	chatting
17 فوائد البريد الإلكتروني		أ	سرعة الاتصال	ب	يمكن تخزين الرسائل واسترجاعها
		ج	يمكن ارفاق كثير من انواع الملفات	د	جميع ما سبق
18 اختصار edu يدل على نوع ومجال النشاط .		أ	تجاري	ب	شبكة
		ج	علمي	د	
19 الاختصار MIL يدل على نوع مجال النشاط.		أ	منظمة او مؤسسة	ب	عسكري
		ج	تجاري	د	
20 يشير org الى.		أ	تجاري	ب	منظمة
		ج	عسكري	د	شبكة

21	الرسائل الفورية تشبه الى حد كبير غرف الدردشة الا انها تتميز بالخصوصية.	صح	ب	خطاء
22	public internet تدار عادة عن طريق قسم الموارد البشرية.	صح	ب	خطاء
	التصحيح/ببلك تدار من قبل (ادارة التسويق) + اكسترا نت تدار من قبل قسم (الموارد البشرية)			
23	تلعب عوامل التشفير وحوائط النار دورا كبيرا في تأمين هذي الشبكات	ببلك انترنت	ب	انترنت
		اكسترا نت	د	
24	من مزايا النظم الموزعه لا مركزيا	يتم الربط بينها باستخدام موصلات كهربائية	ب	تقليل تكاليف الاتصالات
		زيادة الامان وعدم فقد البيانات	د	ب و ج
25	عيوب النظم الموزعه لا مركزيا	زيادة امكانية تكرار البيانات	ب	زيادة فرصة عدم التوحيد فالبرامج
		زيادة صعوبة الرقابة	د	جميع ما سبق
26	من الممكن وجود حاسبات مركزية وحاسبات لامركزية في نفس الشركة	صح	ب	خطاء
26	عالم الاتصالات يعرف التجارة الإلكترونية بأنها:	عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعلومات تجري بصورة تلقائية وسريعة	ب	أداة من أجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين في خفض الخدمة ورفع كفاءتها
		وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف	د	
27	تطبيقات التجارة الإلكترونية تستلزم الاعتماد على أربعة محاور منها:	السياسة العامة	ب	الناس أو المستخدمين
		المعايير والبروتوكولات التقنية	د	جميع ما ذكر
28	السوق الإلكتروني عبارة عن محل التعاملات والعلاقات من أجل تبادل المنتجات والخدمات والأموال عبر أي وسيلة إلكترونية:	صح	ب	خطاء
29	أنظمة المعلومات بين المؤسسات تركز على تبادل وتدقيق المعلومات ما بين المنظمة والمستهلك:	صح	ب	خطاء
	تصحيح / تركز على تبادل وتدقيق المعلومات ما بين منظمين أو أكثر			
30	أنظمة المعلومات في الأسواق الإلكترونية من الممكن استخدامها في تطبيقات الشركات للمستهلكين:	صح	ب	خطاء

32	هو نظام يربط بين عدة جهات تجارية وغالباً تشمل "شركة ومزودها ومستهلكها: "	
أ	الأعمال الإلكترونية.	ب
ج	السوق الإلكتروني	د

33	واحد من عيوب النظم الموزعة لا مركزياً:	
أ	زيادة إمكانية تكرار البيانات	ب
ج	زيادة المرونة، وزيادة الحاسبات عند الحاجة	د
	تقليل تكاليف الاتصال	
	زيادة الأمان وعدم فقد البيانات وتقليل تعطل العمل بالكامل	

34	من مزايا النظم الموزعة لا مركزياً:	
أ	تقليل تكاليف الاتصال	ب
ج	زيادة فرصة عدم التوحيد في البرامج والبيانات	د
	زيادة إمكانية تكرار البيانات	
	زيادة صعوبة الرقابة على نظم المعلومات	

35	من الشروط الواجب توفرها نظام الحاسبات الموزعة لا مركزياً :	
أ	وجود أكثر من حاسب في مواقع جغرافية مختلفة داخل المنشأة	ب
ج	تزود سلسلة الإدارات بالمعلومات	د
	تكون مرنية فقط للموردين وأصحاب الأعمال	
	تدار بواسطة قسم التسويق والخدمات العينية	

