

10. Mô hình 4N gồm các yếu tố cơ bản để phát triển thương mại điện tử. Hãy chỉ ra bốn yếu tố đó (chọn 4 yếu tố)
- Nhân lực: đội ngũ chuyên gia cần được xây dựng và phát triển.**
 - Nguồn vốn: cần vốn đầu tư xây dựng hạ tầng viễn thông
 - Nội lực: các hoạt động thương mại truyền thống cần phát triển làm cơ sở cho TMDT
 - Nhận thức: đánh giá đúng tầm quan trọng và lợi ích của TMDT**
 - Nối mạng: hệ thống cơ sở hạ tầng ICT cần phát triển ở 1 mức độ nhất định**
 - Nội dung: phát triển các phương thức giao dịch trên mạng.**
11. Website dell.com thuộc mô hình nào?
- B2C
 - B2G
 - B2B**
 - C2C
12. Trong mô hình thương mại điện tử dưới góc độ quản lý nhà nước, yếu tố nào giải thích chưa đúng (2 yếu tố)
- A: các ứng dụng (application)
 - M: marketing**
 - I: tri thức (intelligent)**
 - B: các luật (basic law)
 - S: các quy định cụ thể cho từng lĩnh vực của TMDT (specific law)
13. Website eBay cho phép các cá nhân đấu giá trực tuyến qua mạng, đây là mô hình TMDT nào?
- B2B
 - B2C
 - C2C**
 - P2P
14. Để website thương mại điện tử hoạt động đáp ứng các mục tiêu kinh doanh được đặt ra, giai đoạn nào sau đây cần được chú trọng hơn cả?
- Phân tích SWOT và xác định mục tiêu
 - Lựa chọn nhà cung cấp phần mềm giải pháp
 - Xây dựng mô hình cấu trúc chức năng của website**
 - Quảng bá website, đăng ký trên các công cụ tìm kiếm...
15. Những công cụ nào dưới đây được sử dụng để đánh giá hiệu quả hoạt động của website thương mại điện tử? (4 yếu tố)
- 7C**
 - ICET**
 - 4N**
 - SWOT**
 - IMBSA
 - MSDP
16. Khi tham gia các công TMDT, doanh nghiệp có những lợi ích nào? (3 lựa chọn)
- Cơ hội tìm được người mua, người bán**
 - Cập nhật được các thông tin thị trường, xúc tiến TM**
 - Thực hiện các giao dịch, mua bán trực tuyến an toàn, hiệu quả
 - Giới thiệu được doanh nghiệp của mình trên 1 website có uy tín**
 - Tăng cường quan hệ với các khách hàng truyền thống
17. Website XYZ được xây dựng để cá nhân mua bán trên đó, đây là mô hình gì?
- B2B
 - B2C
 - C2C
 - P2P**
18. Trong các bước giao dịch mua sắm trên website bước nào doanh nghiệp khó thực hiện nhất?
- Khả năng xử lý thông tin như tìm kiếm, xây dựng đơn hàng, chấp nhận thanh toán
 - Khả năng giới thiệu chi tiết sản phẩm và các sản phẩm liên quan
 - Khả năng tùy biến các giao dịch theo hành vi của khách hàng**
 - Khả năng so sánh sản phẩm với những sản phẩm tương tự

19. Website mà tại đó các doanh nghiệp có thể tiến hành các hoạt động thương mại từ quảng cáo, giới thiệu hàng hóa, dịch vụ tới trao đổi thông tin, ký kết hợp đồng, thanh toán... được gọi là:
- Sàn giao dịch điện tử
 - Chợ điện tử
 - Trung tâm thương mại điện tử
 - Sàn giao dịch điện tử B2B**
20. Để sàn giao dịch hoạt động hiệu quả, cần có những bên nào tham gia? (3 lựa chọn)
- Người mua đăng các thông tin cần mua**
 - Người bán đăng các thông tin cần bán**
 - Nhà cung cấp dịch vụ thanh toán
 - Cơ quan quản lý sàn cung cấp dịch vụ hỗ trợ**
 - Cơ quan quản lý nhà nước
21. Chức năng cơ bản nhất của các sàn giao dịch điện tử như Alibaba.com, ec21, vnemart.com... là gì?
- Kết nối người mua và người bán**
 - Hỗ trợ doanh nghiệp xúc tiến thương mại
 - Cung cấp cơ chế để doanh nghiệp giao dịch, mua bán
 - Tất cả các chức năng trên
22. Các website xúc tiến và hỗ trợ kinh doanh cần có chức năng nào nhất?
- Thương tin thương mại
 - Tìm kiếm đối tác, bạn hàng, người mua, người bán**
 - Đăng nhập các chào mua, chào bán
 - Giới thiệu các doanh nghiệp uy tín
23. Chỉ ra hạn chế khó vượt qua nhất đối với việc ứng dụng và phát triển TMDT của doanh nghiệp VN hiện nay.
- Nhận thức: đội ngũ chuyên gia kém cả về số lượng và chất lượng
 - Vốn: thiếu vốn đầu tư xây dựng hạ tầng viễn thông
 - Thương mại: các hoạt động thương mại truyền thống chưa phát triển
 - Nhận thức: nhiều doanh nghiệp còn e ngại, chưa đánh giá đúng tầm quan trọng của TMDT**
24. Theo UN, định nghĩa TMDT theo chiều dọc là:
- IMBAS
 - IMBSA**
 - IBMSA
 - IBMAS
25. Chỉ ra ví dụ thành công điển hình của mô hình TMDT e-marketplace
- www.ecvn.gov.vn
 - www.vnemart.com
 - www.jetro.go.jp
 - www.alibaba.com**
26. Việc các doanh nghiệp chia sẻ thông tin qua mạng với nhau để phối hợp sản xuất hiệu quả được thực hiện trong mô hình nào?
- Giai đoạn thương mại điện tử thông tin
 - Giai đoạn thương mại điện tử giao dịch
 - Giai đoạn thương mại điện tử “cộng tác”**
 - Giai đoạn thương mại điện tử tích hợp
27. Việc các doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm qua website, giao dịch bằng thư điện tử với đối tác là đặc điểm nổi bật của
- Giai đoạn thương mại điện tử thông tin**
 - Giai đoạn thương mại điện tử giao dịch
 - Giai đoạn thương mại điện tử “cộng tác”
 - Giai đoạn thương mại điện tử tích hợp
28. Chỉ ra yếu tố KHÔNG phải là lợi ích của TMDT
- Khách hàng có nhiều sự lựa chọn
 - Các DN có thể giao dịch dễ dàng hơn
 - Khách hàng và sự riêng tư của họ được bảo vệ tốt hơn**
 - Doanh nghiệp tiếp cận nhiều thị trường mới hơn

29. Hãy chỉ ra 3 lợi ích của DN khi tham gia các cổng TMDT
- Tận dụng được uy tín, thương hiệu của sàn**
 - Sử dụng các dịch vụ của sàn giao dịch cung cấp**
 - Có được website tự quản lý và cập nhật website của mình**
 - Giao dịch an toàn, bảo mật, phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế
 - Giao dịch với đối tác nước ngoài thuận tiện và hiệu quả hơn
30. Các Sàn giao dịch & Cổng thông tin giúp doanh nghiệp vượt qua giai đoạn nào trong TMDT
- Thương mại điện tử thông tin**
 - Thương mại điện tử giao dịch
 - Thương mại điện tử liên kết
 - Thương mại điện tử tương tác
31. Đối với các công ty đã có website giới thiệu sản phẩm, để phát triển hoạt động TMDT hơn nữa nhiệm vụ nào sau đây quan trọng nhất?
- Tăng cường quảng bá, giới thiệu website
 - Bổ sung các chức năng bảo mật và thanh toán
 - Bổ sung các chức năng hỗ trợ giao dịch điện tử**
 - Liên kết website với đối tác, cơ quan quản lý
32. Trong giai đoạn hiện nay, các website TMDT B2C của VN hướng tới mô hình nào?
- Website TMDT thông tin
 - Website TMDT giao dịch**
 - Website TMDT liên kết
 - Website TMDT tương tác
33. Trong mô hình giao dịch sau đây, bước nào các doanh nghiệp TMDT VN đang tập trung thực hiện?
- Bước 1
 - Bước 2
 - Bước 3**
 - Bước 4
 - Bước 5
 - Bước 6
34. Mô hình ứng dụng TMDT của Amazon.com, Dell.com, Cisco.com... được coi là mô hình phát triển cao của TMDT
- Chấp nhận và xử lý các đơn đặt hàng tự động
 - Xử lý các đơn đặt hàng và thanh toán qua mạng
 - Thực hiện các giao dịch và chia sẻ thông tin với các đối tác, nhà cung cấp và KH
 - Giao dịch, chia sẻ thông tin và phối hợp hoạt động với các bên liên quan.**
35. Chỉ ra yếu tố KHÔNG phải là lợi ích của TMDT
- Khách hàng có nhiều sự lựa chọn hơn
 - Các DN có thể giao dịch dễ dàng hơn
 - Khung pháp lý mới, hoàn chỉnh hơn**
 - DN tiếp cận nhiều thị trường mới hơn
36. Sàn giao dịch TMDT cần có sự tham gia của ít nhất bao nhiêu chủ thể sau: người mua, người bán, người quản lý sàn, cơ quan chứng thực, nhà cung cấp dịch vụ thanh toán.
- Hai
 - Ba**
 - Bốn
 - Năm
 - Chưa có câu trả lời đúng
37. Việc các doanh nghiệp chia sẻ thông tin để phối hợp hoạt động hiệu quả thuộc mô hình nào?
- Giai đoạn TMDT thông tin
 - Giai đoạn TMDT giao dịch**
 - Giai đoạn TMDT “cộng tác”
 - Giai đoạn TMDT tích hợp

38. Tại Việt Nam, các DN sản xuất hàng tiêu dung (ví dụ : Kinh Đô, Hải Hà) nên hướng tới mô hình TMĐT nào?
- Chấp nhận xử lý các đơn đặt hàng tự động
 - Xử lý các đơn đặt hàng và thanh toán qua mạng
 - Chia sẻ thông tin với các đối tác, nhà cung cấp, nhà phân phối**
 - Giao dịch, chia sẻ thông tin và phối hợp với các bên liên quan
39. Bộ tài chính cung cấp các thông tin hướng dẫn doanh nghiệp tính toán và nộp thuế thu nhập thông qua website chính thức của Bộ và cập nhật thường xuyên hàng quý. Đây là mô hình gì?
- G2B**
 - G2G
 - G2E
 - G2C
40. Dell Computers cho phép khách hàng thiết kế máy tính phù hợp với các nhu cầu cụ thể của họ. Đây là ví dụ về mô hình TMĐT nào?
- cá biệt hóa sản phẩm và dịch vụ (product and service customization)**
 - marketing liên kết (affiliate marketing).
 - tìm giá tốt nhất (find the best price).
 - mua hàng theo nhóm (group purchasing).
41. Ford, General Motor và một số hãng trong ngành công nghiệp ô tô đã liên kết xây dựng một sàn giao dịch điện tử (e-marketplace). Đây là ví dụ về mô hình:
- liên minh chiến lược (a business alliance).**
 - I-commerce.
 - xây dựng quy trình kinh doanh mới (business process reengineering).
 - T-commerce.
42. Hai sinh viên dùng mạng Internet để trao đổi thông tin, hình ảnh và video clip nhằm thực hiện bài tập lớn ở trường. Đây là ví dụ của:
- C2C
 - P2P**
 - S2S
 - B2C
43. Hotwire.com cung cấp sản phẩm phù hợp với các nhu cầu đặc biệt của khách hàng với mức giá thấp nhất. Đây là ví dụ của mô hình:
- tìm mức giá tốt nhất (find-the-best-price model).**
 - đấu giá trực tuyến (electronic auction).
 - khách hàng tự đưa ra mức giá mong muốn (name your own price model).
 - đấu thầu trực tuyến (electronic tendering/reverse auction).
 - mua hàng theo nhóm (group purchasing).
44. IMDB cho phép các thành viên đã đăng ký truy cập vào toàn bộ cơ sở dữ liệu phim trực tuyến với điều kiện phải đóng phí hàng tháng, đây là ví dụ của mô hình doanh thu nào:
- doanh thu bán hàng (sales).
 - phí thuê bao (subscription fee).**
 - phí liên kết (affiliate fee).
 - phí quảng cáo (advertising fee).
45. Một người hâm mộ mua một đĩa hát bằng cách download trực tiếp từ cửa hàng âm nhạc trực tuyến. Đây là mô hình:
- B2E
 - B2B
 - C2E
 - B2C**

46. Một nhà bán lẻ trực tuyến chỉ bán đồ chơi trẻ em. Đây là ví dụ của mô hình TMĐT nào?
- cải tiến dây chuyền cung ứng (supply chain improvements)
 - mua sắm hiệu quả (efficient procurement).
 - củng cố quan hệ khách hàng.
 - chuyên môn hóa nhà cung cấp (vendor specialization)**
47. Một nhà cung cấp thiết bị văn phòng tập hợp các đơn hàng từ 15 văn phòng nhỏ thành một đơn hàng lớn và như vậy có thể cung cấp với mức giá thấp hơn do được giảm giá khi mua số lượng lớn từ các nhà sản xuất. Đây là ví dụ của mô hình TMĐT nào?
- marketing liên kết (affiliate marketing).
 - môi giới trực tuyến (dynamic brokering).
 - cá biệt hóa sản phẩm và dịch vụ (product and service customization).
 - đấu thầu trực tuyến (electronic tendering).
 - mua hàng theo nhóm (group purchasing).**
 - tìm giá tốt nhất (find the best price).
48. Một nhà máy đường nhận được thư mời thầu tự động để cung cấp hàng cho một siêu thị, sau khi chào hàng với một mức giá thấp nhất đã ký kết được hợp đồng cung cấp hàng cho siêu thị này. Đây là ví dụ về:
- đấu thầu trực tuyến (electronic tendering/reverse auction)**
 - mua hàng theo nhóm (group purchasing).
 - đấu giá trực tuyến (electronic auction).
 - khách hàng tự đưa ra mức giá mong muốn (name your own price model).
49. Một nhân viên trong phòng hành chính của một công ty đặt vé máy bay trực tuyến cho chuyến công tác của ban giám đốc tại website của một hãng hàng không. Đây là ví dụ về:
- B2B2C.
 - B2C
 - B2E
 - B2B**
50. Một tổ chức lớn thường mua sắm thông qua hệ thống đấu thầu trực tuyến (a tendering system). Đây là ví dụ của mô hình:
- viral marketing.
 - marketing trực tiếp (direct marketing).
 - đấu thầu trực tuyến (a reverse auction).**
 - marketing liên kết (affiliate marketing).
51. Phòng nhân sự đăng tải một số thông tin về tuyển dụng vào bộ phận marketing trên website nội bộ công ty. Đây là ví dụ về:
- B2C
 - B2E**
 - E2B
 - E2C
 - B2B
52. Priceline.com là ví dụ điển hình của mô hình TMĐT nào:
- khách hàng tự đưa ra mức giá mong muốn (name your own price model)**
 - đấu thầu trực tuyến (electronic tendering).
 - đấu giá trực tuyến (electronic auction).
 - mua hàng theo nhóm (group purchasing).
53. Sau đây là các hạn chế KHÔNG mang tính kỹ thuật đối với TMĐT, NGOẠI TRỪ:
- khách hàng thiếu sự tin cậy đối với những giao dịch “giấu mặt” (faceless).
 - tốc độ đường truyền chậm khiến việc mua hàng trở nên khó chịu.**
 - lo lắng về tính riêng tư.
 - lo lắng về an toàn khiến nhiều khách hàng không mua hàng trực tuyến

54. Sau đây là những lợi ích của TMĐT đối với khách hàng, NGOẠI TRỪ:
- TMĐT giảm sự giao tiếp xã hội mặt đối mặt**
 - TMĐT cho phép giao hàng nhanh chóng, đặc biệt là hàng hóa số hóa (digitized products).
 - TMĐT cho phép khách hàng mua sắm mọi nơi, mọi lúc.
 - TMĐT thúc đẩy cạnh tranh, do đó làm giảm giá cả.
55. Theo Turban (2006), TMĐT là quá trình:
- sử dụng các thiết bị điện tử và mạng viễn thông để marketing sản phẩm, dịch vụ.
 - tự động hóa quá trình bán hàng và thanh toán.
 - Mua, bán, hoặc trao đổi hàng hóa, dịch vụ thông qua máy tính và mạng viễn thông, đặc biệt là Internet.**
 - sử dụng thiết bị điện tử trong một số bước hoặc toàn bộ quy trình kinh doanh.
56. Trong các yếu tố sau, yếu tố nào KHÔNG phải là hạn chế về công nghệ đối với TMĐT:
- vẫn chưa có sự tương thích giữa các phần cứng và phần mềm.
 - còn nhiều vấn đề pháp lý chưa được giải quyết.**
 - các hệ thống an ninh và phòng tránh rủi ro vẫn đang trong giai đoạn phát triển.
 - tốc độ đường truyền tại một số khu vực vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp và người sử dụng.
57. Trong các yếu tố sau, yếu tố nào KHÔNG phải là lợi ích của TMĐT đối với xã hội:
- nhiều người có thể làm việc từ xa, giảm đi lại và tiêu thụ năng lượng.
 - TMĐT là động lực giảm giá.
 - thông tin cá nhân được bảo vệ tốt hơn so với thương mại truyền thống.**
 - TMĐT giúp mọi người ở mọi nơi có thể tiếp cận thông tin về sản phẩm dễ dàng hơn.
58. Trong những yếu tố sau, yếu tố nào KHÔNG phải là lợi ích của TMĐT đối với một công ty:
- giảm chi phí xử lý, cung cấp và truy cập thông tin
 - giảm lượng hàng lưu kho.
 - tiếp cận thị trường toàn cầu dễ dàng hơn.
 - tăng số lượng khách hàng với chi phí thấp nhất.**
59. Trong TMĐT thuần túy (pure E-commerce) nhận xét nào sau đây là đúng:
- tất cả các chiều trong mô hình Dimension of E-commerce đều gắn với thương mại truyền thống (physical).
 - ít nhất hai chiều gắn với thương mại điện tử.
 - tất cả các chiều đều gắn với thương mại điện tử.**
 - ít nhất 2 chiều gắn với thương mại truyền thống.
60. Trường hợp nào sau đây được gọi là TMĐT thuần túy?
- Một khách hàng mua ebook từ Amazon.com, download xuống máy tính cá nhân, và thanh toán bằng thẻ tín dụng tại website của Amazon.**
 - Một khách hàng vào website Amazon.com lựa chọn một số cuốn tiểu thuyết, thanh toán bằng thẻ tín dụng và lựa chọn phương thức giao hàng qua Fed Ex
 - Một khách hàng lựa chọn mua một số ebook từ Amazon.com, download xuống máy tính cá nhân, gọi điện đến Amazon để cung cấp thông tin thẻ tín dụng và thanh toán.
 - Cả a và c đều là đáp án đúng.
61. Trường hợp nào dưới đây là điển hình của TMĐT thuần túy
- mua sách mạng, thanh toán bằng thẻ tín dụng tại website, sách được giao đến nhà vào ngày hôm sau bằng Fed Ex.
 - lựa chọn một bài hát từ website của người bán, thanh toán bằng thẻ tín dụng, download xuống máy tính cá nhân và copy ra đĩa CD**
 - download phần mềm về máy tính cá nhân, thanh toán bằng thẻ tín dụng qua điện thoại thông qua số điện thoại miễn phí (toll-free number).
 - lựa chọn một quyển sách từ online catalog, đặt hàng trực tuyến, giao hàng qua mail.

