

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: --

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: --

نام درس: تجارت الکترونیک ۱

رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی - تجميع (۱۲۳۵۰۱۲)

مجاز است.

استفاده از: --

کد سری سؤال: یک (۱)

تنها با یاد اوست که دل‌ها آرام می‌گیرد.

۱. تعریف تجارت الکترونیک به عنوان ابزاری که از خواسته های دولتها، شرکتهای و مصرف کنندگان جهت کاهش هزینه و ارائه خدمات در بهبود کیفیت و سرعت پشتیبانی می‌کند، از کدام دیدگاه می باشد؟
 - الف. از دیدگاه تجاری
 - ب. از دیدگاه ارتباطات
 - ج. از دیدگاه خدماتی
 - د. از دیدگاه فناوری و اطلاعات
۲. اینکه بسیاری از موضوعات بازاریابی غیر آنی، در ارتباط مستقیم با تجارت الکترونیکی قرار می‌گیرند مربوط به کدامیک از حوزه های بین رشته ای تجارت الکترونیک می باشد؟
 - الف. اینترنت
 - ب. رفتار مصرف کننده و روانشناسی
 - ج. بازاریابی
 - د. مدیریت
۳. به ارتباط با شراکت آنی افراد یا سازمان گویند.
 - الف. تجارت الکترونیکی درون سازمان
 - ب. شراکت الکترونیکی
 - ج. موبایل الکترونیکی
 - د. آموزش الکترونیکی
۴. فشارهای کسب و کاری که منجر به وارد شدن فشار بر سازمانها می‌شوند در کدام گزینه زیر بیان شده است؟
 - الف. سه طبقه بازار و اقتصاد، اجتماعی و محیطی، فناوری
 - ب. دو طبقه بازار و اقتصاد، تولید و فروش
 - ج. سه طبقه بازار و اقتصاد، تولید و فروش، اجتماعی و فرهنگی
 - د. دو طبقه بازار و اقتصاد و فناوری
۵. در کدام تفکر به مشتریان لقب پادشاه داده می‌شود و در این تفکر به سازمان توصیه می‌شود برای حفظ مشتریان می بایست آنها را راضی نگه داشت؟
 - الف. سازمان چابک
 - ب. مدیریت روابط مشتری
 - ج. بازاریابی الکترونیکی
 - د. مدیریت مشتری گرائی الکترونیکی
۶. اینکه کسب و کار همیشه در حال انجام است و ساعت اتمام کار ندارد بیانگر کدام یک از منابع تجارت الکترونیکی است؟ می‌باشد؟
 - الف. به روز بودن مطالب مربوط به شرکت
 - ب. سفارشی سازی
 - ج. ساعت کار شبانه روزی
 - د. بهبود ارتباط با مشتری
۷. کدامیک از گزینه های زیر بیانگر یکی از منافع تجارت الکترونیکی برای جامعه می باشد؟
 - الف. افزایش استانداردهای زندگی
 - ب. محدودیتهای غیر فنی تجارت الکترونیکی
 - ج. دریافت محصولات و خدمات سفارشی
 - د. حذف مالیات فروش
۸. بر اساس تحقیق کدام محقق، مذاکرات آنی بسیار آسانتر از مذاکرات غیر آنی است؟
 - الف. بیچلر
 - ب. لیم ولی
 - ج. بانر
 - د. چوی و وینستون

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: --

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: --

نام درس: تجارت الکترونیک ۱

رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی - تجميع (۱۲۳۵۰۱۲)

مجاز است.

استفاده از: --

کد سری سؤال: یک (۱)

۹. فرایند تجارت الکترونیکی بنگاه به مشتری (B2C) در کدام گزینه عنوان شده است؟
الف. فروش محصولات و خدمات به افراد
ب. خدمات بورس الکترونیکی
ج. حضور واسطه ها
د. بازاریابی اینترنتی
۱۰. کدام گزینه از قابلیت های بانکداری الکترونیکی در بخش اطلاعاتی می باشد؟
الف. خدمات بانکی متعارف
ب. قابلیت های انتقال حساب
ج. محاسبات مالی
د. داشتن لینکی به اطلاعات مالی
۱۱. متغیرهای اطلاعات در دسترس، مقررات دولتی و محدودیت های قانونی از کدام دسته متغیرهای مدل رفتار مصرف کننده تجارت الکترونیکی می باشد؟
الف. متغیرهای قابل کنترل
ب. متغیرهای فرآیند تصمیم گیری
ج. متغیرهای وابسته
د. متغیرهای مستقل
۱۲. از ویژگی های وفاداری مشتری در بازاریابی یک به یک در کدام گزینه ذکر شده است؟
الف. مقاومت در برابر تلاش رقبا
ب. مشتریان دیگر را به سایت شرکت ارجاع می دهند
ج. مشتریان وفادار باعث تقویت موقعیت بازاری سازمان شده
د. هر سه مورد
۱۳. کدامیک از گزینه های زیر، در مدل رضایت مندی مشتریان در خرید اینترنتی مربوط به متغیر کیفیت خدمات می باشد؟
الف. پاسخ دهی، تضمین
ب. مذاکره، زمان پاسخ
ج. دقت، محتوا
د. بجا بودن، امنیت
۱۴. عوامل مؤثر بر اعتماد الکترونیکی در مدل "لی و توربان" در کدام گزینه بیان شده است؟
الف. اعتماد به تجارت اینترنتی
ب. اعتماد به اینترنت بعنوان کانال خرید
ج. اعتماد به کسب و کار و محیط های قانون مدار
د. هر سه مورد
۱۵. این تعریف مربوط به کدامیک از عامل های هوشمند می باشد «این عاملها، توان و قابلیت یادگیری اولویتهای افراد و ارائه پیشنهادات را دارند».
الف. عامل های هوشمند برای پیدا کردن محصولات
ب. عامل های هوشمند برای ارائه خدمات به مشتری
ج. عاملیت هوشمند با قابلیت یادگیری
د. عامل های مذاکره
۱۶. کدامیک از روش های تحقیق بازار به صورت آنی بجای انجام پرسش از مشتریان به مشاهده رفتار آنها می پردازد و از ابزارهایی مانند فایل های ثبت وقایع و ردیاب ها استفاده می کند؟
الف. متمرکز آنی
ب. تماس مستقیم با مشتریان
ج. پیگیری رفتار مشتریان
د. پیاده سازی روش تحقیق وب مدار

