

.Có mấy cách phân loại thẻ thanh toán trong TMĐT

(0.5/0.5 Điểm)

- A. 4
- B. 5
- C. 2
- D. 3

2.Chỉ ra yếu tố KHÔNG phải là hạn chế của Thương mại điện tử

(0/0.5 Điểm)

- A. **Khác biệt về văn hoá của những người sử dụng Internet**
- B. Vấn đề an toàn trong các giao dịch
- C. Sự thống nhất về phần cứng, phần mềm
- D. Thay đổi thói quen mua sắm truyền thống

3.Công ty ABC gửi những e-mail đến các khách hàng trung thành của mình. Công ty hy vọng rằng những khách hàng này sẽ chuyển tiếp những thông điệp đến bạn bè, đồng nghiệp, người quen của họ. Hình thức marketing này được gọi là gì?

- A. (0/0.5 Điểm)
- B. Pull marketing
- C. Push marketing
- D. **Viral marketing**
- E. Test marketing

4.Chỉ ra sàn giao dịch của nhà nước

(0/0.5 Điểm)

- A. <http://www.worldtradeB2B.com>
- B. **<http://www.vnemart.com.vn>**
- C. <http://www.export.com.vn>
- D. <http://www.vnet.vn>

5.Đặc trưng nào không phải của riêng TMĐT

- A. Xoá nhòa khái niệm biên giới quốc gia
- B. **Thông tin thị trường trở thành công cụ cạnh tranh đặc lực**
- C. Các bên giao dịch không cần gặp trực tiếp, không cần biết nhau từ trước

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

6. Chỉ ra yếu tố KHÔNG phải lợi thế của Internet khi hỗ trợ các giao dịch về bất động sản

(0/0.5 Điểm)

- A. Sắp xếp các sản phẩm theo thuộc tính để đánh giá nhanh hơn
- B. Thông tin chi tiết về sản phẩm rút ngắn thời gian ra quyết định mua
- C. Xem sản phẩm qua mạng, tiết kiệm thời gian
- D. Dịch vụ qua mạng giảm nhu cầu đến tận nơi để xem**

7. Chỉ ra yếu tố quan trọng nhất đối với một website hiện nay

(0/0.5 Điểm)

- A. Mua tên miền và dịch vụ hosting
- B. Tổ chức các nội dung của website
- C. Duy trì và phát triển**
- D. Thiết kế website và cập nhật

8. Công nghệ mã hóa không đối xứng (sử dụng cặp khóa bí mật và công khai) không giải quyết được vấn đề nào

(0.5/0.5 Điểm)

- A. Đảm bảo tính toàn vẹn thông điệp
- B. Bí mật của hệ thống thông tin trong quá trình giao dịch**
- C. Đảm bảo bí mật của thông điệp trong quá trình trao đổi thông tin
- D. Xác thực được người khởi tạo thung điệp

9. Sử dụng email lan toả (viral marketing) có lợi ích điển hình là

(0/0.5 Điểm)

- A. Sử dụng được kho địa chỉ và uy tín của người gửi và người nhận
- B. Sử dụng được uy tín của người quảng cáo
- C. Sử dụng được uy tín của người nhận**
- D. Sử dụng được kho địa chỉ email của người quảng cáo

10. Chỉ ra yếu tố KHÔNG phải là lợi ích của Hợp đồng điện tử



(0.5/0.5 Điểm)

- A. Tăng thêm thị phần cho doanh nghiệp trên thị trường quốc tế**
- B. Tiến tới thế giới tự động hoá trong kinh doanh
- C. Đảm bảo sự an toàn và chính xác, tránh giả mạo
- D. Tiết kiệm thời gian và chi phí cho các bên tham gia

11. Các mô hình kinh doanh thương mại điện tử thực chất là
(0.5/0.5 Điểm)

- A. Sự nâng cấp các mô hình kinh doanh truyền thống và các mô hình kinh doanh hoàn toàn mới**
- B. Các mô hình kinh doanh truyền thống và các mô hình hoàn toàn mới trên Internet
- C. Các mô hình kinh doanh truyền thống đặt trong môi trường thương mại điện tử
- D. Sự nâng cấp các mô hình kinh doanh truyền thống bằng CNTT

12. Để thực hiện các giao dịch điện tử (B2B) các bên cần có bằng chứng đảm bảo chữ ký trong hợp đồng điện tử chính là của bên đối tác mình đang tiến hành giao dịch. Để đảm bảo như vậy cần

(0.5/0.5 Điểm)

- A. Có tổ chức trung gian lớn, có uy tín, có khả năng tài chính đảm bảo**
- B. Có ngân hàng lớn, có uy tín, tiềm lực tài chính lớn đảm bảo
- C. Có cơ quan quản lý nhà nước đảm bảo
- D. Có tổ chức quốc tế có uy tín đảm bảo

13. Chỉ ra yếu tố KHÔNG phải là lợi ích của Thương mại điện tử
(0/0.5 Điểm)

- A. Giao dịch an toàn hơn**
- B. Tăng thêm cơ hội kinh doanh
- C. Giảm chi phí, tăng lợi nhuận
- D. Dịch vụ khách hàng tốt hơn

14. Công cụ nào được sử dụng phổ biến để quảng cáo
(0/0.5 Điểm)

- A. Chat
- B. E-mail**
- C. Web-based questionnaires
- D. Forum

15. Hoạt động marketing điện tử nào có thể triển khai dễ nhất

- A. Thiết kế sản phẩm mới qua mạng
- B. Nghiên cứu thị trường qua mạng
- C. Cung cấp dịch vụ khách hàng

D. Quảng cáo sản phẩm mới

16. Hiện sử dụng các trang web giả mạo để qua đó lấy tên và mật khẩu của khách hàng là

A. Spoofing

B. DOS

C. Hacking

D. Sniffing

17. 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. Virtual private network

18. Các yếu tố ảnh hưởng đến từ khóa trên công cụ tìm kiếm trong TMĐT là (0.5/0.5 Điểm)

A. Tần số xuất hiện của từ khoá, vị trí của từ khoá, độ lớn của từ khoá, tính nổi bật của từ khoá

B. Độ lớn của từ khoá, tính nổi bật của từ khoá, vị trí của từ khoá

C. Tính nổi bật của từ khoá, vị trí của từ khoá, tần số xuất hiện của từ khoá

D. Độ lớn của từ khoá, tần số xuất hiện của từ khoá, tính nổi bật của từ khoá

19. Các hình thức quảng cáo trên website:

(0/0.5 Điểm)

A. Tài trợ cho một website hay một bản tin điện tử

B. Đặt banner quảng cáo

C. Quảng cáo trong các tạp chí điện tử

D. Cả 3 phương án được nêu ra

20. Hoạt động marketing điện tử nào được sử dụng phổ biến nhất ở VN hiện nay

A. Nghiên cứu thị trường

B. E-mail quảng cáo

C. FAQ

D. Dịch vụ khách hàng qua mạng

21. Phương tiện thanh toán điện tử được dùng phổ biến nhất

(0/0.5 Điểm)

