

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1. Τι εννοούμε όταν λέμε Αγορά;

Εννοούμε το σύνολο των συναλλαγών που μπορούν να γίνουν ανάμεσα σε όλους όσους πουλάνε (προμηθευτές) και σε όλους όσους αγοράζουν (καταναλωτές) προϊόντα ή υπηρεσίες

2. Ποιά είναι η κύρια διαφορά ανάμεσα σε Προϊόντα και Υπηρεσίες;

Η κύρια διαφορά μεταξύ τους είναι ότι τα μεν Προϊόντα έχουν φυσική-υλική υπόσταση (όγκο, βάρος, σχήμα π.χ. οι οθόνες), ενώ οι Υπηρεσίες είναι άυλες.

3. Ποιές είναι οι κυριότερες ιδιότητες που χαρακτηρίζουν ένα προϊόν;

Είναι ότι ένα προϊόν μπορεί να αποθηκευθεί, να μεταφερθεί να συντηρηθεί και να τοποθετηθεί, κάτι που ΔΕΝ είναι εφικτό με μια άυλη υπηρεσία.

4. Τι είναι πώληση

Πώληση είναι μια διαδικασία κατά την οποία ο πωλητής μεταβιβάζει την κυριότητα ενός προϊόντος ή παρέχει μια υπηρεσία στον αγοραστή έναντι συμφωνηθέντος τιμήματος, το οποίο ο αγοραστής το καταβάλλει στον πωλητή.

5. Τι είναι Λιανικό Εμπόριο (Retail)

Είναι οι πωλήσεις προϊόντων/υπηρεσιών απευθείας στους καταναλωτές/πελάτες (Consumers/customers) από τους οποίους θα τα χρησιμοποιήσουν.

6. Τι είναι Χονδρικό Εμπόριο (Wholesale)

Είναι οι πωλήσεις συνήθως των Παραγωγών - Κατασκευαστών αυτών των Προϊόντων (Producers/manufacturers) προς επιχειρήσεις, που με τη σειρά τους, θα μεταπωλήσουν τα προϊόντα στους καταναλωτές.

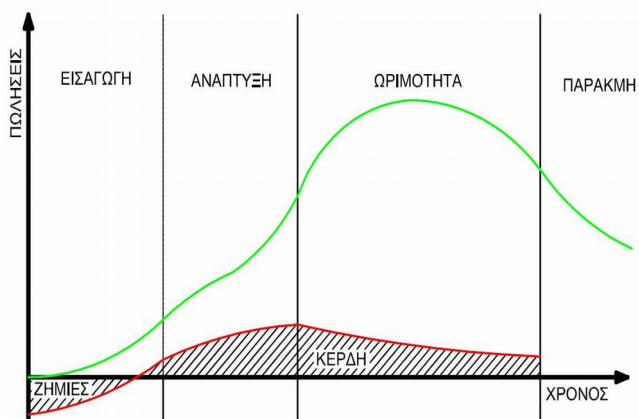
7. Τι είναι Κύκλος ζωής προϊόντων (Product Life Cycle)

Ο κύκλος ζωής των προϊόντων, είναι η "χρονική διάρκεια" που ένα προϊόν παραμένει διαθέσιμο στην Αγορά. Αρχίζει με την εισαγωγή του στην Αγορά και τελειώνει με την απόσυρσή του.

Ο κύκλος Ζωής είναι προγραμματισμένος αλλά πάντα με δυνατότητες τροποποίησης. Έχει σκοπό την καλύτερη διαχείριση των πωλήσεων του, μέσω της τμηματοποίησης των φάσεων της ζωής του και τον προγραμματισμό και υλοποίηση ενδιάμεσων στόχων.

8. Ποιές είναι οι φάσεις του κυκλου ζωής ενός προϊόντος;

Συνήθως είναι 4 και είναι οι εξής:



1η φάση: Εισαγωγή του προϊόντος στην Αγορά

Το προϊόν στο στάδιο αυτό συνοδεύεται από υψηλές επενδύσεις. Το υψηλό κόστος παραγωγής είναι το βασικό του χαρακτηριστικό αλλά και τα χαμηλά επίπεδα των πωλήσεων, το περιορισμένο δίκτυο διανομής αλλά και η έλλειψη ανταγωνισμού.

2η φάση: Ανάπτυξη Πωλήσεων

Το κυριότερο χαρακτηριστικό του σταδίου αυτού είναι η μεγάλη και γρήγορη αύξηση των πωλήσεων για όσα προϊόντα καταφέρουν να περάσουν το πρώτο στάδιο. Η αύξηση των πωλήσεων έχει ως αποτέλεσμα την μείωση του κόστους παραγωγής του προϊόντος, αφού πλέον παράγονται περισσότερες ποσότητες προϊόντος, και συνεπώς την αύξηση των κερδών της επιχείρησης. Η ύπαρξη κερδών φυσικά προκαλεί ανταγωνισμό αφού νέες επιχειρήσεις, που διαβλέπουν τα περιθώρια κέρδους, θα μπουν στην παραγωγή του συγκεκριμένου προϊόντος. Όσο αυξάνει το επίπεδο των πωλήσεων τόσο αυξάνει και ανταγωνισμός.

3η φάση: Ωριμότητα

Το προϊόν έχει φθάσει στο ζενίθ, οι πωλήσεις έχουν φθάσει στο ανώτερο επίπεδο και είναι η περίοδος που το προϊόν αποφέρει κέρδη. Στο στάδιο αυτό παρατηρείται η εισαγωγή νέων ανταγωνιστικών προϊόντων.

4η φάση: Κορεσμός/Παρακμή

Οι πωλήσεις και τα κέρδη αρχίζουν να μειώνονται αισθητά και η αγορά πλέον στρέφεται και σε άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα. Στο στάδιο αυτό ο ανταγωνισμός έχει πλέον τελειοποιήσει την αντιγραφή του προϊόντος. Χαρακτηριστικό του σταδίου αυτού είναι η κατακόρυφη πτώση των πωλήσεων, το χάσιμο της θέσης στην αγορά και η αντικατάσταση του προϊόντος από άλλα προϊόντα.

