

Питання на залік з дисципліни Електронна комерція

1). Будь-яка ділова активність з використанням глобальних інформаційних мереж для модифікації внутрішніх та зовнішніх зв'язків фірми з метою одержання прибутку це:

1. Електронний бізнес
2. Електронна комерція
3. Інформаційна мережа
4. Електронний маркетинг

2). Комерційна взаємодія суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-продажу товарів та послуг з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм) це :

1. Електронний бізнес
2. Електронна комерція
3. Інформаційна мережа
4. Електронний маркетинг

3). Комерційна взаємодія між бізнесовими компаніями (підприємствами) - виробниками, оптовими посередниками, оптовими клієнтами щодо здійснення оптових закупівель та поставок товарів

1. Бізнес - бізнес (business-to-business, B2B)
2. Бізнес - адміністрація (business-to-administration, B2A)
3. Бізнес - споживач (business-to-consumer, B2C)
4. Споживач - споживач (consumer-to-consumer, C2C)

4) Електронна роздрібна торгівля, коли має місце комерційна взаємодія між електронним магазином та покупцем - безпосереднім споживачем товару це:

1. Бізнес - бізнес (business-to-business, B2B)
2. Бізнес - адміністрація (business-to-administration, B2A)
3. Бізнес - споживач (business-to-consumer, B2C)
4. Споживач - споживач (consumer-to-consumer, C2C)

5) Ділові зв'язки комерційних структур з державними організаціями (зокрема проведення державних закупівель через мережу Internet) це:

1. Бізнес - бізнес (business-to-business, B2B)
2. Бізнес - адміністрація (business-to-administration, B2A)
3. Бізнес - споживач (business-to-consumer, B2C)
4. Споживач - споживач (consumer-to-consumer, C2C)

6) Взаємодія споживачів для обміну комерційною інформацією (щодо придбання того чи іншого товару чи про співпрацю з певною фірмою) або роздрібна аукціонна торгівля між фізичними особами це:

1. Бізнес - бізнес (business-to-business, B2B)
2. Бізнес - адміністрація (business-to-administration, B2A)
3. Бізнес - споживач (business-to-consumer, B2C)
4. Споживач - споживач (consumer-to-consumer, C2C)

7) Організація взаємодії між споживачами та державними структурами (особливо в соціальній та податковій сфері) це:

1. Бізнес - бізнес (business-to-business, B2B)
2. Бізнес - адміністрація (business-to-administration, C2A)
3. Бізнес - споживач (business-to-consumer, B2C)
4. Споживач - споживач (consumer-to-consumer, C2C)

8) Підприємства, що діють на реальному фізичному ринку і не звертаються до електронного бізнесу, якщо до цього їх не змушують певні обставини;

1. традиційні (brick-and-mortar),
2. змішані (click-and-brick),
3. повністю електронні (click-only),

9) Підприємства, які певну частку своєї діяльності здійснюють через мережу Internet:

1. традиційні (brick-and-mortar),
2. змішані (click-and-brick),
3. повністю електронні (click-only),

10) Підприємства, які існують лише в мережі Internet.

1. традиційні (brick-and-mortar),
2. змішані (click-and-brick),
3. повністю електронні (click-only),

11) Спеціалізований Web-sakir, що належить фірмі-виробнику, торговій фірмі тощо й призначений для просування товарів на ринку, збільшення обсягу продажів, залучення нових покупців це:

1. Електронна крамниця
2. Електронний довідник-каталог
3. Електронний он-лайновий аукціон
4. Електронний торговельний центр

12) Спеціалізований Web-сайт для проведення тендерів серед постачальників.

1. Електронна крамниця
2. Електронний довідник-каталог
3. Електронний он-лайновий аукціон
4. Електронний торговельний центр

13) Програмно-інформаційна тематична база з пошуковими засобами, в якій містяться описи товарів, допущених до торгів

1. Електронна крамниця
2. Електронний довідник-каталог
3. Електронний он-лайновий аукціон
4. Електронний торговельний центр

14) Web-сайт, що містить безліч електронних крамниць і каталогів, об'єднаних загальним місцем розташування, які спільно виконують додаткові функції, використовують систему здійснення захищених платіжних трансакцій тощо.

1. Електронна крамниця
2. Електронний довідник-каталог
3. Електронний он-лайновий аукціон
4. Електронний торговельний центр

15) Група осіб, які, знаходячись в стані взаємозалежності один від одного, координують і погоджують свою спільну діяльність за допомогою Інтер-нет-технологій.

