

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

با عرض سلام خدمت شما دانشجوی گرامی :

به اطلاع می رسانم که این بانک سؤال مربوط به درس تجارت الکترونیکی رشته مهندسی فناوری اطلاعات بوده و بر مبنای کتاب « تجارت الکترونیکی » (نوشته دکتر محمد فتحیان و مهندس رامین مولانپور) تهیه و تنظیم گردیده است.

سؤالات مربوط به فصول بعدی را نیز در اسرع وقت در اختیار شما عزیزان قرار می دهم .

در صورت وجود هرگونه مشکل در سؤالات یا جواب ها حتماً بنده را مطلع سازید تا آن ها را اصلاح کرده و دیگر دانشجویان دچار اشتباه نگردند .

مشارم

موفق و پیروز باشید

Pnu.It.Engineer@gmail.com

علیر حسین



« فصل اول »

مروری بر تجارت الکترونیک



۱) فناوری به دو دلیل همواره در حال تغییر و تحول می باشد که عبارتند از ...

- الف) علم بشر هیچ گاه کامل نخواهد شد
- ب) علم بشر تحت الشعاع فناوری بوده و چون فناوری متغییر است، علم بشر نیز کامل نمی باشد
- ج) فناوری به عنوان ابزاری است در راستای توسعه اقتصادی
- د) موارد الف و ج صحیح می باشند

۲) تعریف زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

مجموعه ای از فرآیندها، روش ها، فنون ابزار، تجهیزات، ماشین آلات و مهارت هایی است که توسط آن
کالایی ساخته یا خدمتی ارائه می گردد

- الف) فناوری اطلاعات
- ب) اطلاعات
- ج) فناوری
- د) فناوری ارتباطات

۳) تعریف زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« کاربرد علوم در صنایع با استفاده از رویه ها و مطالعات منظم و جهت دار »

- الف) فناوری ارتباطات
- ب) اطلاعات
- ج) فناوری اطلاعات
- د) فناوری

۴) تعریف زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

عامل تبدیل منابع طبیعی، سرمایه و نیروی انسانی به کالا و خدمات است که از سخت افزار، انسان افزار و نهاد افزار
تشکیل شده است.

- الف) فناوری
- ب) اطلاعات
- ج) فناوری اطلاعات
- د) فناوری ارتباطات

۵) با به کار گیری ایده ها و دستاوردهای علمی ، خدمات و کالای مورد نیاز بشر را ارائه می کند .

الف (فناوری اطلاعات

ب (فناوری

ج (اطلاعات

د (فناوری ارتباطات

۶) تعریف زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

تمام ایده ها ، واقعیت ها و کارهای خلاقانه ذهن که به صورت رسمی یا غیر رسمی و به هر حالتی ثبت ، منتشر و یا توزیع گردیده و ممکن است به صورت مستند یا غیر مستند باشد .

الف (فناوری

ب (اطلاعات

ج (فناوری اطلاعات

د (فناوری ارتباطات

۷) بر اساس استاندارد مارک ، اطلاعات مستند ممکن است به صورت باشد ، که مواد متنی هستند که به صورت تک نگاشت می باشند .

الف (نقشه ها

ب (پیایند ها

ج (کتاب ها

د (هر سه مورد

۸) بر اساس استاندارد مارک ، اطلاعات مستند ممکن است به صورت باشد ، که مواد متنی هستند که به صورت منظم تکرار می شود .

الف (نقشه ها

ب (پیایند ها

ج (کتاب ها

د (هر سه مورد

۹) بر اساس استاندارد مارک ، اطلاعات مستند ممکن است به صورت باشد ، مانند اطلاعات صوتی ، نوار های کاست ، تصاویر و غیره .

الف (فایل های کامپیوتری

ب (موارد شنیداری و دیداری

ج (حالات ترکیبی از موارد الف و ب

د (هیچکدام

۱۰) تعریف زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« کمیتی است که با بیت ها اندازه گیری شده و بر حسب احتمالات پدیدار شدن نماد ها تعریف می شود »

الف (موارد شنیداری و دیداری

ب (فایل های کامپیوتری

ج (اطلاعات

د (هیچکدام

۱۱) تعریف زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« تلفیقی از دستاوردهای مخابراتی ، روش ها و راهکار های حل مسأله و توانایی راهبری با استفاده از دانش کامپیوتری »

الف (فناوری اطلاعات

ب (اطلاعات

ج (ارتباط

د (فناوری ارتباطات

۱۲) شامل موضوعات مربوط به مباحث پیشرفته علوم و فناوری کامپیوتری ، طراحی کامپیوتری ، پیاده سازی سیستم های اطلاعاتی و کاربرد های آن می باشد .

الف (ارتباط

ب (اطلاعات

ج (فناوری ارتباطات

د (فناوری اطلاعات

۱۳) واژه ای کلی است که برای وسعت بخشیدن به محصولات و خدمات الکترونیکی حاصل از نوآوری های مخابراتی و کامپیوتری استفاده می شود .

الف (ارتباط

ب (فناوری اطلاعات

ج (اطلاعات

د (فناوری ارتباطات

۱۴) مجموعه ای از سخت افزار ، نرم افزار و فکر افزار است که گردش و بهره برداری از اطلاعات را امکان پذیر می کند .

الف (فناوری اطلاعات

ب (ارتباط

ج (فناوری

د (فناوری ارتباطات

۱۵) شاخه از فناوری است که با استفاده از سخت افزار ، نرم افزار و شبکه افزار ، مطالعه و کاربرد داده و پردازش آن را زمینه های ذخیره سازی ، دستکاری ، انتقال ، مدیریت ، کنترل و داده آمایی خودکار امکان پذیر می سازد .

الف) ارتباط

ب) اطلاعات

ج) فناوری اطلاعات

د) فناوری ارتباطات

۱۶) جامعه ای است که در آن کیفیت زندگی همانند چشم انداز های تحول اجتماعی و توسعه اقتصادی به میزان زیادی به اطلاعات و بهره برداری از آن وابسته است .

الف) جامعه مجازی

ب) جامعه اقتصادی

ج) جامعه اطلاعاتی

د) هر سه مورد

۱۷) در چنین جامعه ای استانداردهای زندگی ، الگوهای کار و فراغت ، نظام آموزشی و بازار کار کاملاً تحت تأثیر پیشرفت هایی قرار گرفته اند که در قلمرو اطلاعات و دانش به وقوع پیوسته اند .

الف) جامعه مجازی

ب) جامعه اطلاعاتی

ج) جامعه کامپیوتری

د) هر سه مورد

۱۸) با توجه به جامعه اطلاعاتی ، کدام گزینه صحیح نمی باشد .

الف) ارزش های اطلاعاتی جایگزین ارزش های مادی می شود .

ب) اطلاعات به سرعت تولید و در اختیار همه قرار داده می شود .

ج) فعالیت های کاری بیشتر در تولید صنعتی یا کشاورزی است تا در پردازش اطلاعات .

د) اکثر پردازش ها به صورت الکترونیکی انجام می شود .

۱۹) با توجه به جامعه اطلاعاتی ، کدام گزینه صحیح می باشد .

الف) نهاد های الکترونیکی و سازمان های مجازی از بین می روند .

ب) مفهوم کسب و کار و شیوه زندگی با همان روال قبلی به کار خود ادامه می دهند .

ج) نظام های سیاسی ، اقتصادی و اجتماعی ، مدیریت و سازماندهی منحل می گردد .

د) تعامل با سایر کشور ها و جوامع به میزان چشمگیری گسترش می یابد .

(۲۰) کدام یک از موارد زیر جزء زیرساخت های جامعه اطلاعاتی نمی باشد .

- الف) زیرساخت های ارتباطی
- ب) زیرساخت های اجتماعی
- ج) زیر ساخت های مرتبط با دانش
- د) زیر ساخت های فناوری رابط اطلاعات

(۲۱) این زیر ساخت بیان کننده شبکه هایی است که به طور فیزیکی انتقال و ارتباط را تأمین می کنند .

- الف) زیر ساخت فیزیکی
- ب) زیرساخت مرتبط با دانش
- ج) زیرساخت ارتباطی
- د) زیر ساخت فناوری رابط اطلاعات

(۲۲) این زیر ساخت بیشتر ناظر به وجه سخت افزاری تحقق جامعه اطلاعاتی است .

- الف) زیرساخت ارتباطی
- ب) زیرساخت مرتبط با دانش
- ج) زیرساخت فیزیکی
- د) زیر ساخت فناوری رابط اطلاعات

(۲۳) این زیر ساخت بیشتر ناظر به اندیشه خلاق و خبرگی متخصصان ، اندیشمندان و فناوریانی است که بازیابی ، پردازش و فراورش داده را برای اهداف مختلف مدیریت می نمایند .

- الف) زیرساخت ارتباطی
- ب) زیرساخت مرتبط با دانش
- ج) زیرساخت فیزیکی
- د) زیر ساخت فناوری رابط اطلاعات

(۲۴) این زیر ساخت نمادی از محیطی است که در آن هنجار های مشترک و مبادلات باز و متعامل تحقق می یابد .

- الف) زیرساخت ارتباطی
- ب) زیرساخت مرتبط با دانش
- ج) زیرساخت اجتماعی
- د) زیر ساخت فناوری رابط اطلاعات

(۲۵) این زیر ساخت بیشتر ناظر به محیط حقوقی و پیمان های مناسبی است که نحوه همزیستی داده های مختلف و کاربری آن را مهیا می سازند .

- الف) زیرساخت ارتباطی
- ب) زیرساخت مرتبط با دانش
- ج) زیرساخت فناوری رابط اطلاعات
- د) زیر ساخت اجتماعی

(۲۶) امروزه ثروتمندترین کشور های جهان آن هایی هستند که

- الف (از سرمایه ، منابع مالی و حساب های پشتیبان زیادی برخوردار هستند .
- ب (دستخوش فناوری های جدید و مشکلات همراه با آن نشده اند .
- ج (نیرو های انسانی متفکر و خلاق داشته باشند .
- د (بیش از دیگران از ساختار های نوین اطلاعاتی بهره مند شده اند .

(۲۷) یکی از ضابطه های تعریف و در عین حال سنجش میزان تعلق یک کشور به جامعه اطلاعاتی است .

- الف (صنایع اطلاعاتی
- ب (روند ترکیب نیروی کار
- ج (ارتباطات
- د (هر سه مورد

(۲۸) کدام یک از موارد زیر با توجه به ویژگی های جامعه اطلاعاتی صحیح نمی باشد .

- الف (کاهش فاصله جغرافیایی و زمانی
- ب (تغییر بنیادین در نحوه تولید ثروت و ارزش
- ج (تبدیل خبرگی و مهارت های انسانی به منابع سنتی اقتصاد (مواد اولیه / منابع فیزیکی)
- د (تأکید فراوان بر آموزش معلمان و توسعه محیط های آموزشی الکترونیکی و بلادرنگ

(۲۹) کدام یک از موارد زیر با توجه به ویژگی های جامعه اطلاعاتی صحیح می باشد .

- الف (تضعیف سریع و زوال عوامل پایداری سیستم های بسته اقتصادی ، اجتماعی و سیاسی و گسترش روز افزون سیستم های باز
- ب (تقویت مهارت های فناوری ارتباطات و اطلاعات و گسترش مشاغل جدید با ارزش افزائی پایین
- ج (کاهش چشمگیر پیچیدگی در مسائل جهانی و تعاملات بین المللی اقتصادی و اجتماعی
- د (پیدایش این اصل که « فعالیت در سطح جهانی بدون تعامل در سطح ملی بهینه نخواهد بود»

(۳۰) کدام از موارد زیر جزء مزایای استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در اجرای سیاست های آموزشی می باشد .

- الف (رهایی از قید مکان و زمان
- ب (عدم نیاز به جابجایی اساتید ، معلمان و مربیان
- ج (افزایش کیفیت آموزش
- د (هر سه مورد

(۳۱) کدام یک از موارد زیر جزء تغییراتی است که با ورود فناوری اطلاعات به عرصه کار و اشتغال رخ می دهد .

- الف (ایجاد پدیده دور کاری
- ب (سطح وظایف واگذار شده به انسان ها نسبت به گذشته کاهش می یابد .
- ج (شاغلین نیاز به تحصیلات دانشگاهی و مهارت های مرتبط به ارتباطات هستند .
- د (تمام مشاغل فعلی حفظ شده و بدون تغییر باقی می ماند .

۳۲) عبارت است از کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ارتقای کارایی ، اثر بخشی ، شفافیت تبادلات و تعاملات اطلاعاتی بین دولت ها و درون دولت ها .

- الف) جامعه مجازی
- ب) دولت الکترونیکی
- ج) سازمان مجازی
- د) تجارت الکترونیکی

۳۳) به فرآیند خرید ، فروش ، انتقال یا تبادل محصولات ، خدمات و یا اطلاعات از طریق شبکه های کامپیوتری از جمله اینترنت گفته می شود .

- الف) دولت الکترونیکی
- ب) اقتصاد الکترونیکی
- ج) تجارت الکترونیکی
- د) سازمان الکترونیکی

۳۴) تعریف زیر مربوط به کدام دیدگاه از تجارت الکترونیکی می باشد :
تجارت الکترونیکی به معنای تحویل کالا ، خدمات ، اطلاعات یا پرداخت ها از طریق شبکه های کامپیوتری یا به هر وسیله الکترونیکی دیگر است .

- الف) ارتباطات
- ب) خدمات
- ج) فرآیند های کسب و کار
- د) تجارت

۳۵) تعریف زیر مربوط به کدام دیدگاه از تجارت الکترونیکی می باشد :
تجارت الکترونیکی قابلیت خرید و فروش محصولات ، خدمات و اطلاعات را در اینترنت و از طریق سایر خدمات Online ارائه می دهد .

- الف) ارتباطات
- ب) خدمات
- ج) فرآیند های کسب و کار
- د) تجارت

۳۶) تعریف زیر مربوط به کدام دیدگاه از تجارت الکترونیکی می باشد :
تجارت الکترونیکی ، تجارت را به صورت الکترونیکی و با انجام فرآیند های کسب و کار در شبکه های الکترونیکی از طریق جایگزینی اطلاعات به جای فرآیند های کسب و کار انجام می دهد .

- الف) ارتباطات
- ب) خدمات
- ج) فرآیند های کسب و کار
- د) تجارت

۳۷) تعریف زیر مربوط به کدام دیدگاه از تجارت الکترونیکی می باشد :

« تجارت الکترونیکی یاد گیری Online را ممکن ساخته و به آموزش در مدارس ، دانشگاه ها و سایر سازمان ها کمک می کند »

الف (اجتماعی

ب (آموزش

ج (خدمات

د (ارتباطات

۳۸) تعریف زیر مربوط به کدام دیدگاه از تجارت الکترونیکی می باشد :

« تجارت الکترونیکی چارچوبی برای همکاری ، چه در داخل سازمان و چه بین سازمان های مختلف است »

الف (مشارکت

ب (اجتماعی

ج (خدمات

د (فرآیند کسب و کار

۳۹) تعریف زیر مربوط به کدام دیدگاه از تجارت الکترونیکی می باشد :

« تجارت الکترونیکی محلی برای گرد هم آیی اعضا برای آموزش ، انجام معاملات و همکاری است »

الف (آموزش

ب (تجارت

ج (مشارکت

د (اجتماعی

۴۰) تعریف وسیع تری از تجارت الکترونیکی است که نه تنها خرید و فروش کالا و خدمات ، بلکه خدمات رسانی به مشتریان ، همکاری با شرکای تجاری ، برگزاری دوره های آموزشی الکترونیکی و انعقاد قرار داد های همکاری الکترونیکی درون سازمان را نیز شامل می شود .

الف (تجارت سیار

ب (اقتصاد الکترونیکی

ج (کسب و کار الکترونیکی

د (انقلاب الکترونیکی

۴۱) اشکال مختلف دسته بندی تجارت الکترونیکی ، بسته به میزان دیجیتالی شدن (انتقال از شکل فیزیکی به شکل دیجیتال) عبارتند از

الف (بسته بندی - فرآیند فروش - عامل تحویل

ب (محصول فروخته شده - فرآیند فروش - پشتیبانی

ج (خدمت فروخته شده - فرآیند فروش - واسطه

د (خدمت فروخته شده - فرآیند تحویل - عامل تحویل

۴۲) خرید وسایل منزل یا تجهیزات کامپیوتری از سایت یک فروشگاه مجازی، تجارت الکترونیکی از نوع.....

الف) نا خالص

ب) خالص

ج) نیمه خالص و نیمه ناخالص

د) به نوع ارسال محصولات توسط فروشنده بستگی دارد.

۴۳) خرید کتاب یا نرم افزار از سایت یک فروشگاه مجازی، تجارت الکترونیکی از نوع.....

الف) بسته به نوع ارسال توسط فروشنده می تواند خالص باشد.

ب) بسته به نوع ارسال توسط فروشنده می تواند نا خالص باشد.

ج) خالص

د) موارد الف و ب

۴۴) سازمان های کاملاً فیزیکی یا سنتی با عنوان سازمان های..... شناخته می شوند.

الف) Click-and-Mortar

ب) Brick-and-Mortar

ج) Pure-Play

د) Click-and-Brick

۴۵) شرکت هایی که فقط در فعالیت های تجارت الکترونیکی شرکت دارند..... نامیده می شوند.

الف) Click-and-Mortar

ب) Pure-Play

ج) سازمان های مجازی

د) موارد ب و ج

۴۶) این نوع سازمان ها برخی از فعالیت های تجارت الکترونیکی را انجام می دهند، اما عمده فعالیت های خود را به صورت فیزیکی دنبال می کنند.

الف) Click-and-Mortar

ب) Brick-and-Mortar

ج) Click-and-Brick

د) موارد الف و ب

۴۷) این نوع از شبکه ها، قابلیت های ارتباطی را به فعالیت های معمولی اضافه می کنند.

الف) LAN

ب) WAN

ج) VAN

د) MAN

۴۸) سیستم هایی هستند که در آن ها پردازش معاملات و تبادل اطلاعات بین دو یا چند سازمان صورت می گیرد.

- الف) سیستم های اطلاعاتی بین سازمانی
- ب) سیستم های اطلاعاتی درون سازمانی
- ج) سیستم های اطلاعاتی برون سازمانی
- د) سیستم های اطلاعاتی واسط سازمانی

۴۹) سیستم هایی هستند که فعالیت های تجارت الکترونیکی که درون یک سازمان صورت می گیرد را مورد استفاده قرار می دهند.

- الف) Intra Business EC
- ب) سیستم های اطلاعاتی درون سازمانی
- ج) موارد الف و ب
- د) سیستم های اطلاعاتی واسط سازمانی

۵۰) تعریف زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« شبکه ای است که از اینترنت برای اتصال به چندین اینترنت کمک می گیرد »

- الف) اترنت
- ب) اکسترانت
- ج) شبکه ارزش افزوده
- د) VAN

۵۱) با توجه به طبقه بندی تجارت الکترونیکی کدام گزینه صحیح نمی باشد.

- الف) B2B : تمام اعضای این دسته تاجر یا سازمان های تجاری هستند .
- ب) C2B : در این مدل افراد با استفاده از اینترنت محصولات یا خدمات خود را به سازمان ها یا افراد حقوقی می فروشند .
- ج) B2B2C : در این روش طرف معامله محصول یا خدمات را برای کارگزار یا کار آور تهیه می کند .
- د) B2C : در این مدل افراد با استفاده از اینترنت محصولات یا خدمات خود را به سازمان ها یا افراد حقوقی می فروشند .

۵۲) این مدل شامل معاملات خرده فروشی محصولات یا خدمات از طریق تاجر به تک تک مصرف کنندگان می باشد.

- الف) e-tailing
- ب) Peer-to-Peer
- ج) Intra Business EC
- د) Exchange-to-Exchange

۵۳) از فناوری Peer-to-Peer (همتا به همتا) در کدام یک از مدل ها نمی توان استفاده کرد .

- الف) C2C
- ب) C2B
- ج) B2C
- د) B2B

۵۴) این فناوری به کامپیوتر های متصل به شبکه امکان می دهد تا فایل های داده را به اشتراک گذاشته و آن ها را به صورت مستقیم پردازش کنند .

الف (e-tailing

ب (Intra Business EC

ج (Peer-to-Peer

د (Exchange-to-Exchange

۵۵) در این روش فعالیت ها و معاملات تجارت الکترونیکی به طور کامل یا به صورت جزئی در محیطی بی سیم انجام می شوند .

