

## الأسئلة المتوقعة على الوحدة الخامسة مبادئ الحماية وامن المعلومات

- \* قواعد العمل لحواجز العبور .
- \* عدد ثلاثا من سليات - محددات - حواجز العبور .
- \* عدد الوظائف التي يقوم بها حاجز العبور .
- \* عدد الأمور التي عالجه القانون الأردني في مجالات الجرائم الإلكترونية .
- \* للتحقق من هوية المستخدمين الذين يحاولون الدخول على شبكة الإنترنت تستخدم عدة أساليب . اذكرها .
- \* هنالك مجموعة من أنواع البيانات / المعلومات المتبادلة إلكترونياً عبر شبكة الانترنت حدد نوع البيانات مع إعطاء أمثلة عليها .
- \* الأساليب المستخدمة للتحقق من هوية المستخدمين الذين يحاولون الدخول لخادم الويب . اذكر هذه الأساليب .
- \* فيما يتعلق بالقضايا القانونية بالتجارة الإلكترونية فإن القوانين الوطنية الدولية على السواء تهدف لحماية التجارة الإلكترونية من عدة نواحي . اذكر 3 منها .
- \* تعتبر الفيروسات أحد التهديدات الأكثر شيوعاً في أنظمة الشبكات المتصلة . اذكر أربعة تهديدات أخرى .
- \* هناك مجموعة من التهديدات الشائعة في أنظمة الشبكات المتصلة بالانترنت . بين هذه التهديدات .
- \* متطلبات الحماية للمعلومات المتراصة عبر الإنترنت .
- \* اذكر أربعة من القضايا الإدارية التي يجب على مديري شبكات الإنترنت المعنيين بتصميم حواجز العبور الاهتمام بها .

:: أسئلة المقارنة :

المقارنة	موجه المسارات و تصفية الحزم	برنامج حاسوب وسيط
الحماية		
التأثير على أداء الشبكة		

الرقم	طبيعة عمل الفيروس	اسم الفيروس
1.	يصيب كل وثائق معالج النصوص	
2.	حذف الملفات	
3.	تكرار نفسه في ذاكرة الحاسوب	
4.	التجسس	

- \* تواجه عمليات التشفير في التجارة مجموعة من العقبات في الناحية التجارية . اذكر 3 منها .
- \* يتضمن التشفير عمليتين أساسيتين عددهما .
- \* تتطلب حماية الشبكات المتصلة بالانترنت في نمو التجارة الإلكترونية عدد من إجراءات الحماية ، اذكر 3 منها .
- \* هنالك مجموعة من القضايا المهمة في التشفير والحماية يجب الانتباه عند تصميم تطبيق إدارة التشفير وتقنياته في التجارة الإلكترونية . عدد أربعة من هذه القضايا .
- \* وضع المشرع الأردني القواعد اللازمة لحماية أمن الرسائل الإلكترونية وسلامتها وحجيتها . عدد ثلاثاً من هذه القواعد .

علل كل مما يأتي :

- \* من المتطلبات لتحقيق الثقة بين مستخدمي الإنترنت وحماية المعلومات المتراصة عبر الإنترنت موثوقية التراسل (Authenticity) .
- \* يؤثر الوسيط (Proxy App Gateway) على أداء الشبكة .
- \* يعد التشفير بالبرمجيات أقل حماية من التشفير بالأجهزة .
- \* من الضروري حماية خادم الويب والبيانات المخزنة فيه لحماية الشبكات في نمو التجارة الإلكترونية .

