



ΕΠΑΝΑΛΗΠΤΙΚΟ
ΜΑΘΗΜΑ 5
[12/6/2022]

Καθηγήτρια Κατερίνα Μαργαριτοπούλου
Katerinam.eclass4u@gmail.com

ΤΟΜΟΣ Α ΚΑΙ Β

Θεματική
Ενότητα ΔΕΟ 45

ΘΕΡΜΟΠΥΛΩΝ 17
ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ
100Μ ΑΠΟ ΤΗ ΣΤΑΣΗ
ΜΕΤΡΟ «ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ»

ΤΗΛΕΦΩΝΟ: 210-5711484
ΚΙΝΗΤΟ: 6970401981
EMAIL: grammateia.eclass4u@gmail.com
ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ WEB : www.eclass4u.gr
SOCIAL MEDIA:   

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ



**ΣΥΛΛΟΓΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ
ΑΠΟ ΠΑΛΑΙΟΤΕΡΕΣ
ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ
Α κα Β' ΤΟΜΟΣ**





ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

1. Ένα τυπικός ορισμός του ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι:

A. Η διαδικασία αγοράς, πώλησης ή ανταλλαγής προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφοριών μέσω δικτύων υπολογιστών.

B. Όλες οι ηλεκτρονικές ανταλλαγές πληροφοριών μεταξύ μιας επιχείρησης και των εξωτερικών ενδιαφερόμενων μερών της.

C. Όλες οι ανταλλαγές πληροφοριών γίνονται με ηλεκτρονικό τρόπο, τόσο μέσα σε μια επιχείρηση όσο και με εξωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη, και υποστηρίζουν τις επιχειρησιακές διαδικασίες

D. Η χρήση του Internet και του Web για την υποστήριξη όλων των επιχειρηματικών συναλλαγών μιας επιχείρησης με τους εξωτερικούς της συνεργάτες



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

1. Ένα τυπικός ορισμός του ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι:

A. Η διαδικασία αγοράς, πώλησης ή ανταλλαγής προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφοριών μέσω δικτύων υπολογιστών.

B. Όλες οι ηλεκτρονικές ανταλλαγές πληροφοριών μεταξύ μιας επιχείρησης και των εξωτερικών ενδιαφερόμενων μερών της.

C. Όλες οι ανταλλαγές πληροφοριών γίνονται με ηλεκτρονικό τρόπο, τόσο μέσα σε μια επιχείρηση όσο και με εξωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη, και υποστηρίζουν τις επιχειρησιακές διαδικασίες

D. Η χρήση του Internet και του Web για την υποστήριξη όλων των επιχειρηματικών συναλλαγών μιας επιχείρησης με τους εξωτερικούς της συνεργάτες

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

Τι περιλαμβάνει



Ο ευρύτερος ορισμός σημειώθηκε από τον Chaffey (2009) αντανακλά τη σύγκλιση τεχνολογιών που χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη διαδικτυακής παρουσίας και web-based επικοινωνίας, με τις τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για in-house συστήματα και την ανάπτυξη πακέτων λογισμικού. Πολλά επιχειρηματικά πακέτα λογισμικού έχουν ένα web "frontend" χαρακτήρα και είναι προσβάσιμα μέσω του διαδικτύου είτε από εξωτερικούς συνεργάτες ή in-house προσωπικό μέσω του intranet. Επομένως, μπορεί να υποστηριχθεί ότι η ανάλυση του ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι παρόμοια με μια ανάλυση των συστημάτων πληροφοριών.

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν χρησιμοποιεί πρότυπα ηλεκτρονικά δεδομένα σε συνδυασμό με αυτοματοποιημένες τεχνολογίες με στόχο τη διασύνδεση πληροφοριακών συστημάτων, την ενσωμάτωση εσωτερικών και εξωτερικών ροών δεδομένων και την αυτοματοποίηση των επιχειρηματικών διαδικασιών (Health industry Today, 1999).

Η πιο σημαντική λειτουργία του ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι η διασύνδεση κι η αλληλεπίδραση συστημάτων. Συνεπώς, οδηγεί στην εξάλειψη πολλών λειτουργιών που διεξάγονταν από ανθρώπινη παρουσία όπως περιττή εισαγωγή εισροών ή επαναλαμβανόμενη επεξεργασία ψηφιακών πληροφοριών. Παράλληλα, η ταχύτερη επεξεργασία και τα μειωμένα λάθη στις διαδικασίες και στην αλληλεπίδραση της επιχείρησης έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της απόδοσης.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



2. Ποια από τις παρακάτω ΔΕΝ είναι C2B συναλλαγή.
 - A. Έγγραμμη (online) διαφήμιση μέσω της πλατφόρμας Google AdSense
 - B. Ηλεκτρονικές δημοπρασίες του δημοσίου
 - C. Το συνεργατικό μάρκετινγκ (affiliate marketing) της Amazon
 - D. Συμμετοχή των καταναλωτών σε διαδικτυακές έρευνες για αξιολόγηση νέων προϊόντων



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

2. Ποια από τις παρακάτω ΔΕΝ είναι C2B συναλλαγή.
- A. Έγγραμμη (online) διαφήμιση μέσω της πλατφόρμας Google Adsense
 - B. Ηλεκτρονικές δημοπρασίες του δημοσίου**
 - C. Το συνεργατικό μάρκετινγκ (affiliate marketing) της Amazon
 - D. Συμμετοχή των καταναλωτών σε διαδικτυακές έρευνες για αξιολόγηση νέων προϊόντων



Google adsence

Το AdSense είναι ένας δωρεάν και απλός τρόπος να κερδίζετε χρήματα τοποθετώντας διαφημίσεις στον ιστότοπό σας.





Affiliate marketing

“Ο όρος Affiliate Marketing περιγράφει τη σχέση ανάμεσα στον Διαφημιζόμενο (Merchant ή Advertiser) και στον Affiliate (ή Publisher), κατά την οποία ο δεύτερος προωθεί επισκέπτες στην ιστοσελίδα του πρώτου και πληρώνεται μόνο εφόσον ο χρήστης αυτός πραγματοποιήσει μία προσυμφωνημένη ενέργεια (τις περισσότερες φορές η ενέργεια αυτή είναι η πραγματοποίηση μιας αγοράς).”



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

3. Η ηλεκτρονική συμπλήρωση και υποβολή της φορολογικής δήλωσης των φυσικών προσώπων ανήκει στην ακόλουθη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου:

- A. G2B
- B. G2C
- C. C2G
- D. G2G



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

3. Η ηλεκτρονική συμπλήρωση και υποβολή της φορολογικής δήλωσης των φυσικών προσώπων ανήκει στην ακόλουθη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου:

- A. G2B
- B. G2C
- C. C2G**
- D. G2G



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

4. Στην ασύμμετρη κρυπτογράφηση:

- A. Χρησιμοποιείται ένα και μόνο ένα κλειδί το οποίο προκύπτει από κατακερματισμό.
- B. Χρησιμοποιείται ένα ζεύγος διαφορετικών αλλά συμπληρωματικών κλειδιών.
- C. Χρησιμοποιείται ένα ζεύγος όμοιων κλειδιών.
- D. Χρησιμοποιείται ένα κλειδί και ένας ψηφιακός φάκελος.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

4. Στην ασύμμετρη κρυπτογράφηση:

A. Χρησιμοποιείται ένα και μόνο ένα κλειδί το οποίο προκύπτει από κατακερματισμό.

B. Χρησιμοποιείται ένα ζεύγος διαφορετικών αλλά συμπληρωματικών κλειδιών.

C. Χρησιμοποιείται ένα ζεύγος όμοιων κλειδιών.

D. Χρησιμοποιείται ένα κλειδί και ένας ψηφιακός φάκελος.



Ασύμμετρη Κρυπτογράφηση

Η λειτουργία της βασίζεται στην **ύπαρξη ζεύγους κλειδιών** και όχι μόνο ενός. Συγκεκριμένα το ένα κλειδί καλείται δημόσιο κλειδί (public key) ακριβώς επειδή όλοι μπορούν να έχουν πρόσβαση σε αυτό και το άλλο κλειδί καλείται ιδιωτικό κλειδί (private key) και είναι απόρρητο. Η λειτουργία του ζεύγους κλειδιών βασίζεται στο γεγονός ότι αυτά **είναι συμπληρωματικά μεταξύ** τους επιτρέποντας την κρυπτογράφηση ενός κειμένου με το δημόσιο κλειδί και την αποκρυπτογράφηση του μόνο με το ιδιωτικό κλειδί.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

5. Η επιχείρηση «χ» δέχεται να προβάλλει τις αφίσες της επιχείρησης «ψ» με την προϋπόθεση ότι η «ψ» θα προβάλλει τις αφίσες της «χ» αντίστοιχα. Ο τρόπος αυτός ονομάζεται:

- A. τρόπος εναλλαγής (banner swapping).
- B. τρόπος ανταλλαγής (banner exchange).
- C. τρόπος πληρωμένης διαφήμισης.
- D. τρόπος επιβράβευσης.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

5. Η επιχείρηση «χ» δέχεται να προβάλλει τις αφίσες της επιχείρησης «ψ» με την προϋπόθεση ότι η «ψ» θα προβάλλει τις αφίσες της «χ» αντίστοιχα. Ο τρόπος αυτός ονομάζεται:

- A. τρόπος εναλλαγής (banner swapping).**
- B. τρόπος ανταλλαγής (banner exchange).
- C. τρόπος πληρωμένης διαφήμισης.
- D. τρόπος επιβράβευσης.

BANNER SWAPPING, EXCHANGE & Πληρωμενη διαφημιση



1. Τρόπος Εναλλαγής (Banner swapping)

- Σύμφωνα με αυτή τη μέθοδο, η επιχείρηση "χ" δέχεται να προβάλει τις αφίσες της επιχείρησης "ψ", με την προϋπόθεση ότι και η "ψ" θα προβάλει τις αφίσες της "χ".

2. Τρόπος Ανταλλαγής (Banner exchange)

- Σύμφωνα με αυτή τη μέθοδο, η επιχείρηση "χ" προωθεί τις αφίσες της σε έναν μεσολαβητή "μ" και αυτός τις προωθεί σε άλλες με τις οποίες συνεργάζεται. Αυτό προϋποθέτει ότι και η επιχείρηση "χ" θα φιλοξενεί στην ιστοσελίδα της, τις αφίσες των επιχειρήσεων με τις οποίες ο "μ" συνεργάζεται.

