

1607_Ru_Æyani_Yekun imtahan testinin sualları

Fənn : 1607 İnternet texnologiyaları

1 Репрезентативность информации – это

- способность реагировать на изменения исходных данных без нарушения необходимой точности.
- степень близости получаемой информации к реальному состоянию объекта;
- отражение реально существующего объекта с необходимой точностью;
- обоснованность выбора существенных признаков и связей отображаемого явления;
- степень сохранения ценности информации для управления в момент ее использования;

2 Релевантность информации – это

- обоснованность выбора существенных признаков и связей отображаемого явления.
- содержание минимального, но достаточного для принятия правильного решения набора показателей;
- отражение реально существующего объекта с необходимой точностью;
- соответствие информации поставленной теме;
- степень близости получаемой информации к реальному состоянию объекта;

3 Информация становится значимой

- при ее сохранении.
- при передаче пользователю;
- при ее использовании ;
- после помещения ее в определенный контекст;
- после ее обработки;

4 Информационные революции прошли

- 6 этапов.
- 3 этапа;
- 2 этапа;
- 5 этапов;
- 4 этапа;

5 Моделирование искусственного интеллекта с помощью искусственного разума достигается за счет использования

- семантических сетей.
- теории множеств;
- законов формальной логики;
- математической интерпретации деятельности нервной системы;
- теории графов;

6 Моделирование искусственного интеллекта с помощью машинного интеллекта не достигается за счет использования

- семантических сетей.
- теории множеств;

- законов формальной логики;
- математической интерпретации деятельности нервной системы;
- теории графов;

7 Основной чертой информационного общества не является

- наличие развитых инфраструктур, обеспечивающих создание информационных ресурсов.
- получение любой информации или знания, необходимые для решения личных и социально значимых задач;
- радикальное изменение социальных структур;
- развитое материальное производство и предоставление услуг;
- в обществе производится, функционирует и доступна современная информационная технология;

8 Пользовательские функции в портале реализуются посредством

- средств генерации виртуальной реальности.
- поисковых машин;
- браузеров;
- портлетов;
- графических редакторов;

9 Использование Web-порталов не позволяет

- заинтересовывать потенциальных заказчиков и клиентов системами скидок и бонусов.
- оперативно размещать и развивать информационные ресурсы организации;
- заинтересовывать потенциальных заказчиков и клиентов качественными продуктами и услугами;
- замедлить доступ к информации по тематике портала;
- повысить информативность лиц, занимающихся подготовкой принятия решения;

10 Использование Web-порталов не позволяет

- повысить качество управления процессами, информационной безопасностью и деятельностью организации в целом.
- аккумулировать дополнительные финансовые ресурсы за счет привлекательных инвестиционных проектов;
- аккумулировать дополнительные финансовые ресурсы за счет более активного использования информационных ресурсов организации широким кругом внешних пользователей;
- увеличить рекламный бюджет и ИТ-расходы организации;
- интегрировать информационные ресурсы организации с ресурсами поставщиков, партнеров по бизнесу, мировыми информационными ресурсами;

11 На современном этапе развития электронных средств бизнеса можно выделить:

- 6 направлений использования Internet- технологии.
- 4 направления использования Internet- технологии;
- 3 направления использования Internet- технологии;
- 2 направления использования Internet- технологии;
- 5 направлений использования Internet- технологии;

12 Преимущества применения Internet в бизнесе не является

- снижение расходов на маркетинг и поддержку.
- доступ к максимально широкой аудитории;

- открытость;
- увеличение затраты на создание и на эксплуатацию собственной распределенной корпоративной сети;
- устойчивость;

13 В электронном бизнесе (e-Business) выделяют

- 4 слоя;
- 5 слоев;
- 3 слоя;
- 2 слоя;
- 6 слоев.