62. Wal-Mart xây dựng một website để bán các sản phẩm của mình, tuy nhiên đa số các hoạt động của công ty vẫn được thực hiện tại các cửa hàng bán lẻ. Đây là mô hình
- TMĐT trên nền thương mại truyền thống (click-and-mortar operation).**
 - TMĐT truyền thống (brick-and-mortar operation).
 - TMĐT thuần túy (pure E-commerce).
 - một mạng lưới giá trị gia tăng.
63. Yếu tố nào sau đây KHÔNG phải là trụ cột chính hỗ trợ TMĐT:
- các chính sách liên quan đến TMĐT.
 - phần mềm tự động hóa giao dịch điện tử.**
 - các dịch vụ hỗ trợ TMĐT: thanh toán, xây dựng phần mềm, logistic, an toàn bảo mật.
 - con người: người mua, người bán, trung gian, người quản lý, người xây dựng hệ thống thông tin.
64. Một cá nhân truy cập vào trang web thuộc Bộ tài chính để kê khai các thông tin về thuế thu nhập hàng năm. Đây là ví dụ của mô hình gì?
- G2B
 - G2G
 - E-government**
 - G2E

Chương III và IV: Marketing điện tử và ứng dụng marketing điện tử

1. B2Bi thuộc giai đoạn phát triển nào của thương mại điện tử
 - a. Thương mại thông tin (i-commerce)
 - b. Thương mại công tác (c-commerce)**
 - c. Thương mại di động (m-commerce)
 - d. Thương mại giao dịch (t-commerce)
2. Banner quảng cáo GIẢM GIÁ 20% được hiện ra trên màn hình trong quá trình khách hàng đang lựa chọn sản phẩm nhằm tác động đến giai đoạn nào trong mô hình AIDA?
 - a. Cung cấp thêm thông tin cho khách hàng
 - b. Thuyết phục khách hàng mua hàng**
 - c. Tạo sự nhận biết về sản phẩm được giảm giá
 - d. Tạo sự quan tâm, thích thú cho khách hàng
3. Bưu thiếp truyền thống và bưu thiếp điện tử khác nhau ở điểm nào?
 - a. Sản phẩm cốt lõi và sản phẩm hiện thực
 - b. Sản phẩm hiện thực và sản phẩm bổ sung**
 - c. Sản phẩm tiềm năng và sản phẩm cốt lõi
 - d. Sản phẩm bổ sung và sản phẩm cốt lõi
4. Các doanh nghiệp xuất nhập khẩu thường sử dụng hình thức giao dịch nào?
 - a. Sử dụng các phần mềm quản trị nhân sự, kế toán, khách hàng
 - b. Xây dựng website để giới thiệu sản phẩm
 - c. Tham gia các sàn giao dịch điện tử
 - d. Email giao dịch với khách hàng**
5. Các vấn đề liên quan đến giới thiệu sản phẩm, giỏ mua hàng, thanh toán, quản lý các đơn đặt hàng, dịch vụ hỗ trợ khách hàng được đề cập đến trong giai đoạn nào khi triển khai thương mại điện tử? (2 giai đoạn)
 - a. Liên kết website với nhà cung cấp, đối tác, cơ quan quản lý
 - b. Phân tích SWOT, lập kế hoạch, xác định mục tiêu, vốn đầu tư
 - c. Xây dựng mô hình cấu trúc, chức năng cho website**
 - d. Thiết kế website**
 - e. Nghiệm thu, đánh giá website
6. Các website cung cấp dịch vụ đăng ký tên miền chưa cung cấp dịch vụ nào sau đây
 - a. Hỗ trợ tạo ra các tên miền tốt**
 - b. Hỗ trợ đăng ký tên miền
 - c. Hỗ trợ tìm các tên miền
 - d. Hỗ trợ tìm các tên miền tương tự tên miền doanh nghiệp quan tâm
7. Chỉ ra đặc điểm KHÔNG phù hợp với một tên miền tốt
 - a. Ngắn gọn và dễ nhớ
 - b. Dễ đánh vần
 - c. Dài và có ý nghĩa**
 - d. Tránh sử dụng số và ký tự đặc biệt
8. Chỉ ra những điều kiện cơ bản đảm bảo thành công của mô hình thương mại điện tử B2C. (chọn 3 điều kiện)
 - a. Thương hiệu mạnh : Dell, Ebay, Sony, Cisco**
 - b. Nhu cầu khách hàng đa dạng
 - c. Sản phẩm tiêu chuẩn hóa : sách, game, vé máy bay**
 - d. Lợi thế về giá thấp hơn các đối thủ cạnh tranh : priceline, etrade**
 - e. Doanh nghiệp lớn

9. AIDA trong thương mại điện tử là:
 - a. Action - Form mẫu đẹp, tiện lợi, an toàn để khách hàng thực hiện giao dịch dễ dàng
 - b. Interest - Website cung cấp các sản phẩm, dịch vụ, thông tin... phù hợp với nhu cầu khách hàng
 - c. Desire - Có các biện pháp xúc tiến để tạo mong muốn mua hàng: giảm giá, quà tặng
 - d. Attention - Website phải thu hút sự chú ý của người xem (đẹp, ấn tượng, thẩm mỹ cao)
10. Chỉ ra thành phần của AIDA trong Marketing điện tử được giải thích chưa đúng
 - a. Interest - Website cung cấp các sản phẩm, dịch vụ, thông tin phù hợp nhu cầu khách hàng mục tiêu
 - b. Action - Form mẫu đẹp, tiện lợi, an toàn để khách hàng thực hiện giao dịch dễ dàng
 - c. Desire - Website cần được thiết kế tốt, phù hợp với từng khách hàng**
 - d. Attention - Website thu hút được sự chú ý của khách hàng
11. Chỉ ra thành phần của AIDA trong Marketing điện tử được giải thích chưa đúng
 - a. Attention - Website phải thu hút sự chú ý của người xem (đẹp, ấn tượng, thẩm mỹ cao)
 - b. Interest - Website được thiết kế tốt, dễ tìm kiếm, dễ xem, truy cập nhanh, phong phú...**
 - c. Action - Form mẫu đẹp, tiện lợi, an toàn để khách hàng thực hiện giao dịch dễ dàng
 - d. Desire - Có các biện pháp xúc tiến để tạo mong muốn mua hàng: giảm giá, quà tặng
12. Chỉ ra thành phần của AIDA trong Marketing điện tử được giải thích chưa đúng
 - a. Action - Form mẫu đẹp, tiện lợi, an toàn để khách hàng thực hiện giao dịch dễ dàng
 - b. Desire - Có các biện pháp xúc tiến để tạo mong muốn mua hàng: giảm giá, quà tặng
 - c. Interest - Website cung cấp các sản phẩm, dịch vụ, thông tin phù hợp nhu cầu khách hàng mục tiêu
 - d. Attention - Website phải có nét riêng độc đáo đối với khách hàng**
13. Chỉ ra thành phần của AIDA trong Marketing điện tử được giải thích chưa đúng
 - a. Action - Website có các biện pháp khuyến khích khách hàng hành động**
 - b. Desire - Có các biện pháp xúc tiến để tạo mong muốn mua hàng: giảm giá, quà tặng
 - c. Attention - Website phải thu hút sự chú ý của người xem (đẹp, ấn tượng, thẩm mỹ cao)
 - d. Interest - Website cung cấp các sản phẩm, dịch vụ, thông tin... phù hợp với nhu cầu khách hàng
14. Chỉ ra website thương mại điện tử được “định vị” khác với các website khác?
 - a. Amazon.com: Website có nhiều sản phẩm được bán nhất
 - b. Sony.com: Chất lượng sản phẩm tốt nhất**
 - c. Wand.com: Danh bạ công ty toàn cầu lớn nhất
 - d. Dell.com: Công ty cung cấp giải pháp CNTT tốt nhất cho khách hàng
15. Chỉ ra yếu tố khiến sản phẩm KHÔNG phù hợp khi bán trên mạng
 - a. Khả năng giới thiệu chi tiết sản phẩm trên mạng
 - b. Khách hàng có nhu cầu đa dạng về sản phẩm
 - c. Mức độ mua sắm thường xuyên hơn việc mua hàng tiêu dùng**
 - d. Giá sản phẩm cao hơn giá các hàng hóa thông thường
16. Chỉ ra yếu tố KHÔNG phải là tài sản chiến lược hay lợi thế cạnh tranh nòng cốt của các công ty TMĐT thuần túy (born on the net)
 - a. Hệ thống thông tin hiện đại
 - b. Mô hình cấu trúc công ty linh hoạt
 - c. Ban giám đốc sẵn sàng chấp nhận mạo hiểm
 - d. Xây dựng thương hiệu mới**
17. Chỉ ra yếu tố KHÔNG phải là tài sản chiến lược hay năng lực cạnh tranh chính của các công ty truyền thống khi mở rộng hoặc chuyển sang thương mại điện tử (move-to-the-net).
 - a. Nguồn khách hàng
 - b. Thương hiệu
 - c. Kinh nghiệm
 - d. Hệ thống thông tin hiện đại**

18. Công cụ dịch vụ khách hàng trực tuyến được các doanh nghiệp sử dụng phổ biến nhất hiện nay là gì?
- E-mail (thư điện tử)**
 - Chatroom (diễn đàn)
 - Call center (trung tâm dịch vụ khách hàng)
 - FAQs (các câu hỏi thường gặp)
19. Công ty ABC gửi những e-mail đến các khách hàng trung thành của mình. Công ty hy vọng rằng những khách hàng này sẽ chuyển tiếp những thông điệp đến bạn bè, đồng nghiệp, người quen của họ. Hình thức marketing này được gọi là gì?
- Viral marketing**
 - Push marketing
 - Email marketing
 - Pull marketing
20. Công ty ABC mở một sàn giao dịch B2B cho phép các doanh nghiệp tham gia quảng cáo, giới thiệu sản phẩm dịch vụ và giao dịch với khách hàng qua sàn giao dịch này. Công ty ABC nên lựa chọn phương thức nào để tạo doanh thu ?
- Thu phí tham gia sàn giao dịch
 - Thu phí trên các giao dịch thành công giữa các thành viên**
 - Thu phí khi sử dụng các dịch vụ gia tăng
 - Thu phí quảng cáo đối với các thành viên
21. Công ty ABC quyết định xem xét việc ứng dụng thương mại điện tử vì thấy các đối thủ cạnh tranh ứng dụng và bắt đầu có những thành công nhất định. Đặc điểm của việc ứng dụng thương mại điện tử này là gì?
- Tác động của công nghệ (Technology-driven)
 - Căn cứ vào thị trường (Market-driven)**
 - Tránh các rủi ro (Fear-driven)
 - Giải pháp mới (Problem-driven)
22. Công ty cho phép khách hàng thảo luận về sản phẩm, công dụng, cách sử dụng... trên website của mình. Hình thức này gọi là xúc tiến thông qua
- Viral marketing
 - Diễn đàn**
 - Chatroom
 - Blog
23. Dịch vụ đăng ký search engines của Google là
- Google adwords**
 - Google gold-pages
 - Google advertisement
 - Google y-pages
24. Hoạt động nào dưới đây không mở rộng mạng lưới khách hàng qua mạng?
- Công ty cho phép một nửa nhân viên làm việc từ xa qua mạng**
 - Bạn hàng giới thiệu khách hàng về website bán hàng của công ty
 - Một số công ty liên kết để mở rộng danh mục sản phẩm
 - Khách hàng giới thiệu với bạn bè, người quen về sản phẩm dịch vụ của công ty
25. Mức độ phù hợp của một sản phẩm khi giới thiệu trên mạng phụ thuộc nhiều nhất vào yếu tố nào dưới đây? (chọn 2 yếu tố)
- Khả năng thông tin qua mạng
 - Khả năng cá biệt hoá
 - Dịch vụ
 - Tần suất mua**
 - Mức độ nghiên cứu thông tin khi ra quyết định mua
 - Giá**

26. Nhiều công ty thương mại điện tử đã thất bại và đem lại các bài học kinh nghiệm cho các công ty sau nay. Hãy chỉ ra yếu tố KHÔNG phải bài học rút ra từ thất bại của những công ty thương mại điện tử thuần túy (100% online)
- Xây dựng thương hiệu là vấn đề sống còn đối với các công ty**
 - Thương mại điện tử cũng phải tính đến lợi nhuận
 - Trong kinh doanh, kinh nghiệm là một yếu tố quan trọng để thành công
 - Để thành công trong thương mại điện tử cần thời gian
27. Nhược điểm lớn nhất của các website của các công ty XNK hiện nay là gì
- Thông tin về sản phẩm chưa chi tiết
 - Chưa được quảng cáo rộng rãi đến khách hàng tiềm năng
 - Số lượng sản phẩm giới thiệu còn hạn chế
 - Không được cập nhật thường xuyên**
28. Sản phẩm "bổ sung" của một chiếc máy tính xách tay là gì?
- Các dịch vụ và sản phẩm hỗ trợ kèm theo máy tính**
 - Hình ảnh và thông tin về máy tính trên website
 - Mọi tính năng của máy tính đó nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng mua máy tính
 - Các linh kiện cấu thành nên máy tính
29. Sản phẩm cốt lõi của các chương trình học tiếng Anh trực tuyến là gì?
- Âm thanh, hình ảnh và nội dung bài giảng
 - Kiến thức và kỹ năng sử dụng tiếng Anh**
 - Nội dung bài giảng và các hoạt động hỗ trợ
 - Nội dung bài giảng
30. Sản phẩm hiện thực được cung cấp qua các website bán hoa & quà tặng trực tuyến là gì?
- Đáp ứng nhu cầu của khách hàng mua hoa, tặng quà
 - Quy trình giao dịch mua sắm trên website
 - Hình ảnh và thông tin về hoa, quà tặng được đưa lên website
 - Bản thân các sản phẩm hoa và quà tặng**
31. Thương mại điện tử giúp khách hàng giảm chi phí tìm kiếm, do đó cho phép họ
- tìm kiếm nhiều sản phẩm và chọn được mức giá tốt nhất**
 - mua được sản phẩm với giá thành rẻ hơn do chi phí tìm kiếm giảm
 - đưa ra các quyết định mua hàng đúng đắn
 - thương lượng được mức giá tốt nhất
32. Thương mại điện tử giúp doanh nghiệp cá biệt hóa sản phẩm theo nhu cầu khách hàng, ví dụ như Dell, Ford, Amazon... tuy nhiên, chính sách định giá các sản phẩm được cá biệt hóa cần dựa trên căn cứ nào?
- Mức độ sẵn sàng chi trả cho các sản phẩm cá biệt hóa của khách hàng**
 - Chi phí để sản xuất, cung cấp các sản phẩm cá biệt hóa
 - Chi phí tương đương của những sản phẩm được cá biệt hóa
 - Thị trường tiêu thụ sản phẩm
33. Thương mại điện tử được ứng dụng mạnh mẽ nhất vào hai (02) giai đoạn nào trong quy trình kinh doanh xuất nhập khẩu?
- Giao dịch, đàm phán, ký kết hợp đồng**
 - Giới thiệu, quảng bá sản phẩm**
 - Thanh toán
 - Làm các thủ tục như hải quan, chứng nhận xuất xứ, kiểm tra chất lượng
 - Vận tải, bảo hiểm
34. Trong các cách quảng bá website sau đây, cách nào có chi phí cao nhất?
- Sử dụng chiến lược marketing lan toả (viral marketing)
 - Liên kết quảng cáo giữa các doanh nghiệp với nhau thông qua website
 - Đăng ký trên các Search Engine phổ biến như Google, Yahoo, MSN**
 - Quảng bá trên các sàn giao dịch, cổng thương mại điện tử.