3. Πληρωμένη διαφήμιση

- Η αγορά διαφημιστικού χώρου στο διαδίκτυο είναι παρόμοια με την αγορά διαφημιστικού χώρου σε ένα συμβατικό μέσο (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες, κλπ). Σε αρκετές περιπτώσεις μπορεί να είναι ακόμα και πιο ακριβή, ενώ το περιεχόμενό της είναι αρκετά περιορισμένο.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

6. Ο ορισμός της ασφάλειας εισάγει τρεις βασικούς στόχους που βρίσκονται στην καρδιά της έννοιας της ασφάλειας και συχνά αναφέρονται ως τριάδα ασφάλειας:

- Α. Εμπιστευτικότητα, Ακεραιότητα, Διαθεσιμότητα
- Β. Αξιοπιστία, Ταυτοποίηση, Διαθεσιμότητα
- Γ. Εμπιστευτικότητα, Διαπίστευση, Ακρίβεια
- Δ. Εμπιστευτικότητα, Ακεραιότητα, Ορθότητα



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

6. Ο ορισμός της ασφάλειας εισάγει τρεις βασικούς στόχους που βρίσκονται στην καρδιά της έννοιας της ασφάλειας και συχνά αναφέρονται ως τριάδα ασφάλειας:

A. Εμπιστευτικότητα, Ακεραιότητα, Διαθεσιμότητα

- B. Αξιοπιστία, Ταυτοποίηση, Διαθεσιμότητα
- C. Εμπιστευτικότητα, Διαπίστευση, Ακρίβεια
- D. Εμπιστευτικότητα, Ακεραιότητα, Ορθότητα

Κάθε επιχείρηση που υποστηρίζει δραστηριότητες ηλεκτρονικού εμπορίου θέτει σε κίνδυνο:



Τα δεδομένα (data) Δηλαδή την πληροφορία την οποία διατηρεί στους υπολογιστές της και διαμοιράζει στο διαδίκτυο. Συνήθως αναζητούμε την προστασία τριών βασικών χαρακτηριστικών που διαθέτουν τα δεδομένα και που στοιχειοθετούν τον ορισμό της ασφάλειας

- α) της εμπιστευτικότητας (confidentiality – η ιδιότητα των δεδομένων να καθίστανται προσπελάσιμα μόνο από εξουσιοδοτημένους χρήστες)
- β) της ακεραιότητας (integrity – η αποφυγή μη εξουσιοδοτημένης τροποποίησης δεδομένων)
- γ) της διαθεσιμότητας (availability – η αποφυγή προσωρινής ή μόνιμης άρνησης διάθεσης της πληροφορίας σε εξουσιοδοτημένους χρήστες).



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

7. Ο καθορισμός της ημερήσιας ποσότητας παραγωγής μιας εργοστασιακής μονάδας είναι:

- A. Αδόμητο πρόβλημα
- B. Ημιδομημένο πρόβλημα
- C. Δομημένο πρόβλημα
- D. Τίποτα από τα παραπάνω



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

7. Ο καθορισμός της ημερήσιας ποσότητας παραγωγής μιας εργοστασιακής μονάδας είναι:

- A. Αδόμητο πρόβλημα
- B. Ημιδομημένο πρόβλημα**
- C. Δομημένο πρόβλημα
- D. Τίποτα από τα παραπάνω



ΕΙΔΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Ειδη αποφάσεων



ΕΙΔΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

- Αποφάσεις στρατηγικού σχεδιασμού. Είναι οι αποφάσεις με τις οποίες τίθενται μακροπρόθεσμοι στόχοι και ορίζονται πολιτικές για την κατανομή πόρων για την επίτευξη των στόχων αυτών.
- Αποφάσεις διοικητικού ελέγχου. Είναι οι αποφάσεις που αφορούν την απόκτηση και αποδοτική χρήση των πόρων για την επίτευξη των οργανωσιακών στόχων που τέθηκαν κατά το στρατηγικό σχεδιασμό.
- Αποφάσεις επιχειρησιακού ελέγχου. Είναι οι αποφάσεις οι οποίες σχετίζονται με την αποδοτική και αποτελεσματική εκτέλεση συγκεκριμένων εργασιών, στην καθημερινή λειτουργία του οργανισμού.

Σύμφωνα με τον Simon (1960), οι αποφάσεις κυμαίνονται από δομημένες σε αδόμητες και διακρίνονται σε δομημένες, ημιδομημένες και αδόμητες.

ΕΙΔΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ



- 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.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



8. Ένα σύστημα CRM (Customer Relationship Management) μπορεί να είναι:
- Υποσύνολο ενός ERP (Enterprise Resource Planning)
 - Υπερσύνολο ενός ERP
 - Ταυτόσημο με ένα ERP
 - Ταυτόσημο με ένα σύστημα διαχείρισης ανθρώπινων πόρων



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

8. Ένα σύστημα CRM (Customer Relationship Management) μπορεί να είναι:

- A. Υποσύνολο ενός ERP (Enterprise Resource Planning)
- B. Υπερσύνολο ενός ERP
- C. Ταυτόσημο με ένα ERP
- D. Ταυτόσημο με ένα σύστημα διαχείρισης ανθρώπινων πόρων

ERP (Enterprise resource planning)





ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

9. Για τη χορήγηση πιστοποιητικού οικογενειακής κατάστασης ένα Κέντρο Εξυπηρέτησης Πολιτών (Κ.Ε.Π.) επικοινωνεί με τον εκάστοτε Δήμο, το οποίο αποτελεί υπηρεσία τύπου:

- A. Ηλεκτρονικό εμπόριο κυβέρνησης προς εργαζόμενο (Government to Employee-G2E)
- B. Ηλεκτρονικό εμπόριο κυβέρνησης προς πολίτη (Government to Citizen-G2C)
- Γ. Ηλεκτρονικό εμπόριο κυβέρνησης προς επιχείρηση (Government to Business-G2B)
- Δ. Ηλεκτρονικό εμπόριο κυβέρνησης προς κυβέρνηση (Government to Government-G2G)



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

9. Για τη χορήγηση πιστοποιητικού οικογενειακής κατάστασης ένα Κέντρο Εξυπηρέτησης Πολιτών (Κ.Ε.Π.) επικοινωνεί με τον εκάστοτε Δήμο, το οποίο αποτελεί υπηρεσία τύπου:

- A. Ηλεκτρονικό εμπόριο κυβέρνησης προς εργαζόμενο (Government to Employee-G2E)
- B. Ηλεκτρονικό εμπόριο κυβέρνησης προς πολίτη (Government to Citizen-G2C)
- Γ. Ηλεκτρονικό εμπόριο κυβέρνησης προς επιχείρηση (Government to Business-G2B)
- Δ. Ηλεκτρονικό εμπόριο κυβέρνησης προς κυβέρνηση (Government to Government-G2G)**



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

10. Η αγορά ενός ζεύγους παπουτσιών από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αποτελεί παράδειγμα:

- A. Άμεσου ηλεκτρονικού εμπορίου.
- B. Έμμεσου ηλεκτρονικού εμπορίου.
- C. Παραδοσιακού εμπορίου.
- D. Κανένα από τα παραπάνω.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

10. Η αγορά ενός ζεύγους παπουτσιών από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα αποτελεί παράδειγμα:

- A. Άμεσου ηλεκτρονικού εμπορίου.
- B. Έμμεσου ηλεκτρονικού εμπορίου.**
- C. Παραδοσιακού εμπορίου.
- D. Κανένα από τα παραπάνω.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ εμποριο

εμμεσο και αμεσο (μερικό ή αμιγές)

ΕΜΜΕΣΟ: όταν πρόκειται για την ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών που μπορούν να παραδοθούν μόνο με παραδοσιακούς τρόπους όπως είναι το ταχυδρομείο. Για παράδειγμα ένας καταναλωτής κάνει μια έρευνα αγοράς μέσω διαδικτύου συγκρίνοντας ανταγωνιστικά προϊόντα προκειμένου να συγκεντρώσει πληροφορίες που θα τον οδηγήσουν σε μια αγοραστική απόφαση αλλά την υλοποιεί πηγαίνοντας σε ένα κατάστημα στο φυσικό κόσμο η ενέργειά του αυτή εντάσσεται στις έμμεσες ενέργειες ηλεκτρονικού εμπορίου.

ΆΜΕΣΟ: είναι το ηλ. εμπόριο που περιλαμβάνει παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών. Πχ. η αγορά ενός ηλεκτρονικού εισιτηρίου από ένα δικτυακό τόπο μιας αεροπορικής εταιρίας όταν η έρευνα αγοράς, η κράτηση, η πληρωμή και η παράδοση μπορούν να γίνουν εξ' ολοκλήρου ηλεκτρονικά.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

11. Ποια είναι η πιο ρεαλιστική σχέση ανάμεσα στις έννοιες του E-commerce και του EBusiness;
- A. Το e-business είναι υποσύνολο του e-commerce
 - B. Οι δύο έννοιες είναι σε γενικές γραμμές εναλλάξιμες
 - Γ. Το e-commerce έχει μερική επικάλυψη με το e-business
 - Δ. Το e-commerce είναι υποσύνολο του e-business

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

11. Ποια είναι η πιο ρεαλιστική σχέση ανάμεσα στις έννοιες του E-commerce και του EBusiness;

- A. Το e-business είναι υποσύνολο του e-commerce
- B. Οι δύο έννοιες είναι σε γενικές γραμμές εναλλάξιμες
- Γ. Το e-commerce έχει μερική επικάλυψη με το e-business

Δ. Το e-commerce είναι υποσύνολο του e-business

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

12. Το διαδίκτυο προσφέρει στις εταιρείες και τους καταναλωτές ευκαιρίες για αμφίδρομη επικοινωνία και εξατομίκευση. Έτσι:

- A. Η σύγχρονη αντίληψη για το μάρκετινγκ είναι προσανατολισμένη κυρίως στο προϊόν.
- B. Το γραφικό περιβάλλον, τα διαφημιστικά μηνύματα αλλά και τα προϊόντα είναι προσανατολισμένα στην αύξηση των πωλήσεων
- Γ. Το γραφικό περιβάλλον, τα διαφημιστικά μηνύματα αλλά και τα προϊόντα είναι προσαρμόσιμα στις προτιμήσεις του πελάτη
- Δ. Τα παραδοσιακά κανάλια επικοινωνίας (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδα), χαρακτηρίζονται από τη διαχείριση του πελάτη ως ενεργητικό δέκτη των προωθητικών μηνυμάτων που διακινούν, χωρίς να τον κουράζουν.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



12. Το διαδίκτυο προσφέρει στις εταιρείες και τους καταναλωτές ευκαιρίες για αμφίδρομη επικοινωνία και εξατομίκευση. Έτσι:

A. Η σύγχρονη αντίληψη για το μάρκετινγκ είναι προσανατολισμένη κυρίως στο προϊόν.

B. Το γραφικό περιβάλλον, τα διαφημιστικά μηνύματα αλλά και τα προϊόντα είναι προσανατολισμένα στην αύξηση των πωλήσεων

Γ. Το γραφικό περιβάλλον, τα διαφημιστικά μηνύματα αλλά και τα προϊόντα είναι προσαρμόσιμα στις προτιμήσεις του πελάτη

Δ. Τα παραδοσιακά κανάλια επικοινωνίας (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδα), χαρακτηρίζονται από τη διαχείριση του πελάτη ως ενεργητικό δέκτη των προωθητικών μηνυμάτων που διακινούν, χωρίς να τον κουράζουν.