36	التجارة تصبح تجاره تقليديه بحتة عندما يكون	
أ	الوكيل ملموس والسلعة ملموسة العملية ملموسة	ب
	الوكيل رقمي السلعة رقمي العملية رقمي	

37	عندما يكون الوكيل ملموس ، والسلعة ملموسة ، والعملية ملموسة ، فإن نوع التجارة:	
أ	تقليدية بحتة	ب
ج	تجارة جزئية	د
	إلكترونية بحتة	

38	الاختصار edu في عنوان الموقع في الإنترنت يدل على أن نوع مجال النشاط:	
أ	Edu cational تعليمي	ب
ج	Military عسكري	د
	ergahisation منظمة او مؤسسة	
	network شبكة	

39	التجارة الإلكترونية تنقسم إلى	
أ	تجارة الإلكترونية جزئية	ب
ج	تجارة تقليدية بحتة	د
	تجارة الإلكترونية بحتة	
	جميع ماسبق	

40	تستخدم الحاسوب وكاميرات الفيديو والميكروفون لعمل لقاءات بين مجموعه من الأفراد وجها لوجه رغم تباعدهم بأماكن متباعدة	
أ	الرسائل الفورية	ب
ج		د
	المؤتمرات المرئية	

41	تكون خدمه الاشتراك مجاني في البريد الإلكتروني ولكل مشترك في هذا الموقع له عنوان يتكون من جزئين يفصلهما الرمز:	
أ	عنوان بريد إلكتروني	ب
ج	بوابات الكترونية	د
	المحادثة عبر الانترنت	

42	الاعمال الإلكترونية (EB) هو عمليه بيع او شراء او تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوترية:	أ	صح	ب	خطاء
تصحيح/ الأعمال الإلكترونية (أي بيزنس (EB) هي استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات وتنفيذ مختلف أعمال المؤسسة وهي تتضمن التجارة الإلكترونية وكل تطبيق يعتمد على التقنيات الإلكترونية من أجل القيام بالأعمال					
43	من تطبيقات الاعمال الإلكترونية:	أ	ادارة سلسلة التوريد SCM	ب	ادارة العلاقة مع الزبون CRM
ج	تخطيط موارد المؤسسة ERP	د	ادارة سلسلة التوريد - إدارة العلاقة مع الزبون - تخطيط موارد المؤسسة		
45	الطلب عند التصنيع اي ان الشركة المصنعة لا تقوم بعملية التصنيع الا عندما يطلب منها من قبل عميله:	أ	صح	ب	خطاء
46	بداية السبعينات وهو تبادل المستندات بين الشركات بشكل معياري عبر الشركات خاصة:	أ	صح	ب	خطاء
تصحيح/ الثمانينات					
47	بداية الثمانينات وهو تحويل الاموال الكترونيا بين البنوك عبر شبكات خاصة عالية الامان:	أ	صح	ب	خطاء
تصحيح/ بداية السبعينات					
48	تغير الاهتمام من B2C الى B2B عام:	أ	1995	ب	1999
ج	1970	د			
49	المصطلح CRM يشير الى:	أ	ادارة العلاقة مع الزبون	ب	تخطيط موارد المنظمة
ج	ادارة سلسلة التوريد	د			
50	هذا الاختصار (SCM) يشير إلى:	أ	إدارة العلاقة مع الزبون	ب	إدارة سلسلة التوريد
ج	تحليل الصناعة	د	تحليل الشركة		
51	يرمز للتجارة الإلكترونية بين المستهلكين بالرمز:	أ	B2C	ب	G2C
ج	C2C	د	G2G		
52	من طرق الدفع الإلكترونية:	أ	المحفظة الإلكترونية	ب	الدفع عند الاستلام
ج	النقود	د	الشيك الورقي		