9. Μπορεί να παραταθεί η διάρκεια Ζωής για ένα Προϊόν;

Πολλά προϊόντα που βρίσκονται στα τελευταία στάδια της ζωής τους μπορούν και πολλές φορές με διάφορους τρόπους επιδιώκουν μια παράταση της διάρκειας ζωής τους. Οι συνήθεις τρόποι είναι οι εξής:

1. Ανεύρεση Νέων Χρηστών

Η επιχείρηση αναζητά νέους χρήστες οι οποίοι είναι έξω από την αρχική τμηματοποίηση (νέες ομάδες πληθυσμού, δημογραφικές, κοινωνικές κλπ.) και προσπαθεί να δημιουργήσει νέα ζήτηση για το προϊόν. Π.χ. γνωστό σαμπουάν απευθυνόταν στην αρχή στα μωρά όμως διευρύνθηκε η προώθηση για το συγκεκριμένο προϊόν σε όλες τις ηλικιακές ομάδες αρχής γενομένης από τις μητέρες των μωρών.

2. Ανάπτυξη Νέων Χρήσεων του Προϊόντος

Η ανάπτυξη νέων χρήσεων για το προϊόν και η σχετική προβολή αυτών, μπορεί να δώσει ικανοποιητική ώθηση στη ζήτηση για το προϊόν αυτό. Π.χ. εταιρία που κατασκευάζει ανθρακική σόδα καταφέρνει να κάνει το προϊόν απαραίτητο συστατικό νέων προϊόντων π.χ. απορρυπαντικών, αποσμητικών κ.α.

3. Συχνότερη Χρήση του Προϊόντος

Η επιχείρηση στην προσπάθειά της να παρατείνει την διάρκεια ζωής του προϊόντος, επιδιώκει την συχνότερη χρήση του προϊόντος από τους ήδη υπάρχοντες χρήστες μέσω της κατάλληλης προβολής. Προσπαθεί να τους πείσει για την αυξημένη ωφέλεια που θα έχουν από την συχνότερη χρήση του προϊόντος.

Δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ποτέ, ότι για κάποια προϊόντα δεν υπάρχει ελπίδα να παρατείνουν την ζωή τους είτε επειδή οι καταναλωτικές συνήθειες έχουν αλλάξει, είτε επειδή το προϊόν έχει ξεπεραστεί από την τεχνολογία. Π.χ. βίντεο, σόμπες πετρελαίου κ.α

10. Τι είναι Το Μείγμα Μάρκετινγκ (Marketing Mix - 4P)

Πρόκειται για ένα εργαλείο Marketing των επιχειρήσεων που βοηθά στον προσδιορισμό και την εστίαση μιας εταιρείας στους στόχους και τα αναμενόμενα αποτελέσματα (σε πωλήσεις) για την επιλογή(ές) στην παραγωγή και προώθηση του προϊόντος που παράγουν.

Η παραδοσιακή σχολή Marketing επικεντρώνεται σε ΤΕΣΣΕΡΑ (4) χαρακτηριστικά ή άξονες (τα διάσημα 4 P , δηλαδή τα : Product, Price, Promotion, Place ή αλλιώς τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, η τιμή του, η προώθηση - διαφήμιση του και η τοποθεσία που πωλείται), όπου ένας παραγωγός ή επιχείρηση οφείλει να εστιάζεται όταν καθορίζει την στρατηγική την οποία θα ακολουθήσει για ένα συγκεκριμένο προϊόν. Η λέξη ΜΕΙΓΜΑ προσδιορίζει ότι οι 4 αυτοί παράγοντες λειτουργούν ως συγκοινωνούντα δοχεία. Κάθε μεταβολή σε κάποιο από αυτά τα στοιχεία επηρεάζει τα υπόλοιπα.

11. Ποια θεωρείται η καλύτερη μέθοδος μάρκετινγκ;

Θεωρείται το πελατοκεντρικό μάρκετινγκ (μέθοδος SIVA) (Solution, Information, Value, Access) όπου επικεντρώνεται στην διαδικασία πώλησης από την πλευρά της ζήτησης (πλευρά του πελάτη) σε αντίθεση με την τεχνική των 4P που βλέπει την πώληση σαν διαδικασία προσφοράς (πλευρά προμηθευτή).

12. Ποια είναι η αντιστοίχιση ανάμεσα στις έννοιες-κλειδιά της μεθόδου των 4P και της μεθόδου SIVA;

<u>Μέθοδος 4P</u>	<u>Μέθοδος SIVA</u>
-------------------	---------------------

Προϊόν	----> Λύση
Προώθηση	----> Πληροφόρηση
Τιμή	----> Αξία
Διανομή	----> Πρόσβαση

13. Ποιες είναι οι 6 αρχές της πειθούς σε μια διαδικασία πώλησης;

Είναι οι:

Αμοιβαιότητα (η έμφυτη τάση των ανθρώπων να δίνουν όταν παίρνουν)

Σπανιότητα (οι πελάτες προτιμούν τα προϊόντα για τα οποία νομίζουν ότι υπάρχει έλλειψη)

Αυθεντία (οι άνθρωποι πείθονται από αυτούς που θεωρούν αυθεντίες)

Συνέπεια (οι άνθρωποι τείνουν να είναι συνεπείς σε όσα έχουν πει ή έχουν κάνει προηγουμένως)

Συμπάθεια (οι άνθρωποι τείνουν να λένε ναι σε αυτούς που συμπαθούν)

Ομοφωνία (οι άνθρωποι όταν δεν είναι σίγουροι κοιτάνε τι έχουν κάνει οι άλλοι για να καταλήξουν)

14. Τι σχέση έχει το μίγμα μάρκετινγκ με τον κύκλο ζωής ενός προϊόντος;