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: --

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: --

نام درس: تجارت الکترونیک ۱

رشته تحصیلی/گلد درس: مدیریت بازرگانی - تجميع (۱۳۳۵۰۱۲)

مجاز است.

استفاده از: --

گلد سری سؤال: یک (۱)

۱۷. در تبلیغات اینترنتی از مشکلات بازاریابان در بازاریابی مستقیم از طریق پست، چه بوده است؟

الف. داشتن شناخت بسیار کمی نسبت به دریافت کنندگان

ب. اطلاعات بطور جامع بر تبادل خریدار و فروشنده به خریدار نمی‌رسید

ج. حجم بسیار زیادی از اطلاعات در دسترس بود

د. عدم آگاهی از میزان دقت پاسخها

۱۸. از عناصر کلیدی در تجارت الکترونیکی که نقش بسیار مهمی برای سازمانها ایفا می‌کند چیست؟

الف. تولید کالا ب. تبلیغات ج. رفتار خریدار د. کانال توزیع

۱۹. کدامیک از موارد زیر از دلایل گرایش شرکتهای به تبلیغات در اینترنت می باشد؟

الف. رشد اینترنت و افزایش استفاده از آن ب. مشاهدات تبلیغات بصورت شبانه روزی

ج. تعداد مشاهدات تبلیغات د. عدم امکانات تبلیغاتی دیگر

۲۰. کدامیک از انواع بازارهای الکترونیکی B2B یک شرکت خاص تمام خریده‌ها و یا تمام فروشها را بعهده دارد؟

الف. بنگاه به بنگاه مشتری ب. واسطه‌ها

ج. تبادلات چند به چند د. یک به چند و چند به یک

۲۱. کدامیک از موارد زیر از مزایای خرید الکترونیکی می باشد؟

الف. کنترل و نظارت بر رفتار تولید کننده ب. تبلیغات الکترونیکی موثر

ج. بهبود جریان اطلاعات و مدیریت د. پیچیده نمودن فرآیند خرید

۲۲. در کدام ساختار تداخل کانالهای توزیع کمتر اتفاق می‌افتد و مقاومت در برابر تغییر پایین است؟

الف. بازاریابی اینترنتی ب. پیاده سازی خرید الکترونیکی

ج. فروش از طریق واسطه‌ها د. راه اندازی وب سایت

۲۳. در کدام مدل ارتباطی هر کاربر اینترنتی می‌تواند بدون نیاز به یک سرور مرکزی بطور مستقیم با کاربران دیگر ارتباط برقرار کند؟

الف. ارتباط مبتنی بر خدمات دهنده ب. ارتباطات مبتنی بر فروشنده

ج. ارتباط P2P د. ارتباطات مبتنی بر واسطه

۲۴. عمومی ترین بستر برای مدیریت داخلی سازمان چیست؟

الف. اینترنت ب. اینترانت ج. اکسترانت د. پورتال

۲۵. مزیت عمده اینترانتها در چیست؟

الف. کاهش اشتباهات ب. انعطاف پذیری ج. خدمات مشتری د. تبلیغات سریع

۲۶. اکسترانت و یا اینترانت گسترش یافته از کدام پروتکل شبکه اینترنت برای اتصال اینترانتهاى مختلف به یکدیگر استفاده می‌کند؟

الف. FTP

ب. NVTP

ج. UDP

د. TCP/IP

استان:

کارشناسی (تجميع)

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: —

نام درس: تجارت الکترونیک ۱

رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی - تجميع (۱۲۳۵۰۱۲)

مجاز است.

استفاده از: —

کد سری سؤال: یک (۱)

۲۷. تحویل اطلاعات بهنگام، کاهش اطلاعات سرریز و آموزش مربوط به کدام طبقه از مزایای اکسترانت می باشد؟

الف. بهبود ارتباطات ب. ارتقاء بهره وری ج. ارتقاء کسب و کار د. کاهش هزینه

۲۸. اینکه اطلاعات خصوصی و محرمانه افراد نباید برای افراد فاقد مجوز اختیاردی و نرم افزارهای کامپیوتری فاش شود، مربوط به کدامیک از ملاحظات اساسی امنیت می باشد؟

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

۲۹. برنامه هایی که در ظاهر مفید و قابل مشاهده اند، اما محتوای بسیار خطرناکی دارند و ریسک بزرگی برای امنیت سیستم محسوب می شوند چه نام دارند؟

الف. ویروس ب. کرم ج. هکر د. تروجان

۳۰. اصالت، درستی اطلاعات جمع آوری شده و پردازش شده مربوطه به کدامیک از چارچوبهای موضوعات اخلاقی در مدل مایز و کوران می باشد؟

الف. صحت ب. خصوصی ج. مالکیت د. قابلیت دسترسی