

نام درس: تجارت الکترونیک (۱) تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: --
 رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی (۱۲۳۵۰۱۲) زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: -- دقیقه
 کد سری سؤال: یک (۱) استفاده از: -- مجاز است.

امام علی^(ع): شرافت به خرد و ادب است نه به دارایی و نژاد.

۱. از کدام دیدگاه، تجارت الکترونیک، بکارگیری فناوری برای خودکارسازی تبادلات کسب و کار و جریان کار است؟
 الف. دیدگاه ارتباطات ب. دیدگاه تجاری ج. دیدگاه فرآیند کسب و کار د. دیدگاه خدماتی
۲. کدام گزینه عملیات پشتیبانی اداری تبادلات الکترونیکی شبیه سایر تبادلات می باشد؟
 الف. حسابداری و حسابرسی ب. بازاریابی
 ج. اقتصاد د. رفتار مصرف کننده و روانشناسی
۳. در کدام یک از گزینه های زیر شبکه ای از تعاملات و روابط می باشد که در آن اطلاعات محصولات یا خدمات و پرداخت ها مبادله می گردند؟
 الف. بازارهای الکترونیکی ب. بازار به بازار
 ج. تجارت الکترونیکی غیر کسب و کاری د. آموزش الکترونیکی
۴. کدام یک از گزینه های زیر مجموعه منافع برای سازمانها می باشد؟
 الف. مدیریت دانش ب. کاهش هزینه ها ج. حذف مالیات فروش د. اختیاری به کارکنان
۵. معمولاً خدمات ارائه شده توسط سازمانهای واسطه به چند دسته تقسیم می شوند؟
 الف. سه دسته ب. چهار دسته ج. دو دسته د. پنج دسته
۶. بر اساس تحقیق چه کسانی مذاکرات آنی بسیار آسانتر از مذاکرات غیر آنی می باشد؟
 الف. لورک ب. بیچلر و همکاران ج. لیم ولی د. جوی و وینستون
۷. کدام گزینه در طبقه بندی قابلیت های مختلف بانکداری الکترونیکی از طبقات پورتال محسوب می شود؟
 الف. اطلاعات استخدامی، محاسبات مالی
 ب. خدمات بانکی متعارف، دسترسی مشتری به حساب شخصی خود
 ج. داشتن لینکی به اطلاعات مالی، داشتن لینکی به کسب و کارهای عملی
 د. قابلیت های ارتباط بی سیم، قابلیت جستجو
۸. آنچه که استفاده از عامل هوشمند را در گردشگری الکترونیکی فراگیر نساخته است چیست؟
 الف. بیگانه بودن افراد با اینترنت ب. وجود واسطه ها
 ج. عدم اعتماد به گزینه های پیشنهادی د. وجود آژانس های مسافرتی
۹. یکی از مزایای کارایی الکترونیکی برای کارفرمایان در کدام گزینه تعریف شده است؟
 الف. توانایی ارتباط سریع با استخدام کنندگان ب. توانایی برگزاری مصاحبه به صورت آنی
 ج. توانایی دسترسی به حجم زیاد از اطلاعات د. توانایی ارزیابی اعتبار بازار آنها
۱۰. کشوری که در سال ۲۰۰۳ حدود ۵۵ درصد از اوراق بهادار خود را بصورت الکترونیکی بفروش رساند در کدام گزینه بیان شده است؟
 الف. آمریکا ب. ژاپن ج. چین د. کره جنوبی

نام درس: تجارت الکترونیک (۱) تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: --
 رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی (۱۲۳۵۰۱۲) زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: -- دقیقه
 کد سری سؤال: یک (۱) استفاده از: -- مجاز است. آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

۱۱. پورتالهای همکار، وابسته به کدام دسته از پورتالهای زیر می باشند؟

الف. پورتالهای تجاری ب. پورتالهای سازمانی ج. پورتالهای شخصی د. پورتالهای صوتی

۱۲. کدام دسته از خرده فروشان الکترونیکی فروشگاه فیزیکی ندارند و تنها بصورت آنی فعالیت می کنند؟

الف. خرده فروشی الکترونیکی اصیل عمومی ب. خرده فروشی الکترونیکی اصیل خصوصی

ج. خرده فروشی الکترونیکی ترکیبی د. خرده فروشی الکترونیکی اصیل

۱۳. در مدل رفتار مصرف کننده تجارت الکترونیکی متغیرهایی که اطلاعات در دسترس، مقررات دولتی و محدودیت های قانونی را شامل می شوند به کدام دسته از متغیرهای مستقل وابسته هستند؟

الف. متغیرهای اجتماعی ب. متغیرهای محیطی ج. متغیرهای خارجی د. متغیرهای فرهنگی و جامعه

۱۴. در تجارت الکترونیک یکی از بزرگترین اهداف بازاریابی یک به یک چیست؟

الف. روبرو شدن با مشتری ب. تلاش گسترده و قابل توجه طرفین

ج. افزایش وفاداری مشتری د. مقایسه اقلام انتخاب شده

۱۵. سطح مطلوب اعتماد در تجارت الکترونیکی چیست؟

الف. انتظارات واقعی از نتایج تجارت الکترونیکی ب. پرداخت صورتحساب

ج. صرفه جویی در هزینه ها به دلیل کاهش هزینه ها د. اعتماد بر پایه آگاهی و دانش

۱۶. پیاده سازی روش تحقیق وب مدار به چند صورت است و در کدام گزینه بیان شده است؟

الف. بصورت گروه های کاری متمرکز ب. بصورت منفعلی و تعاملی

ج. بصورت پرسش و پاسخ د. بصورت تبادل اطلاعات

۱۷. یکی از عناصر کلیدی در تجارت الکترونیکی که نقش بسیار مهمی برای سازمانها ایفاء می کند چیست؟