14 Элементом электронного бизнеса (e-Business) не является

- электронная коммерция.
- Internet услуги;
- Internet инфраструктура;
- поисковая машина;
- информационные посредники;

15 Хостом называют

- поисковые сервера.
- сервер локальной вычислительной сети;
- сервер рабочей станции;
- компьютер, самостоятельно подключенный к Интернет;
- сервер базы данных;

16 Что не входит в организационную структуру Интернета

- W3C.
- IETF;
- IAB;
- ITCP;
- ISOC;

17 В структуру участка клиента сети Интернет не входит

- сервер локальной сети;
- коммуникационные узлы;
- каналы передачи;
- поисковый сервер.
- рабочие станции;

18 В основу архитектуры сети Интернет положен

- 7-и уровневый принцип передачи сообщений.
- 4-х уровневый принцип передачи сообщений;
- 3-х уровневый принцип передачи сообщений;
- 5-и уровневый принцип передачи сообщений;
- 6-и уровневый принцип передачи сообщений;

19 Эталонная модель взаимодействия открытых систем (OSI) состоит из

- 6 уровней;
- 4 уровней;
- 3 уровней;
- 7 уровней.
- 5 уровней;

20 В интернете для передачи данных используют

- коммутацию передачи.
- коммутацию каналов;
- коммутацию узлов;
- коммутацию пакетов;
- коммутацию сообщений;

21 Основной функцией коммуникационных узлов является

- преобразование IP адресов на адреса узлов.
- преобразование URL адреса в IP –адрес;
- преобразование доменного имени в IP-адрес;
- маршрутизация;
- преобразование IP адресов на локальные адреса;

22 Маршрутизатор вычисляет оптимальный путь к месту назначения на основании

- локальных адресов.
- доменного имени;
- IP адреса;
- внутренних таблиц;
- URL адреса;

23 Компьютер с IP -адресом 112.25.20.10 относится к классу

- E.
- C;
- B;
- A;
- D;

24 Компьютер с IP -адресом 182.182.10.1 относится к классу

- E.
- C;
- A;
- B;
- D;

25 Компьютер с IP адресом 192.13.77.190 относится к классу

- E.

- В;
- А;
- С;
- Д;

26 Компьютер с IP адресом 225.130.12.47 относится к классу

- А;
- Е.
- С;
- В;
- Д;

27 Компьютер с IP адресом 245.130.12.47 относится к классу

- Д;
- В;
- А;
- Е.
- С;

28 Информация – это

- форма проявления сущности объекта
- фиксированные сведения о событиях и явлениях
- представление фактов и идей в формализованном виде
- результат анализа данных в связи с поставленной задачей
- набор данных необходимых для управления

29 Знания – это

- обработанные данные, пригодные для анализа
- проверенный практикой результат познания действительности
- форма проявления сущности объекта
- предоставление фактов и идей в формализованном виде
- обработанные данные, пригодные для принятия решения

30 Информация достоверна, если

- она достаточна для определения смысловых связей системы
- она достаточна для принятия решения
- она достаточна для понимания ситуации
- она не искажает истинного положения дел в окружающей среде
- она достаточна для расширения полезной совокупности сведений о системе

31 Информация полна, если

- она не зависит от конкретного пользователя
- она не зависит от конкретного периода времени
- она не искажает истинного положения дел в окружающей среде
- она достаточна для принятия решения пользователем

- она не зависит от конкретной ситуации

32 Информация адекватна, если

- она не зависит от конкретной ситуации
 она достаточна для понимания ситуации
 она не искажает истинного положения дел в окружающей среде
 создаваемый информационный образ соответствует реальному объекту
 она достаточна для принятия решения

33 Ценность одной и той же информации

- абсолютна и относительна
 частично абсолютна
 абсолютна
 относительна
 частично относительна

34 Основные свойства экономической информации

- дискретность
 значительный объем постоянных и переменных данных
 преобладание буквенно-цифровых знаков
 все перечисленные
 многообразие источников и потребителей

35 Основные свойства экономической информации

- необходимость обеспечения конфиденциальности в использовании отдельных ее частей
 относительная простота алгоритмов расчетов
 способность к преобразованиям, детализации, агрегированию в зависимости от поставленной цели;
 все перечисленные
 тиражируемость

36 Адекватность информации это

- все перечисленные
 форма проявления сущности реального объекта
 создание информационного образа реального объекта
 уровень соответствия создаваемого информационного образа реальному объекту
 отображение процессов, происходящих в реальном объекте

37 Синтаксическая адекватность

- предполагает учет смыслового содержания информации
 определяет степень соответствия образа объекта и самого объекта
 отражает отношение информации и ее потребителя
 отражает только формально-структурные характеристики информации
 отражает соответствия информации цели управления