Μάρκετινγκ Ένα προς ένα



Μάρκετινγκ ένα προς ένα: Η επιχείρηση συμπεριφέρεται σε κάθε ένας από τους αγοραστές των προϊόντων/ υπηρεσιών εντελώς διαφορετικά. Η πλήρης εξατομίκευση παρόλο που είναι ένας από τους πιο αποτελεσματικούς τρόπους πώλησης δεν προσφέρεται στο συμβατικό εμπόριο λόγω του υψηλού κόστους πραγματοποίησης.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

13. Το Β2Ε αναφέρεται:

- A. στην αλληλεπίδραση επιχειρήσεων με κυβερνητικούς οργανισμούς
- B. στο διεπιχειρηματικό τύπο ηλεκτρονικού επιχειρείν
- Γ. σε εφαρμογές ηλεκτρονικού επιχειρείν που οι καταναλωτές συναλλάσσονται μεταξύ τους
- Δ. σε εφαρμογές ηλεκτρονικού επιχειρείν που οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν ώστε να καλύψουν τις ανάγκες των υπαλλήλων τους

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

13. Το Β2Ε αναφέρεται:

- A. στην αλληλεπίδραση επιχειρήσεων με κυβερνητικούς οργανισμούς
- B. στο διεπιχειρηματικό τύπο ηλεκτρονικού επιχειρείν
- Γ. σε εφαρμογές ηλεκτρονικού επιχειρείν που οι καταναλωτές συναλλάσσονται μεταξύ τους
- Δ. σε εφαρμογές ηλεκτρονικού επιχειρείν που οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν ώστε να καλύψουν τις ανάγκες των υπαλλήλων τους**

Επιχείρηση προς Εργαζόμενο (Business-to-Employee, B2E)

Εφαρμογές ηλεκτρονικού επιχειρείν που οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν ώστε να καλύψουν τις ανάγκες των υπάλληλων τους για άμεση πληροφόρηση, συνεργασία με συναδέλφους και απόκτηση ή καταγραφή νέας γνώσης που αποκτήθηκε κατά τη διάρκεια εργασιών. Οι B2E υπηρεσίες επιτρέπουν την άμεση, εύκολη πρόσβαση σε εταιρικά δεδομένα και την αξιοποίησή τους οπουδήποτε και οποτεδήποτε. Επιτυγχάνουν μείωση του κόστους λειτουργίας (π.χ. λιγότερο χαρτί), βελτίωση της παραγωγικότητας, εφόσον ο εργαζόμενος επικεντρώνεται στα ουσιαστικά προβλήματα της εταιρείας παρακάμπτοντας τα όποια γραφειοκρατικά εμπόδια με παράλληλη αύξηση της ικανοποίησης του εργαζόμενου.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

14. Η είναι η ψευδής άρνηση ότι μία οντότητα έλαβε κάποια πληροφορία ή μήνυμα.
- A. Αποκήρυξη προέλευσης.
 - B. Πλαστογράφηση.
 - Γ. Άρνηση υπηρεσίας.
 - Δ. Αποκήρυξη παραλαβής.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

14. Η είναι η ψευδής άρνηση ότι μία οντότητα έλαβε κάποια πληροφορία ή μήνυμα.

A. Αποκήρυξη προέλευσης.

B. Πλαστογράφιση.

Γ. Άρνηση υπηρεσίας.

Δ. Αποκήρυξη παραλαβής.

Αποκήρυξη παραλαβής

Η αποκήρυξη παραλαβής είναι μία ψευδής άρνηση ότι μία οντότητα έλαβε κάποια πληροφορία ή μήνυμα. Είναι μια μορφή εξαπάτησης. Ας υποθέσουμε ότι ένας πελάτης παραγγέλνει ένα προϊόν αλλά η εταιρεία απαιτεί πληρωμή πριν από την αποστολή. Ο πελάτης πληρώνει και η εταιρεία αποστέλλει το προϊόν. Ο πελάτης αργότερα ρωτάει την εταιρεία πότε θα λάβει το προϊόν. Αν ο πελάτης έχει λάβει ήδη το προϊόν, το θέμα αποτελεί επίθεση άρνησης παραλαβής. Η εταιρεία μπορεί να αμυνθεί έναντι αυτής της επίθεσης μόνο αποδεικνύοντας ότι ο πελάτης έχει, παρά τις διαψεύσεις του, παραλάβει το προϊόν.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

15. Ποια από τις πιο κάτω ηλεκτρονικές υπηρεσίες δεν εντάσσεται στον κλάδο του B2B εμπορίου:

- A. Τραπεζικές Υπηρεσίες.
- B. Ηλεκτρονική πληρωμή ασφαλιστικών εισφορών.
- Γ. Υπηρεσίες τουρισμού.
- Δ. Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

15. Ποια από τις πιο κάτω ηλεκτρονικές υπηρεσίες δεν εντάσσεται στον κλάδο του B2B εμπορίου:

- A. Τραπεζικές Υπηρεσίες.
- B. Ηλεκτρονική πληρωμή ασφαλιστικών εισφορών.**
- Γ. Υπηρεσίες τουρισμού.
- Δ. Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

16. Το κριτήριο μέτρησης αποτελεσματικότητας διαφήμισης Active Time μετρά το χρονικό διάστημα:

- A. Εμφάνισης μιας διαφήμισης στην οθόνη του χρήστη.
- B. Παραμονής του χρήστη στην κάθε σελίδα του ιστότοπου της επιχείρησης.
- Γ. Παραμονής και δραστηριοποίησης του χρήστη στον ιστότοπο της επιχείρησης.
- Δ. Μέχρι να επιστρέψει ο χρήστης στον ιστότοπο της επιχείρησης.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

16. Το κριτήριο μέτρησης αποτελεσματικότητας διαφήμισης Active Time μετρά το χρονικό διάστημα:

- A. Εμφάνισης μιας διαφήμισης στην οθόνη του χρήστη.
- B. Παραμονής του χρήστη στην κάθε σελίδα του ιστότοπου της επιχείρησης.
- Γ. Παραμονής και δραστηριοποίησης του χρήστη στον ιστότοπο της επιχείρησης.**
- Δ. Μέχρι να επιστρέψει ο χρήστης στον ιστότοπο της επιχείρησης.

Active time



Μετράει το πόση ώρα οι επισκέπτες παραμένουν στην κάθε σελίδα του ιστότοπου της επιχείρησης αλλά και ταυτόχρονα είναι ενεργοί. Με άλλα λόγια μετριούνται οι κινήσεις του ποντικιού, τα κλικ, τα ανεβοκατεβάσματα στην ιστοσελίδα.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

17. Τι από τα παρακάτω ΔΕΝ ισχύει για τη διαφήμιση μέσω κοινωνικών δικτύων;
- Α. Είναι μια σχετικά ανέξοδη διαδικασία.
 - Β. Εστιάζει στη δημιουργία περιεχομένου που προσελκύει την προσοχή.
 - Γ. Είναι κατάλληλα μόνο για έμμεση διαφήμιση.
 - Δ. Το μήνυμα μπορεί να διαδοθεί από χρήστη σε χρήστη.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

17. Τι από τα παρακάτω ΔΕΝ ισχύει για τη διαφήμιση μέσω κοινωνικών δικτύων;

A. Είναι μια σχετικά ανέξοδη διαδικασία.

B. Εστιάζει στη δημιουργία περιεχομένου που προσελκύει την προσοχή.

Γ. Είναι κατάλληλα μόνο για έμμεση διαφήμιση.

Δ. Το μήνυμα μπορεί να διαδοθεί από χρήστη σε χρήστη.

SOCIAL MEDIA ADS

Ένα πολύ βασικό πλεονέκτημα της αξιοποίησης των κοινωνικών μέσων δικτύωσης είναι ότι είναι μια σχετικά **ανέξοδη πλατφόρμα** για τις επιχειρήσεις προκειμένου να εφαρμόσουν τα προγράμματα μάρκετινγκ (Karlan & Haenlein 2010). Οι επιχειρήσεις μπορούν να προβούν σε άμεσες διαφημίσεις οι οποίες στηρίζονται στα κοινωνικά δίκτυα των πελατών τους. Οι πελάτες της επιχείρησης γράφουν κάποια γνώμη για τα προϊόντα/ υπηρεσίες της επιχείρησης και στη συνέχεια τα μοιράζονται με φίλους τους. Τα θέλητρα προκειμένου κάποιος να γράψει μια κριτική για ένα προϊόν/ υπηρεσία μπορεί να είναι μια μελλοντική έκπτωση, συμμετοχή σε διαγωνισμό κλπ

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

18. Ένα πληροφοριακό σύστημα προγραμματισμού επιχειρηματικών πόρων (ERP):

- A. είναι σύστημα επιχειρηματικής αναλυτικής
- B. εκτείνεται σε όλα τα επίπεδα και τους τομείς του οργανισμού
- Γ. είναι διεπιχειρησιακό πληροφοριακό σύστημα
- Δ. είναι στρατηγικό πληροφοριακό σύστημα

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

18. Ένα πληροφοριακό σύστημα προγραμματισμού επιχειρηματικών πόρων (ERP):

- A. είναι σύστημα επιχειρηματικής αναλυτικής
- B. εκτείνεται σε όλα τα επίπεδα και τους τομείς του οργανισμού**
- Γ. είναι διεπιχειρησιακό πληροφοριακό σύστημα
- Δ. είναι στρατηγικό πληροφοριακό σύστημα

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

19. Ένα πληροφοριακό σύστημα διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας (SCM) είναι:

- A. Διεπιχειρησιακό πληροφοριακό σύστημα.
- B. Στρατηγικό πληροφοριακό σύστημα.
- Γ. Πληροφοριακό σύστημα στήριξης αποφάσεων.
- Δ. όλα τα παραπάνω.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

19. Ένα πληροφοριακό σύστημα διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας (SCM) είναι:

- A. Διεπιχειρησιακό πληροφοριακό σύστημα.**
- B. Στρατηγικό πληροφοριακό σύστημα.
- Γ. Πληροφοριακό σύστημα στήριξης αποφάσεων.
- Δ. όλα τα παραπάνω.

Τα συστήματα διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας (Supply Chain Management – SCM) υποστηρίζουν διαδικασίες της εφοδιαστικής αλυσίδας:



Κατασκευή, έλεγχο αποθεμάτων, προγραμματισμό και μεταφορές. Βοηθούν τους προμηθευτές, τους αγοραστές, τους διανομείς και τις εταιρείες μεταφορών – διοικητικής μέριμνας (Logistics) να μοιράζονται πληροφορίες σχετικά με τις παραγγελίες, την παραγωγή, τα επίτεδα αποθεμάτων και την παράδοση προϊόντων και υπηρεσιών.

Αυτοματοποιούν τη ροή πληροφοριών μεταξύ εταιρίας και προμηθευτών για τη βελτιστοποίηση της παραγωγής και της παράδοσης των προϊόντων και υπηρεσιών.