A. Thẻ ghi nợ

B. Thẻ thông minh

C. Tiền điện tử

D. Thẻ tín dụng

22. Thời gian mà một nhà marketing kiểm soát được khách hàng của họ qua màn hình máy tính là:

(0/0.5 Điểm)

A. 45 giây

B. 30 giây

C. 15 giây

D. 60 giây

23. Chỉ ra yếu tố KHÔNG phải là lợi ích của hợp đồng điện tử

(0.5/0.5 Điểm)

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

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

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

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

24. Website của người bán bị tấn công thuộc rủi ro

(0/0.5 Điểm)

A. Rủi ro về thủ tục, quy trình giao dịch

B. Rủi ro về công nghệ

C. Rủi ro về luật pháp, tiêu chuẩn công nghiệp

D. Rủi ro dữ liệu

E. 25. Đây là mô hình phát triển của TMĐT

(0/0.5 Điểm)

EDI=>EFT=>EC=>B2C=>B2B=>B2E=>B2G

EFT=>EDI=>EC=>B2C=>B2B=>B2G=>B2E

EFT=>EDI=>EC=>B2C=>B2B=>B2E=>B2G

.EDI=>EFT=>EC=>B2B=>B2C=>B2E=>B2G

26. Trong giai đoạn phát triển nhất của thương mại điện tử hiện nay, doanh nghiệp có thể cung cấp chức năng

(0/0.5 Điểm)

Thực hiện các giao dịch và chia sẻ thông tin với các đối tác, nhà cung cấp và khách hàng

Giao dịch, chia sẻ thông tin và phối hợp hoạt động với các bên liên quan

Xử lý các đơn đặt hàng và thanh toán qua mạng

Chấp nhận và xử lý các đơn đặt hàng tự động

27. Chỉ ra hạn chế của Thương mại điện tử

(0/0.5 Điểm)

A. Khó mở rộng ra thị trường quốc tế

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

C. Khả năng hoạt động liên tục 24/7

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

28. Chỉ ra rủi ro KHÔNG cùng loại với ba rủi ro khác

A. Các đoạn mã nguy hiểm (virus, sâu máy tính...)

B. Rủi ro khước từ dịch vụ (Denial Of Service)

C. Tin tặc, các chương trình phá hoại

D. Rủi ro về đường truyền và lỗi phần mềm

29. Quy trình ứng dụng TMĐT nào là đúng đối với doanh nghiệp xuất nhập khẩu

(0/0.5 Điểm)

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

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

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

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

30. Sự khác biệt giữa hợp đồng truyền thống và điện tử thể hiện rõ nhất ở

(0/0.5 Điểm)

A. Đối tượng của hợp đồng

B. Chủ thể của hợp đồng

C. Hình thức của hợp đồng

D. Nội dung của hợp đồng

31. Các phương pháp xác định thị trường mục tiêu trong TMĐT

- A. Tham gia các câu lạc bộ; diễn đàn
- B. Điều tra khách hàng quen thuộc, theo dõi khách hàng truy cập,
- C. Tạp chí điện tử, phân tích cạnh tranh
- D. Cả 3 phương án được nêu ra**

32. Các phương tiện Marketing trực tuyến:

(0/0.5 Điểm)

- A. Quảng cáo trực tuyến, thư điện tử, catalogue điện tử, dịch vụ trực tuyến, công cụ tìm kiếm
- B. Quảng cáo trực tuyến, thư điện tử, catalogue điện tử, chương trình đại lý, công cụ tìm kiếm**
- C. Quảng cáo trực tuyến, thư điện tử, catalogue điện tử, điều tra trực tuyến, công cụ tìm kiếm.
- D. Quảng cáo trực tuyến, thư điện tử, catalogue điện tử, phiếu thưởng trực tuyến, công cụ tìm kiếm.

33. Tiền điện tử chỉ có thể

- A. Cất giữ online
- B. Tiêu dùng một lần
- C. Cất giữ offline
- D. Cả 3 phương án được nêu ra**

34. Trên sàn giao dịch hiện nay các doanh nghiệp KHÔNG thể làm gì

- A. Giới thiệu hàng hoá, dịch vụ
- B. Ký kết hợp đồng**
- C. Tìm kiếm khách hàng
- D. Quảng cáo

35. Yêu cầu đối với người làm Marketing trực tuyến

(0/0.5 Điểm)

- A. Hiểu biết về công nghệ thông tin và xử lý thông tin nhanh
- B. Hiểu biết về CNTT, xử lý thông tin nhanh, vốn tri thức và kỹ năng quản lý thông tin**
- C. Hiểu biết về marketing và công nghệ thông tin
- D. Vốn tri thức, kỹ năng quản lý thông tin và xử lý thông tin nhanh

36. Chỉ ra yếu tố KHÔNG phải là lợi thế của Online Banking

- A. Truy cập mọi lúc
- B. Thanh toán hoá đơn qua mạng
- C. Giao tiếp trực tiếp với nhân viên**
- D. Xem chi tiết các giao dịch đã thực hiện

37. Thanh toán B2B thường không được thực hiện trực tuyến bằng thẻ tín dụng vì

- A. Chi phí khởi tạo cao
- B. Không an toàn
- C. Giá trị giao dịch lớn**
- D. Cả 3 phương án được nêu ra

38. Các vấn đề chính được đề cập trong các nguồn luật điều chỉnh Thương mại điện tử gồm, ngoại trừ

- A. Yêu cầu về “văn bản” và Yêu cầu về “chữ ký”**
- B. Hiệu lực pháp lý của các thông điệp dữ liệu
- C. Vận đơn điện tử
- D. Chứng từ sở hữu và khả năng chuyển nhượng đối với hàng hoá

39. Website www.tsn.com là website cung cấp thông tin về

- A. Các mặt hàng cần mua và doanh nghiệp nhập khẩu trên thế giới
- B. Các thông tin về triển lãm thương mại quốc tế**
- C. Các thông tin về đấu giá quốc tế
- D. Các mặt hàng cần bán và doanh nghiệp xuất khẩu trên thế giới

40. 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 truyền thống có được

Khoá công cộng

Khoá bí mật

Chữ ký điện tử

Danh sách câu hỏi

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

Câu 16. 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 17. 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 tùy các nước quy định
- D. Thời điểm xác nhận đã nhận được chấp nhận được gửi đi

Câu 18. Nội dung gì của hợp đồng điện tử không khác với hợp đồng truyền 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 19. 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 20. 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 21. Để thực hiện các giao dịch điện tử B2B các bên cần có bằng chứng đảm bảo chữ kí trong hợp đồng điện tử 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 22. 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 23. Phương tiện thanh toán điện tử nào được dụng phổ biến nhất?

A. Thẻ tín dụng

B. Thẻ ghi nợ

C. Thẻ thông minh

D. Tiền điện tử

Câu 24. 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 25. Doanh thu bán lẻ trên mạng ở Mỹ 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 26. Trong các luật sau, luật nào không áp dụng ở Mỹ?

A. UETA

B. UCITA

C. E-SIGN

D. E-SIGNATURE

Câu 27. 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 28. 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 29. Trung bình số chuyên viên CNTT/ Số doanh nghiệp khoảng

- A. 30000/100000**
- B. 20000/100000
- C. 30000/150000
- D. 20000/80000

Câu 30. 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**

Câu 31. 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 32. 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 33. 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 34. Tổ chức nào đã 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 35. 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 36. 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 37. Chỉ ra các ví dụ thành công điển hình của e-marketspace.