53 من دوافع التجارة الإلكترونية دوافع تقنية ومنها:		أ	ازدياد ظهور التقنيات الجديدة
ب	ظهور العولمة وصعوبة المنافسة في الاقتصاد العالمي	ب	الكلفة وتبريرها
د	التغيرات السريعة في الأسواق	د	أدوات التطوير البرمجية في تغير مستمر وسريع
54 من العوائق غير التقنية:		أ	أود
ب	النقص في الثقة ومقاومة المستخدم	ب	الكلفة وتبريرها
د		د	أدوات التطوير البرمجية في تغير مستمر وسريع
55 من عيوب التجارة الإلكترونية:		أ	مشاكل الأمن التي تمثل في إمكانية قيام قرصنة معلومات الحاسوب
ب	أدوات التطوير البرمجية في تغير مستمر وسريع	ب	النقص في الثقة ومقاومة المستخدم
د	الكلفة وتبريرها	د	
56 من فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة إلى المؤسسات:		أ	إدخال نماذج عمل جديدة
ب	سرعة الوصول إلى المعلومات وإمكانيات البحث	ب	إتاحة خيارات أكثر وأسعار أقل
د	السماح بالتفاعل بين الزبائن	د	
57 جميع ما سيذكر من فوائد التجارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسات ما عدا:		أ	توسيع السوق
ب	زيادة زمن وصول المنتج إلى السوق	ب	تخصيص الزبائن
د		د	
58 من طرق الدفع الإلكترونية:		أ	المحفظة الإلكترونية
ب	الدفع عند الاستلام	ب	النقود
د	الشيك الورقي	د	
59 يرمز للتجارة الإلكترونية بين الحكومة والقطاع الخاص بالرمز:		أ	G2B
ب	G2G	ب	P2G
د	B2C	د	
60 صفقات التجارة الإلكترونية بين المورد والمصنع يمكن التعبير عنها بـ:		أ	B2B
ب	B2C	ب	B2C
د	C2B	د	
61 يرمز للتجارة الإلكترونية بين المستهلكين بالرمز:		أ	B2C
ب	G2C	ب	C2C
د	G2G	د	
62 من مجالات التجارة الإلكترونية التسوق ويقصد به: شراء سلع أو خدمات من شركات أو مصانع من خلال مواقعها على الويب:		أ	صح
ب	خطأ	ب	
د		د	

63	من مجالات تطبيقات التجارة الإلكترونية:		
أ	البنوك الإلكترونية	ب	برمجية الخادم
ج	الأسواق التقليدية	د	خادم قاعدة البيانات
64	يشير هذا المصطلح Credit cared الى:		
أ	الشيك الإلكتروني	ب	البطاقة الذكية
ج	البطاقة الائتمانية	د	
65	هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية توفرها البنوك مزودة بشريحة إلكترونية وهي قادرة على تخزين البيانات ويمكن استخدامها للدفع عبر الانترنت		
أ	البطاقة الذكية	ب	الشيك الإلكتروني
ج	الرسالة الاعتمادية LOC	د	المحفظة الإلكترونية
66	مجالات التجارة الإلكترونية:		
أ	التسويق	ب	البنوك الإلكترونية وشراء الأسهم
ج	التسويق والتجارة الإلكترونية وشراء الأسهم والمزايدات وتوفير الوسائط المتعددة والبرامج	د	الشيك الإلكتروني والمحفظة الإلكترونية والبطاقة الذكية
67	هي بطاقة بلاستيكية توفرها البنوك وهي مزودة بشريحة إلكترونية:		
أ	الشيك الإلكتروني	ب	المحفظة الإلكترونية
ج	البطاقة الذكية	د	
68	من احتياطات الامن والسرية عند تجاره الإلكترونية:		
أ	الاحتفاظ بنسخه من أمر بالشراء وعدم إعطاء تفاصيل وبيانات عبر غرف المحادثة	ب	طرق الدفع التقليدي
ج	المحفظة الإلكترونية	د	
69	من طرق الدفع التقليدية :		
أ	الشيك الإلكتروني	ب	التجارة عبر الهاتف الجوال
ج	البطاقة الذكية	د	جميع ما ذكر
70	يركز التسويق التقليدي على:		
أ	الكلفة بالنسبة للزبون	ب	احتياجات ومتطلبات الزبون
ج	الملائمة	د	الترويج
71	التسويق التقليدي يُركز على المنتج منها:		
أ	احتياجات ومتطلبات الزبون	ب	سياسة التسعير
ج	سياسة التواصل	د	الملائمة
72	التسويق التقليدي يُركز على المنتج 4P's		
أ	سياسة المنتجات	ب	خطاء
	سياسة التسعير		
	سياسة التوزيع		
	سياسة الترويج		
	صح		

