

DIGITAL-MARKETING

1. Початком ери електронного бізнесу вважається
2. Сукупність операцій, процедур, за допомогою яких реалізується конкретна комерційна (підприємницька) мета діяльності компанії в рамках організаційної структури, при цьому функції структурних підрозділів та їх відношення між собою заздалегідь чітко визначені і зафіксовані
3. Причини, за яких компанії переходять до електронного простору
4. Анархія – це основний спосіб існування електронної економіки, у ній немає центрального планового органу, який би координував і вказував потрібний напрям руху всіх учасників мережі, це принцип К. Келлі:
5. Сектор взаємодії між юридичними особами і організаціями в електронній комерції
6. Сектор взаємодії між фізичними особами в електронній комерції
7. Моделі відносин між учасниками процесу електронної комерції B2B охоплює
8. Моделі відносин між учасниками процесу електронної комерції B2G охоплює
9. Моделі відносин між учасниками процесу електронної комерції G2B охоплює
10. Третя стадія процесу створення електронного уряду передбачає
11. Інформаційна система підтримки торгів, виходячи зі ступеня відкритості та доступності, повинна мати у своєму складі допоміжну підсистему підтримки
12. Підсистема інформаційної системи підтримки торгів, яка забезпечує проведення попередніх досліджень, ухвалення рішення про необхідність проведення торгів та підготовку конкурсної документації
13. Розміщення конкурсної документації з проведення торгів під час процедури проведення конкурсних торгів, відбувається на етапі
14. За доступністю сервісів Web-сайти поділяються
15. Містить загальні відомості про власника сайту, вид діяльності, історія, прайс-лист, контактна інформація, реквізити, схема проїзду, (для спеціалістів - можливість розмістити резюме)
16. Великий Інтернет ресурс, який надає повну інформацію за якоюсь певною тематикою, -
17. Інтегрована система планування й управління процесами постачання, яка забезпечує координацію і контроль діяльності всіх учасників ланцюжка постачання
18. Концепція забезпечення повного циклу супроводу клієнтів, що дозволяє консолідувати інформацію про клієнта і зробити її доступною усім підрозділам компанії, а також упорядкувати всі стадії взаємин з клієнтами – від маркетингу і продажу до післяпродажного обслуговування
19. Модель, у якій центральне місце приділяється посередницькій організації електронної комерції, яка устатковує торговельний майданчик для здійснення угод між сторонами
20. Торговельні майданчики поділяються

21. Електронні торговельні майданчики, які дають можливість промисловим концернам скористатися перевагами електронного бізнесу та управляти процесами розвитку B2B-комерції у своєму секторі економіки,
22. Анонімний торговельний майданчик, що дозволяє виробникам здійснювати купівлю - продаж товарів на ринку реального товару, з умовою негайного постачання і оплати, -
23. За ознакою створення та належності електронні торговельні майданчики належать до наступних категорій
24. Електронні торговельні майданчики, які створюються найчастіше великими підприємствами з метою максимального використання інформаційних комунікаційних технологій для поглиблення інтеграції зі своїми комерційними партнерами, -
25. Ресурс для розміщення інформації про фірму, каталоги продукції (послуг), прайс-листи та форма для подачі заявки, також можна публікувати новини компанії, додаткову інформацію про виробників, поради, аналітичні огляди -
26. Сукупність бізнес-процесів та підрозділів, які їх реалізують, пов'язаних безпосередньо з роботою із клієнтами, -
27. Система, яка охоплює основні бізнес-процеси торговельного підприємства, (вибір товарів, оформлення замовлень, проведення взаєморозрахунків, відстеження виконання замовлень, а у випадку продажу інформаційних товарів або надання інформаційних послуг – доставка їх за допомогою мереж електронних комунікацій) -
28. Під поняттям профайлінг розуміють
29. Процес, коли Інтернет-магазин компанії починає конкурувати з офлайн-магазинами (реальними) та нарощує обороти шляхом переманювання їхніх клієнтів, називають
30. Різновид аукціону з одним продавцем та багатьма покупцями, при проведенні якого кожний покупець виставляє єдину (секретну) заявку, коли всі заявки отримані, визначається переможець: ним стає той покупець, який призначив максимальну ціну
31. Різновид аукціону з одним продавцем і багатьма покупцями, при проведенні якого продавець підвищує ціну (починаючи з якоїсь стартової ціни), а покупці, для того щоб залишатися учасниками аукціону, повинні підтверджувати свою подальшу участь у аукціоні, підтверджуючи заявки на кожному новому рівні цін, -
32. Різновид аукціону з одним покупцем та багатьма продавцями, при проведенні якого покупець підвищує ціну (починаючи з якоїсь стартової ціни) доти, поки якийсь продавець не погодиться на продаж за цю ціну
33. Характерними рисами Internet-аукціонів є
34. Для електронних аукціонів діють ряд специфічних правил
35. Аукціон, на якому всі учасники мають можливість переглядати поточну максимальну ставку та її значення в минулому, -
36. Аукціон, в якому учасник не знає, хто зробив ставку, проте йому відома поточна максимальна ставка, а в окремих випадках

