



اسم المادة : التجارة الالكترونية

تجمع طلبة كلية التكنولوجيا والعلوم التطبيقية - جامعة القدس المفتوحة

acadecclub.com

وُجد هذا الموقع لتسهيل تعلمنا نحن طلبة كلية التكنولوجيا والعلوم التطبيقية وغيرها من خلال توفير وتجميع **كتب وملخصات وأسئلة سنوات سابقة** للمواد الخاصة بالكلية, بالإضافة لمجموعات خاصة بتواصل الطلاب لكافة المواد:

للوصول للموقع مباشرة اضغط **هنا**

وفقكم الله في دراستكم وأعانكم عليها ولا تنسوا فلسطين من الدعاء

أسئلة سنوات سابقة تجارة إلكترونية (نهائي)

النموذج (١)

١. مرحلة من مراحل دورة إدارة الإستراتيجية الإلكترونية في المنظمات :
أ. تحليل نقاط القوة ب. **E-strategy Assessment** ج. تحليل نقاط الضعف د. أ+ج
٢. Strategic Partnership يعني :
أ. التحالف الإستراتيجي ب. الشراكة الوطنية ج. **الشراكة الإستراتيجية** د. المنافسة الإستراتيجية.
٣. عندما تقرر منظمات الأعمال التقليدية التوسع نحو الأعمال الإلكترونية فإنها تحتاج إلى إعداد دراسة تسمى :
أ. التكلفة ب. الفوائد ج. **حالة الأعمال** د. الأهداف
٤. أسلوب يعتمد على التوقعات والتنبؤات المتعلقة باتجاهات الطلب:
أ. SWOT ب. **السيناريير** ج. If. د. Sumif
٥. الصباح التالي في التوصيل استراتيجيا اعتمدت من قبل:
أ. واصل ب. DHL ج. Amazon د. **FEDEX**
٦. من الشركات التي طورت أنظمة الدفع المالي إلكترونياً:
أ. Aliexpress ب. Mart ج. Lazmek د. **CyberCash**
٧. من أهم الأدوات الأمنية المستخدمة في تأمين الشبكات ومنع الاتصالات الخارجية المريبة من الوصول إلى داخل الشبكة:
أ. Ant viruses ب. POP ج. Passwords د. **Firewall**
٨. بطاقات تحتوي على شريط إلكتروني لحفظ رصيد البطاقة الذي يعكس خدمة أو نقوداً:
أ. **Charge Cards** ب. Debit Cards ج. Credit Cards د. Visa Cards

٩. يمكن استخدام لدراسة احتمالية وقوع الخطر وحجم الأضرار المتوقعة:
أ. البطاقات ب. الحلول التقنية ج. الحلول غير التقنية د. المصفوفات

١٠. أقر قانون الجرائم الإلكترونية في فلسطين سنة:
أ. 2000 ب. 2010 ج. 2005 د. 2017

١١. عند قيامك بشراء منتج أو خدمة عبر الإنترنت ، يتم حفظ معلوماتك الشخصية بشكل مؤقت في ملفات خاصة تسمى:
أ. Cookies ب. Sessions ج. Encrypted files د. أ+ب

١٢. فيما يخص التجارة الإلكترونية تضم الملكية الفكرية مكونات نشاط المؤسسة وحضورها ، والتي يمكن تحويلها إلى رأس مال فكري:
أ. الإداري ب. الأمني ج. الرقمي د. التقني

١٣. من أكثر أساليب تسعير الإعلان الإلكتروني في فلسطين ذلك النوع الذي يعتمد على:
أ. معدل الظهور ب. معدل النقر ج. معدل التفاعل د. قيمة المبيعات

١٤. تحركات السوق الإلكتروني والزبائن يمكن رصدها من خلال سجل الزيارات المسمى:
أ. التحالفات التسويقية ب. المزادات ج. Log File د. الإعلانات الإلكترونية

١٥. من المواقع المتخصصة في التفاوض على أسعار الإعلانات:
أ. Valueclick.com ب. www.google.com ج. www.xe.com د. أ+ب

النموذج (٢)

