نام درس: تجارت الکترونیکی
رشته تحصیلی-گرایش: مهندسی فناوری اطلاعات
کد درس: ۱۵۱۱۰۰۲

تعداد سوال: تستی ۴۳ تکمیلی -- تشریحی --
زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۸۰ دقیقه تشریحی ۴۰ دقیقه
تعداد کل صفحات: ۵

۱. پس از گذار از سیستم واسطه سنتی و ورود به بازارهای تجارت الکترونیکی واسطه ها به چه صورت نمایان شدند؟

الف. توزیع کننده
ب. بازاریابان مستقیم
ج. واسطه ها به صورت کلی حذف شدند
د. واسطه های الکترونیکی در اینترنت

۲. مسئله اطلاعات ناقص توسط کدامیک از عناصر زیر قابل حل می باشد؟

الف. خریداران
ب. واسطه ها
ج. فروشندگان
د. زیر ساخت ها

۳. کدام مورد زیر جزء بازارهای الکترونیکی B2B نیست؟

الف. بازارهای الکترونیکی طرف خرید
ب. بازارهای الکترونیکی طرف فروش
ج. مراکز خرید اینترنتی
د. سازمان های بورس

۴. بازارهای الکترونیکی طرف فروش، فرایندی ..... دارند.

الف. چند به چند
ب. یک به چند
ج. یک به یک
د. چند به یک

۵. در دنیای تجارت الکترونیک واسطه ها را با چه نامی می خوانند؟

الف. عمده فروش
ب. خرده فروش
ج. واسطه اطلاعاتی
د. توزیع کننده

۶. از عامل های هوشمند در مراکز خرید الکترونیکی بیشتر به چه منظوری استفاده می گردد؟

الف. جستجو برای پیدا کردن محصولات و خدمات
ب. مقایسه دو یا چند محصول ارائه شده
ج. روش پرداخت
د. کاتالوگ های پویا

۷. در دنیای امروز، رقابت بیشتر بین کدام حوزه ها می باشد؟

الف. بین شرکت ها
ب. بین شبکه ها
ج. بین مدل های کسب وکاری
د. بین فروشندگان

۸. کدامیک از خدمات زیر، امکان ارائه آنها بصورت فیزیکی و غیر آنی فراهم نیست؟

الف. خدمات بی سیم
ب. برنامه ریزی مسافرتی
ج. خدمات گردشگری الکترونیکی
د. خدمات آژانس کرایه اتومبیل

۹. شرکت کت تویز از چه طبقه بندی بر اساس کانالهای توزیع استفاده کرد؟

الف. خرده فروشی اصیل عمومی
ب. خرده فروشی الکترونیکی ترکیبی
ج. خرده فروشی الکترونیکی اصیل
د. خرده فروشی الکترونیکی اصیل خصوصی

۱۰. مصرف کنندگان بر اساس عملکرد خرید به کدام گروه تقسیم می شوند؟

الف. لحظه ای، مقاوم، وفادار
ب. وفادار، سازمانی، فردی
ج. لحظه ای، صبور، تحلیلگر
د. صبور، تحلیلگر، مقایسه گر

نام درس: تجارت الکترونیکی
رشته تحصیلی-گرایش: مهندسی فناوری اطلاعات
کد درس: ۱۵۱۱۰۰۲

تعداد سئوال: تستی ۴۳ تکمیلی تشریحی ۴
زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۸۰ دقیقه تشریحی ۴۰ دقیقه
تعداد کل صفحات: ۵

۱۱. در مرحله جستجوی اطلاعات از فرایند تصمیم گیری چه سوالاتی مطرح می شود؟

الف. چه کالایی و از کجا خریداری شود؟ ب. چه کالایی و چطور خریداری شود؟

ج. چه مقدار واز کجا خرید شود؟ د. از کجا و چطور خرید شود؟

۱۲. رضایتمندی در چارچوب (چئونگ و لی) به کدام عوامل وابسته است؟

الف. کیفیت اطلاعات،کیفیت سیستم، زمان پاسخ دهی ب. کیفیت اطلاعات،کیفیت خدمات،کیفیت سیستم