38 Семантическая адекватность

- отражает полезность информации для достижения пользователем поставленной цели
- отражает соответствие информации и ее потребителя
- отражает формально-структурные характеристики информации
- предполагает учет смыслового содержания информации
- отражает отношение информации и ее потребителя

39 Прагматическая адекватность

- определяет степень соответствия образа объекта и самого объекта
- отражает полезность информации для достижения пользователем поставленной цели
- определяет отношение информации и технологии
- предполагает учет смыслового содержания информации
- отражает формально-структурные характеристики информации

40 Репрезентативность информации – это

- способность реагировать на изменения исходных данных без нарушения необходимой точности
- степень близости получаемой информации к реальному состоянию объекта
- отражение реально существующего объекта с необходимой точностью
- обоснованность выбора существенных признаков и связей отображаемого явления
- степень сохранения ценности информации для управления в момент ее использования

41 Релевантность информации – это

- обоснованность выбора существенных признаков и связей отображаемого явления
- содержание минимального, но достаточного для принятия правильного решения набора показателей
- отражение реально существующего объекта с необходимой точностью
- соответствие информации поставленной теме
- степень близости получаемой информации к реальному состоянию объекта

42 Информация становится значимой

- при ее сохранении
- при передаче пользователю
- при ее использовании
- после помещения ее в определенный контекст
- после ее обработки

43 Информационные революции прошли

- 6 этапов
- 3 этапа
- 2 этапа
- 5 этапов
- 4 этапа

44 Моделирование искусственного интеллекта с помощью искусственного разума достигается за счет использования

- семантических сетей
- теории множеств

- законов формальной логики
- математической интерпретации деятельности нервной системы
- теории графов

45 Моделирование искусственного интеллекта с помощью машинного интеллекта не достигается за счет использования

- семантических сетей
- теории множеств
- законов формальной логики
- математической интерпретации деятельности нервной системы
- теории графов

46 Основной чертой информационного общества не является

- наличие развитых инфраструктур, обеспечивающих создание информационных ресурсов
- получение любой информации или знания, необходимые для решения личных и социально значимых задач
- радикальное изменение социальных структур
- развитое материальное производство и предоставление услуг
- в обществе производится, функционирует и доступна современная информационная технология

47 Основной чертой информационного общества не является

- наличие высоко развитого информационного потенциала
- переход к глобальной информатизации общества
- процесс ускоренной автоматизации, роботизации и информатизации отраслей производства и управления
- развитая экономическая и социальная инфраструктура
- наличие информационной экономики

48 Информационный портал это

- локальный компьютер
- сетевой сервер
- сервер распределенной базы данных
- сервер приложений
- поисковая машина

49 Пользовательские функции в портале реализуются посредством

- средств генерации виртуальной реальности
- поисковых машин
- браузеров
- портлетов
- графических редакторов

50 Использование Web-порталов позволяет

- повысить информативность пользователей
- оперативно размещать и развивать информационные ресурсы организации
- оптимизировать рекламный бюджет организации

- все перечисленные
- ускорить доступ к информации по тематике портала

51 Использование Web-порталов позволяет

- повысить качество управления деятельностью организации
- заинтересовать заказчиков и клиентов системой скидок и бонусов
- оптимизировать ИТ-расходы организации
- все изложенные
- аккумулировать дополнительные финансовые ресурсы

52 Использование Internet в бизнесе ведется по

- 5 направлениям
- 3 направлениям
- 2 направлениям
- 6 направлениям
- 4 направлениям

53 Недостатками применения Internet в бизнесе является

- снижение расходов на маркетинг и поддержку
- доступ к максимально широкой аудитории
- открытость
- высокие затраты на эксплуатацию корпоративности
- устойчивость

54 В электронном бизнесе (e-Business) выделяют

- 6 слоев
- 3 слоя
- 2 слоя
- 4 слоя
- 5 слоев

55 Элементом электронного бизнеса (e-Business) не является

- электронная коммерция
- Internet услуги
- Internet инфраструктура
- поисковая машина
- информационные посредники

56 Хостом называют

- поисковые сервера
- сервер локальной вычислительной сети
- сервер рабочей станции
- компьютер, самостоятельно подключенный к Интернет
- сервер базы данных

