



ΔΕΟ45- ΤΟΜΟΣ Γ
«ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ &
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ»

4^ο ΕΠΑΝΑΛΗΠΤΙΚΟ ΜΑΘΗΜΑ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2021

1

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



1. Το χαρακτηριστικό του ηλεκτρονικού επιχειρείν που σχετίζεται με τους πολλούς τρόπους αναπαράστασης της πληροφορίας (κείμενο, ήχος, εικόνα και βίντεο) αναφέρεται ως:

- A. Αφθονία
- B. Διαδραστικότητα
- C. Συνεχής κάλυψη
- D. Προσωποποίηση και προσαρμογή

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2021

2

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



1. Το χαρακτηριστικό του ηλεκτρονικού επιχειρείν που σχετίζεται με τους πολλούς τρόπους αναπαράστασης της πληροφορίας (κείμενο, ήχος, εικόνα και βίντεο) αναφέρεται ως:

- A. Αφθονία**
- B. Διαδραστικότητα
- Γ. Συνεχής κάλυψη
- Δ. Προσωποποίηση και προσαρμογή

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2021

3

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

Τι διαφοροποιεί το ΗΕΠ σε σχέση με το κλασσικό επιχειρείν, «σύμφωνα με το βιβλίο των Laudon και Laudon»:



Χαρακτηριστικό	Περιγραφή
Συνεχής κάλυψη	Δεν υπάρχουν γεωγραφικά και χρονικά όρια. Η συναλλαγή μπορεί να γίνει οποτεδήποτε και από οπουδήποτε. Ειδικότερα και με το κινητό ηλεκτρονικό επιχείρειν (μέσω κινητής συσκευής) έχει ενισχυθεί το εμπόριο 24/7.
Παγκόσμια εμβέλεια	Στόχευση σε όλον τον κόσμο ανεξαρτήτως εθνικών και πολιτιστικών συνόρων
Ανοιχτά πρότυπα	Το TCP/IP είναι η κινητήριος δύναμη του διαδικτύου. Επιπρέπει τη διασύνδεση όλων των Η/Υ παγκοσμίως χωρίς διαλεπουργικά εμπόδια.
Αφθονία	Πολλοί τρόποι αναπαράστασης της πληροφορίας. Κείμενο, ήχος, εικόνα και βίντεο συνθέτουν ένα πολυμεσικό περιβάλλον. Το διαδίκτυο είναι ανεξάντλητη πηγή πληροφορίας με ακριβή και επικαίο δεδομένα.
Διαδραστικότητα	Άμεση ηλεκτρονική επικοινωνία στην οποία κάθε μέρος της προσαρμόζεται στις ενέργειες του άλλου μέρους σε πραγματικό χρόνο. Έτσι για παράδειγμα είναι δυνατή η αυτοεμπρέτηση των καταναλωτών μέσω εταιρικών ιστοτόπων.
Προσωποποίηση και προσαρμογή	Το ηλεκτρονικό αυτό κανάλι επιπρέπει την 1 προς 1 επικοινωνίαν και στόχευση. Ο χρήστης μπορεί να προσαρμόσει το προϊόν, την υπηρεσία ή το φωτικό περιεχόμενο βάσει των προτίμους του.
Οικονομίες δικτύου (Network externalities)	Όσοι τερισσότεροι χρήστες συμμετέχουν και χρησιμοποιούν τον ίστο και τις υπηρεσίες του τόσο περισσότερο αυξάνει και η προστιθέμενη αξία του. Πόσο διαφορετικό θα ήταν το Facebook αν οι χρήστες του ήταν μόνο οι φοιτητές του Πανεπιστημίου Harvard;
Κανάλι διανομής	Το διαδίκτυο ενεργεί ως διανομέας για τα ψηφιακά προϊόντα αλλά και παράλληλα μειώνει την ασυμμετρία της πληροφορίας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η αγορά αυτοκινήτου: πριν το ΗΕΠ η αγορά αυτοκινήτου συνδέόταν με πολλές επισκέψεις σε αντηπούώντους και εκθέσεις (ο πιο ληπτής γνώμης περισσότερα για το προϊόν από τον αγοραστή). Τώρα η αναζήτηση, ενημέρωση και σύγκριση των χαρακτηριστικών των αυτοκινήτων γίνεται διαδικτυακά και ο καταναλωτής δαπανά πολύ λιγότερο χρόνο στο φυσικό κατάστημα για να αγοράσει το αυτοκίνητο.
Μείωση του κόστους συναλλαγής	Στο ΗΕΠ και κυρίως στις B2C, B2B συναλλαγές, τα κόστη αναζήτησης προμηθευτών και πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες τείνουν προς το μηδέν δημιουργώντας συνήθηκες «τέλειου ανταγωνισμού». Η συναλλαγή είναι μόλις ένα κλικ μακριά.
Web 2.0	Οποιοσδήποτε χρήστης μπορεί να γίνει δημιουργός περιεχομένου. Χαρακτηριστικές εφαρμογές του Web 2.0 είναι τα κοινωνικά δίκτυα (social media), τα Wikis και τα blog (blogs). eClass4U 2021

4



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

2. Το χαρακτηριστικό του ηλεκτρονικού επιχειρείν στο οποίο ο χρήστης βρίσκεται σε συνεχή, άμεση και αμφίδρομη επικοινωνία με άλλους χρήστες ή υπολογιστικά συστήματα, αναφέρεται ως:

- A. Αφθονία
- B. Διαδραστικότητα
- Γ. Συνεχής κάλυψη
- Δ. Προσωποποίηση και προσαρμογή



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

2. Το χαρακτηριστικό του ηλεκτρονικού επιχειρείν στο οποίο ο χρήστης βρίσκεται σε συνεχή, άμεση και αμφίδρομη επικοινωνία με άλλους χρήστες ή υπολογιστικά συστήματα, αναφέρεται ως:

- A. Αφθονία
- B. Διαδραστικότητα**
- Γ. Συνεχής κάλυψη
- Δ. Προσωποποίηση και προσαρμογή

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



3. Στα δίκτυα διανομής με ηλεκτρονικούς διαμεσολαβητές:
- A. Δεν υπάρχει δυνατότητα διασφάλισης της ανωνυμίας του καταναλωτή.
 - B. Χρησιμοποιούνται αποκλειστικά μηχανές αναζήτησης.
 - Γ. Αυξάνει ο χρόνος αναζήτησης επιχειρήσεων από τους καταναλωτές.
 - Δ. Οι διαμεσολαβητές παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



3. Στα δίκτυα διανομής με ηλεκτρονικούς διαμεσολαβητές:
- A. Δεν υπάρχει δυνατότητα διασφάλισης της ανωνυμίας του καταναλωτή.
 - B. Χρησιμοποιούνται αποκλειστικά μηχανές αναζήτησης.
 - Γ. Αυξάνει ο χρόνος αναζήτησης επιχειρήσεων από τους καταναλωτές.
 - Δ. Οι διαμεσολαβητές παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας.**

Δίκτυα διανομής



Οι διαμεσολαβητές, είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες βρίσκονται ανάμεσα στην επιχείρηση (πωλητές) και τους αγοραστές. Ο ρόλος τους είναι διπλός. Από τη μία, παρέχουν γενικές πληροφορίες σχετικές με τη ζήτηση των προϊόντων, με απώτερο σκοπό να ταιριάζουν οι αγοραστές με τους πωλητές, και από την άλλη παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας (Kleindl, 2001).