ج. به جا بودن، دقت، محتوی د. کیفیت اطلاعات،کیفیت سیستم، دقت

۱۳. در مدل (لی)کیفیت محتوی به چه عواملی وابسته است؟

الف. خطوط زمانی، تکمیل بودن، قابلیت اعتماد ب. خطوط زمانی، تکمیل بودن، سهولت استفاده

ج. خطوط زمانی، تکمیل بودن، سرعت خدمات د. قیمت، خطوط زمانی، تکمیل بودن

۱۴. اعتماد الکترونیکی از کدام عوامل ناشی می شود؟

الف. اعتماد به تجارت اینترنتی، اینترنت به عنوان کانال خرید، اعتماد به کسب و کار ومحیطهای قانونی

ب. اعتماد به تجارت اینترنتی، امارگیریهای گذشته، رقابت

ج. اعتماد به کسب و کار ومحیطهای قانونی، اینترنت به عنوان کانال خرید، امارگیریهای گذشته

د. اعتماد به تجارت اینترنتی، اینترنت به عنوان کانال خرید، خیر خواهی

۱۵. کدام یک از عوامل زیر از سطوح اعتماد در تجارت الکترونیک نیست؟

الف. درست بودن تبادلات ب. واضح بودن نقشها در تجارت الکترونیک

ج. انتظارات واقعی نتایج تجارت الکترونیک د. به روز اوری آخرین وضعیت و عملکرد کسب وکار برای شرکاء

۱۶. بازار یابی یک به یک بر چه اساس استوار است؟

الف. رفتار یکسان با مشتریان یکسان ب. رفتار یکسان با مشتریان مختلف

ج. رفتار مختلف با مشتریان یکسان د. رفتار مختلف با مشتریان مختلف

۱۷. در صورتیکه مشتریان تمایلی به مشاهده وب سایت شرکت نداشته باشند، کدام یک از استراتژی های زیر مناسب تر است؟

الف. جذاب کردن سایت برای مشتریان ب. استراتژی فشاری فعال

ج. استراتژی کششی منفعل د. تبلیغ همراه با نمایش

۱۸. درکدام یک از روشهای بازاریابی اینترنتی، تبلیغات را میتوان به صورت موضوعی به کاربران ارائه داد؟

الف. بنر ها ب. صفحات خودکار

ج. بازاریابی از طریق پست الکترونیکی د. بازاریابی در اتاقهای گفتگو

۱۹. در کدام یک از انواع بازایابی های زیر قابلیت تعامل مستقیم مصرف کننده با تبلیغات وجود دارد؟

الف. انبوه ب. تعاملی ج. مستقیم د. از راه دور

۲۰.رفتار مصرف کننده در کدام یک از انواع بازاریابی، سازنده است؟

الف. انبوه ب. تعاملی ج. مستقیم د. از راه دور

کارشناسی و تجمیع

نیمسال اول ۸۸-۸۷

نام درس: تجارت الکترونیکی
رشته تحصیلی-گرایش: مهندسی فناوری اطلاعات
کد درس: ۱۵۱۱۰۰۲

تعداد سوالات: تستی ۴۳ تکمیلی — تشریحی ۴
زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۸۰ دقیقه تشریحی ۴۰ دقیقه
تعداد کل صفحات: ۵

۲۱.تعداد دفعاتی که کاربر از وب سایت دیدن می کند بدون توجه به تعداد صفحاتی که در هر بار مشاهده باز می کند، چه نام دارد؟

الف. تعداد مشاهدات تبلیغات
ب. نرخ کلیک
ج. هیت
د. واحد مشاهده

۲۲. کدامیک از جملات زیر صحیح است؟

الف. برای افراد معاوضه بنر بهتر از مبادله آن است
ب. برای سازمانهای بزرگ معاوضه بنر بهتر از مبادله آن است
ج. برای سازمانهای کوچک مبادله بنر بهتر از معاوضه آن است
د. برای افراد مبادله بنر بهتر از معاوضه آن است

