

زيت  
زعتز



# النجارة الالكترونية

مكتبة طارق بن زياد

نسخة ٢٠١٦-٢٠١٧

عاهة جرابية

**حصان طرواده :** برامج تبدو ظاهريا مفيدة الا انها تقوم باعمال اضافية غير مشروعة كحذف الملفات والتجسس  
**جرائم الكترونية :** نوع جديد من الجرائم أوجدته تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ( الانترنت ) كالاختراق وسرقة كلمة المرور  
**سرية التراسل :** عدم الاطلاع على البيانات والمعلومات المتراسلة عبر الانترنت من قبل طرف ثالث لا يحق له الاطلاع او الاعتراض  
**موثوقية التراسل :** أن يكون لكل طرفي تبادل المعلومات والبيانات القدرة على التحقق من هوية الطرف الاخر والتعريف بنفسه  
**س: سلبيات حواجز العبور ؟** (1. لا تمنع الفيروسات **انواعه** 1. موجه المسارات وتصفية الحزم 2. برنامج حاسوب وسيط )  
 2. لا تمنع المستخدم الداخلي بتحميل البرامج على الحواسيب الشخصية 3. لا تستطيع الحماية بناء على محتوى حزم البيانات

**س: ما هي متطلبات واجراءات حماية الشبكات المتصلة بالانترنت والمستخدم في نمو التجارة الالكترونية ؟**

1. حماية خادم الويب والبيانات المخزنة عليه 2. حماية البيانات المتراسلة بين خادم الويب وحاسوب المستخدم

3. حماية حاسوب المستخدم والاجهزة المستخدمة للاتصال بالانترنت

**س: مما يتكون نظام الحاسوب ؟** 1. أجهزة 2. برامج 3. معلومات

**س: قضايا يجب على مديرو الشبكات الاهتمام بها عند تصميم وبناء حواجز العبور ؟**

1. تحديد سياسات عمل حواجز العبور من حيث اساس القبول والرفض 2. تحديد مهام حواجز العبور وخدمات يسمحها ويرفضها  
 3. تحديد اي انواع حواجز العبور المناسبه لاستخدامات الشركة 4. تحديد اذا كان سيتم شراؤه ام سيتم بناؤه بالشركة

**س: متطلبات حماية المعلومات والبيانات المتبادلة عبر الانترنت ؟**

1. سرية التراسل 2. موثوقية التراسل 3. سلامة التراسل 4. عدم القدرة على الانكار

**س: قضايا مهمه عند تصميم وادارة التشفير ؟**

1. قضايا تجاريه 2. قضايا قانونية 3. التشفير بالاجهزة ام بالبرمجيات 4. ادارة مفاتيح التشفير



**س: عقبات تواجه عملية التشفير ؟** 1. ان المتعاملين بالسوق الالكتروني يستخدمون تكنولوجيا التشفير نفسها

2. عملية توزيع المفاتيح تتطلب جهدا كبيرا 3. صعوبة استخدام طرق التشفير وبرمجياته من قبل المستخدم العادي

**س: وضع المشروع الاردني قواعد لازمة لحماية امن الرسائل الالكترونية وسلامتها وحجيتها ؟**

1. الاعتراف بالتوقيع الالكتروني كبديل للتوقيع التقليدي 2. يجب أن يكون التوقيع الالكتروني موثقا ليعد دليل على مضمونها  
 3. يعد التوقيع الالكتروني موثقا توثيق سليما اذا صدر عن جهة معتمدة ( بشرط 1. خلال مدة سريان الشهادة 2. مطابق للرمز )

