**BÀI 1:**

**Câu 1: Cách gọi nào không đúng bản chất TMĐT?**

a. Online Trade b. Cyber Trade

c. Electronic Business d. Các câu trả lời trên đều đúng

**Câu 2: Thương mại điện tử là tất cả hoạt động trao đổi thông tin, sản phẩm, dịch vụ, thanh toán… thông qua các phương tiện điện tử như máy tính, đường dây điện thoại, internet và các phương tiện khác. Đây là TMĐT nhìn từ góc độ:**

a. Truyền thông b. Kinh doanh

c. Dịch vụ d. Mạng Internet

**Câu 3: TMĐT là việc ứng dụng các phương tiện điện tử và công nghệ thông tin nhằm tự động hoá quá trình và các nghiệp vụ kinh doanh. Đây là TMĐT nhìn từ góc độ:**

a. Truyền thông b. Kinh doanh

c. Dịch vụ d. Mạng Internet

**Câu 4: TMĐT là tất cả các hoạt động mua bán sản phẩm, dịch vụ và thông tin thông qua mạng Internet và các mạng khác. Đây là TMĐT nhìn từ góc độ:**

a. Truyền thông b. Kinh doanh

c. Dịch vụ d. Mạng Internet

**Câu 5: Theo cách hiểu chung hiện nay, TMĐT là việc sử dụng ……. để tiến hành các hoạt động thương mại.**

a. Internet b. Các mạng

c. Các phương tiện điện tử d. Các phương tiện điện tử và mạng Internet

**Câu 6: Yếu tố nào không phải lợi ích của TMĐT?**

a. Giảm chi phí, tăng lợi nhuận b. Dịch vụ khách hàng tốt hơn

c. Giao dịch an toàn hơn d. Tăng thêm cơ hội mua bán

**Câu 7: Yếu tố nào không phải là lợi ích của TMĐT?**

a. Khách hàng có nhiều sự lựa chọn hơn b. Tăng phúc lợi xã hội

c. Khung pháp lý mới, hoàn chỉnh hơn d. Tiếp cận nhiều thị trường mới hơn

**Câu 8: Yếu tố nào không phải hạn chế của TMĐT?**

a. Vấn đề an toàn

b. Sự thống nhất về phần cứng, phần mềm

c. Văn hoá của những người sử dụng Internet

d. Thói quen mua sắm truyền thống

**Câu 9: Yếu tố nào không thuộc hạ tầng công nghệ thông tin cho TMĐT?**

a. Hệ thống máy tính được nối mạng và hệ thống phần mềm ứng dụng TMĐT

b. Ngành điện lực

c. Hệ thống các đường truyền Internet trong nước và kết nối ra nước ngoài

d. Tất cả các yếu tố trên

**Câu 10: Thành phần nào không trực tiếp tác động đến sự phát triển của TMĐT?**

a. Chuyên gia tin học b. Dân chúng

c. Người biết sử dụng Internet d. Nhà kinh doanh TMĐT

**Câu 11: Yếu tố nào tác động trực tiếp nhất đến sự phát triển TMĐT?**

a. Nhận thức của người dân b. Cơ sở pháp lý

c. Chính sách phát triển TMĐT d. Các chương trình đào tạo về TMĐT

**Câu 12: Trong các yếu tố sau, yếu tố nào quan trọng nhất với sự phát triển TMĐT?**

a. Công nghệ thông tin b. Nguồn nhân lực

c. Môi trường pháp lý, kinh tế d. Môi trường chính trị, xã hội

**Câu 13: Loại hình nào không phải giao dịch cơ bản trong TMĐT?**

a. B2B b. B2C c. B2G d. B2E

**Câu 14: Chỉ ra thành phần của AIDA trong Marketing điện tử được giải thích chưa đúng?**

a. A: Website phải thu hút sự chú ý của người xem

b. I: Website được thiết kế tốt, dễ tìm kiếm, dễ xem, nhanh chóng, thông tin phong phú

c. D: Có các biện pháp xúc tiến để tạo mong muốn mua hàng: giảm giá, quà tặng

d. A: Form mẫu đẹp, tiện lợi, an toàn để khách hàng thực hiện đơn hàng qua mạng

**Câu 15: Chỉ ra hoạt động chưa hoàn hảo trong TMĐT.**

a. Hỏi hàng b. Chào hàng c. Xác nhận d. Hợp đồng

**Đáp án bài 1:**

Câu 1 : D Câu 2 : A Câu 3 : B Câu 4 : D

Câu 5 : D Câu 6 : C Câu 7 : C Câu 8 : C

Câu 9 : D Câu 10 : B Câu 11 : B Câu 12 : A

Câu 13 : D Câu 14 : D Câu 15 : D

**BÀI 2:**

**Câu 1: Đối tượng nào không được phép kí kết hợp đồng mua bán ngoại thương qua mạng?**

a. Doanh nghiệp XNK b. Doanh nghiệp

c. Cá nhân d. Chưa có quy định rõ về điều này

**Câu 2: Nguyên tắc nào phổ biến hơn cả để hình thành hợp đồng điện tử?**

a. Nhận được xác nhận là đã nhận được chấp nhận đối với chào hàng

b. Thời điểm chấp nhận được gửi đi, dự nhận được hay không

c. Thời điểm nhận được chấp nhận hay gửi đi tuỳ các nước quy định

d. Thời điểm xác nhận đã nhận được chấp nhận được gửi đi

**Câu 3: Nội dung gì của hợp đồng điện tử không khác với hợp đồng truyên thống?**

a. Địa chỉ các bên

b. Quy định về thời gian, địa điểm của giao dịch

c. Quy định về thời gian, địa điểm hình thành hợp đồng

d. Quy định về các hình thức thanh toán điện tử

**Câu 4: Chỉ ra yếu tố không phải đặc điểm của chữ kí điện tử?**

a. Bằng chứng pháp lý: xác minh người lập chứng từ

b. Ràng buộc trách nhiệm: người kí có trách nhiệm với nội dung trong văn bản

c. Đồng ý: thể hiện sự tán thành và cam kết thực hiện các nghĩa vụ trong chứng từ