۲۳. در تجارت الکترونیک کدامیک از انواع بخش بندی مطرح نمی شود؟

الف. بخش بندی بر حسب جغرافیا
ب. بخش بندی بر حسب ویژگی های جمعیت شناسی
ج. بخش بندی بر حسب ویژگی های روانشناسی
د. بخش بندی بر حسب ویژگی های رفتاری

۲۴. بر اساس گزارش ای مارکتر(۲۰۰ج)، کدامیک از صنایع زیر در زمینه تجارت الکترونیکی B2B پیشرو نبوده اند؟

الف. پتروشیمی
ب. صنایع شیمیایی
ج. حمل و نقل و انبارداری
د. مواد غذایی و کشاورزی

۲۵. کدامیک از موارد زیر یکی از محدودیت های تجارت الکترونیکی B2B را بیان می کند؟

الف. کاهش سطح موجودی و هزینه ها
ب. کاهش درصد اشتباهات
ج. عملیات مبادلات عمومی و کانال های توزیع
د. تسهیل پیکربندی محصول

۲۶. یکی از موارد استراتژی های بازاریابی اینترنتی را نام ببرید؟

الف. شراکت با تامین کنندگان در جهت به اشتراک گذاری اطلاعات
ب. استفاده از فرصت های اینترنتی برای ترفیع محصولات و خدمات
ج. افزایش بهره وری عامل های هوشمند خرید
د. کاهش هزینه های اداری سفارش گذاری

۲۷. سفارش گذاری آنی B2B در کدامیک از نسل های تجارت الکترونیکی B2B (براساس گزارش گروه گارتنر ۲۰۰۰) اتفاق می افتد؟

الف. نسل اول
ب. نسل دوم
ج. نسل سوم
د. نسل چهارم

۲۸. کدام یک از موارد زیر جزو وظایف لایه کاربردی نمی باشد؟

الف. انتقال فایل
ب. پست الکترونیکی
ج. انتقال صفحات اینترنت
د. آدرس دهی و مسیر دهی

۲۹. دسترسی به مستندات، برنامه های قابل اجرا و سایر منابع اینترنتی جزو هدف کدام یک از پروتکلهای زیر می باشد؟

الف. HTTP
ب. FTP
ج. SMTP
د. IRC

نام درس: تجارت الکترونیکی
رشته تحصیلی-گرایش: مهندسی فناوری اطلاعات
کد درس: ۱۵۱۱۰۰۲

تعداد سوال: تستی ۴۳ تکمیلی -- تشریحی ۴
زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۸۰ دقیقه تشریحی ۴۰ دقیقه
تعداد کل صفحات: ۵

۳۰. کنترل نحوه دسترسی به خطوط انتقال جزو وظایف کدام لایه از پروتکل TCP/IP می باشد؟

الف. لایه کاربردی
ب. لایه شبکه
ج. لایه انتقال
د. لایه پیوند داده

۳۱. کدام یک از موارد زیر در ساختن اینترانت کاربردی ندارد؟

الف. سرورهای وب
ب. فناوری تونل گذاری
ج. فایروال
د. پروتکل TCP/IP

۳۲. کدام مورد از تعاریف زیر از فایروال نادرست است؟

الف. وجود فایروال برای تامین و امنیت شبکه امری حیاتی و ضروری است.
ب. فایروال یک نرم افزار یا سخت افزار است که بر سر راه ورودی شبکه یک شرکت قرار می گیرد.
ج. فایروال به کاربران خارجی با مشخصات مجاز، امکان دسترسی به شبکه محافظت شده را می دهد.
د. فایروال دسترسی رقبای تجاری به اطلاعات محرمانه شرکت را ممکن می کند.