١. التسويق بالخبر الذي يتواتر بين الناس يعرف ب:
أ. التحالفات التسويقية ب. **التسويق الكلامي** ج. الأحداث المباشرة د. الإعلانات المختصرة
٢. إرسال كميات هائلة من البريد الإلكتروني بهدف الإعلان إلى الزبائن يعرف ب:
أ. **Spamming** ب. Sniffing ج. virus د. cookies
٣. أحد أجزاء محرك البحث الذي يقوم بجلب صفحات الإنترنت وتخزينها في قاعدة بيانات محرك البحث يسمى:
أ. **العنكبوت** ب. الباحث ج. قاعدة البيانات د. المفهرس
٤. من ميزات النقل الإلكتروني للأموال EFT:
أ. لا داعي للمعاملات الورقية ب. سهولة النقل ج. الخدمة متوفرة على مدار الساعة د. **جميع ما ذكر**
٥. من الصفات البيولوجية التي تستخدم في تحديد هوية المستخدم:
أ. البطاقات الذكية ب. كلمات المرور ج. **البصمات** د. جميع ما ذكر
٦. يستخدم لعزل الشبكة المحلية للشركة عن شبكة الإنترنت:
أ. التشفير ب. التوقيع البيولوجي ج. **الجدران النارية** د. البصمة
٧. من مزايا الإعلانات المختصرة Ad Banners:
أ. ملء وقت الزائر أثناء تنزيل الصفحة ب. ربطها بنظام الطلبات ج. توجيه الإعلان د. **جميع ما ذكر**
٨. آلية مصرفية تسمح للمستوردين بتقديم ضمانات وشروط آمنة للمصدرين وتعهد من خلالها المصرف بالدفع نيابة عن المشتري:
أ. الشيكات الإلكترونية ب. **رسالة الاعتماد** ج. النقل الإلكتروني للأموال د. النقل الإلكتروني للمنافع

٩. أسلوب تسعير الإعلانات الإلكترونية الذي تقوم من خلاله الشركة المعلنة بالدفع مقابل حالة الشراء الفعلي:

- أ. التسعير القائم على معدل ب. التسعير القائم على ج. التسعير القائم على د. التسعير القائم
ظهور الإعلان معدل التفاعل معدل النقر على قيمة المبيعات

١٠. من التهديدات الإلكترونية التي فيها استخدام عنوان الإنترنت الخاص بالآخرين بهدف الدخول إلى الشبكة الداخلية وقواعد البيانات يسمى:

- أ. البرمجيات الخبيثة ب. حجب الخدمة ج. التسلل د. انتحال الشخصية الإلكترونية

١١. برامج لحفظ أرقام بطاقات الدفع وكلمات السر ومعلومات شخصية لتسهيل استخدامها في الدفع الإلكتروني:

- أ. بطاقات الإنتمان ب. المحفظة الإلكترونية ج. بطاقات الدفع المسبق د. بطاقات الشحن

١٢. في أي مرحلة من مراحل بناء استراتيجية التجارة الإلكترونية يتم تحليل التكلفة والعائد:
أ. مرحلة البداية ب. مرحلة صياغة ج. مرحلة تنفيذ الاستراتيجية د. مرحلة تقديم الاستراتيجية الإستراتيجية

١٣. بطاقات إلكترونية تعرضها الجامعات لاستخدامها داخل الحرم الجامعي للحصول على بعض الخدمات:

- أ. بطاقات النقود ب. بطاقات الحرم الجامعي ج. البطاقات التشجيعية د. بطاقة موندكس

١٤. من المقاييس المستخدمة في تقييم مشاريع وتطبيقات التجارة الإلكترونية:

- أ. نمو الإيرادات ب. تخفيض التكاليف ج. تحسين خدمة الزبائن د. جميع ما ذكر

١٥. من أسباب صعوبة توصيل البضاعة وشحنها إلى الزبائن بدقة في التجارة الإلكترونية :

- أ. عدم توفر البضاعة في المخازن ب. الأمن ج. حجب الخدمة د. جميع ما ذكر

نموذج (٣)

١. العنصر الأساسي في معدل العائد على الإستثمار عند قياس مدى نجاح أساليب الترويج هي:
أ. صيغة الإعلان ب. **تكلفة الإعلان** ج. مصمم الإعلان د. نشر الإعلان

٢. شخصية الإعلانات هي:
أ. جعل الإعلان ملكاً ب. **إظهار إعلانات تتوافق** ج. إظهار جميع الإعلانات د. استخدام الحائط الناري
للزبون مع اهتمامات الزبون بدون أي شروط لمنع الإعلانات من الظهور

٣. لتسعير الإعلانات المختصرة التي تظهر في الصفحة الرئيسية من موقع المعلن نستخدم:
أ. **CPM** ب. CMP ج. MPC د. MCP