d. Duy nhất: Chỉ duy nhất người kí có khả năng kí điện tử vào văn bản

**Câu 5: Vấn đề gì nên chú ý nhất khi sử dụng Chữ kí số hoá**

a. Xác định chính xác người kí

b. Lưu giữ chữ kí bí mật

c. Nắm được mọi khó công khai

d. Biết sự khác nhau về luật pháp các nước về chữ kí điện tử

**Câu 6: Để thực hiện các giao dịch điện tử B2B các bên cần có bằng chứng đảm bảo chữ kí trong hợp đồng điện từ chính là của bên đối tác mình giao dịch, để đảm bảo như vậy cần …..**

a. Có cơ quan quản lý nhà nước đảm bảo

b. Có tổ chức quốc tế có uy tín đảm bảo

c. Có ngân hàng lớn, có tiềm lực tài chính, uy tín lớn đảm bảo

d. Có tổ chức trung gian, có uy tín, có khả năng tài chính đảm bảo

**Câu 7: Bước nào trong quy trình sử dụng vận đơn đường biển điện tử sau là không đúng?**

a. Người chuyên chở sau khi nhận hàng sẽ soạn thảo vận đơn đường biển dưới dạng thông điệp điện tử/ dữ liệu

b. Người chuyên chở kí bằng chữ kí số và gửi cho người gửi hàng thông qua trung tâm truyền dữ liệu

c. Người gửi hàng gửi mã khó bí mật cho người nhận hàng

d. Người gửi hàng gửi tiếp mã khó bí mật cho ngân hàng

**Câu 8: Phương tiện thanh toán điện tử nào được dựng phổ biến nhất?**

a. Thẻ tín dụng b. Thẻ ghi nợ

c. Thẻ thông minh d. Tiền điện tử

**Câu 9: Sử dụng ……... khách hàng không cần phải điền các thông tin vào các đơn đặt hàng trực tuyến mà chỉ cần chạy phần mềm trên máy tính.**

a. Tiền số hoá b. Tiền điện tử c. Ví điện tử d. Séc điện tử

**Câu 10: Doanh thu bán lẻ trên mạng ở Mĩ và EU chiếm tỉ lệ ……. trong tổng doanh thu bán lẻ.**

a. Dưới 3% b. Từ 3-5% c. Từ 5-20% d. Trên 20%

**Câu 11: Trong các luật sau, luật nào không áp dụng ở Mĩ?**

a. UETA b. UCITA c. E-SIGN d. E-SIGNATURE

**Câu 12: Hiện nay, khoảng ……. số doanh nghiệp Việt Nam sử dụng Internet để gửi và nhận thư điện tử.**

a. 20% b. 20-40% c. 40-60% d. Trên 60%

**Câu 13: Số doanh nghiệp có không quá 4 người biết sử dụng thư điện tử chiếm ………**

a. 10% b. 10-20% c. 20-40% d. Trên 40%

**Câu 14: Trung bình số chuyên viên CNTT/ Số doanh nghiệp khoảng ………….**

a. 30000/100000 b. 20000/100000 c. 30000/150000 d. 20000/80000

**Câu 15: website mà tại đó các doanh nghiệp có thể tiến hành các hoạt động thương mại từ quảng cáo, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ tới trao đổi thông tin, kí kết hợp đồng thanh toán được gọi là …………….**

a. Sàn giao dịch điện tử b. Chợ điện tử

c. Trung tâm thương mại điện tử d. Sàn giao dịch điện tử B2B

**Đáp án bài 2:**

Câu 1 : D Câu 2 : A Câu 3 : A Câu 4 : D

Câu 5 : D Câu 6 : D Câu 7 : C Câu 8 : A

Câu 9 : C Câu 10 : A Câu 11 : D Câu 12 : C

Câu 13 : D Câu 14 : A Câu 15 : D

**BÀI 3:**

**Câu 1: Chỉ ra sàn giao dịch của Nhà nước.**

a. www.vnet.vn b. www.Export.com.vn

c. www.worldtradeB2B.com d. www.vnemart.com.vn

**Câu 2: Trên sàn giao dịch hiện nay, các doanh nghiệp không thể làm gì?**

a. Quảng cáo b. Giới thiệu hàng hoá, dịch vụ

c. Tìm kiếm khách hàng d. Kí kết hợp đồng

**Câu 3: Chỉ ra yếu tố không phải khó khăn khi tham gia TMĐT?**

a. Nhân lực: đội ngũ chuyên gia kém cả về số lượng và chất lượng

b. Vốn: thiếu vốn đầu tư xây dựng hạ tầng viễn thông

c. Thương mại truyền thống chưa phát triển

d. Nhận thức quá “đơn giản” về TMĐT

**Câu 4: Tổ chức nào đó đưa ra các hướng dẫn cụ thể về ứng dụng Internet vào kinh doanh quốc tế?**

a. WTO b. OECD c. UNCTAD d. APEC

**Câu 5: Sử dụng Internet vào hoạt động kinh doanh quốc tế cần tuân theo 5 bước cơ bản theo thứ tự nào là đúng?**

a. Đánh giá năng lực xuất khẩu, lập kế hoạch xuất nhập khẩu, xúc tiến và tìm kiếm cơ hội xuất nhập khẩu, tiến hành giao dịch xuất nhập khẩu, quản trị mối quan hệ khách hàng

b. Quản trị quan hệ khách hàng, đánh giá năng lực xuất khẩu, lập kế hoạch xuất nhập khẩu, xúc tiến và tìm cơ hội xuất nhập khẩu, tiến hành giao dịch xuất nhập khẩu

c. Đánh giá năng lực xuất khẩu, quản trị quan hệ khách hàng, lập kế hoạch xuất nhập khẩu, xúc tiến và tìm kiếm cơ hội xuất nhập khẩu, tiến hành giao dịch xuất nhập khẩu

d. Đánh giá năng lực xuất khẩu, lập kế hoạch xuất nhập khẩu, xúc tiến, tìm kiếm cơ hội xuất nhập khẩu, quản trị quan hệ khách hàng, tiến hành giao dịch xuất nhập khẩu