73	التسويق التقليدي يُركز على احتياجات ومتطلبات الزبون 4C's :		
أ	صح	ب	خطاء
التصحيح/ المنهجية الجديدة للتسويق الإلكتروني			

74	منهجية جديدة للتسويق الإلكتروني 4C's منها:		
أ	احتياجات ومتطلبات الزبون	ب	الكلفة بالنسبة للزبون
ج	الملائمة و التواصل	د	جميع ما سبق

75	يجري إهمال 98 % من الكوبونات الموزعة على الزبائن. "في حال كون الكوبونات إلكترونية تسهل عملية تحليل تلك المعلومات أو البيانات التي تم اقتناءها من خلال العملاء		
أ	صح	ب	خطاء

76	تكون كلفة الحصول على ربح من زبون جديد أكبر بعشر مرات من كلفة الحصول على ربح من زبون موجود مسبقاً:		
أ	صح	ب	خطاء

77	يلعب العميل المخلص دوراً إيجابياً كبيراً في عملية الحصول على زبائن جدد بكلفة قليلة أو أحياناً معدومة:		
أ	صح	ب	خطاء

78	يتوجب على الشركة معرفة من هم عملاءها وكيف تقوم بإرضائهم واشباع رغباتهم، ليس فقط لجذبهم وإنما كإستراتيجية الاحتفاظ بهؤلاء كعملاء للشركة:		
أ	صح	ب	خطاء

79	الحكومة الإلكترونية هي استخدام تقنية المعلومات من قبل الأجهزة غير الحكومية لتقديم الخدمات للمستخدمين:		
أ	صح	ب	خطاء
تصحيح/ الحكومية			

80	من فوائد الحكومة الإلكترونية إنشاء قنوات اتصال أكثر فاعلية بين المواطنين والجهات الحكومية:		
أ	صح	ب	خطاء

81	من أهداف الحكومة الإلكترونية:		
أ	زيادة كفاءة الأجهزة الحكومية	ب	تقليل تكاليف الإجراءات الحكومية
ج	جميع ما ذكر	د	سرعة إنجاز الإجراءات

82	خصائص التسويق الإلكتروني يهدف إلى:		
أ	السوق التفاعلي : حيث يمكن البائع من التفاعل مع الزبائن وبالتالي الحصول على معلومات إضافية أو الشراء	ب	خطاء
صح			

83	ليس من الأساليب للتسويق والاعلان الإلكتروني:		
----	--	--	--

أ	الإعلانات المختصرة	ب	الشاشات الصغيرة والتلقائية الظاهرة
ج	محركات البحث	د	البريد الإلكتروني
هـ	الهواتف النقالة	و	الإقمار الصناعية

84	من أساليب التسويق الإلكتروني:	أ	الإعلانات المختصرة
		ب	الشاشات الصغيرة والظاهرة والتلقائية
		د	البريد الإلكتروني ومحركات البحث والهواتف النقالة
		ج	جميع ما سبق

85	يمكن أن تظهر الإعلانات المختصرة في رأس صفحة الويب على اليمين واليسار، وتتميز التي على اليمين أنها كثيرة النقر:	أ	صح
		ب	خطأ

86	هي إعلانات تظهر في رأس صفحة الويب وتكون مربوطة بموقع المعلن حيث يتم تحويل المستخدمين عند النقر على الإعلان مباشرة إلى الموقع:	أ	الشاشات الصغيرة والظاهرة والتلقائية
		ب	الإعلانات المختصرة
		د	محركات البحث
		ج	الإعلانات التجارية

87	إعلانات محركات البحث تظهر في أعلى صفحات محركات البحث عشوائياً وليس نتيجة لفتح أي زائر:	أ	صح
		ب	خطأ
	تصحیح / اعلانات محركات البحث تظهر نتيجة ادخال كلمات مفتاحية، أما الإعلانات المختصرة العشوائية تظهر عشوائياً وليس لفتح أي زائر		

