



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: --

نام درس: تجارت الکترونیک (۱)

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: --

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

مجاز است.

استفاده از: --

کد سری سؤال: یک (۱)

پیامبر اعظم (ص): آنکه در جست و جوی دانش بیرون رود، در راه خداست تا آنگاه که باز گردد.

۱. « تجارت الکترونیک چارچوبی است که شرایط لازم را برای شراکت افراد در داخل سازمان و حتی خارج سازمان فراهم می‌کند. » جمله مذکور، تجارت الکترونیک را از کدام دیدگاه تعریف نموده است؟
الف. ارتباطات ب. تجاری ج. جامعه د. مشارکتی
۲. کدام گزینه علاوه بر خرید و فروش محصولات و خدمات شامل ارائه خدمات به مشتریان، مشارکت شرکای کسب و کاری، آموزش الکترونیکی می‌باشد؟
الف. تجارت الکترونیک ب. کسب و کار الکترونیک
ج. فن آوری اطلاعات د. ارتباطات الکترونیک
۳. مدیریت تجارت الکترونیک به عنوان کدام عامل در ارتباط بین برنامه‌های کاربردی، ستون‌ها و زیر ساخت‌ها نقش مهمی را ایفا می‌کند؟
الف. هماهنگ کننده ب. برنامه ریز ج. طراح د. ناظر
۴. در کدام طبقه بندی تجارت الکترونیکی با توجه به ماهیت تبادلات، شرکت تولید کننده، محصولات خود را به مشتریان یک شرکت طرف سوم ارائه می‌کند؟
الف. بنگاه به بنگاه ب. بنگاه به مشتری ج. بنگاه به بنگاه به مشتری د. مشتری به مشتری
۵. کدام گزینه جزء روش‌های مهم و اساسی برای رسیدن به اتحاد تجاری می‌باشد؟
الف. اشتراک منابع، سرمایه گذاری مشترک
ب. ایجاد واحدهای تحقیقاتی مشترک، همسویی استراتژیک
ج. مدیریت روابط مشتری، بازارهای الکترونیکی
د. ساختاردهی مجدد، مبادلات دو جانبه
۶. کدام گزینه به تغییرات ایجاد شده توسط بازارهای الکترونیکی در حوزه تجارت اشاره نموده است؟
الف. افزایش هزینه‌های مربوط به جستجوی اطلاعات و کاهش زمان خرید
ب. افزایش زمان خرید و کاهش اطلاعات نامتقارن
ج. کاهش هزینه‌های مربوط به جستجوی اطلاعات برای خریداران و کاهش اطلاعات نامتقارن بین خریداران و فروشندگان
د. افزایش اطلاعات نامتقارن بین خریداران و فروشندگان و کاهش هزینه‌های مربوط به جستجوی اطلاعات برای خریداران
۷. پورتال فروشندگان، سبد خرید، حراجی‌ها و ابزار پرداخت مربوط به کدام جزو از اجزای بازارهای الکترونیکی می‌باشند؟
الف. واسطه‌ها ب. پشتیبانی اولیه ج. زیرساخت د. پشتیبانی نهایی
۸. به فروشگاه‌هایی که محصولات و خدمات خود را تنها از طریق اینترنت به فروش می‌رسانند اصطلاحاً چه گفته می‌شود؟
الف. منطقه ای ب. تک محصولی ج. ترکیبی د. اصیل



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: --

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: --

نام درس: تجارت الکترونیک (۱)

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

مجاز است.

استفاده از: --

کد سری سؤال: یک (۱)

۹. وقتی شرکتی بتواند از چندین تامین کننده مواد اولیه، محصولات و خدمات مورد نیاز خود را خریداری نماید اصطلاحاً به این فرآیند چه می‌گویند؟
- الف. اختصاصی ب. یک به چند ج. چند به یک د. چند به چند
۱۰. کدام پورتال‌ها دسترسی به اطلاعات سازمان و نیز شرکای آنها را برای افراد آن سازمان فراهم می‌سازند؟
- الف. همکار ب. تجاری ج. شخصی د. بی سیم
۱۱. خرده فروشی الکترونیکی اصیل به دو دسته تقسیم می‌شوند آن دو کدامند؟
- الف. دولتی - خصوصی ب. عمومی - خصوصی ج. عمومی - جهانی د. ترکیبی - خصوصی
۱۲. کدامیک از ویژگی‌های مراکز خرید واسطه مدار می‌باشد؟
- الف. نوعی بازاریابی مستقیم است. ب. خریداران لازم است حق عضویت بپردازند. ج. حتماً از فروشگاه فیزیکی نیز استفاده می‌نمایند. د. یکی از زیرمجموعه‌های بازاریابی ارتباطی است.
۱۳. کدام گزینه از نواقص عامل‌های هوشمند می‌باشد؟
- الف. عدم اعتماد به گزینه‌های پیشنهادی آنها ب. عدم ایفای نقش در مذاکرات خریدار - فروشنده ج. عدم جستجوی دقیق و سریع د. کاهش قدرت انتخاب خریدار
۱۴. کدام گزینه محدودیت‌های کاریابی الکترونیک را بیان نموده است؟
- الف. عدم دسترسی مردم به اینترنت - هزینه بالا ب. عدم استفاده بسیاری از مردم از اینترنت - امنیت و اطمینان ناکافی ج. استفاده زیاد از اینترنت - هزینه بالا د. پیچیدگی ارتباط با اینترنت - سرعت کم
۱۵. سه عامل اساسی (۳C) که امروزه شرکت‌ها را تحت فشارهای شدید در محیط کسب و کار قرار داده اند کدامند؟
- الف. تغییر - مشتریان - کنترل ب. رقابت - تغییر - کنترل ج. رقابت مشتریان - هزینه د. رقابت - مشتریان - تغییر
۱۶. بازاریابی الکترونیک به دو دسته تقسیم می‌شود آن دو کدامند؟
- الف. سازمان مدار - مشتری مدار ب. مصرف کننده مدار - تولید کننده مدار ج. مصرف کننده مدار - سازمان مدار د. تامین کننده مدار - سازمان مدار



