

امتحان في مقياس الإدارة الاستراتيجية للأعمال الإلكترونية

السؤال الأول: اختر الإجابة الصحيحة للأسئلة التالية (08 نقاط)

- (1) التسويق الموجه هو.....
- يهدف الى زيادة المبيعات و كسب العملاء خارج السوق المحلي.
 - الذي يوازن بين تحقيق رضا العملاء و أهداف حملة الأسهم وتوقعات المجتمع واحتياجاته.
 - أخذ إذن الزبون قبل القيام بعملية التسويق.
- (2) التسويق بالإذن يساعد على.....
- السماح بالدخول الى أسواق جديدة و زيادة المبيعات.
 - توفير التكاليف وزيادة معدل التحويل و تحسين العلاقة و السمعة.
 - التركيز في تحديد العملاء المستهدفين.
- (3) يطلق على التسويق من الفرد الى الفرد Marketing One-To-One
- التسويق العكسي.
 - التسويق الموجه.
 - التسويق القائم على التخصص.
- (4) أي مما يلي لا يستخدم في التسويق الإلكتروني
- الإعلانات التلفزيونية
 - الرسائل القصيرة
 - الإعلانات المباشرة على الإنترنت
 - الإعلانات من خلال البريد الإلكتروني.
- (5) أي مما يلي لا يعد من نتائج التسويق الإلكتروني على المنظمات.
- تحسين و تطوير أدائها التنافسي.
 - تحقيق وفرات في التكاليف.
 - إمكانية الاطلاع على تشكيلة واسعة من السلع.
 - كل مما سبق.
- (6) التسويق الذي يجعل العملاء يبحثون عن المنتج بدافع الفضول أو حب التميز أو الوطنية هو:
- التسويق الخاطف
 - التسويق العكسي
 - التسوق عند البيع
 - ليس كل ما سبق.
- (7) أحسن شبة تسويقية إذا كان المسوق يستخدم الفيديو هي....

- الفيسبوك

- اليوتيوب

-التويتر

- التيك توك

8) يستخدم في التجارة الإلكترونية لعرض كل ما يتعلق بالمنتجات من معلومات و صور هو

- المتجر الإلكتروني .

- سلة السوق.

- الكتالوغ الإلكتروني.

- السوق الإلكتروني.

السؤال الثاني: أجب على ما يلي (12 نقطة)

1) ما هي الخطوات الأساسية للتسويق من الفرد الى الفرد Marketing One-To-One

2) ما هي الركائز الأساسية في بناء استراتيجية الأعمال الإلكترونية

3) ماهي مستويات خدمات الحكومة الإلكترونية.

4) اشرح المخطط التالي:



بتوفيق

أستاذ المقياس: لطيسة عبد الحليم

الإجابة النموذجية

السؤال الأول: اختر الإجابة الصحيحة للأسئلة التالية (08 نقاط)

- 1) التسويق الموجه هو الذي يوازن بين تحقيق رضا العملاء و أهداف حملة الأسهم وتوقعات المجتمع واحتياجاته. 1 ن
- 2) التسويق بالإذن يساعد على توفير التكاليف وزيادة معدل التحويل و تحسين العلاقة و السمعة. 1 ن
- 3) يطلق على التسويق من الفرد الى الفرد **Marketing One-To-One**
- التسويق القائم على التخصص. 1 ن
- 4) أي مما يلي لا يستخدم في التسويق الإلكتروني
- الإعلانات التلفزيونية 1 ن
- 5) أي مما يلي لا يعد من نتائج التسويق الإلكتروني على المنظمات.
- إمكانية الاطلاع على تشكيلة واسعة من السلع. 1 ن
- 6) التسويق الذي يجعل العملاء يبحثون عن المنتج بدافع الفضول أو حب التميز أو الوطنية هو:
- التسويق العكسي 1 ن
- 7) أحسن شبة تسويقية إذا كان المسوق يستخدم الفيديو هي....
- اليوتيوب 1 ن
- 8) يستخدم في التجارة الإلكترونية لعرض كل ما يتعلق بالمنتجات من معلومات و صور هو....
- الكتالوغ الإلكتروني. 1 ن

السؤال الثاني: أجب على ما يلي (12 نقطة)

- 1) ما هي الخطوات الأساسية للتسويق من الفرد الى الفرد **4 Marketing One-To-One** ن
التحديد: تحديد العملاء المستهدفين لجمع المعلومات عن تفضيلاتهم وخصائصهم، وقنواتهم المفضلة.
التمييز: وفي هذه المرحلة يتم تقسيم العملاء الى مجموعات متجانسة في الخصائص و التفضيلات.
التفاعل: وهنا يتم التواصل مع العميل عن طريق قناة الاتصال التي يفضلها
التخصيص: يتم ارسال رسالة ترويجية بالمنتج أو الخدمة التي تناسب العميل.
- 2) ما هي الركائز الأساسية في بناء استراتيجية الأعمال الإلكترونية. 3 ن
الأداء الحالي للسوق.
شرح أهداف المنظمة و كيف يتم تحديدها.
شرح كيفية تخصيص الموارد لتحقيق الأهداف
تحديد الخيارات المتاحة في السوق.

وضع خطة طويلة الأجل لتطوير المنظمة.

3) ماهي مستويات خدمات الحكومة الإلكترونية. 2ن

مستوى التواجد: أي توفير المعلومات على مواقع الأنترنت والتعريف بالوثائق المطلوبة لإجراء **1**- المعاملات.

مستوى التفاعل: أي إتاحة إمكانية تبادل المعلومات وتحميل النماذج والطلبات والاستمارات وإمكانية **2**- ملئها وإرسالها بشكل إلكتروني.

مستوى التعامل: أي تقديم خدمات إلكترونية وإمكانية إنجاز بعض المعاملات أو استصدار وثائق **3**- أو تجديد تراخيص.

مستوى التحول: أي الانتقال إلى أسلوب عمل جديد من خلال إنجاز المعاملات إلكترونياً بشكل **4**- كامل وبجميع مراحلها بما فيها السداد الإلكتروني.

4) اشرح المخطط التالي: 3ن

- تجارة إلكترونية من أعمال إلى مستهلك (B2c) **Business to consumer** تجارة التجزئة/ المفرد إلكتروني
 - - تجارة إلكترونية من أعمال إلى أعمال (B2B) **Business to business** مثل العمليات التي تتم بين المصانع ومراكز التسوق
 - - تجارة إلكترونية من مستهلك إلى مستهلك (c2c) **Consumer to consumer** مثل المزادات الإلكترونية **online Auctions** و موقع الحراج **haraj.com.sa**
 - - (G2c) من الحكومة إلى المستهلك (**E-government**) مثل عملية دفع الضرائب إلكترونياً وكافة الخدمات الحكومية مثل تراخيص السيارات ورخص القيادة والتأشيرات والجمارك وغيرها
 - **G2G** علاقة الحكومة بالحكومة: مختلف العلاقات الإلكترونية بين مختلف الهيئات التابعة للحكومة مثل مختلف الوزارات وهيئات الضمان .
- علاقة الحكومة بالأعمال: مختلف العلاقات التي تجمع الهيئات الحكومية بمنشآت الأعمال