35. Trong các công cụ sau, hãy chỉ ra công cụ hỗ trợ khách hàng tốt nhất?
- FAQs
 - Diễn đàn
 - Discussion topics
 - Chat group**
36. Trong các hình thức xúc tiến thương mại điện tử, hình thức nào mất nhiều công sức nhất?
- Khai thác các cổng thông tin thị trường như Intracen, Superpages, Europages...**
 - Tham gia vào các Tâm điểm thương mại (trade point)
 - Tham gia vào các sàn giao dịch thương mại điện tử như ecvn, ec21, vnemart...
 - Đăng ký vào các công cụ search nổi tiếng như Google, Yahoo...
37. Trong các hoạt động sau, hoạt động nào được doanh nghiệp XNK sử dụng đầu tiên?
- Mua tên miền, thuê máy chủ
 - Tham gia các cổng thương mại điện tử
 - Giao dịch qua mạng;**
 - Xây dựng Website
38. Trong các yếu tố 7C khi đánh giá website thương mại điện tử, không có yếu tố nào sau đây ?
- Content
 - Context
 - Connection
 - Consumer**
39. Trong các yếu tố sau, yếu tố nào được đánh giá là nguy cơ chiến lược (strategic threat) đối với các đại lý du lịch **truyền thống**
- Các tour du lịch nhiều hơn
 - Giá du lịch có xu hướng giảm
 - Các công ty du lịch có xu hướng xây dựng website để tiến hành giao dịch qua mạng
 - Các website du lịch điện tử cho phép khách hàng đặt tour qua mạng**
40. Ứng dụng nào của thương mại điện tử được các doanh nghiệp XNK sử dụng phổ biến ở VN hiện nay?
- Nghiên cứu thị trường nước ngoài**
 - Cung cấp dịch vụ khách hàng qua mạng Internet
 - Gửi e-mail quảng cáo đến các khách hàng tiềm năng
 - Cung cấp dịch vụ FAQ để giải đáp các thắc mắc của khách hàng
41. Yếu tố nào KHÔNG phải lợi ích của thị trường lao động điện tử (electronic job market) đối với người lao động?
- Khả năng tìm kiếm nhanh và rộng trên các thị trường điện tử
 - Lương cao hơn**
 - Khả năng tìm được nhiều công việc phù hợp hơn
 - Tốc độ giao tiếp giữa người tìm việc và người tuyển dụng
42. Sắp xếp theo thứ tự quá trình phát triển của các hoạt động thương mại điện tử sau đây.
- Sử dụng Email và máy tính trong công việc kinh doanh
 - Quảng bá và hiện diện trên web
 - Ứng dụng các phần mềm chuyên dụng và intranet trong hoạt động kinh doanh
 - Ứng dụng mạng extranet trong hoạt động kinh doanh
 - Liên kết, chia sẻ thông tin và hợp tác với các bên liên quan thông qua : ERP, SCM, CRM
43. Chiến lược marketing của Dell được gọi là:
- “Chia sẻ dịch vụ” - “shared service”
 - “Kết hợp mô hình kinh doanh truyền thống với mô hình kinh doanh điện tử” - “click-and-mortar”
 - “Kinh doanh theo mô hình truyền thống” - “brick-and-mortar”
 - “Cung cấp hàng hóa trực tiếp từ nhà sản xuất” - “direct from manufacturer”**

44. Những đặc điểm sau giúp sản phẩm được bán trực tuyến tốt hơn, NGOẠI TRỪ
- giá rẻ và tiêu dùng hàng ngày**
 - sản phẩm được mua tương đối thường xuyên
 - sản phẩm có thể số hóa được
 - sản phẩm được tiêu chuẩn hóa
45. Đặc điểm nào đúng với ngân hàng trực tuyến?
- Ngân hàng trực tuyến có nhiều rủi ro hơn ngân hàng truyền thống
 - Ngân hàng trực tuyến kết hợp dịch vụ ngân hàng truyền thống và ngân hàng điện tử
 - Ngân hàng trực tuyến không chi nhánh như ngân hàng truyền thống**
 - Ngân hàng trực tuyến có khả năng thành công cao hơn, đem lại lợi nhuận cao hơn
46. Khoảng 2 giờ chiều, Mr.Bean dùng PDA để truy cập vào một cửa hàng bán đồ tạp hóa trực tuyến. Ông ta đặt mua một vài món đồ cho bữa tối, khi về nhà tất cả mọi thứ đã được giao đến cửa. Đây là mô hình:
- giao dịch điện tử trong nội bộ doanh nghiệp.
 - TMĐT cộng tác (C-commerce).
 - TMĐT di động (M-commerce).**
 - trao đổi điện tử ngang hàng (a peer-to-peer application).
47. Khách hàng nhập số vận đơn vào website của Fed Ex để kiểm tra tình trạng thực của hàng hóa đang trên đường vận chuyển. Đây là ví dụ về
- cải tiến quy trình kinh doanh (continuous improvement efforts).
 - tạo dựng năng lực cạnh tranh chiến lược từ công nghệ thông tin (a strategic system).**
 - xây dựng lại quy trình kinh doanh (business process reengineering).
 - liên minh chiến lược (a business alliance).
48. Khi chiến lược tự triển khai thương mại điện tử (click-and-mortar) của ToysRUs thất bại, công ty chuyển sang sử dụng hệ thống bán hàng trực tuyến của Amazon.com. Đây là ví dụ minh họa mô hình nào?
- Hệ thống phân phối số hóa - a digital delivery system
 - Loại bỏ trung gian phân phối – disintermediation
 - Xung đột kênh phân phối - channel conflict
 - Liên minh chiến lược - a strategic alliance**
49. Website dẫn đến cửa hàng trực tuyến được gọi là
- “Trình duyệt cửa hàng trực tuyến” - “shopping browsers”
 - “Công cụ tìm kiếm thông minh” - “intelligent search engines”
 - “Phần mềm mua hàng tự động” - “shopbots”
 - “Cổng thông tin về cửa hàng trực tuyến” - “shopping portals”**
50. Chiến lược marketing của Sears được gọi là:
- “Kết hợp mô hình kinh doanh truyền thống với mô hình kinh doanh điện tử” - “click-and-mortar”**
 - “Chia sẻ dịch vụ” - “shared service”
 - “Kinh doanh theo mô hình truyền thống” - “brick-and-mortar”
 - “Nhà sản xuất cung cấp hàng hóa trực tiếp” - “direct from manufacturer”
51. Một công ty xây dựng và quản lý một chợ điện tử giao dịch theo mô hình many-to-many, công ty này được gọi là gì
- “Người truyền tải nội dung” - “content disseminator”
 - “Marketer lan tỏa” - “viral marketer”
 - “Môi giới giao dịch” - “transaction broker”
 - “Người tạo ra thị trường” - “market maker”**
52. Tất cả những nhóm sản phẩm sau đây đều đã thành công trong ứng dụng thương mại điện tử, NGOẠI TRỪ
- phần cứng máy tính
 - trang thiết bị văn phòng
 - thiết bị thể thao
 - máy bay**

53. Một marketer sử dụng e-mail để quảng cáo đến các khách hàng tiềm năng, hình thức này được gọi là gì?
- “Môi giới giao dịch” - “transaction broker”
 - “Người truyền tải nội dung” - “content disseminator”
 - “Người tạo ra thị trường” - “market maker”
 - “Marketer lan tỏa” - “viral marketer”**
54. Amazon.com tận dụng nhiều loại dịch vụ để phục vụ các nhóm khách hàng khác nhau thông qua website của mình, đây là hình thức
- “Siêu trung gian” - “hypermediation”**
 - “Loại bỏ trung gian phân phối” - “disintermediation”
 - “Trung gian số” - “cybermediation”
 - “Mở rộng kênh phân phối” - “unbundling”
55. Dấu TRUSTe được gắn trên các website thương mại điện tử là ví dụ của:
- “Xếp hạng doanh nghiệp” - “a business rating”
 - “Bản quyền” - “a copy right”
 - “Biểu tượng uy tín” - “a trust mark”**
 - “Sàn giao dịch B2B” - “a B2B exchange”
56. Thay vì bán sản phẩm máy tính tại các cửa hàng, Dell quyết định bán trực tiếp cho khách hàng. Hình thức này gọi là gì?
- “Loại bỏ trung gian phân phối” - “disintermediation”**
 - “Xung đột kênh phân phối” - “channel conflict”
 - “Thiết lập kênh phân phối mới” - “reintermediation”
 - “Trung gian số” - “cybermediation”
57. Khi các đại lý bảo hiểm phát hiện thấy công ty bắt đầu bán bảo hiểm qua Internet, họ phản đối và tỏ ý sẽ đồng loạt không hợp tác trừ khi công ty có chính sách phù hợp. Đây là ví dụ về:
- “Siêu trung gian” - “hypermediation”
 - “Xung đột kênh phân phối” - “channel conflict”**
 - “Trung gian số” - “cybermediation”
 - “Mở rộng kênh phân phối” - “unbundling”
58. Khi định vị sản phẩm, e-manager phải trả lời các câu hỏi sau, NGOẠI TRỪ:
- “Công ty nào sẽ cung cấp các phần cứng và phần mềm để triển khai bán hàng trực tuyến”**
 - Sản phẩm sẽ đáp ứng phân đoạn thị trường nào?
 - Công ty sẽ outsource các hoạt động kinh doanh nào?
 - Công ty sẽ phối hợp với các đối tác nào?
59. WeRFishingLures đã kinh doanh sản phẩm phục vụ câu cá hơn 50 năm, sản phẩm được phân phối thông qua các cửa hàng và siêu thị. Công ty định mở một website để bán sản phẩm trong và ngoài nước. Rủi ro mà công ty gặp phải là
- cơ cấu chi phí thay đổi làm tăng khả năng thua lỗ
 - sản phẩm có khả năng không phù hợp với thị trường mục tiêu
 - chi phí sẽ tăng và làm giảm lợi nhuận
 - quy định khác nhau về sản phẩm ở nhiều thị trường khác nhau**
60. Một cửa hàng truyền thống sử dụng website thương mại điện tử để hỗ trợ bán hàng (click-and-mortar) nhằm các mục tiêu sau, NGOẠI TRỪ:
- khai thác lợi thế của cả thương mại truyền thống và thương mại điện tử
 - tăng cường phục vụ khách hàng
 - giảm số lượng hàng trả lại**
 - củng cố thương hiệu

61. Những khách hàng vốn rất bận rộn và sẵn sàng mua hàng trực tuyến để tiết kiệm thời gian mua sắm được gọi là gì?
- “Những người không thích đi mua sắm” - “shopping avoiders”
 - “Những người rất bận rộn” - “time-starved customers”**
 - “Những người thích sử dụng công nghệ mới” - “new technologists”
 - “ Những người thích cái mới” - “leading edgers”
62. Những khách hàng mua hàng trực tuyến vì không thích mua sắm tại các cửa hàng truyền thống, đây là nhóm khách hàng nào?
- “ Những người thích cái mới” - “leading edgers”
 - “Những người không thích đi mua sắm” - “shopping avoiders”**
 - “Những người thích sử dụng công nghệ mới” - “new technologists”
 - “Những người rất bận rộn” - “time-starved customers”
63. Yếu tố quan trọng nhất quyết định sự tồn tại của trung gian trong thương mại điện tử là
- khả năng kết nối người mua và người bán
 - các dịch vụ giá trị gia tăng mà trung gian đó cung cấp**
 - quan hệ của trung gian đối với các bên
 - lợi nhuận của trung gian
64. Một công ty xây dựng hệ thống thương mại điện tử để bán các tour du lịch trực tuyến, đây là mô hình gì?
- “Marketer lan tỏa” - “viral marketer”
 - “Môi giới giao dịch” - “transaction broker”**
 - “Người tạo ra thị trường” - “market maker”
 - “Người truyền tải nội dung” - “content disseminator”
65. Một mô hình kinh doanh (business model) nên bao gồm các yếu tố sau, ngoại trừ
- mô tả tất cả các sản phẩm dịch vụ mà công ty cung cấp.
 - thông tin về các nhà cung cấp và những đối tác của doanh nghiệp
 - thông tin về các nguồn thu
 - hệ thống dữ liệu cần thiết để quản lý các quy trình kinh doanh**
66. Phần mềm có chức năng tìm kiếm trên web để phát hiện các cửa hàng bán cùng sản phẩm với giá thấp hơn được gọi là?
- “Trình duyệt cửa hàng trực tuyến” - “shopping browsers”
 - b. “Phần mềm mua hàng tự động” - “shopbots”**
 - “Công thông tin mua hàng trực tuyến” - “shopping portals”
 - “Công cụ tìm kiếm thông minh” - “intelligent search engines”
67. Website đánh giá và xác thực mức độ tin cậy của các công ty bán lẻ trực tuyến được gọi là gì?
- “Trang web đánh giá độ tin cậy” - “trust verification sites”**
 - “Trang web xếp hạng các doanh nghiệp trực tuyến” - “business rating sites”
 - “Công thông tin mua hàng trực tuyến” - “shopping portals”
 - “Phần mềm mua hàng tự động” - “shopbots”

QUIZ 5

- Banner quảng cáo ngẫu nhiên sẽ được sử dụng phù hợp trong trường hợp nào dưới đây?
 - Gới thiệu bộ phim mới***
 - Một công ty muốn tập trung vào một đoạn thị trường hẹp
 - Quảng cáo của hãng xe Jeep tập trung vào những người thích phiêu lưu
 - Quảng cáo của hãng Dell tập trung vào những người muốn nâng cấp máy tính
- Do việc thu hút và lôi kéo khách hàng ngày càng trở nên khó khăn và tốn kém, nội dung của website có vai trò quan trọng trong việc:
 - giữ khách hàng (stickiness)***
 - khu vực hóa (localization)
 - sự quay trở lại của khách hàng (rotation)
 - tạo ấn tượng tốt (impression)
- Để tối đa hoá số lần được kích chuột, nghiên cứu đã chỉ ra rằng các banner quảng cáo nên xuất hiện vào vị trí nào?
 - góc dưới bên phải, gần thanh cuộn (scroll bar)***
 - phía trên website
 - bất kỳ vị trí nào trên website, vị trí không ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách hàng
 - một phần ba trang web, phía dưới màn hình
- Jose quyết định mua một chiếc xe Saturn VUE, một cửa hàng trực tuyến giúp anh ta tìm được người bán với mức giá Jose cho là phù hợp. Đây là ví dụ về mô hình nào?
 - môi giới sản phẩm (product brokering)
 - đánh giá sản phẩm và dịch vụ
 - xác định nhu cầu
 - môi giới thương mại (merchant brokering)***
- Khi sử dụng e-mail để quảng cáo đến một nhóm khách hàng mục tiêu sẽ có những ưu điểm sau, NGOẠI TRỪ: **HỎI (chỉ có câu a thôi chứ)**
 - các nghiên cứu đã chỉ ra rằng nhận thức của khách hàng đối với sản phẩm ngày càng tốt hơn khi số lần quảng cáo ngày càng tăng***
 - hầu hết các công ty đều có kho dữ liệu khách hàng phục vụ quảng cáo
 - phương pháp này tiết kiệm chi phí
 - công ty có thể nhắm vào nhóm khách hàng tiềm năng nhất
- Khó khăn lớn nhất khi thực hiện các cuộc điều tra trực tuyến là gì?
 - khó lấy được mẫu ngẫu nhiên***
 - những thông tin thu thập trực tuyến thường có độ tin cậy thấp
 - khó có thể tiếp cận mẫu với quy mô lớn
 - khách hàng không thích điều tra trực tuyến
- Một câu lạc bộ sách trực tuyến đăng những quảng cáo cho Amazon.com và câu lạc bộ này nhận được một khoản phí mỗi lần khách hàng kích chuột vào banner quảng cáo đó. Đây là hình thức gì?
 - marketing liên kết (affiliate marketing)***
 - focus group
 - B2B
 - target marketing

8. Một quảng cáo được xuất hiện bên dưới cửa sổ trang web được mở ra để khi người xem đóng các cửa sổ đó sẽ nhìn thấy quảng cáo, đây là hình thức quảng cáo gì?

- a. **pop-under ad**
- b. pop-up ad
- c. changing homepage
- d. invisible ad

9. Một website giúp các khách hàng lựa chọn được những món quà tặng phù hợp sau khi trả lời một số các câu hỏi nhất định. Đây là mô hình thương mại điện tử nào?

- a. môi giới sản phẩm (product brokering)
- b. đánh giá sản phẩm và dịch vụ
- c. **xác định nhu cầu (need identification)**
- d. môi giới thương mại (merchant brokering)

10. Những kỹ thuật sau đây được sử dụng để xây dựng cơ sở dữ liệu về khách hàng trực tuyến NGOẠI TRỪ:

- a. khách hàng cung cấp thông tin trên website
- b. theo dõi hoạt động của khách hàng trên mạng
- c. **mua danh bạ địa chỉ và điện thoại từ các telemarketers**
- d. xây dựng dữ liệu thông qua quá trình mua sắm của khách hàng

11. Nỗ lực đểreo rắc thông tin về sản phẩm nhằm tác động đến quan hệ giữa người mua-người bán được gọi là:

- a. **advertising**
- b. segmentation
- c. personalization
- d. puch technology

12. Quá trình chia nhỏ thị trường thành những nhóm khác nhau theo một số tiêu chí để tiến hành nghiên cứu được gọi là gì?