- накладається обмеження на кількість ставок, які може зробити учасник, -
37. Організація, яка оплачує магазину товари або послуги, надані цим магазином клієнтам, які розрахувалися платіжними кредитними картами, -
38. Поняття процесінговий центр - це
39. Технологія, яка дозволяє ідентифікувати отриману інформацію, (переконавшись, що вона прийшла від конкретного клієнта в незміненому вигляді, та засвідчити або підписати її, не знаючи про конкретний зміст цієї інформації), створена голландським математиком Девідом Чаумом -
40. Гаманець, призначений для роботи з євро
41. Показ реклами на певних тематичних серверах, показ тільки користувачам з певних регіонів або груп, показ тільки у певний час та з заданою інтенсивністю
42. До основних принципів, які необхідно враховувати при розробці стратегії вірусного маркетингу, належать
43. Надання фінансовими установами послуг стосовно ефективного використання фінансових інструментів на фінансових ринках за допомогою інформаційних комунікаційних технологій
44. Брокер, який тільки виводить операцію на ринок, не надаючи при цьому консультацій, у цьому випадку відсутній штат консультантів та аналітиків, завдяки чому зменшуються накладні витрати і є можливість встановити низький рівень комісійних
45. Перші системи, в яких здійснено переказ грошей з рахунку на рахунок через Інтернет, з'явилися
46. Економічна ефективність електронної комерції в компанії визначається
47. Електронний документообіг - це
- відношення результату застосування інформаційної системи до витрат, пов'язаних з їх розробкою та експлуатацією
48. До експлуатаційних витрат належать
49. Back-офіс - це
50. Під поняття FTP (File Transfer Protocol) розумію
51. Internet-аукціон
52. Internet-крамниця трактується як
53. Web-форма розглядається як
54. Workflow (робочий потік)
55. Віртуальним продуктом називають
56. Гіперпосилання
57. Електронна візитна картка фірми
58. Поняття електронні гроші (електронна готівка)
59. Що таке електронний бізнес
60. Віртуальний продукт
61. Вкажіть найповніший перелік послуг Internet:
62. Довжина ключа шифрування — це:
63. Електронна візитна картка фірми

- 64.Електронний бізнес**
- 65.Електронні гроші (електронна готівка)**
- 66.З електронними чеками і цифровою готівкою працюють**
- 67.З кредитними картками працюють**
- 68.Партнерська програма**
- 69.Платіжна система в Internet**
- 70.Про що свідчить система рейтингових оцінок учасників торгів на Internet-аукціонах:**
- 71.Програмне забезпечення, яке дає змогу власнику проводити трансакції в режимі on-line, керувати отриманням платежів і зберігати цифрові сертифікати називається:**
- 72.Процес, під час якого вимога на здійснення трансакції схвалюється або відхиляється платіжною системою, і який дає змогу визначити наявність коштів у покупця**
- 73.Смарт-картка**
- 74.Трансакція**
- 75.У чому відмінність між гіпертекстом і гіпермедіа?**
- 76.У юридичному аспекті електронна комерція**
- 77.Цифровий сертифікат**
- 78.Що сприяє окупності й прибутковості дистанційних освітніх послуг?**