Ο στόχος των συστημάτων διαχείρισης εφοδιαστική αλυσίδας είναι η αποδοτική προμήθεια, παραγωγή και παράδοση προϊόντων και υπηρεσιών. Με άλλα λόγια η Προμηθευτής Κατασκευαστής Διανομέας Λιανέμπορος Πελάτης παραγωγή και μεταφορά της κατάλληλης ποσότητας προϊόντων από την πηγή στο σημείο



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

20. Τι είναι η έμπιστη τρίτη οντότητα (Trusted Third Party-TTP);

- A. Ένα είδος Firewall
- B. Τρόπος ασύμμετρης κρυπτογράφησης
- Γ. Ο οργανισμός που εκδίδει ψηφιακά πιστοποιητικά
- Δ. Οργανισμός που είναι υπεύθυνος για τη διενέργεια ασφαλών συναλλαγών πιστωτικών καρτών

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

20. Τι είναι η έμπιστη τρίτη οντότητα (Trusted Third Party-TTP);

A. Ένα είδος Firewall

B. Τρόπος ασύμμετρης κρυπτογράφησης

Γ. Ο οργανισμός που εκδίδει ψηφιακά πιστοποιητικά

Δ. Οργανισμός που είναι υπεύθυνος για τη διενέργεια ασφαλών συναλλαγών πιστωτικών καρτών

Ψηφιακα πιστοποιητικα

Ψηφιακά Πιστοποιητικά: Όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό δεν είναι δυνατό να αναλαμβάνει ο καθένας ατομικά να διαδίδει το δημόσιο κλειδί του σε όλους τους υπόλοιπους με τους οποίους συναλλάσσεται αλλά ούτε και να κρατάει όλα τα δημόσια κλειδιά που πιθανά του χρειάζονται για τις επικοινωνίες του. Επίσης αν επιτραπεί στον καθένα χωρίς έλεγχο να δημιουργεί ζεύγη κλειδιών είναι δυνατό να υπαινίσσεται ότι είναι κάποιος άλλος με τον οποίο τρίτοι χρήστες να συναλλάσσονται ακλόπιστα μαζί του. Για τους παραπάνω λόγους λοιπόν έχουν δημιουργηθεί τα ψηφιακά πιστοποιητικά τα οποία επιβεβαιώνουν ότι ο κάτοχος ενός ζεύγους κλειδιών είναι αυτός που ισχυρίζεται καθώς και οργανισμοί που καλούνται έμπιστες τρίτες οντότητες (**Trusted Third Parties - TTPs**) **οι οποίοι εκδίδουν τα πιστοποιητικά αυτά και φροντίζουν για τη φύλαξη και τη διάθεση των δημόσιων κλειδιών των χρηστών.**

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

21. Η αποτελεσματικότητα ενός πληροφοριακού συστήματος (ΠΣ) ορίζεται ως:

- A. η σωστή χρήση των εισροών του
- B. η επεξεργασία των εισροών του ΠΣ προς τις εξόδους του
- Γ. ο βαθμός στον οποίο οι στόχοι του ΠΣ επιτυγχάνονται
- Δ. ο βαθμός στον οποίο χρησιμοποιούνται τα στοιχεία εισόδου του ΠΣ για την επίτευξη του στόχου του

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

21. Η αποτελεσματικότητα ενός πληροφοριακού συστήματος (ΠΣ) ορίζεται ως:

- A. η σωστή χρήση των εισροών του
- B. η επεξεργασία των εισροών του ΠΣ προς τις εξόδους του
- Γ. ο βαθμός στον οποίο οι στόχοι του ΠΣ επιτυγχάνονται**
- Δ. ο βαθμός στον οποίο χρησιμοποιούνται τα στοιχεία εισόδου του ΠΣ για την επίτευξη του στόχου του

Αποτελεσματικότητα και Αποδοτικότητα



Τα πληροφοριακά συστήματα αξιολογούνται ως προς την επίδοσή τους σε σχέση με δύο βασικά μετρά: την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητα (Turban et al., 2011).

Η αποτελεσματικότητα (effectiveness) είναι ο βαθμός στον οποίο οι στόχοι επιτυγχάνονται. Επομένως αφορά στην έξοδο του συστήματος (π.χ. πωλήσεις).

Η αποδοτικότητα (efficiency) μετρά τη χρήση των στοιχείων εισόδου για την επίτευξη του στόχου, δηλ. της εξόδου. Για παράδειγμα, πόσα χρήματα απαιτούνται για τη επίτευξη συγκεκριμένου αριθμού πωλήσεων.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



22. Οι οικονομίες δικτύου (network externalities) είναι ένα χαρακτηριστικό του ηλεκτρονικού επιχειρείν που αφορά:

- A. στη μείωση του κόστους ηλεκτρονικών συναλλαγών
- B. στην αφθονία της πληροφορίας στο Διαδίκτυο
- Γ. στο ότι το δίκτυο δίνει τη δυνατότητα συλλογής των αναγκών των μελών του και άρα της προσφοράς εξατομικευμένων προϊόντων
- Δ. στο ότι η αξία της συμμετοχής στο δίκτυο αυξάνεται με τον αριθμό των μελών του δικτύου

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

22. Οι οικονομίες δικτύου (network externalities) είναι ένα χαρακτηριστικό του ηλεκτρονικού επιχειρείν που αφορά:

- A. στη μείωση του κόστους ηλεκτρονικών συναλλαγών
- B. στην αφθονία της πληροφορίας στο Διαδίκτυο
- Γ. στο ότι το δίκτυο δίνει τη δυνατότητα συλλογής των αναγκών των μελών του και άρα της προσφοράς εξατομικευμένων προϊόντων
- Δ. στο ότι η αξία της συμμετοχής στο δίκτυο αυξάνεται με τον αριθμό των μελών του δικτύου**

Οικονομίες δικτύου

Οικονομίες δικτύου (Network externalities)



Όσοι περισσότεροι χρήστες συμμετέχουν και χρησιμοποιούν τον ιστό 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;

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

23. Υποθέστε ότι είστε ιδιοκτήτης ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop). Ποιος από τους παρακάτω δείκτες θα ήταν κρίσιμος για την εκτίμηση και αξιολόγηση της κατάστασης του

e-shop;

- A. Νέοι επισκέπτες (new visitors)
- B. Μέσος χρόνος επίσκεψης στο ηλεκτρονικό κατάστημα (time spent on site)
- Γ. Ποσοστό εγκατάλειψης (bounce rate)
- Δ. Όλα τα παραπάνω

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

23. Υποθέστε ότι είστε ιδιοκτήτης ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop). Ποιος από τους παρακάτω δείκτες θα ήταν κρίσιμος για την εκτίμηση και αξιολόγηση της κατάστασης του

e-shop;

- A. Νέοι επισκέπτες (new visitors)
- B. Μέσος χρόνος επίσκεψης στο ηλεκτρονικό κατάστημα (time spent on site)
- Γ. Ποσοστό εγκατάλειψης (bounce rate)

Δ. Όλα τα παραπάνω

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

24. Ένα επιχειρηματικό μοντέλο περιλαμβάνει:

- A. την αρχιτεκτονική της ροής πληροφορίας
- B. την περιγραφή των ρόλων των επιχειρηματικών παικτών
- Γ. την περιγραφή των πηγών εσόδων
- Δ. όλα τα παραπάνω

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

24. Ένα επιχειρηματικό μοντέλο περιλαμβάνει:

- A. την αρχιτεκτονική της ροής πληροφορίας
- B. την περιγραφή των ρόλων των επιχειρηματικών παικτών
- Γ. την περιγραφή των πηγών εσόδων

Δ. όλα τα παραπάνω

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ

- Το επιχειρηματικό μοντέλο είναι η αρχιτεκτονική και η ψηφιακή εφαρμογή της στρατηγικής μιας επιχείρησης και αποτελεί τη βάση για την υλοποίηση των επιχειρηματικών διαδικασιών.
- Ένα επιχειρηματικό μοντέλο δεν είναι παρά μια περιγραφή της αξίας που μια εταιρεία προσφέρει σε ένα ή περισσότερα τμήματα πελατών, της αρχιτεκτονικής της εταιρείας καθώς και το δίκτυο συνεργατών για τη δημιουργία, το μάρκετινγκ και τη διανομή αυτής της αξίας, ώστε να παράγει κέρδη και σταθερά έσοδα.
- Τα επιχειρηματικά μοντέλα αποτελούν τη βάση της κάθε εφαρμογής ηλεκτρονικού εμπορίου αφού καθορίζουν τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης μετά την υιοθέτησή τους. Η μοντελοποίηση βοηθά τις επιχειρήσεις να αναπτύξουν επιχειρηματικά οράματα και στρατηγικές, να εντοπίζουν και αξιολογούν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες αλλά και να επανασχεδιάζουν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες.

ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

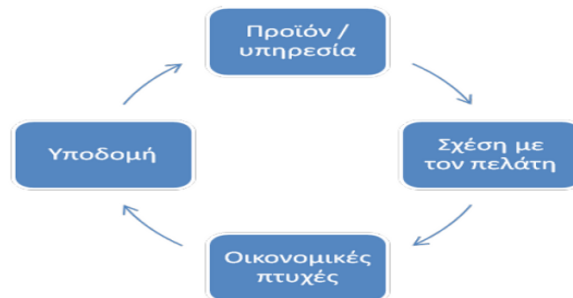


1) Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρει μια εταιρεία και αντιπροσωπεύουν μια σημαντική αξία για τον πελάτη-στόχο (πρόταση αξίας) και για την οποία είναι διατεθειμένος να πληρώσει.

2) Τη σχέση που η επιχείρηση δημιουργεί και διατηρεί με τον πελάτη, προκειμένου να τον ευχαριστήσει και να δημιουργήσει βιώσιμα έσοδα.

3) Την υποδομή και το δίκτυο των εταίρων που είναι απαραίτητα προκειμένου να δημιουργεί αξία και να διατηρεί μια καλή σχέση με τον πελάτη.

4) Τις οικονομικές πτυχές που μπορούν να εντοπιστούν στις τρεις προηγούμενες συνιστώσες, όπως το κόστος και οι δομές των εσόδων.