57 Что не входит в организационную структуру Интернета

- W3C
- IETF
- IAB
- ITCP
- ISOC

58 В структуру участка клиента сети Интернет не входит

- сервер локальной сети
- коммуникационные узлы
- каналы передачи
- поисковый сервер
- рабочие станции

59 Основу сети Интернет составляет

- региональные сети
- локальные сети
- независимые сети
- высокоскоростные магистральные сети
- распределенные сети

60 Независимые сети подключаются к магистральной сети через

- шлюзы
- маршрутизатор
- сервер провайдера
- точки сетевого доступа NAP
- хосты

61 В основу архитектуры сети Интернет положен

- 7-и уровневый принцип передачи сообщений
- 4-х уровневый принцип передачи сообщений
- 3-х уровневый принцип передачи сообщений
- 5-и уровневый принцип передачи сообщений
- 6-и уровневый принцип передачи сообщений

62 Эталонная модель взаимодействия открытых систем (OSI) состоит из

- 6 уровней
- 4 уровней
- 3 уровней
- 7 уровней
- 5 уровней

63 В Интернете для передачи данных используют

- коммутацию передачи

- коммутацию каналов
- коммутацию узлов
- коммутацию пакетов
- коммутацию сообщений

64 Основной функцией коммуникационных узлов является

- преобразование IP адресов на адреса узлов
- преобразование URL адреса в IP -адрес
- преобразование доменного имени в IP-адрес
- маршрутизация
- преобразование IP адресов на локальные адреса

65 Маршрутизатор вычисляет оптимальный путь к месту назначения на основании

- локальных адресов
- доменного имени
- IP адреса
- внутренних таблиц
- URL адреса

66 Компьютер, включенный к сеть Интернет, не имеет

- адаптерный адрес
- доменный адрес
- IP -адрес
- Интернет адрес
- Ethernet адрес

67 Компьютер с IP -адресом 112.25.20.10 относится к классу

- E
- C
- B
- A
- ни к одному

68 Компьютер с IP -адресом 182.182.10.1 относится к классу

- ни к одному классу
- C
- A
- B
- Д

69 Компьютер с IP адресом 192.13.77.190 относится к классу

- E
- B
- A
- C

Д

70 Компьютер с IP адресом 225.130.12.47 относится к классу

- E
- B
- A
- Д
- C

71 Для служебных целей используется класс

- все указанные
- Д
- A
- B
- C

72 Для служебных целей используется класс

- все указанные
- B
- A
- E
- C

73 Адрес каждой сети выдаются

- IETF
- ISOC
- IAB
- NIC
- W3C

74 IP -адрес состоит из

- 6 байт
- 3 байт
- 2 байт
- 4 байт
- 5 байт

75 IP -адрес включает

- идентификатор домена
- номер компьютера в сети
- номер сети
- номер сети и компьютера в ней
- идентификатор предприятия

76 Доменное имя состоит из

- идентификатора домена
- номера компьютера в сети
- номера сети
- идентификатора предприятия и домена
- идентификатора предприятия

77 Доменные имена регистрируются в

- W3C
- IETF
- IAB
- NIC
- ISOC

78 Преобразованием доменного имени в числовой IP -адрес занимается

- коммуникационный узел
- шлюз
- сервер провайдера
- DNS сервер
- маршрутизатор

79 Для однозначной идентификации ресурсов в Web используются идентификаторы

- org
- edu
- com
- URI
- gov

80 В структуру идентификатора URL не входит

- URL - путь к месту нахождения ресурса
- доменное имя
- сетевой протокол
- DNS сервер
- порт хоста для подключения