**Câu 6: Để xúc tiến xuất khẩu thành công trong thời đại hiện nay, doanh nghiệp không cần yếu tố nào?**

a. Trang web riêng của công ty

b. Có kế hoạch marketing trực tiếp thông qua thư điện tử

c. Tham gia các sàn giao dịch thương mại điện tử

d. Có đội ngũ cán bộ chuyên trách về công nghệ thông tin

**Câu 7: Mệnh đề nào sai?**

a. www.wtpfed.org là website cung cấp thông tin thị trường

b. www.jetro.go.jp hỗ trợ các nhà xuất khẩu nước ngoài tìm nhà nhập khẩu Nhật Bản

c. www.worldtariff.com là website của công ty FedEx Trade Network

d. www.jurisint.org cung cấp các thông tin về thương mại trừ luật

**Câu 8: Chỉ ra các ví dụ thành công điển hình của e-markespace.**

a. Amazon.com b. Hp.com c. Jetro.go.jp d. Alibaba.com

**Câu 9: Website wtpfed.org là mô hình ……………**

a. B2C b. B2B c. B2G d. G2B

**Câu 10: website http://unstats.un.org là website cung cấp thông tin ……….**

a. Thương mại b. Xuất nhập khẩu

c. Luật trong thương mại quốc tế d. Niên giám thương mại

**Câu 11: Website www.tsnn.com là website cung cấp thông tin về ………..**

a. Các mặt hàng cần mua và doanh nghiệp nhập khẩu

b. Các mặt hàng cần bán và doanh nghiệp xuất khẩu

c. Các thông tin về triển lãm thương mại

d. Các thông tin về đấu giá quốc tế

**Câu 12: Website www.countryreports.org có tác dụng đối với hoạt động nào nhất?**

a. Nghiên cứu thị trường nước ngoài

b. Đánh giá khả năng tài chính của đối tác

c. Xin hỗ trợ tài chính xuất khẩu

d. Tìm kiếm danh mục các công ty xuất nhập khẩu

**Câu 13: Chỉ ra giải pháp không có chung tính chất với các giải pháp còn lại.**

a. Hoàn thiện hệ thống chính sách pháp lý về TMĐT

b. Bảo hộ sở hữu trí tuệ

c. Bảo vệ người tiêu dùng

d. Chiến lược ứng dụng TMĐT cho SMEs

**Câu 14: Chỉ ra giải pháp không có chung tính chất với các giải pháp còn lại.**

a. Đầu tư phát triển hệ thống thông tin cho các tổ chức, doanh nghiệp

b. Đầu tư, phát triển nguồn nhân lực cho TMĐT

c. Xây dựng lộ trình cụ thể ứng dụng TMĐT cho doanh nghiệp XNK

d. Luật hoá vấn đề bảo mật thông tin cá nhân

**Câu 15: Website nào không hỗ trợ về bảo mật thông tin cá nhân**

a. W3C (P3P) b. BBBOnline c. BetterWeb d. Intracen

**Đáp án bài 3:**

Câu 1 : D Câu 2 : D Câu 3 : C Câu 4 : C

Câu 5 : A Câu 6 : D Câu 7 : Câu 8 : D

Câu 9 : B Câu 10 : D Câu 11 : C Câu 12 : A

Câu 13 : D Câu 14 : D Câu 15 : D

**BÀI 4:**

**Câu 1: Quy trình ứng dụng TMĐT với doanh nghiệp XNK nào đúng?**

a. Xác định ngành hàng KD, xây dựng website, quảng bá website, hỗ trợ khách hàng, thanh toán qua mạng, đổi mới phương thức kinh doanh

b. Xác định ngành hàng KD, xây dựng website, hỗ trợ khách hàng, quảng bá website, thanh toán qua mạng, đổi mới phương thức kinh doanh

c. Xác định ngành hàng KD, xây dựng website, thanh toán qua mạng, quảng bá website, hỗ trợ khách hàng, đổi mới phương thức kinh doanh

d. Xác định ngành hàng KD, xây dựng website, quảng bá website, thanh toán qua mạng, đổi mới phương thức kinh doanh, hỗ trợ khách hàng

**Câu 2: Chỉ ra yếu tố quan trọng nhất đối với một website?**

a. Mua tên miền và dịchvụ hosting b. Tổ chức các nội dung website

c. Thiết kế website d. Bảo trì và cập nhật thông tin

**Câu 3: Quảng bá website như thế nào sẽ không tiết kiệm nhất?**

a. Đăng kí trên các search engine

b. Liên kết quảng cáo giữa các doanh nghiệp với nhau

c. Sử dụng viral-marketing

d. Quảng cáo trên tạp chí chuyên ngành như thương mại hay bưu chính viễn thông

**Câu 4: Các mô hình kinh doanh thương mại điện tử thực chất là:**

a. Các mô hình kinh doanh truyền thống và các mô hình hoàn toàn mới

b. Các mô hình kinh doanh truyền thống đặt trong môi trưòng thương mại điện tử

c. Sự nâng cấp các mô hình kinh doanh truyền thống

d. Sự nâng cấp các mô hình kinh doanh truyền thống và các mô hình kinh doanh hoàn toàn mới