الف (Intra Business EC

ب (M-Commerce

ج (L-Commerce

د (C-Commerce

۵۶) این مدل از تجارت الکترونیکی ، مربوط به تمام فعالیت های داخلی سازمان است که در ارتباط با مبادله کالا ، خدمات یا اطلاعات در میان واحد ها و افراد مختلف در سازمان انجام می شود .

الف (Intra Business EC

ب (None Business EC

ج (E-Government

د (موارد الف و ج

۵۷) با توجه به مدل B2E ، کدام گزینه صحیح می باشد .

الف (این مدل زیر مجموعه گروه تجارت الکترونیکی بین سازمانی می باشد .

ب (در این مدل ، بیشتر کارمندان سازمان ها به صورت متمرکز فعالیت کرده و نماینده شرکت هستند .

ج (در این مدل ، سازمان ها خدمات ، اطلاعات یا محصولاتی را به بازار های الکترونیکی تحت نظارت خود عرضه می کنند .

د (هیچکدام

۵۸) زمانی که افراد یا گروه ها به صورت Online ارتباط برقرار کرده یا با هم مشارکت می کنند ، احتمالاً از روش استفاده می کنند .

الف (Exchange-to-Exchange

ب (M-Commerce

ج (C-Commerce

د (L-Commerce

۵۹) اگر معاملات تجارت سیار برای افرادی خاص در زمانی خاص و در موقعیتی خاص صورت گیرد، تحت عنوان شناخته می شود.

الف) تجارت مکان محور

ب) C-Commerce

ج) M-Commerce

د) موارد الف و ج

۶۰) این مدل از تجارت الکترونیکی، مربوط به تعداد بی شماری از انستیتو های غیر تجاری است که از تجارت الکترونیکی برای کاهش هزینه های خود یا بهبود عملکرد های کلی و ارائه خدمات بهتر به مشتریان خود بهره می گیرد.

الف) None Business EC

ب) Exchange-to-Exchange

ج) E-Government

د) موارد ب و ج

۶۱) در این روش، تجارت الکترونیکی سیستمی رسمی است که دو یا چند بازار را به هم مرتبط می کند.

الف) B2B

ب) E2E

ج) G2G

د) همتا به همتا

۶۲) در این مدل از تجارت الکترونیکی، دولتی الکترونیکی وجود دارد که کالا، خدمات یا اطلاعات را از تجار خریداری کرده یا در اختیار آن ها قرار می دهد.

الف) E2E

ب) G2B

ج) B2G

د) G2C

۶۳) در این مدل از تجارت الکترونیکی، دولتی الکترونیکی وجود دارد که کالا، خدمات یا اطلاعات را از شهروندان خریداری کرده یا در اختیار آن ها قرار می دهد.

الف) B2G

ب) G2B

ج) G2C

د) C2G

۶۴) این پدیده دلیل اصلی شکوفایی تجارت الکترونیکی می باشد .

الف) اقتصاد اینترنتی

ب) وب ۲

ج) اقتصاد دیجیتال

د) انقلاب دیجیتال

۶۵) کدام یک از گزینه های زیر از خصوصیات یک محیط جهانی می باشد .

الف) مجموعه ای از محصولات قابل دیجیتالی شدن که همواره در تمام نقاط دنیا با استفاده از زیرساخت دیجیتال منتقل می شوند .

ب) مصرف کنندگان و مؤسسات مختلف که معاملات مالی را به صورت دیجیتال انجام می دهند .

ج) ریزپردازنده ها و قابلیت های وابسته به شبکه ، که در کالاهای فیزیکی مانند لوازم خانگی یا اتومبیل ها نیز تعبیه می شوند .

د) همه موارد

۶۶) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

الف) اقتصاد دیجیتال باعث وقوع انقلاب دیجیتال شده است .

ب) انقلاب دیجیتال باعث وقوع اقتصاد دیجیتال شده است .

ج) تجارت الکترونیکی دلیل اصلی پیدایش انقلاب دیجیتال می باشد .

د) اقتصاد جدید دلیل اصلی شکوفایی تجارت الکترونیکی می باشد .

۶۷) امروزه دلیل اصلی سازمان ها برای استفاده از تجارت الکترونیکی ، می باشد .

الف) فشار های ناشی از محیط کسب و کار

ب) فشار های ناشی از محیط جهانی

ج) گسترش اقتصاد دیجیتال و تمایل به استفاده از آن

د) انقلاب دیجیتال

۶۸) در رابطه با محیط جدید کسب و کار ، کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

الف) در نتیجه پیشرفت بسیار چشمگیر و سریع علوم به وجود آمده است .

ب) این محیط همواره در حال تغییر بوده و رقابت در آن شدید تر است .

ج) در این محیط لازم است که سازمان ها به آرامی و با صبر و حوصله بیشتری تصمیم گیری کنند .

د) این محیط علاوه بر همراه بودن با مشکلات ، دارای فرصت های تجاری بیشتری می باشد .

۶۹) بر اساس این مدل ، سازمان ها به منظور حفظ بقای خود در محیط کسب و کار لازم است به تمامی فشار های ناشی از محیط اجتماعی ، بازاری و فناوری عکس العمل مناسبی نشان دهند .

الف) مدل رقابتی پورتر

ب) مدل محیط - پاسخ - پشتیبانی

ج) مدل زنجیره تأمین

د) مدل درآمد

۷۰) در مدل محیط - پاسخ - پشتیبانی کدام یک از گزینه های زیر جزء فشار های ناشی از محیط بازار نمی باشند .

- الف) سر ریز اطلاعات
- ب) رقابت جهانی
- ج) تغییر نیروی کار
- د) مشتریان قدرتمند تر

۷۱) در مدل محیط - پاسخ - پشتیبانی کدام یک از گزینه های زیر جزء فشار های ناشی از محیط فنی نمی باشند .

- الف) رویکرد های منسوخ شده
- ب) تجارت الکترونیکی
- ج) ابتکارات
- د) کاهش بودجه

۷۲) در مدل محیط - پاسخ - پشتیبانی کدام یک از گزینه های زیر جزء فشار های ناشی از محیط اجتماعی نمی باشند .

- الف) مقررات دولتی
- ب) مسئولیت اجتماعی
- ج) تغییر ماهیت و ویژگی های نیروی کار
- د) نقض مقررات

۷۳) با توجه به فعالیت های پشتیبانی شده توسط تجارت الکترونیکی ، تعریف زیر مربوط به کدام گزینه می باشد :
این سیستم ها ، مزیت استراتژیک را برای سازمان ها به ارمغان آورده ، به آن ها امکان می دهند تا سهام بازار را افزایش داده ، ارتباط بهتری با تولید کنندگان کالا برقرار کرده یا مانع از ورود رقبا به حوزه فعالیت های خود شوند .

- الف) سیستم های چابک
- ب) سیستم های استراتژیک
- ج) سیستم های بهبود زنجیره تأمین
- د) سیستم های اتوماسیون

۷۴) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

- الف) استفاده از اتوماسیون در کسب و کار ، یکی از موضوعاتی است که تجارت الکترونیکی می تواند کمک زیادی به پیشرفت آن در عکس العمل های سازمانی کند .
- ب) پشتیبانی از CRM از وظایف اصلی تجارت الکترونیکی است .
- ج) یکی از معایب انقلاب دیجیتال این است که مشتریان در آن از قدرت بالایی برخوردار هستند .
- د) سازمان های چابک ، سازمان هایی هستند که به ندرت می توانند سطح بهره وری خود را حفظ کنند .

۷۵) این مدل نشان می دهد سازمان یا پروژه تجارت الکترونیکی چگونه در آمد کسب می کند .

- الف) مدل درآمد
- ب) مدل زنجیره ارزش
- ج) مدل کسب و کار
- د) موارد الف و ج

۷۶) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) منظور از مدل درآمد شیوه انجام کسب و کار است که شرکت با استفاده از آن می تواند درآمدی کسب کرده و به بقای خود ادامه دهد .
ب) مدل کسب و کار نشان می دهد که رتبه شرکت در کسب اعتبار در چه جایگاهی است .
ج) منظور از رنجیره تأمین ، مجموعه ای از فعالیت های افزایش ارزش است که سازمان ها آن ها را برای دستیابی به اهداف خود در مراحل مختلف فرآیند تولید انجام می دهند .
د) زنجیره ارزش زیر مجموعه ای از برنامه کسب و کار است .

۷۷) کدام یک از گزینه های زیر جزء هشت مدل تجارت الکترونیکی می باشند .

- الف) بازاریابی مستقیم - واسطه گری - تأمین کننده محتوا - زیرساخت اشتراکی
ب) بازار یابی مستقیم - واسطه گری - تأمین کننده خدمات کامل - یکپارچه سازی ارزشی
ج) بازار یابی مستقیم - جامعه مجازی - تأمین کننده محتوا - تقویت کننده خدمات برای سازمان های بزرگ
د) هر سه مورد

۷۸) کدام گزینه جزء مدل جامع کسب و کار از دیدگاه McKay & Marshall می باشد .

- الف) فروشنده - محصولات - فرآیند کسب و کار - منابع
ب) مشتری - فروشنده - محصولات - فرآیند کسب و کار
ج) فروشنده - منابع - زنجیره تأمین - هزینه ها
د) مشتری - زنجیره تأمین - فرآیند کسب و کار - درآمد ها

۷۹) مدل های درآمد عبارتند از :

- الف) فروش - هزینه کمیسیون - هزینه ثبت نام - درآمد تبلیغاتی - هزینه ارجاع
ب) خرید - هزینه حمل و نقل - هزینه کمیسیون - درآمد تبلیغاتی - هزینه بازاریابی
ج) فروش - هزینه حمل و نقل - هزینه ثبت نام - درآمد تبلیغاتی - هزینه خدمات پس از فروش
د) موارد الف و ج

۸۰) هر شرکت از مدل برای توضیح چگونگی کسب درآمد و از مدل برای توضیح در مورد فرآیند به کار گرفته شده برای این منظور استفاده می کند .

- الف) کسب و کار - درآمد
ب) درآمد - کسب و کار
ج) کسب و کار - زنجیره تأمین
د) ارائه ارزش - درآمد

۸۱) شرکت ها با استفاده از این مدل ، منافع از جمله منافع ناملموس و غیر کمیته را عاید خود می کنند .

- الف) مدل درآمد
ب) مدل کسب و کار
ج) ارائه ارزش
د) مدل زنجیره تأمین

۸۲) این مدل در مدل های کسب و کار در تجارت الکترونیکی ، رایج ترین مدل فروش محصولات یا خدمات به صورت Online می باشد .

الف) بازاریابی Online و بدون واسطه

ب) سیستم های مناقصه الکترونیکی

ج) اعلام قیمت از سور مشتری

د) مزایده های Online

۸۳) در کدام وضعیت از مدل بازاریابی Online و بدون واسطه استفاده می شود .

الف) B2B

ب) B2C

ج) E-tailing

د) همه موارد

۸۴) بر اساس این مدل مشتری نیاز خود را مشخص کرده و سپس شرکت واسطه نیاز مشتری را در پایگاه داده جستجو کرده و پایین ترین قیمت را یافته و آن را برای مشتری ارسال می کند .

الف) مدل دریافت تقاضا

ب) مدل موتور جستجو

ج) اعلام قیمت از سوی مشتری

د) موارد الف و ب

۸۵) این مدل نوعی توافق است که در آن شریک بازاریاب ، مشتریان را به وب سایت شرکت فروشنده ارجاع می دهد .

الف) واسطه های اطلاعاتی

ب) بازاریابی مبتنی بر افراد

ج) بازاریابی وابسته

د) عضویت

۸۶) این روش همان روش بازاریابی معاوره ای است که به صورت مبتنی بر وب انجام می گیرد .

الف) بازاریابی مبتنی بر افراد

ب) بازاریابی وابسته

ج) مزایده های Online

د) خرید گروهی

۸۷) این نوع از بازار ها نوع خاصی از بازار های الکترونیکی بوده که فقط روی یک صنعت متمرکز می شوند .

الف) بازار های وابسته

ب) بازار های افقی

ج) بازار های مستقل

د) بازار های عمودی

۸۸) در این مدل خدماتی ارائه می شود که محصولاتی که از نظر اطلاعاتی به هم وابسته هستند در یک بسته بندی کامل تر برای مشتریان عرضه می شوند تا مفید تر واقع شوند .

- الف) واسطه های اطلاعاتی
- ب) کامل کنندگان زنجیره ارزش
- ج) تأمین کنندگان خدمات زنجیره ارزش
- د) سفارشی سازی محصولات و خدمات ارائه شده

۸۹) این گروه از شرکت ها از طریق تمرکز بر فعالیت های زنجیره تأمین نظیر لجستیک یا پرداخت ها فعالیت دارند .

- الف) واسطه های اطلاعاتی
- ب) کامل کنندگان زنجیره ارزش
- ج) تأمین کنندگان خدمات زنجیره ارزش
- د) سفارشی سازی محصولات و خدمات ارائه شده

۹۰) در کدام گزینه تمام موارد جزء مزایای تجارت الکترونیکی مربوط به سازمان ها می باشد .

- الف) دسترسی جهانی - کاهش هزینه ها - بهبود زنجیره تأمین - افزایش ساعت کار
- ب) تنوع محصولات - مدل های کسب و کار جدید - رفاه اجتماعی - استاندارد های بالاتر زندگی
- ج) دسترسی جهانی - کاهش هزینه ها - محصولات و خدمات سفارشی - محصولات و خدمات با قیمت ارزانتر
- د) تنوع محصولات - مدل های کسب و کار جدید - محصولات و خدمات بیشتر - دسترسی به خدمات عمومی

۹۱) در کدام گزینه تمام موارد جزء مزایای تجارت الکترونیکی مربوط به مصرف کنندگان می باشد .

- الف) دسترسی به اطلاعات - معافیت از مالیات بر فروش - افزایش امید به زندگی برای فقرا - امنیت ملی
- ب) حضور در همه جا - ارسال بلادرنگ - ارائه محصولات بسیار ویژه - سرعت عرضه به بازار
- ج) دسترسی به اطلاعات - معافیت از مالیات بر فروش - هزینه های پایین برقراری ارتباط - دسترسی به خدمات عمومی
- د) حضور در همه جا - ارسال بلادرنگ - شرکت در مزایده ها - انجمن های الکترونیکی

۹۲) در کدام گزینه تمام موارد جزء مزایای تجارت الکترونیکی مربوط به جامعه می باشد .

- الف) افزایش امید به زندگی برای فقرا - استاندارد های بالاتر زندگی - محصولات و خدمات با قیمت ارزان تر - ارائه اطلاعات به هنگام
- ب) رفاه اجتماعی - استاندارد های بالاتر زندگی - امنیت ملی - دسترسی به خدمات عمومی
- ج) افزایش امید به زندگی برای فقرا - استاندارد های بالاتر زندگی - محصولات و خدمات بیشتر - دسترسی به اطلاعات
- د) رفاه اجتماعی - استاندارد های بالاتر زندگی - خرید کار آمد - بهبود روابط مشتریان

۹۳) کدام گزینه جزء محدودیت های تکنولوژیکی تجارت الکترونیکی نمی باشد .

- الف) فقدان استاندارد های جهانی برای تعیین کیفیت ، امنیت و اعتماد
- ب) نگرانی های امنیتی در مورد اطلاعات محرمانه مشتریان
- ج) نا کافی بودن پهنای باند موجود برای ارتباطات سیار به خصوص برای تجارت سیار
- د) رو به رشد و تکامل بودن ابزار های ساخت نرم افزار

۹۴) کدام گزینه جزء محدودیت های تکنولوژیکی تجارت الکترونیکی می باشد.

- الف) عدم اطمینان به تجارت الکترونیکی و فروشندگان نا آشنا
- ب) حل نشدن مسائل حقوقی و دولتی به طور کامل
- ج) مشکل یکپارچه سازی اینترنت و نرم افزار EC با برخی از برنامه های کاربردی و پایگاه های داده
- د) ایجاد تداخل از سوی قوانین دولتی، ملی و بین المللی

۹۵) کدام گزینه جزء محدودیت های غیر تکنولوژیکی تجارت الکترونیکی نمی باشد.

- الف) افزایش هزینه ها به دلیل نیاز به سرور های خاص وب و سرور های شبکه
- ب) نا شناخته بودن برخی از مزایای تجارت الکترونیکی
- ج) ترجیح دادن مشتریان به دیدن محصول مورد نظر خود و لمس کردن آن
- د) بی اعتماد بودن برخی از افراد به معاملاتی که روی کاغذ نوشته نشده است

۹۶) کدام گزینه جزء محدودیت های غیر تکنولوژیکی تجارت الکترونیکی می باشد.

- الف) گران بودن و نا کار آمد بودن دسترسی به اینترنت
- ب) نیلز به انبار های خاص و خودکار سازی در سفارش گیری در مقیاس بالا در مدل B2C
- ج) مشکل یکپارچه سازی اینترنت و نرم افزار EC با برخی از برنامه های کاربردی و پایگاه های داده
- د) رو به افزایش بودن کلاه برداری های Online

« پاسخنامه تستی »

سؤال	جواب	سؤال	جواب	سؤال	جواب
۱	د	۳۳	ج	۶۵	د
۲	ج	۳۴	الف	۶۶	الف
۳	د	۳۵	د	۶۷	الف
۴	الف	۳۶	ج	۶۸	ج
۵	ب	۳۷	ب	۶۹	ب
۶	ب	۳۸	الف	۷۰	الف
۷	ج	۳۹	د	۷۱	د
۸	ب	۴۰	ج	۷۲	ج
۹	ب	۴۱	ج	۷۳	ب
۱۰	ج	۴۲	الف	۷۴	د
۱۱	الف	۴۳	د	۷۵	الف
۱۲	د	۴۴	ب	۷۶	ب
۱۳	ب	۴۵	د	۷۷	د
۱۴	الف	۴۶	د	۷۸	د
۱۵	ج	۴۷	ج	۷۹	الف
۱۶	ج	۴۸	الف	۸۰	ب
۱۷	ب	۴۹	ج	۸۱	ج
۱۸	ج	۵۰	ب	۸۲	الف
۱۹	د	۵۱	د	۸۳	د
۲۰	ب	۵۲	الف	۸۴	ب
۲۱	ج	۵۳	ب	۸۵	ج
۲۲	الف	۵۴	ج	۸۶	الف
۲۳	ب	۵۵	ب	۸۷	د
۲۴	د	۵۶	الف	۸۸	ب
۲۵	ج	۵۷	د	۸۹	ج
۲۶	د	۵۸	ج	۹۰	الف
۲۷	ب	۵۹	د	۹۱	د
۲۸	ج	۶۰	الف	۹۲	ب
۲۹	الف	۶۱	ب	۹۳	ب
۳۰	د	۶۲	ب	۹۴	ج
۳۱	الف	۶۳	ج	۹۵	الف
۳۲	ب	۶۴	د	۹۶	د

* از شما دانشجوی عزیز خواشمندم اگر سؤال یا جواب سؤالی به اشتباه نایب شده ، حتماً به بنده اطلاع دهید تا آن را اصلاح کرده و دیگر دانشجویان دچار اشتباه نگردند



« فصل دوم »

بازار های الکترونیکی



۱) کدام گزینه جزء عملکردهای مختلف بازارها نمی باشد .

- الف (تطبیق خریدار و فروشنده
- ب (تسهیل معاملات
- ج (استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات
- د (تدارک زیرساخت

۲) کدام گزینه جزء نتایج حاصل از تغییراتی است که فناوری اطلاعات در فرایندهای تجارت و زنجیره تولید ایجاد کرده است .

- الف (کاهش عدم توازن اطلاعات بین فروشندگان و خریداران
- ب (هزینه های بالای جستجوی اطلاعات برای خریداران
- ج (افزایش زمان خرید محصولات دیجیتال و تصاحب آن ها
- د (غنای کمتر اطلاعات محیط های بازاری

۳) مؤلفه های اصلی بازار مجازی عبارتند از :

- الف (مشتریان الکترونیکی - کالا و خدمات - واسطه ها و سایر شرکای تجاری - Front End
- ب (فروشندگان الکترونیکی - زیر ساخت - خدمات پشتیبانی - Back End
- ج (مشتریان الکترونیکی - فروشندگان الکترونیکی - فروشگاه و مراکز خرید الکترونیکی - کاتالوگ های الکترونیکی
- د (موارد الف و ب

۴) این بخش شامل فعالیت های سفارش گیری ، مدیریت موجودی ، خرید از تولید کنندگان ، محاسبات و امور مالی ، پردازش پرداخت ها ، بسته بندی و ارسال می باشد .