1. Віртуальне співтовариство
2. Віртуальна організація
3. Інформаційний брокер
4. Інтернет – провайдер

16) Організація або бізнес – структура, яка надає своїм споживачам і клієнтам підключення до інтернету за певну плату

1. Віртуальне співтовариство
2. Віртуальна організація
3. Інформаційний брокер
4. Інтернет – провайдер

17) Організація, яка створюється для виконання якої небуť роботи або реалізації потреби, що виникає.

1. Віртуальне співтовариство
2. Віртуальна організація
3. Інформаційний брокер
4. Інтернет – провайдер

18) Комерційна організація (іноді індивідуальна), яка займається розміщенням, пошуком та забезпеченням інформацією щодо будь-якого предмета

1. Системний інтегратор
2. Інтернет – провайдер.
3. Інформаційний брокер

4.Віртуальна організація

19) Компанія-підрядник, що виконує функцію головної організації в здійсненні тієї чи іншої цільової програми або проекту

.1 Системний інтегратор

2. Інтернет – провайдер.

3. Інформаційний брокер

4.Віртуальна організація

20) Цикл електронної комерції складається з :

1.3 процесів

2.4 процесів

3 5 процесів

4 6 процесів

21)Всесвітня сукупність технічних засобів, стандартів та домовленостей, яка дає змогу підтримувати зв'язок між різними комп'ютерними мережами у світі

1. Internet

2. хост (hosts)

3. TCP/IP

4. Провайдер

22) Сукупність протоколів - систем стандартів і правил зв'язку та передавання інформації у глобальній мережі

1. Internet

2. хост (hosts)

3. TCP/IP

4. Провайдер

23) Комп'ютери або машини, об'єднані каналами зв'язку в Internet, називають

1.Internet

2.хост (hosts)

3.TCP/IP

4.Провайдер

24) Комп'ютери, що відповідають за зберігання та видачу Web-сторінок і на яких встановлене серверне програмне забезпечення для обробки запитів програм- браузерів, що використовують протокол HTTP

1. Web-сервери

2. Web-браузери

3.Web-сторінки

4.HTTP протокол

25) Протокол, згідно якого WWW-документи передаються з сервера до браузера на комп'ютер користувача

1. FTP-протокол
2. Web-браузери
3. Web-сторінки
4. HTTP протокол

26) Internet-сервіс для передачі файлів (в т.ч. програмних) мережею Internet.

1. FTP-протокол
2. Web-браузери
3. Web-сторінки
4. HTTP протокол

27) Система, що надає змогу формувати, пересилати, зберігати та читати текстові документи, електронні таблиці в певному форматі, графічні файли, програми тощо.

1. Телеконференція (форум)
2. Електронна пошта
3. Internet –пейджери
4. WWW (World Wide Web)

28) Послуга Internet, за допомогою якої абонент може залишати своє відкрите повідомлення в мережі.

1. Телеконференція (форум)
2. Електронна пошта
3. Internet –пейджери
4. WWW (World Wide Web)

29) Безкоштовні програми для безпосереднього спілкування у мережі.

1. Телеконференція (форум)
2. Електронна пошта
3. Internet –пейджери
4. WWW (World Wide Web)

30) Служба прямого доступу, що потребує повноцінного підключення до Internet та дозволяє інтерактивно взаємодіяти з представленою на Web-серверах інформацією.

1. Телеконференція (форум)
2. Електронна пошта
3. Internet –пейджери
4. WWW (World Wide Web)

31) Інтерактивна служба, яка дає можливість спілкування користувачів в режимі реального часу за допомогою текстових повідомлень, що набираються на клавіатурі.(так звані чати)

1. FTP-послуга
2. IRC – система
3. Списки розсилок
4. Електронна пошта

32) Послуга, яка полягає в об'єднанні за одною адресою електронної пошти адрес багатьох передплатників списку розсилки

1. FTP-послуга
2. IRC – система
3. Списки розсилок
4. Електронна пошта

33) Служба прямого доступу до файлів у файлових Internet-архівах, яка потребує повноцінного підключення до мережі.