الف. رفتار خریدار ب. بازاریابی ج. ساختار توزیع د. تبلیغات

۱۸. انواع مبادلات $B2B$ به چند دسته اصلی تقسیم می شوند؟

الف. دو دسته، تبادلات چند به چند و واسطه ها ب. دو دسته خرید فوری و منبع یابی استراتژیک

ج. خریدار و فروشنده د. تبلیغات و بازاریابی

۱۹. فروش از طریق حراجی ها مزایای بسیاری برای فروش $B2B$ دارند یکی از مزایا در ذیل قید شده گزینه درست را انتخاب کنید؟

الف. عدم نیاز به منابع لازم برای تأسیس وب سایت ب. افزایش سرعت دستیابی مشتریان به محصولات

ج. افزایش سرعت راه اندازی وب سایت د. حفظ و نگهداری اعضا

۲۰. افزایش بهره وری عامل های هوشمند خرید، ادغام چند خرید با یکدیگر و کاهش زمان سفارش دهی از فرآیندهای کدام یک از

گزینه های زیر می باشد؟

الف. استراتژی های بازاریابی خرید الکترونیکی ب. فروش از طریق واسطه ها

ج. اهداف و مزایای خرید الکترونیکی د. استراتژی های بازاریابی اینترنتی

نام درس: تجارت الکترونیک (۱) تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: --
 رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی (۱۲۳۵۰۱۲) زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: -- دقیقه
 کد سری سؤال: یک (۱) استفاده از: -- مجاز است. آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

۲۱. در کدام ساختار که در گزینه‌های زیر بیان شده تداخل کانالهای توزیع کمتر به وجود می‌آید؟
 الف. پیاده‌سازی خرید الکترونیکی ب. استراتژی‌های بازاریابی خرید الکترونیکی
 ج. فروش از طریق مذاکره و قراردادهای بلند مدت د. فروش از طریق مذاکره و قراردادهای کوتاه مدت
۲۲. در کدام مدل ارتباطی هر کاربر اینترنتی می‌تواند بدون نیاز به یک سرور مرکزی و خاص بطور مستقیم با کاربران دیگر ارتباط برقرار کند؟
 الف. ارتباط مبتنی بر خدمات دهنده ب. بستر فیزیکی اینترنت
 ج. ارتباط $P2P$ د. ارتباط $B2B$
۲۳. در چه زمانی از پروتکل UDP استفاده می‌شود؟
 الف. در زمانی که به سخت‌گیری‌های TCP نیاز نبوده است. ب. در زمانی که کارایی و سرعت ارسال مهم نباشد.
 ج. زمانی که دسترس به UDP نباشد. د. زمانی که $ICPM$ در دسترس نباشد.
۲۴. یکی از وظایف بسیار مهم لایه پیوند داده چیست؟
 الف. کنترل نحوه دسترسی به خطوط انتقال توسط زیر لایه MAC است.
 ب. کنترل ترافیک اطلاعات
 ج. دسترسی به مستندات برنامه‌های قابل اجرا
 د. امکان دانلود و قابل رمزگذاری
۲۵. برای انتقال ترافیک شبکه خصوصی بر روی شبکه اینترنت که منجر به حفاظت اطلاعات در حال تبادل، از دید کاربران غیر مجاز می‌شود، از چه روشی استفاده می‌شود؟
 الف. روش $CSMA$ ب. تونل‌گذاری
 ج. روش گذراندن نشانه د. فایروال
۲۶. مزیت عمده اینترنت‌ها در کدام گزینه ذکر شده است؟
 الف. انعطاف‌پذیری آنهاست ب. ارتقاء بهره‌وری
 ج. بهبود ارتباطات داخلی د. کاهش اشتباهات
۲۷. اکسترانت از کدام پروتکل شبکه اینترنت برای اتصال اینترنت‌های مختلف استفاده می‌کند؟
 الف. $NNTP$ ب. FTP ج. TCP/IP د. UDP
۲۸. کدام یک از انواع بازارهای الکترونیکی سازمان‌های بورس را تحت پوشش دارد؟
 الف. $B2C$ ب. $B2B$ ج. FTP د. NTP
۲۹. در کدام نوع از کاتالوگ‌های الکترونیکی شرکت قابلیت ارائه محتوا و نمایش کاتالوگ‌های الکترونیکی را با توجه به مشخصات مشتری دارد؟
 الف. کاتالوگ‌های الکترونیکی سفارشی ب. کاتالوگ‌های الکترونیکی استاندارد
 ج. کاتالوگ‌های الکترونیکی ایستا د. کاتالوگ‌های الکترونیکی پویا
۳۰. فروشگاه‌هایی که محصولات خود را به صورت اینترنتی و فیزیکی بفروش می‌رسانند کدامند؟
 الف. فروشگاه‌های اصیل ب. فروشگاه‌ها و مراکز خرید تک محصولی
 ج. فروشگاه‌های ترکیبی د. فروشگاه‌ها و مراکز خرید عمومی