



طلبية الدراسة الخاصة



9 K 5 L

إدارة الامتحانات والاختبارات
قسم الامتحانات العامة

امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة لعام ٢٠٢٠

(وثيقة محمية/محمود)

المبحث : التجارة الإلكترونية /م٣
الفرع: الإدارة المعلوماتية
اسم الطالب:

مدة الامتحان: ٣٠ ١
اليوم والتاريخ: السبت ٢٠٢٠/٧/١١
رقم الجلوس:

رمز المبحث: ١٢٦

اختر رمز الإجابة الصحيحة في كل فقرة مما يأتي، ثم ظلّل بشكل غامق الدائرة التي تشير إلى رمز الإجابة في نموذج الإجابة (ورقة القارئ الضوئي) فهو النموذج المعتمد (فقط) لاحتساب علامتك، علماً بأن عدد الفقرات (٣٥)، وعدد الصفحات (٤).

- ١- عملية الإساءة بالتكرّر كشخص آخر، أو باستعمال عناوين البريد الإلكتروني المزيفة تُدعى بـ:
 - (أ) حجب الخدمة
 - (ب) انتحال الشخصية
 - (ج) التنصّت
 - (د) الاختراق
- ٢- أكثر الأخطار التي تتعرّض لها أنظمة الحاسوب على الإنترنت حسب مكتب التحقيقات الفيدرالي هي:
 - (أ) الفيروسات
 - (ب) سرقة المعلومات المملوكة
 - (ج) الاحتيال المالي
 - (د) اختراق نظام من خارجه
- ٣- البطاقة التي لها القدرة على تخزين البيانات هي:
 - (أ) بطاقة C-B
 - (ب) البطاقة الذكية
 - (ج) الشيكات الالكترونية
 - (د) بطاقة ATM
- ٤- يُعد أسلوب الدفع بالبطاقات CARDS من الوسائل المستخدمة في أنموذج التجارة الإلكترونية:
 - (أ) B2B
 - (ب) B2C
 - (ج) C2C
 - (د) C2B
- ٥- الملفات الشخصية في المؤسسة تعتبر معلومات:
 - (أ) مملوكة
 - (ب) عامة
 - (ج) سرّية
 - (د) شخصية
- ٦- إعادة النص إلى وضعه الأصلي باستخدام مفتاح أو خوارزمية معيّنة عند الطرف المستقبل تُعرف بـ:
 - (أ) التشفير
 - (ب) فك التشفير
 - (ج) خصوصية
 - (د) ملكية فكرية
- ٧- عدم الاطلاع على البيانات أو المعلومات المتراسلة عبر الإنترنت من قبل طرف ثالث (غير المرسل والمستقبل) هي:
 - (أ) سرّية التراسل
 - (ب) سلامة التراسل
 - (ج) موثوقية التراسل
 - (د) عدم القدرة على الإنكار
- ٨- ليس من وظائف برنامج حاسوب وسيط Proxy Application Gateway:
 - (أ) توفير حماية عالية للشبكة من المتسللين
 - (ب) تصفية حزمة البيانات الواردة إلى شبكة المؤسسة الداخلية
 - (ج) يتحكّم بشكل أساسي بحركة الوثائق والملفات من الشبكة وإليها
 - (د) يمكن أن يؤثر على أداء الشبكة

يتبع الصفحة الثانية/ ...

٩- إحدى الآتية من مكونات نظام علاقات الزبائن المحوسب:

- (أ) نظام إدارة الزبائن (ب) النظام العملياتي (ج) نظام التبادل الإلكتروني (د) نظام الاتصال عن بُعد
- لديك النص المشفر الآتي (tVenilVemimyeko) والنص ناتج عن القراءة الأفقية بعد التشفير، أجب عن الفقرتين ١٠ و ١١:

١٠- الطريقة المستخدمة لتشفير هذا النص هي:

- (أ) التبديل (ب) التعويض (ج) التحديد (د) الترميز

١١- النص الأصلي بعد التشفير بالقراءة بصورة عمودية هو:

- (أ) time like money (ب) time lik moey (ج) time like moey (د) timlike moey

١٢- إحدى الآتية لا تُعتبر من القضايا القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية:

- (أ) الخصوصية (ب) الملكية الفكرية (ج) حواجز العبور (د) منع جرائم الحاسوب

١٣- إحدى الآتية ليست من نماذج التجارة الإلكترونية:

- (أ) B2B (ب) C2C (ج) B2C (د) C2D

١٤- من أكثر أنواع الدفع المالي شيوعًا في عمليات الشراء في التجارة التقليدية هو:

- (أ) الدفع نقدًا (ب) الدفع عن طريق البطاقات (ج) التحويل المالي (د) الدفع عن طريق الشيكات

١٥- من وسائل الدفع في نموذج B2B وهي اتفاقية من قبل المصرف يدفع إلى البائع من حساب المشتري:

- (أ) الشيكات الإلكترونية (ب) الاعتماد البنكي LC (ج) شبكات التمويل المالي (د) الدفع نقدًا

١٦- بطاقة يمنح بها البنك المصدر حامل البطاقة قرضًا في حدود معينة وزمن معين هي:

- (أ) بطاقة الدين (ب) بطاقة التسجيل على الحساب (ج) بطاقة الائتمان (د) بطاقة التاجر

١٧- إحدى الآتية ليست من الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية لعملائها من الأفراد والمؤسسات:

- (أ) إصدار أوراق النقد (ب) السحب (ج) الإيداع (د) القروض

١٨- أدى التطور في تكنولوجيا التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات إلى:

- (أ) دخول شركات ومؤسسات غير بنكية سوق الخدمات البنكية والمالية

(ب) إطالة الفترة الزمنية اللازمة لتطوير خدمات جديدة

(ج) زيادة كلف التشغيل في البنوك

(د) عدم التزام البنك بالمحافظة على خصوصية معلومات العميل وسريتها

١٩- الشبكة التي تُعد البنية الأساسية المعتمدة في تبادل الرسائل المصرفية والمالية من بنك إلى آخر وبسرعة فائقة هي

شبكة:

- (أ) الصراف الآلي ATM (ب) المقاصّة الآلية ACH

- (ج) نقاط البيع EPOS (د) التحويل الدولية SWIFT

يتبع الصفحة الثالثة/ ...

٢٠- البيانات التالية هي البيانات الشفوية التي يتضمّننها الخط المشفّر MICR باستثناء واحدة:

(أ) رقم فرع البنك (ب) رقم حساب العميل (ج) رقم الشيك (د) رقم هاتف العميل

٢١- لإنجاح الأعمال البنكية الإلكترونية يتم تمييز الخدمات التي تقدّمها وذلك من خلال:

(أ) المشاركة مع شركات البرمجيات والتحالف معها
(ب) الحدّ من ابتكار وتطوير منتجات وخدمات بنكية إلكترونية مباشرة
(ج) تحديد المزايا ومواصفات الخدمات والمنتجات والحدّ من تطويرها
(د) ب + ج

٢٢- تبني المفهوم الحديث للتسويق المصرفي يتم من خلال:

(أ) التحقّق من هوية المستخدمين للموقع
(ب) الاهتمام بالحماية المادية للشبكة الداخلية للبنك
(ج) استخدام حواجز العبور Firewall
(د) استخدام أدوات التكنولوجيا الحديثة في نشر أدوات التسويق المصرفي حول العالم

٢٣- إحدى الآتية ليست من عوامل إدارة العلاقة مع الزبائن:

(أ) انتشار استخدام شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال سهلة وسريعة
(ب) ازدياد التنافس بين الشركات واستخدامها للتقنيات الحديثة
(ج) قلّة رغبة الزبائن أنفسهم في الحصول على المعلومات عن المنتجات والخدمات
(د) أ + ج