- a. **market segmentation – phân đoạn thị trường**
- b. target marketing – xác định thị trường mục tiêu
- c. marketing research – nghiên cứu thị trường
- d. personalization – cá thể hóa

13. Số lần người xem mở một trang web có chứa quảng cáo được gọi là.

- a. **ad views – số lượt người xem**
- b. click ratio – tỉ lệ nhấp chuột
- c. ad reach – tiếp cận quảng cáo
- d. pull – chiến lược kéo

14. Thay vì thực hiện các chiến lược quảng cáo truyền thống tốn kém, một nhà xuất bản căn cứ vào các bình luận tích cực đối với những quyển sách mới để dự đoán lượng tiêu thụ. Đây là ví dụ về:

- a. **marketing lan tỏa (viral marketing)**
- b. quảng cáo đến từng cá nhân (personal advertising)
- c. quảng cáo liên kết (affiliate marketing)
- d. trưng cầu ý kiến khách hàng (polls)

15. Trong các quảng cáo với mục đích xây dựng cộng đồng - community approach, đặc điểm nào sau đây đúng?

- a. **khách hàng được trả thù lao dựa trên thời gian đọc quảng cáo**
- b. không cần thiết kế đẹp
- c. người quảng cáo dựa vào truyền miệng (word of mouth)
- d. một series quảng cáo được thiết kế dựa vào hành vi khách hàng tiềm năng

16. Wanda cần mua một chiếc máy tính mới nhưng không biết chính xác cấu hình nào phù hợp. Một cửa hàng trực tuyến giúp cô xác định chính xác cấu hình phù hợp với nhu cầu của mình. Đây là mô hình thương mại điện tử nào?

a. **môi giới sản phẩm (product brokering)**

b. đánh giá sản phẩm và dịch vụ

c. xác định nhu cầu

d. môi giới thương mại (merchant brokering)

17. Sàn giao dịch chứng khoán NASDAQ là điển hình của mô hình TMĐT nào sau đây:

a. marketing liên kết (affiliate marketing)

b. mua bán theo nhóm (group purchasing)

c. **sàn giao dịch điện tử (e-marketplace)**

d. khách hàng tự đưa ra mức giá mong muốn (name your own price model)

18. Wal-Mart xây dựng một website để bán các sản phẩm của mình, tuy nhiên đa số các hoạt động của công ty vẫn được thực hiện tại các cửa hàng bán lẻ. Đây là mô hình:

a. TMĐT thuần túy (pure E-commerce)

b. TMĐT truyền thống (brick-and-mortar operation)

c. **TMĐT trên nền thương mại truyền thống (click-and-mortar operation)**

d. một mạng lưới giá trị gia tăng

19. Để tối đa hóa số lần được kích chuột, nghiên cứu đã chỉ ra rằng các banner quảng cáo nên xuất hiện vào vị trí nào?.

a. bất kỳ vị trí nào trên website, vị trí không ảnh hưởng đến khả năng thu hút khách hàng

b. phí trên website

c. một phần ba trang web, phía dưới màn hình

d. **góc dưới bên phải màn hình, gần thanh cuộn (scroll bar)**

20. Nỗ lực để tuyên truyền thông tin về sản phẩm nhằm tác động đến quan hệ giữa người mua-người bán được gọi là:

a. Chiến lược đẩy - push technology

b. Cá thể hóa - personalization

c. Phân đoạn - segmentation

d. **Quảng cáo - advertising**

QUIZ 6

1. Harry trả tiền vé tàu điện ngầm bằng cách slide thẻ plastic qua thiết bị đọc thẻ tại lối vào nhà ga. Đây là ví dụ minh họa của công nghệ nào?
 - a. GPS technology
 - b. a proximity card**
 - c. mSCM
 - d. telemetry
2. Hãy chỉ ra hai lợi ích lớn nhất của B2B mobile commerce:
 - a. to reduce both marketing and administrative costs - Giảm chi phí marketing và chi phí quản lý
 - b. to reduce administrative costs and collaborate with partners- Giảm chi phí quản lý và chi phí hợp tác với các đối tác
 - c. to reduce marketing costs and share information along the supply chain - Giảm chi phí marketing và chi phí chia sẻ thông tin trong chuỗi phân phối
 - d. to use wireless communication to share information along the supply chain and to collaborate with partners - Sử dụng các thiết bị không dây để chia sẻ thông tin trong chuỗi phân phối và để hợp tác với các đối tác**
3. Micropayments hay giao dịch giá trị nhỏ là các giao dịch thanh toán điện tử có trị giá:
 - a. for microcomputer services
 - b. less than \$1
 - c. less than \$10**
 - d. less than \$100
- 4 Một chương trình quảng cáo của nhà sản xuất điện thoại di động nhằm thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ thông qua các chiêu thức giảm giá, tặng quà nhằm cạnh tranh với dịch vụ điện thoại có dây. Đây là hình thức:
 - a. Nâng cấp đường truyền - improved bandwidth.
 - b. Chiến lược đẩy - vendor push.**
 - c. Nền kinh tế dịch vụ - the service economy.
 - d. Toàn cầu - ubiquity.
5. Một lái xe trả phí đường cao tốc khi đi qua trạm thu phí đường bằng thẻ đặt trên xe ô tô và máy đọc thẻ tại trạm tự động trừ tiền trên thẻ. Đây là ví dụ minh họa:
 - a. RFID technology**
 - b. contextual computing
 - c. distributed processing
 - d. pervasive computing
6. Một loại máy tính cầm tay chủ yếu được sử dụng để nhận, gửi thư điện tử được gọi là:
 - a. Ogo
 - b. blackerry**
 - c. smartphone
 - d. personal data assistant
7. Một loại máy tính cầm tay chủ yếu được sử dụng để quản lý thông tin cá nhân được gọi là:
 - a. personal data assistant**
 - b. smartphone
 - c. blackberry
 - d. Ogo

8. Một luật sư lưu trữ các thông tin liên lạc của khách hàng trong PDA. Anh ta có thể vừa tra cứu thông tin liên lạc trên PDA, vừa kết nối Internet để tra cứu thông tin của một số khách hàng hàng thông qua website danh bạ điện thoại. Hoạt động này được thể hiện đúng nhất bằng thuật ngữ nào dưới đây?
- a. localization of products and services
 - b. mobility
 - c. convenience**
 - d. ubiquity
9. Một thiết bị lưu trữ được sử dụng để xác định danh tính, địa điểm và xử lý các giao dịch được gọi là:
- a. Wireless Applications Protocol
 - b. Universal Mobile Telecommunications Systems
 - c. Transmission Control Protocol
 - d. Subscriber Identification Module**
10. Renee mua một chai coca-cola từ máy bán hàng tự động và thanh toán thông qua điện thoại di động. Đây là ví dụ về:
- a. e-wallet – ví điện tử
 - b. m-wallet – ví tiền di động**
 - c. wireless bill payment – thanh toán hóa đơn không dây
 - d. mobile banking – ngân hàng di động
11. Thương mại điện tử không dây thu hút hai hoạt động CRM nào dưới đây?
- a. wearable devices and job dispatch
 - b. sales force mobilization and field service**
 - c. field service and job dispatch
 - d. sales force mobilization and wearable devices
12. Trong các địa điểm sau, địa điểm nào có số lượng điểm truy cập không dây nhiều nhất hiện nay?
- a. government office buildings**
 - b. airports
 - c. restaurants
 - d. libraries
13. Trong các ví dụ sau, ví dụ nào được gọi là giao dịch thanh toán giá trị nhỏ?
- a. paying a \$35 telephone bill over the Internet
 - b. buying a laptop over the Internet
 - c. buying a \$3 song over the Internet**
 - d. paying a \$300 annual bill for Internet access
14. Trung tâm của một mạng không dây cho phép các thiết bị có thể kết nối mạng tại đó được gọi là:
- a. mobile access point (map) - điểm truy cập mạng di động
 - b. m-connection -
 - c. wireless access point – điểm truy cập mạng không dây**
 - d. Bluetooth
15. Việc cập nhật đồng bộ dữ liệu giữa các thiết bị điện tử, máy tính được gọi là:
- a. synchronization**
 - b. data transfer
 - c. docking
 - d. data attaching

16. Việc giới trẻ từ 15-25 tuổi gia tăng sử dụng các thiết bị điện tử di động để giao tiếp, giải trí, học tập và làm việc được gọi là:

- a. **the handset culture – văn hóa thiết bị cầm tay**
- b. vendor push – chiến lược đẩy
- c. ubiquity – toàn cầu
- d. the service economy – nền kinh tế dịch vụ

17. Việc ứng dụng công nghệ không dây với các thiết bị như smartphone và PDA cho phép thực hiện các giao dịch điện tử và trao đổi thông tin mọi nơi, mọi lúc được thể hiện rõ nhất bằng thuật ngữ nào dưới đây:

- a. interactivity- tương tác
- b. **ubiquity – toàn cầu**
- c. mobility – di động
- d. convenience - tiện lợi

18. Việc tập hợp và phân tích các dữ liệu về khách hàng thu thập qua website để tìm ra những thói quen mua hàng được gọi là gì?

- a. Khảo sát dựa trên nền web - Web-based surveying.
- b. **Xử lý dữ liệu - data mining.**
- c. Theo dõi đơn lẻ - cookie tracking.
- d. Khảo sát theo nhóm - focus group surveying.

19. PGS. Nguyen gửi thông báo cho ngân hàng để hủy bỏ việc sử dụng thẻ tín dụng. Ngân hàng trả lời bằng email trong đó đề nghị giảm 3% lãi suất năm nếu PGS. Nguyen tiếp tục sử dụng loại thẻ này. Đây là ví dụ về hình thức nào?

- a. Chương trình xác định khách hàng trung thành - a customer loyalty program.
- b. **Hỗ trợ giữ chân khách hàng - save or win back.**
- c. Bán thêm sản phẩm dịch vụ gia tăng - up-selling.
- d. Thu hút khách hàng tiềm năng - prospecting.

20. Công ty ABC nhận màn hình từ Đài Loan, CPU từ Malaysia và lắp ráp tại Trung Quốc rồi giao cho khách hàng. Đây là ví dụ về hình thức nào?

- a. **merge-in-transit.**
- b. Trì hoãn thực hiện đơn hàng - order postponement.
- c. Kho hàng lưu động - a rolling warehouse.
- d. Giao hàng tập trung - leveraged shipments.

21. Nguyên nhân thứ hai khiến các khách hàng e ngại mua hàng trực tuyến qua các website bán hàng là gì?

- a. Lo ngại các sản phẩm đã đặt mua không được giao - concern that ordered products won't be delivered.
- b. **Lo ngại vì không được trả lại hàng - the absence of a good return mechanism.**
- c. Không sờ thấy sản phẩm trước khi mua - the inability to see a product before buying it.
- d. Lo ngại về tính an toàn khi mua hàng trên internet - concern over the potential for fraud.

Chương V: Hợp đồng điện tử

- Chỉ ra các hoạt động được minh họa trong hình sau đây (**hỏi**)
 - người gửi rút gọn hợp đồng và dùng khóa bí mật tạo ra chữ ký số*
 - người nhận rút gọn hợp đồng và giải mã chữ ký số để so sánh hai bản hợp đồng rút gọn*
 - người gửi mã hóa toàn bộ thông điệp cần gửi bằng khóa công khai của người nhận*
 - người nhận kiểm tra chữ ký số bằng khóa bí mật của mình
 - người nhận kiểm tra tính toàn vẹn của hợp đồng bằng cách so sánh hai hợp đồng đã nhận được
- Chỉ ra các hoạt động được minh họa sau đây (**hỏi**)
 - người gửi tạo ra chữ ký số*
 - người nhận kiểm tra chữ ký số bằng khóa công khai của người gửi*
 - người gửi mã hóa toàn bộ thông điệp cần gửi bằng khóa công khai của người nhận*
 - người nhận giải mã hợp đồng bằng khóa công khai của người gửi
 - người nhận kiểm tra tính toàn vẹn của hợp đồng bằng cách so sánh hai hợp đồng đã nhận được
- Chỉ ra yếu tố KHÔNG phải là lợi ích của hợp đồng điện tử
 - An toàn trong giao dịch, ký kết hợp đồng
 - Nâng cao năng lực cạnh tranh và hội nhập kinh tế quốc tế
 - Thuận tiện và dễ sử dụng đối với mọi doanh nghiệp***
 - Tiền đề để thực hiện toàn bộ các giao dịch điện tử qua mạng
- Chỉ ra yếu tố KHÔNG phải đặc điểm của chữ ký điện tử
 - Bằng chứng pháp lý: xác minh người lập chứng từ
 - Ràng buộc trách nhiệm: người ký có trách nhiệm với nội dung trong văn bản
 - Đồng ý: thể hiện sự tán thành và cam kết thực hiện các nghĩa vụ trong chứng từ
 - Duy nhất: chỉ duy nhất một người có khả năng ký điện tử vào văn bản***
- Hãy chỉ ra những điều kiện cần lưu ý để thành công khi giao kết hợp đồng điện tử
 - Giao dịch với đối tác đáng tin cậy: uy tín, năng lực, kinh nghiệm...***
 - Nội dung hợp đồng: đầy đủ, chính xác, chặt chẽ***
 - Có các chuyên gia về công nghệ thông tin
 - Có các chuyên gia về hợp đồng điện tử
 - Có kiến thức về thương mại điện tử***
- Hãy chỉ ra những sự khác biệt giữa hợp đồng điện tử và hợp đồng truyền thống?
 - Chữ ký: chữ ký tay và chữ ký điện tử***
 - Hình thức: trên giấy, thông điệp dữ liệu***
 - Hiện nay, hợp đồng điện tử chưa được sử dụng rộng rãi trên thế giới***
 - Nội dung: hợp đồng truyền thống có nội dung đơn giản hơn
- Hoạt động nào được minh họa trong hình sau đây
 - người nhận dùng khóa công khai mã hóa hợp đồng để đảm bảo tính bí mật
 - người nhận gửi khóa công khai cho người gửi để mã hóa hợp đồng
 - người gửi mã hóa hợp đồng bằng khóa công khai của mình
 - người gửi dùng khóa công khai của người nhận để mã hóa hợp đồng***
- Hoạt động nào được minh họa trong hình sau đây
 - người gửi mã hóa bằng khóa bí mật và người nhận giải mã bằng khóa công khai của người gửi***
 - người gửi tạo chữ ký số bằng khóa bí mật của mình
 - người nhận kiểm tra chữ ký số bằng khóa công khai của người gửi
 - người gửi sử dụng khóa công khai và khóa bí mật để mã hóa và giải mã hợp đồng
- Hợp đồng điện tử hình thành trong quá trình khách hàng mua hàng tại Amazon.com (xem minh họa) là loại hợp đồng điện tử nào?
 - Các mẫu hợp đồng được đưa lên trang web
 - Hợp đồng bằng email
 - Hợp đồng qua các thao tác click, type và browse***
 - Hợp đồng sử dụng chữ ký số

10. Theo luật Giao dịch điện tử của Việt Nam (2006), hình thức thể hiện của thông điệp dữ liệu gồm những hình thức nào sau đây? (chọn 3 hình thức)
- Thư điện tử**
 - Bản fax**
 - Trang web**
 - Văn bản in trên giấy
11. Theo luật Giao dịch điện tử Việt Nam (2006) Hợp đồng điện tử là hợp đồng
- được thiết lập dưới dạng thông điệp dữ liệu**
 - có các điều khoản chính thể hiện dưới dạng thông điệp dữ liệu
 - sử dụng hoàn toàn các thông điệp dữ liệu và các phương tiện điện tử
 - sử dụng các phương tiện điện tử trong toàn bộ hoặc một phần của quy trình
12. Theo luật Giao dịch điện tử Việt Nam (2006): "Giao kết hợp đồng điện tử là việc sử dụng để tiến hành một bước hay toàn bộ các bước trong quá trình"
- thông điệp dữ liệu / thực hiện hợp đồng
 - thông điệp dữ liệu và chữ ký số / ký kết và thực hiện hợp đồng
 - thông điệp dữ liệu / giao kết hợp đồng**
 - thông điệp dữ liệu và chữ ký số / giao kết và thực hiện hợp đồng
13. Theo quy định của luật giao dịch điện tử Việt nam (2006), giám đốc doanh nghiệp TMĐT B2B của Việt Nam nhận được đơn hàng và chấp nhận tại Nhật Bản, hợp đồng hình thành tại đâu?
- Tokyo
 - Osaka
 - Hà nội**
 - Chưa thể xác định
14. Trong các hình thức hợp đồng điện tử dưới đây, hình thức nào an toàn nhất?
- Hợp đồng trên các trang web
 - Hợp đồng bằng email
 - Hợp đồng ký kết trên các sàn giao dịch điện tử
 - Hợp đồng điện tử sử dụng chữ ký số**
15. Trong quy trình giao dịch thương mại điện tử B2C cơ bản, hợp đồng được hình thành giữa
- Khách hàng cá nhân và Công ty quản lý website
 - Khách hàng cá nhân và Công ty sở hữu và quản lý website**
 - Khách hàng cá nhân và Phần mềm website
 - Khách hàng cá nhân và Giám đốc công ty thương mại điện tử
 - Chưa có câu trả lời đúng
16. Trong quy trình sử dụng chữ ký số sau đây (hình minh họa), người gửi đã gửi cho người nhận những thông điệp nào?
- hợp đồng điện tử
 - chữ ký số
 - hợp đồng điện tử và chữ ký số**
 - Bản rút gọn của hợp đồng điện tử và chữ ký số
17. Trong quy trình sử dụng chữ ký số sau đây (hình minh họa), chữ ký số được tạo ra như thế nào?
- dùng khóa công khai mã hóa hợp đồng
 - dùng khóa bí mật mã hóa hợp đồng
 - dùng khóa bí mật mã hóa bản rút gọn hợp đồng**
 - dùng khóa công khai mã hóa bản rút gọn của hợp đồng
18. Về nguyên tắc, khi sử dụng chữ ký số bằng công nghệ khóa công khai
- Người gửi và người nhận mỗi người giữ một khoá và không cho nhau biết
 - Người gửi biết cả hai khoá còn người nhận chỉ biết một khoá**
 - Một khoá công khai và một khoá bí mật chỉ người gửi và người nhận biết
 - Một khoá chuyên dùng để mã hoá và khoá kia chuyên dùng để giải mã
19. Việc đánh máy tên và địa chỉ công ty ở cuối một e-mail không được coi là CHỮ KÍ ĐIỆN TỬ AN TOÀN vì
- Dữ liệu tạo ra chữ ký điện tử này không gắn duy nhất với người ký
 - Khó phát hiện thay đổi với chữ ký sau khi đó ký
 - Khó phát hiện thay đổi với nội dung sau khi đó ký
 - Chưa có câu trả lời chính xác**

20. Yếu tố nào KHÔNG thuộc quy trình ký điện tử trong đó sử dụng công nghệ PKI
- Thông điệp gốc
 - Bản tóm lược của thông điệp gốc
 - Mã hóa bằng khóa công khai**
 - Mã hóa bằng khóa bí mật
21. Trong quá trình gửi và nhận thông điệp điện tử sử dụng chữ ký số bằng công nghệ PKI, hoạt động nào sau đây cần được thực hiện?
- người gửi mã hóa bằng khóa bí mật và người nhận giải mã bằng khóa công khai của người gửi**
 - người gửi tạo chữ ký số bằng khóa bí mật của mình
 - người nhận kiểm tra chữ ký số bằng khóa công khai của người gửi
 - người gửi sử dụng khóa công khai và khóa bí mật để mã hóa và giải mã hợp đồng
22. Trong quá trình sử dụng chữ ký số bằng công nghệ PKI, hoạt động nào sau đây được thực hiện?
- người nhận dùng khóa công khai mã hóa hợp đồng để đảm bảo tính bí mật
 - người nhận gửi khóa công khai cho người gửi để mã hóa hợp đồng
 - người gửi mã hóa hợp đồng bằng khóa công khai của mình
 - người gửi dùng khóa công khai của người nhận để mã hóa hợp đồng**
23. Để gửi và nhận hợp đồng điện tử an toàn, các thao tác nào sau đây cần thực hiện (3 thao tác)?
- người gửi rút gọn hợp đồng và dùng khóa bí mật tạo ra chữ ký số**
 - b. người nhận rút gọn hợp đồng và giải mã chữ ký số để so sánh hai bản hợp đồng rút gọn**
 - người gửi mã hóa toàn bộ thông điệp cần gửi bằng khóa công khai của người nhận**
 - người nhận kiểm tra chữ ký số bằng khóa bí mật của mình
 - người nhận kiểm tra tính toàn vẹn của hợp đồng bằng cách so sánh hai hợp đồng đã nhận được
24. Trong quy trình sử dụng chữ ký số để ký kết hợp đồng, người gửi đã gửi cho người nhận những thông điệp nào?
- hợp đồng điện tử
 - chữ ký số
 - hợp đồng điện tử và chữ ký số
 - d. Bản rút gọn của hợp đồng điện tử và chữ ký số**
25. Hiện nay, sau khi có nghị định về chữ ký số và chứng thực điện tử, DN vẫn chưa thể tiến hành hoạt động gì trực tuyến?
- Đàm phán và ký kết hợp đồng điện tử
 - Giới thiệu hàng hóa, dịch vụ
 - Tìm kiếm khách hàng và chia sẻ thông tin
 - d. Ký kết hợp đồng điện tử**