- الف (Back End
- ب (Front End
- ج (مراکز خرید الکترونیکی
- د (فروشگاه های الکترونیکی

۵) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

- الف (مشتریان از طریق Front End با بازار ارتباط متقابل برقرار می کنند .
- ب (مشتریان از طریق Back End با بازار ارتباط متقابل برقرار می کنند .
- ج (موتور جستجو ، پورتال فروشنده ، کاتالوگ های الکترونیکی و سید خرید جزء مولفه های Front End می باشند .
- د (موتور حراجی ، پورتال فروشنده ، کاتالوگ های الکترونیکی و نحوه پرداخت جزء مولفه های Front End می باشند .

۶) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) بازار های الکترونیکی از نوع B2B عمدتاً به صورت فروشگاه و مراکز خرید اینترنتی هستند .
- ب) منظور از مراکز خرید الکترونیکی ، وب سایت یک شرکت است که در آن محصولات و خدمات فروخته می شود .
- ج) بازار های الکترونیکی از نوع B2B عبارتند از : محل فروش ، محل خرید یا محل معاوضه کالا و خدمات
- د) اصطلاح بازار الکترونیکی معمولاً معنای B2C را در بر دارد نه B2B .

۷) در رابطه با بازار های الکترونیکی عمومی ، کدام گزینه صحیحی می باشد .

- الف) این بازار ها معمولاً متعلق به طرف ثالث یا گروهی از شرکت های ائتلافی هستند .
- ب) این بازار ها همان بازار های B2B هستند و با نام سهامی نیز شناخته می شوند .
- ج) این بازار ها توسط دولت یا مالکین بازار اداره می شوند .
- د) همه موارد

۸) کدام مورد به عنوان راه حل مشکل سر ریز اطلاعات معرفی می شود .

- الف) پورتال
- ب) خدمات پشتیبانی
- ج) مراکز خرید الکترونیکی
- د) فروشگاه های الکترونیکی

۹) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد .

اطلاعات یک نقطه دسترسی واحد از طریق مرورگر وب ، به اطلاعات حیاتی تجاری است که در داخل و خارج از سازمان قرار دارند

- الف) بازار های الکترونیکی عمومی
- ب) بازار های الکترونیکی خصوصی
- ج) پورتال
- د) موارد الف و ج

۱۰) کدام نوع از پورتال ها محتوا را برای انجمن های مختلف ارائه می دهند و رایج ترین پورتال ها در اینترنت هستند .

- الف) پورتال های شرکتی
- ب) پورتال های تجاری
- ج) پورتال های انتشاری
- د) پورتال های سیار

۱۱) کدام نوع از پورتال ها برای انجمن هایی با علائق خاص طراحی شده اند .

- الف) پورتال های انتشاری
- ب) پورتال های شخصی
- ج) پورتال های شرکتی
- د) پورتال های سیار

۱۲) کدام نوع از پورتال ها با وجود اینکه برای مخاطبین عام طراحی شده اند و محتوای رایجی را به صورت بلادرنگ ارائه می دهند اما کاربران می توانند آن ها را شخصی سازی کنند .

الف) پورتال های تجاری

ب) پورتال های انتشاراتی

ج) پورتال های شخصی

د) پورتال های شرکتی

۱۳) کدام نوع از پورتال ها دسترسی سازمان یافته ای به محتوای غنی در درون خود شرکت یا انجمن های وابسته به شرکای شرکت را ارائه می دهند .

الف) پورتال های سازمانی

ب) پورتال های اطلاعات سازمانی

ج) پورتال های شرکتی

د) همه موارد

۱۴) در کدام نوع از پورتال ها شخصی سازی محتوا صورت نمی گیرد ، اما دارای ویژگی های پیشرفته جستجو و قابلیت های برقراری ارتباط متقابل هستند .

الف) پورتال های عمومی

ب) پورتال های شرکتی

ج) پورتال های انتشاری

د) پورتال های تجاری

۱۵) کدام نوع از پورتال ها اطلاعات فیلتر شده خاصی را برای افراد ارائه می دهند .

الف) پورتال های انتشاری

ب) پورتال های شخصی

ج) پورتال های شرکتی

د) موارد الف و ب

۱۶) در کدام نوع از پورتال ها محتوای ارائه شده بسیار محدود و شخصی بوده و مخاطبین آن ها بسیار اندک است .

الف) پورتال های شرکتی

ب) پورتال های انتشاری

ج) پورتال های شخصی

د) موارد ب و ج

۱۷) در کدام نوع از پورتال ها می توان از طریق تلفن های ثابت و همراه به آن ها دسترسی پیدا کرد .

الف) پورتال های سیار

ب) پورتال های شخصی

ج) پورتال های انتشاری

د) پورتال های صوتی

۱۸) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

- الف) پورتال های اطلاعاتی به ندرت از قابلیت شخصی سازی برخوردار می باشند .
- ب) رایج ترین نوع واسطه گری در دنیای واقعی ، عمده فروشی و خرده فروشی می باشد .
- ج) در دنیای مجازی ، واسطه ها روند اطلاعات را کنترل می کنند .
- د) هزینه های جستجو و اطلاعات ناقص ، از جمله محدودیت هایی هستند که توسط واسطه ها (انسانی / الکترونیکی) از بین می روند .

۱۹) کدام گزینه جزء محدودیت هایی است که در برقراری ارتباط مستقیم توسط واسطه ها از بین می روند .

- الف) حفظ اسرار محرمانه
- ب) ریسک قرارداد
- ج) قیمت گذاری های نامناسب
- د) همه موارد

۲۰) این نوع از واسطه ها تولید کنندگان کالا و خدمات را با خریداران تجاری مانند خرده فروش ها مرتبط می کنند .

- الف) واسطه های اطلاعاتی
- ب) توزیع کنندگان الکترونیکی
- ج) واسطه های فروش
- د) واسطه های خرید

۲۱) این نوع از واسطه ها کاتالوگ ها یا اطلاعات محصول را از عرضه کنندگان مختلف جمع آوری کرده و آن ها را در یک محل (وب سایت واسطه) در معرض دید عموم قرار می دهند .

- الف) توزیع کنندگان الکترونیکی
- ب) واسطه های اطلاعاتی
- ج) واسطه های خرید
- د) واسطه های فروش

۲۲) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) واسطه هایی که امکان تطبیق بیشتر فروشنده و خریدار را فراهم می کنند را نمی توان حذف کرد .
- ب) پدیده ای که در آن واسطه های حذف شده نقش جدیدی ایفا می کنند ، حذف واسطه نام دارد .
- ج) حذف واسطه گری بیشتر در زنجیره تأمین اتفاق می افتد .
- د) واسطه ها در کنار خدمات اصلی خود ، خدمات رایگانی مانند ارسال محصولات ، ضمانت نامه برای کالا ها ، اجرای فرایند پرداخت و مشاوره یا همکاری در یافتن شرکای تجاری را نیز ارائه می دهند .

۲۳) عملکرد اصلی ارائه شده توسط نرم افزار های Merchant Server عبارتند از :

- الف) کاتالوگ های الکترونیکی
- ب) موتور های جستجو
- ج) سبد های خرید
- د) همه موارد

(۲۴) «کاتالوگ ها می توانند استاندارد یا سفارشی باشند» مربوط به کدام دیدگاه از کاتالوگ های الکترونیکی می باشد .

الف (استاندارد سازی

ب (شخصی سازی

ج (یکپارچه سازی با فرایند های کسب و کار

د (موارد الف و ب

(۲۵) کاتالوگ های سفارشی بیشتر در کدام نوع از تجارت مورد استفاده قرار می گیرند .

الف (B2B

ب (C2B

ج (B2C

د (C2C

(۲۶) از کدام راهکار می توان جهت ایجاد کاتالوگ های سفارشی استفاده کرد .

الف (تعیین بخش های مورد علاقه در کاتالوگ اصلی توسط مشتری

ب (استفاده از نظر سنجی های Online و Offline جهت دریافت علائق مشتری

ج (استفاده از رکورد های معاملات قبلی مشتری

د (موارد الف و ب

(۲۷) کدام گزینه در مورد کاتالوگ ها صحیح می باشد .

الف (کاتالوگ های الکترونیکی قابلیت خرید مقایسه ای دارند

ب (کاتالوگ های الکترونیکی مختص تجارت B2C است

ج (کاتالوگ های الکترونیکی به صورت پویا تهیه می شوند

د (کاتالوگ های الکترونیکی به صورت سفارشی تهیه می شوند

(۲۸) یک برنامه کامپیوتری است که می تواند به پایگاه داده منابع اینترنت دسترسی یافته ، اطلاعات یا واژه های

کلیدی خاصی را جستجو کرده و نتایج را گزارش دهد .

الف (موتور جستجو

ب (سرویس های جاسوسی

ج (پورتال های خرید

د (عامل های نرم افزاری Shopbot

(۲۹) یکی از فناوری های پردازش سفارش است که به مشتریان اجازه می دهد اقلام انتخاب شده برای خرید را

در کنار هم گرد آورده و به خرید ادامه دهد .

الف (کیف پول الکترونیکی

ب (سبد خرید

ج (پورتال خرید

د (عامل های نرم افزاری Shopbot

۳۰) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

- الف) سبد های خرید B2B بسیار ساده بوده اما B2C دارای سبد های خرید پیچیده تری می باشد .
- ب) سبد خرید B2C به مشتری امکان می دهد از چندین سایت مختلف خرید کرده و سبد خرید را در وب سایت خود نگه دارد .
- ج) سبد خرید B2B به مشتری امکان می دهد از چندین سایت مختلف خرید کرده و سبد خرید را در وب سایت خود نگه دارد .
- د) موارد الف و ج

۳۱) یکی از مکانیزم های بازار است که از فرایند رقابتی مانند مزایده ها و مناقصه ها استفاده می کند .

- الف) اکوسیستم اینترنت
- ب) تجارت سیار
- ج) I-MODE
- د) حراجی

۳۲) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) حراجی های الکترونیکی در مدل های شبیه B2C ، B2B ، C2B و C2C استفاده می شوند .
- ب) در مزایده ، فروشنده پیشنهادات مختلف را از خریدارن در خواست می کند .
- ج) حراجی های الکترونیکی در مدل های شبیه B2G ، G2B و G2C و C2G استفاده می شوند .
- د) در مزایده ، خریدار پیشنهادات مختلف را از فروشندگان دریافت می کند .

۳۳) کدام یک از گزینه های زیر جزء محدودیت های حراجی های سنتی یا Offline نمی باشد .

- الف) مدت زمان زیادی طول می کشد تا هر کالا به فروش برسد .
- ب) پیشنهاد دهندگان ممکن است برای کالای مورد علاقه خود مبلغ بسیار زیادی پرداخت کنند .
- ج) پیشنهاد دهندگان زمان کمی برای آشنایی و بررسی اجناس در اختیار دارند .
- د) پیشنهاد دهندگان ممکن است از تمام حراجی ها مطلع نشوند و امکان مقایسه کالا های ارائه شده را نداشته باشند .

۳۴) کدام یک از گزینه های زیر در رابطه با حراجی ها صحیح می باشد .

- الف) خصوصیت اصلی حراجی های Online این است که مبتنی بر قیمت گذاری پویا هستند .
- ب) خصوصیت اصلی حراجی های Offline این است که مبتنی بر قیمت گذاری پویا هستند .
- ج) منظور از قیمت گذاری پویا ، قیمت هایی است که ثابت نیستند و با تغییر عرضه و تقاضا در بازار تغییر نمی کنند .
- د) موارد الف و ب

۳۵) در کدام پیکربندی از قیمت گذاری پویا ، فرد می تواند از مذاکره ، چانه زنی و مبادله پایا پای استفاده کند .

- الف) یک خریدار - یک فروشنده
- ب) یک فروشنده - چند خریدار
- ج) یک خریدار - چند فروشنده
- د) چند خریدار - چند فروشنده

(۳۶) در کدام پیکربندی از قیمت گذاری پویا ، قیمت نهایی بر اساس قدرت طرفین در چانه زنی ، میزان عرضه و تقاضا در بازار محصول و عوامل محیط کسب و کار تعیین می شود .

الف) یک خریدار - یک فروشنده

ب) یک فروشنده - چند خریدار

ج) یک خریدار - چند فروشنده

د) چند خریدار - چند فروشنده

(۳۷) در کدام پیکر بندی از قیمت گذاری پویا ، فروشنده از روش مزایده استفاده می کند .

الف) یک خریدار - یک فروشنده

ب) یک فروشنده - چند خریدار

ج) یک خریدار - چند فروشنده

د) چند خریدار - چند فروشنده

(۳۸) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

الف) در مزایده های آمریکایی و انگلیسی قیمت های پیشنهادی به تدریج افزایش می یابند .

ب) مناقصه جزء انواع حراجی هایی است که در آن ها یک خریدار و چندین فروشنده شرکت دارند .

ج) در مزایده های آمریکایی و آلمانی قیمت های پیشنهادی به تدریج افزایش می یابند .

د) مدل اعلام قیمت جزء انواع حراجی هایی است که در آن ها یک خریدار و چندین فروشنده شرکت دارند .

(۳۹) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

الف) در مناقصه ، برنده کسی است که بالاترین قیمت را پیشنهاد داده باشد .

ب) در مدل اعلام قیمت ، فروشنده قیمت خود را که مایل است از خریدار دریافت کند ، اعلام می کند .

ج) از مناقصه عمدتاً در روش های B2B و C2C استفاده می شود .

د) از مدل اعلام قیمت معمولاً در روش C2B استفاده می شود .

(۴۰) بازار های سهام و کالا های تجاری نمونه هایی از پیکربندی می باشند .

الف) یک خریدار - یک فروشنده

ب) یک فروشنده - چند خریدار

ج) یک خریدار - چند فروشنده

د) چند خریدار - چند فروشنده

(۴۱) از کدام پیکربندی قیمت گذاری پویا ، در وضعیتی که خریداران و فروشندگان افراد حقیقی یا تجاری باشند ، تحت عنوان « حراج دوگانه » یاد می شود .

الف) یک خریدار - یک فروشنده

ب) چند خریدار - چند فروشنده

ج) یک خریدار - چند فروشنده

د) یک فروشنده - چند خریدار

(۴۲) مناقصه جزء کدام یک از قیمت گذاری های پویا محسوب می شود .

- الف (یک خریدار - چند فروشنده
- ب (چند خریدار - چند فروشنده
- ج (یک خریدار - یک فروشنده
- د (یک فروشنده - چند خریدار

(۴۳) کدام گزینه جزء مزایای حراجی های الکترونیکی مربوط به خریدار نمی باشد .

- الف (فرصت هایی برای یافتن اقلام منحصر به فرد و کلکسیونی
- ب (حفظ اطلاعات محرمانه
- ج (بهبود ارتباط مشتری و افزایش وفاداری وی
- د (سهولت دسترسی

(۴۴) کدام گزینه جزء مزایای حراجی های الکترونیکی مربوط به حراج گذار نمی باشد .

- الف (تکرار فروش
- ب (جلب مشتری به وب سایت
- ج (تنظیم دلخواه قیمت
- د (گسترش فعالیت به تمام نقاط دنیا

(۴۵) کدام گزینه جزء محدودیت های حراجی های الکترونیکی می باشد .

- الف (امنیت پایین - احتمال کلاهبرداری - عدم اطلاع از تمام حراجی ها
- ب (امنیت پایین - تعداد کم شرکت کنندگان - زمان تصمیم گیری کوتاه برای خرید
- ج (احتمال کلاهبرداری - تعداد زیاد شرکت کنندگان - بالا رفتن مبلغ کمیسیون
- د (احتمال کلاهبرداری - تعداد کم شرکت کنندگان - امنیت پایین

(۴۶) برای قیمت گذاری پویا از چه روشی استفاده می شود .

- الف (مبادله پایاپای Online
- ب (مذاکره
- ج (حراجی الکترونیکی
- د (انجام امور کامپیوتری سیار

(۴۷) کدام گزینه صحیح نمی باشد .

- الف (برای قیمت گذاری محصولات گران و ویژه از روش مذاکره استفاده می شود .
- ب (هنگامی که تعداد کمی از کالا و محصولات به فروش می رسد از روش مذاکره استفاده می شود .
- ج (بازار های مبادله ای ، بازار هایی هستند که در آن واسطه ای ترتیب انجام مبادله را می دهد .
- د (هیچکدام

۴۸) کدام گزینه جزء مزایای حراجی های الکترونیکی مربوط به فروشنده نمی باشد .

- الف) جلب مشتری به وب سایت
- ب) افزایش درآمد بر اساس گسترش پیشنهاد دهندگان و کوتاه تر شدن چرخه زمانی
- ج) کاهش قیمت ها با عرضه مستقیم محصول
- د) فرصت چانه زنی به جای فروش با قیمت ثابت

۴۹) «امور کامپیوتر فراگیر» جزء نتایج حاصل از کدام گزینه می باشد .

- الف) مبادله پایاپای Online
- ب) مذاکره Online
- ج) I-MODE
- د) تجارت سیار

۵۰) نرم افزار Microsoft Commerce Server جهت ساخت مورد استفاده قرار می گیرد .

- الف) کاتالوگ های Online
- ب) موتور جستجو
- ج) سبد خرید
- د) پورتال های خرید

۵۱) کدام گزینه جزء کاربرد های I-MODE محسوب می گردد .

- الف) راهنمای خرید - اخبار و گزارشات - عملیات بانکی - مقایسه سریع
- ب) دریافت بلیط - سرگرمی - خرید و فروش سهام در بورس - تمایز و شخصی سازی
- ج) دریافت بلیط - نقشه ها و مسیر های جاده ای - جستجوی دایرکتوری تلفن - هزینه های پایین تر جستجو
- د) راهنمای خرید - خدمات فرهنگ لغات - عملیات بانکی - خرید و فروش سهام در بورس

۵۲) کدام یک از مدل های زیر تحت عنوان «اکوسیستم اینترنتی» شناخته می شود .

- الف) مدل بازاریابی مبتنی بر افراد
- ب) مدل بازاریابی Online و بدون واسطه
- ج) مدل کسب و کار اقتصاد اینترنتی
- د) مدل مزایده و مناقصه Online

۵۳) ارائه محصول یا خدماتی است که در هیچ جای دیگر یافت نمی شود .

- الف) شخصی سازی
- ب) سفارشی سازی
- ج) تمایز
- د) انحصاری کردن

(۵۴) صحیح ترین گزینه در مورد خصوصیات اصلی حراجی ها کدام است .

- الف) نیاز به حضور فیزیکی افراد نیست
- ب) از جمله فرایندهای رقابتی هستند
- ج) امکان مقایسه کالا در حراجی ها وجود دارد
- د) مبتنی بر قیمت گذاری پویا هستند

(۵۵) توانایی اصلاح محصول ، خدمات یا محتوای وب به گونه ای است که با نیاز های کاربر هماهنگ شود .

- الف) تطبیق دهی
- ب) هماهنگ سازی
- ج) سفارشی سازی
- د) شخصی سازی

(۵۶) کدام یک از گزینه های زیر جزء عوامل ضروری برای رقابت سالم در تجارت الکترونیکی نمی باشد .

- الف) خریداران و فروشندگان بزرگ باید بتوانند به تنهایی بر بازار تأثیر گذارند
- ب) فروشندگان و خریداران زیادی باید قادر باشند با هزینه اندک یا به صورت رایگان وارد بازار شوند
- ج) خریداران و فروشندگان باید در مورد محصولات ، عرضه و تقاضا و شرایط شرکت کنندگان در بازار اطلاعات جامعی داشته باشند
- د) هیچکدام

(۵۷) کدام گزینه جزء ویژگی های رقابت در تجارت الکترونیکی نمی باشد .

- الف) مقایسه سریع
- ب) تأثیر گذاری فروشندگان بزرگ بر بازار
- ج) تمایز و شخصی سازی
- د) خدمات مشتریان

(۵۸) کدام یک از موارد زیر جزء عوامل اصلی در مدل رقابتی پورتر می باشد .

- الف) قدرت چانه زنی فروشندگان - قدرت چانه زنی خریداران - حذف تازه واردین - رقابت در میان رقبای موجود
- ب) قدرت چانه زنی تأمین کنندگان - قدرت چانه زنی واسطه ها - موانع تازه واردین - جلوگیری از عرضه محصولات یا خدمات جایگزین
- ج) قدرت چانه زنی واسطه ها - قدرت چانه زنی خریداران - حذف تازه واردین - تهدید عرضه محصولات یا خدمات جایگزین
- د) قدرت چانه زنی تأمین کنندگان - قدرت چانه زنی خریداران - موانع تازه واردین - رقابت در میان رقبای موجود

(۵۹) کدام یک از موارد زیر جزء تأثیرات منفی « قدرت چانه زنی خریداران » در مدل پورتر می باشد .