73

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



25. Σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα στη διάρκεια ενός μήνα παρατηρείται μεγάλος αριθμός visits, αλλά χαμηλή συχνότητα επισκέψεων (frequency). Αυτό πρακτικά σημαίνει:

- A. Το κατάστημα έχει μεγάλο αριθμό μοναδικών επισκεπτών (unique visitors), που όμως δεν επιστρέφουν
- B. Οι επισκέπτες περνούν αυξημένο χρόνο στην αρχική σελίδα του καταστήματος
- Γ. Οι επισκέπτες είναι ενεργοί για αυξημένο χρόνο στις σελίδες του καταστήματος
- Δ. Το κατάστημα έχει μεγάλο αριθμό μοναδικών επισκεπτών, αλλά με μεγάλη διάρκεια επίσκεψης ο καθένας

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

25. Σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα στη διάρκεια ενός μήνα παρατηρείται μεγάλος αριθμός visits, αλλά χαμηλή συχνότητα επισκέψεων (frequency). Αυτό πρακτικά σημαίνει:

A. Το κατάστημα έχει μεγάλο αριθμό μοναδικών επισκεπτών (unique visitors), που όμως δεν επιστρέφουν

B. Οι επισκέπτες περνούν αυξημένο χρόνο στην αρχική σελίδα του καταστήματος

Γ. Οι επισκέπτες είναι ενεργοί για αυξημένο χρόνο στις σελίδες του καταστήματος

Δ. Το κατάστημα έχει μεγάλο αριθμό μοναδικών επισκεπτών, αλλά με μεγάλη διάρκεια επίσκεψης ο καθένας

Frequency: Μετράει το πόσο συχνά οι επισκέπτες επιστρέφουν στην ιστοσελίδα της επιχείρησης. Ουσιαστικά μετριέται διαιρώντας τον συνολικό αριθμό των επισκέψεων (visits) με τον συνολικό αριθμό των μοναδικών επισκεπτών (unique visitors).

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

26. Μέσω του SEO (Search Engine Optimization) ένα ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί:

- A. Να εμφανίζεται σωστά και σε κινητές συσκευές
- B. Να εμφανίζεται ψηλότερα στα αποτελέσματα αναζήτησης για συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά
- Γ. Να προβάλλει διαφημιστικό banner στα αποτελέσματα αναζήτησης για συγκεκριμένες λέξεις κλειδιά
- Δ. Να περιλαμβάνει υπερσυνδέσμους (links) προς άλλα ηλεκτρονικά καταστήματα

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

26. Μέσω του SEO (Search Engine Optimization) ένα ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί:

- A. Να εμφανίζεται σωστά και σε κινητές συσκευές
- B. Να εμφανίζεται ψηλότερα στα αποτελέσματα αναζήτησης για συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά**
- Γ. Να προβάλλει διαφημιστικό banner στα αποτελέσματα αναζήτησης για συγκεκριμένες λέξεις κλειδιά
- Δ. Να περιλαμβάνει υπερσυνδέσμους (links) προς άλλα ηλεκτρονικά καταστήματα

Search Engine Optimization (S.E.O.)



Προκειμένου να βελτιωθεί η κατάταξη μιας επιχείρησης μέσα στις μηχανές αναζήτησης εμπλέκεται η μέθοδος του Search Engine Optimization (S.E.O.). Ουσιαστικά είναι η διαδικασία για τη βελτίωση της προβολής μιας ιστοσελίδας στις μηχανές αναζήτησης. Σε γενικές γραμμές, η υψηλότερη κατάταξη στη σελίδα αποτελεσμάτων αναζήτησης σημαίνει ότι όλο και περισσότερους επισκέπτες στην ιστοσελίδα της επιχείρησης. Το S.E.O. μπορεί να στοχεύει και σε διαφορετικά είδη αναζήτησης, όπως εικόνες, βίντεο, ακαδημαϊκή έρευνα, ειδικά περιεχόμενα (ειδήσεις συγκεκριμένων κλάδων, κ.α.).

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



27. Μία εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου B2G μπορεί να αποσκοπεί:
- A. στην πώληση αγαθών από μια επιχείρηση προς έναν καταναλωτή
 - B. στην πληρωμή φόρων από έναν καταναλωτή προς το δημόσιο
 - Γ. στην πληρωμή φόρων από μια επιχείρηση προς το δημόσιο
 - Δ. στην πώληση αγαθών από μια επιχείρηση προς άλλη επιχείρηση

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

27. Μία εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου B2G μπορεί να αποσκοπεί:

- A. στην πώληση αγαθών από μια επιχείρηση προς έναν καταναλωτή
- B. στην πληρωμή φόρων από έναν καταναλωτή προς το δημόσιο
- Γ. στην πληρωμή φόρων από μια επιχείρηση προς το δημόσιο**
- Δ. στην πώληση αγαθών από μια επιχείρηση προς άλλη επιχείρηση

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

28. Ποιο από τα παρακάτω ΔΕΝ είναι σωστό όσον αφορά στην ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών:

- A. Η κρυπτογράφηση επιτρέπει την εμπιστευτικότητα των πληροφοριών.
- B. Η ψηφιακή υπογραφή επιτρέπει την εμπιστευτικότητα των πληροφοριών.
- Γ. Η ψηφιακή υπογραφή επιτρέπει την πιστοποίηση της ταυτότητας του αποστολέα.
- Δ. Η διαχείριση των ψηφιακών πιστοποιητικών γίνεται από τρίτες έμπιστες οντότητες.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

28. Ποιο από τα παρακάτω ΔΕΝ είναι σωστό όσον αφορά στην ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών:

A. Η κρυπτογράφηση επιτρέπει την εμπιστευτικότητα των πληροφοριών.

B. Η ψηφιακή υπογραφή επιτρέπει την εμπιστευτικότητα των πληροφοριών.

Γ. Η ψηφιακή υπογραφή επιτρέπει την πιστοποίηση της ταυτότητας του αποστολέα.

Δ. Η διαχείριση των ψηφιακών πιστοποιητικών γίνεται από τρίτες έμπιστες οντότητες.

Ψηφιακή Υπογραφή :

προκειμένου να ολοκληρωθεί μια συμφωνία είναι απαραίτητο τα συμβαλλόμενα μέρη να αποδεχτούν μέσω της υπογραφής τους το σχετικό κείμενο έτσι και στον ψηφιακό κόσμο είναι απαραίτητο να υπάρχει μια ψηφιακή αντίστοιχη υπογραφή η οποία θα δεσμεύει εξίσου με τη φυσική υπογραφή. Η ψηφιακή υπογραφή μας επιτρέπει όχι μόνο να γνωρίζουμε ποιός είναι αυτός που υπογράφει ένα έγγραφο και κατά συνέπεια να μην μπορεί κάποιος να αρνείται ενέργειες που έχει κάνει αλλά βοηθά και στην **εξασφάλιση της ακεραιότητας** ενός μηνύματος.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

29. Ποια από τις παρακάτω προτάσεις ΔΕΝ ισχύει για τους ηλεκτρονικούς καταλόγους:

- A. Παρέχουν δυνατότητες αναζήτησης και σύγκρισης
- B. Απαιτούν εξοικείωση των πελατών με τους περιηγητές (browsers)
- Γ. Ισοδυναμούν με το έντυπο υλικό σε ηλεκτρονική μορφή
- Δ. Είναι ενσωματωμένοι στην αγοραστική διαδικασία

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

29. Ποια από τις παρακάτω προτάσεις ΔΕΝ ισχύει για τους ηλεκτρονικούς καταλόγους:

- A. Παρέχουν δυνατότητες αναζήτησης και σύγκρισης
- B. Απαιτούν εξοικείωση των πελατών με τους περιηγητές (browsers)
- Γ. Ισοδυναμούν με το έντυπο υλικό σε ηλεκτρονική μορφή**
- Δ. Είναι ενσωματωμένοι στην αγοραστική διαδικασία

Ηλεκτρονικοί καταλογοι



Τα πλεονεκτήματα των ηλεκτρονικών καταλόγων (Keller, 1997)

- ✓ Ανανεώνεται εύκολα το περιεχόμενο τους με αποτέλεσμα να είναι συνεχώς πλήρως ενημερωμένοι.
- ✓ Δυνατότητα αναγνώρισης και σύγκρισης.
- ✓ Μείωση κόστους (εκτύπωση, διάθεση κλπ).
- ✓ Ενσωμάτωση με την αγοραστική διαδικασία (προσθήκη στο καλάθι αγορών απευθείας από τον κατάλογο).
- ✓ Εύκολη εξατομίκευση.
- ✓ Προσθήκη γραφικών και ήχων.

Τα μειονεκτήματα των ηλεκτρονικών καταλόγων (Keller, 1997)

- ✓ Οι πελάτες πρέπει να έχουν στην διάθεση τους υπολογιστές συνδεδεμένους στο διαδίκτυο
- ✓ Οι πελάτες πρέπει να είναι εξοικειωμένοι με τους περιηγητές (web browser)



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

30. Οι βασικές στρατηγικές που ακολουθούνται στο ηλεκτρονικό μάρκετινγκ είναι:

- A. μαζικό μάρκετινγκ, τμηματοποίηση μάρκετινγκ, μάρκετινγκ ενός προς έναν.
- B. αναγνώριση ανάγκης, αναζήτηση πληροφοριών, αξιολόγηση και εξυπηρέτηση.
- Γ. δημογραφικά κριτήρια, γεωγραφικά κριτήρια, ψυχογραφικά κριτήρια.
- Δ. κανένα από τα παραπάνω.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

30. Οι βασικές στρατηγικές που ακολουθούνται στο ηλεκτρονικό μάρκετινγκ είναι:




A. μαζικό μάρκετινγκ, τμηματοποίηση μάρκετινγκ, μάρκετινγκ ενός προς έναν.

B. αναγνώριση ανάγκης, αναζήτηση πληροφοριών, αξιολόγηση και εξυπηρέτηση.

Γ. δημογραφικά κριτήρια, γεωγραφικά κριτήρια, ψυχογραφικά κριτήρια.

Δ. κανένα από τα παραπάνω.

3 ειδη μαρκετινγκ

Παράγοντας	 Μαζικό Μάρκετινγκ	 Τμηματοποίηση Αγοράς	 Μάρκετινγκ Σχέσεων (Ενός προς Ένα)
Αλληλεπιδράσεις	Συνήθως καμία, ή μονόδρομη	Συνήθως καμία, ή με ένα δείγμα	Ενεργές, αμφίδρομες
Εστίαση	Προϊόν	Ομάδα (τμήμα)	Εστίαση στον πελάτη (ένα)
Παραλήπτης	Ανώνυμος	Προφίλ τμήματος	Ατομικοί
Εκστρατείες	Λίγες	Περισσότερες	Πολλές
Προσέγγιση	Ευρεία	Μικρότερη	Ένας κάθε φορά
Έρευνα Αγοράς	Μακροσκοπική από την φύση της	Βασίζεται στην ανάλυση τμήματος ή σε δημογραφικά στοιχεία	Βασίζεται σε λεπτομερείς συμπεριφορές και λεπτομερή προφίλ πελατών

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

31. Το RSS είναι:

- A. Ένα είδος Wikis
- B. Ιστολόγιο
- Γ. Τρόπος ενημέρωσης για ανανέωση ειδήσεων
- Δ. Εφαρμογή ασφάλειας

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

31. Το RSS είναι:

- A. Ένα είδος Wikis
- B. Ιστολόγιο
- Γ. Τρόπος ενημέρωσης για ανανέωση ειδήσεων**
- Δ. Εφαρμογή ασφάλειας