- **Διαμεσολαβητές πλευράς πωλητή:** Ο κύριος ρόλος των διαμεσολαβητών στο B2B είναι να παρέχουν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας σε κατασκευαστές και σε επιχειρηματικούς πελάτες. Οι διαμεσολαβητές μπορούν να ομαδοποιούν αγοραστές, να διεξάγουν δημόπρασίες και να συγκεντρώνουν καταλόγους πωλητών.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



5. Η ηλεκτρονική διακυβέρνηση:

- Επιφέρει σημαντικές οργανωτικές αλλαγές όχι μόνο στο δημόσιο τομέα αλλά και στις επιχειρήσεις
- Έχει ως βασικό παράγοντα επιτυχίας τη διαλειτουργικότητα των πληροφοριακών συστημάτων των δημόσιων φορέων
- Επιτρέπει τη συμμετοχική δημοκρατία
- Όλα τα παραπάνω.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



5. Η ηλεκτρονική διακυβέρνηση:

A. Επιφέρει σημαντικές οργανωτικές αλλαγές όχι μόνο στο δημόσιο τομέα αλλά και στις

επιχειρήσεις

B. Έχει ως βασικό παράγοντα επιτυχίας τη διαλειτουργικότητα των πληροφοριακών

συστημάτων των δημόσιων φορέων

Γ. Επιτρέπει τη συμμετοχική δημοκρατία

Δ. Όλα τα παραπάνω.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ - ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ



- ◉ Ο πολίτης έχει ενεργό ρόλο στη διακυβέρνηση
- ◉ Συμμετέχει σε διάφορες δραστηριότητες στη λήψη αποφάσεων,
- ◉ Προωθείται η ενίσχυση της διαφάνειας και της λογοδοσίας των κυβερνήσεων και οι πολίτες μπορούν να ελέγχουν τις πράξεις των κυβερνήσεων
- ◉ Διευκολύνεται η διεκπεραίωση εργασιών οι οποίες απαιτούσαν περισσότερο χρόνο λόγο γραφειοκρατίας όπως για παράδειγμα η έκδοση πιστοποιητικών οικογενειακής κατάστασης από τους δήμους κτλ.
- ◉ Οι δημόσιες υπηρεσίες είναι διαθέσιμες στο ευρύ κοινό με αποτελεσματικότερο τρόπο ο οποίος είναι και οικονομικά πιο αποδοτικός.
- ◉ Εξικονομούνται πόροι και μειώνεται σημαντικό λειτουργικό κόστος για τις δημόσιες υπηρεσίες
- ◉ Διευκολύνεται η επικοινωνία και ενοποίηση των πολιτών ανεξάρτητα της γεωγραφικής τους θέσης.
- ◉ Υπάρχει ανοιχτή πρόσβαση στη δημόσια πληροφορία

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ - ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ



Η Ηλεκτρονική διακυβέρνηση είναι επίσης γνωστή ως ψηφιακή διακυβέρνηση.

Ορισμός: Η Ηλεκτρονική διακυβέρνηση αναφέρεται στην χρήση της τεχνολογίας των πληροφοριών γενικά και του ηλεκτρονικού εμπορίου ιδιαίτερα, για να βελτιωθεί η παράδοση κυβερνητικών υπηρεσιών και δραστηριοτήτων στον δημόσιο τομέα, όπως:

- Παροχή στους πολίτες πιο βολικής πρόσβασης σε πληροφορίες και υπηρεσίες
- Παροχή αποδοτικής παράδοσης κυβερνητικών υπηρεσιών σε πολίτες ή επιχειρήσεις και άλλες οντότητες
- Βελτίωση των επιχειρηματικών συναλλαγών (αγορά και πώληση αγαθών)
- Επιπυγχάνεται αποτελεσματική λειτουργία μέσα στις ίδιες τις κυβερνήσεις.
- Ευκαιρία βελτίωσης της αποδοτικότητας και αποτελεσματικότητας της εσωτερικής λειτουργίας μιας κυβέρνησης

Κατηγορίες που περιλαμβάνει η Ηλεκτρονική διακυβέρνηση:

- Κυβέρνηση προς πολίτες (G2C)
- Κυβέρνηση προς επιχειρήσεις (G2B)
- Κυβέρνηση προς κυβέρνηση (G2G)
- Εσωτερική αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα (IEE, INTERNAL EFFICIENCY & EFFECTIVENESS)
- Κυβέρνηση προς υπαλλήλους (G2E)

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



6. Ένα αναλυτικό σύστημα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων χρησιμοποιείται για την:

- A. συλλογή των δεδομένων των πελατών της επιχείρησης
- B. ανάλυση των στόχων μιας πρωθητικής καμπάνιας μέσω email
- Γ. ανάλυση ενός πλάνου μάρκετινγκ
- Δ. ανάλυση των δεδομένων των πελατών της επιχείρησης

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



6. Ένα αναλυτικό σύστημα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων χρησιμοποιείται για την:

- A. συλλογή των δεδομένων των πελατών της επιχείρησης
- B. ανάλυση των στόχων μιας πρωθητικής καμπάνιας μέσω email
- C. ανάλυση ενός πλάνου μάρκετινγκ

Δ. ανάλυση των δεδομένων των πελατών της επιχείρησης



Τα συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (customer relationship management, CRM)

- Τα συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων (Customer Relationship Management – CRM) παρέχουν πληροφορίες για το συντονισμό όλων των επιχειρηματικών διαδικασιών που αφορούν πελάτες σε πωλήσεις, μάρκετινγκ και εξυπηρέτηση. Ο στόχος είναι η βελτιστοποίηση των εσόδων, η ικανοποίηση των πελατών και η διατήρησή τους. Τα συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων βοηθούν στον προσδιορισμό, την προσέλκυση και τη διατήρηση των πιο επικερδών πελατών, στην παροχή καλύτερης εξυπηρέτησης στους υπάρχοντες πελάτες και στην αύξηση των πωλήσεων.