- الف) افزایش فشار در تخفیف دادن قیمت ها
- ب) کاهش موانع ورود و قدرت یکسان رقبا
- ج) افزایش خطر عرضه محصولات جایگزین
- د) کاهش هزینه انتقال

۶۰) در مدل پورتر «کارآمد شدن صنعت و افزایش اندازه بازار از طریق اینترنت» مربوط به کدام عوامل است.

الف) تهدید عرضه محصولات یا خدمات جایگزین

ب) قدرت چانه زنی تأمین کنندگان

ج) رقابت در میان رقبای موجود

د) قدرت چانه زنی خریداران

۶۱) در مدل پورتر «حذف کانال های قدرتمند یا افزایش قدرت چانه زنی از طریق کانال های سنتی» جزء تأثیرات منفی کدام عوامل می باشد.

الف) قدرت چانه زنی تأمین کنندگان

ب) موانع تازه واردین

ج) قدرت چانه زنی خریداران

د) رقابت در میان رقبای موجود

۶۲) در مدل پورتر «کاهش هزینه های متغیر نسبت به هزینه های ثابت و افزایش فشار در تخفیف دادن قیمت» جزء تأثیرات منفی کدام عوامل می باشد.

الف) قدرت چانه زنی خریداران

ب) قدرت چانه زنی تأمین کنندگان

ج) رقابت در میان رقبای موجود

د) موانع تازه واردین

۶۳) کدام یک از موارد زیر جزء تأثیرات منفی «قدرت چانه زنی تأمین کنندگان» در مدل پورتر می باشد.

الف) کاهش دسترسی به کانال ها و ویژگی های فیزیکی توسط موانع ورود مانند نیروی فروش

ب) از بین رفتن انتقال قدرت به یکی از تأمین کنندگان به دلیل کاهش موانع ورود و قدرت یکسان رقبا

ج) انتقال قدرت چانه زنی به مشتریان نهایی

د) سخت تر شدن انتخاب به دلیل کاهش تفاوت بین رقبا

۶۴) شرکت عصر دیجیتال باید به خود، به دیده ارزشمندترین گنجینه خود نگاه کند.

الف) مشتریان وفادار

ب) بازارهای مستعد

ج) مدیران خلاق

د) نیروی انسانی متخصص

۶۵) زنجیره تأمین مبتنی بر HUB، جزء مهمترین تغییرات در زمینه می باشد.

الف) بهبود زنجیره تأمین

ب) کامل کنندگان زنجیره تأمین

ج) تأمین کنندگان خدمات زنجیره تأمین

د) موارد الف و ب

۶۶) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« فرایندی از تولید که با سفارش گیری آغاز شده و به محض پرداخت پول سفارش ، تولید کننده ساخت آن را آغاز می کند»

الف) تولید سفارشی

ب) تولید بلادرنگ

ج) تولید مجازی

د) تولید انبوه

۶۷) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« توانایی اداره چندین بخش تولیدی از راه دور ، بدون محدودیت زمانی و مکانی»

الف) تولید بلادرنگ

ب) تولید سفارشی

ج) بهسازی خطوط مونتاژ

د) تولید مجازی

« پاسخنامهٔ تستی »

سؤال	جواب	سؤال	جواب	سؤال	جواب
۱	ج	۳۳	الف	۶۵	الف
۲	الف	۳۴	د	۶۶	الف
۳	د	۳۵	الف	۶۷	د
۴	ب	۳۶	الف	۶۸	—
۵	ب	۳۷	ب	۶۹	—
۶	ج	۳۸	ج	۷۰	—
۷	د	۳۹	د	۷۱	—
۸	الف	۴۰	د	۷۲	—
۹	ج	۴۱	ب	۷۳	—
۱۰	ب	۴۲	الف	۷۴	—
۱۱	الف	۴۳	ج	۷۵	—
۱۲	الف	۴۴	ج	۷۶	—
۱۳	د	۴۵	د	۷۷	—
۱۴	ج	۴۶	ب	۷۸	—
۱۵	ب	۴۷	ب	۷۹	—
۱۶	ج	۴۸	الف	۸۰	—
۱۷	د	۴۹	د	۸۱	—
۱۸	الف	۵۰	الف	۸۲	—
۱۹	د	۵۱	د	۸۳	—
۲۰	ب	۵۲	ج	۸۴	—
۲۱	الف	۵۳	ج	۸۵	—
۲۲	ج	۵۴	د	۸۶	—
۲۳	د	۵۵	د	۸۷	—
۲۴	ب	۵۶	الف	۸۸	—
۲۵	ج	۵۷	ب	۸۹	—
۲۶	د	۵۸	د	۹۰	—
۲۷	الف	۵۹	د	۹۱	—
۲۸	الف	۶۰	الف	۹۲	—
۲۹	ب	۶۱	ج	۹۳	—
۳۰	ج	۶۲	ج	۹۴	—
۳۱	د	۶۳	ب	۹۵	—
۳۲	ب	۶۴	د	۹۶	—

* از شما دانشجوی عزیز خواستندم اگر سؤال یا جواب سوالی به اشتباه نایب شده ، حتماً به بنده اطلاع دهید تا آن را اصلاح کرده و دیگر دانشجویان دچار اشتباه نکردند



« فصل سوم »

خرده فروشی در تجارت الکترونیکی



۱) ارتباطات با مشتری در خرده فروشی الکترونیکی نسبت به خرده فروشی سنتی

- الف) با ثبات تر است
- ب) کم ثبات تر است
- ج) در مشاخره ها بردبار تر است
- د) کم اهمیت تر است

۲) ارتباطات با مشتری در در مشاخره ها در خرده فروشی سنتی نسبت به خرده فروشی الکترونیکی

- الف) بردبار تر است
- ب) سازشکارانه تر است
- ج) با ثبات تر است
- د) کم ثبات تر است

۳) هزینه سربار خرید آگاهانه در در خرده فروشی الکترونیکی نسبت به خرده فروشی سنتی

- الف) پایین تر است
- ب) متعادل تر است
- ج) بالاتر است
- د) نا متعادل تر است

۴) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

- الف) افزایش تعداد بازدیدکنندگان در خرده فروشی سنتی ممکن است به بسط فیزیکی نیاز نداشته باشد .
- ب) عمده فروشی از طریق اینترنت ، عمده فروشی الکترونیکی یا E-Tailing نامیده می شود .
- ج) افزایش تعداد بازدیدکنندگان در خرده فروشی الکترونیکی ممکن است به بسط فیزیکی نیاز داشته باشد .
- د) همه موارد

۵) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) مشتری مداری در خرده فروشی سنتی برای افزایش وفاداری به مشتری به منابع کمتری نیاز دارد .
- ب) مشتری مداری در خرده فروشی الکترونیکی برای افزایش وفاداری به مشتری به منابع کمتری نیاز دارد .
- ج) رقابت در خرده فروشی سنتی علاوه بر محلی بودن دارای رقبای بیشتری می باشد .
- د) موارد الف و ج

۶) کدام گزینه جزء طبقه بندی مدل های کسب و کار خرده فروشی الکترونیکی بر اساس نوع کانال توزیع نمی باشد .

الف) Click-and-Mortar

ب) Mail-Order

ج) Pure-Play

د) هیچکدام

۷) این نوع خرده فروش ها ، فروشگاه های فیزیکی نداشته و فقط فروش Online دارند .

الف) Click-and-Mortar

ب) Mail-Order

ج) خرده فروشی مستقیم از سوی تولید کنندگان

د) Pure-Play

۸) این نوع خرده فروش ها ، همان خرده فروش های سنتی به همراه یک وب سایت مکمل هستند .

الف) Click-and-Mortar

ب) Mail-Order

ج) Pure-Play

د) Brick-and-Mortar

۹) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« بازار های Online که مشتری می تواند محصول را بیابد ، آن را سفارش دهد و برای آن وجهی پرداخت کرده و آن را تحویل بگیرد »

الف) Mail-Order

ب) بازار هایی با خدمات مشترک

ج) دایرکتوری مرجع

د) Pure-Play

۱۰) این سبک از خرده فروشی الکترونیکی ، نوعی بازاریابی وابسته محسوب می شود .

الف) بازارهایی با خدمات مشترک

ب) Click-and-Mortar

ج) دایرکتوری مرجع

د) Mail-Order

۱۱) بازارهای Online که در آن مصرف کننده در یک بازار به فروشگاه های مختلف می رود ، از یک سبد خرید استفاده

می کند و فقط یکبار پرداخت می کند ، جزء کدام نوع از بازار ها محسوب می شود .

الف) Click-and-Mortar

ب) بازارهایی با خدمات مشترک

ج) دایرکتوری مرجع

د) Mail-Order

۱۲) کدام یک از گزینه های زیر جزء فرستنده های خصوصی کالا جهت حمل و نقل محسوب نمی شوند .

الف) UPS

ب) FedEx

ج) DHL

د) SAP

۱۳) در کدام یک از مدل های زیر ، تحویل باید بعد از دریافت سفارش و با حداکثر سرعت ممکن صورت گیرد .

الف) تحویل شبانه

ب) تحویل در همان روز

ج) تحویل عندالمطالبه

د) موارد ب و ج

۱۴) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

الف) مدل تحویل در همان روز ، سریع تر از تحویل شبانه ولی کند تر از زمان مورد انتظار در تحویل عندالمطالبه انجام می شود

ب) فروشگاه های الکترونیکی جهت ارسال محصولات و کالاهای خود معمولاً از مدل تحویل سریع استفاده می کنند .

ج) مدل تحویل سریع ، سریع تر از تحویل شبانه ولی کند تر از زمان مورد انتظار در تحویل عندالمطالبه انجام می شود .

د) فروشگاه های الکترونیکی جهت ارسال محصولات و کالاهای خود معمولاً از مدل تحویل شبانه استفاده می کنند .

۱۵) کدام یک از موارد زیر به ترتیب (از راست به چپ) جزء سرگرمی های تعاملی و غیر تعاملی می باشند .

الف) سرگرمی بزرگسالان - مرور وب

ب) رستوران ها - وب سایت های مشارکتی

ج) مسابقات زنده ورزشی - فروش بلیط مسابقات ورزشی

د) مطالعه - بازیابی اطلاعات

۱۶) مدخل هایی برای ورود به فروشگاه ها و بازار های الکترونیکی هستند .

الف) موتور های جستجو

ب) Front End ها

ج) دایرکتوری های مرجع

د) پورتال ها

۱۷) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« سرویس هایی هستند که تحت نظارت مشتریان از وب سایت ها بازدید و آن ها را از یافته های خود مطلع می سازند»

الف) موتور های جستجو

ب) سرویس های جاسوسی

ج) عامل های نرم افزاری Shopbot

د) کوکی ها

۱۸) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

برنامه ای است که شامل اطلاعات خریدار بوده تا در زمان خرید ، مشتری دیگر نیازی به وارد کردن مجدد اطلاعات نداشته باشد

الف) سبد الکترونیکی

ب) E-wallet

ج) کیف الکترونیکی

د) موارد ب و ج

۱۹) کدام یک از موارد زیر جزء راهبرد های موفق Click-and-Mortar می باشد .

الف) یک صدا صحبت کردن

ب) سازگاری کانال ها

ج) اختیار دادن به مشتری

د) همه موارد

۲۰) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

الف) بازده کار خرده فروشی های سنتی از افزایش حضور فیزیکی و حضور Online آن ها ، سرچشمه می گیرد .

ب) یکی از مؤثر ترین راه های جاسوسی در زمینه کاربران اینترنتی ، دخالت دادن Spy ware ها در کامپیوتر کاربران است .

ج) مارک گذاری همیشه به عنوان کلیدی برای موفقیت خرده فروشی در نظر گرفته نمی شود .

د) معرفی سریع مارک غالباً باعث فروش بیشتر شده و به کاهش مخارج اضافی منجر می شود .

۲۱) کدام گزینه جزء دلایل خرده فروشان برای کار نکردن به صورت Online نمی باشد .

الف) فقدان فرصت برجسته

ب) تناقض فروش Online با کسب و کار اصلی

ج) ارزان و به صرفه نبودن فروش Online برای فروشنده

د) مناسب نبودن محصول برای فروش در وب

۲۲) کدام گزینه جزء دستیاران کمکی خرید Online محسوب می شود .

الف) سرویس های جاسوسی

ب) عامل های نرم افزاری Shopbot

ج) پورتال خرید

د) همه موارد

۲۳) کدام یک از مدل های تجارت الکترونیکی در زمینه خرده فروشی الکترونیکی موفق تر بوده است .

الف) Brick-and-Mortar

ب) Pure-Play

ج) Click-and-Mortar

د) موارد الف و ج

۲۴) کدام یک از خرده فروشی های زیر پر مخاطره بوده و آینده آن مشخص نمی باشد .

الف) Mail-Order

ب) Pure-Play

ج) Click-and-Mortar

د) Bick-and-Mortar

۲۵) در کانال توزیع سنتی ، لایه های واسطه گری عبارتند از

الف) عمده فروش ها - توزیع کنندگان - خرده فروش ها

ب) سازندگان - توزیع کنندگان - خرده فروش ها

ج) سازندگان - عمده فروش ها - خرده فروش ها

د) عمده فروش ها - خرده فروش ها - مصرف کنندگان

۲۶) توصیفگر وب سایت های استفاده کننده از عامل های هوشمند برای سهولت واسطه گری است .

الف) واسطه گری سایبر

ب) واسطه گری اطلاعاتی

ج) واسطه گری الکترونیکی

د) موارد الف و ج

۲۷) مؤلفه های زنجیره تأمین سنتی عبارتند از

الف) تولید کننده - توزیع کننده - عمده فروش - خرده فروش - مصرف کننده

ب) تأمین کننده - تولید کننده - عمده فروش - خرده فروش - مصرف کننده

ج) تأمین کننده - توزیع کننده - عمده فروش - خرده فروش - مصرف کننده

د) موارد ب و ج

۲۸) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

الف) واسطه ها به طور سنتی زیر ساخت داد و ستد را فراهم می کنند

ب) واسطه گری مجدد به معنای استفاده زیاد از انواع جدید واسطه گری است

ج) قیمت گذاری محصولات و خدمات در اینترنت به خصوص به وسیله یک شرکت Brick-and-Mortar پیچیده است .

د) موارد الف و ج

۲۹) بر خلاف اهداف تجارت الکترونیکی عمل کرده و موجب سود آوری هرچه بیشتر تجارت الکترونیکی برای

واسطه ها خواهد شد .

الف) واسطه گری سایبر

ب) واسطه گری مجدد

ج) واسطه گری زیاد

د) واسطه گری اطلاعاتی

۳۰) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« یکی از کاربرد های تجارت الکترونیکی است که با عدم واسطه گری و واسطه گری مجدد در ارتباط است »

الف) تضاد کانال

ب) شخصی سازی

ج) واسطه گری سایبر

د) تفکیک

۳۱) طبق این مفهوم ، ارائه خدمات تخصصی توسط واسطه ها به صورت مجزا صورت می گیرد .

الف) تضاد کانال

ب) تفکیک

ج) تمایز

د) شخصی سازی

۳۲) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد .

هر وضعیتی که در آن کانال بازاریابی Online به دلیل ضرر و زیان واقعی و یا در نتیجه رقابت ، کانال های سنتی را منحل می کند .

الف) تضاد کانال

ب) سربار کانال

ج) تفکیک

د) جایگزینی کانال

۳۳) افزایش کلاهبرداری Online یکی از مشکلات عمده در می باشد .

الف) C2B

ب) B2B

ج) C2C

د) B2C

۳۴) در تعیین قیمت واقعی ، در یک شرکت Click-and-Mortar قیمت باید با قیمت گذاری هماهنگ باشد .

الف) Offline

ب) Online

ج) Offline و Online

د) همه موارد

« پاسخنامه تستی »

سؤال	جواب	سؤال	جواب	سؤال	جواب
۱	ب	۳۳	د	۶۵	-
۲	الف	۳۴	د	۶۶	-
۳	ج	۳۵	-	۶۷	-
۴	ب	۳۶	-	۶۸	-
۵	الف	۳۷	-	۶۹	-
۶	د	۳۸	-	۷۰	-
۷	د	۳۹	-	۷۱	-
۸	الف	۴۰	-	۷۲	-
۹	ب	۴۱	-	۷۳	-
۱۰	ج	۴۲	-	۷۴	-
۱۱	ب	۴۳	-	۷۵	-
۱۲	د	۴۴	-	۷۶	-
۱۳	ج	۴۵	-	۷۷	-
۱۴	الف	۴۶	-	۷۸	-
۱۵	ج	۴۷	-	۷۹	-
۱۶	د	۴۸	-	۸۰	-
۱۷	ب	۴۹	-	۸۱	-
۱۸	د	۵۰	-	۸۲	-
۱۹	د	۵۱	-	۸۳	-
۲۰	الف	۵۲	-	۸۴	-
۲۱	ج	۵۳	-	۸۵	-
۲۲	د	۵۴	-	۸۶	-
۲۳	ج	۵۵	-	۸۷	-
۲۴	ب	۵۶	-	۸۸	-
۲۵	الف	۵۷	-	۸۹	-
۲۶	د	۵۸	-	۹۰	-
۲۷	ب	۵۹	-	۹۱	-
۲۸	الف	۶۰	-	۹۲	-
۲۹	ج	۶۱	-	۹۳	-
۳۰	د	۶۲	-	۹۴	-
۳۱	ب	۶۳	-	۹۵	-
۳۲	الف	۶۴	-	۹۶	-

* از شما دانشجوی عزیز خواستندم اگر سؤال یا جواب سؤالی به اشتباه ناپی شده ، حتماً به بنده اطلاع دهید تا آن را اصلاح کرده و دیگر دانشجویان دچار اشتباه نگردند



« فصل چهارم »



رقتار مصرف کننده ، بررسی بازار و تبلیغات

۱) کدام یک از گزینه های زیر جزء عناصر تشکیل دهنده مدل مصرف کننده در تجارت الکترونیکی می باشد .

- الف) متغییر های آزاد - متغییر های میانی - محرک های بازار - متغییر های وابسته
- ب) متغییر های غیر قابل کنترل - متغییر های میانی - محرک های بازار - متغییر های وابسته
- ج) متغییر های آزاد - متغییر های میانی - فرایند تصمیم گیری - خصوصیات فردی و محیطی
- د) متغییر های غیر قابل کنترل - متغییر های میانی - فرایند تصمیم گیری - متغییر های وابسته

۲) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) متغییر های وابسته به دو دسته محرک های بازار و خصوصیات فردی و محیطی تقسیم می شوند .
- ب) متغییر های میانی به دو دسته محرک های بازار و سیستم های تجارت الکترونیکی تقسیم می شوند .
- ج) متغییر های غیر قابل کنترل به دو دسته محرک های بازار و خصوصیات فردی و محیطی تقسیم می شوند .
- د) متغییر های آزاد به دو دسته محرک های بازار و سیستم های تجارت الکترونیکی تقسیم می شوند .

۳) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

- الف) فرایند تصمیم گیری تحت تأثیر متغییر های میانی و وابسته قرار می گیرد .
- ب) متغییر های وابسته انواع تصمیماتی را که فرد خریدار می گیرد ، توصیف می کنند .
- ج) متغییر های میانی در کنترل فروشندگان می باشند .
- د) هیچکدام

۴) کدام گزینه جزء متغییر های محیطی نمی باشد .

- الف) اطلاعات در دسترس
- ب) قوانین و مقررات دولتی
- ج) عوامل جمعیت شناسی
- د) متغییر های اجتماعی / فرهنگی

۵) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) هرچه افراد از سواد اینترنتی بیشتری برخوردار باشند ، زمان بیشتری را صرف خرید Online می کنند .
- ب) خریداران سازمانی کسانی هستند که مورد توجه بیشتر رسانه ها می باشند .
- ج) خصوصیات فردی به عوامل فردی ، ویژگی های رفتاری و عوامل موقعیتی اشاره دارد .
- د) مصرف کنندگان فردی ، کسانی هستند که بیشترین خرید ها را انجام می دهند .

۶) در مدل رفتار مصرف کننده در تجارت الکترونیکی ، متغیر های مستقل کدامند .

- الف) تصمیمات خریدار
- ب) متغیر های وب سایت
- ج) محرک های بازار و سیستم های تجارت الکترونیکی
- د) خصوصیات فردی و ویژگی های محیطی

۷) در محیط های Offline عبارتند از : قیمت گذاری ، تبلیغات ، افزایش کیفیت محصول و تعیین نشان تجاری .