## :: الأسئلة المتوقعة على الوحدة السادسة طرق التبادل المالي والبنوك الالكترونية

- ✗ تتم عملية الدفع بالشيكات الإلكترونية بخطوات عدة . اذكر هذه الخطوات .
- ✗ أدى التطور في تكنولوجيا التجارة الإلكترونية و تكنولوجيا المعلومات للتأثير بالعمل البنكي من عدة نواحي ، اذكر ذلك .
- ✗ هناك عدة وسائل للدفع الإلكتروني في نموذج التجارة الإلكترونية شركة الى شركة (B-B) . بين لك الوسائل .
- ✗ يعتبر الدفع عن طريق البطاقات أحد الوسائل المتعددة الدفع في التجارة التقليدية ومنها بطاقة التسجيل على الحساب (Charge Card) اذكر خصائص هذه البطاقة .
- ✗ هناك عدة وسائل للدفع الإلكتروني في نموذج التجارة الإلكترونية شركة الى مستهلك (B-C) . بين لك الوسائل .
- ✗ يمكن تقسيم مواقع البنوك الإلكترونية على الإنترنت حسب الخدمات التي توفرها الى 3 مستويات . اذكر هذه المستويات مع إعطاء خدمة واحدة لكل مستوى .
- ✗ تقدم المصارف التجارية بعض الخدمات التجارية المصرفية لعملائها سواء كانوا أفراد أو مؤسسات . اذكر 3 من هذه الخدمات .
- ✗ اذكر أنواع الشبكات المكونة لشبكة التحويل المالي البنكي الإلكتروني (EFT) .
- ✗ تصنف وسائل الدفع اعتمادا على مجموعة من المعايير . اذكر أربعة منها
- ✗ هناك عدة جوانب يجب ان تقوم البنك بها لضمان نجاح الأعمال البنكية الإلكترونية وبناء ميزة تنافسية . اذكر 3 من هذه المستويات .
- ✗ اذكر ثلاثا من الإجراءات التي يجب أن يتخذها حاملو البطاقات الائتمانية لحمايتهم من الاحتيال عند الشراء عبر الإنترنت .
- ✗ اذكر وظائف البنوك المركزية .
- ✗ يتكون نظام الدفع من عدة مكونات رئيسية . عدد أربعة منها .
- ✗ اذكر وظائف البنك المركزي للبنوك الأخرى .

### أسئلة المقارنة :

✗ قارن بين الشيك الالكتروني والشيك التقليدي من حيث؟

وجه المقارنة	الشيكات التقليدية	الشيكات الالكترونية
الجهة المصدرة		
كيفية التوقيع		
التحقق من هوية الدافع		
التحقق من توافر المبلغ		

✗ قارن بين الدفع نقد والدفع عن طريق البطاقات؟

وجه المقارنة	نقدا	البطاقات
كمية المبلغ المدفوع		
الامن		
مدى تقبل التجار لاستخدامها		

✘ قارن بين النقد الإلكتروني و الدفع بضمان طرف ثالث؟

نوع المقارنة	النقد الإلكتروني	الطرف الثالث
1. الحاجة لبرمجيات خاصة		
2. مستوى الامن		
3. طبيعة السلع التي يمكن شرائها		

✘ قارن بين البنك التقليدي و البنك الإلكتروني؟

وجه المقارنة	البنك التقليدي	البنك الإلكتروني
الأثر السلبي على البيئة		
البنية التحتية التي يحتاجها		
وقت الخدمة		

✘ أجب من خلال المطلوب بالجدول بأحد نماذج التجارة الإلكترونية :

نموذج التجارة المستخدم	وسائل الدفع الإلكتروني
	شركات التحويل المالي EFT
	البطاقات
	النقد الإلكتروني من خلال موقع PayPal

✘ أكمل الجدول بكتابة اسم الشبكة المكونة لشبكة التحويل المالي الإلكتروني مقابل عملها :

عمل الشبكة	إسم الشبكة
التحقق من صحة البيانات لحامل البطاقة و التاجر	
تقاص الشيكات من البنوك الأخرى	
نقل المعلومات من بنك لآخر بسرعة فائقة	
عملية سحب النقود	

✘ قارن بين طريقة الدفع الإلكتروني ECash و الدفع بضمان طرف ثالث :

أوجه المقارنة	النقد الإلكتروني E-Cash	الدفع بضمان طرف ثالث
البرمجيات المستخدمة		
طبيعة السلع التي يمكن شراؤها		

✘ تصنف وسائل الدفع الإلكتروني لأكثر من نوع من أنواع التجارة الإلكترونية اعتمادا على عدة معايير . أذكرها