**Câu 5: Chỉ ra mô hình kinh doanh B2B trong các mô hình sau:**

a. Amazon.com b. eBay.com

c. ChemUnity.com d. Goodsonline.com

**Câu 6: Hợp đồng điện tử là hợp đồng được giao kết thông qua các phương tiện điện tử, trong đó hợp đồng hoặc một phần của hợp đồng được lập dưới dạng dữ liệu điện tử. Đây là khái niệm hợp đồng điện tử trong ……………**

a. Dự thảo pháp lệnh thương mại điện tử của Việt Nam

b. Luật mẫu về thương mại điện tử Uncitral

c. Nhóm nghiên cứu thuộc uỷ ban châu âu về hợp đồng trong TMĐT

d. OECD

**Câu 7: Việc kí kết hợp đồng điện tử là quá trình thiết lập, đàm phán, kí kết và duy trì các hợp đồng hoàn toàn ở dạng dữ liệu điện tử. Đây là khái niệm về giao kết hợp đồng điện tử trong …………………**

a. Dự thảo pháp lệnh TMĐT của Việt nam

b. Luật mẫu về TMĐT Uncitral

c. Nhóm nghiên cứu thuộc uỷ ban châu Âu về hợp đồng TMĐT

d. OECD

**Câu 8: Chỉ ra yếu tố không phải là lợi ích của hợp đồng điện tử?**

a. Tiết kiệm thời gian và chi phí cho các bên tham gia

b. Tiến tới thế giới tự động hoá trong kinh doanh

c. Đảm bảo sự an toàn, chính xác, tránh giả mạo

d. Tăng thêm thị phần cho doanh nghiệp trên thị trường quốc tế

**Câu 9: Chỉ ra yếu tố không phải là lợi ích của hợp đồng điện tử?**

a. An toàn trong giao dịch, kí kết hợp đồng

b. Nâng cao năng lực cạnh tranh và hội nhập kinh tế quốc tế

c. Duy trì quan hệ lâu dài với khách hàng và người cung cấp

d. Tiền đề thực hiện toàn bộ các giao dịch điện tử qua mạng

**Câu 10: Điều gì không phải sự khác biệt giữa hợp đồng điện tử và hợp đồng truyền thống?**

a. Sử dụng chữ kí bằng tay và sử dụng chứ kí điện tử

b. Một hợp đồng bằng giấy hoàn chỉnh và một hợp đồng được tổng hợp thông qua thống nhất các điều khoản ở các thông điệp dữ liệu khác nhau

c. Thời điểm kí của hai bên gần nhau và cách xa nhau

d. Nội dung hợp đồng truyền thống đơn giản hơn

**Câu 11: Sự khác biệt giữa hợp đồng truyền thống và điện tử thể hiện rõ nhất ở:**

a. Đối tượng của hợp đồng b. Nội dung của hợp đồng

c. Chủ thể của hợp đồng d. Hình thức của hợp đồng

**Câu 12: Chỉ ra mệnh đề không đúng:**

a. Hợp đồng B2B linh hoạt hơn hợp đồng B2C

b. Hợp đồng điện tử phụ thuộc vào máy tính và các phần mềm lập và hiển thị nó

c. Người mua trong hợp đồng điện tử nhiều khi không thể nhận được hàng

d. Hợp đồng điện tử được kí giữa người và phần mềm máy tính

**Câu 13: Công ước E-terms là do tổ chức nào đưa ra?**

a. ICC b. UNCITRAL c. ITC d. WTO

**Câu 14: Chỉ ra mệnh đề không đúng.**

a. Khi mua hàng trên mạng, chào hàng chỉ bắt đầu khi người mua đồng ý với đơn hàng do cửa hàng tổng hợp tên cơ sở các chọn lựa của người mua trước đó

b. Khi người mua chấp nhận chào hàng này thì hợp đồng được hình thành và người bán có thể nhận được tiền ngay sau đó

c. Nguyên tắc chung khi mua sắm trên mạng là chọn các cửa hàng lớn, có uy tín để mua

d. Hợp đồng điện tử B2C được hình thành khác với các hợp đồng truyền thống về nội dung

**Câu 15: Chỉ ra mệnh đề sai.**

a. Website là phương pháp không dễ dàng để sản phẩm được biết đến trên thế giới

b. Xây dựng website dễ hơn việc cập nhật, duy trì và phát triển website

c. Các trung gian thương mại sẽ bị loại bỏ khi TMĐT ra đời và phát triển

d. Các rủi ro trong thanh toán bằng thẻ tín dụng do người bán chịu

**Đáp án bài 4:**

Câu 1 : A Câu 2 : D Câu 3 : D Câu 4 : D

Câu 5 : C Câu 6 : A Câu 7 : C Câu 8 : D

Câu 9 : C Câu 10 : D Câu 11 : D Câu 11 : C

Câu 13 : A Câu 14 : D Câu 15 : C

**BÀI 5:**

**Câu 1: Vận đơn đường biển thường bị làm giả không vì mục đích nào?**

a. Sửa đổi số lượng, chất lượng của hàng hoá được mô tả trên vận đơn

b. Làm giả vận đơn để bán lại hàng hoá cho người hàng hoặc nhận hàng

c. Làm giả vận đơn để nhận tiền theo quy định trong LC

d. Làm giả vận đơn để gửi sớm cho người mua để họ nhận hàng

**Câu 2: Vì ……. là chứng từ có thể chuyển nhượng được nên ngân hàng có thể giữ chứng từ này như một sự đảm bảo cho các khoản tín dụng cấp cho người nhập khẩu. Khi hàng hoá tới cảng đến, người mua xuất trình ……… gốc cho người chuyên chở để nhận hàng.**