- الف) متغیر های مستقل
- ب) متغیر های میانی
- ج) متغیر های محیطی
- د) متغیر های وابسته

۸) مشتری به وسیله دست به اقدام تصمیم گیری در خرید کالا می زند .

- الف) متغیر های مستقل
- ب) متغیر های میانی
- ج) متغیر های وابسته
- د) متغیر های محیطی

۹) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) گرفتن تصمیمات علاوه بر متغیر های وابسته به متغیر های مستقل و میانی نیز بستگی دارند .
- ب) زمانی که تنوع محصولات و امکان انتخاب بالا است ، فرایند تصمیم گیری راحت تر و به آسانی انجام می شود .
- ج) یکی از اهداف یادگیری در زمینه رفتار مشتری و تحقیقات بازاری ، تصمیم گیری فروشندگان توسط کنترل محرک های بازار و خصوصیات فردی و محیطی ، در زمینه متغیر های میانی می باشد .
- د) هیچکدام

۱۰) کدام یک از موارد زیر جزء نقش هایی که افراد می توانند در فرایند تصمیم گیری ایفا کنند ، نمی باشد .

- الف) فرد فروشنده
- ب) فرد تأثیر گذار
- ج) فرد پیش قدم
- د) فرد خریدار

۱۱) کدام یک از موارد زیر جزء مراحل مدل عام تصمیم گیری در خرید نمی باشد .

- الف) ارزیابی انتخاب ها / ارزیابی پس از خرید
- ب) شناسایی نیاز / جستجوی اطلاعات
- ج) ارزیابی انتخاب ها / خرید و حمل و نقل
- د) هیچکدام

۱۲) در کدام یک از مراحل مدل تصمیم گیری ، مصرف کننده از اطلاعات جمع آوری شده خود برای تعیین معیار های خرید کالا استفاده می کند .

- الف) ارزیابی پس از فروش
- ب) ارزیابی انتخاب ها
- ج) شناسایی نیاز
- د) خرید و حمل و نقل

۱۳) در کدام یک از مراحل مدل تصمیم گیری ، مصرف کننده میان شرایط واقعی و مطلوب یک کالا ، همخوانی لازم را ندیده و نیاز به شناسایی بیشتر دارد .

- الف) جستجوی اطلاعات
- ب) ارزیابی انتخاب ها
- ج) شناسایی نیاز
- د) ارزیابی پس از خرید

۱۴) این مرحله از مراحل مدل تصمیم گیری شامل خدمات مشتری ، ارزیابی میزان کاربری و مفید بودن کالا می باشد .

- الف) ارزیابی پس از فروش
- ب) شناسایی نیاز
- ج) ارزیابی انتخاب ها
- د) جستجوی اطلاعات

۱۵) تطبیق کالا ، خدمات و تبلیغات با سلیق فردی می باشد .

- الف) سفارشی سازی
- ب) فیلتر گذاری
- ج) دسته بندی
- د) شخصی سازی

۱۶) کدام یک از گزینه های زیر جزء راهبردهای ثبت پروفایل کاربران نمی باشد .

- الف) تحقیقات بازاری
- ب) سرویس های جاسوسی
- ج) نتیجه گیری و استنباط
- د) استفاده از الگوهای خرید پیشین

۱۷) کدام یک از گزینه های زیر جزء راهبردهای فیلتر گذاری مشارکتی نمی باشد .

- الف) فیلتر گذاری قانون محور
- ب) فیلتر گذاری محتوا محور
- ج) فیلتر گذاری هزینه محور
- د) فیلتر گذاری مبتنی بر فعالیت

۱۸) توضیح زیر مربوط به کدام یک از انواع فیلتر گذاری مشارکتی می باشد :

شرکت یک سری سؤالات در مورد اطلاعات خصوصی فرد و یا چیزی که کاربر در سایت به دنبال آن می گردد ، به صورت بلی ، خیر و یا چهار جوابی از کاربران خود می پرسد .

- الف) فیلتر گذاری مبتنی بر مشتری
- ب) فیلتر گذاری محتوا محور
- ج) فیلتر گذاری قانون محور
- د) فیلتر گذاری مبتنی بر فعالیت

۱۹) توضیح زیر مربوط به کدام یک از انواع فیلتر گذاری مشارکتی می باشد :

فروشنده سؤالاتی از کاربران خود می پرسد تا محصول و کالای مطلوب خود را بیان کرده و سپس شروع به دسته بندی و پیشنهاد کردن محصولات متنوع دیگر می کند

- الف) فیلتر گذاری مبتنی بر مشتری
- ب) فیلتر گذاری محتوا محور
- ج) فیلتر گذاری قانون محور
- د) فیلتر گذاری مبتنی بر فعالیت

۲۰) به این منظور می باشد که یک مشتری ، رابطه خرید خود را با یک نوع نشان تجاری و یا شرکت خاص ، برای مدت های طولانی حفظ کند .

- الف) وفاداری
- ب) رضایت مندی
- ج) تعهد
- د) پایبندی

۲۱) میزان رضایت مندی مصرف کننده به کدام یک از عوامل زیر بستگی ندارد .

- الف) هزینه های پایین
- ب) کیفیت اطلاعات
- ج) کیفیت سیستم
- د) کیفیت خدمات

۲۲) کدام یک از موارد زیر از دلایل صرف نظر کردن مشتریان از خرید Online محسوب نمی شود .

- الف) هزینه حمل و نقل
- ب) زمان دریافت کالا
- ج) نیاز به تهیه اتصال اینترنت
- د) اطلاعات ناقص درباره محصول

۲۳) توضیح زیر در رابطه با کدام یک از گزینه های می باشد :

یک حالت روانشناختی است که طرفین معامله نسبت به تداوم رابطه تجاری خود و یا در رسیدن به هدفی که از پیش تعیین شده است ، دارند

الف) وفاداری

ب) اعتماد

ج) پایبندی

د) تعهد

۲۴) اعتماد در تجارت الکترونیکی چگونه تشریح می شود .

الف) عامل تضمین اعتماد در طول یک رابطه تجاری ، شناخت صحیح از محیط و زیرساخت تجارت الکترونیکی یعنی شبکه است .

ب) در تجارت الکترونیکی به هیچ عنوان اعتماد تضمین نشده است و خریدار و فروشنده باید ریسک ها را بپذیرند .

ج) شامل اعتماد به دریافت کالای خریداری شده ، اعتماد به عدم سوء استفاده از اطلاعات مشتریان و اطلاعات پرداختی مشتری و همچنین اعتماد به ارائه خدمات پس از فروش می باشد .

د) صرفاً یک حالت روانشناختی است که طرفین معامله نسبت به تداوم رابطه تجاری خود دارند .

۲۵) کدام گزینه جزء دسته بندی های بازار مصرف کننده محصولات تجارت الکترونیکی نمی باشد .

الف) دسته بندی مشتریان به لحاظ رفتارهای اکتسابی و مؤثر در استفاده از وب

ب) دسته بندی مشتریان به لحاظ روانشناختی و سبک زندگی

ج) دسته بندی مشتریان به لحاظ موقعیت جغرافیایی

د) دسته بندی مشتریان به لحاظ سطح درآمد

۲۶) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

الف) موفقیت در دسته بندی بازار ، بیشتر در شرکت های کوچک به چشم می خورد .

ب) تحقیقات در بازار را می توان هم به صورت سنتی و هم به صورت Online و از طریق اینترنت انجام داد .

ج) دسته بندی بازار به کمک ابزار هایی نظیر مدل سازی داده و انبار داری داده صورت گرفته است .

د) سرمایه گذاران با استفاده از داده کاوی و وب کاوی می توانند دسته بندی بازار خود را به شیوه ای بهتر انجام دهند .

۲۷) کدام یک از موارد زیر ، در بحث رضایت مندی مصرف کننده در خرید اینترنتی ، در زمینه کیفیت اطلاعات مؤثر می باشد.

الف) ارائه اطلاعات - ثبات و پایداری وب سایت

ب) صحت محتوا - ارائه اطلاعات

ج) صحت محتوا - ثبات و پایداری وب سایت

د) همه موارد

۲۸) کدام یک از موارد زیر ، در بحث رضایت مندی مصرف کننده در خرید اینترنتی ، در زمینه کیفیت سیستم مؤثر می باشد.

الف) سهولت در استفاده - کامل بودن محتوا

ب) سهولت در پیمایش - سهولت در استفاده

ج) سهولت در پیمایش - محتوای به هنگام

د) همه موارد

۲۹) کدام یک از موارد زیر، در بحث رضایت مندی مصرف کننده در خرید اینترنتی، در زمینه کیفیت خدمات مؤثر می باشد.

- الف) انعطاف پذیری - منصفانه بودن سیاست ها و رویه ها
- ب) انعطاف پذیری - مسئولیت پذیری
- ج) مسئولیت پذیری - همدلی
- د) همه موارد

۳۰) در فرایند تحقیقات و بررسی بازار Online، کدام گزینه جزء مراحل جمع آوری داده در تحقیقات بازار می باشد.

- الف) شناسایی سرویس های وب و ارائه آن به برخی مصرف کنندگان خاص
- ب) گذاشتن برنامه های تحقیقاتی در وب سایت ها
- ج) شناسایی گروه های خبری و جوامع اینترنتی برای مطالعه
- د) شناسایی محتوا

۳۱) در فرایند تحقیقات و بررسی بازار Online، کدام گزینه جزء ابزارهای تحقیقاتی می باشد.

- الف) ایجاد اتاق های گفتگو و یا جوامع گوناگون اینترنتی برای کاربران
- ب) عضویت در گروه های مرتبط و عضو شدن در انجمن ها
- ج) تعریف موضوع تحقیق و بازار مقصد
- د) رفتن به اتاق های گفتگو

۳۲) در فرایند تحقیقات و بررسی بازار Online، کدام گزینه جزء مطالعه مخاطبین و مصرف کنندگان نهایی می باشد.

- الف) مطالعه پرسش
- ب) مقایسه مخاطبین با تعداد جمعیت نهایی مطلوب سایت
- ج) گذاشتن سؤالات راهبردی روی سایت
- د) ارسال سؤالات راهبردی به گروه ها

۳۳) کدام یک از موارد زیر از عمده ترین راهبرد های استفاده شده جهت ثبت پروفایل کاربران است.

- الف) استفاده از Email مشتریان
- ب) استفاده از موتور های جستجو
- ج) استفاده از Spider ها
- د) استفاده از کوکی ها

۳۴) رفتن کاربر از سایتی به سایت دیگر تحت عنوان ثبت شده و در لاگ های ثبت رویداد ها قابل مشاهده اند.

- الف) Web Bug
- ب) Unique visit
- ج) Click Stream
- د) Click Through rate

۳۵) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه های زیر می باشد :

داده های مرتبط در زمینه لاگ های کلاینت / سرور شرکت را فراهم آورده و همچنین می تواند نام حوزه اینترنتی بازدیدکنندگان سایت را به نام شرکت واقعی آن ها تبدیل کند

الف (NPD

ب (Click Stream

ج (Ad-Aware

د (IPC

۳۶) می تواند اطلاعات موجود در مورد یک کاربر را به سایت های ناظر انتقال دهد .

الف (Web Bug

ب (Cookie

ج (Spy Ware

د (فایل های لاگ

۳۷) توضیح زیر در رابطه با کدام یک از گزینه ها می باشد :

« نرم افزاری است که بدون اطلاع کاربر به ثبت اطلاعات در مورد وی (زمانی که به اینترنت متصل است) می پردازد »

الف (Spider

ب (Spy Ware

ج (Cookie

د (Web Bug

۳۸) توضیح زیر در رابطه با کدام یک از گزینه ها می باشد :

این داده ها می توانند گزارشی از رفتار جستجوی کاربر در وب نظیر صفحات وبی که مشاهده کرده ، مدت زمان مشاهده صفحات وب و وب سایت ها و آدرس Email ای که کاربر با آن به مکاتبه می پردازد ، تهیه و ارائه کنند

الف (داده های داخلی

ب (داده های Click Stream

ج (داده های خارجی

د (همه موارد

۳۹) توضیح زیر در رابطه با کدام یک از گزینه ها می باشد :

این نرم افزار جهت دارندگان رایگان افزارها برای کسب در آمد از محصولات خود طراحی شده و به کمک سایر نرم افزار های رایگان روی ماشین کاربر دافلود شده و به فعالیت می پردازد

الف (Spider

ب (Spy Ware

ج (Cookie

د (Web Bug

۴۰) کدام یک از موارد زیر صحیح نمی باشد :

- الف) یک راه حل رفع مشکل فراوانی داده ها در بررسی بازار به صورت Online، استفاده از برنامه های داده کاوی و انبار داری داده است.
- ب) خریداران Online معمولاً از سرمایه، سطح تحصیلات و میزان اطلاعات بالایی برخوردارند.
- ج) تحقیقات مبتنی بر وب معمولاً نسبت به تحقیقات Email ای، از سرعت و بازده بیشتری برخوردار هستند.
- د) در تحقیقات مبتنی بر وب کنترل خاصی روی همه پرسش های عمومی وجود ندارد.

۴۱) توضیح زیر در رابطه با کدام یک از شرکت ها می باشد :

« این شرکت شاهراه های بازاریابی را فراهم آورده و اساس کار آن مشتری مداری است »

- الف) شرکت ناسیونال سیستمز
- ب) شرکت بیزینس تاون
- ج) شرکت سرف ریپورت
- د) شرکت دیجیتال سیمنت

۴۲) توضیح زیر در رابطه با کدام یک از شرکت ها می باشد :

این شرکت می تواند فعالیت هایی را که در یک شرکت خاص صورت می گیرد، مورد بررسی و پیگیری قرار دهد و نیز به ایجاد رقابت و تشویق به رقابت در زمینه های قیمت گذاری، گوناگونی محصولات، ارتقای محصولات و تبلیغات می پردازد

- الف) شرکت ناسیونال سیستمز
- ب) شرکت بیزینس تاون
- ج) شرکت سرف ریپورت
- د) شرکت دیجیتال سیمنت

۴۳) توضیح زیر در رابطه با کدام یک از شرکت ها می باشد :

« این شرکت اطلاعات و خدمات مفیدی به شرکت های کوچک نوپا و تازه وارد ارائه می دهد »

- الف) شرکت ناسیونال سیستمز
- ب) شرکت دیجیتال سیمنت
- ج) شرکت سرف ریپورت
- د) شرکت بیزینس تاون

۴۴) کدام یک از گزینه های زیر، جزء روش هایی که در بازاریابی و تبلیغات B2B مورد استفاده قرار می گیرند، می باشد .

- الف) برنامه های وابسته
- ب) واسطه های اطلاعاتی
- ج) خدمات داده کاوی
- د) همه موارد

۴۵) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« تلاش است برای انتشار هر چه بیشتر اطلاعات جهت تأثیر گذاری بر خریداران و معاملات تجاری »

الف) واسطه گری

ب) بازاریابی

ج) تبلیغات

د) داده کاوی

۴۶) فعالیت مشتری به ترتیب در « تبلیغات در رسانه های گروهی » ، « تبلیغات به شیوه مکاتبات مستقیم » و « تبلیغات تعاملی » چگونه می باشد .

الف) غیر فعال - غیر فعال - فعال

ب) غیر فعال - فعال - فعال

ج) فعال - غیر فعال - فعال

د) فعال - غیر فعال - غیر فعال

۴۷) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

الف) در شیوه بازاریابی از راه دور ، تبلیغات فرایندی غیر شخصی بوده و تنها در رسانه های گروهی منتشر می شود .

ب) فروشندگان B2B ، از اطلاعات استخراج شده توسط واسطه های اطلاعاتی ، برای افزایش میزان فروش و کاهش هزینه های بازاریابی استفاده می کنند

ج) در شیوه بازاریابی سنتی ، بر شخصی سازی تبلیغات تأکید بیشتری شده و هزینه آن توسط حامیان مالی پرداخت می شود .

د) برای اینکه بتوان بر برخی از مشکلات بررسی بازار Online فائق آمد ، شرکت ها باید اهداف و نیازهای تحقیقات بازاریابی خود را به صورت محرمانه حفظ نمایند .

۴۸) ثبت گزارش اقداماتی که در گذشته روی سایت انجام شده و انتقال این اطلاعات به سایت های دیگر به ترتیب توسط کدام یک از گزینه های زیر انجام می شود .

الف) وب باگ - اسپایدر

ب) اسپای ویر - اسپایدر

ج) کوکی - وب باگ

د) کوکی - اسپایدر

۴۹) به تعداد دفعاتی گفته می شود که یک کاربر در یک دوره خاص به صفحه وبی که در آن بنر تبلیغاتی قرار دارد ، مراجعه کرده باشد .

الف) Ad Views

ب) Impression

ج) Page Views

د) همه موارد

۵۰) یک بنر تبلیغاتی کوچک است که با کلیک کردن روی آن، کاربر به وب سایت آن شرکت مرتبط می شود.

الف (Page

ب (CPM

ج (Visit

د (Button

۵۱) به تعداد دفعات کلیک گفته می شود که توسط کاربر برای رؤیت یک بنر تبلیغاتی صورت گرفته تا به سایت آگهی دهنده مرتبط شود.

الف (Click

ب (Click Through Rate or Ratio

ج (Unique Visit

د (Stick Ness

۵۲) هزینه ای است که آگهی دهنده در ازای هزار بار دیده شدن بنر تبلیغاتی توسط مصرف کنندگان، پرداخت می کند.

الف (Click Through Rate or Ratio

ب (Conversion Rate

ج (CPM

د (Visit

۵۳) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد.

الف (Click Trough Rate or Ratio : تعداد کاربرانی را که از سایت ها خرید می کنند، در قالب درصد بیان می کند.

ب (Hit : هرگون درخواست برای رؤیت اطلاعات از یک فایل یا صفحات وب می باشد.

ج (Conversion Rate : درصد بازدیدکنندگان از یک بنر تبلیغاتی را نشان می دهد.

د (همه موارد

۵۴) برای نشان دادن محبوبیت و شهرت یک سایت و مشخص کردن سائتی که در یک زمان مشخص بیشترین بازدید کننده را دارد، مورد استفاده قرار می گیرد.

الف (Hit

ب (Visit

ج (Unique Visit

د (Stick Ness

۵۵) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد.

الف (Visit : مراحل گوناگون یک درخواست که توسط کاربر برای مشاهده یک سایت و یا صفحات وب صورت می گیرد.

ب (Time Out : مدت زمانی که یک بازدید کننده برای ارائه درخواست خود، در یک وب سایت معرفی می کند (بین ۱۵ تا ۳۰ دقیقه)

ج (اگر کاربر بیش از زمان Time Out در یک صفحه بماند وی را به عنوان یک بازدید کننده جدید شناسایی کرده، Hit و Unique Visit جدید برای وی ثبت می شود.

د (هیچکدام

(۵۶) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه می باشد :

شمارش تعداد بازدید کنندگان یک سایت ، بدون در نظر گرفتن تعداد صفحاتی که وی در هر بازدید خود مشاهده کرده است

الف (Conversion Rate

ب (Unique Visit

ج (Ad Views

د (Click Through Rate or Ratio

(۵۷) خصوصیتی است که موجب می شود یک بازدید کننده زمان زیادی را در یک سایت صرف کند .

الف (Hit

ب (Time Out

ج (CPM

د (Stick Ness

(۵۸) کدام یک از موارد زیر به تعاملی بودن تبلیغات اشاره دارد .

الف (مکان محور بودن

ب (نشان های تجاری دیجیتالی

ج (شخصی سازی

د (غنی بودن فرمت ها

(۵۹) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

الف (بنر های تصادفی ، برای شرکت هایی مفید است که تمایل به معرفی کالاها و خدمات تازه خود دارند .

ب (بنر های تصادفی ، آن دسته از بنر هایی هستند که با تایپ کلمه ای خاص در موتور جستجو ، فعال می شوند .

ج (Keyword Banner ، برای شرکت هایی مفید است که در تلاش اند دسته های مصرف کننده گسترده تری را مورد خطاب قرار دهند .

د (همه موارد

(۶۰) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

الف (از عمده ترین معایب بنر ها هزینه و محدودیت اطلاعات آن هاست .

ب (معاوضه بنر ها بدین معناست که در آن شرکت های گوناگون به تجارت و معاوضه مکان قرار گرفتن بنرهای تبلیغاتی خود می پردازند .

ج (در میان روش های تبلیغاتی ، بنر ها بیشترین کاربرد تبلیغاتی را در اینترنت دارند .

د (تطبیق دادن بنر های چندین شرکت با هم ، آسان تر از معاوضه پایاپای بنر های دو شرکت است .

(۶۱) کدام روش تبلیغاتی در اینترنت کاربرد کمتری دارد .

