

نام درس: تجارت الکترونیکی

رشته تحصیلی-گرایش: مهندسی فناوری اطلاعات

کد درس: ۲۶۲۳۵۹

تعداد سوال: نسخه ۲۰ تکمیلی — تشریفی ۸
 زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۳۰ نوبت تشریفی ۹۰ نوبت
 تعداد کل صفحات: ۴

۱۷. از گزینه‌های ارائه شده کدامیک در زمرة ابعاد اصلی مدل امتیازدهی متوازن (آقایان کاپلان و نورتن) برای هدفگذاری سازمانها نیست؟

- الف. نیروی انسانی ب. مشتری ج. یادگیری و خلاقیت د. مالی
۱۸. تصمیم به «واسطه‌زدایی با خرید مستقیم» از جمله کدامیک از تصمیمات استراتژیک کسب و کار است؟

- ب. مدل‌های کسب و کار الکترونیکی ج. تجدید ساختار بازار
- د. موقعیت‌یابی و ایجاد تمایز چ. تجدید نظر در ساختار سازمانی

۱۹. «پورتال عمودی» به چه مفهومی می‌باشد؟

الف. دامنه فعالیت فقط یک سازمان را کنترل می‌نماید.

ب. با شرکتهای ارائه خدمات اینترنتی همکاری می‌کند.

ج. فقط اطلاع‌رسانی بخشی از صنعت را پشتیبانی می‌کند.

د. دامنه فعالیتهای یک سازمان و تأمین‌کنندگانش را پوشش می‌دهد.

۲۰. کدام عبارت درخصوص مفهوم «هوش رقابتی» (competitive Intelligence) نادرست می‌باشد؟

الف. هوش رقابتی دستیابی غیرقانونی به اطلاعات داشت فنی شرکتهای رقبه نمی‌باشد.

ب. هدف اصلی هوش رقابتی کنترل فعالیتهای یکپارچه تأمین‌کنندگان در بستر ERP است.

ج. در مرحله «داخل کردن داده‌ها» در فرآیند هوش رقابتی، کارکنان فروش نقش آفرینی بیشتری دارند.

د. درک وضعیت رفتارهای فرهنگی سازمان یکی از موارد موردنظر در فرآیند هوش رقابتی است.

سنوات تشریحی

۱. مفهوم مهندسی مجدد فرآیندهای کسب و کار را تعریف و نقش محرك تجارت الکترونیک در آن را با یک مثال تشریح نمایید.
 (یک نمره)

۲. مفهوم بازاریابی «الکترونیکی اصلی» را در مقابل «بازاریابی الکترونیکی ترکیبی» توضیح دهید. (یک نمره)

۳. «استراتژی فشاری فعال» از جمله استراتژیهای تبلیغات اینترنتی را بطور خلاصه توصیف نمایید. (نیم نمره)

۴. سه دسته کلی از کارتهای اعتباری بانکی را نام برد و مختصرًا توضیح دهید. (یک و نیم نمره)



تعداد سوال: نسخه ۲۰ - تکمیلی - شریعی ۸
 زمان امتحان: نسخه و تکمیلی ۳۰ - نفعی شریعی ۹۰ - نفعی
 تعداد کل صفحات: ۴

نام دورس: تجارت الکترونیکی
 رشته تحصیلی-گرایش: مهندسی فناوری اطلاعات
 کد لرمن: ۲۶۲۳۵۹

۸. کدام گزینه نادرست می‌باشد؟

- الف. کاربران عمومی در شبکه‌های اکسبرانت تنها کارمندان مجاز سازمان می‌باشند.
 ب. دسترسی در محیط اینترنت یک سازمان خصوصی و محدود است.
 ج. اطلاعات در محیط اکسبرانت‌ها تنها در گروههای همکار مجاز در اختیار است.
 د. عمومی‌ترین بستر تجارت الکترونیکی اینترنت می‌باشد.