Διακρίνονται σε:

- επιχειρησιακά συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων
- αναλυτικά συστήματα διαχείρισης πελατειακών σχέσεων

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



7. Η απόφαση για τη δραστηριοποίηση μιας επιχείρησης σε μία νέα αγορά χαρακτηρίζεται ως:

- A. Δομημένη
- B. Ημιδομημένη
- Γ. Αδόμητη**
- D. Συνδυασμός όλων των παραπάνω

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



7. Η απόφαση για τη δραστηριοποίηση μιας επιχείρησης σε μία νέα αγορά χαρακτηρίζεται ως:

- A. Δομημένη
- B. Ημιδομημένη
- Γ. Αδόμητη**
- D. Συνδυασμός όλων των παραπάνω

ΕΙΔΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ



- Σύμφωνα με τον Simon (1960), οι αποφάσεις κυμαίνονται από δομημένες σε αδόμητες και διακρίνονται σε δομημένες, ημιδομημένες και αδόμητες.
- Δομημένες αποφάσεις: επαναλαμβανόμενες και ρουτίνας αποφάσεις που ακολουθούν προκαθορισμένη διαδικασία χειρισμού τους
- Αδόμητες αποφάσεις: αποφάσεις έξω από την καθημερινή ρουτίνα στις οποίες αυτός που τις παίρνει πρέπει να διαθέτει την κρίση, την ικανότητα αξιολόγησης και την οξυδέρκεια που χρειάζεται για τον καθορισμό του προβλήματος
- Ημιδομημένες αποφάσεις: Είναι αποφάσεις που έχουν στοιχεία και από τα δύο προηγούμενα είδη αποφάσεων, στις οποίες ένα μόνο μέρος του προβλήματος έχει μια ξεκάθαρη απάντηση η οποία δίνεται από μια αποδεκτή διαδικασία. Γενικά, οι δομημένες αποφάσεις επικρατούν περισσότερο στα χαμηλότερα επίπεδα του οργανισμού, ενώ οι αδόμητες αποφάσεις είναι πιο συνηθισμένες στα υψηλότερα επίπεδα του οργανισμού.
- Επίσης, σύμφωνα με τον Simon, οι αποφάσεις χωρίζονται προγραμματιζόμενες και μη προγραμματιζόμενες.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2021

19

Ειδη αποφασεων



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2021

20

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



8. Το επιχειρηματικό μοντέλο του paypal κατατάσσεται:
- A. Στα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops)
 - B. Στην αγορά τρίτου φορέα (third-party marketplace)
 - Γ. Στις πλατφόρμες συνεργασίας (collaboration platforms)
 - Δ. Στους παροχείς υπηρεσιών υποστήριξης (Value-chain service providers)**

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



8. Το επιχειρηματικό μοντέλο του paypal κατατάσσεται:
- A. Στα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops)
 - B. Στην αγορά τρίτου φορέα (third-party marketplace)
 - Γ. Στις πλατφόρμες συνεργασίας (collaboration platforms)
 - Δ. Στους παροχείς υπηρεσιών υποστήριξης (Value-chain service providers)**

ΒΑΣΙΚΟΙ ΤΥΠΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΜΟΝΤΕΛΩΝ



Υπάρχουν πολλοί τύποι επιχειρησιακών μοντέλων ΗΕ. Τα πέντε πιο συνηθισμένα μοντέλα είναι:

1. Online απευθείας μάρκετινγκ
2. Ηλεκτρονικά συστήματα προσφορών
3. Ηλεκτρονικές αγορές και ανταλλακτήρια
4. Ιογενές μάρκετινγκ
5. Ομαδικές αγορές



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2021

23

1. Ηλεκτρονικά Καταστήματα (E-shops)
2. Ηλεκτρονικές Προμήθειες (E-procurement)
3. Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες (E-auctions) (κλασική, αντίστροφη)
4. Ηλεκτρονικά πολυκαταστήματα (E-malls)
5. Αγορές τρίτων (Third party marketplaces)
6. Εικονικές κοινότητες (Virtual communities)
7. Παροχείς υπηρεσιών υποστήριξης (Value chain service providers)
8. Ολοκληρωτές αλυσίδας αξίας (Value chain integrators)
9. Πλατφόρμες συνεργασίας (Collaboration platforms)
10. Μεσιτεία πληροφοριών, εμπιστοσύνης και άλλων υπηρεσιών (Information brokerage, trust and other services)

8) Ολοκληρωτές αλυσίδας αξίας (Value chain integrators): Αποσκοπούν στην ολοκλήρωση πολλών διαφορετικών τμημάτων της αλυσίδας, ώστε να εκμεταλλευτούν αποτελεσματικά τη διακυνούμενη πληροφορία μεταξύ αυτών των επιπέδων. Τα έσοδα εξασφαλίζονται από την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών.



The screenshot shows the FedEx Global Transit Time page. At the top, there are tabs for 'Track', 'Transit Time', and 'Custom Tools'. Below these are links for 'About FedEx', 'Service Info', and 'Shipping Guide'. A central feature is a large clock with two figures standing on it, labeled 'Global Transit Time' and 'Know your transit time... before you ship.' To the left, there's a section for 'New Customers' with a link to 'How to Use FedEx?'. To the right, there's information about 'FedEx and the BMW WilliamsF1 Team' and a 'FedEx One-Stop Trade Manager' section. At the bottom, there's a 'Track Shipment' form, 'Quick Access' links for 'Print a label', 'Commercial quote', and 'FedEx Fuel Surcharge Information', and a 'News' section with links to 'Latest News', 'FAQs', and 'More News'.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2021

24

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



9. Τι από τα παρακάτω ΔΕΝ μπορεί να αποτελεί είσοδο ενός Πληροφοριακού Συστήματος (ΠΣ);

- A. Οι AMKA των υπαλλήλων μιας επιχείρησης
- B. Συγκεντρωτικά μισθολογικά στοιχεία των υπαλλήλων μιας επιχείρησης
- C. Η επεξεργασία μισθολογικών στοιχείων των υπαλλήλων μιας επιχείρησης
- D. Αναλυτικοί πίνακες με στοιχεία αξιολόγησης των υπαλλήλων μιας επιχείρησης

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



9. Τι από τα παρακάτω ΔΕΝ μπορεί να αποτελεί είσοδο ενός Πληροφοριακού Συστήματος (ΠΣ);

- A. Οι AMKA των υπαλλήλων μιας επιχείρησης
- B. Συγκεντρωτικά μισθολογικά στοιχεία των υπαλλήλων μιας επιχείρησης
- **• Γ. Η επεξεργασία μισθολογικών στοιχείων των υπαλλήλων μιας επιχείρησης**
- D. Αναλυτικοί πίνακες με στοιχεία αξιολόγησης των υπαλλήλων μιας επιχείρησης