## الوحدة الثانية : طرق التبادل المالي والبنوك الالكترونية

**حساب التاجر:** هو حساب خاص في البنك يفتحه التاجر حتى يتمكن من تقبل البطاقات كوسيلة دفع

**خدمة عكس عملية الدفع:** يعطي الحق لبنك العميل باسترداد المبالغ التي خصمت على حسابه في حال لم يقرها او

اعترض على صحتها وتخصم من حساب التاجر

**الطرف الثالث في B-C:** قناة اتصال بين مؤسسات بطاقات الائتمان والبنوك والشركات التي تعالج معلومات البطاقات والانترنت

**شبكة التحويل الدولي SWIFT:** هي البنية الاساسية لتبادل الرسائل المصرفية والمالية ومرجع ثابت في توحيد المعايير

**البنك الافتراضي :** بنوك ليس لها اساس على الارض وهي اقل كلفة بكثير من الفروع الحقيقيه المبنية بالحجارة

**س: الخدمات المالية المتنوعة التي تقدمها البنوك الافتراضية والالكترونية لعملائها ؟**

1. تحويل الاموال بين الحسابات 2. انزال بيان حساب 3. دفع الفواتير الكترونيا 3. الحصول على ارصدة الحساب الجاري

**س: مكونات نظام الدفع الرئيسية ؟** 1. المؤسسات والافراد 2. اجراءات قانونية وتعليمات 3. طرف ثالث 4. وسائل دفع

**SSL :** يتحقق من الخادم والمستخدم / لا يتحقق من شهادة رقميه **SEV :** يتحقق هوية التاجر وحامل البطاقه / يتحقق من الشهادة

س: خدمات مصرفية تقدمها المصارف التجارية لعملائها؟ ١. السحب ٢. الايداع ٣. القروض ٤. صرف العملة لاجنبيه

س: من عوامل نجاح البنوك الالكترونية الاهتمام بدرجة كبيرة بالحماية والامن للبيانات المتراسلة عبر البريد؟

١. الاهتمام بالحماية المادية للشبكة الداخلية بجازر العبور ٢. التأكد من صلاحية استخدامه للخدمات البنكية
٣. استخدام التشفير بالفتاح العام والخاص ٤. استخدام التحقق من هوية المستخدمين للموقع

س: لضمان نجاح اعمال بنوك الانترنت والاعمال البنكية وضمان ميزة تنافسية لا بد من الاهتمام بجوانب؟

١. تميز بالخدمات والمنتجات التي تقدمها
٢. تبني المفهوم الحديث للتسويق المصرفي
٣. مكاملة خدمات الهاتف مع الانترنت
٤. توفير الدعم الداخلي لانظمة بنك الانترنت

س: انواع البطاقات المستخدمة لتسوية المدفوعات الشخصية؟

١. الائتمانية ( التسديد بدفعات ) ٢. التسجيل على الحساب ( يمنح قرض / التسديد كامل ) ٣. الخصم او الدين

س: عدد نماذج أو أشكال أو انواع التجارة الالكترونية ووسائل الدفع في كل منها؟

١. شركة إلى شركة ( B - B ) ( الشيكات الالكترونية \ شبكات التحويل المالي الالكتروني \ الاعتماد البنكي )

٢. شركة إلى مستهلك ( B - C ) ( الشيكات الالكترونية \ النقد الرقمي (الالكتروني) \ البطاقات \ البطاقات الذكية \ طرف ثالث )

٣. مستهلك إلى شركة ( C - B ) ( الشيكات الالكترونية \ النقد الرقمي (الالكتروني) )

٤. مستهلك إلى مستهلك ( C - C ) ( الشيكات الالكترونية \ النقد الرقمي (الالكتروني) )

نموذج أ



AMER JARABAA

2

## الوحدة الثالثة : التسويق الالكتروني وادارة علاقات الزبائن

ادارة علاقات الزبائن : مجموعة نشاطات واعمال تقوم بها المؤسسة بهدف بناء علاقات تبادلية مع المتعاملين معها

باستخدام وسائل وتقنيات حديثة لدعم التفاعل بين الشركة والزبون

النظام التفاعلي : نظام يتيح الفرصه للتفاعل مع الزبائن مباشرة وتبادل الاتصال معهم باستخدام وسائل تكنولوجياه حديثه

خدمة الرسائل القصيره SMS : خدمة متوفرة على الهواتف المحمولة الرقمية تسمح بارسال الرسائل القصيرة النصية

س: اهداف التسويق الالكتروني؟ ١. اعادة تشكيل استراتيجيات وادوات التسويق

٢. تخطيط أكثر فاعليه لتنفيذ الافكار ٣. ابتكار تبادلات تفي بحاجات المستهلكين الفريدة وباهداف المؤسسات المستهلكة