۹. بزرگترین چالش در مسیر موفقیت اینترنت‌ها کدام است؟

- ب. توسعه مدل کسب و کار
 د. هزینه‌های طراحی و تولید

۱۰. کدام گزینه صحیح است؟

الف. برخلاف SSL، SET در برگیرنده تأیید مشتری در سایت خدمت‌گیرنده نیست.

ب. SET به نسبت SSL رشد بیشتری داشته است.

ج. SSL نیازمند زمان پاسخ‌دهی بیشتر و نصب کیف پول دیجیتال است.

د. هر سه مورد فوق.

۱۱. در کدام یک از صنایع زیر امکان پیداً آمدن مفهوم «مشارکت درآمدی آنی مبتنی بر اینترنت» میسر نیست؟

- الف. بسته‌های چندرسانه‌ای صوتی
 ب. نوشابه‌سازی
 د. در هر سه امکان مشارکت مال فراهم است.

ج. فروش نرم‌افزار

۱۲. از جمله موضوعات قانونی تجارت الکترونیکی می‌باشد که بر «حق امتیازها، و علائم بازرگانی» مشتمل می‌گردد؟

- الف. مالکیت معنوی
 ب. محافظت از تولیدکنندگان نرم‌افزار
 د. موضوعات اخلاقی انحصاری

۱۳. خدمات طرف ثالث در موضوعات قانونی تجارت الکترونیکی غالباً حول کدام محور مرکز می‌گردد؟

- الف. خدمات میزبانی و ب
 ب. سرویس اعتمادسازی نزد مشتریان
 ج. صدورگواهی خدمات تجارت الکترونیکی از جانب دولت
 د. تمهید موارد قانونی بین‌المللی

۱۴. کدام گزینه به یکی از سناریوهای اصلی برنامه‌ریزی تجارت الکترونیک اشاره ندارد؟

- الف. سناریو تجارت آزاد
 ب. سناریو واسطه الکترونیکی
 د. سناریو کاتال جدید مصرف‌کننده

۱۵. گامهای مدل فرآیندی استراتژی کسب و کار الکترونیکی «هکبارث و کتینگر» به ترتیب در کدام گزینه آمده است؟

- الف. ورود و آشناسازی، شناخت محیط صنعت، ایجاد هدف استراتژیک، گذار و مسیر مهاجرت.
 ب. مرور وضعیت، هدف‌گذاری، فرمول‌بندی استراتژی، تخصیص منابع و کنترل
 ج. تحلیل وضعیت، هدف‌گذاری، استراتژی، تاکتیکها و کنترل

۱۶. کدام یک از عوامل ذکر شده ذیل از نیروهای رقابتی پورتر (۱۹۸۰) نمی‌باشد؟

- الف. موافق برای ورود تازه‌واردان
 ب. قوانین صنعت
 د. رقابت بین‌رقیبان فعلی صنعت

ج. قدرت چانه‌زنی خریدار



نام درس: تجارت الکترونیکی

رشته تحصیلی-گرایش: مهندسی فناوری اطلاعات

کد درس: ۲۶۲۳۵۹

تعداد سوال: نفن ۲۰ تکلی - تشرییع ۸

زمان امتحان: تستی و تکلی ۳۰ نفعه تشرییع ۹۰ نفعه

تعداد کل صفحه‌های ۴

۱. در تقسیم‌بندی‌های بین‌المللی جهش فناوری اطلاعات در عصر، امکان استفاده از مبادله الکترونیکی داده‌ها و

سیستم بانکی بین‌المللی فراهم شده است.

ب. عصر سیستمهای تبادل اطلاعات بانکی

الف. عصر انتقال الکترونیکی وجود

د. عصر اینترنت

ج. عصر سیستمهای اطلاعاتی مدیریت

۲. تعریف زیر درخصوص تجارت الکترونیک؛ کدام یک از دیدگاه‌های تعاریف تجارت الکترونیک را بیان می‌کند؟

«تجارت الکترونیکی بکارگیری فناوری برای خودکارسازی تراکنشهای کسب و کار و جریان کار است»

ب. دیدگاه تجاری

الف. دیدگاه خدماتی

د. دیدگاه فرآیند کسب و کار

ج. دیدگاه فناوری اطلاعات

۳. کدام گزینه مراحل ارائه خدمات به مشتری در طول عمر محصول را به ترتیب از راست به چپ به درستی بیان می‌دارد؟

الف. نیازمندی، اکتساب، مالکیت، پشتیبانی.