1. FTP-послуга
2. IRC – система
3. Списки розсилок
5. Електронна пошта

34) Доменне ім'я комерційних організацій та установ

1. com
2. edu
3. gov
4. org

35) Доменне ім'я освітніх організацій та установ

1. com
2. edu
3. gov
4. org

36) Доменне ім'я урядових організацій та установ

1. com
2. edu
3. gov
4. org

37) Комплекс соціальних та управлінських процесів, які спрямовані на якнайповніше задоволення потреб споживачів у мережі Internet при формуванні пропозиції і системи обміну товарів і послуг за допомогою інформаційних комунікаційних технологій.

1. Internet-маркетинг
2. Internet-ринок
3. Internet-реклама
4. Web-каталог

38). Демонстрація реклами та надання інформації чітко визначеній аудиторії це одна із характеристик маркетингу, яка називається:

1. Таргетинг
2. Трекінг
3. Інтеактивність
4. Доступність та гнучкість

39). Можливість аналізу поведінки відвідувачів сайту та врахування його результатів при удосконаленні продукції, самого сайту і маркетингових заходів.

1. Таргетинг
2. Трекінг
3. Інтеактивність
4. Доступність та гнучкість

40). Споживач має можливість взаємодіяти з продавцем, попередньо ознайомлюватися з товаром

1. Таргетинг
2. Трекінг
3. Інтеактивність
4. Доступність та гнучкість

41) Інформація доступна 24 години 365 днів у році, причому починати, аналізувати або переривати маркетингові дослідження можна практично миттєво).

1. Таргетинг
2. Трекінг
3. Інтеактивність
4. Доступність та гнучкість

42) Можливість розміщення великої кількості інформації у вигляді графіки, звуку, відео тощо.

1. Мультимедійність
2. Можливість створення віртуальних спілок
3. Доступність та гнучкість
4. Інтеактивність

43). Формування цільової аудиторії за певними інтересами або спрямуванням

1. Мультимедійність
2. Можливість створення віртуальних спілок
3. Доступність та гнучкість

4. Інтеактивність

44)Форма подання та поширення інформації в мережі Internet про товари та послуги з метою їх популяризації з указаним джерелом фінансування.

- 1.Internet-маркетинг
- 2.Internet-ринок
- 3.Internet-реклама
- 4.Web-каталог

45) Реклама із використанням рекламних модулів у вигляді прямокутного графічного зображення на Web-сторінках

- 1.Банерна реклама
2. Реєстрація Web-сайта у каталогах
- 3.Індекссація сайта в пошукових системах
- 4.Реклама з використанням електронної пошти

46)Структурований набір посилань на сайти з їхнім коротким описом.

- 1.Банерна реклама
2. Реєстрація Web-сайта у каталогах
- 3.Індекссація сайта в пошукових системах
- 4.Реклама з використанням електронної пошти

47) Включення інформації про сайт в індекси пошукових систем.

- 1.Банерна реклама
2. Реєстрація Web-сайта у каталогах
- 3.Індекссація сайта в пошукових системах
- 4.Реклама з використанням електронної пошти

48)Реклама, що передбачає розсилання індивідуальних листів та використання списків розсилки.

- 1.Банерна реклама
2. Реєстрація Web-сайта у каталогах
- 3.Індекссація сайта в пошукових системах
- 4.Реклама з використанням електронної пошти

49).Реклама з використанням ієрархічної системи назв, у якій можна знайти конференції, присвячені певній тематиці

1. Телеконференція
2. Реєстрація Web-сайта у каталогах
- 3.Індекссація сайта в пошукових системах
- 4.Реклама з використанням електронної пошти

50)Реклама,де інформація згрупована за тематикою і працює за принципом газет безкоштовних рекламних оголошень.

1. Телеконференція
2. Дошки оголошень
- 3.Індексція сайта в пошукових системах
- 4.Реклама з використанням електронної пошти

51). Реклама, учасники яких є сайт-продавець товарів і послуг та сайти-партнери.

1. Телеконференція
2. Дошки оголошень
3. Партнерські програми.
- 4.Реклама з використанням електронної пошти

52) Спеціалізований Web-сайт, який належить фірмі-товаровиробнику, торговій фірмі тощо та призначений для просування споживчих товарів на ринку, збільшення обсягів продажу, залучення нових покупців це:

1. Internet-магазин
- 2.Електронний довідник-каталог
3. Електронний он-лайнний аукціон
4. Електронний торговельний центр

53) За методом роздрібного продажу товарів у мережі інтернет-магазини поділяються на:

- 1. Повністю он-лайнний магазин ; суміщення офф-лайнного бізнесу з он-лайнним.**
2. Internet-магазини; Web-вітрини; торгові системи; торгові ряди.
- 3.Магазини, які володіють власним складом; магазини, що працюють за договорами з постачальниками.
4. Web-вітрин; :власне Internet-магазини; торгові Internet-системи (TIS).