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΠΛ. ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ



- 1). Η είσοδος συλλέγει ακατέργαστα δεδομένα μέσα από τον οργανισμό ή από το εξωτερικό περιβάλλον.
- 2). Η επεξεργασία, όπως μαρτυρά και το όνομα της συγκεκριμένης λειτουργίας, επεξεργάζεται τα δεδομένα που έχουν ληφθεί από την είσοδο, δηλ. τα μετασχηματίζει σε άλλη μορφή, τα αναλύει, κάνει υπολογισμούς σε αυτά.
- 3). Η έξοδος εμφανίζει το αποτέλεσμα της επεξεργασίας στα στελέχη του οργανισμού τα οποία πρόκειται να το χρησιμοποιήσουν ή το μεταφέρει σε άλλα πληροφοριακά συστήματα. Πέρα από αυτές τις τρεις παραπάνω λειτουργίες τα πληροφοριακά συστήματα χρειάζονται, συμπληρωματικά, την ανάδραση, έναν μηχανισμό με τον οποίο η έξοδος χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση και πιθανώς διόρθωση της εισόδου στο πληροφοριακό σύστημα.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



10. Να επιλέξετε ποια από τις παρακάτω αρχές δεν είναι βασική αρχή του Web 2.0:
- A. Παραγωγή ατομικού περιεχομένου χρήστη (user generated content)
 - B. Φωνητική επικοινωνία μέσω IP (VoIP)
 - C. Εκμετάλλευση της συλλογικής ευφυΐας που γεννιέται στο διαδίκτυο (collective intelligence)
 - D. Δεδομένα σε επική κλίμακα (data on epic scale)

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



10. Να επιλέξετε ποια από τις παρακάτω αρχές δεν είναι βασική αρχή του Web 2.0:

A. Παραγωγή ατομικού περιεχομένου χρήστη (user generated content)

B. Φωνητική επικοινωνία μέσω IP (VoIP)

Γ. Εκμετάλλευση της συλλογικής ευφυΐας που γεννιέται στο διαδίκτυο (collective intelligence)

Δ. Δεδομένα σε επική κλίμακα (data on epic scale)

VOIP - Voice over Internet Protocol



Με τη φωνητική επικοινωνία μέσω IP (VoIP) οι αναλογικές κλήσεις φωνής μετατρέπονται σε πακέτα δεδομένων. Τα πακέτα μεταφέρονται, όπως και κάθε άλλος τύπος δεδομένων, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, μέσω του διαδικτύου ή/και οποιουδήποτε ιδιωτικού δικτύου που βασίζεται στο πρωτόκολλο Internet (IP). Μέσω της 69

VoIP οι χρήστες μπορούν να αλληλεπιδρούν ταυτόχρονα μέσω φωνής, βιντεοσυνομιλίας, τηλεδιασκέψεων ή να ανταλλάσσουν άμεσα μηνύματα μέσω μιας ενιαίας και εύχρηστης διεπαφής χρήστη επιτυγχάνοντας σημαντική οικονομία. Το χαρακτηριστικότερο παράδειγμα είναι το λογισμικό Skype, το οποίο λειτουργεί πλέον και σε έξυπνες κινητές συσκευές.

Το Web 2.0 περιλαμβάνει ιστοχώρους και εφαρμογές όπως οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης, blogs, wikis, και άλλα διαδραστικά εργαλεία, που επιτρέπουν κυρίως την παραγωγή και ανταλλαγή περιεχομένου ανάμεσα σε απλούς χρήστες του διαδικτύου. Το επίκεντρο είναι το περιεχόμενο και η δυνατότητα που έχουν πλέον οι χρήστες χωρίς ειδικές γνώσεις διαδικτυακού προγραμματισμού, να μοιράζονται πολυμεσικές πληροφορίες και να βρίσκονται σε συνεχή διάδραση. Οι χρήστες του παγκόσμιου ιστού μπορούν τώρα να χρησιμοποιήσουν όλες τις γνωστές διαδικτυακές τεχνολογίες αφού και οι εφαρμογές είναι εύκολα προσβάσιμες, ενώ ταυτόχρονα επιτρέπουν στους χρήστες να συμμετέχουν και να δημιουργούν δυναμικές διαδικτυακές εφαρμογές.



Οι βασικές αρχές του Web 2.0 είναι οι ακόλουθες:

- Παραγωγή ατομικού περιεχομένου χρήστη (user generated content) .
- Εκμετάλλευση της συλλογικής ευφυΐας που γεννιέται στο διαδίκτυο (collective intelligence).
- Δεδομένα σε επική κλίμακα (data on epic scale).
- Αρχιτεκτονική που βοηθά την συμμετοχή (Architecture of participation) .
- Οικονομίες δικτύου (network effects).
- Ο ιστός είναι ανοικτός σε όλους, όπως είναι και οι εφαρμογές του (openness).

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



11. Μια επιχείρηση εστίασης, διαφημίζεται με banner στην αρχική σελίδα τεσσάρων γνωστών ιστοσελίδων που σχετίζονται με τον χώρο της εστίασης και της διασκέδασης/ψυχαγωγίας γενικότερα. Η συμφωνία που έχει με κάθε μία ιστοσελίδα προβλέπει ημερήσιο ενοίκιο για τη φιλοξενία του banner και χρέωση τύπου Pay Per Click (PPC) για κάθε μία επίσκεψη στην ιστοσελίδα της που προέρχεται από click στα banners. Δίνονται τα ακόλουθα στοιχεία:

	Ιστοσελίδα 1	Ιστοσελίδα 2	Ιστοσελίδα 3	Ιστοσελίδα 4
Ενοίκιο Banner (€) / μέρα	100	200	150	50
Unique Visits (μέρα)	4000	8000	6000	2000
Κόστος P.P.C. (€)	0,3	0,4	0,2	0,5
Ποσοστό των Unique Visits που επισκέπτονται την επιχείρηση εστίασης μέσω του banner (μέρα)	2%	1%	3%	4%

Αν αγνοήσετε το φαινόμενο επίσκεψης του ίδιου χρήστη σε μια από τις ιστοσελίδες 1,2,3 και 4 από διαφορετικούς υπολογιστές, πόσο είναι το ημερήσιο κόστος διαφήμισης που πληρώνει συνολικά η επιχείρηση εστίασης;