a. Vận đơn đường biển b. Vận đơn điện tử

c. Hợp đồng điện tử d. Bộ chứng từ thanh toán

**Câu 3: Đặc điểm nào không phải của mã khó bí mật?**

a. Khó để mã hoá và giải mã giống nhau

b. Người gửi và người nhận cùng biết khó này

c. Chi phí quản lý loại khó này thấp và quản lý đơn giản với cả hai bên

d. Doanh nghiệp sẽ phải tạo ra khó bí mật cho từng khách hàng

**Câu 4: Yếu tố nào không thuộc quy trình tạo lập chữ kí điện tử?**

a. Thông điệp gốc b. Bản tóm lược của thông điệp

c. Khó công cộng d. Chữ kí điện tử

**Câu 5: Yếu tố nào không thuộc quy trình xác nhận chữ kí điện tử?**

a. Thông điệp nhận được b. Khó bí mật

c. Bản tóm lược của thông điệp d. Kết quả so sánh hai bản tóm lược

**Câu 6: Về cơ bản, trên chứng thực điện tử (hay chứng chỉ số hoá) được cấp cho một tổ chức gồm có, ngoại trừ:**

a. Tên đầy đủ, tên viết tắt, tên giao dịch

b. Địa chỉ liên lạc

c. Thời hạn hiệu lực, mã số của chứng thực

d. Mã số công cộng và khả năng tài chính của tổ chức

**Câu 7: Trong thương mại quốc tế, các chứng thực cần được một tổ chức cấp, tổ chức này cần có đặc điểm sau, ngoại trừ:**

a. Một tổ chức hàng đầu thế giới

b. Có uy tín trong cộng đồng kinh doanh, ngân hàng, vận tải

c. Có khả năng đặc biệt về ứng dụng CNTT trong TMĐT

d. Có mạng lưới chi nhánh rộng khắp thế giới

**Câu 8: Các quy tắc của CMI sử dụng công cụ………… để thực hiện việc kí hậu và chuyển quyền sở hữu đối với vận đơn điện tử.**

a. Khó công cộng của vận đơn điện tử b. Khó bí mật của vận đơn điện tử

c. Chữ kí điện tử d. Hệ thống Bolero

**Câu 9: Người nắm giữ………….của vận đơn điện tử có thể ra lệnh giao hàng, chuyển quyền sở hữu hàng hoá cho bên thứ ba, chỉ định hoặc thay thế người nhận hàng, nhìn chung có đầy đủ các quyền mà người nắm giữ vận đơn giấy có được.**

a. Khó công cộng b. Khó bí mật

c. Chữ kí điện tử d. Hệ thống Bolero

**Câu 10: Các vấn đề chính được đề cập trong các nguồn luật điều chỉnh TMĐT gồm, ngoại trừ:**

a. Hiệu lực pháp lý của các thông điệp dữ liệu b. Yêu cầu về Văn bản

c. Yêu cầu về Chữ kí d. Vận đơn điện tử

**Câu 11: Chỉ ra mệnh đề không đúng.**

a. Tại nhiều quốc gia, các bản ghi điện tử đã được chấp nhận là bằng chứng

b. Hiệu lực pháp lý, giá trị hay hiệu lực thi hành của thông tin thường vẫn bị phủ nhận vì nó được thể hiện dưới dạng thông điệp dữ liệu mà không phải bằng giấy

c. Quy tắc bằng chứng tốt nhất hay bằng chứng bổ sung khi áp dụng với thông điệp dữ liệu thì cũng không thay đổi hiệu lực pháp lý và giá trị làm bằng chứng của các thông điệp này

d. Trong trường hợp không có chứng từ gốc, một thông điệp dữ liệu hoặc một bản in từ máy tính có thể được coi là bằng chứng tốt nhất

**Câu 12: “Bằng văn bản” theo luật của Úc, được hiểu là, ngoại trừ:**

a. Bất kì giấy tờ hoặc chất liệu nào có chữ trên đó

b. Bất kì giấy tờ hoặc chất liêu nào có các kí hiệu, hình ảnh… có ý nghĩa và có thể hiểu được

c. Bất kì đồ vật hoặc chất liệu nào phát ra hình ảnh hoặc chữ viết mà có thể tái tạo lại được

d. Các hình thức khác chữ trên giấy hoặc chất liệu tương tự đều không được chấp nhận

**Câu 13: Việc chứng thực một thông điệp điện tử bằng …………là để cho người nhận thông điệp đó hay bên thứ ba biết được nguồn gốc của thông điệp cũng như ý chí của bên đưa ra thông điệp đó.**

a. Mã khó bí mật b. Mã khó công cộng

c. Chữ kí điện tử d. Cơ quan chứng thực

**Câu 14: Incoterms 2000 và eUCP 1.0 đều:**

a. Có quy định chi tiết và rõ ràng về các chứng từ điện tử

b. Có quy định và đề cập đến những nội dung cơ bản về chứng từ điện tử

c. Chưa có quy định cụ thể về chứng từ điện tử

d. Chấp nhận tất cả chứng từ điện tử

**Câu 15: Chỉ ra định nghĩa TMĐT theo chiều ngang?**

a. MSDP b. MSPD c. MDSP d. MDPS

**Câu 16: Chỉ ra định nghĩa TMĐT theo chiều dọc?**

a. IMBSA b. IMBAS c. IBMSA d. IBMAS

**Câu 17: Đặc trưng nào không phải của riêng TMĐT?**

a. Các bên giao dịch không cần gặp trực tiếp, không cần biết nhau từ trước

b. Xoá nhoà khái niệm biên giới quốc gia

c. Sự tham gia của cơ quan chứng thực là tất yếu

d. Thông tin thị trường trở thành công cụ cạnh tranh đắc lực

**Đáp án bài 5:**

Câu 1 : D Câu 2 : A Câu 3 : C Câu 4 : C

Câu 5 : B Câu 6 : D Câu 7 : D Câu 8 : B

Câu 9 : B Câu 10 : D Câu 11 : B Câu 12 : D

Câu 13 : C Câu 14 : B Câu 15 : A Câu 16 : A

Câu 17 : D

**BÀI 6:**

**Câu 1: Các mô hình kinh doanh sau đây, mô hình nào không phù hợp với môi trường kinh doanh trên Internet?**

a. Marketing liên kết b. Đấu giá

c. Chuyển phát nhanh d. Khách hàng tự đặt giá

**Câu 2: Công ty XYZ có dịch vụ giúp các cá nhân bán hàng cho các cá nhân khác và thu một khoản phí trên các giao dịch được thực hiện. Mô hình kinh doanh EC nào được công ty sử dụng?**

a. B2B b. B2C c. C2C d. P2P

**Câu 3: Cá biệt hoá rộng rãi cho phép công ty có thể:**

a. Sản xuất số lượng lớn sản phẩm giống nhau

b. Sản xuất các sản phẩm phù hợp từng nhóm khách hàng

c. Sản xuất số lượng lớn sản phẩm phù hợp từng cá nhân

d. Hiểu được những nhu cầu cụ thể của số đông khách hàng để từ đó tạo ra những sản phẩm thành công