54) За бізнес-моделлю інтернет-магазини поділяються на:

1. Повністю он-лайнний магазин ; суміщення офф-лайнного бізнесу з он-лайнним.
2. Internet-магазини; Web-вітрини; торгові системи; торгові ряди.
- 3.Магазини, які володіють власним складом; магазини, що працюють за договорами з постачальниками.
4. Web-вітрин; :власне Internet-магазини; торгові Internet-системи (TIS).

55) За взаємовідносинами з постачальниками інтернет-магазини поділяються на:

1. Повністю он-лайнний магазин ; суміщення офф-лайнного бізнесу з он-лайнним.
2. Internet-магазини; Web-вітрини; торгові системи; торгові ряди.
- 3.Магазини, які володіють власним складом; магазини, що працюють за договорами з постачальниками.
4. Web-вітрин; :власне Internet-магазини; торгові Internet-системи (TIS).

56) За ступенем автоматизації інтернет-магазини поділяються на:

1. Повністю он-лайнний магазин ; суміщення офф-лайнного бізнесу з он-лайнним.
2. Internet-магазини; Web-вітрини; торгові системи; торгові ряди.
3. Магазини, які володіють власним складом; магазини, що працюють за договорами з постачальниками.
4. Web-вітрин; :власне Internet-магазини; торгові Internet-системи (TIS).

57) Сукупність товарного каталогу, системи навігації та оформлення замовлення з наступною передачею його менеджеру для оформлення.

1. Internet-магазин
2. Web-вітрина
3. Електронний он-лайнний аукціон
4. Електронний торговельний центр

58) Метод розрахунку за придбаний товар, який найбільш безпечним, гроші надходять за порівняно невеликий термін (до 1 тижня), оплата за послуги невелика (1- 5 %) це:

1. Оплата кур'єрові готівкою
2. Оплата поштовим (телеграфним) переказом
3. Післяплата при одержанні товару на пошті
4. Оплата банківським переказом

59) Метод розрахунку за придбаний товар, коли оплата здійснюється при доставці ним товару за вказаною адресою.

1. Оплата кур'єрові готівкою
2. Оплата поштовим (телеграфним) переказом
3. Післяплата при одержанні товару на пошті
4. Оплата банківським переказом

60) Метод розрахунку за придбаний товар, коли форма оплати займає досить багато часу (від 1 до 6 тижнів) і потребує додаткових коштів для оплати поштових послуг (10 % вартості покупки) це:

1. Оплата кур'єрові готівкою
2. Оплата поштовим (телеграфним) переказом
3. Післяплата при одержанні товару на пошті
4. Оплата банківським переказом

61) Метод розрахунку за придбаний товар, коли здійснюється оплата поштових послуг (до 20 % вартості покупки), значно продовжується час здійснення угоди, а, відповідно, і ризик.

1. Оплата кур'єрові готівкою
2. Оплата поштовим (телеграфним) переказом
3. Післяплата при одержанні товару на пошті

4. Оплата банківським переказом.

62) Web-сайт, який містить значну кількість електронних крамниць та каталогів, об'єднаних загальним місцем розташування (в деяких випадках - під однією відомою маркою), що спільно виконують додаткові функції.

1. Internet-магазин
2. Електронний мол
3. Електронний он-лайнний аукціон
4. Електронний торговельний центр

63) Спосіб продажу товарів, який базується на ціновій конкуренції між покупцями:

1. Інтернет-аукціон
2. Інтернет магазин
3. Торгівельний майданчик
4. Електронний мол

64) За видом бізнесу інтернет-аукціони поділяють на:

1. міжнародні; національні; регіональні; місцеві.
2. B2B; B2C; C2C
3. В режимі он-лайн; трансляція в мережі реальних аукціонів; в режимі офф-лайн реальних аукціонів; розклад торгів.
4. Оцінка товару; доставка; оплата вартості; оплата податків.