A. Amazon.com

B. Hp.com

C. Jetro.go.jp

D. Alibaba.com

Câu 38. Website wtpfed.org là mô hình

A. B2C

B. B2B

C. B2G

D. G2B

Câu 39. 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 40. 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 41. 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 42. 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 43. 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 44. Website nào không hỗ trợ về bảo mật thông tin cá nhân

A. W3C (P3P)

B. BBBOnline

C. BetterWeb

D. Intracen

Câu 45. 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 46. Chỉ ra yếu tố quan trọng nhất đối với một website?

A. Mua tên miền và dịch vụ hosting

B. Tổ chức các nội dung website

C. Thiết kế website

D. Bảo trì và cập nhật thông tin

Câu 47. 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 48. 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 trường 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 49. 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 50. 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 51. 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 52. 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 53. 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 54. 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 chữ 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 55. 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 56. 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 57. Công ước E-terms là do tổ chức nào đưa ra?

A. ICC

B. UNCITRAL

C. ITC

D. WTO

Câu 58. 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 59. 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

Câu 60. 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**

Phần 2

Câu 1. 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 2. 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 3. 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 4. 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 5. 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 6. 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 7. 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 8. 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 9. 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 10. 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 11. “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 liệu 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 12. 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 13. 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 14. Chỉ ra định nghĩa TMĐT theo chiều ngang?

A. MSDP

B. MSPD

C. MDSP

D. MDPS

Câu 15. Chỉ ra định nghĩa TMĐT theo chiều dọc?

A. IMBSA

B. IMBAS

C. IBMSA

D. IBMAS

Câu 16. 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 nhòa 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 đặc lực

Câu 17. 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 18. 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 19. 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 20. 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 21. 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 22. 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 23. 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 24. TMĐT làm giảm chu kỳ 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 25. 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 26. 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 27. 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 28. 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 29. 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

Câu 30. 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 31. 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 32. 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 33. 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 34. 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 35. Chỉ ra yếu tố không thuộc Năm lực lượng cạnh tranh của Michael Porter?

A. Đe dọa 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 36. 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 37. 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 dùng môi giới

Câu 38. 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 kỹ thuật của người mua

D. Yêu cầu hiện diện thực tế

Câu 39. 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 40. 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 41. 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

Câu 42. 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 43. 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 44. 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 45. 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 46. 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 chuyên đổi tiền

Câu 47. 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 48. Đoạ 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 49. 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 50. 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 51. 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 52. 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 53. 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 54. 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 55. 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

Câu 56. 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 57. 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 dùng Internet đạt mức bão hòa

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

Câu 58. 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 59. 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 60. 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. Skyscraper Ad

B. Banner exchange

C. Banner swapping

D. Customized banner

Phần 3

Câu 1. 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 2. 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 3. 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 4. 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 5. 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 6. Chỉ ra yếu tố không phải là lợi thế của online catalogue đối với catalogue truyền thống.

A. Đòi hỏi kỹ năng về tin học

B. Cá biệt hoá đơn giản

C. Dễ cập nhật

D. Có khả năng so sánh dễ dàng hơn

Câu 7. 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 8. 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 9. 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

Câu 10. 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 11. 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. Ví điện tử: E-wallet

B. Séc điện tử: E-cheque

C. Tiền điện tử: E-cash

D. Tiền số hoá: Digital cash

Câu 12. Số lần người xem mở một trang web có chứa quảng cáo được gọi là.

A. Số lượt người xem - ad views

B. Tỷ lệ nhấp chuột - click ratio

C. Tiếp cận quảng cáo - ad reach

D. Chiến lược kéo - pull

Câu 13. Sau đây là các hạn chế không mang tính kỹ thuật đối với TMĐT, ngoại trừ:

A. tốc độ đường truyền chậm khiến việc mua hàng trở nên khó chịu

B. khách hàng thiếu sự tin cậy đối với những giao dịch “giấu mặt” (faceless)

C. lo lắng về an toàn khiến nhiều khách hàng không mua hàng trực tuyến

D. lo lắng về tính riêng tư

Câu 14. Chỉ ra hạn chế khó vượt qua nhất đối với việc ứng dụng và phát triển thương mại điện tử của DN Việt nam hiện nay.

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

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

C. Nhận thức: nhiều doanh nghiệp còn e ngại, chưa đánh giá đúng tầm quan trọng của TMĐT

D. Thương mại: các hoạt động thương mại truyền thống chưa phát triển

Câu 15. Bước đầu tiên trong quá trình thực hiện đơn đặt hàng trực tuyến là gì?

A. Xác nhận chắc chắn khách hàng sẽ thực hiện thanh toán - making sure the customer will pay

B. Kiểm tra nguồn hàng trong kho - checking to assure that the ordered item is in stock

C. Thu xếp dịch vụ vận chuyển - arranging for shipment

D. Sản xuất sản phẩm - producing the product

Câu 16. Về nguyên tắc, khi sử dụng chữ ký số bằng công nghệ khóa công khai:

- A. Người gửi và người nhận mỗi người giữ một khoá và không cho nhau biết
- B. Người gửi biết cả hai khoá còn người nhận chỉ biết một khoá**
- C. Một khoá công khai và một khoá bí mật chỉ người gửi và người nhận biết
- D. Một khoá chuyên dùng để mã hoá và khoá kia chuyên dùng để giải mã

Câu 17. Theo Luật giao dịch điện tử VN: Thời điểm nhận thông điệp dữ liệu là:

- A. Thời điểm thông điệp dữ liệu đó nhập vào hệ thống thông tin của người nhận
- B. Thời điểm thông điệp dữ liệu đó nhập vào hệ thống thông tin do người nhận chỉ định
- C. Thời điểm thông điệp dữ liệu nhập vào bất kỳ hệ thống thông tin nào của người nhận**
- D. Thời điểm thông điệp dữ liệu nhập vào các hệ thống thông tin của người nhận

Câu 18. Việc một website thương mại điện tử tập trung nhiều sản phẩm của nhiều nhà cung cấp khác nhau để nhiều người mua có thể xem xét được gọi là gì?

- A. Sàn giao dịch B2B của người bán - a supplier sell-side B2B site.
- B. Catalogs điện tử - aggregating catalogs.
- C. Mua sắm trực tuyến - E-procurement.
- D. Sàn giao dịch - an exchange.**

Câu 19. Việc đánh giá khả năng mở rộng của hệ thống thương mại điện tử theo nhiều chiều khác nhau để có thể cung cấp thêm các sản phẩm dịch vụ mới được gọi là gì?

- A. information requirements
- B. scalability**
- C. hardware and software resources
- D. flexibility

Câu 20. Chiến lược marketing của Dell được gọi là:

- A. “Cung cấp hàng hóa trực tiếp từ nhà sản xuất” - “direct from manufacturer”**
- B. “Kết hợp mô hình kinh doanh truyền thống với mô hình kinh doanh điện tử” - “clickand-mortar”
- C. “Kinh doanh theo mô hình truyền thống” - “brick-and-mortar”
- D. “Chia sẻ dịch vụ” - “shared service”

Câu 21. Một loại thẻ thanh toán, không có giới hạn nhất định, chủ thẻ phải trả các khoản chi tiêu, mua sắm hàng tháng. Đây là loại thẻ nào?