**Câu 4: Nhận xét nào không phải là hạn chế của TMĐT?**

a. Một số khách hàng thích kiểm tra hàng hoá thực khi mua

b. Tốc độ đường truyền Internet ngày càng nhanh hơn

c. Vấn đề an ninh còn ít được chú ý và đang trong giai đoạn xây dựng

d. Các phần mềm ứng dụng thay đổi thường xuyên

**Câu 5: Công ty XYZ bán hàng hoá cho các khách hàng cá nhân, mô hình nào được sử dụng?**

a. B2B b. B2C c. C2C d. P2P

**Câu 6: Chỉ ra hạn chế của TMĐT.**

a. Khả năng hoạt động liên tục 24/7

b. Liên kết với hệ thống thông tin của nhà cung cấp, nhà phân phối

c. Yêu cầu về hệ thống phần cứng, phần mềm, nối mạng

d. Mở rộng thị trường

**Câu 7: Chỉ ra lợi ích của TMĐT.**

a. Khắc phục hạn chế về đường truyền

b. Mọi người có thể giao tiếp dễ dàng hơn

c. Khách hàng mua hàng có thể yên tâm hơn về an ninh TMĐT

d. TMĐT và các công nghệ liên quan ngày càng phát triển mạnh

**Câu 8: TMĐT làm giảm chu kì của các hoạt động sau, ngoại trừ:**

a. Sự thoả mãn của khách hàng b. Các chiến lược marketing

c. Vòng đời sản phẩm d. Thời gian tung sản phẩm ra thị trường

**Câu 9: Tại sao TMĐT B2C lại kém hấp dẫn hơn so với B2B?**

a. Dễ tiến hành hơn b. Chi phí đầu tư và thực hiện thấp hơn

c. Số lượng khách hàng lớn hơn d. Xung đột trong kênh phân phối

**Câu 10: Công ty XYZ giúp các cá nhân trao đổi các sản phẩm số hoá, mô hình kinh doanh đã được áp dụng là mô hình nào?**

a. B2B b. B2C c. C2C d. P2P

**Câu 11: Công ty ABC có nhiều chi nhánh đã thiết kế được hệ thống thông tin của mình cho phép truy cập từ bên ngoài thông qua Internet. Công ty sẽ liên kết các chi nhánh này với nhau. Mạng của công ty thuộc loại gì?**

a. Internet b. Intranet c. Extranet d. VPN

**Câu 12: Công ty XYZ bán nhiều loại sản phẩm thông qua website của mình, họ đang sử dụng mô hình kinh doanh nào?**

a. Marketing liên kết b. Đấu giá trực tuyến

c. Bán lẻ trực tuyến d. Khách hàng tự định giá

**Câu 13: ABC là một hiệp hội giúp các thành viên của mình mua sắm với giá thấp hơn khi mua số lượng lớn. Mô hình kinh doanh mà ABC đang sử dụng là mô hình gì?**