Κάθε φορά που αλλάζει η φάση του κύκλου ζωής στην οποία βρίσκεται ένα προϊόν (π.χ. από το στάδιο της ανάπτυξης στο στάδιο της ωριμότητας) μια επιχείρηση χρειάζεται να αναδιαμορφώσει τα επιμέρους χαρακτηριστικά (ή το ποσοστό συμμετοχής) κάθε Στοιχείου του Μείγματος Μάρκετινγκ. Στο πέρασμα από τη 2η φάση (αστέρι) στη 3η φάση (που ονομάσαμε αγελάδα), μια επιχείρηση δεν είναι σκόπιμο πλέον να διευρύνει περισσότερο τα δίκτυα διανομής του προϊόντος, διότι δεν θα υπάρξει επιπλέον ανοδική ανάπτυξη στους ρυθμούς πωλήσεων. Επίσης είναι καλό να διαφοροποιήσει την διαφημιστική στρατηγική της διότι το προϊόν είναι ως επί το πλείστον γνωστό και στόχος είναι πια να παραμείνει το προϊόν σε αυτό το στάδιο (αγελάδα) όσο περισσότερο γίνεται (πριν περάσει τελικά στο στάδιο της κάμψης)

15. Ποιές είναι οι κατηγορίες ενός προσωπικού υπολογιστή;

Οι κατηγορίες Προσωπικού Υπολογιστή της Ελληνικής ή της Διεθνούς Αγοράς Πληροφορικής είναι:

- Επιτραπέζιος υπολογιστής (desktop PC)
- Φορητός υπολογιστής (Laptop)

και των κινητών υπολογιστικών συσκευών είναι:

- Tablet (Ταμπλέτα)
- Smartphone (Έξυπνο Τηλέφωνο)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

16. Τι είναι Μητρική πλακέτα;

Η μητρική πλακέτα είναι μια παραλληλόγραμμη πλακέτα πάνω στην οποία τοποθετούνται ή συνδέονται με τη βοήθεια καλωδίων όλες οι μονάδες του ηλεκτρονικού υπολογιστή

17. Ποιοι είναι οι πιο βασικοί τύποι μητρικών πλακετών;

Οι πιο βασικοί τύποι είναι :

- EATX (Extended ATX) - κυρίως για servers
- ATX & Full ATX - η πιο συνηθισμένη για καθημερινή χρήση
- Micro ATX - για οικονομία χώρου
- Mini ATX - για μεγάλη οικονομία χώρου και ειδικές συσκευές

18. Ποιο είναι ένα από τα βασικότερα χαρακτηριστικά μια μητρικής πλακέτας και γιατί ;

Ένα βασικό στοιχείο που πρέπει να λάβουμε υπόψη μας είναι η ευρυχωρία που παρέχει μια μητρική πλακέτα καθώς όσο μεγαλύτερη είναι τόσο καλύτερη κυκλοφορία αέρα έχουμε και επομένως καλύτερη ψύξη.

19. Ποιες είναι σήμερα οι εταιρείες που παράγουν επεξεργαστές για PC;

Είναι η Intel και η AMD

20. Ποια είναι σχέση επεξεργαστή-socket-μητρικής;

Κάθε εταιρεία έχει επεξεργαστές που χρησιμοποιούν διαφορετικά sockets. Κάθε επεξεργαστής θέλει το δικό του socket. Κάθε μητρική έχει ενσωματωμένο το δικό της socket. Αρα η σχέση είναι: μία μητρική → ένα socket → ένας επεξεργαστής ή μία οικογένεια επεξεργαστών

21. Τι είναι το Chipset;

Το chipset είναι ένα σύνολο από chips (ηλεκτρονικά εξαρτήματα σε ένα ολοκληρωμένο κύκλωμα) που διαχειρίζεται την κυκλοφορία των δεδομένων ανάμεσα στον επεξεργαστή, τη μνήμη, τους διαύλους επικοινωνίας(buses) και τα περιφερειακά εξαρτήματα. Βρίσκεται συνήθως πάνω στη μητρική πλακέτα. Γενικά υπαγορεύει πως μία μητρική πλακέτα θα επικοινωνεί με τις εγκατεστημένες συσκευές. Το chipset πρέπει να είναι συμβατό με τον επεξεργαστή που εξυπηρετεί.

22. Από τι αποτελείται ένα chipset;

Από :

Ένα υποσύνολο ολοκληρωμένων, το Northbridge που εκτελεί μια πολύ σημαντική λειτουργία : τη διαχείριση των περιφερειακών επικοινωνιών πολύ υψηλής ταχύτητας (π.χ. Video, CPU, μνήμη RAM). Ως εκ τούτου μπορούμε να πούμε ότι ένα μεγάλο μέρος της απόδοσης ενός Η/Υ βασίζεται στις προδιαγραφές του Northbridge chipset.

Και ένα άλλο υποσύνολο, το Southbridge που είναι υπεύθυνο για την υποστήριξη πιο αργών περιφερειακών (π.χ. PS/2, παράλληλες θύρες, σειριακές θύρες, USB)

23. Ποιοί είναι οι πιο συνηθισμένοι δίαυλοι επικοινωνίας (Bus);

Είναι οι :

- ◆ PCI -Express
- ◆ PCI-X
- ◆ PCI
- ◆ AGP
- ◆ USB

Ο δίαυλος PCI-Express που αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια θα αποτελέσει πιθανότατα τον αντικαταστάτη όλων των υπόλοιπων διαύλων εισόδου/εξόδου που χρησιμοποιούμε σήμερα καθώς υλοποιεί μια τελείως διαφορετική λογική διασύνδεσης των υποσυστημάτων του Η/Υ.