- A. 362€
- B. 623€
- Γ. 500€
- Δ. 632€

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



11. Μια επιχείρηση εστίασης, διαφημίζεται με banner στην αρχική σελίδα τεσσάρων γνωστών ιστοσελίδων που σχετίζονται με τον χώρο της εστίασης και της διασκέδασης/ψυχαγωγίας γενικότερα. Η συμφωνία που έχει με κάθε μία ιστοσελίδα προβλέπει ημερήσιο ενοίκιο για τη φιλοξενία του banner και χρέωση τύπου Pay Per Click (PPC) για κάθε μία επίσκεψη στην ιστοσελίδα της που προέρχεται από click στα banners. Δίνονται τα ακόλουθα στοιχεία:

	Ιστοσελίδα 1	Ιστοσελίδα 2	Ιστοσελίδα 3	Ιστοσελίδα 4
Ενοίκιο Banner (€) / μέρα	100	200	150	50
Unique Visits (μέρα)	4000	8000	6000	2000
Κόστος P.P.C. (€)	0,3	0,4	0,2	0,5
Ποσοστό των Unique Visits που επισκέπτονται την επιχείρηση εστίασης μέσω του banner (μέρα)	2%	1%	3%	4%

Αν αγνοήσετε το φαινόμενο επίσκεψης του ίδιου χρήστη σε μια από τις ιστοσελίδες 1,2,3 και 4 από διαφορετικούς υπολογιστές, πόσο είναι το ημερήσιο κόστος διαφήμισης που πληρώνει συνολικά η επιχείρηση εστίασης;

- A. 362€
- B. 623€
- C. 500€
- D. 632€

Το ημερήσιο κόστος διαφήμισης που πληρώνει συνολικά η επιχείρηση εστίασης:



χρέωση τύπου Pay Per Click (PPC)

Ενοίκιο Banner: $100+200+150+50=500\text{€}$

Unique Visits:

$$I1 = 4000 * 0,3 = 1200 * 2\% = 24$$

$$I2 = 8000 * 0,4 = 3200 * 1\% = 32$$

$$I3 = 6000 * 0,2 = 1200 * 3\% = 36$$

$$I4 = 2000 * 0,5 = 1000 * 4\% = 40$$

Unique Visits που επισκέπτονται την επιχείρηση εστίασης μέσω του banner (μέρα) $24+32+36+40=132$

$$\underline{\underline{500+132=632\text{€}}}$$



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

12. Ένα ρενοδοχείο δίνει την δυνατότητα απευθείας κρατήσεων με ειδικές τιμές σε εταιρικούς πελάτες. Τότε έχουμε μια εφαρμογή:

- A. C2B
- B. B2C
- Γ. B2B**
- Δ. G2C



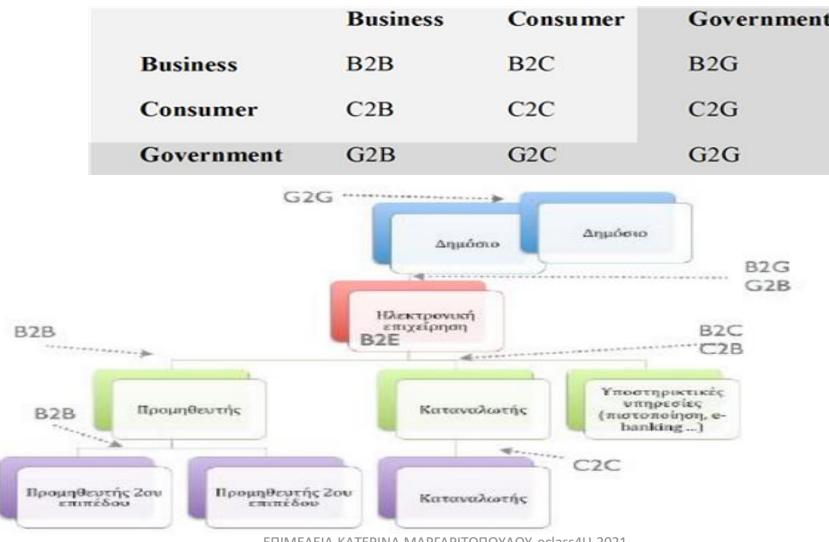
ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

12. Ένα ρενοδοχείο δίνει την δυνατότητα απευθείας κρατήσεων με ειδικές τιμές σε

εταιρικούς πελάτες. Τότε έχουμε μια εφαρμογή:

- A. C2B
- B. B2C
- Γ. B2B**
- Δ. G2C

ΤΥΠΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ



37

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



13. Ποιος όρος περιγράφει τη συλλογή από υπηρεσίες Web που δίνουν τη δυνατότητα επικοινωνίας των χρηστών με ιστοτόπους στους οποίους οι χρήστες αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και δημιουργούν περιεχόμενο;

- A. Διαλειτουργικότητα (Interoperability)
- B. Web 2.0
- C. Πλατφόρμα ως Υπηρεσία (Platform as a Service)
- D. Λογισμικό ως Υπηρεσία (Software as a Service)



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

13. Ποιος όρος περιγράφει τη συλλογή από υπηρεσίες Web που δίνουν τη δυνατότητα επικοινωνίας των χρηστών με ιστοτόπους στους οποίους οι χρήστες αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και δημιουργούν περιεχόμενο;

A. Διαλειτουργικότητα (Interoperability)

B. Web 2.0

Γ. Πλατφόρμα ως Υπηρεσία (Platform as a Service)

Δ. Λογισμικό ως Υπηρεσία (Software as a Service)



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

14. Σε ποια στρατηγική ηλεκτρονικής επιχείρησης οφείλεται η ανωτερότητα των προϊόντων της Apple (iPhone);

A. Στην τιμολογιακή τιμή που ακολουθεί η εταιρεία

B. Στο χαμηλό κόστος παραγωγής

Γ. Στην προσφορά προϊόντων ή υπηρεσιών με χαρακτηριστικά τα οποία ο πελάτης αντιλαμβάνεται ως διαφορετικά από αυτά των ανταγωνιστών

Δ. Στη μεγάλη επένδυση σε έρευνα και ανάπτυξη

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

14. Σε ποια στρατηγική ηλεκτρονικής επιχείρησης οφείλεται η ανωτερότητα των προϊόντων της Apple (iPhone);

- A. Στην τιμολογιακή τιμή που ακολουθεί η εταιρεία
- B. Στο χαμηλό κόστος παραγωγής

Γ. Στην προσφορά προϊόντων ή υπηρεσιών με χαρακτηριστικά τα οποία ο πελάτης αντιλαμβάνεται ως διαφορετικά από αυτά των ανταγωνιστών

- D. Στη μεγάλη επένδυση σε έρευνα και ανάπτυξη

Στρατηγικές ανταγωνισμού σύμφωνα με τον Porter

Στρατηγική ηγεσίας κόστους:

- μικρότερο κόστος από τον ανταγωνισμό, χαμηλότερες τιμές συνεπώς απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος πχ Easyjet

Στρατηγική διαφοροποίησης:

- προσφέρονται προϊόντα/υπηρεσίες με χαρακτηριστικά που ο πελάτης αντιλαμβάνεται διαφορετικά και είναι γι' αυτό διατεθειμένος να αγοράσει σε υψηλότερη τιμή.