A. Thẻ tín dụng - credit card.

B. Thẻ ghi nợ - debit card.

C. Thẻ mua hàng - charge card.

D. Thẻ thanh toán điện tử - e-payment card.

Câu 22. Dịch vụ đăng ký search engines của Google là:

A. Google advertisement

B. Google adwords

C. Google y-pages

D. Google gold-pages

Câu 23. Một tổ chức lớn thường mua sắm thông qua hệ thống đấu thầu trực tuyến (a tendering system). Đây là ví dụ của mô hình:

A. marketing trực tiếp (direct marketing).

B. viral marketing.

C. đấu thầu trực tuyến (a reverse auction).

D. marketing liên kết (affiliate marketing).

Câu 24. Công ty ABC gửi những e-mail đến các khách hàng trung thành của mình. Công ty hy vọng rằng những khách hàng này sẽ chuyển tiếp những thông điệp đến bạn bè, đồng nghiệp, người quen của họ. Hình thức marketing này được gọi là gì?

A. Push marketing

B. Pull marketing

C. Email marketing

D. Viral marketing

Câu 25. Luật giao dịch điện tử của Việt Nam đề cập các vấn đề chính sau, ngoại trừ (2 vấn đề):

A. Giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu

B. Thanh toán điện tử

C. Thuế trong các giao dịch điện tử

D. B và C đúng

Câu 26. Sản phẩm cốt lõi của các chương trình học tiếng Anh trực tuyến là gì?

A. Kiến thức và kỹ năng sử dụng tiếng Anh

B. Nội dung bài giảng

C. Âm thanh, hình ảnh và nội dung bài giảng

D. Nội dung bài giảng và các hoạt động hỗ trợ

Câu 27. Dịch vụ kết nối người bán hàng, khách hàng, và các ngân hàng liên quan để thực hiện các giao dịch thanh toán điện tử được gọi là gì?

A. Ngân hàng thông báo - acquiring bank

B. Người bán - merchant

C. Ngân hàng phát hành - issuing bank

D. Dịch vụ thanh toán trực tuyến - payment processing service

Câu 28. Chỉ ra website thương mại điện tử được “định vị” khác với các website khác?

A. Amazon.com: Website có nhiều sản phẩm được bán nhất

B. Dell.com: Công ty cung cấp giải pháp CNTT tốt nhất cho khách hàng

C. Wand.com: Danh bạ công ty toàn cầu lớn nhất

D. Sony.com: Chất lượng sản phẩm tốt nhất

Câu 29. Chỉ ra yếu tố không phải là lợi ích của hợp đồng điện tử:

A. An toàn trong giao dịch, ký kết hợp đồng

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

C. Thuận tiện và dễ sử dụng đối với mọi doanh nghiệp

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

Câu 30. Việc đánh máy tên và địa chỉ công ty ở cuối một e-mail không được coi là chữ ký điện tử an toàn vì:

A. Dữ liệu tạo ra chữ ký điện tử này không gắn duy nhất với người ký

B. Khó phát hiện thay đổi với chữ ký sau khi đó ký

C. Khó phát hiện thay đổi với nội dung sau khi đó ký

D. Chưa có câu trả lời chính xác

Câu 31. Banner quảng cáo ngẫu nhiên sẽ được sử dụng phù hợp trong trường hợp nào dưới đây?

A. Một công ty muốn tập trung vào một đoạn thị trường hẹp

B. Quảng cáo của hãng Dell tập trung vào những người muốn nâng cấp máy tính

C. Quảng cáo của hãng xe Jeep tập trung vào những người thích phiêu lưu

D. Giới thiệu bộ phim mới

Câu 32. Một cá nhân truy cập vào trang web thuộc Bộ tài chính để kê khai các thông tin về thuế thu nhập hàng năm. Đây là ví dụ của mô hình gì?

A. G2B

B. E-government

C. G2E

D. G2G

Câu 33. Tại Việt Nam, các doanh nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng (ví dụ: Kinh Đô, Hải Hà) nên hướng tới mô hình TMĐT nào?

A. Giao dịch, chia sẻ thông tin và phối hợp hoạt động với các bên liên quan

B. Xử lý các đơn đặt hàng và thanh toán qua mạng

C. Chia sẻ thông tin với các đối tác, nhà cung cấp, nhà phân phối

D. Chấp nhận và xử lý các đơn đặt hàng tự động

Câu 34. Khi cần triển khai các ứng dụng thương mại điện tử trong thời gian ngắn, nguồn vốn ít, hệ thống mới không giữ vị trí chiến lược trong hoạt động kinh doanh, lựa chọn nào sau đây là phù hợp nhất?

A. tích hợp ứng dụng doanh nghiệp

B. mua ứng dụng về thương mại

C. outsourcing

D. insourcing

Câu 35. Dr. Tang đặt mua một chiếc laptop tại Denn Computer qua website của công ty. Công ty xác nhận đơn hàng sau 10 phút và hạn giao hàng là 3 ngày. Mỗi ngày sau đó, Denn đều gửi cho Dr. Tang email thông báo về tình hình lắp ráp chiếc laptop theo yêu cầu đó. Khi hàng bắt đầu giao, Dr. Tang nhận được một email thông báo thời gian bắt đầu giao hàng. Đây là ví dụ về:

A. Hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình mua hàng - customer support during purchase

B. Hỗ trợ trước khi mua hàng - pre-purchase support

C. Giao hàng - purchase dispatch

D. Hỗ trợ sau khi mua - postpurchase support

Câu 36. Luật giao dịch điện tử của Việt Nam (Đ18) Trường hợp trước hoặc trong khi gửi thông điệp dữ liệu, người khởi tạo tuyên bố thông điệp dữ liệu chỉ có giá trị khi có thông báo xác nhận thì thông điệp dữ liệu được coi là

..... cho đến khi nhận được thông báo xác nhận đã nhận được thông điệp dữ liệu đó.

A. chưa gửi / người khởi tạo

B. chưa nhận / người khởi tạo

C. chưa gửi / người nhận

D. chưa nhận / người nhận

Câu 37. TS. Lynn thực hiện các khoản thanh toán hàng tháng thông qua một website thanh toán trực tuyến do ngân hàng cung cấp. Đây là ví dụ về:

A. Thanh toán hóa đơn trực tuyến - biller direct

B. Cổng thanh toán hóa đơn trực tuyến - bill consolidator

C. Thẻ tín dụng ảo - virtual credit card

D. Ngân hàng điện tử - online banking

Câu 38. Công ty bán sản phẩm hay dịch vụ trực tuyến, sử dụng thẻ tín dụng là công cụ thanh toán được gọi là gì?