24. Πόσα μεγέθη υποδοχών έχει ένας διαυλος PCI -E (PCI -Express) :

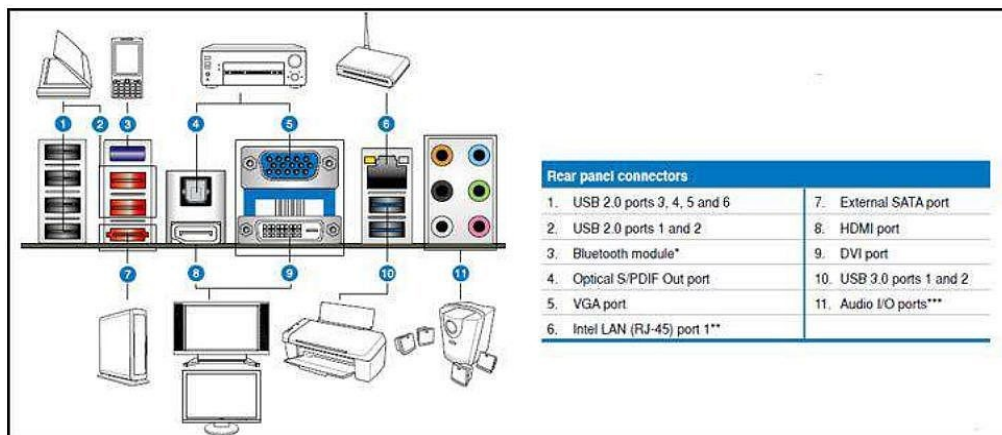
Ο PCIe διαθέτει τέσσερα διαφορετικά μεγέθη υποδοχών (x1, x4, x8, x16). Παρατηρώντας την Εικόνα 7, βλέπουμε ότι οι υποδοχές PCIe δεν είναι τόσο ψηλές όσο οι PCI καθώς και ότι οι ακίδες στην PCIe είναι πιο κοντά η μία στην άλλη. Η μικρότερη κάρτα PCIe (x1) μπορεί να τοποθετηθεί σε μια μεγαλύτερη υποδοχή (π.χ. X4)

25. Τι είναι η θύρα (υποδοχή) AGP;

Είναι η υποδοχή μιας κάρτας γραφικών (οδήγηση οθόνης)

26. Ποιες είναι οι πιο συνηθισμένες θύρες εισόδου/εξόδου;

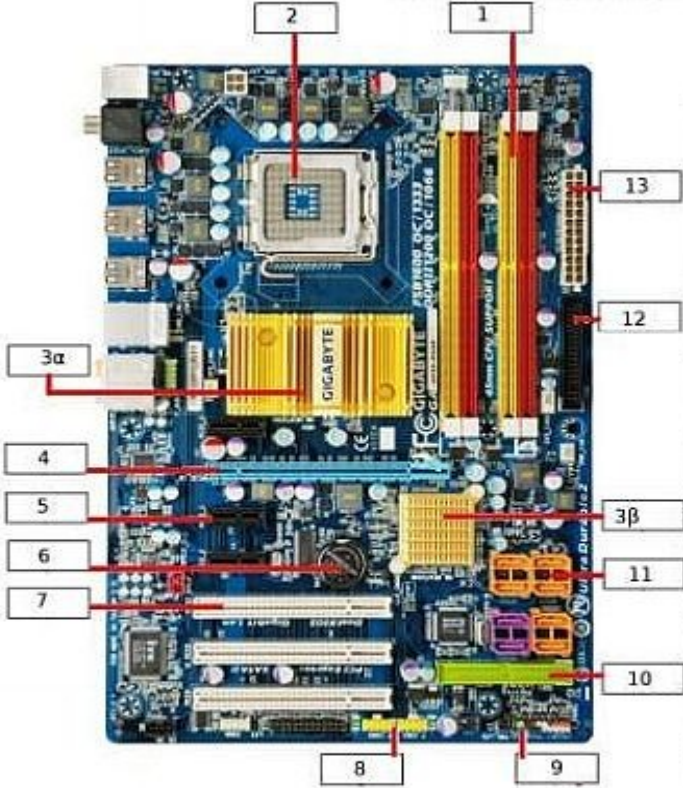
USB 2
USB 3
Bluetooth
Optical S/PDIF
VGA
LAN (RJ45)
External SATA
HDMI
DVI
Audio ports



27. Τι περιέχει συνήθως μιά μητρική πλακέτα;

Εσωτερικά:

ΜΗΤΡΙΚΗ ΠΛΑΚΕΤΑ



Εικόνα Α - Κάτοψη Μητρικής

1.Θέσεις Μνήμης RAM Memory Slots	13
2.Υποδοχή Επεξεργαστή CPU Socket	12
3α.Βόρειο τσιπ BIOS (+ ψύχτρα) Northbridge BIOS chipset(+ cooler)	
3β.Νότιο τσιπ BIOS (+ ψύχτρα) Southbridge BIOS chipset(+ cooler)	
4. Θύρα PCI Express για κάρτα γραφικών - VGA Graphics Card Slot	3β
5. Θύρα PCI Express	11
6. Μπαταρία BIOS - BIOS battery	
7. Θύρα PCI - PCI Slot	10
8. Σύνδεσμοι για μπροστινές θύρες USB - Front USB Connectors	
9. Σύνδεσμοι ελέγχου (power, reset, led)-Front panel Connectors	
10. Υποδοχή καλωδίου IDE/ATA σκληρού δίσκου IDE/ATA Header	
11. Υποδοχή καλωδίου SATA σκληρού δίσκου - SATA Header	
12. Υποδοχή καλωδίου IDE/ATA Δισκέτας - Floppy IDE Header	
13. Υποδοχή Τροφοδοσίας Μητρικής - ATX Power Connector	

και εξωτερικά:

Εικόνα Β - Εξωτερικές Θύρες



1.Θύρα PS/2 Πληκτρολογίου
2.Σειριακή Θύρα - Serial Port
3.Θύρα Κάρτας Γραφικών - VGA Port
4.Θύρες USB
5.Εξόδοι κάρτας ήχου
6. Εξόδος κάρτας δικτύου/Ethernet
7. Παράλληλη Θύρα - Parallel Port
8. Θύρα PS/2 Ποντικιού

28. Ποια είναι τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των επεξεργαστών που καθορίζουν τις επιδόσεις του;

Είναι τα εξής:

- Πυρήνες (όσο περισσότεροι τόσο καλύτερα). Πρέπει πάντοτε να έχουμε υπόψη ότι ένας επεξεργαστής λειτουργεί με βέλτιστο τρόπο όταν και το λογισμικό που «τρέχει» του το επιτρέπει.
- Συχνότητα (όσο μεγαλύτερη τόσο καλύτερα). Μετρείται σε GHz. (Gigahertz)
- Εσωτερικός σχεδιασμός Θερμότητας - ψύξης (υπάρχουν βέβαια και επεργαστές που πωλούνται μαζί με την κατάλληλη ψύξη)
- Η μνήμη cache (όσο μεγαλύτερη τόσο καλύτερα). Μετρείται σε KB ή MB (Kilobytes ή Megabytes)
- Υπαρξη Επεξεργαστή γραφικών (GPU) ενσωματωμένη στον κεντρικό επεξεργαστή
- Δυνατότητα Υπερνημάτωσης (Hyper-threading)

29. Τι είναι η Υπερνημάτωση (Hyper-threading);

Το Hyper-threading είναι μία τεχνική που εφαρμόζεται κατά την κατασκευή μίας CPU και σύμφωνα με αυτήν, ένας επεξεργαστής συμπεριφέρεται σαν να ήταν πολλοί μαζί.

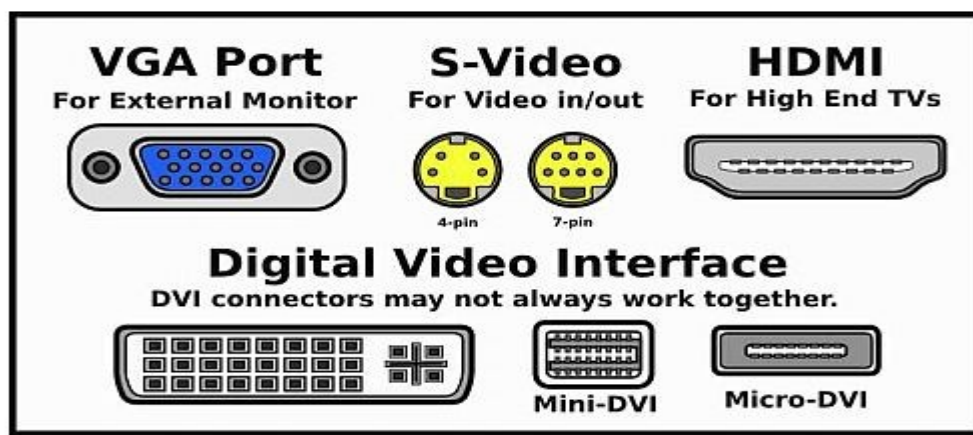
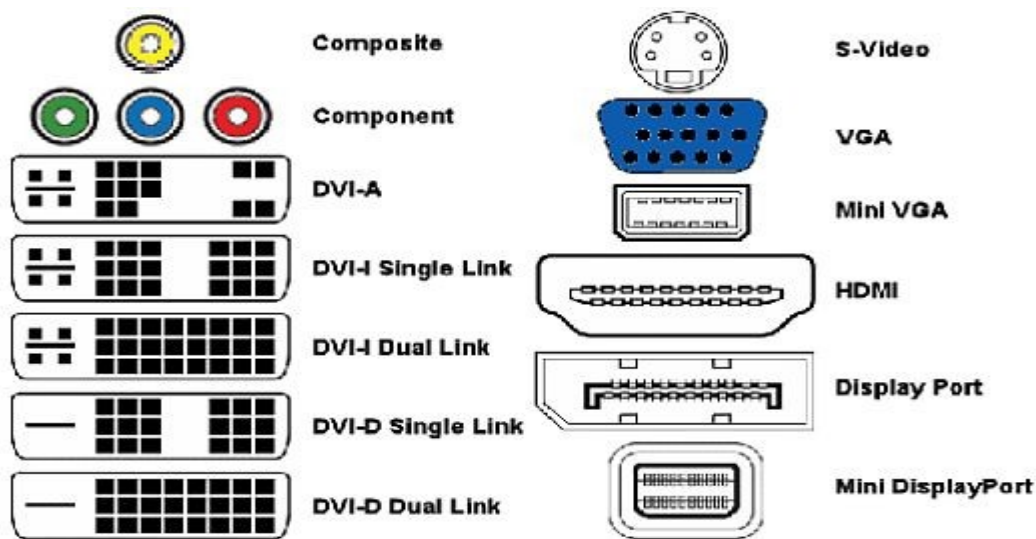
30. Ποιός είναι ο πιο σύγχρονος τύπος μνημών;

Είναι οι DDR4 SDRAM DIMMs για επιτραπέζιους υπολογιστές και ο 260-pin SO-DIMMs (DDR4) για laptops

31. Είναι δυνατόν να έχουμε ασυμβατότητα μεταξύ ιδίων τυπων μνημων;

Είναι δυνατόν κυρίως σε περιπτώσεις με πολλαπλό channeling (dual channel, triple, quad) όπου απαιτούνται πανομοιότυπες μνήμες.

32. Ποιές είναι οι θύρες εξόδου μίας κάρτας γραφικών;



33. Ποιά είναι τα χαρακτηριστικά μιας κάρτας γραφικών;

είναι :

Chipset.

Το chipset είναι ο επεξεργαστής της κάρτας γραφικών και ο βασικός υπεύθυνος για το πόσο γρήγορα θα εκτελούνται οι εφαρμογές.

Μνήμη.

Όσο περισσότερη είναι η μνήμη της τόσο το καλύτερο. Η μνήμη εκτός από την ταχύτητα συμβάλλει και στην ποιότητα της εικόνας.

Ταχύτητα της μνήμης της κάρτας

Η μεγαλύτερη ταχύτητα έχει σαν αποτέλεσμα να σχεδιάζονται τα γραφικά γρηγορότερα, αλλά και να είναι καλύτερης ποιότητας.