٤. من أدق التقنيات المستعملة كمقياس من مقاييس بيولوجيا جسم الإنسان:
أ. بصمة الصوت ب. شكل الوجه ج. التوقيع البيولوجي د. **قزحية العين**

٥. من خلال يتم تشفير المعلومات بالمفتاح العام في حين يتم فك التشفير بمفتاح خاص:
أ. **التشفير غير المتناظر** ب. التشفير المتناظر ج. أ+ب د. لا شيء مما ذكر

٦. الشبكة المحلية بالإنترنت تعني:
أ. WAN ب. GAN ج. **LAN** د. PAN

٧. يتم إنجاز دعم الطليبات في:
أ. المكاتب الأمامية ب. حركة الطليبات ج. الشحن د. **المكاتب الخلفية**

٨. آلية مصرفية تسمح للمستوردين بتقديم ضمانات وشروط آمنة للمصدرين:
أ. **الرسالة الاعتمادية** ب. التحويل المباشر ج. الدفع بالبطاقات د. EFT

٩. الأسلوب الذي يعنى باستخدام اللغات الوطنية في تقديم محتوى الموقع الإلكتروني في البلدان المستهدفة:

أ. أسلوب الإستراتيجية ب. أسلوب العالمية ج. **أسلوب المحلية** د. أسلوب الوصول الدولي العالمية

١٠. أن تطبيق التجارة الإلكترونية يتطلب استثمارات كبيرة لذلك من الأفضل البدء بتنفيذ: أ. **مشروع تجريبي صغير** ب. التقنية ج. تصميم عربة التسوق د. الدخول في التحالفات

١١. لكي تستطيع المنظمة البيع بفعالية من خلال الشبكة يجب أن تتوفر لديها: أ. بوابة الدفع ب. بنوك تجارية ج. **طرق دفع آمنة ومرنة** د. بطاقات الدفع المسبق

١٢. مصطلح يعني الوصول إلى الحجم الطبيعي الإقتصادي للأعمال وتوفير إمكانية التفصيل حسب الطلب:

أ. Parts collection ب. **Mass customization** ج. Business د. B2B exchange Reengineering

١٣. Spamming Ads تعني:

أ. فيروسات ترسل مع البريد ب. **إعلانات تطفلية** ج. إعلانات عن فيروسات د. لا شيء مما ذكر

١٤. تقوم بعمليات البيع والدعاية التي تكون مرئية للزبون: أ. عملية المكاتب الخلفية ب. **عمليات المكاتب الأمامية** ج. الوجستيات د. تخصيص المنتجات

١٥. برنامج لحفظ أرقام بطاقات الدفع وكلمات سرية ومعلومات شخصية: أ. عربة التسوق ب. **المحفظة الإلكترونية** ج. بوابة الدفع المسبق د. البطاقة الشخصية

نموذج (٤)

١. اختصار خدمة رسائل الوسائط المتعددة:
أ. SMS ب. CPM ج. **MMS** د. MSS
٢. عبارة عن نوافذ إعلان تطفلية تظهر أسفل المتصفح وخلف النوافذ الفعالة:
أ. POP-UP ب. **POP-Under** ج. POP-Menus د. POP-Screens
٣. أحد التالية لا يعتبر من محركات البحث:
أ. Google.com ب. **ebay.com** ج. yahoo.com د. excite.com
٤. إن أفضل طريقة لإشهار موقع ما على الشبكة العنكبوتية:
أ. عبر الرسائل ب. الإعلان عنه في ج. **ربطه بالمواقع الأخرى** د. أن يكون الموقع جذاباً
الإلكترونية الصحف
٥. يستخدم لإعادة المعلومات المشفرة إلى وضعها الطبيعي قبل التشفير:
أ. المفتاح العام ب. **المفتاح الخاص** ج. المفتاح الأساسي د. التشفير
٦. من أشهر طرق التشفير الغير متناظر:
أ. **PGP** ب. DES ج. Blowfish د. TEA
٧. من مميزات الصفات البيولوجية:
أ. تتغير باستمرار ب. يمكن نسخها ج. حجمها قليل د. **لا يمكن نسيانها**
٨. عند شرائك منتج عبر الشبكة يتم حفظ معلوماتك في ملفات خاصة تسمى:
أ. Cookies ب. sessions ج. sfiles د. **أ+ب**