الف (کاتالوگ های الکترونیکی

ب (Popup ها

ج (موتور جستجو

د (بنر ها

۶۲) این نوع تبلیغاتی در حین جستجو در زمینه های مشابه ، روی صفحه کاربر ظاهر می شوند .

الف (Banner

ب (Pop-Under

ج (Pop-Up

د (Keyword Banner

۶۳) این نوع از تبلیغات در زیر صفحه مرورگر فعال کاربر ظاهر شده و زمانی که کاربر صفحه فعال خود را می بندد ، این صفحات تبلیغاتی خود را نشان می دهند .

الف (Banner

ب (Keyword Banner

ج (Pop-Up

د (Pop-Under

۶۴) کدام یک از موارد زیر جزء مزایای بازاریابی از طریق Email می باشد .

الف (رضایت بیشتر مخاطبین

ب (سرعت در نشر تبلیغات

ج (تعداد بالای مخاطبین

د (افزایش سودآوری

۶۵) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه های زیر می باشد :

یک برنامه خودکار که اینترنت را برای پیدا کردن سند های وب جدید جستجو می کند و آدرس و اطلاعات مربوط به محتوای آن ها را در یک بانک اطلاعاتی ذخیره می کند .

الف (Spy Ware

ب (Spider

ج (سرویس های جاسوسی

د (Web Bug

۶۶) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

الف (از مزایای روش ثبت URL ، ترتیب قرار گرفتن و موقعیت URL ثبت نام شده در موتور جستجو است .

ب (به هنگام رسانی تبلیغات وب دارای محدودیت زمانی است .

ج (تبادل پایاپای بئر ها ، به عنوان ارزان ترین شکل بئر های تبلیغاتی به حساب می آید اما تنظیم آن معمولاً کمی دشوار است .

د (امکان فیلترینگ بئر ها توسط مرورگر کاربر وجود ندارد .

۶۷) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

الف (Text Links راهبردی است که سبب نمایش تبلیغاتی مرتبط با واژه های کلیدی تایپ شده می شود .

ب (Meta Tag ها ، نوعی عبارت کد نویسی به زبان JAVA می باشند .

ج (موتور های جستجو از شاخص Hit برای فراخوانی اطلاعاتی که بر اساس توصیف محتویات سایت ها مرتب شده اند ، استفاده می کنند .

د (همه موارد

۶۸) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه های زیر می باشد :

« روش هایی هستند که که مخاطب را مجبور به استفاده از تبلیغات می نماید بدون آن که وی علاقه مند به بهره برداری از آن باشد »

الف) Pop-Up

ب) Pop-Under

ج) استراتژی کششی

د) استراتژی فشاری

۶۹) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد :

الف) در بازاریابی ویرال مصرف کنندگان به صورت سینه به سینه به تعریف و بازاریابی یک محصول می پردازند .

ب) استراتژی کششی به روش هایی باز می گردد که فرد بر اساس علاقه خود با تبلیغات ویژه ای مواجه می شود

ج) از معایب بازاریابی سینه به سینه ، ضمیمه شدن فایل های ویروسی به Email ها و همچنین امکان ارسال نامه های تقلبی برای کلاهبرداری به این روش می باشد

د) هیچکدام

۷۰) فرایندی است که طی آن سعی می شود محصولات را در ناحیه ای خاص از بازار که از نظر زبانی و فرهنگی با کل بازار کاملاً متفاوت است ، معرفی کرد .

الف) مجزا سازی

ب) تفکیک

ج) بومی سازی

د) تمایز

۷۱) کدام یک از سیستم های زیر از طریق مودم بی سیم به اینترنت متصل شده و همچنین به پایگاه داده و GPS مرتبط است .

الف) IPC

ب) VERT

ج) NPD

د) EDI

۷۲) به دریاف نامه های نا خواسته از شرکت ها و سایرین می گویند .

الف) Spam

ب) Trash

ج) Spy Ware

د) Trojan

۷۳) وجود سیل Email ها ، بنر ها ، Pop-Up های نا خواسته ، از عمده ترین مشکلات موجود در می باشد .

الف) بازار یابی ویرال

ب) استراتژی فشاری

ج) تبلیغات یک به یک

د) تبلیغات از طریق موتور جستجو

« پاسخنامه تستی »

سؤال	جواب	سؤال	جواب	سؤال	جواب
۱	د	۳۳	د	۶۵	ب
۲	ب	۳۴	ج	۶۶	ج
۳	الف	۳۵	د	۶۷	الف
۴	ج	۳۶	الف	۶۸	د
۵	الف	۳۷	ب	۶۹	د
۶	د	۳۸	ب	۷۰	ج
۷	ب	۳۹	ب	۷۱	ب
۸	ج	۴۰	ج	۷۲	الف
۹	الف	۴۱	د	۷۳	ج
۱۰	الف	۴۲	الف	۷۴	-
۱۱	د	۴۳	د	۷۵	-
۱۲	ب	۴۴	د	۷۶	-
۱۳	ج	۴۵	ج	۷۷	-
۱۴	الف	۴۶	الف	۷۸	-
۱۵	د	۴۷	ب	۷۹	-
۱۶	ب	۴۸	ج	۸۰	-
۱۷	ج	۴۹	د	۸۱	-
۱۸	ج	۵۰	د	۸۲	-
۱۹	ب	۵۱	الف	۸۳	-
۲۰	د	۵۲	ج	۸۴	-
۲۱	الف	۵۳	ب	۸۵	-
۲۲	ج	۵۴	الف	۸۶	-
۲۳	ب	۵۵	ج	۸۷	-
۲۴	ج	۵۶	ب	۸۸	-
۲۵	د	۵۷	د	۸۹	-
۲۶	الف	۵۸	ج	۹۰	-
۲۷	ب	۵۹	الف	۹۱	-
۲۸	ب	۶۰	ب	۹۲	-
۲۹	د	۶۱	الف	۹۳	-
۳۰	ج	۶۲	ج	۹۴	-
۳۱	الف	۶۳	د	۹۵	-
۳۲	ب	۶۴	ب	۹۶	-

* از شما دانشجوی عزیز خواستیم اگر سؤال یا جواب سؤالی به اشتباه نایب شده ، حتماً به بنده اطلاع دهید تا آن را اصلاح کرده و دیگر دانشجویان دچار اشتباه نگردند



« فصل پنجم »



تجارت الکترونیکی و بازارهای الکترونیکی B2B

۱) کدام یک از گزینه های زیر جزء تراکنش های پایه در تجارت B2B نمی باشد .

- الف) یک فروشنده - چند خریدار
- ب) یک فروشنده - یک خریدار
- ج) یک خریدار - چند فروشنده
- د) چند فروشنده - چند خریدار

۲) فعالیت میان شرکای تجاری، جزء کدام یک از انواع تراکنش های پایه B2B می باشد .

- الف) یک فروشنده - چند خریدار
- ب) یک خریدار - چند فروشنده
- ج) چند فروشنده - چند خریدار
- د) تجارت بر اساس همکاری

۳) به کدام یک از انواع تراکنش های تجارت الکترونیکی، «تجارت شرکت محور» می گویند .

- الف) یک به یک و یک به چند
- ب) چند به یک و چند به چند
- ج) یک به چند و چند به یک
- د) موارد الف و ج

۴) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« این بازار ها معمولاً توسط یک شخص یا یک کنسرسیوم برگزار شده و به روی تمام طرفین معامله باز می باشند »

- الف) بازار های عمومی الکترونیکی
- ب) بازار های مبادله ای
- ج) بازار های خصوصی الکترونیکی
- د) موارد الف و ب

۵) کدام یک از تراکنش های زیر، دارای حالت خصوصی می باشند .

- الف) یک به چند و چند به یک
- ب) چند به یک و چند به چند
- ج) یک به یک و یک به چند
- د) تجارت مشارکتی و بر اساس همکاری

۶) انواع خرید های B2B عبارتند از :

- الف) خرید هدفمند و غیر هدفمند
- ب) خرید هدفمند و منبع یابی راهبردی
- ج) خرید مبادله ای و قراردادی
- د) خرید مشارکتی و منبع یابی نظام مند

۷) توضیح زیر به کدام یک از انواع خرید B2B اشاره دارد :

این نوع خرید ، به خرید کالا یا محصولاتی که مورد نیاز است گفته شده و معمولاً قیمت های بازار را که به صورت پویا توسط زنجیره عرضه و تقاضا تعیین می شود ، تحت تأثیر قرار می دهد

- الف) منبع یابی نظام مند و راهبردی
- ب) خرید مشارکتی و بر اساس همکاری
- ج) خرید هدفمند و مشخص
- د) خرید پویا و فعال

۸) توضیح زیر به کدام یک از انواع خرید B2B اشاره دارد :

« نوعی بازار مبادله ای است که در آن خرید مبتنی بر قرارداد های طولانی مدت صورت می گیرد »

- الف) منبع یابی نظام مند و راهبردی
- ب) خرید مشارکتی و بر اساس همکاری
- ج) خرید هدفمند و مشخص
- د) خرید قراردادی و تعهدی

۹) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) اگر خرید های هدفمند در بازار های مبادله ای خصوصی انجام گیرند ، مقرون به صرفه تر خواهند بود .
- ب) در معاملات هدفمند ، خریدار و فروشنده باید از یکدیگر شناخت کافی و لازم را داشته باشند .
- ج) بازار بورس و بازار های مبادله ای کالا ، نمونه هایی از بازار های منبع یابی نظام مند و راهبردی می باشند .
- د) اگر منبع یابی نظام مند از طریق مذاکرات مستقیم و Online میان خریدار و فروشنده صورت بگیرد ، مؤثر تر و بازدهی آن بیشتر است .

۱۰) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) بازار های عمودی آن دسته از محیط بازار است که روی یک خدمت یا محصولی که در تمامی صنایع استفاده می شود ، تمرکز دارد .
- ب) پیوستن به بازار های الکترونیکی عمومی ، قابلیت خرید و فروش یک شرکت را بالا برده اما قدرت زنجیره تأمین آن را کاهش می دهد .
- ج) بازار های افقی آن دسته از محیط بازار است که با یک صنعت یا بخشی از صنعت در ارتباط است .
- د) موارد الف و ج

۱۱) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

- الف) شرکت هایی که از واسطه جهت انجام فرایند های خرید و فروش خود استفاده نمی کنند ، در توانمندی های خرید و فروش و زنجیره تأمین خود ، ضعیف عمل خواهند کرد .
- ب) در تمامی انواع بازار های مبادله ای صورت گرفته در محیط B2C ، فعالیتهای تجاری معمولاً در زنجیره تأمین یک شرکت صورت می گیرد .
- ج) افزایش توانمندی زنجیره تأمین مشارکتی ، یکی از دلایل عمده ای است که شرکت ها را به تعامل و مشارکت با یکدیگر وا می دارد .
- د) موارد الف و ب

۱۲) مدلی است که در آن تولید کننده یا خرده فروش به فروش مستقیم و الکترونیکی محصولات به مشتری، از طریق فروشگاه های مجازی خود می پردازد.

- الف) مدل فروش یک به یک
- ب) مدل فروش واسطه ای
- ج) مدل فروش مستقیم
- د) مدل فروش غیر مستقیم

۱۳) کدام یک از گزینه های زیر، جزء روش های مدل بازار الکترونیکی یک به چند نمی باشد.

- الف) فروش از طریق موتور های جستجو و عامل های هوشمند
- ب) فروش از طریق کاتالوگ های الکترونیکی
- ج) فروش یک به یک همراه با مذاکرات و قرارداد های طولانی مدت
- د) فروش از طریق حراجی ها

۱۴) کدام یک از گزینه های زیر جزء مزایای CCO (سیستم خدمات مشتری) محسوب نمی شود.

- الف) کاهش هزینه های گرفتن سفارشات
- ب) کاهش در هزینه توزیع نرم افزار
- ج) حذف توزیع کنندگان و خرده فروشان واسطه
- د) کاهش در میزان هزینه مربوط به کارمندان بخش پشتیبانی فنی

۱۵) توضیح زیر مربوط به کدام نوع از واسطه ها می باشد:

این واسطه ها، محصولات را از فروشندگان متعدد خریداری کرده و آن ها را در یک کاتالوگ تنظیم نموده و اقدام به فروش آن ها می کنند.

- الف) واسطه های اطلاعاتی
- ب) واسطه های توزیعی
- ج) واسطه های سایبری
- د) واسطه های تأمینی

۱۶) کدام یک از موارد زیر جزء مزایای مزایده مستقیم برای فروشندگان B2B نمی باشد.

- الف) تولید درآمد یا درآمدزایی
- ب) به دست آوردن اعضای جدید
- ج) افزایش در میزان مشاهده صفحات وب
- د) افزایش در ارائه خدمات به مشتری و خدمات پشتیبانی فنی

۱۷) کدام یک از موارد زیر جزء روش های رایج تأمین الکترونیکی تجهیزات نمی باشد.

- الف) خرید از طریق شرکت در حراجی های Online و Offline
- ب) خرید از طریق مشاهده کاتالوگ های یک شرکت واسطه یا توزیع کنندگان الکترونیکی
- ج) خرید از طریق پیوستن به سیستم خرید گروهی
- د) خرید در بازار بورس یا بازار های صنعتی

۱۸) کدام گزینه جزء اقدامات پس از خرید در فرایند کلی تأمین الکترونیکی تجهیزات می باشد .

الف) مقدمات خرید

ب) اقدام به سفارش خرید

ج) انتخاب یک مکانیزم بازار

د) مقایسه و مذاکره

۱۹) به هماهنگ سازی فعالیت هایی که مربوط به خرید کالا ها و خدمات مورد نیاز یک شرکت یا سازمان است ، گفته می شود .

الف) مدیریت قرارداد

ب) مدیریت منبع یابی

ج) مدیریت تجهیزات

د) مدیریت هزینه

۲۰) دشوار ترین و ساده ترین قسمت در تأمین الکترونیکی تجهیزات به ترتیب (از راست به چپ) کدامند .

الف) مقایسه و مذاکره - قرار دادن بخش خرید

ب) انتخاب مکانیزم بازار - اجرا و پیاده سازی

ج) اجرا و پیاده سازی - قرار دادن بخش خرید

د) انتخاب مکانیزم بازار - مقایسه و مذاکره

۲۱) دعوت نامه ای است که در قالب یک فایل یا پرونده به تأمین کننده جهت شرکت در مناقصه ارسال می شود .

الف) RFQ

ب) DDM

ج) ECM

د) MRO

۲۲) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

الف) استفاده از بازار های الکترونیکی عمومی می تواند تأثیر مثبتی بر افزایش بازده روابط موجود در زنجیره تأمین شرکت ها بگذارد .

ب) مناقصه های B2B به صورت بازارهای مبادله ای عمومی یا از طریق سایت شرکت اصلی برای مجموعه ای از شرکتهای خریدار انجام میشود

ج) مناقصه های گروهی بیشتر در کشور کره شمالی شهرت داشته و معمولاً از انجمن های بزرگی نظیر LG و Samsung تشکیل شده است .

د) تجمیع کاتالوگ های تأمین کنندگان در سرور خریدار می تواند نظارت و متمرکز سازی فرایند تأمین تجهیزات را آسان تر کند .

۲۳) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« در این نوع خرید ، فرد خریدار به طور مستقیم و بدون تأیید افراد مافوق یا بخش تأمین تجهیزات ، دست به خرید می زند»

الف) خرید کالا های مستقیم

ب) خرید در مزایده های الکترونیکی

ج) خرید گروهی

د) خرید از طریق دسک تاپ

۲۴) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

- الف) خرید دسک تاپ هزینه های اجرایی و زمان چرخه ای را کاهش می دهد .
- ب) خرید دسک تاپ معمولاً برای خرید های اضطراری و تهیه کالاهایی که قیمت پایینی دارند ، مفید می باشد .
- ج) در خرید گروهی از سه مدل متداول استفاده می شود که عبارتند از : تجمیع داخلی ، تجمیع میانی و تجمیع خارجی
- د) موارد ب و ج

۲۵) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

در این نوع خرید ، سفارشات خریداران گوناگون با یکدیگر ادغام شده و در قالب یک خرید کلی بر سر قیمت با فروشندگان یا تأمین کنندگان مذاکره می شود .

- الف) خرید دسک تاپ
- ب) خرید گروهی
- ج) خرید در مزایده های الکترونیکی
- د) خرید کالا های مستقیم

۲۶) کدام گزینه جزء منافع خرید الکترونیکی کالا به صورت مستقیم نمی باشد .

- الف) کاهش قیمت واحد کالا
- ب) افزایش موجودی کالا و فهرست اموال موجود
- ج) جلوگیری از کمبود کالا و مواد اولیه
- د) خرید سریع مواد اولیه و افزایش میزان تولید

۲۷) کدام یک از موارد زیر جزء مزایای مزایده از طریق واسطه ها محسوب می شود .

- الف) عدم نیاز به تجهیزات مازاد (سخت افزاری و نرم افزاری)
- ب) به دست آوردن اعضای جدید
- ج) رسیدگی به سفارشات مشتری
- د) بهبود در فرایند پرداخت

۲۸) کاتالوگ های الکترونیکی ، بروشورها ، نمایشگاه ، تماس های تلفنی و بازدید از سایت ، جزء کدام یک از اقدامات پیش از خرید در فرایند تأمین تجهیزات به صورت الکترونیکی می باشد .

- الف) انتخاب یک مکانیزم بازار
- ب) فروشندگان با صلاحیت
- ج) جستجو برای فروشندگان و محصولات
- د) مقایسه و مذاکره

۲۹) ثبات مالی ، اعتبار و اینکه با چه فروشندگانی می توان کار کرد ، جزء کدام یک از اقدامات پیش از خرید در فرایند تأمین تجهیزات به صورت الکترونیکی می باشد .

- الف) انتخاب یک مکانیزم بازار
- ب) فروشندگان با صلاحیت
- ج) جستجو برای فروشندگان و محصولات
- د) مقایسه و مذاکره

۳۰) قیمت ، نحوه پرداخت ، نحوه ارسال ، کیفیت و انتخاب یک فروشنده ، جزء کدام یک از اقدامات پیش از خرید در فرایند تأمین تجهیزات به صورت الکترونیکی می باشد .

الف) اقدام به پرداخت

ب) مقدمات خرید

ج) فروشندگان یا صلاحیت

د) مقایسه و مذاکره

۳۱) بررسی اسناد حمل و نقل ، صدور صورتحساب و کنترل کیفیت ، جزء کدام یک از اقدامات پس از خرید در فرایند تأمین تجهیزات به صورت الکترونیکی می باشد .

الف) مقدمات خرید

ب) اقدام به پرداخت

ج) مقدمات ارسال کالا

د) اقدام به سفارش خرید

۳۲) تأیید مبلغ پرداختی و روش انتقال وجه ، جزء کدام یک از اقدامات پس از خرید در فرایند تأمین تجهیزات به صورت الکترونیکی می باشد .

الف) اقدام به پرداخت

ب) مقدمات خرید

ج) اقدام به سفارش خرید

د) انتخاب یک مکانیزم بازار

۳۳) کدام یک از عبارت های زیر در مورد مناقصه های الکترونیکی در محیط B2B صحیح نمی باشد .

الف) در مناقصه های الکترونیکی ، کالا ها و اقلام ارزان قیمت را نیز می توان در مناقصه شرکت داد

ب) در مناقصه های الکترونیکی ، وجود یک شرکت شخص ثالث برای نظارت بر RFQ ها الزامی است .

ج) مناقصه های الکترونیکی سریع تر از مناقصه های سنتی برگزار می شود .

د) در مناقصه های الکترونیکی ، این امکان هست که تمامی پیشنهاد دهندگان از مبالغ پیشنهادی یکدیگر آگاه باشند .

۳۴) کدام یک از موارد زیر جزء ویژگی های یک نرم افزار مدیریت قرارداد نمی باشد .

الف) کاهش زمان و تلاش های مذاکره

ب) ایجاد فرایندی تأیید شده با رویکردی مناسب

ج) فراهم کردن مدیریت پذیرش قرارداد ها

د) مدیریت داده قرارداد ها ، کاتالوگ های تأمین کنندگان و محتوای محصولات

۳۵) کدام یک از موارد زیر جزء ویژگی های یک نرم افزار مدیریت هزینه می باشد .

الف) مقایسه قیمت های پیشنهادی ، شامل جزئیات داده های پیشنهادات

ب) مدل مجموع هزینه خرید کالا با امکان امتیاز دهی و بخش انتخاب برنده

ج) ابزار هایی جهت حمایت از مذاکرات

د) مدیریت داده در حوزه قیمت گذاری

۳۶) «مدیریت کاربری» جزء ویژگی های کدام نوع از مدیریت ها، در بخش خودکار سازی فعالیت ها در B2B می باشد.