65) За охопленням користувачів інтернет-аукціони поділяють на:

1. Міжнародні; національні; регіональні; місцеві.
2. B2B; B2C; C2C
3. В режимі он-лайн; трансляція в мережі реальних аукціонів; в режимі офф-лайн реальних аукціонів; розклад торгів.
4. Оцінка товару; доставка; оплата вартості; оплата податків.

66) За технологією проведення інтернет-аукціони поділяють на:

1. Міжнародні; національні; регіональні; місцеві.
2. B2B; B2C; C2C
3. В режимі он-лайн; трансляція в мережі реальних аукціонів; в режимі офф-лайн реальних аукціонів; розклад торгів.
4. Оцінка товару; доставка; оплата вартості; оплата податків.

67) За супроводом торгу інтернет-аукціони поділяють на:

1. Міжнародні; національні; регіональні; місцеві.
2. B2B; B2C; C2C
3. В режимі он-лайн; трансляція в мережі реальних аукціонів; в режимі офф-лайн реальних аукціонів; розклад торгів.

4. Оцінка товару; доставка; оплата вартості; оплата податків.

68) За тривалістю торгів інтернет-аукціони поділяють на:

1. Тижні; дні; хвилини.

2. B2B; B2C; C2C

3. В режимі он-лайн; трансляція в мережі реальних аукціонів; в режимі офф-лайн реальних аукціонів; розклад торгів.

4. Оцінка товару; доставка; оплата вартості; оплата податків.

69) За категорією товарів інтернет-аукціони поділяють на:

1. Тижні; дні; хвилини.

2. B2B; B2C; C2C

3. В режимі он-лайн; трансляція в мережі реальних аукціонів; в режимі офф-лайн реальних аукціонів; розклад торгів.

4. Споживчі товари; промислові товари; унікальні товари; предмети колекціонування

70) Аукціон, на якому всі учасники мають можливість переглядати поточну максимальну ставку та її значення в минулому це:

1. Публічний аукціон

2. Абсолютний аукціон

3. Приватний аукціон

4. Тихий аукціон

71) Аукціон, на якому не встановлюється мінімальна ціна товару. Товар продається покупцю за максимальною запропонованою ціною це:

1. Публічний аукціон

2. Абсолютний аукціон

3. Приватний аукціон

4. Тихий аукціон

72) Аукціон, де ставка приймається протягом жорстко обмеженого часу, при цьому учасник не має можливості дізнатися про розмір і кількість ставок інших учасників і може зробити лише одну ставку це:

1. Публічний аукціон

2. Абсолютний аукціон

3. Приватний аукціон

4. Тихий аукціон

73) Різновид приватного аукціону, в якому учасник не знає, хто зробив ставку, проте йому відома поточна максимальна ставка, це:

1. Публічний аукціон

2. Абсолютний аукціон

3. Приватний аукціон

4.Тихий аукціон

74) Сайти в категорії B2B, на яких укладаються угоди між продавцями та покупцями та здійснюється проведення фінансово-торгових трансакцій це:

1. Електронні торговельні майданчики
2. Web-браузери
3. Інтернет- магазини
4. Інтернет-аукціон

75) Галузеві торговельні співтовариства, що об'єднують підприємства у межах обраної галузі (сільське господарство, машинобудування тощо) або по стачальників і дилерів одного підприємства, це :

- 1.Вертикальні (галузеві) торговельні майданчики
- 2.Горизонтальні торговельні майданчики
- 3.корпоративним сайтом
- 4.Електронна візитна картка

76) Галузеві торговельні співтовариства, що об'єднують покупців і продавців різних галузей завдяки використанню інформаційних комунікаційних технологій,це:

- 1.Вертикальні (галузеві) торговельні майданчики
- 2.Горизонтальні торговельні майданчики
- 3.Корпоративний сайтом
- 4.Електронна візитна картка

77) Кілька WWW-сторінок, що містять інформацію про компанію та її діяльність, спрямовану на ознайомлення потенційних клієнтів з продукцією та послугами компанії, це:

- 1.Вертикальні (галузеві) торговельні майданчики
- 2.Горизонтальні торговельні майданчики
- 3.Корпоративний сайт
- 4.Електронна візитна картка

78) Багаторівневе об'єднання різноманітних ресурсів і сервісів з картою, поділене на тематичні підрозділи з обов'язковими кількісними та якісними даними, аналізами, графіками тощо, це:

- 1.Вертикальні (галузеві) торговельні майданчики
- 2.Горизонтальні торговельні майданчики
- 3.Корпоративний сайт
- 4.Електронна візитна картка

79)Сервер електронної комерції, на якому створено каталог товарів та приймаються замовлення покупців щодо їх купівлі, це:

1. продавець
2. покупець
3. банк-емітент
- 4.банк-еквайєр

80)Користувач, який володіє доступом до мережі Internet через Web-браузер та здійснює замовлення товарів і послуг на обраному ним сайті, це:

1. продавець
2. покупець
3. банк-емітент
4. банк-еквайєр

81) Банк, у якому знаходиться розрахунковий рахунок покупця і який є гарантом виконання його фінансових зобов'язань, це:

1. продавець
2. покупець
3. банк-емітент
4. банк-еквайєр

82) Банк, який обслуговує продавця, це:

1. продавець
2. покупець
3. банк-емітент
4. банк-еквайєр

83) Установа, що забезпечує інформаційну і технологічну взаємодію між учасниками традиційної та електронної платіжної системи, це:

1. процесінговий центр платіжної системи
2. традиційна платіжна система
3. розрахунковий банк
4. банк-емітент

84) Технологічні та фінансові ресурси для обслуговування платіжних засобів певного типу,

1. процесінговий центр платіжної системи
2. традиційна платіжна система
3. розрахунковий банк
4. банк-емітент

85) Кредитна установа, яка проводить взаємозаліки між учасниками платіжної системи за дорученням процесінгового центру

1. процесінговий центр платіжної системи
2. традиційна платіжна система
3. розрахунковий банк
4. банк-емітент

86) Банківська платіжна картка, яка свідчить, що її власнику відкритий кредит в банку, це:

1. кредитна картка
2. банкомат
3. традиційна платіжна система
4. процесінговий центр платіжної системи

87) Електронно-механічний пристрій, що дає можливість власнику банківської платіжної картки при введенні персонального ідентифікаційного номера (PIN-коду) отримувати готівку.

1. кредитна картка
2. банкомат
3. традиційна платіжна система
4. процесінговий центр платіжної системи

88) Тип електронної платіжної системи, що забезпечує авторизацію кількох типів пластикових карток, що можуть бути емітовані різними банками, це:

1. платіжні шлюзи
2. закриті системи
3. посередники

89) Тип електронної платіжної системи, що забезпечує авторизацію кількох типів пластикових карток, що емітовані одним банком, причому і покупець і продавець повинні обслуговуватися саме цим банком

1. платіжні шлюзи
2. закриті системи
3. посередники

90) Системи, які здійснюють авторизацію кількох типів кредитних карток і виконують функції приймання платежів.

1. платіжні шлюзи
2. закриті системи
3. посередники

91) Доручення платника (покупця) своєму банкові щодо перерахування коштів зі свого рахунку на рахунок одержувача платежу

1. Електронний чек
2. кредитна картка
3. Електронні гроші

4. Цифровий (електронний) підпис

92) Система оплати товарів та послуг шляхом передавання числових даних від одного комп'ютера до іншого

1. Електронний чек
2. кредитна картка
3. Електронні гроші

4. Цифровий (електронний) підпис

93) Послідовність одного або декількох символів, який є електронним еквівалентом письмового підпису.

1. Електронний чек
2. кредитна картка
3. Електронні гроші
4. Цифровий (електронний) підпис

94) Товар особливого виду, діяльність, благо, що задовольняє потреби індивіда, виробництва або суспільства, має споживчу цінність і вартість, результат якої може мати матеріальний і нематеріальний характер

1. Послуга
2. Internet-трейдинг
3. Класичний брокер
4. Дисконтний брокер

95) Надання фінансовими установами послуг стосовно ефективного використання фінансових інструментів на фінансових ринках за допомогою інформаційних комунікаційних технологій

1. Послуга
2. Internet-трейдинг
3. Класичний брокер
4. Дисконтний брокер

96) Посередник, що надає своїм клієнтам повний спектр послуг: приймання ордерів і виведення їх на ринок, індивідуальні консультації щодо купівлі-продажу цінних паперів, управління інвестиційним портфелем та його повний фінансовий і юридичний супровід;

1. Послуга
2. Internet-трейдинг
3. Класичний брокер
4. Дисконтний брокер

97) Посередник, який тільки виводить операцію на ринок, не надаючи при цьому консультацій, це

1. Послуга
2. Internet-трейдинг
3. Класичний брокер
4. Дисконтний брокер

98) Посередник, який здійснює операції і надає свої послуги через мережу Internet у режимі он-лайн, це

1. Он-лайн-брокер
2. Internet-трейдинг
3. Класичний брокер
4. Дисконтний брокер

99) Дистанційне банківське обслуговування, що дає змогу клієнту отримувати банківські послуги на відстані за допомогою інформаційних комп'ютерних технологій.