٢٤- تعود الأسباب الرئيسة لتسرّب الزبائن من شركة لأحد الأسباب التالية:

(أ) توافر الخدمة التي يحتاجها المستهلك (ب) النقص في الخدمات التي تقدّمها الشركة
(ج) جودة نوعية الخدمة التي تقدّمها الشركة (د) التسهيلات التي يلقاها المستهلك من الشركة

٢٥- يُعد البريد الإلكتروني أحد أشكال التسويق الإلكتروني لعدّة أسباب أحد هذه الأسباب هو:

(أ) تكلفة عالية (ب) سهولة الاستعمال (ج) تدني السرعة (د) إرساله إلى أعداد قليلة

٢٦- إحدى الآتية ليست من متطلبات نجاح موقع المؤسسة التسويقي:

(أ) محتوى الموقع (ب) سياسة الشركة في تحديد الأسعار
(ج) التسويق التقليدي (د) تصميم واجهة الموقع

٢٧- لنجاح الحملة التسويقية التي تعتمد على الرسائل الإلكترونية لا بدّ من التخطيط المناسب والذي يشمل إحدى الأمور التالية:

(أ) عدم تحديد محتوى الرسالة (ب) عدم تحديد وقت إرسالها
(ج) ليس بالضرورة أن يعرض المحتوى بطريقة جاذبة (د) تحديد الجمهور المستهدف من الحملة

٢٨- إحدى الآتية ليست من طرق التسويق التقليدي:

(أ) التلفاز (ب) المذياع (ج) البريد الإلكتروني (د) الصُحف والمجلات

٢٩- التقدّم المطّرد في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات سمح بعدّة أمور منها:

- (أ) جمع البيانات
(ب) تصنيف البيانات واستخراجها
(ج) أ + ب
(د) عدم مساعدة المؤسسات في اتخاذ القرار

٣٠- يمكن تحديد صفات العملاء المحتملين في إدارة استقطاب الزبائن بـ:

- (أ) القدرة الشرائية (ب) التوزيع الجغرافي (ج) البُعد الثقافي (د) جميع ما ذكر

٣١- يُقصد بالتوسع في العلاقة مع الزبائن بأنه:

- (أ) زيادة المشتريات التي يقوم بها المستهلك
(ب) إطالة زمن العلاقة بين الشركة والمستهلك لتمتد أطول فترة ممكنة
(ج) أ + ب
(د) لا شيء مما ذكر

٣٢- يعود اختلاف الفوائد التي يمكن الحصول عليها من إدارة علاقات الزبائن من شركة الى أخرى حسب:

- (أ) طبيعة عمل الشركة (ب) حجم الشركة
(ج) تداخل التكنولوجيا في نشاطات الشركة (د) جميع ما ذكر

٣٣- يتكوّن النظام التفاعلي من عدّة وسائل تكنولوجية حديثة منها:

- (أ) مواقع الإنترنت (ب) التلفاز (ج) الصحف (د) لا شيء مما ذكر

٣٤- يندرج قيام إدارة الشركة بتحديد الخدمات والمنتجات المراد عرضها على الإنترنت تحت إحدى متطلبات النجاح

لموقع المؤسسة التسويقي، هو:

- (أ) تصميم واجهة الموقع (ب) سياسة الشركة في تحديد الأسعار
(ج) قياس نسبة الانتشار في السوق الإلكتروني (د) محتوى الموقع

٣٥- تسعى المؤسسات باختلاف أنواعها إلى زيادة عدد الزبائن والمتعاملين معها من خلال:

- (أ) استقطاب مستهلكين جُدد وجذبهم للشركة وموقعها الإلكتروني
(ب) زيادة المبيعات دون النظر إلى زيادة الأرباح
(ج) الاهتمام بشريحة معيّنة من الزبائن
(د) التقليل من المنتجات والخدمات التي تقدّمها الشركة إلى الزبائن

﴿ انتهت الأسئلة ﴾