ب. نیازمندی، مالکیت، اکتساب، پشتیبانی.

ج. نیازمندی، مالکیت، اکتساب، کناره‌گیری.

د. نیازمندی اکتساب، مالکیت، کناره‌گیری.

۴. کدام گزینه حول مفهوم «عامل‌های هوشمند مذاکره» در تجارت الکترونیک صحیح می‌باشد؟

الف. عامل‌های هوشمند مذاکره یک‌سری برنامه‌کامپیوترویی می‌باشند که به فروشنده‌گان در انجام امور روزمره مبادله کمک می‌کند.

ب. تعیین محل خرید و ارتباطدهی با کانالهای مذاکره فروشنده‌گان در فروش بر عهده عامل‌های مذاکره است.

ج. عامل‌های مذاکره تعامل در جریان خرید با سایر عامل‌های هوشمند برای مشتریان را پشتیبانی می‌نمایند.

د. عامل‌های هوشمند مذاکره فروشنده‌گان را در جریان مذاکره در انتخاب مشتریان و چانهزنی قیمت یاری می‌رسانند.

۵. کدام روش در زمرة روشهای اصلی جذاب کردن سایت برای بینندگان نمی‌باشد؟

الف. ایجاد عامل هوشمند تبلیغ

ب. ایجاد موتور جستجوی قوی

ج. تعیین چانهزنی‌ها، فروش ویژه و جوایز مالی

۶. مفهوم مرحله «اخذ کواہی دیجیتال» به عنوان یکی از مراحل استقرار B2C در کدام گزینه بهتر آمده است؟

الف. دریافت سند کتبی مبادلات الکترونیکی از وزارت بازرگانی برای ایجاد سایت تجارت الکترونیک معتبر

ب. هماهنگی با میزبان وب سایت برای پشتیبانی از پروتکل رمزگاری SSL

ج. فراهم آوردن امکان انجام تراکنش مالی این برمبنای گواهی رمزگاری شده مبتنی بر SSL

د. تأیید صلاحیت فنی قابلیت استفاده از پروتکل SSL در سایت تجارت الکترونیکی

۷. عبارت زیر کدام یک از مدل‌های تجارت الکترونیک بین بنگاهها را بیان می‌نماید؟

«در این مدل واحد خرید سازمان خریدار، بصورت دستی اطلاعات بصورت دستی

اطلاعات سفارش خرید را در سیستم اطلاعاتی شرکت تأمین‌کننده وارد می‌کند»

الف. مدل بازار واسطه مدار

ب. مدل بازار تأمین‌کننده مدار

ج. مدل بازار خریدار مدار



نام لرنس: تجارت الکترونیکی

رشته تحصیلی-گرایش: مهندسی فناوری اطلاعات

کد لرنس: ۲۶۲۳۵۹

تعداد سوالات: نسخه ۲۰ تکمیلی - تشرییف ۸

زمان امتحان: نسخه و تکمیلی ۳۰ دقیقه تشرییف ۹۰ دقیقه

تعداد کل صفحات: ۴

۵. شش مورد از عوامل بحرانی موفقیت در تجارت الکترونیک را نام ببرید. (یک و نیم نمره)

۶. شش روش مختلف حضور سازمان در برنامه خدمات بازاریابی براساس تحقیق چفی را نام ببرید. (۱/۵ نمره)

۷. مفهوم تعارض کانالهای توزیع با یکدیگر و ارتباط آن با پدیده اینترنت را مختصراً شرح دهید. (۰/۵ نمره)

۸. نمای شماتیک چارچوب ساستک برای برنامه‌ریزی بازاریابی الکترونیکی را ترسیم نمایید. (۰/۵ نمره)

