



سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵

عنوان درس: تجارت الکترونیکی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی فناوری اطلاعات، مهندسی فناوری اطلاعات (چندبخشی) ۱۵۱۱۰۰۲

۱- گزینه های زیر بجز کدام گزینه ، از عوامل مهم در استقرار جامعه اطلاعاتی هستند؟

۰۱. زیرساختهای فرهنگی  
۰۲. زیرساخت ارتباطات از راه دور  
۰۳. زیرساخت فناوری رابط اطلاعات  
۰۴. زیرساختهای مرتبط با دانش

۲- کدامیک از گزینه های زیر سازمان ها و شرکتهایی هستند که فقط در فعالیتهای تجارت الکترونیکی شرکت دارند؟

۰۱. Pure Play  
۰۲. Click and Mortar  
۰۳. Brick and Mortar  
۰۴. Click and Brick

۳- در کدامیک از انواع تجارت الکترونیکی طرف معامله محصول یا خدمات را برای کارگزار یا کارآور تهیه می کند؟

۰۱. B۲B  
۰۲. B۲C  
۰۳. C۲B  
۰۴. B۲B۲C

۴- در کدامیک از مدل های کسب و کار مشتری نیاز خود را مشخص کرده و سپس شرکت واسطه نیاز مشتری را در پایگاه داده جستجو کرده و پایین ترین قیمت را یافته و آن را برای مشتری ارسال می کند؟

۰۱. بازاریابی وابسته  
۰۲. واسطه های اطلاعاتی  
۰۳. بازاریابی مبتنی بر افراد  
۰۴. یافتن پایین ترین قیمت

۵- گزینه های زیر بجز کدام گزینه ، از مولفه های اصلی بازار مجازی می باشند؟

۰۱. Black end  
۰۲. Front end  
۰۳. Intermediaries  
۰۴. مشتریان الکترونیکی

۶- کدامیک از گزینه های زیر پورتالی است که اطلاعات فیلتر شده خاصی را برای افراد ارائه می دهند؟

۰۱. پورتال شخصی  
۰۲. پورتال انجمن  
۰۳. پورتال انتشاری  
۰۴. پورتال شرکتی

۷- کدامیک از گزینه های زیر در خصوص حراجی های الکترونیکی غلط است؟

۰۱. در حراجی های الکترونیکی خریداران می توانند از هر جایی پیشنهاد خود را ارائه دهند.  
۰۲. در حراجی های الکترونیکی فروشندگان می توانند با عرضه مستقیم محصول قیمتها را کاهش دهند.  
۰۳. حراجی های الکترونیکی مبتنی شبیه به حراجی های سنتی هستند با این تفاوت که به صورت آنلاین انجام میشوند.  
۰۴. حراجی های الکترونیکی مبتنی بر قیمت گذاری پویا هستند. قیمتها ثابت هستند و با تغییر عرضه و تقاضا در بازار تغییر می کنند.

۸- گزینه های زیر بجز کدام مورد ، از عوامل اصلی مدل نیروی رقابتی پورتر می باشند؟

۰۱. رقابت در میان تامین کنندگان  
۰۲. تمدید عرضه خدمات جایگزین  
۰۳. قدرت چانه زنی خریداران  
۰۴. موانع تازه واردین



تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: تجارت الکترونیکی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی فناوری اطلاعات، مهندسی فناوری اطلاعات (چندبخشی) ۱۵۱۱۰۰۲

۹- کدام گزینه درست است؟

۱. نیازهای مشتریان در بازاریابی انبوه کاملا واضح است اما در بازاریابی سفارشی ممکن است واضح یا مشخص باشد.
۲. در بازاریابی انبوه قیمتها ثابت بوده و تخفیف ارائه میشود اما در بازاریابی سفارشی از مدل قیمت گذاری ارزشی استفاده میشود.
۳. بازاریابی انبوه منجر به تولید محصولات جدید نمیشود اما در بازاریابی سفارشی به مشتریان اجازه سفارشی سازی داده میشود.
۴. در بازاریابی سفارشی مشتری نقش موثری دارد اما تنها مارکهای قدیمی محصولات قابل ارائه می باشند.

