



زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

درس: تجارت الکترونیک ۲

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۵

۱- موضوع قیمت مبادله اطلاعات جزء کدام دسته چارچوب موضوعات اخلاقی در تجارت الکترونیک محسوب می گردد؟

۱. مالکیت ۲. درستی و صحت ۳. خصوصی سازی ۴. قابلیت دسترسی

۲- گام نخست در سیکل برنامه ریزی استراتژیک تجارت الکترونیکی چیست؟

۱. فرموله کردن استراتژی ۲. ارزیابی عملکرد
۳. تجزیه و تحلیل صنعت و رقابت ۴. ارزیابی مجدد استراتژی

۳- ایجاد شرح شغل‌های جدید در تجارت الکترونیک نقش کدام حوزه است؟

۱. بازاریابی ۲. مالی ۳. مدیریت زنجیره تامین ۴. منابع انسانی

۴- مدل ۷ مرحله ای ویر برای توسعه تجارت الکترونیکی پس از مرحله ی «اطمینان از پشتیبانی مدیریت عالی سازمان» کدام مرحله را مطرح می کند؟

۱. نقشه ی سناریو هماهنگی استراتژی کسب و کار و اینترنت ۲. شناسایی و تغییر مجموعه ارزشهای کلیدی
۳. مشخص کردن پورتفولیوی فعالیتهای تجارت الکترونیکی ۴. پیاده سازی تغییرات لازم

۵- کدام گزینه اشکال مختلف استراتژی سازمانی را نشان می دهد؟

۱. کارکردی، تئوریک، تحلیلی ۲. راهبردی، میانی، عملیاتی
۳. ادراکی، انسانی، فنی ۴. کارکردی، عملیاتی، واحد کسب و کار

۶- منشا قدرت در استراتژی کسب و کار الکترونیکی و کسب و کار سنتی به ترتیب چیست؟

۱. مشتری / کالا ۲. بازار / اطلاعات ۳. اطلاعات / بازار ۴. اطلاعات / مشتری

۷- از دیدگاه لینچ سه جزء تحلیل استراتژیک، توسعه استراتژی و اجرای استراتژی به چه نوع استراتژی مربوط می شوند؟

۱. استراتژی نخواستار ۲. استراتژی منطقی ۳. استراتژی دستوری ۴. استراتژی تجویزی

۸- بر اساس تحقیق چفی، ششمین سطح از سطوح حضور سازمان در برنامه خدمات بازاریابی چیست؟

۱. وب سایت متعامل با قابلیت پشتیبانی از تمام فرآیند خرید
۲. وب سایت متعامل با قابلیت انجام تراکنش
۳. وب سایت متعامل ساده با قابلیت جستجو در سایت
۴. وب سایت اطلاعاتی ایستا و ثابت



زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

درس: تجارت الکترونیک ۲

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۵

۹- کدام نوع وب سایت ها وظیفه حمل و نقل و تحویل اطلاعات را بر عهده دارند؟

۱. وب سایت تجارت الکترونیک برای تراکنش
۲. وب سایت ارتباطی خدمات محور
۳. وب سایت معرفی نشان های تجاری
۴. پورتال و رسانه

۱۰- کدامیک از تهدیدات رقابتی زیر از تهدیدات مشترک طرف خرید و طرف فروش هستند؟

۱. تهدید واسطه ها
۲. تهدیدهای تأمین کننده
۳. کالاهای دیجیتالی جدید
۴. رقیبان جدید

۱۱- از دیدگاه دیس، توانایی رقابتی با چه عاملی رابطه عکس دارد؟

۱. توانایی مالی
۲. حضور به موقع
۳. دسترسی
۴. چابکی

۱۲- «منابعی نظیر دانش، مهارتها و فناوریهایی که منفعت ویژه ای برای مشتری ها فراهم می آورد» تعریف چیست؟

۱. ارزش مشتری
۲. هوش رقابتی
۳. توانمندی محوری
۴. نگاشت منبع-مزیت

۱۳- مدل امتیازی متوازن اولیه شامل چه ابعادی است؟

۱. مالی، مشتری، داخلی، یادگیری و خلاقیت
۲. مالی، مشتری، تولید، یادگیری و خلاقیت
۳. مالی، مشتری، داخلی، بازاریابی
۴. مالی، مشتری، تولید، بازاریابی

۱۴- دانیل کدام استراتژی بازاریابی اینترنتی را دارای ریسک بالاتری می پندارد؟

۱. نفوذ به بازار
۲. توسعه محصول
۳. توسعه بازار
۴. متنوع سازی

۱۵- فاکتورهای اصلی لازم در پیاده سازی کسب و کار الکترونیکی شامل چه مواردی است؟

۱. انعطاف و سرعت، همکاری و پیش بری، یکپارچگی زنجیره تامین
۲. کنترل، اجرا، برنامه ریزی
۳. مزیت های کارایی کالا، کیفیت، تراکنش، ارتباط
۴. سرعت، هزینه، کیفیت