RSS

Το ακρωνύμιο RSS προκύπτει από τον Αγγλικό όρο Really Simple Syndication. Το RSS επιτρέπει στον χρήστη να ενημερώνεται για το πότε ανανεώθηκε το περιεχόμενο των δικτυακών τόπων που τον ενδιαφέρει απευθείας στον υπολογιστή του με τους τίτλους των τελευταίων ειδήσεων και άρθρων χωρίς να είναι απαραίτητο να επισκεφτεί καθημερινά τους αντίστοιχους δικτυακούς τόπους. Ο χρήστης το μόνο που πρέπει να κάνει είναι να προμηθευτεί ένα πρόγραμμα ανάγνωσης ειδήσεων (RSS reader), ένα ειδικό λογισμικό, στο οποίο προσθέτει τις σελίδες RSS που τον ενδιαφέρουν και αυτό με τη σειρά του ελέγχει τις σελίδες αυτές, για να ενημερώνει αμέσως για οτιδήποτε νέο.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

32. Ποια από τις παρακάτω προτάσεις σχετικά με τις επιχειρηματικές διαδικασίες ΔΕΝ είναι σωστή;
- Α. μία επιχειρηματική διαδικασία περιλαμβάνει έναν αριθμό δραστηριοτήτων της Επιχείρησης
 - Β. η επιχειρηματική διαδικασία και ο λειτουργικός τομέας της επιχείρησης είναι ταυτόσημες έννοιες
 - Γ. μία επιχειρηματική διαδικασία μπορεί να εκτείνεται σε έναν ή και περισσότερους λειτουργικούς τομείς της επιχείρησης
 - Δ. η επιχειρηματική διαδικασία αποσκοπεί σε ένα συγκεκριμένο επιχειρηματικό στόχο

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

32. Ποια από τις παρακάτω προτάσεις σχετικά με τις επιχειρηματικές διαδικασίες ΔΕΝ είναι σωστή;

Α. μία επιχειρηματική διαδικασία περιλαμβάνει έναν αριθμό δραστηριοτήτων της Επιχείρησης

Β. η επιχειρηματική διαδικασία και ο λειτουργικός τομέας της επιχείρησης είναι ταυτόσημες έννοιες

Γ. μία επιχειρηματική διαδικασία μπορεί να εκτείνεται σε έναν ή και περισσότερους λειτουργικούς τομείς της επιχείρησης

Δ. η επιχειρηματική διαδικασία αποσκοπεί σε ένα συγκεκριμένο επιχειρηματικό στόχο

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

33. Το Web 2.0 αφορά:

Επιλέξτε μια απάντηση:

1. την τάση που επικρατεί στους νέους χρήστες του διαδικτύου να χρησιμοποιούν νέα εργαλεία.
2. το βαθμό της ευκολίας πρόσβασης των χρηστών σε νέα εργαλεία στο διαδίκτυο.
3. μια νέα τάση στο διαδίκτυο, ώστε να υπάρχουν νέα εργαλεία και νέοι χρήστες.
4. την παραγωγή και ανταλλαγή περιεχομένου ανάμεσα σε απλούς χρήστες του διαδικτύου.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

33. Το Web 2.0 αφορά:

Επιλέξτε μια απάντηση:

1. την τάση που επικρατεί στους νέους χρήστες του διαδικτύου να χρησιμοποιούν νέα εργαλεία.
2. το βαθμό της ευκολίας πρόσβασης των χρηστών σε νέα εργαλεία στο διαδίκτυο.
3. μια νέα τάση στο διαδίκτυο, ώστε να υπάρχουν νέα εργαλεία και νέοι χρήστες.
- 4. την παραγωγή και ανταλλαγή περιεχομένου ανάμεσα σε απλούς χρήστες του διαδικτύου.**

WEB 2.0

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. Βλ. ενότητα 4.3, Δρόσος, Δ. (2013).

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

34. Η ανάλυση της επισκεψιμότητας είναι χρήσιμη σε έναν επιχειρηματία, επειδή έτσι μπορεί:

Επιλέξτε μια απάντηση:

1. να κατανοήσει καλύτερα την επίδραση του ιστότοπου στον κοινό στόχο και να τη βελτιώσει.
2. να κατανοήσει την τεχνολογία που χρησιμοποιείται και να τη βελτιώσει.
3. να αναλύσει τις πωλήσεις που γίνονται μέσω του site και να τις αυξήσει.
4. όλα τα παραπάνω.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

34. Η ανάλυση της επισκεψιμότητας είναι χρήσιμη σε έναν επιχειρηματία, επειδή έτσι μπορεί:

Επιλέξτε μια απάντηση:

- 1. να κατανοήσει καλύτερα την επίδραση του ιστότοπου στον κοινό στόχο και να τη βελτιώσει.**
2. να κατανοήσει την τεχνολογία που χρησιμοποιείται και να τη βελτιώσει.
3. να αναλύσει τις πωλήσεις που γίνονται μέσω του site και να τις αυξήσει.
4. όλα τα παραπάνω.

Ανάλυση της επισκεψιμότητας

Από την ανάλυση της επισκεψιμότητας η επιχείρηση μπορεί να κατανοήσει πολλαπλώς την αγορά-στόχο. Για παράδειγμα, ποιες ενέργειες μάρκετινγκ είναι αποτελεσματικότερες, ποια είναι τα μοτίβα επισκεψιμότητας, ποιες ομάδες πελατών είναι πολυτιμότερες. Από την ανάλυση της επισκεψιμότητας παράγονται αναφορές με στοιχεία και πληροφορίες που ο επιχειρηματίας μπορεί να χρησιμοποιήσει για να βελτιώσει τον τρόπο προσέγγισης της αγοράς-στόχου. Επιπλέον, η επισκεψιμότητα δεν ισοδυναμεί με τις πωλήσεις, εφόσον λειτουργεί e-shop στον ιστότοπο, και συνεπώς δεν μπορεί να γίνει ανάλυση πωλήσεων μέσα από την ανάλυση της επισκεψιμότητας. Βλ. ενότητα 4.2, Δρόσος, Δ. (2013).

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

35. Η μαζική εξατομίκευση είναι:

Επιλέξτε μια απάντηση:

1. νέος τρόπος προσέγγισης και στόχευσης πελατών των επιχειρήσεων λόγω του ΗΕπ.
2. νέος τρόπος παραγωγής λόγω του ΗΕπ.
3. νέο δίκτυο διανομής λόγω ΗΕπ.
4. νέο φυσικό προϊόν λόγω του ΗΕπ.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

35. Η μαζική εξατομίκευση είναι:

Επιλέξτε μια απάντηση:

- 1. νέος τρόπος προσέγγισης και στόχευσης πελατών των επιχειρήσεων λόγω του ΗΕπ.**
2. νέος τρόπος παραγωγής λόγω του ΗΕπ.
3. νέο δίκτυο διανομής λόγω ΗΕπ.
4. νέο φυσικό προϊόν λόγω του ΗΕπ.

Η μαζική εξατομίκευση

Η μαζική εξατομίκευση αφορά τη δυνατότητα μιας επιχείρησης να προσαρμόσει τον τρόπο λειτουργίας της κατά τέτοιο τρόπο ώστε να εξυπηρετεί κάθε πελάτη προσφέροντάς του εξατομικευμένα προϊόντα, διατηρώντας παράλληλα την πλήρη παραγωγική της ικανότητα.

Το 1 προς 1 μάρκετινγκ και η μαζική εξατομίκευση, είναι πλέον εφικτή με αποτελεσματικότερο τρόπο από τις εταιρείες. Πριν ή και μετά από την αγορά ενός προϊόντος ο καταναλωτής μπορεί να λάβει μηνύματα ή email απόλυτα εξατομικευμένα στις δικές του ανάγκες. Αυτό επιτυγχάνεται με την χρήση ειδικών εφαρμογών που έχουν στην διάθεση τους οι εταιρείες και που μπορούν να δημιουργήσουν εξατομικευμένες προσφορές ή cross selling προϊόντα ανάλογα με τις επιλογές των πελατών. Για παράδειγμα, αν έχει αγοράσει ένα παντελόνι, του προτείνεται μια ταιριαστεί ζώνη και παπούτσια ή μια μπλούζα για να ολοκληρώσει το σύνολο.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

36. Αποδιαμεσολάβηση έχουμε όταν:

- A. όταν μια κατασκευάστρια εταιρία, λαμβάνει τις παραγγελίες από τον λιανέμπορο αλλά αποστέλλει τα προϊόντα της απευθείας στον τελικό καταναλωτή
- B. όταν μια κατασκευάστρια εταιρία παρακάμπτει τους χονδρέμπορους και τους λιανέμπορους και πουλά τα προϊόντα της απευθείας στον τελικό καταναλωτή
- Γ. όταν μια κατασκευάστρια εταιρία παρακάμπτει τους χονδρέμπορους και πουλά τα προϊόντα της απευθείας στους συνεργαζόμενους με αυτήν λιανέμπορους
- Δ. στον ανταγωνισμό ανάμεσα στα κανάλια ηλεκτρονικών πωλήσεων δύο εικονικών (αμιγών) ηλεκτρονικών λιανεμπόρων

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

36. Αποδιαμεσολάβηση έχουμε όταν:

- A. όταν μια κατασκευάστρια εταιρία, λαμβάνει τις παραγγελίες από τον λιανέμπορο αλλά αποστέλλει τα προϊόντα της απευθείας στον τελικό καταναλωτή
- B. όταν μια κατασκευάστρια εταιρία παρακάμπτει τους χονδρέμπορους και τους λιανέμπορους και πουλά τα προϊόντα της απευθείας στον τελικό καταναλωτή**
- Γ. όταν μια κατασκευάστρια εταιρία παρακάμπτει τους χονδρέμπορους και πουλά τα προϊόντα της απευθείας στους συνεργαζόμενους με αυτήν λιανέμπορους
- Δ. στον ανταγωνισμό ανάμεσα στα κανάλια ηλεκτρονικών πωλήσεων δύο εικονικών (αμιγών) ηλεκτρονικών λιανεμπόρων

Έγγραμμο (online) απευθείας μάρκετινγκ : Απευθείας πωλήσεις από έναν παραγωγό ή κατασκευαστή σε έναν πελάτη



Οι μεσάζοντες καταργούνται (**αποδιαμεσολάβηση – disintermediation**), ο καταναλωτής επωφελείται λόγω χαμηλότερης τιμής, ενώ ο πωλητής μπορεί και πουλάει υψηλότερα σε σχέση με την προηγούμενη κατάσταση αλλά και έχει άμεση αντίληψη και πληροφόρηση για τις προτιμήσεις του πελάτη. Κατά τον τρόπο αυτό, οι αεροπορικές εταιρείες γνωρίζουν σε πραγματικό χρόνο τις απαιτήσεις των ταξιδιωτών και ανταποκρίνονται άμεσα με δυναμική τιμολόγηση, ώστε να αυξήσουν τα περιθώρια κέρδους.

ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ



37. Το κινητό εμπόριο βασιζόμενο στην τοποθεσία βασίζεται:

- A. Στην παροχή από το χρήστη στοιχείων της τοποθεσίας του σε κινητές εφαρμογές (π.χ. check-in στο Facebook)
- B. Στη διεκπεραίωση εμπορικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών αποκλειστικά σε συγκεκριμένες τοποθεσίες
- Γ. Στην υποστήριξη τοπικών πωλητών προϊόντων που οι επιχειρήσεις εφοδιάζουν με κινητές συσκευές
- Δ. Στη χρήση συστημάτων εντοπισμού θέσης (π.χ. GPS) ή παρόμοιων τεχνολογιών



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

37. Το κινητό εμπόριο βασιζόμενο στην τοποθεσία βασίζεται:

A. Στην παροχή από το χρήστη στοιχείων της τοποθεσίας του σε κινητές εφαρμογές (π.χ. check-in στο Facebook)

B. Στη διεκπεραίωση εμπορικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών αποκλειστικά σε συγκεκριμένες τοποθεσίες

Γ. Στην υποστήριξη τοπικών πωλητών προϊόντων που οι επιχειρήσεις εφοδιάζουν με κινητές συσκευές

Δ. Στη χρήση συστημάτων εντοπισμού θέσης (π.χ. GPS) ή παρόμοιων τεχνολογιών

ΚΙΝΗΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΒΑΣΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ



Ο όρος κινητό εμπόριο βάσει τοποθεσίας αναφέρεται στην χρήση συσκευών εντοπισμού, όπως το GPS, για να μάθετε που βρίσκεται ένας πελάτης και να του παραδώσει προϊόντα και υπηρεσίες με βάση τη θέση του. Οι υπηρεσίες που παρέχονται από υπηρεσίες εμπόριου βάσει τοποθεσίας τείνουν να εστιάζονται σε ένα ή περισσότερους από τους παρακάτω παράγοντες:

Τοποθεσία. Εύρεση του που βρίσκεται ένα άτομο

Πλοήγηση. Εύρεση και εμφάνιση διαδρομής

Ιχνηλασία – παρακολούθηση των κινήσεων και της θέσης ατόμου

Χαρτογράφηση. Δημιουργία χαρτών συγκεκριμένων γεωγρ. Θέσεων.

Χρονισμός. Καθορισμός ώρας άφιξης ή αναχώρησης κάποιου με συγκεκριμένη θέση πχ. Λεωφορεία

Αυτές οι υπηρεσίες βασίζονται σε πέντε βασικά συστατικά:

Κινητές συσκευές

Δίκτυα επικοινωνίας

Συστατικά εντοπισμού GPS

Παρόχους υπηρεσιών και εφαρμογών

Παρόχους δεδομένων ή περιεχομένου



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

38. Ποιο από τα ακόλουθα αποτελεί πλεονέκτημα της χρήσης διαμεσολαβητών στο ηλεκτρονικό εμπόριο;

Επιλέξτε μια απάντηση:

1. Όλα τα παραπάνω
2. Η διασφάλιση του απορρήτου της εταιρείας ή και του αγοραστή.
3. Η απευθείας σύνδεση εταιρειών και αγοραστών.
4. Η προσφορά περισσότερων προϊόντων από τις εταιρείες στον αγοραστή.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

38. Ποιο από τα ακόλουθα αποτελεί πλεονέκτημα της χρήσης διαμεσολαβητών στο ηλεκτρονικό εμπόριο;

Επιλέξτε μια απάντηση:

1. Όλα τα παραπάνω
- 2. Η διασφάλιση του απορρήτου της εταιρείας ή και του αγοραστή.**
3. Η απευθείας σύνδεση εταιρειών και αγοραστών.
4. Η προσφορά περισσότερων προϊόντων από τις εταιρείες στον αγοραστή.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

39. Η μηχανή αναζήτησης είναι ένα πρόγραμμα υπολογιστή που μπορεί να:
- A. Αυθεντικοποιήσει χρήστες κατά την είσοδο τους σε ένα ενδοδίκτυο
 - B. Αυθεντικοποιήσει χρήστες κατά την είσοδο τους σε ένα εξωδίκτυο
 - Γ. Προσπελάσει μια βάση δεδομένων πόρων του Διαδικτύου
 - Δ. Συγκρίνει τιμές στο Διαδίκτυο



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

39. Η μηχανή αναζήτησης είναι ένα πρόγραμμα υπολογιστή που μπορεί να:
- A. Αυθεντικοποιήσει χρήστες κατά την είσοδο τους σε ένα ενδοδίκτυο
 - B. Αυθεντικοποιήσει χρήστες κατά την είσοδο τους σε ένα εξωδίκτυο
 - Γ. Προσπελάσει μια βάση δεδομένων πόρων του Διαδικτύου**
 - Δ. Συγκρίνει τιμές στο Διαδίκτυο



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

40. Η δυναμική διαμόρφωση τιμής (dynamic pricing) αναφέρεται σε τιμές που:

- A. Είναι σταθερές
- B. Δεν είναι σταθερές αλλά επιτρέπεται να αλλάζουν με βάση την προσφορά και τη ζήτηση
- Γ. Δεν είναι σταθερές αλλά επιτρέπεται να αλλάζουν με βάση τη ζήτηση
- Δ. Δεν είναι σταθερές αλλά επιτρέπεται να αλλάζουν με βάση την προσφορά



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

40. Η δυναμική διαμόρφωση τιμής (dynamic pricing) αναφέρεται σε τιμές που:

- A. Είναι σταθερές
- B. Δεν είναι σταθερές αλλά επιτρέπεται να αλλάζουν με βάση την προσφορά και τη ζήτηση**
- Γ. Δεν είναι σταθερές αλλά επιτρέπεται να αλλάζουν με βάση τη ζήτηση
- Δ. Δεν είναι σταθερές αλλά επιτρέπεται να αλλάζουν με βάση την προσφορά



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

41. Ποια από τις παρακάτω προτάσεις είναι αληθής;

- A. Τα πληροφοριακά συστήματα μπορούν να μετατρέψουν δεδομένα που προέρχονται από διαφορετικές πηγές σε χρήσιμες πληροφορίες
- B. Οι πρακτικές ενός οργανισμού δεν επηρεάζονται από τα πληροφοριακά του συστήματα
- Γ. Η κουλτούρα ενός οργανισμού είναι ανεξάρτητη από τα πληροφοριακά του συστήματα
- Δ. Η κουλτούρα ενός οργανισμού δεν επηρεάζεται από τα πληροφοριακά του συστήματα



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

41. Ποια από τις παρακάτω προτάσεις είναι αληθής;

- A. Τα πληροφοριακά συστήματα μπορούν να μετατρέψουν δεδομένα που προέρχονται από διαφορετικές πηγές σε χρήσιμες πληροφορίες**
- B. Οι πρακτικές ενός οργανισμού δεν επηρεάζονται από τα πληροφοριακά του συστήματα
- Γ. Η κουλτούρα ενός οργανισμού είναι ανεξάρτητη από τα πληροφοριακά του συστήματα
- Δ. Η κουλτούρα ενός οργανισμού δεν επηρεάζεται από τα πληροφοριακά του συστήματα



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

42. Ποιο από τα παρακάτω είναι αληθές;

- A. Η ανάπτυξη των ενδοδικτύων (intranets) των επιχειρήσεων οδήγησε στην αύξηση της εξωτερικής ανάθεσης των εργασιών τους (outsourcing)
- B. Η ανάπτυξη των εξωδικτύων (extranets) των επιχειρήσεων οδήγησε στην αύξηση της εξωτερικής ανάθεσης των εργασιών τους (outsourcing)
- Γ. Η ανάπτυξη του Διαδικτύου (Internet) οδήγησε στην αύξηση της εξωτερικής ανάθεσης εργασιών των επιχειρήσεων (outsourcing)
- Δ. Η ανάπτυξη των υποδομών πληροφοριών των επιχειρήσεων οδήγησε στην αύξηση της εξωτερικής ανάθεσης των εργασιών τους (outsourcing)



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

42. Ποιο από τα παρακάτω είναι αληθές;

- A. Η ανάπτυξη των ενδοδικτύων (intranets) των επιχειρήσεων οδήγησε στην αύξηση της εξωτερικής ανάθεσης των εργασιών τους (outsourcing)
- B. Η ανάπτυξη των εξωδικτύων (extranets) των επιχειρήσεων οδήγησε στην αύξηση της εξωτερικής ανάθεσης των εργασιών τους (outsourcing)
- Γ. Η ανάπτυξη του Διαδικτύου (Internet) οδήγησε στην αύξηση της εξωτερικής ανάθεσης εργασιών των επιχειρήσεων (outsourcing)**
- Δ. Η ανάπτυξη των υποδομών πληροφοριών των επιχειρήσεων οδήγησε στην αύξηση της εξωτερικής ανάθεσης των εργασιών τους (outsourcing)



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

43. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται σε αμιγές ή μερικό σύμφωνα με τη φύση των εξής δραστηριοτήτων του:

- A. Παραγγελία και πληρωμές, εκπλήρωση παραγγελίας και παράδοση στον πελάτη.
- B. Εκπλήρωση παραγγελίας, παράδοση στον πελάτη και υποστήριξη του πελάτη μετά την παράδοση.
- Γ. Διαφήμιση, παραγγελία και παράδοση στον πελάτη.
- Δ. Εκπλήρωση παραγγελίας και παράδοση στον πελάτη.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

43. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται σε αμιγές ή μερικό σύμφωνα με τη φύση των εξής δραστηριοτήτων του:

- A. Παραγγελία και πληρωμές, εκπλήρωση παραγγελίας και παράδοση στον πελάτη.**
- B. Εκπλήρωση παραγγελίας, παράδοση στον πελάτη και υποστήριξη του πελάτη μετά την παράδοση.
- Γ. Διαφήμιση, παραγγελία και παράδοση στον πελάτη.
- Δ. Εκπλήρωση παραγγελίας και παράδοση στον πελάτη.