## :::الاسئلة المتوقعة على الوحدة السابعة " التسويق الإلكتروني و إدارة علاقة الزبائن "

- ✗ يعد النظام التفاعلي من أحد الأنظمة الفرعية المكونة لنظام إدارة علاقة الزبائن المحوسب هو الجزء الذي يتيح الفرصة للتفاعل مع الزبائن مباشرة باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة. أذكر تلك الوسائل.
- ✗ صنف الزبائن لأربع مجموعات مختلفة بناء على آلية التعامل من قبل الشركة معهم حسب الجدول.
- ✗ تعد العلاقة بين أي شركة وزبائنها هامة جدا لنجاح الشركة في تحقيق أهدافها الأساسية لزيادة المبيعات بحيث تندرج هذه العلاقة تحت عدة نشاطات. اذكر ثلاثتها منها.
- ✗ تهدف الشركة لإدامة الاتصال مع الزبائن ويتم المحافظة على هذا الاتصال بعدة طرق. أذكر أربعة من هذه الطرق.
- ✗ إن تبني المفهوم الحديث للتسويق المصرفي يعد مهما لضمان نجاح الأعمال البنكية ويستلزم القيام بعدة أمور للتحويل الى كيان تسويقي أذكر 3 منها
- ✗ زاد اهتمام الشركات والمؤسسات بإدارة العلاقة مع الزبائن ويعود ذلك لعدة أمور أذكرها.
- ✗ عند بناء صورة واضحة لأصناف العملاء المحتملين لمنتجات شركة ما هناك عدة عناصر يجب تحديدها. أذكر أربعة منها.
- ✗ هناك معلومات يجب توافرها على موقع الشركة تعزز خدمات ما بعد البيع. أذكر أربعة منها.
- ✗ عدد الشرائح المختلفة من الزبائن والتي تستهدفها إدارة المحافظة على الزبائن.
- ✗ يتضمن النظام التحليلي في نظام إدارة علاقات الزبائن المحوسب مجموعة من العمليات. عددها.
- ✗ هناك مجموعة من الأسباب التي تؤدي الى تسرب الزبائن من شركة لأخرى. أذكر هذه الأسباب.
- ✗ أذكر الأمور التي يعتمد عليها في تحضير الرسالة الإلكترونية في الحملة التسويقية.
- ✗ لنجاح الحملة التسويقية المعتمدة على الرسائل الإلكترونية لا بد من التخطيط لهذه الحملة بالشكل المناسب وفقا لعدة أمور وهي ..
- ✗ تؤدي متابعة الشركة للعميل للبيع الى شعور المستهلك بالارتياح والإطمئنان على مصالحه. أذكر الإجراءات والمعاملات المتعلقة ببيع السلع.
- ✗ النظام التفاعلي مع الزبائن يتيح فرصة تفاعل مع الزبائن مباشرة وتبادل الإتصال معهم باستخدام التكنولوجيا الحديثة. أذكر أربعة من تلك الوسائل.
- ✗ تتضمن الرسالة المرسلتة من الشركة للزبائن مجموعه من المعلومات. أذكر هذه المعلومات.
- ✗ التسويق الإلكتروني هو تطبيق لمجموعه واسعه من الوسائل وأدوات التكنولوجيا لتحقيق عدة اهداف. أذكر هذه الأهداف.
- ✗ عدد أربعة من العوامل التي تساعد المؤسسة في نجاحها وتحقيق اهدافها التسويقية.
- ✗ أذكر الأنظمة الفرعية التي يتكون منها نظام إدارة علاقات الزبائن المحوسب.
- ✗ ماهي المتطلبات التي تساعد الشركات في إنجاح موقعها الإلكتروني وتزيد من تطوير عوامله.

سؤال مقارنة :

وجه المقارنة	التسويق الإلكتروني	التسويق التقليدي
التكلفة التي تتكبدها الشركة في عرض المنتجات	تكلفة أقل	تكلفة عالية
سهولة معاينة منتجات الشركة	صعوبة المعاينة لأنها تعتمد على عرض الصورة والمواصفات حيث الحصول على عينت عينيت صعبة نوعا ما .	معاينة المنتجات سهلة جدا
طرق التواصل مع الزبائن وجدهم لمنتجات الشركة	التواصل سهل جدا بسبب توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إرسال الرسائل ومتابعة الزبائن .	التواصل هنا صعب نوعا ما لأن التسويق التقليدي محدد بزمان ومكان .
حجم الشريحة	عدد الزبائن كبير جدا لأن التسويق الإلكتروني محلي + عالمي .	عدد الزبائن قليل لأن التسويق التقليدي غالبا يخدم شريحة معينة من الناس .