Chương VI: Luật điều chỉnh trong thương mại điện tử

- Luật giao dịch điện tử của Việt Nam (Đ19) Trường hợp công ty ABC là người nhận thông điệp dữ liệu chỉ định hộp thư điện tử để nhận thông điệp dữ liệu là `congyabc@hn.vnn.vn` thì thời điểm nhận là thời điểm thông điệp dữ liệu nhập vào hệ thống và địa điểm nhận là
 - máy chủ thư điện tử `@hn.vnn.vn` / trụ sở công ty
 - máy chủ thư điện tử `@hn.vnn.vn` / địa điểm đặt máy chủ thư điện tử
 - hộp thư điện tử congyabc@hn.vnn.vn / trụ sở công ty***
 - hộp thư điện tử `congyabc@hn.vnn.vn` / địa điểm đặt máy chủ thư điện tử.
- Theo Luật giao dịch điện tử của Việt Nam, những hành vi nào bị cấm trong giao dịch điện tử. (chọn tối đa 3 hành vi bị cấm, chọn đúng được 0.33 điểm, chọn sai bị trừ 0.5 điểm.)
 - Ngăn chặn trái phép quá trình truyền, gửi, nhận thông điệp dữ liệu***
 - Thay đổi, xóa, giả mạo trái phép thông điệp dữ liệu***
 - Tạo ra thông điệp dữ liệu nhằm thực hiện hành vi trái pháp luật***
 - Phát tán các chương trình phần mềm trên mạng có tổ chức
 - Sử dụng chữ ký điện tử của người khác để ký kết hợp đồng
- Thông điệp dữ liệu do tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký điện tử phát hành nhằm xác nhận cơ quan, tổ chức, cá nhân được chứng thực là người ký chữ ký điện tử được gọi là:
 - Chứng thư điện tử***
 - Chứng thực điện tử
 - Chứng thư chứng thực chữ ký số
 - Chứng thực điện tử chứng thực chữ ký số
- Theo Luật giao dịch điện tử VN: Địa điểm nào được coi là địa điểm gửi thông điệp dữ liệu
 - Trụ sở của người gửi***
 - Địa điểm lưu trữ máy chủ hệ thống thông tin của người gửi
 - Địa điểm lưu trữ máy chủ email của người gửi
 - Địa điểm thông điệp đó được khởi tạo và gửi đi
- Luật giao dịch điện tử của Việt Nam (Đ21): Giao kết hợp đồng điện tử bằng e-mail được chấp nhận nhưng giá trị làm chứng cứ thấp vì những lý do nào sau đây (chọn tối đa 3 lựa chọn)
 - Độ tin cậy của cách thức khởi tạo, lưu trữ, truyền gửi thông điệp thấp***
 - Cách thức bảo đảm và duy trì tính toàn vẹn của thông điệp thấp***
 - Khó xác định người ký và sự chấp thuận của người đó đối với nội dung hợp đồng***
 - Không thể hiện con dấu của doanh nghiệp trên hợp đồng này
 - Không phù hợp với các hợp đồng giá trị lớn.
- Giao dịch điện tử được thực hiện tự động từng phần hoặc toàn bộ thông qua hệ thống thông tin được thiết lập sẵn được gọi là
 - Giao dịch điện tử tự động***
 - Giao dịch điện tử
 - Giao dịch điện tử tự động giữa người mua và người bán
 - Giao dịch thương mại điện tử
- Theo Luật giao dịch điện tử VN : Khi người gửi yêu cầu xác nhận thì thông điệp dữ liệu được coi là :
 - Chưa gửi đến khi người nhận gửi thông báo xác nhận
 - Chưa gửi đến khi người khởi tạo nhận được thông báo xác nhận của người nhận***
 - Đã gửi khi người khởi tạo gửi thông báo xác nhận
 - Đã gửi khi người khởi tạo nhận được và truy cập được vào thông điệp xác nhận
- Luật giao dịch điện tử của Việt Nam (Đ17) Thời điểm gửi thông điệp dữ liệu là thời điểm thông điệp dữ liệu này nhập vào hệ thống thông tin
 - nằm ngoài sự kiểm soát của người khởi tạo***
 - dưới sự kiểm soát của người khởi tạo
 - dưới sự kiểm soát của người nhận
 - nằm trong sự kiểm soát của người nhận và người gửi

9. Luật giao dịch điện tử của Việt Nam đề cập các vấn đề chính sau, ngoại trừ (2 vấn đề)
 - a. Giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu
 - b. Thời gian gửi và nhận thông điệp dữ liệu
 - c. Thừa nhận chữ ký điện tử và chứng thư điện tử nước ngoài
 - d. Thanh toán điện tử**
 - e. Thuế trong các giao dịch điện tử**
10. Luật giao dịch điện tử của Việt Nam (Đ18) Trường hợp trước hoặc trong khi gửi thông điệp dữ liệu, người khởi tạo tuyên bố thông điệp dữ liệu chỉ có giá trị khi có thông báo xác nhận thì thông điệp dữ liệu được coi là cho đến khi nhận được thông báo xác nhận đã nhận được thông điệp dữ liệu đó
 - a. **chưa gửi / người khởi tạo**
 - b. chưa nhận / người khởi tạo
 - c. chưa gửi / người nhận
 - d. chưa nhận / người nhận
11. Luật giao dịch điện tử của Việt Nam (Đ15) Hợp đồng ký kết giữa khách hàng cá nhân và website bán hàng trực tuyến có giá trị làm chứng cứ hay không phụ thuộc các yếu tố nào sau đây (Chọn tối đa 3 lựa chọn, chọn đúng được 0,33 điểm, chọn sai bị trừ 0,5 điểm)
 - a. **Độ tin cậy của cách thức tạo, lưu trữ và gửi hợp đồng**
 - b. **Cách thức đảm bảo, duy trì tính toàn vẹn nội dung của hợp đồng**
 - c. **Cách thức xác định người khởi tạo**
 - d. Cách thức ràng buộc trách nhiệm người mua với hợp đồng đã ký kết
 - e. Cách thức ràng buộc trách nhiệm người bán thực hiện đơn hàng đã ký kết
12. Hệ thống được tạo lập để gửi, nhận, lưu trữ, hiển thị hoặc thực hiện các xử lý khác đối với thông điệp dữ liệu được gọi là gì?
 - a. **Hệ thống thông tin**
 - b. Hệ thống thương mại điện tử
 - c. Hệ thống thông tin thương mại và thị trường
 - d. Hệ thống thông tin giao dịch điện tử
13. Nghị định số 57/2006/NĐ-CP về Thương mại điện tử (Đ15): Khách hàng đặt hàng mua sách qua mạng và mắc một lỗi nhập số lượng hàng cần mua, thay vì mua 10 đã nhập nhầm là mua 100 cuốn sách, số tiền thanh toán bằng thẻ tín dụng đã bị trừ đủ cho 100 cuốn sách. Người mua thông báo bằng email cho người bán về lỗi trên ngay sau đó. Một tuần sau, khi nhận được lô hàng, người mua trả lại 90 cuốn sách cho người bán. Người bán không chấp nhận vì hợp đồng đã được thực hiện
 - a. **Người bán hành động như trên là sai**
 - b. Người mua phải chịu trách nhiệm vì họ gây ra lỗi nhập sai dữ liệu
 - c. Người mua phải chịu trách nhiệm vì phát hiện lỗi quá muộn
 - d. Hai bên thương lượng tiếp để giải quyết số sách chênh lệch
14. Luật giao dịch điện tử của Việt Nam (Đ4): Chương trình máy tính được thiết lập để hoạt động tạo ra các chữ ký số gọi là
 - a. Chương trình chứng thực điện tử
 - b. **Chương trình ký điện tử**
 - c. Chương trình cấp chứng thư điện tử
 - d. Chương trình kiểm tra chữ ký điện tử
 - e. Chương trình ký điện tử an toàn
15. Luật giao dịch điện tử của Việt Nam : Khái niệm nào KH Ô NG được định nghĩa
 - a. Chữ ký điện tử
 - b. Chứng thư điện tử
 - c. Giao kết hợp đồng điện tử
 - d. Hoạt động chứng thực điện tử
 - e. Bảo vệ người tiêu dùng**
16. Luật giao dịch điện tử của Việt Nam (Đ12) : Một thông điệp dữ liệu được xem là có giá trị như văn bản viết nếu thông tin hàm chứa trong thông điệp dữ liệu đó có thể để tham chiếu khi cần thiết
 - a. **Hiện thị trên màn hình và đọc được**

- b. In ra giấy và sử dụng được làm bằng chứng
 - c. **Truy cập và sử dụng được**
 - d. Truy cập, đọc và in ra được
17. Luật giao dịch điện tử của Việt Nam (Đ1) : Luật này KHÔNG áp dụng đối với những hoạt động nào dưới đây (2 hoạt động)
- a. Dân sự
 - b. Thương mại
 - c. **Cấp giấy chứng nhận quyền sở hữu nhà**
 - d. **Văn bản thừa kế**
 - e. Mua bán cổ phiếu
18. Luật giao dịch điện tử của Việt Nam (Đ13). Hợp đồng được bên A tạo ra dưới dạng văn bản word, ký và gửi cho bên B, bên B chấp nhận toàn bộ nội dung, bôi đen một số điều khoản để nhấn mạnh, ký và gửi lại cho bên A. Để chắc chắn, bên B trước khi gửi chuyển hợp đồng sang định dạng pdf và đặt password cấm thay đổi nội dung. Hợp đồng bên A nhận lại có được coi là có giá trị như văn bản gốc hay không
- a. **Có**
 - b. Không
 - c. Luật chưa quy định rõ trường hợp này
 - d. Chỉ hợp đồng dạng word do bên B tạo ra được coi là có giá trị như bản gốc
19. Theo Luật giao dịch điện tử VN : Khi nào người nhận được coi là đã nhận được thông điệp dữ liệu
- a. **Khi thông điệp dữ liệu nhập vào hệ thống thông tin của người nhận**
 - b. Khi người nhận đọc thông điệp dữ liệu
 - c. Khi người nhận download thông điệp dữ liệu về máy tính của mình và có thể truy cập được
 - d. Khi người nhận có khả năng đọc được thông điệp dữ liệu
20. Theo Luật giao dịch điện tử VN : Thời điểm nhận thông điệp dữ liệu là
- a. Thời điểm thông điệp dữ liệu nhập vào bất kỳ hệ thống thông tin nào của người nhận
 - b. Thời điểm thông điệp dữ liệu nhập vào các hệ thống thông tin của người nhận
 - c. Thời điểm thông điệp dữ liệu đó nhập vào hệ thống thông tin do người nhận chỉ định
 - d. **Thời điểm thông điệp dữ liệu đó nhập vào hệ thống thông tin của người nhận**

Chương VIII: Thanh toán điện tử

1. Quá trình kiểm tra để xác định xem thông tin về thẻ có chính xác không và số dư tiền trên thẻ đủ để thanh toán cho giao dịch hay không được gọi là gì?
 - a. Thanh toán
 - b. Settlement
 - c. Xác thực – authorization.**
 - d. Phê duyệt - approval.
 - e. Mua hàng procurement
2. Giỏ mua hàng điện tử KHÔNG nhất thiết phải có chức năng nào dưới đây
 - a. Tìm kiếm sản phẩm**
 - b. Lựa chọn, thêm, bớt sản phẩm
 - c. Tính toán giá, lập hóa đơn
 - d. Liên kết đến phần mềm thanh toán điện tử
3. Tổ chức cung cấp tài khoản chấp nhận thanh toán cho người bán hay Internet Merchant Accounts với mục đích chấp nhận các khoản thanh toán bằng thẻ tín dụng được gọi là gì
 - a. Nhà cung cấp dịch vụ - processor.
 - b. Tổ chức cung thẻ tín dụng - credit card association
 - c. Ngân hàng phát hành - issuing bank.
 - d. Ngân hàng thông báo - acquiring bank**
4. Một loại thẻ thanh toán cho phép các giao dịch thanh toán được thực hiện khi đặt gần thiết bị đọc thẻ như trả phí giao thông trên đường cao tốc, trả vé tàu điện ngầm... được gọi là gì
 - a. contactless card**
 - b. debit card.
 - c. contact card
 - d. optical memory card
5. Người mua/chủ thẻ, ngân hàng của người mua/ngân hàng phát hành thẻ, ngân hàng của người bán, người bán/tổ chức chấp nhận thanh toán thẻ, tổ chức cung cấp dịch vụ thanh toán điện tử là các bên liên quan đến giao dịch thương mại điện tử nào
 - a. Mua hàng và thanh toán bằng thẻ tại siêu thị
 - b. Mua hàng và thanh toán bằng thẻ tín dụng qua Internet**
 - c. Mua hàng và thanh toán bằng thẻ tín dụng tại cửa hàng
 - d. Rút tiền mặt từ máy ATM để thanh toán khi mua hàng
6. Một loại thẻ thanh toán cho phép chủ thẻ rút tiền trực tiếp từ tài khoản tiền gửi của mình tại ngân hàng. Đây là loại thẻ nào
 - a. Thẻ ghi nợ - debit card.**
 - b. Thẻ tín dụng - credit card.
 - c. Thẻ mua hàng - charge card.
 - d. Thẻ thanh toán điện tử - e-payment card.
7. GS. Tuấn sử dụng thẻ để mua một số sách trên mạng. Các khoản thanh toán bị trừ trực tiếp từ tài khoản tiền gửi của ông đặt tại ngân hàng Vietcombank. Trong trường hợp này, ông Tuấn đã sử dụng loại thẻ nào
 - a. Thẻ tín dụng - credit card
 - b. Thẻ mua hàng - charge card
 - c. Thẻ ghi nợ - debit card**
 - d. Ví điện tử - e-wallet.
8. Loại thẻ nào có độ bảo mật cao hơn các loại thẻ còn lại
 - a. Thẻ rút tiền mặt (ATM)
 - b. Thẻ mua hàng
 - c. Thẻ thông minh**
 - d. Thẻ băng từ
9. Hạn chế khó khắc phục nhất khi đẩy mạnh cung cấp dịch vụ Internet banking tại VN là
 - a. Khó đảm bảo các vấn đề an toàn, bảo mật
 - b. Thiếu vốn đầu tư và công nghệ
 - c. Hạn chế về trình độ trong ngành ngân hàng
 - d. Thị trường tiềm năng nhỏ**

10. Yếu tố nào không phải lợi ích của dịch vụ ngân hàng điện tử
- Thanh toán các hóa đơn trực tuyến
 - Truy cập các thông tin về tài khoản và các giao dịch đã thực hiện
 - Truy cập mọi nơi, mọi lúc
 - Tương tác trực tiếp với nhân viên ngân hàng***
11. TS. Minh thực hiện thanh toán các hóa đơn tiền điện, điện thoại, internet bằng cách vào các website của những nhà cung cấp dịch vụ trên và nhập vào đó thông tin tài khoản để thanh toán, đây là hình thức thanh toán điện tử gì
- Ngân hàng điện tử - online banking
 - Thanh toán hóa đơn trực tuyến - biller direct***
 - Cổng thanh toán hóa đơn trực tuyến - bill consolidator
 - Thẻ tín dụng ảo - virtual credit card
12. Sự khác biệt lớn nhất giữa Thẻ tín dụng (credit card) và Thẻ ghi nợ (debit card) là
- Khả năng thanh toán trong giao dịch qua Internet (mua hàng qua mạng)
 - Khả năng thanh toán trong các giao dịch truyền thống (tại siêu thị, cửa hàng...)
 - Khả năng rút tiền từ các máy ATM
 - Khả năng chi tiêu bị giới hạn***
13. Trên góc độ khách hàng sử dụng hóa đơn điện tử, hãy chỉ ra vấn đề KHÔNG phải là lợi ích đối với họ
- Giảm chi phí - reduced expenses.
 - Dễ dàng lưu trữ các loại hóa đơn - improved record keeping.
 - Không bị giới hạn về thời gian và địa điểm thanh toán hóa đơn - ability to pay bills from anywhere at any time.
 - Nhận ít hơn những mẫu quảng cáo từ các doanh nghiệp gửi hóa đơn - fewer ads from companies sending bills.***
14. TS. Lynn thực hiện các khoản thanh toán hàng tháng thông qua một website thanh toán trực tuyến do ngân hàng cung cấp. Đây là ví dụ về
- Ngân hàng điện tử - online banking***
 - Thanh toán hóa đơn trực tuyến - biller direct
 - Cổng thanh toán hóa đơn trực tuyến - bill consolidator
 - Thẻ tín dụng ảo - virtual credit card
15. Dịch vụ kết nối người bán hàng, khách hàng, và các ngân hàng liên quan để thực hiện các giao dịch thanh toán điện tử được gọi là gì?
- Dịch vụ thanh toán trực tuyến - payment processing service***
 - Người bán - merchant.
 - Ngân hàng phát hành - issuing bank
 - Ngân hàng thông báo - acquiring bank
16. Sử dụng..... khách hàng không cần phải điền các thông tin vào các đơn đặt hàng trực tuyến mà chỉ cần chạy phần mềm trên máy tính
- Tiền số hoá: Digital cash
 - Tiền điện tử: E-cash
 - Ví điện tử: E-wallet***
 - Séc điện tử: E-cheque
17. Tổ chức tài chính cung cấp thẻ thanh toán cho các khách hàng cá nhân được gọi là gì?
- Nhà cung cấp dịch vụ - processor.
 - Tổ chức cung thẻ tín dụng - credit card association
 - Ngân hàng phát hành - issuing bank.***
 - Ngân hàng thông báo - acquiring bank.
18. Một loại thẻ thanh toán, không có giới hạn nhất định, chủ thẻ phải trả các khoản chi tiêu, mua sắm hàng tháng. Đây là loại thẻ nào
- Thẻ ghi nợ - debit card.
 - Thẻ tín dụng - credit card
 - Thẻ mua hàng - charge card.***
 - Thẻ thanh toán điện tử - e-payment card