A. Nhà cung cấp dịch vụ - processor

B. Người bán - merchant

C. Ngân hàng phát hành - issuing bank

D. Ngân hàng thông báo - acquiring bank

Câu 39. Công ty EcomPro đã kinh doanh được 50 năm, thế hệ EcomPro3 quyết định mở một kênh bán hàng trực tuyến để tăng cường quảng cáo và bán hàng cho cửa hàng truyền thống. Đây là ví dụ về:

A. Đấu thầu - a reverse auction

B. Cổng thông tin - a portal

C. Cửa hàng trực tuyến - a storefront

D. Mua sắm trực tuyến - e-procurement

Câu 40. Chỉ ra những hoạt động có thể cải tiến để nâng cao hiệu quả các giao dịch thương mại điện tử trực tuyến.

A. tất cả các lựa chọn - may come from within the organization, from improved links with logistics, and through linkages with payment systems.

B. cải tiến hệ thống thanh toán - are accomplished solely through implementing linkages with payment systems.

C. thay đổi cơ cấu trong công ty - are accomplished solely through improvements within the organization.

D. logistics - are accomplished solely through improved links with logistics.

Câu 41. Trong các hình thức hợp đồng điện tử dưới đây, hình thức nào an toàn nhất?

- A. Hợp đồng bằng email
- B. Hợp đồng ký kết trên các sàn giao dịch điện tử
- C. Hợp đồng điện tử sử dụng chữ ký số
- D. Cả A, B, C đều đúng**

Câu 42. Hai sinh viên dùng mạng Internet để trao đổi thông tin, hình ảnh và video clip nhằm thực hiện bài tập lớn ở trường. Đây là ví dụ của:

- A. C2C
- B. P2P**
- C. S2S
- D. B2C

Câu 43. Các vấn đề liên quan đến giới thiệu sản phẩm, giỏ mua hàng, thanh toán, quản lý các đơn đặt hàng, dịch vụ hỗ trợ khách hàng được đề cập đến trong giai đoạn nào khi triển khai thương mại điện tử?

- A. Thiết kế website
- B. Xây dựng mô hình cấu trúc, chức năng cho website
- C. Phân tích SWOT, lập kế hoạch, xác định mục tiêu, vốn đầu tư
- D. Cả A và B đều đúng**

Câu 44. Việc tập hợp và phân tích các dữ liệu về khách hàng thu thập qua website để tìm ra những thói quen mua hàng được gọi là gì?

- A. Khảo sát theo nhóm - focus group surveying
- B. Khảo sát dựa trên nền web - Web-based surveying
- C. Xử lý dữ liệu - data mining**
- D. Theo dõi đơn lẻ - cookie tracking

Câu 45. Hãy chỉ ra những sự khác biệt giữa hợp đồng điện tử và hợp đồng truyền thống?

- A. Chữ ký: chữ ký tay và chữ ký điện tử
- B. Hình thức: trên giấy, thông điệp dữ liệu
- C. Hiện nay, hợp đồng điện tử chưa được sử dụng rộng rãi trên thế giới
- D. Cả 3 đáp án trên đều đúng**

Câu 46. Một công ty xây dựng và quản lý một chợ điện tử giao dịch theo mô hình many-to-many, công ty này được gọi là gì?

- A. “Người truyền tải nội dung” - “content disseminator”
- B. “Môi giới giao dịch” - “transaction broker”
- C. “Marketer lan tỏa” - “viral marketer”
- D. “Người tạo ra thị trường” - “market maker”**

Câu 47. Trang web giúp khách hàng trong quá trình mua hàng được gọi là gì?

- A. Trang trợ giúp
- B. Trang nội dung
- C. Trang giao dịch**
- D. Trang chủ

Câu 48. Một nhà sản xuất lớn có tám nhà máy tại một số địa điểm khác nhau. Công ty có website giới thiệu từng nhà máy trên 10 năm nay, tại đó có thông tin đầy đủ về tên, địa chỉ, điện thoại, email liên hệ cho từng nhà máy. Những thông tin này không thay đổi từ khi website được xây dựng và công ty không có nhu cầu thay đổi các thông tin này. Đây là ví dụ về:

- A. Nội dung tối ưu - optimized content.
- B. Nội dung động - dynamic content.
- C. Nội dung tĩnh - static content.**
- D. Nội dung đặc biệt - premium content.

Câu 49. Những công cụ nào dưới đây được sử dụng để đánh giá hiệu quả hoạt động của website thương mại điện tử?

- A. IMBSA
- B. SWOT
- C. 7C;4N
- D. Cả 3 đáp án trên đều đúng**

Câu 50. Một module trên website cho phép người xem tự do đăng nhập, đặt câu hỏi, bình luận và trao đổi ý kiến gọi là:

- A. Diễn đàn thảo luận điện tử**
- B. Danh sách thảo luận qua email
- C. Chat group
- D. Danh sách chung

Câu 51. Trong thương mại điện tử, các hoạt động sau là ví dụ về hoạt động hỗ trợ khách hàng trực tuyến, ngoại trừ:

A. Cung cấp dữ liệu kịp thời ngay trên website - timeliness of data on the Website

B. Hỗ trợ đối với sản phẩm hư hỏng - product failure rate

C. Thời gian trả lời - response time

D. Sự hiện diện của website - site availability

Câu 52. Một nhà bán lẻ trực tuyến chỉ bán đồ chơi trẻ em. Đây là ví dụ của mô hình TMĐT nào?

A. chuyên môn hóa nhà cung cấp (vendor specialization)

B. củng cố quan hệ khách hàng

C. mua sắm hiệu quả (efficient procurement)

D. cải tiến dây chuyền cung ứng (supply chain improvements)

Câu 53. Nghị định số 57/2006/NĐ-CP về Thương mại điện tử (Đ15): Khách hàng đặt hàng mua sách qua mạng và mắc một lỗi nhập số lượng hàng cần mua, thay vì mua 10 đã nhập nhầm là mua 100 cuốn sách, số tiền thanh toán bằng thẻ tín dụng đã bị trừ đủ cho 100 cuốn sách. Người mua thông báo bằng email cho người bán về lỗi trên ngay sau đó. Một tuần sau, khi nhận được lô hàng, người mua trả lại 90 cuốn sách cho người bán. Người bán không chấp nhận vì hợp đồng đã được thực hiện.

A. Người bán hành động như trên là sai

B. Người mua phải chịu trách nhiệm vì họ gây ra lỗi nhập sai dữ liệu

C. Người mua phải chịu trách nhiệm vì phát hiện lỗi quá muộn

D. Hai bên thương lượng tiếp để giải quyết số sách chênh lệch

Câu 54. Luật giao dịch điện tử của Việt Nam (Đ21): Giao kết hợp đồng điện tử bằng e-mail được chấp nhận nhưng giá trị làm chứng cứ thấp vì những lý do nào sau đây?

A. Độ tin cậy của cách thức khởi tạo, lưu trữ, truyền gửi thông điệp thấp

B. Cách thức bảo đảm và duy trì tính toàn vẹn của thông điệp thấp

C. Khó xác định người ký và sự chấp thuận của người đó đối với nội dung hợp đồng

D. Tất cả đều đúng

Câu 55. Một portal được xây dựng cho toàn bộ các tổ chức thành viên của công ty truy cập được gọi là gì?