۳۳. مزیت "بهتر" در تجارت الکترونیکی به چه معناست؟

الف. تولید خروجی های بیشتر با زمان کمتر و همان هزینه
ب. تولید خروجی های مشابه با همان زمان و هزینه کمتر
ج. تولید خروجی های بیشتر با همان زمان و همان هزینه
د. تولید خروجی های بیشتر با همان زمان و هزینه کمتر

۳۴. کدام یک از موارد زیر جزء فشارهای اجتماعی محیط کسب و کار نمی باشد؟

الف. تغییرات سریع سیاسی
ب. تغییر ماهیت نیروی کار
ج. سرریز اطلاعات
د. تغییر سوبسیدهای دولتی

۳۵. به.....مهندسی اجتماعی می گویند.

الف. تهدیدات فنی
ب. تهدیدات غیر فنی
ج. اعتبار سنجی
د. یکپارچگی

۳۶. انجمن ..... بستری را فراهم نمود تا سازمان ها بتوانند مشکلات امنیتی خود را در سطح جهان به اشتراک گذاشته و راه های مقابله با انها را به کمک یکدیگر بیازمایند.

الف. SANS
ب. IDC
ج. CVEs
د. FBI

۳۷. ..... بدین معنی است که اطلاعات خصوصی و محرمانه افراد نباید برای افراد فاقد مجوز اختیاردهی و فاش شود.

الف. بازرسی
ب. اختیاردهی
ج. اعتبارسنجی
د. قابلیت اعتماد

۳۸. ..... کدهای نرم افزاری هستند که وارد کامپیوترکاربر شده و سیستم عامل انرا در حد انچه که برایش تعریف شده در اختیار می گیرد.

الف. کرم ها
ب. تروجان ها
ج. ویروس ها
د. کرم های بزرگ

نام درس: تجارت الکترونیکی　　تعداد سؤال: تستی ۴۳ تکمیلی -- تشریحی ۴

رشته تحصیلی-گرایش: مهندسی فناوری اطلاعات　　زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۸۰ دقیقه تشریحی ۴۰ دقیقه

کد درس: ۱۵۱۱۰۰۲　　تعداد کل صفحات: ۵

۳۹. تعریف زیر برای کدام یک از انواع کارتها درست است ؟

"این کارتها دارای زمان محدود بوده و نیاز به حق اشتراک سالیانه ندارند و مدت زمان استفاده از کارت به مبلغ شارژ آن بستگی دارد"

الف. کارتهای اعتباری　　ب. کارتهای شارژ

ج. کارتهای هوشمند　　د. کارتهای بدهی

۴۰. کارتهای بدهی جز کدام نوع از کارتهای زیر است؟

الف. کارتهای حلقه باز　　ب. کارتهای حلقه بسته

ج. کارتهای تک منظوره　　د. کارهای هوشمند

۴۱. تعریف زیر معادل کدام گزینه است؟

"در این روش کلید مشابهی بوسیله فرستنده و دریافت کننده استفاده می‌شود"

الف. رمزگذاری متقارن　　ب. رمز گذاری نا متقارن

ج. کلید عمومی　　د. کلید خصوصی

۴۲. کدام مورد جزء استراتژی‌های سازمان در مرحله " شروع استراتژی تجارت الکترونیکی" نیست؟

الف. قیمت گذاری　　ب. حضور به عنوان پیشرو

ج. ایجاد یک شرکت اینترنتی مجزا　　د. توسعه قلمرو

۴۳. راه‌اندازی واحد تجارت الکترونیکی" در کدام یک از مراحل برنامه‌ریزی استراتژیک تجارت الکترونیکی انجام می‌گیرد؟

الف. شروع استراتژی تجارت الکترونیکی　　ب. تدوین استراتژی تجارت الکترونیکی

ج. پیاده‌سازی استراتژی تجارت الکترونیکی　　د. ارزیابی استراتژی تجارت الکترونیکی

«سؤالات تشریحی»

۱. از نظر چوی و همکاران تجارت الکترونیکی کامل و ناقص را تشریح کنید؟

۲. محصول دیجیتالی را تعریف کرده و مثال بزنید؟

۳. چه نکاتی را می بایست در طراحی تبلیغات اینترنتی مد نظر قرار داد؟

۴. سازمان های مجازی را تعریف نموده و تفاوت آن را با شراکت الکترونیکی بیان کنید؟