س: استراتيجيات يجب تحديده عند بناء موقع الشركة على شبكة الانترنت؟

١. دراسة حاجة المؤسسة التسويقية واهدافها وتحديد طبيعة منتجاتها ٢. وخصائص الاسواق التي تسعى للوصول اليها

٣. طبيعة الزبائن الذي تسعى للتأثير عليهم واقناعهم بشراء المنتج

س: اهداف ادارة علاقات الزبائن؟ س: تسعى المؤسسة لزيادة المبيعات وزيادة الارباح من خلال عدة اهداف؟

١. استقطاب مستهلكين جدد ٢. التوسع بالعلاقة مع الزبائن ٣. توسيع قاعدة المنتجات والخدمات ٤. المحافظة على الزبائن الحاليين

س: ما الاجراءات والمعاملات المتعلقة بعملية البيع؟ ١. توصيل السلعة بالوقت المناسب

٢. استلام المستهلك السلعة او الخدمة ٣. التأكد من سلامة السلعة عند الاستلام ٤. تزويده بمعلومات الاستخدام الصحيح

س: لنجاح الحملة التسويقية التي تعتمد على الرسائل الالكترونية لا بد من التخطيط المناسب؟

١. تحديد الجمهور المستهدف ٢. تحديد وقت ارسالها ٣. تحديد محتوى الرسالة

س: طرق التسويق الالكتروني؟ ١. موقع الشركة ٢. محركات البحث ٣. الرسائل القصيرة ٤. البريد الالكتروني

س: مزايا البريد الالكتروني او لماذا هو اكثر استخداما؟ ١. التكلفة المتدنية ٢. سرعة يتميز بها ٣. سهولة الاستخدام

س: معلومات تتضمنها الرسائل حتى تكون مقنعه ومغريه للزبائن؟ ١. توفير خدمة مابعد البيع

٢. توفير الكفالة للمستهلك ٣. توفير معلومات كاملة عن السلع المعروضة ٤. توفير امكانية الاجابة عن تساؤلاتهم

س: طرق التسويق التقليدي أو العادي؟ ١. مطبوعة : مجلات ٢. مرئية : تلفاز ٣. مباشر : معرض ٤. مسموعة : المذيع

حاجز العبور: برنامج او جهاز يسمح بمرور الرسائل الخاصة بالمستخدمين الخارجين الى شبكة المؤسسة المحلية ومواقعها

فك التشفير : اعادة النص الى وضعه الاصلي عند المستقبل

معلومات خاصة: معلومات ذات طبيعة شخصية من حيث المحتوى وليس الوجود ويجب حمايتها من وصول جهات غير شرعية

معلومات سرية: معلومات وجودها ومحتواها من اسرار المؤسسة يجب حمايتها دائما وحصر الوصول اليها وتوثيق الوصول اليها

برنامج حاسوب وسيط: برنامج حاسوب يعمل على جهاز مضيف يسمى بوابة التطبيقات يتحكم بحركة الملفات والوثائق

س: الامور التي عالجهما القانون الاردني لمعالجة الجرائم الالكترونية ؟

١. الضرائب ٢. التوثيق ٣. حماية المشتري ٤. حجية العقود الالكترونية والاعتراف بالمعاملات الالكترونية

س: قوانين وطنية ودولية تهدف لحماية التجارة الالكترونية من عدة نواحي ؟

١. الخصوصية ٢. الملكية الفكرية ٣. منع جرائم الحاسوب

## نموذج ب



س: علل تسمى الدودة برامج استهلاك الذاكرة ؟ لانها تقوم بتكرار نفسها عندما تحمل لذاكرة الحاسوب

س: تعد انظمة المعلومات عرضة للتأثر بشكل أكبر للاعتراض من قبل المستخدمين الداخليين ؟

لانهم بمأمن من اساليب الحماية الخارجية كحاجز العبور والتشفير و بمقدورهم الدخول للانظمة بشكل اكبر من الخارجيين

س: علل يؤثر الوسيط على اداء الشبكة ؟ لانه يتحكم بشكل اساسي بحركة الملفات والوثائق والبيانات الداخلة والخارجة منها

