

Тести

з дисципліни «Електронна комерція»

1. Інформаційно-комунікаційна технологія (ІКТ) – це:

- а) сукупність методів, комунікацій, ятерів, об'єднаних у технологічний ланцюг, що забезпечує збирання, зберігання, оброблення та передавання інформації з метою підвищення ефективності діяльності людей;
- б) цілеспрямована сукупність методів, процесів, комунікацій, ятерів та програмно-технічних засобів, об'єднаних у технологічний ланцюг, що забезпечує збирання, зберігання, оброблення та передачу інформації з метою підвищення ефективності діяльності людей;
- в) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх оброблення, зберігання та передавання інформаційних систем і телекомунікаційних ятерів, які функціонують на основі єдиних принципів та загальних правил;
- г) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх оброблення, зберігання та передавання інформаційних систем і телекомунікаційних мереж, які функціонують з метою підвищення ефективності діяльності людей.

2. Інформаційно-економічний простір – це:

- а) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх оброблення, зберігання та передавання інформації разом з телекомунікаційними ятерами;
- б) інформаційні технології оброблення, зберігання та передавання інформації разом з телекомунікаційними ятерами;
- в) простір виробництва та надання інформаційних послуг їх обміну, де основним ресурсом є інформація;
- г) методи, комунікації, мережі, об'єднані у технологічний ланцюг, що забезпечують збирання, зберігання, оброблення та передавання інформації з метою підвищення ефективності діяльності людей.

3. Інформаційні ресурси – це:

- а) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх оброблення, зберігання та передавання інформаційних систем і телекомунікаційних ятерів, які функціонують на основі єдиних принципів та загальних правил;
- б) сукупність методів, комунікацій, ятерів, об'єднаних у технологічний ланцюг, що забезпечує збирання, зберігання, оброблення та передавання інформації з метою підвищення ефективності діяльності людей;
- в) інформація, що має цінність у певній предметній області і може бути використана людиною в економічній діяльності для досягнення певної мети;
- г) економічна інформація, яка може бути використана людиною в будь-якій діяльності для досягнення певної мети.

4. Інформаційна економіка – це:

- а) електронний бізнес, який здійснюється за допомогою ІКТ з метою

отримання прибутків;

116

б) виробнича діяльність у сфері інформаційних послуг їх виробництва та обміну;

в) електронна економічна діяльність, яка здійснюється за допомогою ІКТ для поліпшення виробничих процесів;

г) електронна економічна діяльність, де переважає господарська діяльність у сфері інформаційних послуг їх виробництва та обміну, де основними ресурсами є інформація та знання.

5. Електронний бізнес – це:

а) електронна економічна діяльність, яка здійснюється за допомогою ІКТ з метою отримання прибутків;

б) надання фінансовими інститутами фінансових послуг своїм клієнтам щодо ефективного оперування коштами на фінансових ринках за допомогою ІКТ;

в) економічна діяльність на електронному ринку для всіх суб'єктів цього ринку;

г) підприємницька діяльність на електронному ринку.

6. Електронна комерція – це:

а) електронна економічна діяльність, що забезпечує повний замкнутий цикл бізнес процесів, який включає замовлення товарів чи послуг, проведення платежів, доставку товарів чи послуг шляхом ІКТ і забезпечує передачу має рачію користування або власності юридичних чи фізичних осіб іншим персонам;

б) сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх оброблення, зберігання та передавання інформаційних систем і телекомунікаційних ятерів, які функціонують на основі єдиних принципів та загальних правил;

в) технології здійснення комерційних операцій в мережі Інтернет;

г) здійснення комерційних угод за допомогою ІКТ.

7. Інтернет-трейдинг – це:

а) фінансова посередницька діяльність, яка здійснюється на електронному ринку;

б) надання фінансовими інститутами послуг для ефективного використання фінансових інструментів на фінансових ринках за допомогою ІКТ;

в) надання інформаційних послуг на електронному ринку;

г) посередницька діяльність, яка здійснюється на фондових та грошових ринках.

8. Web-сайт, який забезпечує рекламу інформації, вибір товарів чи послуг, прийом замовлень, проведення взаєморозрахунків, контроль виконання замовлень та їх доставляння, – це:

а) електронний торговельний майданчик;

б) портал підприємства;

в) електронний магазин;

г) портал.

117

9. CRM-система – це:

- а) система управління закупівлями;
- б) система управління ланцюжком постачальників;
- в) система управління продажем;
- г) система супроводження споживачів;

10. Типовими рішенням систем управління закупівлями є:

- а) система закупівель інтегрована з ERP-системою або спеціалізована система управління закупівлями;
- б) портал;
- в) Інтернет-вітрина;
- г) галузевий електронний каталог.

11. Система управління продажем – це:

- а) електронний торговельний майданчик;
- б) електронний магазин;
- в) фронт-офіс і бек-офіс компанії з відповідними підсистемами;
- г) галузевий електронний каталог.

12. Основними завданнями електронної реклами є:

- а) маркетингові й економічні;
- б) збутові;
- в) збільшення прибутку;
- г) інформаційне забезпечення.

13. Основними недоліками використання електронної реклами є:

- а) проблеми безпеки;
- б) низький рівень популярності серед споживачів;
- в) надто негативне ставлення користувачів Інтернет;
- г) досить високий рівень складності;
- д) обмежена швидкість каналу зв'язку.

14. Основними видами електронної реклами є:

- а) реєстрація в пошукових системах;
- б) створення Web-серверу;
- в) реклама з використанням e-mail і банерів. ___