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

44. Ποια από τα παρακάτω αποτελούν οφέλη του κινητού εμπορίου

- A. Υποστήριξη συνεργασίας και σχέσεων με πελάτες, αύξηση πωλήσεων, δυνατότητα τηλεργασίας, παροχή πρόσθετου δίαυλου διαφήμισης
- B. Υποστήριξη συνεργασίας και σχέσεων με πελάτες, αύξηση τιμών για τη βελτίωση της κερδοφορίας, αύξηση των πωλήσεων, δυνατότητα τηλεργασίας
- C. Υποστήριξη συνεργασίας και σχέσεων με πελάτες, μείωση κόστους λειτουργίας επιχείρησης και της ικανοποίησης των πελατών, μείωση παραγωγικού χρόνου των υπαλλήλων, δυνατότητα τηλεργασίας, παροχή πρόσθετου δίαυλου διαφήμισης
- D. Υποστήριξη συνεργασίας και σχέσεων με πελάτες, αύξηση πωλήσεων, μείωση παραγωγικού χρόνου υπαλλήλων , δυνατότητα τηλεργασίας , παροχή πρόσθετου δίαυλου διαφήμισης



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

44. Ποια από τα παρακάτω αποτελούν οφέλη του κινητού εμπορίου

- A. Υποστήριξη συνεργασίας και σχέσεων με πελάτες, αύξηση πωλήσεων, δυνατότητα τηλεργασίας, παροχή πρόσθετου δίαυλου διαφήμισης**
- B. Υποστήριξη συνεργασίας και σχέσεων με πελάτες, αύξηση τιμών για τη βελτίωση της κερδοφορίας, αύξηση των πωλήσεων, δυνατότητα τηλεργασίας
- C. Υποστήριξη συνεργασίας και σχέσεων με πελάτες, μείωση κόστους λειτουργίας επιχείρησης και της ικανοποίησης των πελατών, μείωση παραγωγικού χρόνου των υπαλλήλων, δυνατότητα τηλεργασίας, παροχή πρόσθετου δίαυλου διαφήμισης
- D. Υποστήριξη συνεργασίας και σχέσεων με πελάτες, αύξηση πωλήσεων, μείωση παραγωγικού χρόνου υπαλλήλων , δυνατότητα τηλεργασίας , παροχή πρόσθετου δίαυλου διαφήμισης



ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

45. Ο όρος κινητή τραπεζική περιγράφει;

- A. Τη διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών αποκλειστικά μέσω κινητού τηλεφώνου
- B. Τις εφαρμογές κινητής διαπραγμάτευσης μετοχών
- C. Τις εφαρμογές που παρέχει μια τράπεζα σε φυσικά πρόσωπα για τη διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών
- D. Τη διεξαγωγή πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου προς ηλεκτρονικά καταστήματα



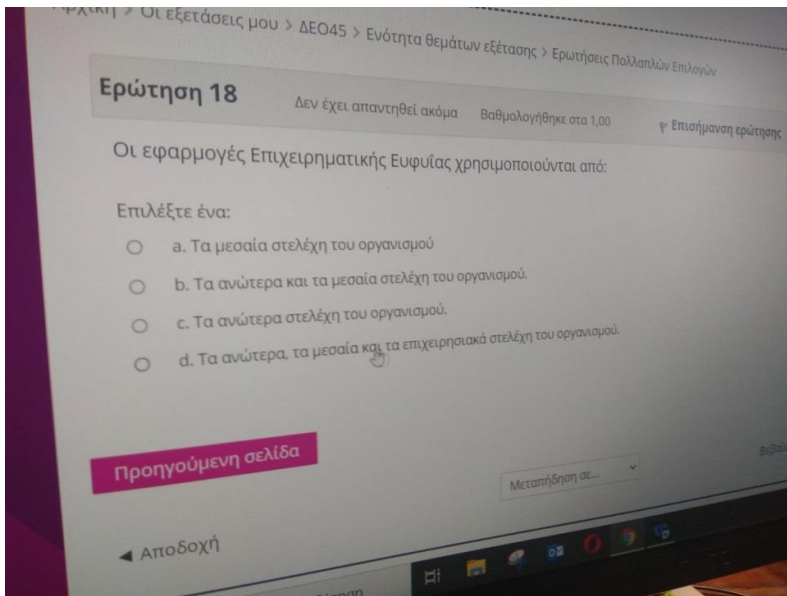
ΠΟΛΛΑΠΛΕΣ ΑΠΟ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ

45. Ο όρος κινητή τραπεζική περιγράφει;

- A. Τη διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών αποκλειστικά μέσω κινητού τηλεφώνου**
- B. Τις εφαρμογές κινητής διαπραγμάτευσης μετοχών
- C. Τις εφαρμογές που παρέχει μια τράπεζα σε φυσικά πρόσωπα για τη διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών
- D. Τη διεξαγωγή πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου προς ηλεκτρονικά καταστήματα



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-ECLASS4U 2022



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ-ECLASS4U 2021

128

Αρχική > Οι εξετάσεις μου > ΔΕΟ45 > Ενότητα θεμάτων εξέτασης > Ερωτήσεις Πολλαπλών Επιλογών

Ερώτηση 28 Δεν έχει απαντηθεί ακόμα Βαθμολογήθηκε στα 1,00 Επισήμανση ερώτησης

Ένας οργανισμός που ανασχεδιάζει με επιτυχία μια διαδικασία του:

Επιλέξτε ένα:

- a. Δεν εμφανίζει καμία διαφοροποίηση στην κατανάλωση πόρων (χρόνο, χρήμα κ.τ.λ.) σε σχέση με την προηγούμενη κατάσταση
- b. Ο ανασχεδιασμός διεργασιών δεν σχετίζεται με θέματα πόρων.
- c. Καταναλώνει περισσότερους πόρους (χρόνο, χρήμα κ.τ.λ.) κατά την εκτέλεση της νέας διαδικασίας
- d. Εξοικονομεί πόρους (χρόνο, χρήμα κ.τ.λ.) από την εκτέλεση της νέας διαδικασίας

Προηγούμενη σελίδα Μεταπήδηση σε... Επόμενη σελίδα Βελτιστοποίηση Συμμετοχής

Αποδοχή Πληκτρολογήστε εδώ για αναζήτηση



Αρχική > Οι εξετάσεις μου > ΔΕΟ45 > Ενότητα θεμάτων εξέτασης > Ερωτήσεις Πολλαπλών Επιλογών

Ερώτηση 29 Δεν έχει απαντηθεί ακόμα Βαθμολογήθηκε στα 1,00 Επισήμανση ερώτησης

Σε μία N-στρωματική αρχιτεκτονική πελάτη/διακομιστή:

Επιλέξτε ένα:

- a. Η επεξεργασία μοιράζεται ανάμεσα σε έναν υπολογιστή-πελάτη και έναν υπερυπολογιστή, ο οποίος περιλαμβάνει πολλούς επεξεργαστές. Οι χρήστες διασυνδέονται στον υπολογιστή-πελάτη ενώ οι επεξεργασίες επιτελούνται καθώς γίνονται παράλληλα στο χρόνο.
- b. Η επεξεργασία μοιράζεται ανάμεσα σε έναν υπολογιστή-πελάτη και έναν υπολογιστή-διακομιστή.
- c. Η επεξεργασία μοιράζεται ανάμεσα σε έναν υπολογιστή-πελάτη και έναν υπολογιστή-διακομιστή που διασυνδέονται μεταξύ τους μέσω δικτύου. Οι χρήστες διασυνδέονται στον υπολογιστή-πελάτη.
- d. Η επεξεργασία μοιράζεται ανάμεσα σε έναν υπολογιστή-πελάτη και ένα πλήθος από ενδιάμεσους υπολογιστές διακομιστή. Κάθε διακομιστής εκτελεί συγκεκριμένες εργασίες ενώ μπορεί να λειτουργεί ως πελάτης σε έναν άλλον διακομιστή διαφορετικού επιπέδου.

Πληκτρολογήστε εδώ για αναζήτηση



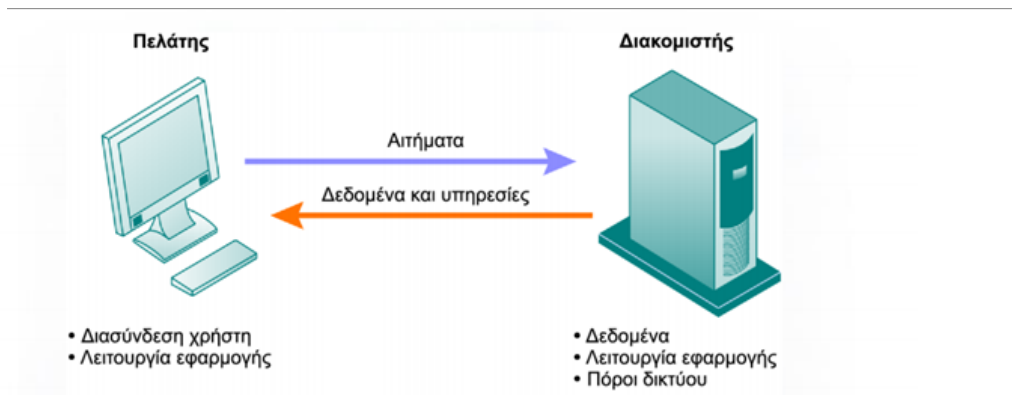
Τύποι Υπολογιστών

Υπολογιστική πελάτη/διακομιστή (Client/server)

- Μορφή κατανεμημένης υπολογιστικής
- Η επεξεργασία μοιράζεται ανάμεσα σε «πελάτες» και «διακομιστές»
- **Πελάτες:** Σημείο εισόδου του χρήστη
- **Διακομιστές:** Αποθηκεύει και επεξεργάζεται κοινόχρηστα δεδομένα και εκτελεί εργασίες διαχείρισης δικτύου
- Διστρωματική αρχιτεκτονική πελάτη/διακομιστή
 - Χρησιμοποιεί δύο τύπους μηχανημάτων
- Πολυστρωματική αρχιτεκτονική πελάτη/διακομιστή (N-tier)
 - Εξισορροπεί το φόρτο του δικτύου σε αρκετά επίπεδα διακομιστών
 - π.χ. διακομιστές Ιστού και διακομιστές εφαρμογών

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ - ECLASS4U.GR 2021

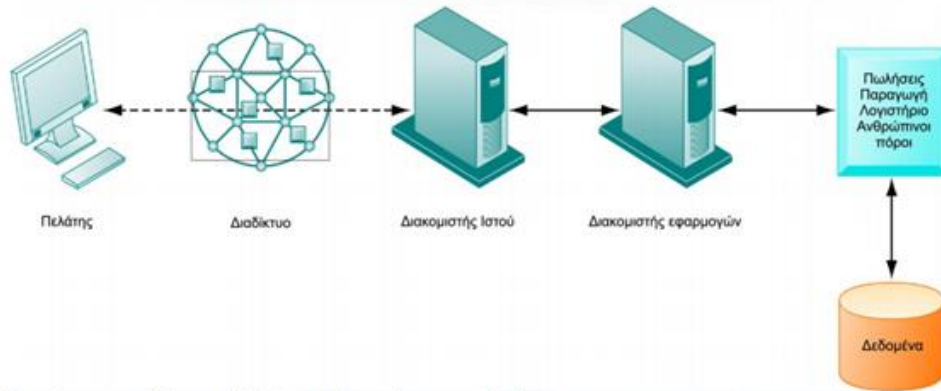
Υπολογιστική πελάτη/διακομιστή (Client/server)



Στην υπολογιστική πελάτη/διακομιστή, η επεξεργασία μοιράζεται ανάμεσα σε μηχανήματα-πελάτες και μηχανήματα-διακομιστές που συνδέονται μεταξύ τους μέσω δικτύου. Οι χρήστες διασυνδέονται στα μηχανήματα-πελάτες.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ - ECLASS4U.GR 2021

Πολυστρωματική αρχιτεκτονική πελάτη - διακομιστή



Σε πολυστρωματικό δίκτυο πελάτη/διακομιστή, οι αιτήσεις των πελατών για εξυπηρέτηση διεκπεραιώνονται από διαφορετικά επίπεδα διακομιστών.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΡΓΑΡΙΤΟΠΟΥΛΟΥ - ECLASS4U.GR 2021