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: --

نام درس: تجارت الکترونیک (۱)

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: --

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

مجاز است.

استفاده از: --

کد سری سؤال: یک (۱)

۱۷. قیمت گذاری محصول، تبلیغات و پشتیبانی فنی جزء کدام دسته از متغیرهای رفتار مصرف کننده تجارت الکترونیکی می باشند؟

الف. غیر قابل کنترل ب. قابل کنترل ج. وابسته د. مستقل

۱۸. خریداران بر اساس عملکردی که در هنگام خرید از خود نشان می دهند به سه بخش قابل تقسیم هستند آن سه کدامند؟

الف. لحظه ای - صبور - وفادار ب. لحظه ای - صبور - تحلیل گر

ج. دائمی - موقت - تحلیل گر د. لحظه ای - دائمی - موقت

۱۹. کدام گزینه نشان دهنده درجه ماندگاری مشتری با فروشنده با یک نشان تجاری خاص می باشد؟

الف. اعتماد مشتری ب. تضمین خرید ج. وفاداری مشتری د. رفاه مشتری

۲۰. در کدام نوع اعتماد، عامل کلیدی اطلاعات به دست آمده از رابطه با شرکای تجاری می باشد؟

الف. بر پایه آگاهی و دانش ب. بر پایه شناخت

ج. بر پایه بازاریابی د. بر پایه تشویق

۲۱. اگر پاسخ دهندگان پرسشنامه را دانلود کرده و پس از پاسخ دادن به محققان برگردانند از کدام روش تحقیق به صورت آنی استفاده شده است؟

الف. تماس مستقیم با مشتریان ب. منفعلی

ج. گروه های متمرکز آنی د. تعامل

۲۲. یک بنر تبلیغاتی کوچک که کاربر را به وب سایت شرکت لینک می کند را چه می نامند؟

الف. صفحه ب. دکمه ج. هیت د. واحد مشاهده

۲۳. اگر مشتریان بنا به هر دلیلی، تمایلی به مشاهده وب سایت شرکت نداشته باشند و شرکت می بایست به صورت فعال در جهت جذب مشتریان هدف به تبلیغ بپردازد، از کدام استراتژی تبلیغ باید استفاده نماید؟

الف. تبلیغ همراه با نمایش ب. کششی منفعل

ج. فشاری فعال د. جذاب کردن سایت

۲۴. معادلات بنگاه به بنگاه (B2B) به دو دسته تقسیم می شوند، آن دو کدامند؟

الف. خرید فوری و منبع یابی استراتژیک ب. منبع یابی استراتژیک و خرید بلند مدت

ج. خرید فوری و خرید قسطی د. یک به چند و چند به یک

۲۵. سه هدف عمده سازمان های مجازی کدامند؟

الف. بهره گیری - بهره دهی - تمایز ب. فرصت طلبی - تمایز - کار تیمی

ج. برتری - رقابت - شایستگی د. برتری - بهره گیری - فرصت طلبی

۲۶. یکی از متداول ترین روش های دسترسی به خط انتقال که بیشتر برای شبکه های شلوغ مانند اینترنت به کار می رود در کدام گزینه بیان گردیده است؟

الف. فایروال ب. گذراندن نشانه ج. جانمایی مِش د. روش CSMA با قابلیت تشخیص برخورد



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: --

نام درس: تجارت الکترونیک (۱)

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: --

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

مجاز است.

استفاده از: --

کد سری سؤال: یک (۱)

۲۷. در کدام گزینه دسترسی به قسمت کنترل شده ای از شبکه سازمان وجود دارد و معمولاً به وسیله توافقات طرفین همکار محدود می شود؟

- الف. شبکه حوزه گسترده ب. اینترنت ج. اینترنت د. اکسترانت
۲۸. فرآیندی که قابلیت هر گونه امتناع کاربر در عدم انجام سفارش را از او می گیرد چه نام دارد؟
- الف. عدم انکار ب. قابلیت دسترسی ج. اعتبار سنجی د. اختیار دهی
۲۹. عمومی ترین بستر تجارت الکترونیکی برای مدیریت داخلی سازمان کدام است؟
- الف. اکسترانت ب. اینترنت ج. اینترنت د. این مارکت
۳۰. تهدیدات غیر فنی تجارت الکترونیکی به دو دسته تقسیم می شوند آن دو کدامند؟
- الف. قابل پیشگیری و غیر قابل پیشگیری ب. آموزشی و غیر آموزشی
- ج. انسان مدار و نرم افزاری د. انسان مدار و کامپیوتر مدار