س: معلومات وبيانات متبادلة عبر الانترنت ؟

١. عامه : كالجرائد ٢. مملوكه : السيرة الذاتية ٣. خاصة : سجل مرضي ٤. سرية : رقم حساب العميل بالبنك

س: حالات تسمح فيها القوانين الامريكية بالتشفير ؟ ١. اذا كانت المعلومات المراد تشفيرها مالياه بين بنوك معروفة

٢. اذا كانت المعلومات معروفة المحتوى وذات طول محدد ٣. اذا توافرت ادله تفيد ان التشفير لا يستخدم لاغراض اخرى

س: للسجلات الالكترونية حجية الوثائق الورقية بشرط ؟

١. ان تكون المعلومات بالسجل قابله للحفظ والتخزين والاسترجاع ٢. امكانية احتفاظ السجل بالمعلومات المخزنة به بشكل دقيق

٣. امكانية اثبات منشئ هوية الرسالة الالكترونية ومرسلها

س: مخاطر وتهديدات تهدد شبكات متصلة بالانترنت ؟ الفيروسات/ الاختراق/ التنصت/ حجب الخدمه/ انتحال الشخصية

س: اساليب التحقق من هوية مستخدم الخادم ؟ ١. كلمة السر ٢. البطاقة الذكية ٣. البصمات العضوية

س: خطوات التحقق من الشخصية اعتمادا على البصمة ؟ جمع البيانات - معالجة البصمة - مطابقة قاعدة بيانات - التحقق

## الوحدة الثانية : طرق التبادل المالي والبنوك الالكترونية

الاعتماد البنكي : اتفاقية مكتوبة من قبل المصرف يدفع بمقتضاها للبائع من حساب المشتري بناء على وثائق يقدمها البائع

س: علل لا يرغب بعض التجار باستخدام البطاقات كوسيلة دفع ؟

١. لانه يقوم برفع سعر السلعة مقابل عمولة على كل عملية شراء ٢. غالبا تتم عملية التسوية عقب ايام قليلة من عملية الشراء

س: تفضل المؤسسات المالية الشيكات كوسيط للدفعات ؟ لها تأييد قانوني كامل

س: وسائل الدفع التقليدي ؟ ١. نقدا ( أكثر قبولا لدى التجار ) ٢. الشيكات ٣. البطاقات ٤. التحويل المالي

س: ماذا يحتاج التاجر حتى يتعامل بالبطاقات كوسيلة دفع في نموذج B - C ؟

١. فتح حساب خاص لدى احد البنوك ٢. الحصول على شهادة رقمية من الموقع ٣. التوقيع الالكتروني لضمان السرية والامان

س: وظائف البنك المركزي بشكل عام / وظائف البنك المركزي للحكومة فقط ١+٢ / وظائفه للبنوك الاخرى ٣+٤ ؟

١. القيام بالخدمات المصرفية للحكومة ٢. يشاركها في رسم السياسات المالية

٣. يقوم باجراء المقاصة بينهم ٤. يحتفظ بحسابات المصارف لديه

١. موقع خدمات المعلومات : يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته المصرفية ٢. موقع تفاعلي ٣. موقع خدمات الحركات المالية

4

س: انواع الشبكات المكونة لشبكة التحويل المالي الالكتروني ؟

١. شبكة التحويل الدولي ٢. الصراف الالي ٣. المقاصة الالية ٤. نقاط البيع

س: تصنف وسائل الدفع اعتمادا على عدة معايير ؟ طابا

١. طبيعة عملية التبادل الالكتروني ٢. اسلوب حماية عملية الدفع ٣. طريقة التسوية والمقاصة ٤. المخاطر المتعلقة بها

س: ما الذي ادى اليه التوسع والتطور في تكنولوجيا التجارة الالكترونية الى تغير في حاجة العملاء ؟

لتحرير العملاء من قيود الزمان والمكان وتوفير الوقت والجهد لعملاء البنك والانترنت

نموذج ب

## الوحدة الثالثة : التسويق الالكتروني وادارة علاقات الزبائن



س: من اسباب نجاح الموقع في تحقيق اهداف المؤسسة التسويقية الاهتمام بمتطلبات وعوامل النجاح ؟