34. Πόση πρέπει να είναι η ισχύς ενός τροφοδοτικού Η/Υ;

Θα πρέπει να καλυπτει το άθροισμα της ισχύος όλων των εξαρτημάτων και περιφερειακών ενός υπολογιστή και επιπλέον ένα 20-30%. Όλα τα τροφοδοτικά περιέχουν ανεμιστήρες ψύξης που είναι και η πιο συνηθισμένη πηγή θορύβου σε ένα υπολογιστή (κυρίως σε πιο χαμηλής ποιότητας τροφοδοτικά)

35. Ποιά είναι τα βασικά μειονεκτήματα ενός φορητού σε σχέση με ένα επιτραπέζιο υπολογιστή;

- Τα προβλήματα θερμοτητας / ψυξης των φορητών λόγω του περιορισμένου εσωτερικού χώρου
- Η δυσκολία αναβαθμίσης (εκτός από Ram και δίσκους)
- Η δυσκολία / αδυναμία επιδιόρθωσης

36. Ποιά είναι τα βασικά πλεονεκτήματα ενός φορητού σε σχέση με ένα επιτραπέζιο υπολογιστή;

- Η φορητότητα
- Η αυτονομία χρήσης λόγω μπαταρίας

37. Τι είδους μνήμη RAM χρησιμοποιούν οι φορητοί υπολογιστές;

Με εξαίρεση τα Tablets, η πιο πρόσφατη μορφή στις μονάδες μνήμης για laptop είναι η Micro DIMM. Η Micro DIMM είναι μια RAM με ένα εξαιρετικά μικρό συντελεστή μορφής. Τα πιο δημοφιλή Micro DIMM περιλαμβάνουν 64-bit modules με 172 ή 214-pin (για DDR2)

38. Τι τύπους μπαταριών χρησιμοποιούν οι φορητοί υπολογιστές;

Νικελίου-καδμίου (NiCd), νικελίου-υδριδίου μετάλλου (NiMH) και κυρίως πλέον ιόντων λιθίου (Li-ion) που είναι οι πιο δημοφιλείς για μπαταρίες laptop. Μια νεώτερη χημική σύσταση μπαταρίας λιθίου-πολυμερούς (Li-poly), έχει κερδίσει στο προσκήνιο τα τελευταία χρόνια.

39. Ποιά είναι τα βασικά χαρακτηριστικά μια μπαταρίας;

Η ενεργειακή πυκνότητα που μετρά πόση ενέργεια μπορεί να κρατήσει μία μπαταρία (μετριέται σε mAh π.χ. 4000 mAh), αλλά και η πυκνότητα ισχύος που μετρά πόσο γρήγορα τα ηλεκτρικά κυκλώματα μπορούν να έχουν πρόσβαση στην αποθηκευμένη ενέργεια

40. Ποιές είναι οι καλές πρακτικές χρήσης της μπαταρίας ενός φορητού;

Η αποφυγή εκθέρσης σε υπερβολική θερμοκρασία η οποία μικραίνει την διάρκεια ζωής της (π.χ. 40°C θεωρούνται υψηλοί για μια μπαταρία)

Η αποφυγή πλήρους εκφόρτισης (δεν θα πρέπει να πεφτει κάτω από 20%)

Ενώ σε παλαιότερους τύπους η συνεχής χρήσης φορτιστή μείωνε την διάρκεια ζωής της σήμερα οι Li-ion δεν φαίνεται να έχουν τέτοιο πρόβλημα

41. Ποιοι είναι οι τύποι οθονών για φορητούς;

Οι πιο διαδεδομένοι είναι οι τύποι LED (Light Emitting Diode) και τώρα τελευταία οι OLED (Organic Light Emitting Diode).

42. Ποιά είναι η ελάχιστη εγγύηση στην ΕΕ για αγορά προϊόντων;

Όταν αγοράζει κανείς προϊόντα (και όχι μόνο laptop) είτε σε κατάστημα, είτε ηλεκτρονικά δικαιούται (χωρίς επιπλέον κόστος) σύμφωνα με τη νομοθεσία της ΕΕ, ελάχιστη εγγύηση διετούς διάρκειας. Αυτή η διετής εγγύηση είναι μόνο η ελάχιστη που προβλέπεται.

43. Που μπορεί να απευθυνθεί ένας καταναλωτής για θέματα σχετικά με εγγυήσεις καλής λειτουργίας;

Για τη λεπτομερέστερη ενημέρωση, το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτών στη χώρα μας (http://www.synigoroskatanaloti.gr/index_ecc.html) παρέχει πληροφορίες για τα επιπλέον δικαιώματα του πελάτη σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία και μπορεί επίσης να παρέχει συμβουλές, αν κάποιος πελάτης έχει πρόβλημα με είδη που αγόρασε σε άλλη χώρα της ΕΕ

44. Τι είναι το Laptop-Tablet (2 σε 1);

Είναι μια νέα γενιά φορητών υπολογιστών που συνδυάζουν tablet και laptop σε μια συσκευή, με τους χρήστες να μην χάνουν τη χαρά και τη φορητότητα που προσφέρει ένα tablet, καθώς η επιφάνεια εργασίας και η εμπειρία χρήσης είναι ακριβώς οι ίδιες με έναν υπολογιστή. Περιλαμβάνει ένα πλήρες πληκτρολόγιο με Touchpad που συνοδεύει το προϊόν, που μετατρέπει στη στιγμή το tablet σε έναν εύχρηστο φορητό υπολογιστή, ιδανικό για όσες εφαρμογές απαιτούν πληκτρολόγηση, όπως η επεξεργασία κειμένου και η διαχείριση του e-mail. Τα μοντέλα αυτά έχουν μεγάλη οθόνη των 10,1" (IPS) και τετραπύρρηνο επεξεργαστή με ταχύτητα έως και 1.8 GHz. Τέλος συνοδεύεται από μια σειρά από ισχυρά χαρακτηριστικά, όπως τα 32GB μνήμη

45. Ποιές είναι οι κατηγορίες tablet/smartphone ανάλογα με τη χρήση;

Αν και τα όρια είναι πλέον δυσδιάκριτα, σε γενικές γραμμές τα Smartphones είναι προσανατολισμένα στην επικοινωνία (απλή τηλεφωνική ή Ιντερνετική) ενώ τα Tablets περισσότερο για αν υπάρχει προσανατολισμός για διάβασμα ειδήσεων ή παρακολούθηση ταινιών. Τα Phablets(Phone-Tablets) είναι Tablets με δυνατότητες τηλεφωνίας.