a. Mua sắm theo nhóm b. Đấu giá trực tuyến

c. Marketing liên kết d. Khách hàng tự định giá

**Đáp án bài 6:**

Câu 1 : C Câu 2 : C Câu 3 : C Câu 4 : B

Câu 5 : B Câu 6 : C Câu 7 : B Câu 8 : A

Câu 9 : D Câu 10 : D Câu 11 : C Câu 11 : C

Câu 13 : A

**BÀI 7:**

**Câu 1: Yếu tố nào không phải chức năng của thị trường?**

a. Kết nối người mua và người bán

b. Tạo điều kiện để tiến hành giao dịch

c. Đảm bảo lợi nhuận cho người môi giới

d. Cung cấp môi trường để tiến hành các hoạt động kinh doanh

**Câu 2: Chỉ ra trung gian**

a. Một hãng marketing chuyên cung cấp các quảng cáo

b. Hệ thống máy tính, phần mềm kết nối những người mua và người bán

c. Người bán cung cấp các sản phẩm đến khách hàng

d. UPS cung cấp các sản phẩm đến khách hàng

**Câu 3: Giảm chi phí tìm kiếm của khách hàng cho phép họ:**

a. Tìm kiếm nhiều sản phẩm và giá cả để lựa chọn tốt nhất

b. Thực hiện các quyết định mua sắm đúng đắn

c. Tính toán được chi phí của sản phẩm

d. Thương lượng được giá tốt nhất

**Câu 4: Hoạt động nào không được sử dụng để làm tăng lòng tin về chất lượng?**

a. Mẫu hàng miễn phí b. Giảm giá

c. Chính sách trả lại hàng d. Bảo hành

**Câu 5: Theo chiến lược khác biệt hoá sản phẩm, định giá căn cứ vào:**

a. Chi phí sản xuất

b. Chi phí của sản phẩm tương tự

c. Giá trên thị trường

d. Mức giá khách hàng sẵn sàng chấp nhận thanh toán

**Câu 6: Chỉ ra yếu tố không thuộc Năm lực lượng cạnh tranh của Michael Porter?**

a. Đe doạ từ phía các sản phẩm thay thế b. Sức ép từ phía nhà cung cấp

c. Sức ép từ phía đối thủ cạnh tranh d. Tác động của hệ thống thông tin TMĐT

**Câu 7: Tại sao người kinh doanh muốn cá biệt hoá sản phẩm?**

a. Có thể định giá cao hơn

b. Giảm chi phí sản xuất

c. Trong TMĐT yêu cầu phải cá biệt hoá

d. Khách hàng có xu hướng chỉ chấp nhận các sản phẩm cá biệt hoá

**Câu 8: Chỉ ra ví dụ của việc tiếp tục sử dụng trung gian trong kinh doanh.**

a. Sử dụng nhân viên bán hàng để thương lượng các hợp đồng lớn, phức tạp

b. Mua vé máy bay trực tiếp từ hãng hàng không

c. Mua bảo hiểm từ công ty thay vì qua đại lý

d. Mua bán chứng khoán qua Internet thay vì dựng môi giới

**Câu 9: Chỉ ra yếu tố là hạn chế của đấu giá truyền thống.**

a. Thời gian tiến hành b. Thời gian kiểm tra

c. Khả năng kĩ thuật của người mua d. Yêu cầu hiện diện thực tế

**Câu 10: Chỉ ra yếu tố không phải là lợi ích của đấu giá với người bán?**

a. Nhiều khách hàng b. Giải trí

c. Nhanh chóng thu được tiền d. Loại bỏ các trung gian

**Câu 11: Chỉ ra các bước trong quá trình mặc cả trên mạng.**

a. Tìm kiếm. lựa chọn, thương lượng, hoàn thành giao dịch

b. Tìm kiếm, lựa chọn, thương lượng, tiếp tục lựa chọn, thương lượng, hoàn thành giao dịch

c. Tìm kiếm, thương lượng, lựa chọn, hoàn thành giao dịch

d. Tìm kiếm, thương lượng, lựa chọn, tiếp tục lựa chọn và thương lượng, hoàn thành giao dịch

**Câu 12: Chỉ ra hạn chế của đấu giá:**

a. Quy mô thị trường b. Đa dạng hoá các sản phẩm chào bán

c. Có nguy cơ giả mạo d. Bán hàng linh hoạt

**Đáp án bài 7:**

Câu 1 : C Câu 2 : B Câu 3 : A Câu 4 : B

Câu 5 : D Câu 6 : D Câu 7 : A Câu 8 : A

Câu 9 : A Câu 10 : B Câu 11 : B Câu 12 : C

**BÀI 8:**

**Câu 1: Jeff muốn mua hàng trên mạng nhưng không tin tưởng vào chính sách bảo mật thông tin cá nhân, anh ta có thể sử dụng công cụ nào trên mạng để tham khảo?**

a. Shopbot b. Trust verification site

c. Business rating site d. Shopping portals

**Câu 2: Các site đánh giá độ tin cậy của các site thương mại điện tử khác. Các đánh giá này có độ tin cậy như thế nào?**

a. Rất cao, các đánh giá bảo đảm độ tin cậy tuyệt đối của các site được đánh giá

b. Trung bình, thông thường mức đánh giá được tham khảo để khách hàng quyết định

c. Thấp, công ty nào cũng được đánh giá là tốt

d. Thấp, công ty nào bị coi là không đáng tin cậy thì mới được đánh giá

**Câu 3: Một site cung cấp nội dung miễn phí, tuy nhiên , trên các banner có những quảng cáo, công ty đang sử dụng mô hình kinh doanh nào?**

a. Sponsorship Model b. Transaction Model

c. Subscription Model d. Advertisintg-supported Model

**Câu 4: Chỉ ra ví dụ của mô hình bán lẻ qua mạng.**

a. Cửa hàng A không có trụ sở thực và bán nhiều loại hàng hoá qua mạng Internet

b. Cửa hàng B không có trụ sở thực và bán một số sản phẩm nhất định qua mạng

c. Cửa hàng C có trụ sở thực và có website, bán nhiều loại hàng hoá

d. Cửa hàng D có trụ sở thực và bán nhiều loại hàng hoá

**Câu 5: Chỉ ra dịch vụ Không được các công ty du lịch qua mạng cung cấp.**

a. Bán và đặt vé b. Thông tin giới thiệu

c. Giảm giá vé máy bay d. Máy tính chuyển đổi tiền

**Câu 6: Các đại lý trên mạng không tạo ra thay đổi nào dưới đây đối với ngành du lịch?**

a. Các dịch vụ cá biệt hoá nhiều hơn b. Tiện lợi hơn

c. Hiểu biết nhiều về sản phẩm hơn d. Chi phí cao hơn do giảm bớt nhiều dịch vụ

**Câu 7: Đe doạ nghiêm trọng nhất đối với các đại lý du lịch truyền thống là gì?**

a. Giá thấp hơn b. Các đại lý ảo qua mạng

c. Dịch vụ tự động d. Dịch vụ liên tục 24/24

**Câu 8: Chỉ ra yếu tố không phải là động lực trong thị trường lao động qua mạng?**

a. Quy mô của thị trường lao động b. Chi phí

c. Thời gian tìm kiếm d. Tốc độ giao tiếp

**Câu 9: Chỉ ra yếu tố không phải lợi thế của thị trường lao động qua mạng đối với người lao động?**

a. Tốc độ giao tiếp b. Khả năng tìm kiếm nhiều vị trí hơn

c. Khả năng đánh giá giá trị của mình d. Số người sử dụng Internet còn thấp

**Câu 10: Chỉ ra yếu tố không phải lợi thế của Internet khi hỗ trợ các giao dịch về bất động sản?**

a. Xem sản phẩm qua mạng, tiết kiệm thời gian

b. Sắp xếp các sản phẩm theo thuộc tính để đánh giá nhanh hơn

c. Thông tin chi tiết về sản phẩm

d. Dịch vụ qua mạng giảm nhu cầu đến tận nơi để xem

**Câu 11: Trong các công ty sau, công ty nào không mua bán chứng khoán qua mạng?**

a. Priceline.com b. Schwab.com

c. E-Trade.com d. Datek.com

**Câu 12: Dịch vụ nào không thuộc khả năng của Home Banking?**

a. In séc mới từ Internet b. Thanh toán hoá đơn

c. Xem thông tin về tài khoản d. Chuyển tiền giữa các tài khoản

**Câu 13: Chỉ ra yếu tố không phải là lợi thế của Online Banking?**

a. Thanh toán hoá đơn qua mạng b. Truy cập mọi lúc

c. Giao tiếp trực tiếp với nhân viên d. Xem chi tiết các giao dịch đã thực hiện

**Câu 14: Các nội dung được xuất bản nhưng chỉ có thể đọc được qua máy vi tính hay các thiết bị cầm tay là ví dụ nào của xuất bản điện tử?**