١. محتوى الموقع ٢. تصميم واجهة الموقع ٣. سياسة الشركة بتحديد الاسعار ٤. قياس نسبة الانتشار بالسوق الالكتروني

س: ما الطرق التي تستخدمها الشركات لظهور اسم موقعها في بداية نتائج البحث ؟

١. اضافة كلمات معبرة عن نشاط الشركة بوسم الترويسة ٢. الاتفاق معهم بوضع الاسم ببداية النتائج مقابل دفع مبلغ

س: اتجاهات لتستمر المؤسسة بتحقيق النجاح ؟ ادامة الاتصال مع الزبائن / متابعة عملية البيع / خدمة ما بعد البيع

س: الامور التي يجب الاهتمام بها عند تحضير الرسالة ؟

١. اختيار الزبائن المحتملين بعناية ٢. اختيار التوقيت المناسب ٣. تشجيع الزبائن على الرد ٤. عرض محتوى الرسالة بشكل مناسب

س: صفات أو خصائص العملاء المحتملين ؟ ١. البعد الثقافي ٢. التوزيع الجغرافي ٣. طرق الشراء المفضلة ٤. قدراته المالية

س: مراحل استقطاب الزبائن ؟ ١. الاتصال الاولي المباشر معه لتزويده بالمعلومات الاساسية عن الشركة

٢. بناء قاعدة للمعلومات عن الزبائن ٣. تعميق الصلات التسويقية مع المستهلك ومتابعة العلاقات معه

س: يتكون نظام علاقات الزبائن المحوسب من ثلاثة أنظمة. ما الوسائل التكنولوجية المستخدمة بها او عملياتها ؟

١. النظام العملياتي ( ١. التسويق ٢. المبيعات ٣. خدمة ما بعد البيع ) عمليات اساسيه

٢. النظام التفاعلي ( ١. ا هاتف ٢. الرسائل القصيرة ٣. الرسائل الالكترونية ٤. مواقع الانترنت ٥. المؤتمرات المصورة ) وسائل تكنولوجيه

٣. النظام التحليلي ( ١. تحليل معلومات الزبائن كاملنطقه والقدرة الشرائية ٢. تحليل آراء الزبائن كالنوعية والخدمة ) عمليات اساسيه

س: فوائد نظام ادارة علاقات الزبائن ؟ ١. توسيع قاعدة الزبائن ٢. تعميق ولاء الزبائن ٣. زيادة المبيعات ٤. زيادة رغبة العمليات

س: اهمية تكنولوجيا المعلومات في بناء نظام علاقات الزبائن ؟ ١. معالجة البيانات ٢. استرجاعها وقت الحاجة ٣. تخزين البيانات

س: تهدف الشركات من توسيع قاعدة السلع والخدمات التي توفرها لعملائها لتحقيق هدفين اساسين ؟

١. المحافظة على المستهلك بالاستجابة الى حاجته المتجددة باستمرار ٢. ترجمة العلاقة معه الى معاملات تجارية اضافية تعود بالربح

س: تهتم الشركات عادة بالتعرف الى مدى رضى الزبائن وتسعى الشركات لذلك ؟

لانه يساعد الشركة في تعديل اي خلل قد يصيب منتجاتها او اي خلل قد تواجه مشاكلها

س: اسباب تسرب الزبائن ؟ ١. عدم توافر الخدمة التي يحتاجها ٢. سوء نوعية الخدمة ٣. النقص في الخدمات ٤. بطء الاستجابة لهم

س: طرق ادامة الاتصال مع الزبائن ؟ ١. ارسال الرسائل الالكترونية الى الزبائن ٢. توزيع نشرات اخبارية دورية عن الشركة

٣. تقديم عروض وخدمات خاصة للزبائن الدائمين ٤. دعوة الزبائن باستمرار لزيارة موقع الشركة الالكتروني

س: معلومات يجب ان توفرها الشركة لتعزيز خدمة ما بعد البيع ؟ ١. توفير خدمة الاسئلة المكررة على الموقع

٢. الاستجابة الى اي استفسار للعميل ٣. الاسراع بالرد على اي رسالة يرسلها العميل ٤. اعطاء العميل مدة من الزمن لالغاء العملية