A. Cổng thông tin nội bộ

B. Cổng thông tin cá nhân

C. Cung cấp các sản phẩm tự phục vụ

D. Cung thông tin doanh nghiệp

Câu 56. Chỉ ra ví dụ thành công điển hình của mô hình thương mại điện tử e-marketplace:

A. www.jetro.go.jp

B. www.ecvn.gov.vn

C. www.alibaba.com

D. www.vnemart.com

Câu 57. Hiện nay, sau khi có nghị định về chữ ký số và chứng thực điện tử, doanh nghiệp vẫn chưa thể tiến hành hoạt động gì trực tuyến?

A. Đàm phán và ký kết hợp đồng điện tử

B. Tìm kiếm khách hàng và chia sẻ thông tin

C. Ký kết hợp đồng điện tử

D. Giới thiệu hàng hoá, dịch vụ

Câu 58. Thương mại điện tử là gì?

A. Thanh toán qua mạng Internet

B. Buôn bán qua mạng Internet

C. Kinh doanh qua mạng Internet

D. Thực hiện các hoạt động thương mại qua mạng Internet

Câu 59. Loại hình Thương mại điện tử mà đối tác kinh doanh là giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng là:

A. B2B

B. B2C

C. C2C

D. P2P

Câu 60. Website là:

A. Một trang web

B. Một tập hợp gồm một hoặc nhiều trang web với một tên miền nhất định

C. Một nơi để doanh nghiệp tự giới thiệu mình trên mạng

D. Một show-room (phòng trưng bày) của doanh nghiệp trên mạng Internet

Phần 4

Câu 1. Trong các câu bên dưới, câu nào sai?

A. Thương mại điện tử giúp doanh nghiệp giảm chi phí và tăng hiệu quả trong quảng cáo

B. Thương mại điện tử giúp doanh nghiệp vươn ra thị trường thế giới

C. Thương mại điện tử hoàn toàn độc lập với các hoạt động thương mại truyền thống

D. Thương mại điện tử là một khái niệm còn khá mới mẻ ở Việt Nam

Câu 2. www.amazon.com là một website về mô hình:

A. Bán hàng qua mạng, siêu thị điện tử, e-shop

B. Đầu giá qua mạng

C. Tin tức trực tuyến

D. Website giới thiệu doanh nghiệp

Câu 3. Phát biểu sau đúng hay sai? “Thương mại điện tử giúp doanh nghiệp tăng lợi thế cạnh tranh vì doanh nghiệp chỉ cần xây dựng website cho mình là có thể có được khách hàng từ khắp nơi trên thế giới”

A. Đúng

B. Sai

Câu 4. Theo thống kê, có X% các giao dịch thanh toán qua thẻ tín dụng là gian lận?

A. X = 3%

B. X = 5%

C. X = 7%

D. X = 10%

Câu 5. Khi có gian lận trong thanh toán qua thẻ tín dụng xảy ra, đối tượng nào là người phải chịu mọi phí tổn?

A. Người bán hàng

B. Người mua hàng

C. Nhà cung cấp dịch vụ xử lý thanh toán qua thẻ tín dụng

D. Ngân hàng

Câu 6. Người mua nên làm thế nào để hạn chế bị đánh cắp số thẻ tín dụng khi mua hàng trên mạng?

A. Cẩn thận khi chọn nơi mua

B. Không trả tiền bằng thẻ tín dụng mà trả bằng check

C. Không mua hàng từ các máy tính dùng chung

D. Tất cả đều đúng

Câu 7. Phát biểu sau đây đúng hay sai? “Cần phải làm cho website của doanh nghiệp thật đẹp với nhiều hình ảnh bắt mắt. Thông tin đưa lên mỗi trang phải thật chi tiết. Do đó, mỗi trang web có thể lên đến vài trăm KB.”

A. Đúng

B. Sai

Câu 8. Để có thể thành công trong Thương mại điện tử, doanh nghiệp phải tạo được:

A. Nét đặc trưng riêng

B. Một website thật đẹp

C. Bán hàng thật rẻ

D. Cung cấp thông tin thật nhiều

Câu 9. Phát biểu sau đúng hay sai? “Khi áp dụng Thương mại điện tử, chúng ta nên làm theo những gì người khác đang làm bởi vì chỉ có một vài mô hình Thương mại điện tử mà thôi.”

A. Đúng

B. Sai

Câu 10. Đối với thực trạng Việt Nam, hiện nay các doanh nghiệp nên:

A. Xây dựng website cho mình

B. Chú trọng quảng bá thông tin qua mạng

C. Kết hợp Thương mại điện tử với các hoạt động thương mại truyền thống

D. Tất cả đều đúng

Câu 11. Trên Internet hiện nay có khoảng X trang web:

A. X = 10 tỷ

B. X = 10 triệu

C. X = 100 triệu

D. X = 100 tỷ

Câu 12. Giỏ mua hàng (công cụ trong TMĐT) trong tiếng Anh gọi là:

A. Shopping Cart

B. Shopping Card

C. Cả A và B đều đúng

D. Cả A và B đều sai

Câu 13. Phát biểu nào là sai trong các phát biểu sau:

A. Chi phí triển khai Thương mại điện tử rất tốn kém

B. Chi phí triển khai Thương mại điện tử không cao nên cạnh tranh trong Thương mại điện tử rất mãnh liệt

C. Thương mại điện tử không tốn nhiều chi phí để đầu tư nhưng tốn kém nỗ lực trong việc đầu tư vào con người

D. Không chỉ có công ty lớn mới có khả năng triển khai Thương mại điện tử

Câu 14. Phát biểu sau đúng hay sai? “Đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp nên mua dịch vụ trọn gói về xây dựng, triển khai, tư vấn, vận hành Thương mại điện tử thay vì phải đầu tư cho nhân lực để tự doanh nghiệp làm các khâu trên.”

A. Đúng

B. Sai

Câu 15. Các việc cần làm để xây dựng một website cho doanh nghiệp?

A. Mua tên miền, mua host

B. Chuẩn bị nội dung và xây dựng website

C. Nghiên cứu sơ bộ các website tương tự hiện có trên mạng

D. Tất cả các câu trên

Câu 16. Lợi ích website mang lại cho doanh nghiệp gồm:

A. Vươn đến thị trường quốc tế

B. Tiết kiệm chi phí nhân lực, marketing...

C. Tăng tính chuyên nghiệp cho doanh nghiệp

D. Tất cả đều đúng

Câu 17. Website chưa mang lại hiệu quả mong đợi cho doanh nghiệp là vì:

A. Chưa được nhiều người biết đến

B. Chưa thu hút người xem và quay lại xem

C. Chưa được cập nhật, chăm sóc thường xuyên

D. Tất cả các câu trên

Câu 18. Doanh thu bán lẻ trên mạng ở Mỹ 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 19. Theo Luật giao dịch điện tử Việt Nam: Giao dịch điện tử là giao dịch được thực hiện bằng.....

A. phương tiện điện tử và mạng viễn thông

B. phương tiện điện tử

C. máy tính và các phương tiện điện tử

D. máy tính và internet

Câu 20. Website 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. Website XYZ là mô hình TMĐT nào?