۱۰- کدامیک از گزینه های زیر خرده فروش های **Click and Mortar** می باشد؟

۱. همان خرده فروشان سنتی به همراه یک وب سایت مکمل هستند.
۲. این خرده فروش ها از روش سفارش گیری پستی استفاده می کنند.
۳. این خرده فروش ها ، فروشگاه فیزیکی ندارند و فقط فروش آنلاین دارند.
۴. تولید کنندگانی می باشند که بصورت مستقیم و آنلاین از طریق سایتهای شرکت به افراد جنس می فروشند.

۱۱- کدامیک از گزینه های زیر از دسته سرگرمی های آنلاین جزء دسته غیر تعاملی است ؟

۱. بازی اینترنتی
۲. مسابقات زنده ورزشی
۳. بازی های ورزشی تخیلی
۴. بازیهای تک نفره و چند نفره

۱۲- کدامیک از عاملهای نرم افزاری کمک به خرید ، فروشگاه ها را طبق بازخورد مصرف کننده در مقابل هر محصول رتبه بندی کرده و محصولات مشابه را مقایسه می کند؟

۱. ارزیابی و مقایسه
۲. عامل های مقایسه های خرید
۳. عاملهای خرید مقایسه های
۴. یافتن پایین ترین قیمتها

۱۳- کدامیک از گزینه های زیر نادرست است ؟

۱. یکی از موثرترین راه های جاسوسی در زمینه کاربران اینترنتی ، دخالت دادن کوکی ها در کامپیوتر است.
۲. واسطه گری سایبری توصیف گر وب سایتهای استفاده کننده از عاملهای هوشمند برای سهولت واسطه گری است.
۳. یکی از کاربردهای تجارت الکترونیکی که با عدم واسطه گری و واسطه گری مجدد در ارتباط است تضاد کانال نامیده میشود.
۴. به مدل تحویل سریع ، خواه توسط شرکت دارنده وسایل نقلیه انجام شود و یا به متصدی حمل و نقل محول گردد ، تحویل عندالمطالبه گفته میشود.



سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵

عنوان درس: تجارت الکترونیکی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی فناوری اطلاعات، مهندسی فناوری اطلاعات (چندبخشی) ۱۵۱۱۰۰۲

۱۴- کدامیک از گزینه های زیر انواع متغیرهای میانی در مدل رفتار مصرف کننده می باشد؟

۱. تعاملات - فشارها - فناوری - سیاسی

۲. قیمت - نشان تجاری - کیفیت محصولات - تبلیغات

۳. سن - جنسیت - تحصیلات - سبک زندگی - شخصیت

۴. بخرم یا نخرم؟ - چه چیزی بخرم - از چه کسی بخرم - کی بخرم؟

۱۵- گزینه های زیر بجز کدام مورد، از نقشهای مهم افراد در فرایند تصمیم گیری می باشد؟

۱. فرد فروشنده

۲. فرد خریدار

۳. فرد پیشقدم

۴. فرد مصرف کننده

۱۶- گزینه های زیر بجز کدام مورد، از محدودیتهای بررسی بازار آنلاین هستند؟

۱. وجود درک کافی از فرایندهای برقراری ارتباط آنلاین و نحوه تفکر و تعامل کاربران در اینترنت

۲. وجود باورهای گوناگون در زمینه قانونی بودن و اخلاقی بودن بررسی و پیگیری وب

۳. پاسخهای غیر دقیق کاربران و نقصان در پاسخگویی به علت ضعف در فناوری

۴. شرکت باید از ویژگیهای جمعیت شناسی کاربران خود آگاه باشد

۱۷- کدامیک از گزینه های زیر در مدل رفتاری خریداران سازمانی مربوط به بخش تاثیرات میان فردی است؟

۱. ساختار سازمانی

۲. مجاب پذیری

۳. سفارشی سازی

۴. پوشش روانشناختی

۱۸- کدامیک از گزینه های زیر به هر گونه درخواست برای رویت اطلاعات از یک فایل یا صفحه وب گفته می شود؟