81 Протоколом URL не является

- news
- gopher
- http
- firm
- mailto

82 Протоколом URL не является

- wais
- nntp
- https

- store
- irc

83 Протоколом URL не является

- file
- prospero
- ttp
- arts
- irs

84 Протоколом URL не является

- info
- data
- xmpp
- telnet
- news

85 Протоколом URL не является

- irc
- file
- news
- web
- data

86 Протоколом URL не является

- ftp
- xmpp
- nntp
- rec
- wais

87 Протоколом URL не является

- data
- news
- irc
- nom
- file

88 К классу А относятся IP -адреса, первые биты которого равны

- 11110.0
- 110.0
- 10.0
- 0.0
- 1110.0

89 К классу В относятся IP -адреса, первые биты которого равны

- 11110.0
- 110.0
- 0.0
- 10.0
- 1110.0

90 К классу С относятся IP -адреса, первые биты которого равны

- 11110.0
- 10.0
- 0.0
- 110.0
- 1110.0

91 К классу Д относятся IP -адреса, первые биты которого равны

- 11110.0
- 10.0
- 0.0
- 1110.0
- 110.0

92 К классу Е относятся IP -адреса, первые биты которого равны

- 1110.0
- 10.0
- 0.0
- 11110.0
- 110.0

93 Классу А соответствует значение маски

- 255.255.255.255
- 255.255.0.0
- 0.0.0.0
- 255.0.0.0
- 255.255.255.0

94 Классу В соответствует значение маски

- 255.255.255.255
- 255.0.0.0
- 0.0.0.0
- 255.255.0.0
- 255.255.255.0

95 Классу С соответствует значение маски

- 255.255.255.255

- 255.0.0.0
- 0.0.0.0
- 255.255.255.0
- 255.255.0.0

96 IP адрес называется широковещательным, если

- первый октет адреса равен 127
- все двоичные разряды IP-адреса равны единице
- IP -адрес состоит только из двоичных нулей
- в поле адреса назначения в разрядах номера узла стоят только единицы
- в поле номера сети стоят только нули

97 IP -адрес называется ограниченным широковещательным, если

- IP -адрес состоит только из двоичных нулей
- первый октет адреса равен 127
- в поле адреса назначения в разрядах номера узла стоят только единицы
- в поле номера сети стоят только нули
- все двоичные разряды IP -адреса равны единице

98 IP -адреса бывают

- временными
- одноразовыми
- виртуальными
- динамическими
- многократными

99 IP -адреса бывают

- многократными
- временными
- виртуальными
- статическими
- одноразовыми

100 Открытые IP -адреса назначаются следующими организациями

- W3C
- NIC
- ISP
- NIR
- IAB

101 Открытые IP -адреса назначаются следующими организациями

- ITCP
- IAB
- IETF
- LIR

W3C

102 Открытые IP -адреса назначаются следующими организациями

- W3C
- PAT
- NAT
- RIR
- IAB

103 Частным IP -адресом является IP -адрес

- от 224.0.0.0 до 239.255.255.255
- от 128.0.0.0 до 191.255.0.0
- от 10.0.0.0 до 126.0.0.0
- от 172.16.0.0 до 172.131.255.255
- от 192.0.0.0 до 223.255.255.0

104 Частным IP -адресом является IP -адрес

- от 192.0.0.0 до 223.255.255.0
- от 128.0.0.0 до 191.255.0.0
- от 1.0.0.0 до 126.0.0.0
- от 10.0.0.0 до 10.255.255.255
- от 127.0.0.0 до 127.255.255.255

105 Частным IP -адресом является IP -адрес

- от 240.0.0.0 до 247.255.255.255
- от 128.0.0.0 до 191.255.0.0
- от 1.0.0.0 до 126.0.0.0
- от 192.168.12.0 до 192.168.12.255
- от 192.0.0.0 до 223.255.255.0