A. B2B

B. B2C

C. C2C

D. P2P

Câu 21. Chỉ ra loại hình giao dịch Thương mại điện tử chưa phổ biến hiện nay:

A. B2B

B. B2C

C. B2G

D. G2C

Câu 22. Khi tham gia vào các sàn giao dịch điện tử hay các cổng thương mại điện tử doanh nghiệp không phải thực hiện những nhiệm vụ gì?

A. Xây dựng mô hình cấu trúc, chức năng của website

B. Mua tên miền, thuê máy chủ

C. Thiết kế website

D. Cả 3 đáp án A, B và C

Câu 23. Điều kiện cơ bản nhất đảm bảo thành công của các mô hình kinh doanh Sàn giao dịch điện tử B2B:

A. Nhiều lĩnh vực kinh doanh

B. Nhiều thành viên tham gia

C. Tạo ra được nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp thành viên

D. Cung cấp nhiều dịch vụ, tiện ích cho các doanh nghiệp

Câu 24. Hãy chỉ ra lợi ích nổi bật nhất khi tham gia website cổng thương mại điện tử quốc gia?

- A. Tận dụng được uy tín, thương hiệu của sàn
- B. Sử dụng các dịch vụ của sàn giao dịch cung cấp
- C. Có được website, tự quản lý và cập nhật website của mình**
- D. Giao dịch an toàn, bảo mật, phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế

Câu 25. Trong mô hình giao dịch sau đây, các bước được tiến hành như thế nào là đúng?

- A. Đặt hàng, thanh toán, liên hệ đối tác, giao hàng
- B. Đặt hàng, thanh toán, giao hàng, xử lý hàng trả lại
- C. Đặt hàng, thanh toán, gửi đơn hàng, giao hàng**
- D. Liên hệ đối tác, đặt hàng, thanh toán, giao hàng

Câu 26. Trong các yếu tố sau, yếu tố nào quan trọng nhất đối 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 27. Mô hình 4N gồm các yếu tố cơ bản để phát triển thương mại điện tử. Hãy chỉ ra bốn yếu tố đó:

- A. Nhân lực: đội ngũ chuyên gia cần được xây dựng và phát triển
- B. Nối mạng: Hệ thống cơ sở hạ tầng ICT cần phát triển ở một mức độ nhất định
- C. Nguồn vốn: Cần vốn đầu tư xây dựng hạ tầng viễn thông
- D. Cả A và B đều đúng**

Câu 28. Website dell.com thuộc mô hình nào?

- A. B2C
- B. B2G
- C. B2B**
- D. C2C

Câu 29. Trong mô hình thương mại điện tử dưới góc độ quản lý nhà nước, yếu tố nào giải thích chưa đúng:

- A. I. tri thức (intelligent) và M. marketing**
- B. A. các ứng dụng (application)
- C. B. các luật (basic laws)

D. S. các quy định cụ thể cho từng lĩnh vực của thương mại điện tử (specific laws)

Câu 30. Website eBay cho phép các cá nhân đấu giá trực tuyến qua mạng, đây là mô hình thương mại điện tử nào?

A. B2B

B. B2C

C. C2C

D. P2P

Câu 31. Để website thương mại điện tử hoạt động đáp ứng các mục tiêu kinh doanh được đã đặt ra, giai đoạn nào sau đây cần được chú trọng hơn cả?

A. Phân tích SWOT và xác định mục tiêu

B. Lựa chọn nhà cung cấp phần mềm giải pháp

C. Xây dựng mô hình cấu trúc chức năng của website

D. Quảng bá website, đăng ký trên các công cụ tìm kiếm...

Câu 32. Khi tham gia các cổng thương mại điện tử, doanh nghiệp có những lợi ích nào?

A. Cơ hội tìm được người mua, người bán

B. Cập nhật được các thông tin thị trường, xúc tiến thương mại

C. Giới thiệu được doanh nghiệp của mình trên một website có uy tín

D. Tất cả các đáp án trên

Câu 33. Website XYZ được xây dựng để cá nhân mua bán trên đó, đây là mô hình gì?

A. B2B

B. B2C

C. C2C

D. P2P

Câu 34. Trong các bước giao dịch mua sắm trên website bước nào doanh nghiệp khó thực hiện nhất?

A. Khả năng xử lý thông tin như tìm kiếm, xây dựng đơn hàng, chấp nhận thanh toán

B. Khả năng giới thiệu chi tiết sản phẩm và các sản phẩm liên quan

C. Khả năng tùy biến các giao dịch theo hành vi của khách hàng

D. Khả năng so sánh sản phẩm với những sản phẩm tương tự

Câu 35. 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, ký 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

Câu 36. Để sàn giao dịch hoạt động hiệu quả, cần có những bên nào tham gia?

- A. Người mua đăng các thông tin cần mua
- B. Người bán đăng các thông tin cần bán
- C. Cơ quan quản lý sàn cung cấp dịch vụ hỗ trợ

D. Cả 3 đáp án trên

Câu 37. Chức năng cơ bản nhất của các sàn giao dịch điện tử như Alibaba.com, ec21.com, vnemart.com... là gì ?

- A. Kết nối người mua và người bán**
- B. Hỗ trợ doanh nghiệp xúc tiến thương mại
- C. Cung cấp cơ chế để doanh nghiệp giao dịch, mua bán
- D. Tất cả các chức năng trên

Câu 38. Các website xúc tiến và hỗ trợ kinh doanh cần có chức năng nào nhất?

- A. Thông tin thương mại
- B. Tìm kiếm đối tác, bạn hàng, người mua, người bán**
- C. Đăng nhập các chào mua, chào bán
- D. Giới thiệu các doanh nghiệp uy tín

Câu 39. Theo UN, định nghĩa Thương mại điện tử theo chiều dọc là:

- A. IMBAS
- B. IMBSA**
- C. IBMSA
- D. IBMAS

Câu 40. Việc các doanh nghiệp chia sẻ thông tin qua mạng với nhau để phối hợp sản xuất hiệu quả được thực hiện trong mô hình nào?

- A. Giai đoạn thương mại điện tử thông tin

B. Giai đoạn thương mại điện tử giao dịch

C. Giai đoạn thương mại điện tử "cộng tác"

D. Giai đoạn thương mại điện tử tích hợp

Câu 41. Chỉ ra yếu tố không phải là lợi ích của Thương mại điện tử:

A. Khách hàng có nhiều sự lựa chọn hơn

B. Các doanh nghiệp có thể giao dịch dễ dàng hơn

C. Khách hàng và sự riêng tư của họ được bảo vệ tốt hơn

D. Doanh nghiệp tiếp cận nhiều thị trường mới hơn

Câu 42. Lợi ích của doanh nghiệp khi tham gia các cổng thương mại điện tử:

A. Tận dụng được uy tín, thương hiệu của sàn

B. Sử dụng các dịch vụ của sàn giao dịch cung cấp

C. Có được website, tự quản lý và cập nhật website của mình

D. Cả 3 lợi ích trên

Câu 43. Việc các doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm qua website, giao dịch bằng thư điện tử với đối tác là đặc điểm nổi bật của:

A. Giai đoạn thương mại điện tử thông tin

B. Giai đoạn thương mại điện tử giao dịch

C. Giai đoạn thương mại điện tử "cộng tác"

D. Giai đoạn thương mại điện tử tích hợp

Câu 44. Đối với các công ty đã có website giới thiệu sản phẩm, để phát triển hoạt động thương mại điện tử hơn nữa nhiệm vụ nào sau đây quan trọng nhất?