۱۶- عبارت «برنامه ما چه خواهد بود؟» به کدامیک از اجزای برنامه ریزی بازاریابی الکترونیکی اشاره دارد؟

۱. اهداف
۲. تاکتیک
۳. عمل
۴. موقعیت



زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

درس: تجارت الکترونیک ۲

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۵

۱۷- ورودی مرحله «موقعیت یابی» در مراحل توسعه استراتژی بازار هدف، کدام گزینه است؟

۱. تحلیل تقاضا
۲. تحلیل رقبا و تحلیل اینترنت
۳. ارزیابی منابع
۴. تحقیقات بازار و تحلیل داده ها مشتری

۱۸- کدامیک از گزینه های زیر در آمیخته بازاریابی لوتنبرن مطرح گردیده است؟

۱. محصول، قیمت
۲. افراد، فرآیندها
۳. نیازها و خواسته های مشتریان
۴. ترفیع، توزیع

۱۹- کدام گزینه درباره تاثیر اینترنت بر بحث «قیمت» در آمیخته بازاریابی درست است؟

۱. کاهش شفافیت در قیمت گذاری
۲. فشار به سمت سفارشی سازی
۳. فشار به سمت افزایش قیمت
۴. خریدهای انفرادی

۲۰- موتور جستجوگر، میزبانی پست الکترونیکی، و اسپانسرگیری جزء کدامیک از عناصر آمیخته بازاریابی اینترنتی محسوب می گردد؟

۱. ترفیع
۲. توزیع
۳. قیمت
۴. محصول

۲۱- به مدیریت فرآیندها، ساختارها، تکنیک ها، کارکنان و فرهنگ تغییر در سازمان چه می گویند؟

۱. مدیریت تاثیر تغییرات
۲. مدیریت ریسک
۳. فهرست و زمانبندی
۴. مدیریت تغییر

۲۲- خطر شکست کدامیک از فرایندهای جایگزینی بوسیله فناوری اطلاعات بالاتر است؟

۱. طراحی مجدد فرآیندهایی که اهداف اصلی سازمان را متاثر می سازند
۲. خودکار سازی فرآیندهای فعلی
۳. طراحی مجدد و بنیادی تمام فرآیندهای شرکت
۴. طراحی مجدد استراتژی شرکت

۲۳- «درک درست نیازمندیهای مخاطبان وب سایت» در کدام مرحله فرآیند توسعه نمایه سازی مطرح است؟

۱. تحلیل
۲. طراحی
۳. ایجاد و توسعه
۴. تست و بررسی

۲۴- در کدام گزینه، نمایه دور انداخته نمی شود، اما به عنوان پایه تکرارهای بعدی سیستم به مصرف می رسد؟

۱. نمایه سازی یکبار مصرف
۲. نمایه سازی تکاملی
۳. نمایه سازی افزایشی
۴. نمایه سازی دوره ای



زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

درس: تجارت الکترونیک ۲

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۵

۲۵- در کدام شیوه رهبری در پیاده سازی تجارت الکترونیکی، مدیر تصمیم گیری می کند و اصولاً کارمندان از تصمیم اطلاع می یابند؟

۱. دستوری ۲. مشارکتی ۳. مشاوره ای ۴. مجبوری

۲۶- تامین کنندگان، رسانه ها جزء کدام نوع مخاطبان وب سایت یک شرکت محسوب می شوند؟

۱. مشتریان ۲. ذی نفعان ۳. طرف ثالث ۴. کارمندان

۲۷- اولین مرحله پردازش اطلاعات یک وب سایت توسط کاربر چیست؟

۱. انشاء ۲. توجه ۳. درک و فهم ۴. پذیرش

۲۸- معرفی، ارتباطات دو طرفه، سفارش گذاری و استفاده از پروفایل ها خصوصیات کدام مرحله توسعه تجارت الکترونیکی است؟

۱. حضور ۲. پورتال ۳. یکپارچه سازی تراکنش ها ۴. یکپارچه سازی سازمان

۲۹- کدام گزینه جزء منافع غیر مشهود تجارت الکترونیک محسوب می گردد؟

۱. کارایی کسب و کار ۲. کسب جایگاه ویژه در بازار ۳. کاهش هزینه های عملیاتی ۴. وفاداری مشتری

۳۰- کاربردی ترین برنامه تجارت الکترونیکی کدام است؟

۱. پست الکترونیکی ۲. پرداخت الکترونیکی ۳. جستجوی اطلاعات ۴. دریافت سفارش از مشتریان