89	تستخدم عند معرفة اهتمامات الزائر حيث يتم مطابقة محتوى الإعلان مع تلك اهتمامات:	أ	الإعلانات المختصرة الشخصية
		ب	اعلانات محركات البحث
		د	اعلانات البريد الإلكتروني
		ج	الإعلانات المختصرة الثابتة

90	كل مما يلي من مزايا الإعلانات المختصرة، ما عدا:	أ	ربطها بنظام الطلبات بشكل مباشر
		ب	المساحة القليلة
		د	تستخدم لملئ وقت الزائر أثناء تنزيل باقي أجزاء الصفحة
		ج	توجيه الإعلان إلى فئة محددة بناءً على اهتماماتها

91	من محددات (عيوب) الإعلانات المختصرة:	أ	تكالفتها عالية
		ب	مساحتها قليلة
		د	انخفاض درجة الاهتمام بالإعلانات المختصرة
		ج	جميع ما سبق

92	هي وسائل اعلانية تظهر في متصفح البحث بصورة تلقائية عندما يقوم الزائر بزيارة موقع ما:	أ	الشاشات الصغيرة والتلقائية والظاهرة
		ب	الإعلانات المختصرة
		د	اعلانات البريد الإلكتروني
		ج	اعلانات محركات البحث

93	تنقسم الشاشات الصغيرة والتلقائية والظاهرة إلى ٣ أنواع:	أ	صح
		ب	خطأ
	تصحیح / نوعين Pop-Ups و Pop-Under		

94	تشارك الإعلانات المختصرة والشاشات الصغيرة والتلقائية والظاهرة في الفوائد والمحددات:	أ	صح
		ب	خطأ

95	يعاب على الشاشات الصغيرة والتلقائية والظاهرة بأنها:		
أ	اعلانات تطفلية	ب	تكلفتها عالية
ج	مساحتها قليلة	د	جميع ما سبق

96	ظهرت مجموعة من الأدوات والبرامج التي تعمل على تعطيل الشاشات الصغيرة والتلقائية والظاهرة وإبطال ظهورها:		
أ	صح	ب	خطأ

97	محركات البحث: هي قاعدة بيانات تحوي معلومات مفهسة لعدد كبير جداً من المواقع الإلكترونية:		
أ	صح	ب	خطأ

98	العنكبوت، المفهرس، الباحث، قاعدة البيانات، هي مكونات:		
أ	صفحة الويب	ب	شبكة الإنترنت
ج	محركات البحث	د	الإعلانات المختصرة

99	يتميز البريد العادي عن البريد الإلكتروني بالسرعة والمرونة وسهولة الاستخدام:		
أ	صح	ب	خطأ
تصحيح/ العكس، يتميز البريد الإلكتروني عن العادي			

100	الباحث هو الذي يقوم بفهرسة صفحات الإنترنت من أجل تسهيل عملية البحث		
أ	صح	ب	خطأ
تصحيح/ المفهرس			

101	من خطوات تصميم صفحات انترنت منافسة في محركات البحث:		
أ	وسم العنوان الخاص بالصفحة بكلمات مفتاحية تعبر عن محتوى الموقع	ب	إشهار الموقع بدعوة المواقع الأخرى لربطه بنص شعبي متعلق بالكلمات المفتاحية
ج	الأخذ بعين الاعتبار آلية عمل كل محرك بحث وتهينة صفحة الشركة طبقاً لذلك	د	جميع ما سبق

102	من أساليب التسويق الإلكتروني:		
أ	الإعلانات المختصرة	ب	الشاشات الصغيرة والظاهرة والتلقائية
ج	البريد الإلكتروني ومحركات البحث والهواتف النقالة	د	جميع ما سبق

103	من استراتيجيات التسويق الإلكتروني:		
أ	التحالفات التسويقية بين الشركات	ب	التسويق الكلامي والأحداث المباشرة
ج	كتابة نص الإعلان	د	جميع ما سبق

104	يتم تسعير الإعلانات الإلكترونية من خلال:		
أ	معدل الظهور	ب	معدل النقر
ج	معدل التفاعل	د	قيمة المبيعات
هـ	جميع ما سبق		
42	من حسنات التسعير القائم على معدل النقر Click :		
أ	قليل التكلفة	ب	أكثر دقة