Στρατηγική εστίασης σε τμήμα αγοράς (niche markets):

- η επιχείρηση επικεντρώνεται σε ένα συγκεκριμένο τμήμα αγοράς είτε μέσω ηγεσίας κόστους είτε μέσω διαφοροποίησης



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

15. Τι από τα παρακάτω ΔΕΝ περιλαμβάνει όντα Σύστημα Υποστήριξης Αποφάσεων (DSS):

- A. Βάση Δεδομένων
- B. Βάση Γνώσης
- Γ. Καλάθι αγορών**
- D. Διεπαφή Χρήστη



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

13. Τι από τα παρακάτω ΔΕΝ περιλαμβάνει όντα Σύστημα Υποστήριξης Αποφάσεων (DSS):

- A. Βάση Δεδομένων
- B. Βάση Γνώσης
- Γ. Καλάθι αγορών**
- D. Διεπαφή Χρήστη



Τα συστήματα υποστήριξης αποφάσεων DSS

υποστηρίζουν τη λήψη **αδόμητων και ημιδομημένων αποφάσεων.**

Οι δομημένες αποφάσεις επειδή είναι καλά ορισμένες μπορούν να αυτοματοποιηθούν ή να τυποποιηθούν και δεν απαιτείται σύστημα υποστήριξης αποφάσεων για την επίλυσή τους.

Υποστηρίζουν τη **λήψη αποφάσεων οι οποίες δεν είναι αποφάσεις ρουτίνας.**

Επιδιώκουν να δώσουν απάντηση σε ερωτήσεις τύπου 'τι εάν' όπως για παράδειγμα 'τι θα συμβεί στο πρόγραμμα παραγωγής αν διπλασιάζονταν οι πωλήσεις τον επόμενο μήνα;

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2021



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

14. Η υπολογιστική νέφους περιλαμβάνει το μοντέλο «Λογισμικό ως Υπηρεσία – Software as a Service – SaaS». Στο μοντέλο αυτό:

- A. Επιτρέπεται η χρήση λογισμικού που αναπτύσσει ο πάροχος του νέφους χωρίς τοπική εγκατάσταση στον υπολογιστή του χρήστη.
- B. Επιτρέπεται στο χρήστη η ανάπτυξη και εγκατάσταση δικού του λογισμικού στην υποδομή νέφους.
- Γ. Ο χρήστης μπορεί να διαχειρίζεται την υποδομή του δικτύου.
- Δ. Ο χρήστης μπορεί να αναπτύξει και να εγκαταστήσει δικό του λειτουργικό σύστημα στο νέφος.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2021

46

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

14. Η υπολογιστική νέφους περιλαμβάνει το μοντέλο «Λογισμικό ως Υπηρεσία – Software as a Service – SaaS». Στο μοντέλο αυτό:

Α. Επιτρέπεται η χρήση λογισμικού που αναπτύσσει ο πάροχος του νέφους χωρίς τοπική εγκατάσταση στον υπολογιστή του χρήστη.

Β. Επιτρέπεται στο χρήστη η ανάπτυξη και εγκατάσταση δικού του λογισμικού στην υποδομή νέφους.

Γ. Ο χρήστης μπορεί να διαχειρίζεται την υποδομή του δικτύου.

Δ. Ο χρήστης μπορεί να αναπτύξει και να εγκαταστήσει δικό του λειτουργικό σύστημα στο νέφος.

Υπολογιστική νέφους

Υπολογιστική νέφους (Cloud computing) :

Η υπολογιστική νέφους είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει ένα μοντέλο στο οποίο η τεχνολογική υποδομή - 57 υπολογιστική ισχύς, αποθήκευση, λογισμικό - θεωρείται ως ένα νέφος και παρέχεται ως υπηρεσία. Ένας συνήθης τρόπος για να περιγραφεί η έννοια της υπολογιστικής νέφους είναι η αναλογία με το ηλεκτρικό ρεύμα. Το ηλεκτρικό ρεύμα αποτελεί ένα αγαθό το οποίο δεν παράγει η κάθε οικιακή ή επιχειρηματική μονάδα (στη γενική περίπτωση) για να το χρησιμοποιήσει, αλλά είναι διαθέσιμο από τη εταιρεία ηλεκτρισμού η οποία το παράγει και οι καταναλωτές το χρησιμοποιούν κάθε φορά που χρειάζεται και πληρώνουν με βάση τη χρήση του. Κατά αντιστοιχία η υπολογιστική νέφους περιγράφει τη διαθεσιμότητα υπολογιστικών πόρων ως αγαθό μέσω δικτύου.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

15. Ποιο από τα παρακάτω ΔΕΝ αποτελεί στόχο ενός Συστήματος Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων;
- A. Εξατομικευμένη επικοινωνία με τους πελάτες.
 - B. Προγραμματισμός παραγωγής με βάση τη ζήτηση των πελατών.
 - C. Υπολογισμός της αξίας των πελατών για την επιχείρηση.
 - D. Συλλογή και ανάλυση των δεδομένων των πελατών.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

15. Ποιο από τα παρακάτω ΔΕΝ αποτελεί στόχο ενός Συστήματος Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων;
- A. Εξατομικευμένη επικοινωνία με τους πελάτες.
 - B. Προγραμματισμός παραγωγής με βάση τη ζήτηση των πελατών.**
 - C. Υπολογισμός της αξίας των πελατών για την επιχείρηση.
 - D. Συλλογή και ανάλυση των δεδομένων των πελατών.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

16. Το Σύστημα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (ERP) είναι το λογισμικό που συγχωνεύει:

- A. τους πελάτες και τους προμηθευτές μιας επιχείρησης.
- B. τις πρακτικές διοίκησης, την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων και την σύγχρονη τεχνολογία πληροφορικής μιας επιχείρησης.
- C. τους επιχειρηματικούς στόχους με το κόστος της επιχείρησης.
- D. το ηλεκτρονικό εμπόριο και το ηλεκτρονικό επιχειρείν.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

16. Το Σύστημα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (ERP) είναι το λογισμικό που συγχωνεύει:

- A. τους πελάτες και τους προμηθευτές μιας επιχείρησης.
- B. τις πρακτικές διοίκησης, την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων και την σύγχρονη τεχνολογία πληροφορικής μιας επιχείρησης.
- C. τους επιχειρηματικούς στόχους με το κόστος της επιχείρησης.
- D. το ηλεκτρονικό εμπόριο και το ηλεκτρονικό επιχειρείν.