الف) مدیریت قرارداد

ب) مدیریت هزینه

ج) مدیریت منبع یابی و مذاکرات

د) مدیریت تأمین الکترونیکی تجهیزات

۳۷) کدام نرم افزار در بخش خودکار سازی فعالیت ها در B2B، امکان مقایسه قیمت های پیشنهادی و انتخاب برنده مناقصه را فراهم می کند.

الف) نرم افزار مدیریت تأمین الکترونیکی تجهیزات

ب) نرم افزار مدیریت منبع یابی و مذاکرات

ج) نرم افزار مدیریت هزینه

د) نرم افزار مدیریت قرارداد

۳۸) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد:

این نرم افزار با راهکار های مدیریت قرارداد و تحلیل هزینه همراه شده و می تواند به شرکت ها امکان ایجاد مذاکرات Online را با سازمان ها بدهد.

الف) مدیریت تأمین الکترونیکی تجهیزات

ب) مدیریت منبع یابی و مذاکرات

ج) مدیریت هزینه

د) مدیریت کاربری

۳۹) مدیریت مکاتبات، مدیریت مبالغ پیشنهادی، مدیریت سؤال و جواب و ارسال Email به شرکت کنندگان از جمله اقداماتی است که در صورت می گیرد.

الف) سیستم مدیریت تأمین الکترونیکی تجهیزات

ب) سیستم مدیریت هزینه

ج) سیستم مدیریت منبع یابی و مذاکرات

د) سیستم مدیریت قرارداد

۴۰) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد:

شبکه های امنی هستند که معمولاً اینترنت محور بوده و به شرکای تجاری امکان دستیابی به اینترنت های همدیگر را می دهد

الف) EDI سنتی

ب) VAN

ج) اکسترانت

د) EDI مبتنی بر وب

۴۱) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

یک نوع تبادل الکترونیکی پرونده های تجاری استاندارد نظیر صورت حساب ها ، سفارشات و تأییدیه ها است که میان شرکای تجاری صورت می گیرد .

الف) ERP

ب) DSS

ج) CRM

د) EDI

۴۲) شرکت هایی که مبلغ قابل توجهی را صرف کالا و خدمات می کنند ، می توانند برای مشاهده رفتار خرید خود به صورت بلادرنگ ، از نرم افزار استفاده کنند .

الف) مدیریت هزینه

ب) مدیریت قرارداد

ج) مدیریت تأمین الکترونیکی تجهیزات

د) مدیریت منبع یابی و مذاکرات

۴۳) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

یک روش تبادل الکترونیکی پرونده های تجاری استاندارد است که از طریق شبکه های خصوصی نسبتاً گران بین شرکای تجاری صورت می گیرد . این روش امنیت لازم را تأمین کرده اما انعطاف پذیری ندارد و برای شرکتهای کوچک مقرون به صرفه نیست

الف) EDI مبتنی بر وب

ب) سیستم های SCM

ج) سیستم های DSS

د) EDI سنتی

۴۴) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

الف) سیستم های سنتی EDI در شبکه های VAN که خصوصی بوده و توسط شخص ثالث مدیریت می شوند ، پیاده سازی شده اند
ب) تجارت الکترونیکی معمولاً با سیستم های خارجی راحت تر از سیستم های داخلی ادغام شده و به صورت یکپارچه در می آید .
ج) شرکت هایی که از EDI مبتنی بر وب استفاده می کنند ، از میزان عملکرد و بازده داخلی و بیرونی بیشتری برخوردارند .
د) EDI به دلیل وجود محدودیت های فراوان ، برای استفاده از محیط اینترنت ساخته نشده است .

۴۵) کدام یک از گزینه های زیر در رابطه با XML صحیح نمی باشد .

الف) XML نسخه ساده ای از زبان عمومی توصیف داده به نام XHTML می باشد .
ب) XML به عنوان یک بستر جدید در B2B استفاده شده و گاهی نیز جایگزین سیستم های EDI می شود .
ج) XML جهت از بین بردن موانع موجود در پیاده سازی EDI ، ایجاد شده است .
د) هیچکدام

(۴۶) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف (پیاده سازی EDI نیازمند دانشی همه منظوره از متدولوژی EDI است .
ب (XML یک زبان انعطاف پذیر بوده اما محتوای پیام قابل خواندن و درک نمی باشد .
ج (SCM ها می توانند پیام های مبتنی بر XML را دریافت کرده ، درک نموده و روی آن ها کار کنند .
د (هیچکدام

(۴۷) یکی از استاندارد های رایج XML بوده و اکثر پروتکل های XML در B2B از آن پشتیبانی می کنند .

- الف (SGML
ب (ebXML
ج (UN/EDIFACT
د (spXML

(۴۸) کدام یک از موارد زیر جزء عمده فناوری هایی که در پشت سرویس های وب وجود دارند ، نمی باشد .

- الف (WDSL
ب (SOAP
ج (PSTN
د (UDDI

(۴۹) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف (سرویس های وب یک معماری تک منظوره بوده که جمع آوری برنامه های توزیع شده از سرویس های نرم افزار وب را امکان پذیر می سازد
ب (در ERP II عملکرد های B2B نظیر SCM ، SRM و CRM به ERP افزوده شده اند .
ج (وب بر اساس پروتکل های ارتباطی استاندارد ISO و HTTP درست شده است .
د (از آنجا که تمامی ارتباطات در XML صورت می گیرد، سرویسهای وب به سیستم عامل کاربری خاص یا زبان برنامه نویسی ویژه ای نیاز دارد

(۵۰) کدام یک از پروتکل های زیر در معماری سرویس های وب ، نقش کمتری دارد .

- الف (UDDI
ب (XML
ج (EDI
د (SOAP

« پاسخنامه تستی »

سؤال	جواب	سؤال	جواب	سؤال	جواب
۱	ب	۳۳	ب	۶۵	-
۲	د	۳۴	د	۶۶	-
۳	ج	۳۵	د	۶۷	-
۴	د	۳۶	ج	۶۸	-
۵	الف	۳۷	ب	۶۹	-
۶	ب	۳۸	ب	۷۰	-
۷	ج	۳۹	الف	۷۱	-
۸	الف	۴۰	ج	۷۲	-
۹	د	۴۱	د	۷۳	-
۱۰	ب	۴۲	الف	۷۴	-
۱۱	د	۴۳	د	۷۵	-
۱۲	ج	۴۴	ب	۷۶	-
۱۳	الف	۴۵	الف	۷۷	-
۱۴	ج	۴۶	د	۷۸	-
۱۵	ب	۴۷	ب	۷۹	-
۱۶	د	۴۸	ج	۸۰	-
۱۷	الف	۴۹	ب	۸۱	-
۱۸	ب	۵۰	ج	۸۲	-
۱۹	ج	۵۱	-	۸۳	-
۲۰	ج	۵۲	-	۸۴	-
۲۱	الف	۵۳	-	۸۵	-
۲۲	د	۵۴	-	۸۶	-
۲۳	د	۵۵	-	۸۷	-
۲۴	ج	۵۶	-	۸۸	-
۲۵	ب	۵۷	-	۸۹	-
۲۶	ب	۵۸	-	۹۰	-
۲۷	الف	۵۹	-	۹۱	-
۲۸	ج	۶۰	-	۹۲	-
۲۹	ب	۶۱	-	۹۳	-
۳۰	د	۶۲	-	۹۴	-
۳۱	ج	۶۳	-	۹۵	-
۳۲	الف	۶۴	-	۹۶	-

* از شما دانشجوی عزیز خواستیم اگر سؤال یا جواب سؤالی به اشتباه نایب شده ، حتماً به بنده اطلاع دهید تا آن را اصلاح کرده و دیگر دانشجویان دچار اشتباه نگردند



« فصل ششم »

سیستم های پرداخت الکترونیکی



۱) کدام گزینه جزء دسته بندی کارت های پرداخت به صورت Online نمی باشد .

- الف) کارت های اعتباری
- ب) کارت های مجازی
- ج) کارت های بدهی
- د) کارت های شارژی

۲) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

این نوع کارت ها می توانند از یک صورتحساب سالیانه برخوردار باشند و نیز دارندگان آن ها باید نرخ درصد سود سالیانه را برای مبالغ پرداخت نشده خود بپردازند .

- الف) کارت های اعتباری
- ب) کارت های بدهی
- ج) کارت های مجازی
- د) کارت های شارژی

۳) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

این کارت ها معمولاً از صورتحساب سالیانه برخوردار بوده و در انتهای هر ماه ، برای این کارت ها و میزان خریدی که به وسیله آن ها صورت گرفته است ، صورت حساب صادر می شود

- الف) کارت های اعتباری
- ب) کارت های بدهی
- ج) کارت های مجازی
- د) کارت های شارژی

۴) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« در این نوع کارت ها ، بهای کالا های خریداری شده مستقیماً از میزان سپرده گذاری فرد دارنده کارت ، پرداخت می شود »

- الف) کارت های اعتباری
- ب) کارت های مجازی
- ج) کارت های بدهی
- د) کارت های شارژی

۵) در کدام نوع از کارت های پرداخت ، بانک بسته به اعتبار فرد به وی به مدت ۳۰ تا ۴۵ روز وام داده که در انتهای این مدت، این وام باید تسویه شود .

الف) کارت های اعتباری

ب) کارت های مجازی

ج) کارت های بدهی

د) کارت های شارژی

۶) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

الف) کارت های ویزا و مستر کارت نمونه ای از کارت های بدهی می باشند .

ب) استفاده از کارت های اعتباری منوط به پرداخت مبلغ کارمزد می باشد .

ج) پردازش کارت های پرداخت از دو مرحله کلی تعیین حق دسترسی و پرداخت تشکیل شده است .

د) کارت های ATM نمونه ای از کارت های شارژی می باشند .

۷) در کدام مرحله از مراحل پردازش پرداخت در کارت ها ، به فعال بودن کارت خریدار و اینکه آیا دارنده کارت از مبلغ کافی در حساب خود برخوردار است یا خیر ، پرداخته می شود .

الف) تعیین حق دسترسی

ب) پرداخت

ج) فعال سازی

د) اعلام موجودی

۸) در کدام مرحله از مراحل پردازش پرداخت در کارت ها ، به بررسی و نظارت بر پرداخت وجه از حساب خریدار به حساب فروشنده پرداخته می شود .

الف) تعیین حق دسترسی

ب) پرداخت

ج) انتقال

د) اعلام موجودی

۹) عناصری که در فرایند پرداخت از طریق کارت های اعتباری در خرید Online دخالت دارند عبارتند از :

الف) بانک تحویلدار - مؤسسات ارائه دهنده کارت های اعتباری - مشتری - فروشنده یا تجار

ب) بانک صادر کننده کارت - مشتری - عامل سوم یا شخص ثالث - فروشنده یا تجار

ج) بانک تحویلدار - بانک صادر کننده کارت - مؤسسات ارائه دهنده کارت های اعتباری - عامل سوم یا شخص ثالث

د) همه موارد

۱۰) معمولاً حساب ویژه ای تحت عنوان حساب فروشنده اینترنتی را به فروشنده پیشنهاد داده که بدین وسیله اعتبار و فرایند پردازش پرداخت فرد دارنده کارت را ممکن می سازد .

الف) بانک صادر کننده کارت

ب) مؤسسات ارائه دهنده کارت های اعتباری

ج) بانک تحویلدار

د) موارد الف و ب

۱۱) مرکز پردازش پرداخت (PPS) و پایانه فروش (POS) به ترتیب در کدام نوع پرداخت در خرید ها استفاده می شوند .

الف (هر دو Online

ب (Online - Offline

ج (Offline - Online

د (هر دو Offline

۱۲) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« فرد فروشنده می تواند به اعتبار و صحت سفارش فرد خریدار از این طریق پی ببرد»

الف (شماره تأییدیه کارت (CVN)

ب (سیستم تأیید آدرس (AVS)

ج (فایل مشخصات

د (ارزیابی و کنترل دسترسی

۱۳) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« این شیوه به بررسی دستی و غیر خودکار کارمندان جهت یافتن سفارشی مشکوک تکیه دارد»

الف (ارزیابی و کنترل دسترسی

ب (مدل های تصمیم گیری در مورد کلاهبرداری

ج (فایل مشخصات

د (سیستم تأیید آدرس (AVS)

۱۴) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

اساس این سیستم بر پایه مقایسه شماره چاپ شده در پشت کارت اعتباری با اطلاعات موجود در فایل

و حساب بانکی دارنده کارت ، استوار است

الف (ارزیابی و کنترل دسترسی

ب (خدمات تعیین حق دسترسی فرد پرداخت کننده

ج (فایل مشخصات

د (شماره تأییدیه کارت (CVN)

۱۵) کدام یک از روش های زیر ، برای فروشندگانی که از کسب و کار کوچک و سفارشی کم حجم برخوردارند مفید می باشد .

الف (ارزیابی و کنترل دسترسی

ب (خدمات تعیین حق دسترسی فرد پرداخت کننده

ج (فایل مشخصات

د (شماره تأییدیه کارت (CVN)

۱۶) کدام یک از روش های زیر ، بر پایه یکسری از قوانین تعیین کننده صحت یک سفارش ، استوار است .

الف (ارزیابی و کنترل دسترسی

ب (خدمات تعیین حق دسترسی فرد پرداخت کننده

ج (مدل های تصمیم گیری در مورد کلاهبرداری

د (فایل مشخصات

۱۷) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

- الف) به کارت های اعتباری مجازی ، شماره های کارت یکبار مصرف می گویند .
- ب) کارت های هوشمند ظاهری نظیر کارت های پرداخت پلاستیکی داشته و تنها به وسیله یک نوار مغناطیسی که در پشت آن قرار دارد ، قابل تشخیص می باشند .
- ج) کارت های هوشمند غیر تماسی ، برای فعال شدن و تراکنش های آن ، حتماً باید در جایگاه یا مجاورت دستگاه کارت خوان قرار گیرند .
- د) کارت های هیبریدی به کارت هایی که ترکیبی از هر دو حالت تماسی و غیر تماسی را داشته باشند ، گفته می شود .

۱۸) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) در کارت های EEPROM ، زمانی که حافظه کارت پر شد آن را باید دور انداخت .
- ب) اکثر کارت های هوشمند تماسی از نوع EPROM می باشند .
- ج) کارت های هیبریدی دارای دو رابط ، از دو تراشه جداگانه تماس و بدون نیاز به تماس تشکیل شده اند .
- د) هیچکدام

۱۹) این نوع از کارت های هوشمند ، علاوه بر تراشه از یک آنتن برخوردارند و معمولاً در مواردی استفاده می شوند که برقراری ارتباط دشوار بوده و یا اینکه پردازش داده باید خیلی سریع صورت گیرد .

- الف) کارت های هوشمند تماسی
- ب) کارت های هوشمند غیر تماسی
- ج) کارت های هوشمند هیبریدی
- د) کارت های هوشمند مجازی

۲۰) کدام یک از گزینه های زیر جزء روش های مقابله با اقدامات کلاهبرداری و فریبکاری در خرید های Online نمی باشند .

- الف) سیستم تأیید آدرس (AVS)
- ب) استفاده از POS و PPS
- ج) فایل مشخصات
- د) خدمات تعیین حق دسترسی فرد پرداخت کننده

۲۱) نوعی از کارت های اعتباری که در پرداخت هزینه های حمل و نقل و پرداخت عوارض بزرگراه ها قابل استفاده است .

- الف) چک الکترونیکی
- ب) کارت های مجازی
- ج) کارت های هوشمند
- د) کارت های احراز هویت

۲۲) کارت های هوشمند CASH ، از ترکیب کدام کارت ها ایجاد شده است .

- الف) کارت های اعتباری و شارژی
- ب) کارت های بدهی و شارژی
- ج) کارت های بدهی و مجازی
- د) کارت های اعتباری و بدهی

۲۳) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) بیشتر استاندارد های کارت های هوشمند توسط استاندارد ISO مورد کنترل و بررسی قرار می گیرد .
- ب) کارت های هوشمند CASH از قابلیت کیف پول الکترونیکی برخوردار هستند .
- ج) CEPS از جمله مؤسساتی است که در زمینه استاندارد سازی کیف پول الکترونیکی فعالیت دارد .
- د) همه موارد

۲۴) استفاده از کارت های هوشمند در کدام یک از موارد زیر ، کاربرد کمتری دارد .

- الف) خدمات مخابراتی
- ب) خدمات بهداشتی
- ج) خرید الکترونیکی
- د) خدمات حمل و نقل

۲۵) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« در این نوع کارت ، ارزش پولی مشخصی از حساب فرد دارنده کارت درون آن بارگذاری می شود»

- الف) کارت با ارزش اندوخته
- ب) کارت بدهی
- ج) کارت شارژی
- د) کارت اعتباری

۲۶) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

هر فردی می تواند بدون داشتن یک اعتبار مالی یا حساب بانکی ، این نوع کارت را از بانک و شرکت های صادر کننده درخواست کند .

- الف) کارت بدهی
- ب) کارت مجازی
- ج) کارت با ارزش اندوخته
- د) کارت شارژی

۲۷) کدام یک از موارد زیر صحیح می باشد .

- الف) کارت های با ارزش اندوخته از نظر ظاهری و فنی با کارت های بدهی و اعتباری کاملاً متفاوت بوده و یکی از مشخصه های آن وجود یک نوار مغناطیسی در پشت آن می باشد .
- ب) در کارت های با ارزش اندوخته میزان اعتبار و ارزش پولی در قسمت نوار مغناطیسی کارت ذخیره شده و نام دارنده کارت باید روی آن حک شده باشد .
- ج) کارت های با ارزش اندوخته مانند کارت های هوشمند از دو نوع تماسی و غیر تماسی تشکیل شده اند .
- د) هیچکدام

۲۸) کارت های هدیه ، پرداخت حقوق ، پیش پرداخت تلفن و پیش پرداخت بدهی ، به ترتیب (از راست به چپ) جزء کدام یک از کارت های با ارزش اندوخته می باشند .

- الف) تک منظوره - حلقه باز - حلقه باز - چند منظوره
- ب) تک منظوره - حلقه باز - حلقه بسته - چند منظوره
- ج) چند منظوره - حلقه باز - حلقه بسته - چند منظوره
- د) چند منظوره - حلقه بسته - حلقه باز - تک منظوره

۲۹) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« رشته ای از بیت هاست ، که پس از دریافت از طریق سایت در کیف پول الکترونیکی خریدار ذخیره خواهد شد »

- الف) چک الکترونیکی
- ب) اعتبار الکترونیکی
- ج) صورت حساب الکترونیکی
- د) سکه الکترونیکی

۳۰) اگر شخصی بخواهد از طریق اینترنت مبلغی را برای شخص دیگر ارسال کند ، می تواند از روش استفاده کند.

- الف) E-Check
- ب) Peer-to-Peer
- ج) P2P
- د) موارد ب و ج

۳۱) کدام یک از موارد زیر جزء عوامل نا کارآمدی زنجیره تأمین مالی در شرکت های بزرگ نمی باشد .

- الف) نبود یکپارچگی کافی میان سیستم های حسابداری و سیستم پرداخت
- ب) کمبود شفافیت در خلاقیت و ایجاد نقدینگی در زمانی که کالا در زنجیره تولید قرار دارد
- ج) هزینه و میزان خطایی که در پرونده سازی و رسیدگی غیر خودکار و دستی در مراحل وجود دارد
- د) مدت زمانی که برای ایجاد ، ارسال و یا پردازش اسناد کاغذی نیاز است

۳۲) کدام یک از موارد زیر جزء موانع موجود در پرداخت های الکترونیکی نمی باشند .

- الف) کمبود کارمندان آشنا به فناوری اطلاعات
- ب) راه حل های نا کارآمد که تمامی فرایندهای End-to-End چرخه تولید تجاری کالا را در بر نمی گیرد
- ج) نبود استاندارد لازم برای فرمت اطلاعات وجوه ارسالی
- د) عدم توانایی شرکای تجاری در ارسال و دریافت پرداخت های الکترونیکی

۳۳) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

« فرایندی است که طی آن شرکت ها به صدور صورتحساب و نمایش آن ، همچنین پرداخت آن در اینترنت می پردازند »

- الف) PKI
- ب) EAI
- ج) EIPP
- د) API

۳۴) کدام یک از گزینه های زیر جزء مدل های نمایش و پرداخت فاکتور های الکترونیکی می باشد .