ج	أهتمام الزائر الحقيقي للإعلان	د	تكلفة اعلي
---	-------------------------------	---	------------

105	من حسنات التسعير القائم على معدل الظهور الاعلان الالكتروني في موقع المعن انه:	ب	خطاء
أ	صح		

106	يقصد بسجل الزيارات ملف خاص يوفر خادم الويب لحفظ معلومات كاملة عن الزيارات لموقع معين وتشمل تلك المعلومات وقت ومكان الزياره وعنوان الانترنت الخاص بجهازه والصفحات التي تصفحها:	ب	خطاء
أ	صح		
تصحیح /			

107	يمكن للشركة الاستعانة بخدمات مؤسسات متخصصة تحلل عوامل عديده منها معدل:	ب	خطاء
أ	صح		

108	من عوائد الاستثمار.....	ب	خطاء
أ	تأجيل قرار الشراء من قبل الزائر وعدم احتساب ذلك فحفي		
ج	يحتسب معدل العوائد على الاستثمار بقسمة صافي الفائده على الاستثمار المطلوب	د	ب و ج
تقييم الاعلان			

109	ينم تتبع زوار الموقع بوسائل عديده ولكن اشهرها.....	ب	الملفات المؤقت (Cookies)
أ	الملفات العامه		
ج	الملفات الخاصه	د	

110	ملفات الكوكيز عبارة ملفات نصيه صغيره تخزن تلقانيا فحفي جهاز المستخدم عند دخوله لموقع الشركه المعلنه وهي تستخدم لحفظ بيانات الزائر وتجنب التراسل مع الخادم في عملية زياره	ب	خطاء
أ	صح		

111	استخدمت جميع الشركات ملفات الكوكيز لتتبع جميع حركات المستهلك ودراسة سلوكه:	ب	خطاء
أ	صح		
تصحیح / استخدمت بعض الشركات ملفات الكوكيز			

113	التهديدات التقنية هي التهديدات الناتجة عن البرمجيات وانظمة المعلومات؟	ب	خطاء
أ	صح		

114	من استراتيجيات التسويق الإلكتروني:	ب	التسويق الكلامي والأحداث المباشرة
أ	التحالقات التسويقية بين الشركات		
ج	كتابة نص الإعلان	د	جميع ما سبق

115	التوقيع البيولوجي يعقد على تحديد النمط الخاص الذي تتحرك به يد الشخص أثناء عملية التوقيع:	ب	خطاء
أ	صح		

--

116	تشمل خدمة أمن الصفات البيولوجية:		
أ	التشفير	ب	حواجز العبور
ج	الفهارس الإلكترونية	د	التعرف على الوجه

117	من التهديدات التقنية في التجارة الإلكترونية:		
أ	الهندسة الاجتماعية	ب	التسلل
ج	القضايا القانونية	د	الخصوصية وحقوق الملكية

118	ينبثق عن نشاطات التجارة الإلكترونية مجموعة من التحديات القانونية ؛ منها:		
أ	التحقق من هوية الموقع	ب	مشروعية ملكية المنتجات الرقمية
ج	الضرائب المفروضة على مبيعات التجارة الإلكترونية	د	جميع ما سبق

119	جميع ما سيذكر من خطوات إدارة عمليات الحماية ما عدا:		
أ	تحليل حجم محصلة الخطر	ب	فهم نموذج العمل
ج	التجسس	د	تحديد عوامل الخطر

120	هذا المصطلح Sniffing يشير إلى:		
أ	الهندسة الاجتماعية	ب	التسلل
ج	التشفير	د	انتحال الشخصية الإلكترونية

121	برمجيات تستخدم لعزل الشبكة المحلية لشركة ما عن شبكة الإنترنت:		
أ	الجدران النارية	ب	التشفير
ج	قزحية العين	د	التوقيع البيولوجي

122	جميعها من وسائل التحقق من هوية المستخدم إلى:		
أ	وسيله يملكها الشخص مثل البطاقة البلاستيكية	ب	وسيلة يعرفها الشخص مثل كلمات السر او الرمز او الرقم الشخصي
ج	وسيله من شخصيته مثل سرعة البديهة والذكاء	د	وسيلة من خصائصه مثل بصمة الاصبع او العين او الصوت