٩. الهدف من عملية التشفير:
أ. تغيير محتوى الرسالة
ب. لتسريع عملية نقل الرسالة
ج. لتقليل حجم الرسالة
د. جميع ما ذكر

١٠. إن اختصار الرسالة الإعتادية هو:
أ. LaB ب. LoC ج. CoL د. BcL

١١. عبارة عن بطاقات تستخدم في الحرم الجامعي لشراء الكتب والنسخ وغيرها:
أ. Visa cash ب. Campus Card ج. Visa Bucks د. Mondex

١٢. من عمليات المكاتب الخلفية للتجارة الإلكترونية:
أ. المحاسبة ب. البيع ج. الدعاية د. غير ذلك

١٣. من الأمثلة على شركات الشحن:
أ. ARAMEX ب. DHL ج. ARAMCO د. أ+ب

١٤. يتم في هذه المرحلة عمل قائمة بتطبيقات أو مشاريع التجارة الإلكترونية التي سيتم تنفيذها:
أ. التحليل ب. التقييم ج. الصياغة د. التنفيذ

١٥. للتقليل من معوقات التجارة الإلكترونية الدولية:
أ. استخدام الدولار ب. فتح مخازن للبضائع ج. اعتماد أسلوب المحلية د. إعتداد اللغة الإنجليزية
كعملة رسمية في كل البلدان في البلدان المستهدف كأساس للتعاملات

نموذج (٥)

١. Spamming Ads تعني:
أ. فيروسات ترسل مع ب. إعلانات تطفلية ج. إعلانات عن الفيروسات د. لا شيء مما ذكر البريد
٢. برنامج لحفظ أرقام بطاقات الدفع وكلمات سرية ومعلومات شخصية:
أ. المحفظة الإلكترونية ب. عربة التسوق ج. بوابة الدفع المسبق د. البطاقة الشخصية
٣. من أدق التقنيات المستعملة كمقياس من مقاييس بيولوجيا جسم الإنسان:
أ. بصمة الصوت ب. شكل الوجه ج. التوقيع البيولوجي د. قزحية العين
٤. من محددات التسويق الكلامي:
أ. سرقة رقم البطاقة ب. إضافة فايروسات إلى ج. أ+ب د. لا شيء مما ذكر المنتجات الإنتمانية
٥. يتطلب التطبيق الناجح لأية إستراتيجية في مجال التجارة الإلكترونية إجراء تغييرات كبيرة وواسعة في العمليات الداخلية:
أ. إعادة تصميم عمليات ب. تقييم الإستراتيجية ج. نمو الإيرادات د. قياس تحقق الأهداف الأعمال
٦. يقابل المصطلح Sniffing باللغة العربية:
أ. البرمجيات الخبيثة ب. انتحال الشخصية الإلكترونية ج. التسلل د. لا شيء مما ذكر
٧. آلية مصرفية تسمح للمستوردين بتقديم ضمانات وشروط أمانة للمصدرين:
أ. الدفع بالبطاقات ب. EST ج. EFT د. الرسالة الاعتمادية
٨. لقياس نجاح أساليب الترويج الإلكتروني وفعالية الإعلان الإلكتروني نستخدم:
أ. تحليل سجل الزيارات ب. عوائد الإستثمار ج. تتبع زوار الموقع د. جميع ما ذكر

٩. تتميز الطلبات من نوع منظمة إلى منظمة بدرجة من التعقيد بسبب.....:
أ. تعدد أنواع الشحن ب. حجم التعبئة والتغليف ج. قنوات التوزيع د. جميع ما ذكر المتكرر

١٠. من تصنيفات عملية التشفير:
أ. تشفير متناظر ب. تشفير متزامن ج. تشفير غير متزامن د. جميع ما ذكر

١١. تقوم بعمليات دعم إنجاز الطلبات مثل المحاسبة وإدارة المخازن والشحن:
أ. المكاتب الخلفية ب. المكاتب الأمامية ج. أ+ب د. لا شيء مما ذكر

١٢. شخصنة الإعلانات تعني:
أ. جعل الإعلان ملكاً ب. إظهار إعلانات ج. إظهار جميع الإعلانات د. لا شيء مما
للزبون تتوافق إهتمامات الزبون بدون أي شروط ذكر

١٣. عنوان الموقع الآمن على الإنترنت يبدأ ب:
أ. http ب. https ج. httpz د. httpx

١٤. المصطلح الذي يقابل Biometric Signature باللغة العربية:
أ. بصمة الصوت ب. التوقيع البيولوجي ج. بصمات الأصابع د. لا شيء مما ذكر