- الف) فروشنده مستقیم - فرد تصمیم گیرنده - خریدار مستقیم
- ب) فروشنده مستقیم - خریدار مستقیم - شرکت واسطه
- ج) فرد پیش قدم - فرد تصمیم گیرنده - فرد خریدار
- د) فرد پیش قدم - شرکت واسطه - فرد مصرف کننده

۳۵) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

- الف) مدل خریدار مستقیم زمانی استفاده می شود که خریدار نقش برجسته ای را در کسب و کار B2C داشته باشد
- ب) مدل شرکت واسطه زمانی استفاده می شود که بین فروشنده و خریداران رابطه ای از پیش برقرار شده باشد
- ج) مدل شرکت واسطه بیشتر در صنایع و کارخانجاتی استفاده می شود که چندین خریدار دارند
- د) مدل خریدار مستقیم بیشتر در شرکت های تولیدی ، مخابرات ، خدمات پزشکی و شرکت های آب و برق و گاز استفاده می شود

۳۶) شرکت های XPSN ، Wal-Mart ، GXS به ترتیب (از راست به چپ) ، جزء کدام یک از مدل های نمایش و پرداخت فاکتور های الکترونیکی می باشند .

- الف) شرکت واسطه - خریدار مستقیم - شرکت واسطه
- ب) خریدار مستقیم - شرکت واسطه - خریدار مستقیم
- ج) شرکت واسطه - فروشنده مستقیم - خریدار مستقیم
- د) خریدار مستقیم - شرکت واسطه - فروشنده مستقیم

۳۷) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

- الف) LC یا اعتبارنامه معمولاً در خرید های جهانی که درصدی ریسک در پرداخت وجود دارد استفاده می شود
- ب) LC یا اعتبارنامه به وسیله فرد خریدار یا وارد کننده کالا از طرف بانک مربوطه صادر می شود
- ج) طبق اعتبار نامه یا LC ، وجه پرداختی می تواند به صورت پس از مشاهده و یا به صورت شرایطی پرداخت شود
- د) هیچکدام

۳۸) در روش پرداخت مستقیم صورتحساب الکترونیکی از طریق سایت صادر کننده صورتحساب ، مشتری با کدام یک از نهاد های زیر تبادل اطلاعات مستقیم دارد .

- الف) مؤسسه مالی مشتری
- ب) تأمین کننده پرداخت شرکت صادر کننده صورتحساب
- ج) مؤسسه یا شرکت صادر کننده صورتحساب
- د) همه موارد

۳۹) در روش پرداخت صورتحساب از طریق شرکت رابط ، مشتری با کدام یک از نهاد های زیر مستقیماً تبادل اطلاعات دارد .

- الف) BSP
- ب) BPP
- ج) CPP
- د) CSP

« پاسخنامه تستی »

سؤال	جواب	سؤال	جواب	سؤال	جواب
۱	ب	۳۳	ج	۶۵	-
۲	الف	۳۴	د	۶۶	-
۳	د	۳۵	ب	۶۷	-
۴	ج	۳۶	ج	۶۸	-
۵	د	۳۷	الف	۶۹	-
۶	ج	۳۸	ب	۷۰	-
۷	الف	۳۹	ج	۷۱	-
۸	ب	۴۰	د	۷۲	-
۹	د	۴۱	-	۷۳	-
۱۰	ج	۴۲	-	۷۴	-
۱۱	ج	۴۳	-	۷۵	-
۱۲	ب	۴۴	-	۷۶	-
۱۳	الف	۴۵	-	۷۷	-
۱۴	د	۴۶	-	۷۸	-
۱۵	الف	۴۷	-	۷۹	-
۱۶	ج	۴۸	-	۸۰	-
۱۷	ب	۴۹	-	۸۱	-
۱۸	د	۵۰	-	۸۲	-
۱۹	ب	۵۱	-	۸۳	-
۲۰	ب	۵۲	-	۸۴	-
۲۱	ج	۵۳	-	۸۵	-
۲۲	د	۵۴	-	۸۶	-
۲۳	د	۵۵	-	۸۷	-
۲۴	الف	۵۶	-	۸۸	-
۲۵	الف	۵۷	-	۸۹	-
۲۶	ج	۵۸	-	۹۰	-
۲۷	د	۵۹	-	۹۱	-
۲۸	ب	۶۰	-	۹۲	-
۲۹	د	۶۱	-	۹۳	-
۳۰	ج	۶۲	-	۹۴	-
۳۱	الف	۶۳	-	۹۵	-
۳۲	ب	۶۴	-	۹۶	-

* از شما دانشجوی عزیز خواستندم اگر سؤال یا جواب سؤالی به اشتباه ناپی شده ، حتماً به بنده اطلاع دهید تا آن را اصلاح کرده و دیگر دانشجویان دچار اشتباه نگردند



« فصل هفتم »

امنیت در تجارت الکترونیکی



۱) شامل فناوری هایی است که در خدمت ذخیره سازی ، پردازش ، انتقال و مدیریت اطلاعات است .

الف) امنیت فناوری اطلاعات

ب) فناوری ارتباطات

ج) امنیت ارتباطات

د) فناوری اطلاعات

۲) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

نگهداری از منابع اطلاعاتی در مقابل استفاده غیر مجاز و یا نادرست و همچنین حفاظت از اطلاعات

در مقابل صدمات عمدی یا غیر عمدی ، افشا یا تغییر است .

الف) امنیت فناوری اطلاعات

ب) امنیت کامپیوتر

ج) امنیت ارتباطات

د) امنیت شبکه

۳) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

الف) امنیت کامپیوتر به حفاظت از اطلاعات در طی ذخیره سازی یا پردازش آن توسط کامپیوتر که می تواند در یک شبکه قرار داشته باشد ، باز می گردد .

ب) امنیت ارتباطات به حفاظت از اطلاعات در طی انتقال بین سیستم های کامپیوتری و شبکه ها باز می گردد .

ج) مولفه های عنصر عبارتند از : کاربران انسانی ، ماشین ها ، فرایند های کامپیوتری و شبکه ها

د) همه موارد

۴) افرادی هستند که با امیال و اهداف مختلف شبکه های کامپیوتری را هدف قرار می دهند .

الف) نفوذگران

ب) اسپمر ها

ج) اسپایدر ها

د) فربک ها

۵) کدام یک از گزینه های زیر جزء اهداف نفوذگر ها برای حمله به سیستم ها می باشد .

الف) سیاسی - تروریستی - اقتصادی - اجتماعی

ب) کسب درآمد - بازی و سرگرمی - شناسایی امنیتی - رقابت اقتصادی

ج) سیاسی - بازی و سرگرمی - حقوقی - کسب درآمد

د) همه موارد

۶) هر عملی که امنیت اطلاعات را به مخاطره افکند محسوب می شود .

الف) نفوذ

ب) حمله

ج) هشدار

د) تهدید

۷) کدام گزینه جزء دسته بندی تهدیدات (به صورت کلی) می باشد .

الف) پویا - ایستا

ب) هوشمند - غیر هوشمند

ج) فعال - غیر فعال

د) فعال - نیمه فعال

۸) کدام یک از موارد زیر صحیح نمی باشد .

الف) در تهدیدات غیر فعال اطلاعات به صورت غیر مجاز دریافت شده و تغییر مشهودی شبیه حذف یا تکرار در آن مشاهده نمی شود .

ب) در تهدیدات نیمه فعال استراق سمع صورت می گیرد .

ج) تهدیدات فعال همراه با حذف ، اضافه ، تکرار و به طور کلی تغییر در اطلاعات ارسالی است .

د) هیچکدام

۹) در کدام نوع از تهدیدات ، موضوع بررسی اعتبار یا صحت پیام ، مهم خواهد بود .

الف) فعال

ب) غیر فعال

ج) نیمه فعال

د) فعال و نیمه فعال

۱۰) کدام گزینه جزء دسته بندی تهدیدات (به صورت جزئی) می باشد .

الف) استراق سمع - تغییر قیافه - مداخله در پیام

ب) ارسال مجدد - نفوذ - تحلیل ترافیک

ج) استراق سمع - نفوذ - انکار یا تکذیب سرویس

د) همه موارد

۱۱) به معنی استفاده غیر مجاز از پیام هایی است که برای عناصر دیگری ارسال شده است .

الف) مداخله در پیام

ب) استراق سمع

ج) تحلیل ترافیک

د) انکار یا تکذیب سرویس

۱۲) به معنی دستکاری پیغامی که برای دیگران ارسال شده است .

الف) مداخله در پیغام

ب) ارسال مجدد

ج) نفوذ

د) انکار یا تکذیب سرویس

۱۳) به معنی استفاده نادرست از یک مجوز برای نیل به مقاصد عناد آمیز است .

الف) انکار یا تکذیب سرویس

ب) تحلیل ترافیک

ج) نفوذ

د) مداخله در پیغام

۱۴) به معنی جلوگیری از دسترسی به خدمات مجاز برای عناصر مجاز است .

الف) انکار یا تکذیب سرویس

ب) تغییر قیافه

ج) مداخله در پیغام

د) تحلیل ترافیک

۱۵) ماهیتی که می تواند منبع و شخص ارسال کننده اطلاعات را تأیید کند نامیده می شود .

الف) تعیین حق دسترسی

ب) محرمانه بودن

ج) صحت داده ها

د) احراز هویت

۱۶) کدام یک از موارد زیر ، معمولاً با مقایسه اطلاعات درباره فرد یا برنامه با اطلاعات کنترل دستیابی مربوط به منبع مورد نظر ، تأیید می شود .

الف) در دسترس بودن

ب) بررسی و بازبینی

ج) تعیین حق دسترسی

د) صحت داده

۱۷) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

فرایند جمع آوری اطلاعات در مورد دستیابی به منابعی خاص ، استفاده از امتیازات خاص یا اجرای یک سری از اقدامات امنیتی چه به طور موفق و چه غیر موفق

الف) در دسترس بودن

ب) بررسی و بازبینی

ج) تعیین حق دسترسی

د) صحت داده

۱۸) در کدام فرایند، برخی از اطلاعات باید در برابر اشخاص ثالث، افراد غیر مجاز به دستیابی اطلاعات، ماشین ها و فرایندهای نرم افزاری محفوظ بمانند.

الف) در دسترس بودن

ب) محرمانه بودن

ج) تعیین حق دسترسی

د) صحت داده

۱۹) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد:

«فرایندی است که طی آن می توان از هرگونه خرابی، آسیب یا تغییر داده ها جلوگیری به عمل آورد»

الف) صحت داده

ب) بررسی و بازبینی

ج) عدم انکار

د) محرمانه بودن

۲۰) کدام یک از شیوه های زیر، می تواند به عدم انکار یک معامله در محیط مجازی کمک کند.

الف) احراز هویت

ب) رمزگذاری

ج) امضای دیجیتال

د) صحت داده

۲۱) کدام یک از گزینه های زیر، جزء اشتباهات صورت گرفته از سوی سازمان ها در مدیریت امنیت الکترونیکی نمی باشد.

الف) تعریف غیر مشخص از حد و مرز های امنیتی

ب) عدم به روز رسانی اقدامات امنیتی

ج) عدم ارتباطات لازم در زمینه مسئولیت های امنیتی

د) عدم گزینش صحیح کارمندان و مسئولین امنیتی

۲۲) کدام یک از گزینه های زیر، جزء مراحل مدیریت ریسک نمی باشد.

الف) شناسایی دارایی ها و اطلاعات مهم

ب) ارزیابی خطرات

ج) کنترل دستیابی و احراز هویت

د) اجرا و پیاده سازی

۲۳) کدام یک از مراحل مدیریت ریسک، شامل شناسایی خطرات، نواحی آسیب پذیر و تهدید های احتمالی می باشد.

الف) ارزیابی خطرات

ب) شناسایی دارایی ها و اطلاعات مهم

ج) بررسی و بازبینی

د) اجرا و پیاده سازی

(۲۴) در کدام یک از مراحل مدیریت ریسک ، خطرات و تهدیدات احتمالی بر اساس خسارات احتمالی که به وجود آورده اند طبقه بندی شده و لیستی از اقدامات پیشگیری و مقابله با آن ها تهیه می شود .

الف) شناسایی دارایی ها و اطلاعات مهم

ب) اجرا و پیاده سازی

ج) ارزیابی خطرات

د) بررسی و بازبینی

(۲۵) کدام یک از موارد زیر به ترتیب به شناسایی صحت گفته کاربر و رمز عبور وی پرداخته و کدام یک به تعریف کاربران مجاز جهت دستیابی به منابع شبکه و میزان دستیابی مجاز می پردازد .

الف) احراز هویت - کنترل دستیابی

ب) صحت داده - کنترل دستیابی

ج) احراز هویت - تعیین حق دسترسی

د) صحت داده - تعیین حق دسترسی

(۲۶) یک سری سیستم های ذخیره سازی هستند که حاوی کدهای محرمانه می باشند .

الف) شناسه های فعال

ب) احراز هویت دو عاملی

ج) شناسه های نیمه فعال

د) شناسه های غیر فعال

(۲۷) معمولاً دستگاه های الکترونیکی مستقل نظیر کارت های هوشمند و قفل های سخت افزاری USB بوده که می توانند برای یک بار ، رمز عبور ایجاد کنند .

الف) شناسه های فعال

ب) احراز هویت دو عاملی

ج) شناسه های نیمه فعال

د) شناسه های غیر فعال

(۲۸) کدام یک از موارد زیر جزء شناسه های غیر فعال نمی باشند .

الف) کارت های اعتباری

ب) کارت های بدهی

ج) کارت های هوشمند

د) کارت های ارزش اندوخته

(۲۹) کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد .

الف) دستگاه های تأیید بیومتریک خیلی پیچیده تر از دستگاه های شناسایی ویژگی های بیومتریک هستند

ب) در عمل از بیومتریک رفتاری کمتر از بیومتریک فیزیولوژیکی استفاده می شود .

ج) بیومتریک فیزیولوژیکی ، آن دسته از اقداماتی است که در آن حالت های گوناگون بدن یا برخی از اعضای بدن به طور غیر مستقیم به کار گرفته می شوند .

د) بیومتریک رفتاری ، آن دسته از اقداماتی است که در آن به طور مستقیم از بخش های گوناگون بدن استفاده می شود .

۳۰) کدام یک از موارد زیر در بیومتریک فیزیولوژیکی مورد استفاده قرار نمی گیرد .

الف) اسکن اثر انگشت

ب) اسکن چشم

ج) اسکن چهره

د) اسکن صدا

۳۱) الگوریتم های رمزگذاری مدرن را می توان به دو گروه تقسیم کرد .

الف) متقارن و نامتقارن

ب) کلید خصوصی و کلید عمومی

ج) تک کلیدی و دو کلیدی

د) همه موارد

۳۲) در کدام نوع از الگوریتم های رمزگذاری ، از یک کلید برای رمزگذاری و یا رمزگشایی متن استفاده شده و گیرنده و فرستنده جهت دستیابی به متن اصلی باید کلید مشابهی داشته باشند .

الف) الگوریتم نا متقارن

ب) الگوریتم کلید عمومی

ج) الگوریتم متقارن

د) موارد ب و ج

۳۳) در این نوع از رمزگذاری از یک جفت کلید شامل کلید عمومی و خصوصی استفاده شده و اگر پیامی توسط یک کلید عمومی رمزگذاری شده باشد ، برای رمزگشایی آن حتماً نیاز به کلید خصوصی مرتبط و همراه با آن کلید عمومی است .

الف) الگوریتم نا متقارن

ب) الگوریتم متقارن

ج) الگوریتم متقارن ترکیبی

د) موارد الف و ج

۳۴) توضیح زیر مربوط به کدام یک از گزینه ها می باشد :

یکی از رایج ترین الگوریتم های رمزگذاری نا متقارن است که از کلید هایی با طول کدهای متفاوت

از ۱۲۸ تا ۱۰۲۴ بیت استفاده می کند .

الف) SSL

ب) RSA

ج) TLS

د) SET

۳۵) کدام یک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد .

الف) تنها مشکلی که الگوریتم های رمزگذاری نا متقارن با آن مواجه هستند ، مسأله سرعت است .

ب) الگوریتم های متقارن معمولاً نسبت به الگوریتم های نا متقارن از سرعت بیشتری برخوردارند .

ج) امضای دیجیتال به کلید های خصوصی وابسته بوده و می تواند برای احراز هویت فرد مورد استفاده قرار بگیرد .

د) از الگوریتم های رمزگذاری نا متقارن نمی توان برای رمزگذاری و یا رمزگشایی داده هایی که حجم زیادی دارند ، به طور مؤثر استفاده کرد .

۳۶) زیر ساخت تولید کلید و بهره برداری از الگوریتم رمز نا متقارن را می گویند .

الف (EAI

ب (PKI

ج (API

د (DES

۳۷) اشخاص ثالث و یا مؤسساتی که به صدور گواهی های معتبر دیجیتالی می پردازند خوانده می شوند .

الف (DES

ب (E-CO-OPS

ج (NACHA

د (CA

۳۸) رمز گذاری اطلاعات کارت اعتباری و سایر انتقالات میان وب سرور و مرورگر وب را امکانپذیر می سازد .

الف (SSL

ب (IPSEC

ج (RSA

د (SET

۳۹) کدام یک از پروتکل های زیر در لایه کاربرد شبکه قرار داشته و امکان سوء استفاده از کارت های اعتباری مشتری توسط فروشگاه را حذف می کند .

الف (IPSEC

ب (SSL

ج (SET

د (TLS

۴۰) کدام پروتکل برای رمز کردن کارت اعتباری مشتری ، توسط کلید عمومی بانک فروشنده استفاده می شود .

الف (SSL

ب (SET

ج (TLS

د (RSA

۴۱) مشکل زیر مربوط به کدام یک از پروتکل ها می باشد :

اطلاعات کارت اعتباری مشتری که توسط کلید عمومی فروشگاه رمز می شود در سرور فروشگاه با کلید خصوصی فروشگاه باز شده و امکان سوء استفاده توسط فروشگاه را فراهم می آورد .

الف (RSA

ب (PKI

ج (SET

د (SSL

۴۲) کدام روش احراز هویت در تجارت الکترونیکی نا معتبر می باشد .

الف) الگوی امضاء با استفاده از قلم نوری

ب) اسکن صدا

ج) اسکن عنبیه چشم

د) سنجش ضربه وارد آمده بر صفحه کلید

۴۳) کدام یک از گزینه های زیر از معایب الگوریتم های نا متقارن محسوب می شود .

الف) مشکل تبادل کلید رمزگذاری

ب) سرعت نسبتاً پایین

ج) قابلیت اعتماد نسبتاً کم

د) پیچیدگی زیاد

AMOO HOSSSEIN

« پاسخنامه تستی »

سؤال	جواب	سؤال	جواب	سؤال	جواب
۱	د	۳۳	الف	۶۵	-
۲	ب	۳۴	ب	۶۶	-
۳	ج	۳۵	ج	۶۷	-
۴	الف	۳۶	ب	۶۸	-
۵	ب	۳۷	د	۶۹	-
۶	د	۳۸	الف	۷۰	-
۷	ج	۳۹	ج	۷۱	-
۸	ب	۴۰	ب	۷۲	-
۹	الف	۴۱	د	۷۳	-
۱۰	د	۴۲	الف	۷۴	-
۱۱	ب	۴۳	ب	۷۵	-
۱۲	الف	۴۴	-	۷۶	-
۱۳	ج	۴۵	-	۷۷	-
۱۴	الف	۴۶	-	۷۸	-
۱۵	د	۴۷	-	۷۹	-
۱۶	ج	۴۸	-	۸۰	-
۱۷	ب	۴۹	-	۸۱	-
۱۸	ب	۵۰	-	۸۲	-
۱۹	الف	۵۱	-	۸۳	-
۲۰	ج	۵۲	-	۸۴	-
۲۱	د	۵۳	-	۸۵	-
۲۲	ج	۵۴	-	۸۶	-
۲۳	الف	۵۵	-	۸۷	-
۲۴	ب	۵۶	-	۸۸	-
۲۵	الف	۵۷	-	۸۹	-
۲۶	د	۵۸	-	۹۰	-
۲۷	الف	۵۹	-	۹۱	-
۲۸	ج	۶۰	-	۹۲	-
۲۹	ب	۶۱	-	۹۳	-
۳۰	د	۶۲	-	۹۴	-
۳۱	د	۶۳	-	۹۵	-
۳۲	ج	۶۴	-	۹۶	-

* از شما دانشجوی عزیز خواستندم اگر سؤال یا جواب سؤالی به اشتباه ناپی شده ، حتماً به بنده اطلاع دهید تا آن را اصلاح کرده و دیگر دانشجویان دچار اشتباه نگردند