19. Chỉ ra yếu tố KHÔNG cùng loại với các yếu tố khác
- ATM
 - EFT
 - ACH
 - EDI**
20. Trong năm 2004, theo thống kê của Turban 2006, tổng thiệt hại do các giao dịch thanh toán giả mạo trực tuyến đối với người bán hàng là bao USD
- \$26 million.
 - \$260 million.
 - \$2.6 billion.**
 - \$26 billion
21. Lợi ích cơ bản nhất của Internet banking là gì
- Tiết kiệm chi phí giao dịch
 - Tạo điều kiện cung ứng thêm các dịch vụ cho khách hàng
 - Tăng mức độ thuận tiện trong giao dịch của khách hàng**
 - Xây dựng lòng trung thành và gia tăng lợi nhuận cho khách hàng
22. Một loại thẻ thanh toán cho phép chủ thẻ sử dụng một khoản tiền để thanh toán với giới hạn nhất định do công ty cấp thẻ đưa ra và thường yêu cầu một tỷ suất lợi nhuận khá cao đối với những khoản thanh toán không được trả đúng hạn. Đây là loại thẻ nào
- Thẻ ghi nợ - debit card
 - Thẻ tín dụng - credit card.**
 - Thẻ mua hàng - charge card.
 - Thẻ thanh toán điện tử - e-payment card
23. GS. Hoang đăng ký sử dụng một dịch vụ thanh toán cho phép tập hợp tất cả các hóa đơn GS phải trả trong tháng từ các nhà cung cấp dịch vụ khác nhau, và chỉ phải thực hiện một thanh toán duy nhất. Đây là ví dụ về hình thức thanh toán điện tử nào
- Ngân hàng điện tử - online banking
 - Thanh toán hóa đơn trực tuyến - biller direct
 - Cổng thanh toán hóa đơn trực tuyến - bill consolidator**
 - Thẻ tín dụng ảo - virtual credit card
24. Quá trình chuyển tiền từ tài khoản của người mua sang tài khoản của người bán được gọi là gì?
- Thanh toán – settlement**
 - Xác thực – authorization
 - Phê duyệt – approval
 - Mua hàng – procurement
25. Trong giao dịch thương mại quốc tế, với những hợp đồng có giá trị lớn, ví dụ trên 50.000 USD, các doanh nghiệp thường sử dụng hình thức thanh toán nào
- Thanh toán bằng thẻ - trade card payment.
 - Thanh toán điện tử nhỏ - e-micropayment
 - Thanh toán sử dụng chữ ký số - PKI payment
 - Thư tín dụng - letter of credit.**
26. Một loại thẻ thông minh với một con chip nhỏ, màu vàng gắn trên bề mặt thẻ cho phép gửi và nhận thông tin với máy đọc thẻ khi đặt vào vào trong máy đọc thẻ được gọi là gì
- purchase card.
 - debit card.
 - contact card**
 - optical memory card
27. Trên góc độ người cung cấp hóa đơn điện tử, hãy chỉ ra đặc điểm KHÔNG phải lợi ích của hoạt động này
- Giảm chi phí xử lý giao dịch - reduced processing expense
 - Cải thiện chất lượng dịch vụ khách hàng - improved customer service.
 - Giúp doanh nghiệp hiện diện trên toàn thế giới - universal availability**
 - Thu hút thêm nhiều khách hàng tiềm năng - opportunity for targeted advertising

28. Các giao dịch thanh toán điện tử có giá trị nhỏ hơn 10 USD được gọi là gì
- Thanh toán điện tử trung bình - e-mediumpayments
 - Thanh toán điện tử nhỏ - e-micropayments**
 - Thanh toán điện tử bằng thẻ thông minh - e-smart payments.
 - Tiền điện tử - e-cash.
29. Công ty bán sản phẩm hay dịch vụ trực tuyến, sử dụng thẻ tín dụng là công cụ thanh toán được gọi là gì?
- Nhà cung cấp dịch vụ - processor
 - Người bán – merchant**
 - Ngân hàng phát hành - issuing bank
 - Ngân hàng thông báo - acquiring bank

Chương IX: Triển khai dự án xây dựng TMDT

1. Dr. Hoa mua và download một phần mềm tường lửa trực tuyến. Sau khi cài đặt phần mềm này trên máy tính xong, cô phát hiện ra máy tính không thể kết nối Internet được. Dr. Hoa truy cập vào website của nhà cung cấp phần mềm, xem mục FAQ của phần mềm này và tìm được cách khắc phục sự cố. Đây là ví dụ minh họa hoạt động nào?

a. **Chức năng hỗ trợ về sản phẩm - product support function.**

b. Chức năng thực hiện đơn hàng - order fulfillment function.

c. Chức năng giới thiệu sản phẩm - product presentation function.

d. Chức năng cung cấp dịch vụ khách hàng - customer service function.

2. Gói phần mềm bao gồm cửa hàng trực tuyến, giỏ mua hàng trực tuyến, mẫu đặt hàng, cơ sở dữ liệu mô tả sản phẩm, giá và đơn đặt hàng ... được gọi là gì?

a. **phần mềm trang chủ bán hàng**

b. Trọn gói phần mềm về thương mại điện tử

c. một catalog điện tử

d. một gói phần mềm theo chức năng

3. Khi cần triển khai các ứng dụng thương mại điện tử trong thời gian ngắn, nguồn vốn ít, hệ thống mới không giữ vị trí chiến lược trong hoạt động kinh doanh, lựa chọn nào sau đây là phù hợp nhất?

a. tích hợp ứng dụng doanh nghiệp

b. outsourcing

c. **mua ứng dụng về thương mại**

d. insourcing

Kỹ thuật phát triển các ứng dụng thương mại điện tử nào theo đó các ứng dụng được triển khai đồng bộ và tương thích với hệ thống của các đối tác?

a. Leasing

b. Insourcing

c. Outsourcing

d. **Tích hợp ứng dụng doanh nghiệp**

4. Một module trên website cho phép người xem tự do đăng nhập, đặt câu hỏi, bình luận và trao đổi ý kiến gọi là:

a. chat group

b. Danh sách chung

c. **Diễn đàn thảo luận điện tử**

d. Danh sách thảo luận qua email

5. Bước đầu tiên trong việc xây dựng một đơn vị kinh doanh mới là gì?

a. Xây dựng kế hoạch kinh doanh - write a business case.

b. Tìm kiếm nguồn vốn cần thiết để đảm bảo sự thành công - find the money needed to make the business successful.

c. **Xác định những nhu cầu hiện tại chưa được đáp ứng của người tiêu dùng hoặc doanh nghiệp - identify a consumer or business need that isn't presently being met.**

d. Xem xét toàn bộ các cơ hội kinh doanh hiện hữu - investigate all existing opportunities.

6. Khi triển khai một dự án thương mại điện tử, việc xác định xem website có đáp ứng những mục tiêu kinh doanh và tầm nhìn của doanh nghiệp hay không gọi là gì?

a. **Kiểm tra kết quả - acceptance testing.**

b. Kiểm tra khả năng sử dụng - usability testing.

c. Kiểm tra khả năng tương tác - integration testing.

d. Kiểm tra khả năng hoạt động - performance testing.

7. Yêu cầu về thống nhất "consistency" trong thiết kế website nhằm mục tiêu nào sau đây?

a. đảm bảo rằng các tin nhắn được gửi đến cho những khách hàng đã tiếp xúc với công ty là nhất quán

b. **đảm bảo rằng các trang web phải nhất quán với nhau**

c. đảm bảo rằng tất cả visitors tìm thấy được những gì mà họ cần tìm

d. đảm bảo rằng các khách hàng được đối xử như nhau khi họ tiếp xúc với dịch vụ khách hàng

8. Theo một số nghiên cứu, người xem website nên tìm được thông tin họ quan tâm với điều kiện nào sau đây?

- a. Không cần nhấp chuột
- b. Trong vòng 10 phút hoặc kém hơn
- c. Chỉ với một cái nhấp chuột

d. Hơn 3 cái nhấp chuột

9. Kỹ thuật phát triển các ứng dụng Thương mại điện tử nào phù hợp với mục tiêu đưa ra các ứng dụng chiến lược nhằm tạo sự khác biệt của công ty với các đối thủ cạnh tranh?

- a. outsourcing
- b. mua một hệ thống đã có sẵn
- c. leasing

d. insourcing

10. Trong quá trình giao dịch điện tử, website bán hàng sử dụng các thông tin về sản phẩm, dịch vụ liên quan để đưa ra các chào bán cho khách hàng. Quá trình này được gọi là:

- a. Bình luận - comment.
- b. Xúc tiến - promotion.
- c. Bán sản phẩm dịch vụ liên quan - cross selling.**
- d. Bán thêm các sản phẩm dịch vụ khác - up selling.

11. Việc lưu trữ website, theo đó các doanh nghiệp mua phần cứng, phần mềm, tuyển dụng nhân sự và đường truyền để lưu trữ các website của mình được gọi là gì?

- a. ISP hosting.
- b. mirror hosting.
- c. using a storebuilder.

d. self-hosting.

12. Việc xây dựng website nội bộ có những lợi ích sau, NGOẠI TRỪ:

- a. Cho phép công ty sử dụng chuyên gia nội bộ
- b. Cho phép công ty mở rộng tầm kiểm soát hơn trong quy trình và các trang web đã hoàn thành
- c. Cung cấp tốc độ nhanh nhất ra thị trường**
- d. Cho phép công ty bảo hộ công nghệ độc quyền

13. Hệ ` vào Internet được gọi là gì?

- a. ISP address.
- b. URL name.
- c. domain name.**
- d. host name.

14. Theo thống kê chung, tương quan giữa chi phí xây dựng và lắp đặt một hệ thống thương mại điện tử và chi phí vận hành và duy trì hệ thống có đặc điểm gì?

- a. Không có một mối quan hệ tổng thể nào giữa chi phí xây dựng và lắp đặt một hệ thống thương mại điện tử và chi phí vận hành và duy trì hệ thống - There is no general relationship between the cost of building and installing an EC system and the cost of operating and maintaining it.
- b. Chi phí xây dựng và lắp đặt một hệ thống thương mại điện tử lớn hơn chi phí vận hành và duy trì hệ thống - It costs much more to build and install an EC system than to operate and maintain it.
- c. Chi phí xây dựng và lắp đặt một hệ thống thương mại điện tử tương đương chi phí vận hành và duy trì hệ thống - It costs about as much time, effort, and money to operate and maintain as to build and install a system.**
- d. Chi phí xây dựng và lắp đặt một hệ thống thương mại điện tử nhỏ hơn chi phí vận hành và duy trì hệ thống - It costs much more to operate and maintain an EC system than to build and install it.

15. Trang web giúp khách hàng trong quá trình mua hàng được gọi là gì?
- Trang chủ
 - Trang nội dung
 - Trang giao dịch**
 - Trang trợ giúp
16. Các trang web cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ, thông tin trong quá trình mua sắm, thông tin sau khi mua và dịch vụ sau bán được gọi là gì?
- Trang chủ
 - Trang nội dung**
 - Trang giao dịch
 - Trang trợ giúp
17. Trang web giúp người xem sử dụng hay định hướng khi đọc thông tin trên website được gọi là gì?
- Trang chủ**
 - Trang giao dịch
 - Trang trợ giúp
 - Trang nội dung
18. GS. Chi mua một e-book từ một nhà xuất bản qua mạng. Trong khi đang download tài liệu về thì máy tính gặp sự cố mất điện. Khi kết nối lại và bắt đầu download lại tài liệu thì nhận được thông báo rằng quá trình download đã hoàn tất. GS. Chi phải làm gì tiếp theo?
- Chức năng thực hiện đơn hàng - order fulfillment function.
 - Chức năng hỗ trợ về sản phẩm - product support function.
 - Chức năng giới thiệu sản phẩm - product presentation function
 - Chức năng cung cấp dịch vụ khách hàng - customer service function.**
19. Việc xác định xem sẽ đặt website tại đâu là một phần của hoạt động nào dưới đây?
- Nội dung - content.
 - a Web host.**
 - Cấu trúc của web - a Web design format.
 - Tên miền - a domain name.
20. Một công ty lưu trữ website cung cấp nhiều dịch vụ lưu trữ khác nhau cho các loại hình doanh nghiệp khác nhau được gọi là gì?
- a storebuilder.
 - self-hosting.
 - pure Web hosting service.**
 - ISP hosting.
21. Khi triển khai một dự án thương mại điện tử, việc chạy thử để kiểm tra cảm nhận của người sử dụng khi tương tác với website thương mại điện tử gọi là gì?
- Kiểm tra khả năng hoạt động - performance testing.
 - Kiểm tra kết quả - acceptance testing.
 - Kiểm tra khả năng sử dụng - usability testing.**
 - Kiểm tra khả năng tương tác - integration testing.
22. Khi triển khai một dự án thương mại điện tử, việc chạy thử để đảm bảo các module trong toàn bộ dự án hoạt động phối hợp tốt với nhau gọi là gì?
- Kiểm tra khả năng tương tác - integration testing.**
 - Kiểm tra khả năng sử dụng - usability testing.
 - Kiểm tra kết quả - acceptance testing.
 - Kiểm tra khả năng hoạt động - performance testing.

23. Trong quá trình chuyển đổi từ thương mại truyền thống sang thương mại điện tử, vấn đề nào sau đây thường xảy ra?

a. Sẽ có sự thay đổi về hình thức bên ngoài, tuy nhiên có rất ít thay đổi trong quá trình triển khai hay trong quyết định đầu tư vào cơ sở hạ tầng - there is a change in outlook, but rarely a change in procedures or investment in infrastructure.

b. Sẽ có sự thay đổi ngày càng nhiều về cách thức triển khai các hoạt động của doanh nghiệp - there are incremental changes to the ways things have always been done.

c. Sự thay đổi có thể chỉ ảnh hưởng đến một hoặc một số các phòng ban chức năng của doanh nghiệp - the change may affect only one or a few of the functional areas of the business.

d. Hầu hết mọi hoạt động của doanh nghiệp đều có thể phải thay đổi và cách thức làm truyền thống sẽ phải dẹp bỏ - there is always a sharp break with the past and every aspect of the business will probably change.

24. Khi đánh giá một gói ứng dụng thương mại điện tử, khả năng thu thập, lưu trữ, truy xuất thông tin và cấu trúc cơ sở dữ liệu của hệ thống đó cần được tiến hành cẩn thận. Quá trình đánh giá này gọi là gì?

a. information requirements

b. technological evolution.

c. flexibility.

d. user friendliness.

25. Theo một số nghiên cứu, khách hàng cần có khả năng trở về trang chủ của website với điều kiện nào sau đây?

a. Trong vòng 10 phút hoặc kém hơn

b. Hơn 3 cái nhấp chuột

c. Không cần nhấp chuột

d. Chỉ với một cái nhấp chuột

26. Khó khăn lớn nhất trong sử dụng vốn mạo hiểm – venture capital là gì?

a. Tìm được một nhà đầu tư mạo hiểm đồng ý cấp vốn - finding a willing venture capitalist.

b. Mất đi sự tự chủ - the loss of control a venture capitalist demands.

c. Chuyển địa điểm tới một lồng ấp - relocating the business to an incubator.

d. Tìm được số vốn mà nhà đầu tư yêu cầu - finding the money a venture capitalist will require.

27. Những nội dung trên website cho phép truy cập miễn phí hoặc tự do được gọi là gì?

a. Thông tin nội bộ - local content.

b. Thông tin đặc biệt - premium content.

c. Thông tin thương mại - commodity content.

d. Thông tin dành cho thành viên - member content.

28. Bước đầu tiên trong xây dựng dự án Thương mại điện tử là gì?

a. Xác định, đánh giá và lập kế hoạch xây dựng hệ thống thương mại điện tử - identify, justify, and plan the EC system.

b. Thiết kế cấu trúc kinh doanh thương mại điện tử - create the EC architecture.

c. Lựa chọn một phương án phát triển - select a development option.

d. Cài đặt, kiểm tra, kết nối, và triển khai các ứng dụng - install, test, connect, and deploy the application.

29. Công ty EcomPro đã kinh doanh được 50 năm, thế hệ EcomPro3 quyết định mở một kênh bán hàng trực tuyến để tăng cường quảng cáo và bán hàng cho cửa hàng truyền thống. Đây là ví dụ về:

a. Công thông tin - a portal.

b. Mua sắm trực tuyến - e-procurement.

c. Cửa hàng trực tuyến - a storefront.

d. Đấu thầu - a reverse auction.