A. Tăng cường quảng bá, giới thiệu website

B. Bổ sung các chức năng bảo mật và thanh toán

C. Bổ sung các chức năng hỗ trợ giao dịch điện tử

D. Liên kết website với đối tác, cơ quan quản lý

Câu 45. Các Sàn giao dịch & Cổng thông tin giúp doanh nghiệp vượt qua giai đoạn nào trong thương mại điện tử?

A. Thương mại điện tử thông tin

B. Thương mại điện tử giao dịch

C. Thương mại điện tử liên kết

D. Thương mại điện tử tương tác

Câu 46. Trong giai đoạn hiện nay, các website TMĐT B2C của Việt Nam hướng tới mô hình nào?

- A. Website thương mại điện tử thông tin
- B. Website thương mại điện tử giao dịch**
- C. Website thương mại điện tử liên kết
- D. Website thương mại điện tử tương tác

Câu 47. Trong mô hình giao dịch sau đây, bước nào các doanh nghiệp thương mại điện tử Việt Nam đang tập trung thực hiện?

- A. Bước 1
- B. Bước 2
- C. Bước 3**
- D. Bước 4

Câu 48. Mô hình ứng dụng thương mại điện tử của Amazon.com, Dell.com, Cisco.com... được coi là mô hình phát triển cao của thương mại điện tử:

- A. Chấp nhận và xử lý các đơn đặt hàng tự động
- B. Xử lý các đơn đặt hàng và thanh toán qua mạng
- C. Thực hiện các giao dịch và chia sẻ thông tin với các đối tác, nhà cung cấp và KH
- D. Giao dịch, chia sẻ thông tin và phối hợp hoạt động với các bên liên quan**

Câu 49. Bộ tài chính cung cấp các thông tin hướng dẫn doanh nghiệp tính toán và nộp thuế thu nhập thông qua website chính thức của Bộ và cập nhật thường xuyên hàng quý. Đây là mô hình gì?

- A. G2B**
- B. G2C
- C. G2E
- D. G2G

Câu 50. Dell Computers cho phép khách hàng thiết kế máy tính phù hợp với các nhu cầu cụ thể của họ. Đây là ví dụ về mô hình TMĐT nào?

- A. cá biệt hóa sản phẩm và dịch vụ (product and service customization)**
- B. tìm giá tốt nhất (find the best price)
- C. marketing liên kết (affiliate marketing)
- D. mua hàng theo nhóm (group purchasing)

Câu 51. Ford, General Motor và một số hãng trong ngành công nghiệp ô tô đã liên kết xây dựng một sàn giao dịch điện tử (e-marketplace). Đây là ví dụ về mô hình:

- A. liên minh chiến lược (a business alliance)**
- B. xây dựng quy trình kinh doanh mới (business process reengineering)
- C. I-commerce
- D. T-commerce

Câu 52. Hotwire.com cung cấp sản phẩm phù hợp với các nhu cầu đặc biệt của khách hàng với mức giá thấp nhất. Đây là ví dụ của mô hình:

- A. mua hàng theo nhóm (group purchasing)
- B. đấu thầu trực tuyến (electronic tendering/reverse auction)
- C. khách hàng tự đưa ra mức giá mong muốn (name your own price model)
- D. tìm mức giá tốt nhất (find-the-best-price model)**

Câu 53. IMDB cho phép các thành viên đã đăng ký truy cập vào toàn bộ cơ sở dữ liệu phim trực tuyến với điều kiện phải đóng phí hàng tháng, đây là ví dụ của mô hình doanh thu nào:

- A. phí thuê bao (subscription fee)**
- B. phí giao dịch (transaction fee)
- C. doanh thu bán hàng (sales)
- D. phí liên kết (affiliate fee)

Câu 54. Khách hàng nhập số vận đơn vào website của Fed Ex để kiểm tra tình trạng thực của hàng hóa đang trên đường vận chuyển. Đây là ví dụ về:

A. tạo dựng năng lực cạnh tranh chiến lược từ công nghệ thông tin (a strategicsystem)

- B. xây dựng lại quy trình kinh doanh (business process reengineering)
- C. liên minh chiến lược (a business alliance)
- D. cải tiến quy trình kinh doanh (continuous improvement efforts)

Câu 55. Khoảng 2 giờ chiều, Mr.Bean dùng PDA để truy cập vào một cửa hàng bán đồ tạp hóa trực tuyến. Ông ta đặt mua một vài món đồ cho bữa tối, khi về nhà tất cả mọi thứ đã được giao đến cửa. Đây là mô hình:

- A. trao đổi điện tử ngang hàng (a peer-to-peer application)
- B. giao dịch điện tử trong nội bộ doanh nghiệp
- C. TMĐT cộng tác (C-commerce)
- D. TMĐT di động (M-commerce)**

Câu 56. Mô hình doanh thu (revenue model) theo đó một công ty nhận tiền phí cho việc giới thiệu khách hàng từ website của mình đến website của công ty khác là ví dụ về:

- A. phí đăng ký (subscription fee)
- B. phí giao dịch (transaction fee)
- C. doanh thu bán hàng (sales)
- D. phí liên kết (affiliate fee)**

Câu 57. Một mô hình kinh doanh (business model) nên bao gồm các yếu tố sau, ngoại trừ:

- A. hệ thống dữ liệu cần thiết để quản lý các quy trình kinh doanh**
- B. mô tả tất cả các sản phẩm dịch vụ mà công ty cung cấp
- C. thông tin về các nhà cung cấp và những đối tác của doanh nghiệp
- D. thông tin về các nguồn thu

Câu 58. Một người hâm mộ mua một đĩa hát bằng cách download trực tiếp từ cửa hàng âm nhạc trực tuyến. Đây là mô hình:

- A. B2C**
- B. B2B
- C. B2E
- D. C2E

Câu 59. Một nhà cung cấp thiết bị văn phòng tập hợp các đơn hàng từ 15 văn phòng nhỏ thành một đơn hàng lớn và như vậy có thể cung cấp với mức giá thấp hơn do được giảm giá khi mua số lượng lớn từ các nhà sản xuất. Đây là ví dụ của mô hình TMĐT nào?

- A. cá biệt hóa sản phẩm và dịch vụ (product and service customization)
- B. tìm giá tốt nhất (find the best price)
- C. marketing liên kết (affiliate marketing)
- D. mua hàng theo nhóm (group purchasing)**

Câu 60. Một nhà máy đường nhận được thư mời thầu tự động để cung cấp hàng cho một siêu thị, sau khi chào hàng với một mức giá thấp nhất đã ký kết được hợp đồng cung cấp hàng cho siêu thị này. Đây là ví dụ về:

- A. mua hàng theo nhóm (group purchasing)
- B. khách hàng tự đưa ra mức giá mong muốn (name your own price model)
- C. đấu thầu trực tuyến (electronic tendering/reverse auction)**
- D. đấu giá trực tuyến (electronic auction)