- ✗ أذكر الأسباب التي جعلت البريد الإلكتروني الوسيلة الأكثر إستخداما لتحقيق الإتصال مع الجمهور وتسويق المنتجات.
- ✗ هنالك مجموعة من المعلومات يجب توافرها بموقع الشركة لتعزيز خدمات ما بعد البيع.
- ✗ يسعى نظام إدارة علاقات الزبائن لتحقيق مجموعة من الأهداف. أذكر 3 منها.
- ✗ يعود إنتشار البريد الإلكتروني في التسويق الإلكتروني لعدة أسباب. أذكر 3 منها.
- ✗ عدد أربعة من خصائص العملاء المحتملين لمنتجات الشركة المختلفة.

- × عدد 3 طرق للتسويق الإلكتروني .
- × تتضمن الرسالة الإلكترونية المرسلّة للمستهلكين في الحملات التسويقية مجموعة من المعلومات الهامة . أذكر هذه المعلومات .
- × تحقق الشركات فوائد عديدة من إدارة علاقة الزبائن . عدد أربعة من هذه الفوائد .
- × أذكر أربعة من أهم الإجراءات والمعاملات التي تقوم بها الشركة لتابعة عمليات البيع .
- × هنالك طريقتان تتعامل بهما الشركات مع ردة فعل الزبائن على الرسائل التسويقية . أذكرهما مع التوضيح .
- × يتيح النظام التفاعلي الى التفاعل مع الزبائن مباشرة بالاتصال معهم وذلك من خلال إستخدام وسائل تكنولوجية حديثة . أذكر هذه الوسائل .
- × أذكر أربعة من أهم الأسباب التي تؤدي الى تسرب الزبائن من شركة الى أخرى .
- × ماهي الأمور التي يتم الاعتماد عليها في تحضير الرسالة الإلكترونية المستخدمة في الحملة التسويقية .
- × أذكر الأهداف التي يتم من خلالها زيادة أعداد الزبائن المتعاملين مع الشركات في إدارة علاقات الزبائن .
- × ماهي صفات وخصائص العملاء المحتملين - صفات الزبائن المحتملين ..
- × أذكر موقعين تضيف اللمسة الشخصية للعلاقة مع المستهلك .
- × أهداف زيادة المبيعات والأرباح المخصصة .
- × أسباب نجاح الموقع في تحقيق أهداف المؤسسة التسويقية الاهتمام بمجموعة من متطلبات وعوامل النجاح . أذكرها .
- × أسباب تسرب الزبائن من شركة الى أخرى .
- × يهتم النظام العملياتي بالعمليات الأساسية التي يتم إنجازها ضمن العلاقة مع الزبائن . عدد 3 منها .
- × فوائد وجود نظام لإدارة علاقات الزبائن في الشركات . أذكر أربعة منها .
- × تهدف الشركات من توسيع قاعدة السلع والخدمات التي تؤثر على عملائها لتحقيق هدفين أساسيين . أذكرهما ..
- × يتكون نظام علاقات الزبائن المحوسب من ثلاث أنظمة فرعية . أذكرها .
- × أذكر أهم عمليات (مكونات ، عناصر) النظام التفاعلي؟

### مقارنة الاتصال الأولي مع المستهلك

الطرق التقليدية التسويقية للاتصال بالمستهلك	الطرق الحديثة التسويقية للاتصال بالمستهلك
× وسائل الاعلام المختلفة	× الرسائل الالكترونية
× اقامة المعارض	× زيارة المواقع الالكترونية
× الاتصال المباشر : كزيارة مندوبي المبيعات الزبائن في أماكن تواجدهم ، الاتصال الهاتفي معهم	× الرسائل القصيرة باستخدام الهاتف المحمول
× زيارة المستهلك نفسه لنقطة البيع أو المعارض	

# لكي تنجح يجب أن تكون رغبتك في النجاح تفوق خوفك من الفشل

أ. أحمد الطجالي