30. Công ty Ecom Pro sản xuất và bán các loại hàng điện tử dưới nhiều nhãn hiệu khác nhau, có một số website riêng cho từng nhãn hiệu này. Công ty quyết định tập hợp tất cả các website riêng lẻ đó vào một website, từ đó liên kết đến các website riêng, bên cạnh đó cung cấp thông tin chung về công ty, thông tin hỗ trợ khách hàng, ban quản lý, lịch sử công ty... Đây là ví dụ về:
- Cửa hàng trực tuyến – a storefront
 - Đấu thầu – a reserve auction.
 - Cổng thông tin – a portal.**
 - e-procurement
30. Khi lập một dự án Thương mại điện tử, người lập dự án đầu tiên phải quan tâm đến những vấn đề nào?
- Vạch sẵn khung thời gian để triển khai và hoàn thành dự án - a time line for completion and implementation.
 - Chi phí để triển khai dự án - the cost of implementing the project.
 - Các nguồn lực về công nghệ hiện có có thể sử dụng cho dự án - the existing computer resources available for the project.
 - Xem xét mức độ phù hợp của dự án thương mại điện tử với chiến lược tổng thể của doanh nghiệp - how the EC project aligns with the organization's overall business plans and processes.**
31. Một công ty, đại học, hoặc một tổ chức phi lợi nhuận hỗ trợ các doanh nghiệp tiềm năng trong giai đoạn đầu xây dựng và phát triển được gọi là gì?
- Doanh nhân - entrepreneur
 - Lồng ấp - incubator**
 - Nhà đầu tư mạo hiểm - venture capitalist.
 - Nhà đầu tư thiên thần - angel investor.
32. Việc website và các trang web trên đó được sắp xếp, đặt tên, liên kết để hỗ trợ quá trình xem và duyệt web hay tìm kiếm được gọi là gì?
- The Web format
 - Cấu trúc thông tin**
 - Thiết kế website
 - The Web template
33. Một module của website cho phép khách truy cập và giao tiếp trực tuyến đồng thời với nhau được gọi là:
- chat group**
 - Danh sách chung
 - Diễn đàn thảo luận điện tử
 - Danh sách thảo luận qua email
34. Cá nhân giàu có đóng góp quỹ và có thể là kiến thức chuyên môn trong giai đoạn đầu tiên xây dựng một doanh nghiệp mới được gọi là gì?
- Nhà đầu tư mạo hiểm - venture capitalist.
 - Lồng ấp - incubator
 - Nhà đầu tư thiên thần - angel investor.**
 - Doanh nhân - entrepreneur
35. Đối với những ứng dụng thương mại điện tử cần triển khai nhanh chóng, mất nhiều chi phí xây dựng và duy trì, vận hành hệ thống, lựa chọn nào sau đây là phù hợp nhất?
- leasing**
 - tích hợp ứng dụng doanh nghiệp
 - outsourcing**
 - insourcing**
36. Một portal được xây dựng cho toàn bộ các tổ chức thành viên của công ty truy cập được gọi là gì?
- Cổng thông tin cá nhân
 - Cổng thông tin doanh nghiệp**
 - Cổng cung cấp các sản phẩm tự phục vụ
 - Cổng thông tin nội bộ

37. Một nhà sản xuất lớn có tám nhà máy tại một số địa điểm khác nhau. Công ty có website giới thiệu từng nhà máy trên 10 năm nay, tại đó có thông tin đầy đủ về tên, địa chỉ, điện thoại, email liên hệ cho từng nhà máy. Những thông tin này không thay đổi từ khi website được xây dựng và công ty không có nhu cầu thay đổi các thông tin này. Đây là ví dụ về:
- Nội dung động - dynamic content.
 - Nội dung tĩnh - static content.**
 - Nội dung đặc biệt - premium content.
 - Nội dung tối ưu - optimized content.
38. Khi triển khai website thương mại điện tử, quyết định nào trong những quyết định sau phải được thực hiện đầu tiên và có tác động đến các hoạt động thương mại điện tử sau này?
- Ai sẽ là người lưu trữ web - who will host it.**
 - Tên miền - the domain name.
 - Màu sắc và kết cấu - the colors and layout to use.
 - Khách hàng sẽ thanh toán như thế nào - how customers will make payments.
39. Để triển khai dự án thương mại điện tử thành công, yếu tố nào sau đây đóng vai trò quan trọng nhất?
- Sự phối hợp giữa chuyên gia công nghệ, kinh doanh và thương mại điện tử**
 - Ban lãnh đạo am hiểu thương mại điện tử
 - Đội ngũ kỹ sư tin học tốt
 - Đội ngũ chuyên gia thương mại điện tử
40. Việc đánh giá khả năng mở rộng của hệ thống thương mại điện tử theo nhiều chiều khác nhau để có thể cung cấp thêm các sản phẩm dịch vụ mới được gọi là gì?
- information requirements
 - flexibility.
 - hardware and software resources.
 - scalability.**
41. Mỗi lần khách hàng đặt hàng một đĩa CD từ cửa hàng bán đĩa nhạc trực tuyến, phần mềm quản lý kho hàng thông báo rằng một chiếc đĩa loại đó đã được đặt hàng. Đây là ví dụ về:
- Chức năng cung cấp dịch vụ khách hàng - customer service function
 - Chức năng đặt hàng trực tuyến - order entry function.**
 - Chức năng hỗ trợ sản phẩm - product support function.
 - Chức năng thực hiện đơn hàng - order fulfillment function
42. Trong quá trình giao dịch trực tuyến, website bán hàng đưa ra các lựa chọn liên quan với giá cao hơn, chất lượng và tính năng cao hơn, đây là quá trình:
- Bán thêm các sản phẩm dịch vụ khác - up selling.**
 - Bình luận - comment.
 - Bán sản phẩm dịch vụ liên quan - cross selling.
 - Xúc tiến - promotion.
43. Dr. Van truy cập một website ở đó có chức năng truy cập tiếp vào các thông tin được cá biệt hóa theo đúng nhu cầu của cô, đây là ví dụ về mô hình gì?
- Cổng thông tin**
 - Cửa hàng trực tuyến
 - Sàn giao dịch
 - Trình duyệt
44. Trang web giúp mọi người xem tìm hiểu chung về website và giới thiệu về website được gọi là gì?
- Trang trợ giúp
 - Trang nội dung
 - Trang chủ**
 - Trang giao dịch

45. Khi đánh giá một dự án thương mại điện tử, việc đảm bảo hệ thống máy tính, hệ điều hành của hệ thống thương mại điện tử mới tương thích với hệ thống hiện tại được gọi là gì?
- information requirements
 - user friendliness.
 - hardware and software resources.**
 - flexibility.
46. Về cơ bản, tại sao phải xây dựng một kế hoạch kinh doanh?
- Đưa ra cơ chế hoạt động cho doanh nghiệp - provide an operational framework for the business.
 - Giúp các nhà lãnh đạo ghi nhớ mục tiêu cần hoàn thiện - help the founders remember what they are trying to accomplish.
 - Tìm được vốn đầu tư - acquire funding. ?????
 - Đưa ra định hướng chiến lược cho nhân viên - provide strategic direction to employees.**
47. 1 chợ điện tử e-market liên kết nhiều người mua và nhiều người bán với nhau gọi là?
- Sàn giao dịch**
 - Mua sắm trực tuyến
 - Đấu thầu
 - Đấu giá
48. Sự khác biệt lớn nhất giữa một kế hoạch kinh doanh truyền thống và kế hoạch kinh doanh điện tử là gì
- Nhận thức được kinh doanh trong môi trường Internet là kinh doanh trong một môi trường kinh doanh đặc thù - understand that the Internet is an unique sales channel.**
 - Hiểu được mọi mặt về công nghệ cần thiết để triển khai một dự án - understand all aspects of the technology required to implement the plan.
 - Phát triển một kế hoạch kinh doanh kéo dài ít nhất là 20 năm - develop a plan that spans at least twenty years.
 - Nhận thức được các quy tắc truyền thống không thể ứng dụng được khi kinh doanh trên mạng Internet - understand that traditional rules do not apply when doing business on the Internet.
49. Trong một cửa hàng trực tuyến B2C, chức năng cung cấp cho khách hàng thông tin về sản phẩm qua các phần mềm duyệt web gọi là gì?
- Chức năng thanh toán trực tuyến - electronic payment function.
 - Chức năng thực hiện đơn hàng - order fulfillment function.
 - Chức năng đặt hàng trực tuyến - order entry function.
 - Chức năng giới thiệu sản phẩm - product presentation function**
50. Công ty EcomPro sản xuất và bán các loại hàng điện tử dưới nhiều nhãn hiệu khác nhau, có một số website riêng cho từng nhãn hiệu này. Công ty quyết định tập hợp tất cả các website riêng lẻ đó vào một website, từ đó liên kết đến các website riêng, bên cạnh đó cung cấp thông tin chung về công ty, thông tin hỗ trợ khách hàng, ban quản lý, lịch sử công ty... Đây là ví dụ về:
- Cổng thông tin - a portal.**
 - Cửa hàng trực tuyến - a storefront.
 - Đấu thầu - a reverse auction.
 - e-procurement
51. Trong quá trình giao dịch trực tuyến, website bán hàng cung cấp các phiếu mua hàng, phiếu giảm giá, dịch vụ miễn phí được gọi là gì?
- Xúc tiến - promotion.**
 - Bán thêm các sản phẩm dịch vụ khác - up selling.
 - Bình luận - comment.
 - Bán sản phẩm dịch vụ liên quan - cross selling
52. Một nhóm người cùng có một số mối quan tâm và giao tiếp với nhau qua email list đc gọi là gì?
- Diễn đàn thảo luận điện tử
 - chat group
 - Danh sách chung
 - Danh sách thảo luận qua email**

53. 1 portal đóng vai trò công kết nối đến các portal và web khác của công ty đc gọi là?
- Công cung cấp sản phẩm tự phục vụ
 - Cổng thông tin nội bộ**
 - Cổng thông tin doanh nghiệp
 - Cổng thông tin cá nhân
54. Việc 1 website TMĐT tập trung nhiều sản phẩm của nhiều nhà cung cấp khác nhau để nhiều người mua có thể xem xét được gọi là gì?
- a, Catalogs điện tử**
 - Mua sắm trực tuyến
 - Sàn giao dịch
 - Sàn giao dịch B2B của người bán
55. Những nội dung thông tin không bao giờ được truy cập qua web được gọi là gì?
- a. Thông tin đặc biệt – premium content**
 - Thông tin nội bộ - local content
 - Thông tin thương mại – commodity content
 - Thông tin dành cho thành viên – member content.
56. Mức độ thuận tiện của hệ thống nhằm giúp người dùng trung bình có thể sử dụng được dễ dàng được gọi là gì?
- information requirements.
 - b. user friendliness**
 - flexibility
 - technological evolution.
57. Một website với mục đích chính là cung cấp thông tin về doanh nghiệp và sản phẩm, dịch vụ được gọi là gì?
- Trang web tương tác - interactive site.
 - Trang web cho phép giao dịch - transactional site.
 - Trang web nhằm thu hút khách hàng - attractor.
 - d. Trang web cung cấp thông tin - informational site.**
58. Kế toán và logistics là hai ví dụ về mảng hoạt động nào khi triển khai thương mại điện tử? Accounting and logistics are examples of:
- Dịch vụ vận chuyển - transportation services.
 - b. Back-office operations.**
 - Dịch vụ khách hàng - customer service.
 - Thực hiện đơn hàng - order fulfillment
59. FTU lập ra danh mục các câu hỏi và câu trả lời mà sinh viên mới vào trường hay quan tâm dựa trên một điều tra quy mô trong vài năm. Đây là hình thức gì?
- Ứng dụng chiến lược giao tiếp với khách hàng - a customer-facing application.
 - b. Bảng câu hỏi - a FAQ page.**
 - Hoạt động trực tuyến - online networking.
 - Ứng dụng chiến lược khách hàng trung tâm - a customer-centric intelligence application.
60. Ngược với giao dịch thương mại truyền thống theo kiểu đẩy-push, giao dịch thương mại điện tử thường theo kiểu kéo-pull và có đặc điểm là:
- a. Khởi đầu với một đơn hàng - begins with an order.**
 - Xây dựng kho hàng mà không cần quan tâm đến nhu cầu tiềm năng - builds inventory without regard for potential demand.
 - Bắt đầu với việc tiến hành sản xuất sản phẩm để lưu kho - begin with manufacturing a product which is shipped to inventory
 - Có số lượng hàng thành phẩm lưu kho lớn hơn - has a much larger finished goods inventory level.

61. Tất cả các dịch vụ nhằm đảm bảo khách hàng nhận được sản phẩm mà họ đặt mua qua mạng trong thời gian đã cam kết được gọi là gì?
- logistics.
 - back-office operations.
 - Thực hiện đơn hàng - order fulfillment.**
 - Vận tải - transport.
62. Việc tổ chức nhận hàng trả lại từ những khách hàng không hài lòng đến người cung cấp được gọi là gì?
- order fulfillment
 - logistics.
 - reverse logistics.**
 - front-office operations.
63. Dr. Tang đặt mua một chiếc laptop tại Denn Computer qua website của công ty. Công ty xác nhận đơn hàng sau 10 phút và hạn giao hàng là 3 ngày. Mỗi ngày sau đó, Denn đều gửi cho Dr. Tang email thông báo về tình hình lắp ráp chiếc laptop theo yêu cầu đó. Khi hàng bắt đầu giao, Dr. Tang nhận được một email thông báo thời gian bắt đầu giao hàng. Đây là ví dụ về:
- Giao hàng - purchase dispatch.
 - Hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình mua hàng - customer support during purchase.
 - Hỗ trợ sau khi mua - postpurchase support.**
 - Hỗ trợ trước khi mua hàng - pre-purchase support.
64. Bán hàng, quảng cáo và hỗ trợ khách hàng trực tuyến là ví dụ về mảng hoạt động nào trong thương mại điện tử?
- Dịch vụ khách hàng - customer service.
 - Thực hiện đơn hàng - order fulfillment.
 - Back-office operations.
 - Hoạt động bán hàng - front-office operations.**
65. GS. Dang lên website của công ty DennVN để mua một chiếc máy tính. Trong quá trình mua hàng, GS. Dang lựa chọn linh kiện và cấu hình máy tính phù hợp và nhận được mức giá cụ thể đối với từng loại máy tính bà xem xét và thời hạn giao hàng đối với từng loại. Đây là ví dụ về hoạt động nào?
- Hỗ trợ sau khi mua - postpurchase support.
 - Hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình mua hàng - customer support during purchase.**
 - Giao hàng - purchase dispatch.
 - Hỗ trợ trước khi mua - pre-purchase support.
66. Với mức thiệt hại trên 1.2 tỷ USD, thiệt hại lớn nhất trong lịch sử các công ty dot.com xảy ra với:
- E-Toys.
 - Amazon.com.
 - Kozmo.com.
 - Webvan.**
67. Trong thương mại điện tử, các hoạt động sau là ví dụ về hoạt động hỗ trợ khách hàng trực tuyến,NGOẠI TRỪ
- Sự hiện diện của website - site availability.
 - Thời gian trả lời - response time.
 - Hỗ trợ đối với sản phẩm hư hỏng - product failure rate.**
 - Cung cấp dữ liệu kịp thời ngay trên website - timeliness of data on the Web site.

68. Khả năng giao hàng đúng thời hạn là vấn đề của:
- Đối với tất cả các hoạt động trên thế giới, tuy nhiên đây không phải là trở ngại đối với các hoạt động nội địa - in global operations, but it is rarely a problem in domestic operations.
 - Cả thương mại truyền thống và thương mại điện tử - in both off-line and online commerce.**
 - Các dịch vụ logistics truyền thống, nhưng vấn đề này chỉ có thể thực hiện trong thương mại điện tử - in traditional logistics, but the problem has been solved in e-commerce.
 - Chỉ đối với thương mại điện tử - unique to e-commerce.
69. Đối với các công ty bán hàng trực tuyến, ví dụ người sản xuất hay bán lẻ, bước thứ hai trong quá trình thực hiện đơn hàng là gì?
- Kiểm tra nguồn hàng trong kho - checking for product availability.**
 - Nhận đơn đặt hàng - receiving the customer's order.
 - Thực hiện đơn hàng - order fulfillment.
 - Dự báo nhu cầu - demand forecasting.
70. Khi TS. Vu vừa hoàn thành đơn đặt hàng mua một hộp mực in cho máy in của mình, website của công ty TA lập tức đưa ra gợi ý về hộp mực màu cho loại máy in đó và các loại giấy in phù hợp. Đây là ví dụ về hình thức bán hàng nào?
- Bán thêm sản phẩm dịch vụ gia tăng - up-selling.
 - Bán những sản phẩm liên quan - cross-selling.**
 - Thu hút khách hàng tiềm năng - prospecting.
 - Chương trình xác định khách hàng trung thành - a customer loyalty program.
71. Chỉ ra những hoạt động có thể cải tiến để nâng cao hiệu quả các giao dịch thương mại điện tử trực tuyến.
- logistics - are accomplished solely through improved links with logistics
 - cải tiến hệ thống thanh toán - are accomplished solely through implementing linkages with payment systems.
 - thay đổi cơ cấu trong công ty - are accomplished solely through improvements within the organization.
 - Tất cả các lựa chọn - may come from within the organization, from improved links with logistics, and through linkages with payment systems.**
72. Chiến lược thực hiện đơn hàng theo đó các linh kiện, bộ phận cấu thành sản phẩm được tập hợp từ nhiều hơn hai địa điểm được gọi là gì?
- Trì hoãn thực hiện đơn hàng - order postponement
 - merge-in-transit.**
 - Giao hàng tập trung - leveraged shipments.
 - Kho hàng lưu động - a rolling warehouse.
73. Vai trò của 3PL trong logistics đối với các công ty thương mại điện tử có đặc điểm gì?
- . Các doanh nghiệp thương mại điện tử ít khi sử dụng các bên thứ ba - 3PL suppliers are rarely used by e-commerce companies.
 - Tất cả các dịch vụ logistics phục vụ cho các công ty kinh doanh trực tuyến phải do các bên thứ ba cung cấp- all logistics services for online companies must be provided by 3PL suppliers.
 - Rất quan trọng lúc trong giai đoạn khởi đầu của các doanh nghiệp, nhưng nhiều doanh nghiệp thương mại điện tử lớn hiện nay đang tự triển khai hệ thống logistics nội bộ - crucial at start-up, but many large e-commerce companies are now developing internal logistical components.**
 - Các doanh nghiệp thương mại điện tử phối hợp với các bên thứ ba để thực hiện các hoạt động logistics - 3PL suppliers coordinate internal and external logistics functions in e-commerce companies

74. Trong quá trình giao dịch trực tuyến, website bán hàng cung cấp các phiếu mua hàng, phiếu giảm giá, dịch vụ miễn phí được gọi là gì?

Choose one answer.

a. **Xúc tiến - promotion.**

b. Bán sản phẩm dịch vụ liên quan - cross selling.

c. Bán thêm các sản phẩm dịch vụ khác - up selling.

d. Bình luận - comment.

75. Trong quá trình giao dịch trực tuyến, website bán hàng đưa ra các lựa chọn liên quan với giá cao hơn, chất lượng và tính năng cao hơn, đây là quá trình:

Choose one answer.

a. Xúc tiến - promotion.

b. Bán sản phẩm dịch vụ liên quan - cross selling.

c. **Bán thêm các sản phẩm dịch vụ khác - up selling.**

d. Bình luận - comment.