a. Edu-tainment b. E-book

c. P2P d. Distance Learning

**Đáp án bài 8:**

Câu 1 : B Câu 2 : B Câu 3 : D Câu 4 : A

Câu 5 : C Câu 6 : D Câu 7 : B Câu 8 : A

Câu 9 : D Câu 10 : D Câu 11 : A Câu 11 : A

Câu 13 : C Câu 14 : B

**BÀI 9:**

**Câu 1: Một website có 10000 người xem một ngày nhưng chủ website không thể biết chính xác những người xem đó giống hay khác nhau. 10000 lần mở website này được gọi là:**

a. Impression b. Unique visitors

c. Hits d. Cookies

**Câu 2: Chỉ ra lý do không làm quảng cáo trên Internet ngày càng phát triển.**

a. Các quảng cáo được cập nhật dễ dàng

b. Quảng cáo có thể sử dụng nhiều phương tiện khác nhau

c. Số người dựng Internet đạt mức bão hồ

d. Web TV đã phát triển để người sử dụng Internet có thể tiếp cận

**Câu 3: Chỉ ra yếu tố không phải hạn chế của quảng cáo trực tuyến.**

a. Chưa có tiêu chuẩn chung để đánh giá b. Khó phân đoạn thị trường

c. Khó đo lường quy mô thị trường d. Khó so sánh các cơ hội quảng cáo

**Câu 4: Chỉ ra yếu tố không phải lợi ích của quảng cáo bằng banner trên mạng.**

a. Dẫn người sử dụng đến website được quảng cáo

b. Người xem bị buộc phải xem banner quảng cáo

c. Thay đổi nội dung phù hợp thị trường mục tiêu

d. Chi phí thấp

**Câu 5: Công ty A đăng quảng cáo trên hàng loạt các website khác đồng thời bán lại chỗ để quảng cáo trên website của mình, chiến lược công ty sử dụng là gì?**

a. Skyscaper Ad b. Banner exchange

c. Banner swapping d. Customized banner

**Câu 6: Tạo sao email được sử dụng phổ biến trong quảng cáo điện tử?**

a. Phản hồi nhanh từ phía khách hàng tiềm năng

b. Khách hàng có số lượng message giảm dần

c. Không có phản ứng dữ dội từ phía khách hàng

d. Chi phí cao khiến ngày càng ít người sử dụng phương thức này

**Câu 7: Công ty ABC cho phép người sử dụng sản phẩm thảo luận về sản phẩm, công dụng, cách sử dụng …....... trên website của mình, công ty đang sử dụng hình thức gì?**

a. Email b. Emercial c. Chat rooms d. Banner

**Câu 8: Công ty ABC gửi những email đến các khách hàng trung thành của mình, công ty hi vọng rằng những khách hàng này sẽ chuyển tiếp những thông điệp đến bạn bè, đồng nghiệp của họ, hình thức marketing này được gọi là gì?**

a. Push marketing b. Pull marketing

c. Test marketing d. Viral marketing

**Câu 9: Các website cho phép khách hàng:**

a. Tìm giá tốt nhất của một sản phẩm nhất định giữa những người cung cấp là thành viên của site

b. Tìm giá tốt nhất của sản phẩm trên Internet

c. Đưa ra quyết định tốt nhất để mua một sản phẩm

d. Xác định xem một sản phẩm có được định giá hợp lý hay không

**Câu 10: Công ty ABC cho thuê chỗ để quảng cáo và tính phí trên số lượng người truy cập website của khách hàng thông qua banner này, đây là mô hình quảng cáo gì?**

a. Page views b. Click throughs

c. Hits d. Actual Purchases

**Câu 11: Chỉ ra yếu tố không phải là lợi thế của online catalogue đối với catalogue truyền thống.**

a. Đòi hỏi kĩ năng về tin học b. Cá biệt hoá đơn giản

c. Dễ cập nhật d. Có khả năng so sánh dễ dàng hơn

**Câu 12: Cindy xem một catalogue trên mạng. Dựa vào những sản phẩm mà Cindy xem, website tự xây dựng một danh mục các sản phẩm cho Cindy. Catalogue kiểu này được gọi là website gì?**

a. Catalogue động b. Catalogue so sánh

c. Catalogue cá biệt hoá d. Pointcast

**Câu 13: Điều gì không bị coi là vi phạm đạo đức kinh doanh đối với người sử dụng web?**

a. Bán danh sách thông tin khách hàng mà không được sự đồng ý của họ

b. Sử dụng cookies

c. Bán hàng trên mạng

d. Spamming

**Câu 14: Yếu tố nào là không cần thiết khi tiến hành quảng cáo trên mạng**

a. Phối hợp quảng cáo truyền thống b. Xác định khách hàng mục tiêu

c. Khách hàng mục tiêu cần online d. Có phần cứng phù hợp

**Đáp án bài 9:**

Câu 1 : A Câu 2 : C Câu 3 : B Câu 4 : D

Câu 5 : B Câu 6 : A Câu 7 : C Câu 8 : D

Câu 9 : A Câu 10 : B Câu 11 : A Câu 11 : C

Câu 13 : C Câu 14 : A