١٥. تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات يعرف ب:
أ. A-Strategy ب. e-biz analysis ج. SWOT analysis د. Company Analysis

نموذج (٦)

١. التسويق بالخبر الذي يتواتر بين الناس يعرف ب:
أ. التحالفات التسويقية ب. **التسويق الكلامي** ج. الأحداث المباشرة د. الإعلانات المختصرة
٢. التهديد الإلكتروني الذي يتم من خلاله المداخلة بين طرفي الخادم والمخدوم مما يؤدي إلى انتهاك الخصوصية وسرية المعلومات يسمى:
أ. انتحال الشخصية ب. **التسلل** ج. البرمجيات الخبيثة د. حجب الخدمة
٣. أحد أجزاء محرك البحث الذي يقوم بجلب صفحات الإنترنت وتخزينها في قاعدة بيانات محرك البحث يسمى:
أ. **العنكبوت** ب. الباحث ج. قاعدة البيانات د. المفهرس
٤. من خصائص طرق الدفع الإلكتروني الناجحة:
أ. المجهولية ب. الإستقلالية ج. الأمن د. **جميع ما ذكر**
٥. من الصفات البيولوجية التي تستخدم في الحماية:
أ. **البصمات** ب. كلمات المرور ج. البطاقة الذكية د. جميع ما ذكر
٦. لتغيير محتوى الرسالة المرسلة عبر قناة اتصال كي لا تتسرب المعلومة نستخدم:
أ. **التشفير** ب. التوقيع البيولوجي ج. الجدران النارية د. البصمة
٧. من مزايا الإعلانات المختصرة Ad Banners:
أ. ملء وقت الزائر أثناء ب. ربطها بنظام الطلبات ج. توجيه الإعلان د. **جميع ما ذكر**
تنزيل الصفحة لفئة محددة
٨. آلية مصرفية تسمح للمستوردين بتقديم ضمانات وشروط أمانة للمصدرين وتعهد من خلالها المصرف بالدفع نيابة عن المشتري:
أ. الشيكات الإلكترونية ب. **رسالة الاعتماد** ج. النقل الإلكتروني د. النقل الإلكتروني للمنافع

٩. أسلوب تسعير الإعلانات الإلكترونية التي تقوم من خلاله الشركة المعلنه بالدفع مقابل حالة الشراء الفعلي:

أ. التسعير القائم على معدل ظهور الإعلان ب. التسعير القائم على معدل التفاعل ج. التسعير القائم على معدل النقر د. التسعير القائم على قيمة المبيعات

١٠. من التهديدات الإلكترونية التي فيها استخدام عنوان الإنترنت الخاص بالآخرين بهدف الدخول إلى الشبكة الداخلية وقواعد البيانات:

أ. البرمجيات الخبيثة ب. حجب الخدمة ج. التسلل د. انتحال الشخصية الإلكترونية

١١. برامج لحفظ أرقام بطاقات الدفع وكلمات السر ومعلومات شخصية لتسهيل استخدامها في الدفع الإلكتروني:

أ. بطاقات الائتمان ب. المحفظة الإلكترونية ج. بطاقات الدفع المسبق د. بطاقات الشحن

١٢. في أي مرحلة من مراحل بناء استراتيجية التجارة الإلكترونية يتم تحليل التكلفة والعائد:

أ. مرحلة البداية ب. مرحلة صياغة الاستراتيجية ج. مرحلة تنفيذ الاستراتيجية د. مرحلة تقييم الاستراتيجية

١٣. بطاقات إلكترونية تعرضها الجامعات لاستخدامها داخل الحرم الجامعي للحصول على بعض الخدمات:

أ. بطاقات النقود ب. بطاقات الحرم الجامعي ج. البطاقات التشجيعية د. بطاقة موندكس

١٤. من المقاييس المستخدمة في تقييم مشاريع وتطبيقات التجارة الإلكترونية:

أ. نمو الإيرادات ب. تخفيض التكاليف ج. تحسين خدمة الزبائن د. جميع ما ذكر

١٥. من الأساليب التي توفرها الإنترنت للإعلان عن المنتجات والخدمات:

أ. الإعلانات المختصرة ب. الشاشات التفاعلية ج. البريد الإلكتروني د. جميع ما ذكر