76. Bán hàng, quảng cáo và hỗ trợ khách hàng trực tuyến là ví dụ về mảng hoạt động nào trong thương mại điện tử?

a. Back-office operations.

b. Thực hiện đơn hàng - order fulfillment.

c. Dịch vụ khách hàng - customer service.

d. **Hoạt động bán hàng - front-office operations.**

77. Portal có vai trò làm giao diện giữa công ty, khách hàng và nhà cung cấp để cung cấp thông tin đến từng nhóm đối tượng cụ thể được gọi là gì?

a. Cổng cung cấp các sản phẩm tự phục vụ

b. Cổng thông tin nội bộ

c. **Cổng thông tin bên ngoài**

d. Cổng thông tin cá nhân

78. Một gói phần mềm tập hợp các công cụ thương mại điện tử, các module và components tích hợp với nhau trong một hệ thống thương mại điện tử gọi là gì?

a. **Trọn gói phần mềm về TMDT**

b. Một gói phần mềm theo chức năng

c. Một catalog điện tử

d. Phần mềm trang chủ bán hàng

Chương X: Đấu giá điện tử

- 1 Sau đây là các bước trong giao dịch trực đấu giá trực tuyến, NGOẠI TRỪ:
 - a. người bán và người mua đưa ra các điều khoản cho giao dịch bao gồm giá cả, chất lượng sản phẩm, giao hàng và các điều khoản về thanh toán.
 - b. người mua sắp xếp tất cả các sản phẩm bằng giá trên catalog.**
 - c. phần mềm lọc các lựa chọn đưa ra các thông tin để giúp người mua và người bán quyết định mua hoặc bán cái gì và mua từ nhà cung cấp nào.
 - d. tất cả các thông tin liên quan về sản phẩm và người bán hoặc người mua chỉ tập trung tại một địa điểm.
- 2 Chỉ ra hình thức đấu giá, theo đó vật đang đấu giá được bán cho người trả giá cao nhất?
 - a. Hình thức đấu giá kiểu Hà Lan - a Dutch auction.
 - b. Hình thức đấu giá tự do - a free-fall auction.
 - c. Hình thức đấu giá kiểu Anh - an English auction.**
 - d. Hình thức đấu giá Yankee - a Yankee auction.
- 3 Chỉ ra ví dụ minh họa cho giá động – dynamic pricing.
 - a. ”giá cả chỉ áp dụng trong tuần này” đăng trên các banner quảng cáo - “this week only” sale prices found in a banner ad.
 - b. Giá cả tại một cửa hàng rau quả - prices found in a grocery store.
 - c. Giá cả được công bố trên Catalog - prices found in a catalog.
 - d. Giá cả được ấn định thông qua thương lượng và trả giá - prices set by negotiation and bargaining.**
- 4 Mô hình kinh doanh nào phù hợp với các giao dịch điện tử có một người bán nhiều người mua?
 - a. Sàn giao dịch hàng đổi hàng điện tử - E-bartering
 - b. Sàn giao dịch động - Dynamic exchanges
 - c. Sàn đấu thầu - Reverse auctions
 - d. Sàn đấu giá - Forward auctions**
- 5 Sau đây là những lợi ích của đấu giá đối với người bán, NGOẠI TRỪ?
 - a. Người bán có thể nhận được những thông tin nhạy cảm về giá cả - sellers receive valuable price sensitivity information. **X**
 - b. Người bán không cần phải ra mặt - sellers are always anonymous.
 - c. Người bán có thể bán được số lượng lớn hàng tồn kho rất nhanh chóng - sellers can liquidate large quantities of obsolete items very quickly. (sai) X**
 - d. Đấu giá có thể giúp tăng số lượng khách hàng và giảm thời gian quay vòng - auctions can broaden the customer base and reduce cycle time. **X**
- 6 Chiêu thức được người tham gia đấu thầu sử dụng theo đó dùng một số người giả tham gia trả giá rất cao để loại bỏ những người cùng tham gia, sau đó người này rút lui vào phút cuối để người thứ hai trúng thầu với mức giá thấp hơn nhiều được gọi là:
 - a. Dùng phần mềm để đẩy giá lên cao
 - b. Người bán thuê người tham gia trả giá cao
 - c. Người mua thuê người tham gia trả giá cao**
 - d. Tham gia chào giá vào phút chót
- 7 Trong các giao dịch điện tử sử dụng hình thức định giá linh hoạt hay giá động,
 - a. Giá cả do người bán đưa ra dựa trên cơ cấu chi phí - prices are set by the seller based on its cost structure.
 - b. Giá cố định - prices are static.
 - c. Giá cả không cố định và vì thế nên thường xuyên thay đổi - prices are not fixed, and so change rapidly.**
 - d. Giá cả do các cơ quan của Chính phủ điều tiết - prices are regulated by government entities.

8 Sau đây là những lợi ích của đấu giá đối với người mua, NGOẠI TRỪ:

a. **Người mua có nhiều cơ hội mặc cả - buyers are given the opportunity to bargain through the prices they bid.**

b. Người mua có thể không cần xuất hiện - buyers can remain anonymous.

c. Các cuộc đấu giá bảo đảm cho người mua có thể mua được hàng hóa với giá rẻ nhất - auctions guarantee buyers that they have received the lowest possible price on any item upon which their bid is successful.

d. Người mua có cơ hội mua được hàng độc và quý - buyers are given the opportunity to purchase unique items and collectibles.

9 Rachel là người sưu tập đồ gốm cổ. Cô lên web đấu giá và chào bán một bình gốm. Trước khi rời khỏi website, cô vào xem và trả giá bốn món đồ khác đang được đấu giá trên đó. Thuật ngữ nào sau đây mô tả đúng hành động trên:

a. Toàn cầu - ubiquity.

b. Cá thể hóa - personalization.

c. Lòng trung thành - stickiness.

d. Tiện dụng - usefulness.(sai)

10 Trong các giao dịch điện tử có một người mua và nhiều người bán, mô hình kinh doanh nào dưới đây phù hợp nhất?

a. Sàn giao dịch động - Dynamic exchanges

b. Sàn giao dịch hàng đổi hàng điện tử - E-bartering

c. Sàn đấu giá - Forward auctions

d. Sàn đấu thầu - Reverse auctions

11. Hình thức nào dưới đây phù hợp nhất đối với giao dịch điện tử có nhiều người mua và nhiều người bán?

a. Sàn đấu thầu - Reverse auctions

b. Sàn giao dịch động - Dynamic exchanges

c. Sàn giao dịch hàng đổi hàng điện tử - E-bartering

d. Sàn đấu giá - Forward auctions

12. Chiêu thức được người bán sử dụng theo đó cử một số người tham gia đấu thầu và chào giá cùng với những người tham gia để đẩy giá lên cao được gọi là:

a. Người mua thuê người tham gia trả giá cao

b. Người bán thuê người tham gia trả giá cao

c. Dùng phần mềm để đẩy giá lên cao

d. Tham gia chào giá vào phút chót

13. Một website đấu giá chuyên đấu giá các món hàng phục vụ một chuỗi cung cấp trong một ngành được gọi là:

a. website đấu giá kiểu Hà Lan

b. website đấu giá chuyên dụng

c. website đấu giá

d. website đấu thầu

14. Bước đầu tiên trong quá trình đấu giá trực tuyến là:

a. tìm hiểu và so sánh

b. bắt đầu đấu giá

c. các loại dịch vụ sau đấu giá

d. tiến hành đấu thầu

15. Chỉ ra hình thức auction, theo đó người mua đưa ra mức giá họ sẵn sàng trả cho sản phẩm hoặc dịch vụ, người bán đưa ra các sản

phẩm và dịch vụ với mức giá đó để người mua lựa chọn?

a. Hình thức đấu giá kiểu Yankee - the Yankee auction model.

b. Hình thức đấu thầu tự do - the free-fall auction model.

c. Hình thức tự đưa ra giá của bạn - a name-your-own-price model.

d. Hình thức đấu thầu - the tendering system model.

16. Các nghiên cứu đã cho thấy những website thương mại điện tử có sử dụng mô hình đấu giá trực tuyến có xu hướng:
- Xây dựng cộng đồng chậm hơn so với các web chỉ có chức năng bán hàng - reach critical mass more slowly than other models.
 - Xây dựng được cộng đồng nhanh hơn so với các web chỉ có chức năng chỉ bán hàng - reach critical mass more quickly than catalog-order-based.**
 - Dễ thất bại hơn so với các mô hình khác - fail more often than other models.
 - Có nhiều lợi nhuận hơn - become liquid.
17. Hình thức đấu giá cho phép các bên tham gia tại mọi nơi, mọi lúc được gọi là:
- sàn giao dịch thực hiện đấu giá
 - trung gian thực hiện đấu giá
 - đấu giá động**
 - đấu giá trên mạng cá nhân
18. Quyết định đầu tiên trong xây dựng website đấu giá là:
- nên sử dụng nhà trung gian hay tự công ty tiến hành đấu giá. X**
 - nên hay không sử dụng chiến lược giá tĩnh
 - trong bao lâu thì phiên đấu giá sẽ tiến hành
 - liệu công ty có nên đấu giá hay không
19. Chỉ ra hình thức đấu giá, theo đó các vật đấu giá được giới thiệu trên Internet nhưng quá trình đấu giá vẫn được tổ chức như truyền thống?
- Hình thức đấu giá kiểu Anh - an English auction.
 - Hình thức đấu giá kiểu Hà Lan - a Dutch auction.
 - Hình thức đấu giá Yankee - a Yankee auction.
 - Hình thức đấu giá có liệt kê danh mục được phân loại - a classified listing.**
20. Trong một cuộc đấu giá kiểu Hà Lan, số máy tính đấu giá là 15 chiếc, hai bên A và B tham gia và trả giá như nhau. Bên A trả giá trước bên B 25 phút. Trong trường hợp này kết quả sẽ như thế nào?
- Chỉ bên A mua được máy tính - will get a computer but B will not.
 - Bên B sẽ phải trả giá cao hơn để mua được máy tính - B will have to up his bid to get a computer.
 - Cả bên A và bên B đều sẽ mua được máy tính - both A and B will get computers.**
 - Bên B sẽ mua được máy tính vì giá của anh ta đưa ra là giá cao thứ hai - B will get the computer because his bid is the second high bid.
21. Chỉ ra hình thức đấu giá, theo đó vật được đấu giá sẽ được bán cho người đầu tiên trả giá bằng với mức được người bán đặt ra?
- Hình thức đấu giá kiểu Anh - an English auction.
 - Hình thức đấu giá kiểu Yankee - a Yankee auction.
 - Hình thức đấu giá kiểu Hà Lan - a Dutch auction X**
 - Hình thức đấu giá nhanh - a quick win auction

ÔN TẬP – CÂU HỎI MATCHING

1. Hãy sắp xếp đúng thứ tự các giai đoạn triển khai ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp:

1. Phân tích SWOT, lập kế hoạch, xác định mục tiêu (doanh số, lợi nhuận, thị phần...), vốn đầu tư cho TMĐT
2. Xây dựng mô hình cấu trúc, chức năng, đánh giá website, xây dựng website
3. Mua tên miền, thuê máy chủ
4. Thiết kế website
5. Cập nhật thông tin, quản trị nội dung website, chạy thử
6. Nghiệm thu, đánh giá website

2 Sắp xếp theo đúng thứ tự các giai đoạn triển khai ứng dụng TMĐT trong doanh nghiệp

1. Cập nhật thông tin, chạy thử website
2. Nghiệm thu: Đánh giá website: kết cấu, thông tin, chức năng, tốc độ, mỹ thuật, nét riêng
3. Bổ sung các chức năng: bảo mật, thanh toán
4. Quảng bá website, đăng ký trên các công cụ tìm kiếm, tham gia các sàn giao dịch
5. Liên kết qua website với khách hàng, nhà cung cấp, đối tác, cơ quan quản lý
6. Xây dựng hệ thống cung cấp và phân phối

3 Sắp xếp theo đúng thứ tự thời gian phổ cập các công cụ marketing điện tử sau:

1. Marketing trực tiếp bằng E-mail
2. Tham gia các sàn giao dịch, cổng thương mại điện tử (ecvn.gov.vn; vnemart.com.vn...)
3. Sử dụng các công cụ webbased để nghiên cứu thị trường: điều tra, phỏng vấn, thông tin
4. Sử dụng chatroom, forum để hỗ trợ, dịch vụ khách hàng
5. Ứng dụng các thiết bị thương mại điện tử di động
6. Marketing điện tử tích hợp

4. Để cài đặt website Joomla, hãy sắp xếp các hoạt động sau theo đúng thứ tự:

1. Cài đặt máy chủ web Apache và hệ quản trị cơ sở dữ liệu MySQL
2. Tạo cơ sở dữ liệu cho website theo chuẩn utf8
3. Copy nội dung website vào thư mục htdocs
4. Chạy một trình duyệt web và nhập vào địa chỉ cài đặt
5. Xóa thư mục Installation trong nội dung website
6. Mở 2 trang web, một trang để xem nội dung và một trang để xem phần quản trị

5. Hãy ghép các website với mô hình kinh doanh phù hợp.

| | |
|---------------------------|--|
| Ngân hàng điện tử | www.commbank.com.au |
| Đấu giá trực tuyến | www.ebay.com |
| Cửa hàng TMĐT lớn nhất TG | www.amazon.com |
| Đào tạo trực tuyến | http://itc.ftu.edu.vn |
| Công ty TM quốc tế B2B | www.lifung.com |
| Sàn giao dịch TMĐT B2B | www.vnemart.com.vn |

6. Sắp xếp đúng thứ tự quy trình quản lý cửa hàng trực tuyến VirtueMart

1. Tạo Category cho các ngành hàng
2. Tạo các category cấp 2 cho các nhóm hàng
3. Cập nhật sản phẩm cho từng nhóm hàng
4. Cập nhật thông tin chi tiết cho sản phẩm như giá, ảnh minh họa, các sản phẩm liên quan
5. Kiểm tra kết quả trên giao diện người dùng
6. Mua thử và kiểm tra đơn hàng trong phần quản trị

7. Ghép các website với mô hình kinh doanh TMĐT phù hợp

| | |
|-----------------------|--|
| www.fita.org | Cổng thông tin TMĐT B2B |
| www.verisign.com | Nhà cung cấp dịch vụ chứng thực điện tử |
| www.schwab.com | Dịch vụ tài chính điện tử |
| www.artexport.com.vn | Catalogue điện tử |
| www.dell.com | Nhận xử lý thực hiện đơn hàng trực tuyến |
| http://itc.ftu.edu.vn | Đào tạo trực tuyến |

8. Để tạo một menu tin tức trên trang chủ website (Joomla), hãy xếp các bước sau theo đúng thứ tự:

1. Tạo một Section (để lưu toàn bộ mục tin)
2. Tạo các Categories (để lưu các chuyên mục tin)
3. Tạo một Menu gốc (tương ứng với toàn bộ mục tin)
4. Tạo các Menu cấp 2 trong Menu gốc (tương ứng với các Categories)
5. Cấu hình Module trong phần quản trị để hiển thị trên trang chủ
6. Cập nhật các tin vào từng Category đã tạo

9. Sắp xếp theo thứ tự quá trình phát triển của các hoạt động thương mại điện tử sau đây.

| | |
|---|--------|
| Quảng bá và hiện diện trên web | Bu?c 2 |
| Liên kết, chia sẻ thông tin và hợp tác với các bên liên quan thông qua : ERP, SCM, CRM | Bu?c 5 |
| Ứng dụng các phần mềm chuyên dụng và intranet trong hoạt động kinh doanh | Bu?c 3 |
| Sử dụng Email và máy tính trong công việc kinh doanh | Bu?c 1 |
| Ứng dụng mạng extranet trong hoạt động kinh doanh | Bu?c 4 |

1. Bước đầu tiên trong quá trình thực hiện đơn đặt hàng trực tuyến là gì?

- a. **Xác nhận chắc chắn khách hàng sẽ thực hiện thanh toán - making sure the customer will pay** ✓
- b. Kiểm tra nguồn hàng trong kho - checking to assure that the ordered item is in stock.
- c. Thu xếp dịch vụ vận chuyển - arranging for shipment.
- d. Sản xuất sản phẩm - producing the product

2. Một chợ điện tử - emarketplace liên kết nhiều người mua và nhiều người bán với nhau gọi là gì?

- a. Sàn giao dịch
- b. Mua sắm trực tuyến
- c. **Đấu giá** ✓
- d. Đấu thầu

3. Chỉ ra yếu tố khiến sản phẩm phù hợp khi bán trên mạng?

- a. Khả năng giới thiệu chi tiết sản phẩm trên mạng
- b. Khách hàng có nhu cầu đa dạng về sản phẩm
- c. **Mức độ mua sắm thường xuyên hơn việc mua hàng tiêu dùng** ✓
- d. Giá sản phẩm cao hơn giá các hàng hóa thông thường

4. Công ty cho phép khách hàng thảo luận về sản phẩm, công dụng, cách sử dụng... trên website của mình. Hình thức này gọi là xúc tiến thông qua:

- a. **Diễn đàn** ✓
- b. Chatroom
- c. Blog
- d. Viral marketing

5. Công cụ sử dụng phổ biến nhất hiện nay để hỗ trợ khách hàng trực tuyến là gì?

- a. Thư rác - spam.
- b. Trung tâm hỗ trợ khách hàng qua điện thoại - the call-back center.
- c. Hệ thống thảo luận hiện đạithe moderated discussion board.
- d. **Thư điện tử - e-mail.** ✓

6. Một portal đóng vai trò cổng kết nối đến các portal và website khác của công ty được gọi là gì?

- a. **Cổng thông tin nội bộ** ✓
- b. Cổng cung cấp các sản phẩm tự phục vụ
- c. Cổng thông tin doanh nghiệp
- d. Cổng thông tin cá nhân

7. Việc một website thương mại điện tử tập trung nhiều sản phẩm của nhiều nhà cung cấp khác nhau để nhiều người mua có thể xem xét được gọi là gì?

- a. **Catalogs điện tử - aggregating catalogs.** ✓
- b. Mua sắm trực tuyến - E-procurement.
- c. Sàn giao dịch B2B của người bán - a supplier sell-side B2B site.
- d. Sàn giao dịch - an exchange.

8. Hệ thống địa chỉ dựa theo tên cho phép xác định các website hoặc máy chủ web kết nối vào Internet được gọi là gì?

- a. domain name.
- b. URL name.
- c. host name.
- d. ISP address.