46. Τι είναι τα παιδικά Tablet;

Τα παιδικά tablet εστιάζουν στην ασφάλεια του ανήλικου χρήστη καθώς και στον γονικό έλεγχο με το φιλτράρισμα περιεχομένου για την προστασία του παιδιού. Συνήθως αυτή η κατηγορία έχει ενσωματωμένες εφαρμογές στη συσκευή που παρέχουν ασφάλεια και περιορισμούς περιεχομένου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

47. Ποιά είναι τα χαρακτηριστικά ενός ποντικιού;

Είναι η συνδεσιμότητα (ενσωματωμένη σε θύρα USB ή ασύρματη RF), το μέγεθος και η ανίχνευση κίνησης (υπέρυθρη δίοδος ή μπίλια κίνησης)

48. Ποιά είναι τα χαρακτηριστικά ενός πληκτρολογίου;

Είναι η συνδεσιμότητα (ενσυρματη σε θύρα USB ή ασύρματη RF) και το μέγεθος.



49. Ποιά είναι τα χαρακτηριστικά μιας Web Camera.

Μια Web Camera είναι συνδεδεμένη τοπικά (ή ενσωματωμένη) σε ένα Η/Υ και τα χαρακτηριστικά της είναι η ταχύτητα καταγραφής (σε fps) και ο ελάχιστος φωτισμός στον οποίο μπορεί να λειτουργήσει. Χρησιμοποιείται κυρίως για τηλεδιασκέψεις και στην επικοινωνία μέσω κοινωνικών δικτύων (Skype κλπ)



Εικόνα 73: Web Κάμερα

50. Ποιά είναι τα χαρακτηριστικά μιας IP Camera.

Μία IP camera συνδέεται μέσω Ιντερνέτ και έχει ενσωματωμένο Web server. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί απο οποιονδήποτε έχει δυνατότητα (κωδικό) πρόσβασης στον server της κάμερας και η κύρια χρήση του είναι για επιτήρηση και καταγραφή σε συστήματα ασφαλείας



51. Ποιά είναι τα πιθανά ισχυρά σημεία πώλησης ενός εκτυπωτή Inkjet;

Το πολύ μικρό κόστος απόκτησης, η ταχύτητα, η δυνατότητα εκτύπωσης σε χαρτί μεγεθους A3, η δυνατότητα αυτόματης εκτύπωσης διπλής όψης, και σε μερικά μοντέλα τα διαφορετικά μελανόχρωμα για κάθε χρώμα με αποτέλεσμα σχετική οικονομία. Η ύπαρξη Σαρωτή και Fax (πολυμηχάνημα) είναι ισχυρότατο σημείο πώλησης.

52. Ποιά είναι τα πιθανά ισχυρά σημεία πώλησης ενός εκτυπωτή Laser;

Το μικρό κόστος χρήσης και η μεγάλη ταχύτητα.

53. Ποιά είναι τα ισχυρά σημεία πώλησης ενός Plotter;

Το πλάτος του plotter (ρολό χαρτιού), η ανάλυση (ελάχιστη κίνηση της γραφίδας από σημείο σε σημείο), η ταχύτητα σχεδίασης και η χωρητικότητα της μνήμης του.

54. Ποιά είναι τα πιο σπουδαία χαρακτηριστικά ενός Σαρωτή (Scanner) ;

Η ταχύτητα σάρωσης, το βάθος χρώματος, το δυναμικό εύρος και η οπτική ανάλυση σάρωσης

55. Πώς μετράται η ισχύς των UPS;

Οι κατασκευαστές των UPS συνήθως αναφέρουν την Φαινόμενη Ισχύ (VA). Τα Watt μετρούν την πραγματική ισχύ και τα VA την φαινόμενη ισχύ. Αυτό μπορεί να προκαλέσει μία σύγχυση στο τί χρειάζεται για έναν υπολογιστή και τα περιφερειακά του. Για παράδειγμα αν ένα UPS έχει 600VA ισχύος δεν σημαίνει ότι μπορεί να καλύψει τα 600W ενός συστήματος. Ο κανόνας που ισχύει σε γενικές γραμμές είναι $VA \approx 1,6 \text{ Watt}$ ή $\text{Watt} \approx 0,6 \text{ VA}$.

56. Ποιές είναι οι συνηθισμένες απαιτήσεις ισχύος ενός UPS ;

Με βάση την χρηστικότητά τους θα μπορούσαμε να πούμε ότι έχουμε γενικά τρεις κατηγορίες UPS:

- Οικιακού γραφείου - Μικρής επιχείρησης (μονοφασικό ρεύμα μέχρι 1500VA)
- Δωμάτιο Server και Δικτυακό υλικό (μονοφασικό ρεύμα μέχρι 20kVA)
- Data Center (τριφασικό ρεύμα από 10kVA και πάνω)

57. Ποιά είναι τα κυριότερα ποιοτικά στοιχεία μιάς κάρτας ήχου;

Είναι ο αριθμός των θυρών εισόδου/εξόδου για σύνδεση με διάφορες συσκευές, αλλά κυρίως η ποιότητα του κυκλώματος ADC / DAC (Analog to Digital / Digital to Analog converter).

58. Τι είναι τα USB flash memory drives και ποιά τα χαρακτηριστικά τους;

Τα USB flash memory sticks είναι εξαιρετικά μικρού μεγέθους ηλεκτρονικές συσκευές αποθήκευσης και επανεγγραφής με μια ενσωματωμένη θύρα USB. Αυτές οι φορητές συσκευές αποθήκευσης έχουν χωρητικότητα η οποία κυμαίνεται από 4GB έως πάνω από 4TB.