123	.....في هذه الخطوة من إدارة عمليات الحماية يتم معرفة قيمة البيانات المحزنة وبناءً عليه يتم وضع موازنة للإنفاق على حمايتها من خلال الوسائل المناسبة:		
أ	تحليل حجم محصلة الخطر	ب	فهم نموذج العمل
ج	تحديد عوامل الخطر	د	التشفير

124	خطوات إدارة عمليات الحماية تتلخص في:		
أ	فهم نموذج العمل وتحديد عوامل الخطر	ب	تحليل حجم محصلة الخطر وبالتالي تحديد حجم الأضرار
ج	معالجة الخطر حسب الأهمية	د	جميع ما سبق

125	تكون الاضرار عالية عند دراسة احتمالية وقوع الخطر عندما يكون هناك امكانية التأثير على سلامة البيانات:		
أ	صح	ب	خطاء
تصحیح/ العالیة عند فقدان السيطرة والتأثیر علی العمیات التجاریة			

126	استخدام الانترنت من قبل الموظفين اثناء ساعات الدوام من القضايا القانونية في التجارة الالكترونية:		
أ	صح	ب	خطاء
تصحیح/ من القضايا الاخلاقیة			

## أهم المصطلحات المعتمدة لمادة التجارة الإلكترونية

Network International	الشبكات العالمية
TCP	بروتوكول نقل المعلومات
IP	بروتوكول ربط مكونات الانترنت
Enter prise Resources Planning ERP	تخطيط موارد الشركة
(www) World Wide Web	النسيج المعلومات الدولي
Ftp	بروتوكول نقل الملفات
Inrernet Community	مجتمع الانترنت
URL	عنوان موقع الانترنت
Search Engine	محركات البحث
e-books	الكتب الإلكترونية
E-Mail	البريد الإلكتروني
COM	تجاري
Edu	تعليمي
gov	حكومي gov
Net	شبكة
org	منظمة او مؤسسة
Mil	عسكري
EDI	التبادل الإلكتروني للبيانات
SCM	ادارة سلسلة التوريد
CRM	ادارة العلاقة مع الزبون
ERP	تخطيط مورد المؤسسة
B2C	التجارة الإلكترونية بين المنظمة والمستهلك
G2G	التجارة الإلكترونية بين الادارات الحكومية
C2C	التجارة الإلكترونية بين المستهلك مستهلك اخر
B2B	التجارة الإلكترونية بين وحدات القطاع الخاص
G2B	التجارة بين الحكومة والقطاع الخاص
G2C	التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمواطنين
Online Banks	البنوك الإلكترونية
Credit cared	البطاقة الائتمانية
Smart card	البطاقة الذكية
E-commerce	التجارة الإلكترونية
Information flows	تدفق المعلومات
e-Business	الاعمال الإلكترونية
EFT	تحويل الاموال الكترونيا
Reengineering	إعادة الهندسة
Engineering	الهندسة العكسية
Renk	تعظيم مرتبة الصفحة
M-Commerce	التجارة من خلال الاجهزة الخلوية
Spider	مكون من محركات البحث ويعني ( العنكبوت )

Indexer	مكون من محركات البحث ويعني (المفهرس)
Searcher	مكون محركات البحث ويعني (الباحث)
Database	مكون من محركات البحث ويعني (قاعدة البيانات)
Title	وسم العنوان الخاص بالصفحة
Keywords	الكلمات المفتاحية
Sniffing	التسلل
Verification	التأكد من هوية المستخدم
Encryption	التشفير
Firewall	الجدران النارية (حواجز العبور)
Copany analysis	تحليل الشركة
Industry Analysis	تحليل الصناعة
E-strategy Formulation	صياغة الاستراتيجية
E-startegy Implementation	تنفيذ الإستراتيجية الإلكترونية
E-startegy Assessment	تقييم الإستراتيجية الإلكترونية
Creating Web Team	تشكيل فريق ويب
Strategic Partnershi	الدخول في شراكات استراتيجية
Strategic Alliances	الدخول في التحالف
Redesigning Business Process	إعادة تصميم عمليات الأعمال
Starting with Pilot Project	البدء بمشروع تجريبي
Application Development	تطوير التطبيقات

#MBA