Τα συστήματα προγραμματισμού επιχειρηματικών πόρων (enterprise resource planning systems – ERP)



- Αποτελεί μία ακολουθία από άμεσα υλοποιήσιμα πακέτα εφαρμογών, που καλύπτουν όλες τις λειτουργίες μίας επιχείρησης και διαθέτουν την απαραίτητη ευλυγισία για τη δυναμική προσαρμογή τους στις απαιτήσεις και τις μεταβολές που συμβαίνουν σε αυτή
- Παρέχει ολοκληρωμένες πληροφοριακές λύσεις για την καλύτερη και αποδοτικότερη διαχείριση και προγραμματισμό των πόρων
- Δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να λειτουργήσει συντονισμένα σαν ενιαίο σύνολο, καθοδηγούμενη από τις πληροφορίες που δέχεται από το περιβάλλον.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2021

53

ERP



Σχήμα 3.1 Λειτουργίες ERP/ Πηγή: Norris, 2001

Το ERP είναι στην ουσία του ένα λογισμικό, το οποίο χρησιμοποιείται από ολόκληρη την επιχείρηση και το οποίο υποστηρίζει τη μετάδοση και τη διανομή των πληροφοριών σε όλες τις λειτουργικές μονάδες της. Το γεγονός αυτό, οδηγεί σε αύξηση της παραγωγικότητας της επιχείρησης.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eClass4U 2021

54



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

17. Να επιλέξετε τη σωστή πρόταση από τις ακόλουθες:

- A. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν ορίζεται ως η εφαρμογή των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας (ΤΠΕ) για την υποστήριξη όλων των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.
- B. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν και το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι διακριτές έννοιες.
- Γ. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν περιλαμβάνει μόνο τις επιχειρηματικές διαδικασίες των ηλεκτρονικών αγορών και της εφοδιαστικής αλυσίδας.
- Δ. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν αποτελεί υποσύνολο των διαδικασιών του ηλεκτρονικού εμπορίου



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

17. Να επιλέξετε τη σωστή πρόταση από τις ακόλουθες:

- A. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν ορίζεται ως η εφαρμογή των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας (ΤΠΕ) για την υποστήριξη όλων των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.**
- B. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν και το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι διακριτές έννοιες.
- Γ. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν περιλαμβάνει μόνο τις επιχειρηματικές διαδικασίες των ηλεκτρονικών αγορών και της εφοδιαστικής αλυσίδας.
- Δ. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν αποτελεί υποσύνολο των διαδικασιών του ηλεκτρονικού εμπορίου



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

18. Όταν τα ΚΕΠ μοιράζονται δεδομένα με το Υπουργείο Οικονομικών
έχουμε μία

εφαρμογή:

- A. C2G
- B. G2G
- Γ. B2C
- Δ. B2B



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

18. Όταν τα ΚΕΠ μοιράζονται δεδομένα με το Υπουργείο Οικονομικών
έχουμε μία

εφαρμογή:

- A. C2G
- B. G2G**
- Γ. B2C
- Δ. B2B



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

19. Θεωρείστε ένα σύστημα μισθοδοσίας και σημειώστε ποιο από τα παρακάτω είναι λάθος:

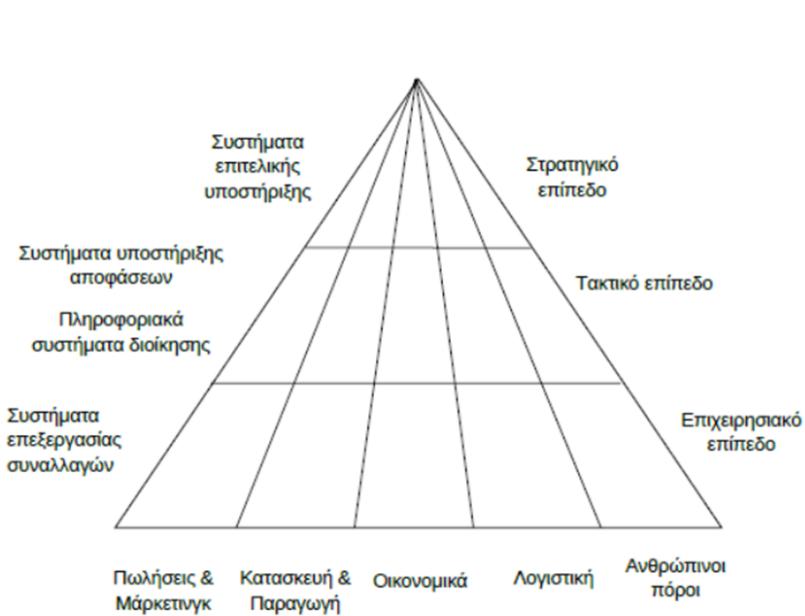
- A. Αποτελεί σύστημα επεξεργασίας συναλλαγών.
- B. Ανήκει στο λειτουργικό τομέα λογιστικής.
- Γ. Είναι ενδοεπιχειρησιακό Πληροφοριακό Σύστημα.
- Δ. Λειτουργεί στο στρατηγικό επίπεδο του οργανισμού.**



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

19. Θεωρείστε ένα σύστημα μισθοδοσίας και σημειώστε ποιο από τα παρακάτω είναι λάθος:

- A. Αποτελεί σύστημα επεξεργασίας συναλλαγών.
- B. Ανήκει στο λειτουργικό τομέα λογιστικής.
- Γ. Είναι ενδοεπιχειρησιακό Πληροφοριακό Σύστημα.
- Δ. Λειτουργεί στο στρατηγικό επίπεδο του οργανισμού.**



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2021

61

Τύποι και Λειτουργίες ΠΣ



Συστήματα στρατηγικού επιπέδου				
Συστήματα υποστήριξης διοίκησης (ESS)	Προβλεψη τάσης πωλήσεων 5-ετίας	Λειτουργικό πρόγραμμα 5-ετίας	Προβλεψη προϋπολογισμών 5-ετίας	Πρόβλεψη Κερδών
Συστήματα διοικητικού επιπέδου				
Συστήματα πληροφοριών διοίκησης (MIS)	Διαχείριση πωλήσεων	Έλεγχος αποθεμάτων	Ετήσιος προϋπολογισμός	Ανάλυση επενδύσεων
Συστήματα υποστήριξης αποφάσεων (DSS)	Ανάλυση περιοχών	Προγραμματισμός παραγωγής	Ανάλυση κόστους	Ανάλυση κόστους συμβολάιων
Συστήματα επιπέδου γνώσης				
Συστήματα γνώσης (KWS)	Σταθμός εργασίας ...	Σταθμός εργασίας ...	Σταθμός εργασίας ...	Σταθμός εργασίας ...
Συστήματα γραφείου (DTS)	Επεξεργασία κειμένου	Χρήση λογιστικών φύλλων	Χρήση ...	Χρήση ...
Συστήματα λειτουργικού επιπέδου				
Συστήματα επεξεργασίας συναλλαγών (TPS)	Παρακολούθηση πλειοδοτικού Πωλήσεις & Μάρκετινγκ	Προγραμματισμός ημέρας Παραγωγή	Ταμειακή διαχείριση ημέρας Χρηματοοικονομικά	Μισθοδοσία Λογιστήριο Αρχείο προσωπικού Ανθρώπινοι Πόροι