۱. Visit

۲. Ad views

۳. Unique Visit

۴. Hit

۱۹- کدامیک از گزینه های زیر برنامه خودکاری است که اینترنت را برای پیدا کردن سندهای وب جدید جستجو می کند و

آدرس و اطلاعات مربوط به محتوای آنها را در یک بانک اطلاعاتی ذخیره می کند؟

۱. CPM

۲. Spider

۳. Search engine

۴. Resource Locators

۲۰- تلاش تمامی بنگاهها در معامله، به استفاده از روابط الکترونیکی برای سرعت بخشیدن به فرایند کسب و کار از ویژگیهای

مهم کدام گزینه است؟

۱. B۲B

۲. B۲C

۳. C۲B

۴. B۲B۲C



تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: تجارت الکترونیکی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی فناوری اطلاعات، مهندسی فناوری اطلاعات (چندبخشی) ۱۵۱۱۰۰۲

۲۱- کدامیک از گزینه های زیر از مزایای B۲B نمی باشد.

۱. افزایش بهره وری توزیع کنندگان و خرده فروشان واسطه
۲. افزایش انعطاف پذیری محصولات و ارسال به موقع کالا
۳. کاهش میزان خطا و افزایش کیفیت خدمات
۴. تسهیل در فرایند پیکریندی محصولات

۲۲- گزینه های زیر بجز کدام مورد، از روشهای مدل فروش یک به چند می باشد؟

۱. فروش از طریق کاتالوگ های الکترونیکی
۲. فروش از طریق فروشگاههای مجازی
۳. فروش از طریق حراجی ها
۴. فروش یک به یک

۲۳- کدامیک از گزینه های زیر از موضوعات مهم اجرایی شرکتها در برنامه ریزی اقدامات تامین تجهیزات به صورت الکترونیکی نمی باشد؟

۱. توجه به تامین الکترونیکی تجهیزات در راهبردهای تجارت الکترونیکی شرکت
۲. هماهنگی سیستم اطلاعاتی خریدار با فروشنده
۳. ایجاد هماهنگی میان تامین کنندگان
۴. ایجاد هماهنگی میان مشتریان

۲۴- کدامیک از گزینه های زیر نادرست می باشد؟

۱. یکی از دلایل اصلی موفقیت شرکتها در B۲B وجود یکپارچگی مناسب سیستم های موجود در آنها است.
۲. سرویس های وب به سیستم عامل کاربری خاص یا زبان برنامه نویسی ویژه محدود نمی شوند.
۳. SME ها می توانند پیام های مبتنی بر XML را دریافت کنند اما نمی توانند آنها را درک نموده و روی آنها کار کنند.
۴. از رویکردهای ERP II و ECM برای یکپارچگی B۲B با سایر بازارهای مبادله ای استفاده میشود.

۲۵- در کدامیک از انواع کارتهای پرداخت بصورت آنلاین، فرد دارنده کارت می تواند به وسیله آن از یک مقدار مشخص اعتبار جهت خرید برخوردار باشد؟

۱. کارت های اعتباری
۲. کارتهای شارژی
۳. کارتهای بدهی
۴. چک های الکترونیکی

### سوالات تشریحی

۱- تجارت الکترونیکی از روی ماهیت معاملات یا ارتباطات به چند دسته طبقه بندی میشود؟ نام برده و سه مورد را ۱.۴۰ نمره به دلخواه تعریف کنید.

۲- کاتالوگ های online و کاغذی را از نظر مزایا و معایب با هم مقایسه کنید. ۱.۴۰ نمره

۳- از عوامل و مشکلات بومی سازی یک محصول چهار مورد را توضیح دهید. ۱.۴۰ نمره



تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: تجارت الکترونیکی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی فناوری اطلاعات، مهندسی فناوری اطلاعات (چندبخشی) ۱۵۱۱۰۰۲

۱.۴۰ نمره

۴- B2B چیست؟ انواع تراکنشهای پایه B2B را نام برده و تعریف کنید.

۱.۴۰ نمره

۵- مدل‌های کسب و کار خرده فروشی الکترونیکی بر اساس نوع کانال به چند دسته طبقه بندی میشوند؟ نام برده و دو مورد را به دلخواه توضیح دهید.