59.

Είδη σύνδεσης θύρας USB stick:

Τύπος	Ημερομηνία Κυκλοφορίας	Ρυθμός σηματοδότησης μέγιστης τυπικής ταχύτητας
USB 1.0	Ιανουάριος 1996	Χαμηλή ταχύτητα (1,5 Mbit / s)
USB 1.1	Αύγουστος 1998	Full Speed (12 Mbit / s)
USB 2.0	Απρίλιος 2000	High Speed (480 Mbit/s)
USB 3.0	Νοέμβριος 2008	Super Speed (5 Gbit/s)
USB 3.1	Ιούλιος 2013	Super Speed + (10 Gbit/s)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

60. Τι είναι ένα Hub (πλημνη);

Είναι μια απλή διαδικτυακή συσκευή που επαναπροωθεί ένα πακέτο δεδομένων που λαμβάνει, προς όλους τους υπολογιστές που είναι συνδεδεμένοι με αυτήν

61. Τι είναι ένας Router (Δρομολογητής);

Είναι μια διαδικτυακή συσκευή που επαναπροωθεί ένα πακέτο δεδομένων που λαμβάνει από ένα δίκτυο, προς άλλα δίκτυα με βάση την λογική διεύθυνση (IP address). Χρησιμοποιείται πολύ συχνά για την σύνδεση ενός τοπικού δικτύου (home wi-fi) σε ένα άλλο δίκτυο (Internet)

62. Ποσών ειδών καλώδια έχουμε για τις δικτυακές συνδέσεις;

- Τα καλώδια συνεστραμμένων ζευγών (UTP, FTP, SFTP)
- Τα ομοαξονικά
- Τα καλώδια οπτικών ινών

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

63. Ποιοι είναι οι ικανότητες που πρέπει να έχει ένας Τεχνικός Πωλήσεων;

Πρέπει να έχει:

Ικανότητες πωλητού (δηλαδή δεξιότητες επικοινωνίας, ανίχνευσης αναγκών & κινήτρων, γνώσης και ελέγχου της γλώσσας του σώματος καθώς και ικανότητες χρήσης και εναλλαγής τακτικής παθητικού και ενεργητικού marketing)

Κατάρτιση επάνω στα τεχνολογικά ζητήματα και ιδιαίτερα στις τεχνικές προδιαγραφές των προϊόντων της εταιρίας που εκείνη τη στιγμή εκπροσωπεί

64. Τι σημαίνει Παθητικό Μαρκετινγκ ;

Είναι το σύνολο των τεχνικών που μετατρέπουν την διαδικασία Πώλησης από την πλευρά του πωλητή σε διαδικασία Αγοράς από την πλευρά του πελάτη

65. Ποια κινητρά αναζητά ένας πωλητής σε ένα πελάτη;

Τα συναισθηματικά κινητρά είναι τα πιο ισχυρά και είναι αυτά που συνήθως κλείνουν μια πώληση ενώ τα λογικά χρησιμοποιούνται τις περισσότερες φορές για να "δικαιολογήσουν" μια επιλογή αγοράς που βασισθηκε σε συναισθηματικά κινητρά.

66. Ποια είναι τα ισχυρότερα συναισθηματικά κινητρά;

Είναι ευθύνη του πωλητή, αναλογα με τον συνδυασμο πελάτη και αντικειμένου πώλησης να αντιληφθει σε ποιο επίπεδο της πυραμίδας του Maslow βρίσκεται και να διεγείρει τα αντιστοιχα κινητρά

67. Πρέπει να χρησιμοποιούνται αντικινητρά παραλληλα με κινητρά;

Τις περισσότερες φορές η παρουσίαση αντικινητρών (ή επιπλέον κινητρών) επιτρέπει σε ένα πελάτη να "βγει" από την δύσκολη θέση του να αποκαλύψει το πραγματικό του κινητρό

68. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά ενός πετυχημένου τεχνικού πωλήσεων ;

Θετική και πρόθυμη συμπεριφορά
Ικανότητα να ακουει Πελάτες
Αξιοπιστία
Ευγένεια-Ευπρέπεια
Υπευθυνότητα
Ειλικρίνεια
Γνώσεις Νομοθεσίας
Επαγγελματισμός

69. Ποιες είναι οι πιο συνηθισμένες κατηγορίες πελατών που χρήζουν διαφορετικής αντιμετώπισης

Ομιλητικός Πελάτης
Αγενής Πελάτης
Θυμωμένος Πελάτης
Πεπειραμένος Πελάτης
Άπειρος - Ημιμαθής Πελάτης
Εταιρικοί Πελάτες

70. Ποια είναι σημεία συμφωνίας/διευκρίνησης σε πώληση υπηρεσιών σε Εταιρικούς Πελάτες;

Εγγυήσεις που δίνονται στον Πελάτη για τον χρόνο απόκρισης (βασισμένες στον τύπο του προβλήματος και το επίπεδο συμφωνίας υπηρεσιών).
Την Υποστήριξη του Εξοπλισμού ή/και του Λογισμικού του Πελάτη.
Την Τοποθεσία που θα προσφέρεται η συμφωνηθείσα υπηρεσία προς τον

Πελάτη.

Εάν θα προβλέπεται προληπτικά η συντήρηση του εξοπλισμού.

Εάν θα περιλαμβάνει Διάγνωση εντοπισμού σφαλμάτων.

Ποια θα είναι η Διαθεσιμότητα σε εξαρτήματα αντικατάστασης (ή ισοδύναμα μέρη).

Τα Κόστη που βαρύνουν τον πάροχο υπηρεσιών και την ποινική ρήτρα σε περίπτωση αποτυχίας εξυπηρέτησης του Πελάτη.

Τον Χρόνο που έχει συμφωνηθεί για τη διαθεσιμότητα των υπηρεσιών υποστήριξης (για παράδειγμα 24Χ7, ή Δευτέρα έως Παρασκευή, από 8 π.μ. μέχρι 5 μ.μ. κ.ο.κ.)