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-eclass4U 2021

62

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

20. Ένας από τους βασικούς τύπους B2B συναλλαγών είναι η αγορά καθοδηγούμενη από τον αγοραστή, όπου:
- A. Δημιουργείται μια ηλεκτρονική αγορά από μια εταιρεία με σκοπό να πωλεί σε πολλούς πελάτες συνήθως μέσω καταλόγων ή δημοπρασιών.
 - B. Σε μια εταιρική πλατφόρμα προμηθειών δύνανται να χρησιμοποιούνται αντίστροφες δημοπρασίες, διαπραγματεύσεις, ομαδικές αγορές ή οποιαδήποτε άλλη μέθοδος ηλεκτρονικού εφοδιασμού.
 - Γ. Δημιουργείται μια ηλεκτρονική αγορά με σκοπό να προσελκύσει αγοραστές αλλά και προμηθευτές, ταιριάζοντας αγορά και ζήτηση, χωρίς να δίνεται έμφαση σε κάποια από τις δύο πλευρές.
 - Δ. Ο αγοραστής έχει μικρή διαπραγματευτική δύναμη και καθοδηγείται στην αγορά προϊόντων από συγκεκριμένους προμηθευτές.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

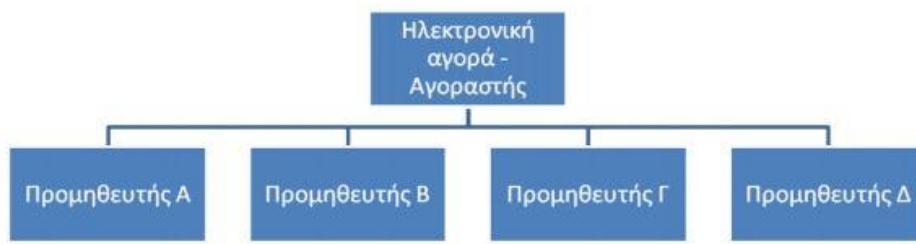
10. Ένας από τους βασικούς τύπους B2B συναλλαγών είναι η αγορά καθοδηγούμενη από τον αγοραστή, όπου:
- A. Δημιουργείται μια ηλεκτρονική αγορά από μια εταιρεία με σκοπό να πωλεί σε πολλούς πελάτες συνήθως μέσω καταλόγων ή δημοπρασιών.
 - B. Σε μια εταιρική πλατφόρμα προμηθειών δύνανται να χρησιμοποιούνται αντίστροφες δημοπρασίες, διαπραγματεύσεις, ομαδικές αγορές ή οποιαδήποτε άλλη μέθοδος ηλεκτρονικού εφοδιασμού.
 - Γ. Δημιουργείται μια ηλεκτρονική αγορά με σκοπό να προσελκύσει αγοραστές αλλά και προμηθευτές, ταιριάζοντας αγορά και ζήτηση, χωρίς να δίνεται έμφαση σε κάποια από τις δύο πλευρές.
 - Δ. Ο αγοραστής έχει μικρή διαπραγματευτική δύναμη και καθοδηγείται στην αγορά προϊόντων από συγκεκριμένους προμηθευτές.

Προσανατολισμένο στον αγοραστή



Στην αγορά, υπάρχουν **λίγοι αγοραστές και πολλοί προμηθευτές**.

Προκειμένου οι αγοραστές να βρουν στις καλύτερες δυνατές τιμές τα προϊόντα που τους ενδιαφέρουν, δημιουργούν μια δική τους ηλεκτρονική αγορά και καλούν τους προμηθευτές να συμμετέχουν σε αυτήν.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



21. Τι από τα παρακάτω αποτελεί ημιδομημένη απόφαση;

- A. η διαδικασία έγκρισης χορήγησης δανείου από μια τράπεζα
- B. ο καθορισμός του βέλτιστου δρομολογίου ενός φορτηγού μεταφορών για παραδόσεις προϊόντων σε διαφορετικούς πελάτες
- C. ο καθορισμός του ποια νέα προϊόντα πρέπει να αναπτυχθούν από την επιχείρηση
- D. η διαδικασία χορήγησης επιδόματος μισθολογικής ωρίμανσης σε εργαζόμενο



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

21. Τι από τα παρακάτω αποτελεί ημιδομημένη απόφαση;

A. η διαδικασία έγκρισης χορήγησης δανείου από μια τράπεζα

B. ο καθορισμός του βέλτιστου δρομολογίου ενός φορτηγού μεταφορών για παραδόσεις προϊόντων σε διαφορετικούς πελάτες

Γ. ο καθορισμός του ποια νέα προϊόντα πρέπει να αναπτυχθούν από την επιχείρηση

Δ. η διαδικασία χορήγησης επιδόματος μισθολογικής ωρίμανσης σε εργαζόμενο



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

22. Το κριτήριο αποτελεσματικότητας διαφήμισης «Impression» μετρά:

A. Το χρόνο παραμονής ενός επισκέπτη στην κάθε σελίδα ενός ιστότοπου

B. Το χρόνο παραμονής ενός επισκέπτη στην κάθε σελίδα ενός ιστότοπου ενώ ταυτόχρονα παραμένει ενεργός

Γ. Το πλήθος των εμφανίσεων της διαφήμισης στην οθόνη του χρήστη

Δ. Τη συχνότητα επιστροφής ενός επισκέπτη σε ένα ιστότοπο



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

22. Το κριτήριο αποτελεσματικότητας διαφήμισης «Impression» μετρά:

A. Το χρόνο παραμονής ενός επισκέπτη στην κάθε σελίδα ενός ιστότοπου

B. Το χρόνο παραμονής ενός επισκέπτη στην κάθε σελίδα ενός ιστότοπου ενώ ταυτόχρονα παραμένει ενεργός

Γ. Το πλήθος των εμφανίσεων της διαφήμισης στην οθόνη του χρήστη

Δ. Τη συχνότητα επιστροφής ενός επισκέπτη σε ένα ιστότοπο