1. Послуга
2. Internet-трейдинг
3. Internet-банкінг
4. Дисконтний брокер

100) Система заходів, спрямована на повне або часткове відшкодування втрат від певних ризиків шляхом використання інформаційних комп'ютерних технологій.

1. Послуга
2. Internet-трейдинг
3. Internet-банкінг
4. Електронне страхування

101) Форма освіти, у якій навчальний процес забезпечується шляхом інформаційних комп'ютерних технологій

1. Аналітичне навчання
2. Дистанційне навчання

3.Проблемне навчання

4.Паралельне навчання

102) Розробники систем дистанційного навчання, це:

1.спеціалізовані освітні підприємства та університети

2.тренінгові компанії

3.систем дистанційної освіти;

4.освітні портали

103) Розробники навчальних матеріалів на замовлення, це:

1.спеціалізовані освітні підприємства та університети

2.тренінгові компанії

3.систем дистанційної освіти;

4.освітні портали

104) Постачальники програмного забезпечення

1.підприємства у галузі інформаційних технологій

2.спеціалізовані освітні підприємства та університети

3.тренінгові компанії

4.освітні портали

105) Об'єднання послуг в пакети і формування турпродукту, це:

1.туроператори

2.турагенства

3.транспортні компанії

4.організатори заходів

106) Роздрібний продаж турпакетів кінцевим споживачам, це:

1.туроператори

2.турагенства

3.транспортні компанії

4.організатори заходів

107) Каталоги ресурсів, де можуть бути зібрані посилання на значну кількість сторінок, які присвячені туризму, подорожам, країнам, курортам, тур фірмам, це:

1.сайти загального призначення

2.спеціалізовані портали і сайти

3.сайти фірм-туроператорів

4.сайти туристичних агентств

108)Он-лайнні рекламні майданчики, що покликані сприяти продажу послуг рекламодавців - тур операторів і турагентств,це:

1.сайти загального призначення

2.спеціалізовані портали і сайти

3.сайти фірм-туроператорів

4.сайти туристичних агентств

109)Сайти де турагент з бази турів у мережі Internet вибирає одну із пропозицій, вносить свої реквізити, дані на туристів, які потрапляють у внутрішню базу туроператора, це

1.сайти загального призначення

2.спеціалізовані портали і сайти

3.сайти фірм-туроператорів

4.сайти туристичних агентств

110) Сайт де відображено деталізований опис кожного об'єкта продажу туристичних послуг (квитків, автомобіля в оренду, страхового поліса, це:

1.сайти загального призначення

2.спеціалізовані портали і сайти

3.сайти фірм-туроператорів

4.сайти туристичних агентств

111)Документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, включаючи обов'язкові реквізити документа,це:

1. електронний документ

2. електронний документообіг

3. електронний архів

4. система управління електронними документами

112) Сукупність процесів створення, обробки, передавання, одержання, зберігання, використання та знищення електронних документів, це:

1. електронний документ

2. електронний документообіг

3. електронний архів

4. система управління електронними документами

113) Формати відкритого тексту електронних документів:

1.Microsoft (Word, Exel), програма "Acrobat", формат PDF;

2.TIFF, GIF, JPEG, pict, bmp

3.SGML

4.XML

114) Формати графічних зображень електронних документів:

1.Microsoft (Word, Exel), програма "Acrobat", формат PDF;

2.TIFF, GIF, JPEG, pict, bmp

3.SGML

4.XML

115) Формати структурованого тексту електронних документів:

1.Microsoft (Word, Exel), програма "Acrobat", формат PDF;

2.TIFF, GIF, JPEG, pict, bmp

3.SGML

4.XML

116) Формати зберігання структурованих ієрархічних даних незалежно від характеристик програмно-технічних засобів:

1.Microsoft (Word, Exel), програма "Acrobat", формат PDF;

2.TIFF, GIF, JPEG, pict, bmp

3.SGML

4.XML