106 Интернет-протоколом прикладного уровня является

- TLS
- UDP
- TCP
- DNS
- SSL

107 Интернет-протоколом прикладного уровня является

- SLIP
- ATM
- Urenet
- FTP
- PPP

108 Интернет-протоколом прикладного уровня является

- Token ring
- Frame Relay
- Ethernet
- IMAP
- ADLC

109 Интернет-протоколом прикладного уровня является

- IS-IS
- IP
- BGP
- LDAP
- RIP

110 Интернет-протоколом прикладного уровня является

- IGMP
- POP3
- EIGRP
- OSPF
- ICMP

111 Интернет-протоколом прикладного уровня является

- UDP
- SNMP
- SSL
- TLS
- TCP

112 Интернет-протоколом прикладного уровня является

- SLIP
- ATM
- BGP
- SMTP
- PPP

113 Интернет-протоколом прикладного уровня является

- EIGRP
- IGMP
- ICMP
- SSH
- OSPF

114 Интернет-протоколом прикладного уровня является

- Token ring
- Ethernet
- Urenet

- XMPP
- Frame relay

115 Интернет-протоколом прикладного уровня является

- ATM
- PPP
- SLIP
- Telnet
- HDLC

116 Интернет-протоколом сеансового уровня является

- HTTPS
- FTP
- DNS
- SSL
- HTTP

117 Интернет-протоколом сеансового уровня является

- L2TP
- LDAP
- IMAP
- TLS
- POP3

118 Интернет-протоколом транспортного уровня является

- Telnet
- SMTP
- SNMP
- TCP
- SSH

119 Интернет-протоколом транспортного уровня является

- RIP
- TLS
- SSL
- UDP
- BGP

120 Интернет-протоколом сетевого уровня является

- SLIP
- ATM
- Urenet
- BGP
- PPP

121 Интернет-протоколом сетевого уровня является

- HTTPS
- ETP
- DNS
- EIGRP
- HTTP

122 Интернет-протоколом сетевого уровня является

- Telnet
- LDAP
- IMAP
- ICMP
- POP3

123 Интернет-протоколом сетевого уровня является

- SSH
- SNMP
- IGMP
- XMPP
- SMTP

124 Интернет-протоколом сетевого уровня является

- SNMP
- SSH
- SSL
- IP
- SLIP

125 Интернет-протоколом сетевого уровня является

- FTP
- TCP
- DNS
- IS-IS
- MDP

126 Интернет-протоколом сетевого уровня является

- POP3
- HTTPS
- HTTP
- OSPF
- IMAP

127 Интернет-протоколом сетевого уровня является

- SHH

- SNMP
- LDAP
- RIP
- PPP

128 Интернет-протоколом канального уровня является

- SNMP
- RIP
- BGP
- PPP
- L2TP

129 Интернет-протоколом канального уровня является

- IS-IS
- IGMP
- ICMP
- ATM
- IP

130 Интернет-протоколом канального уровня является

- XMPP
- OSPF
- Telnet
- Urenet
- IMAP

131 Интернет-протоколом канального уровня является

- UDP
- TLS
- SSL
- Ethernet
- TCP

132 Интернет-протоколом канального уровня является

- XMPP
- HTTP
- POP3
- Frame Relay
- FTP

133 Интернет-протоколом канального уровня является

- LDAP
- BGP
- OSPF
- HDLC

XMPP

134 Интернет-протоколом канального уровня является

- SMTP
- SSL
- SSH
- PPP
- SNMP

135 Интернет-протоколом канального уровня является

- POP3
- IGMP
- ICMP
- SLIP
- IMAP

136 Интернет-протоколом канального уровня является

- FTP
- Token ring
- UDP
- TCP
- DNS

137 Почтовым протоколом является протокол

- RIP
- SSL
- SSH
- POP3
- PPP

138 Почтовым протоколом является протокол

- XMPP
- IGMP
- ICMP
- IMAP
- IP

139 Почтовым протоколом является протокол

- SNMP
- OSPF
- SLIP
- SMTP
- ICMP

140 В стеке протоколов TCP/IP для определения соответствия IP и Ethernet-адресов

используется

- UDP протокол
- PPP протокол
- RIP протокол
- ARP протокол
- TCP протокол

141 В стеке протоколов TCP/IP к канальному уровню

- ARP
- SNMP
- FTP
- SLIP
- NFS

142 В стеке протоколов TCP/IP к канальному уровню

- NFS
- UDP
- TCP
- PPP
- Telnet

143 Блок данных, который принимается и отправляется сетевым адаптером называется

- прикладным сообщением
- UDP-датаграммой
- IP-пакетом
- кадром
- TCP-сегментом

144 Блок данных, которым обменивается IP-модуль с сетевым интерфейсом называется

- прикладным сообщением
- TCP-сегментом
- UDP-датаграммой
- IP-пакетом
- кадром

145 Блок данных, которым обмениваются программы сетевых приложений с протоколами транспортного уровня называется

- кадром
- UDP-датаграммой
- IP-пакетом
- прикладным сообщением
- TCP-сегментом

146 Блок данных, которым обменивается IP-модуль с транспортным модулем называется

- прикладным сообщением
- кадром
- IP-пакетом
- UDP-датаграммой
- капсулой

147 Блок данных, которым обменивается IP-модуль с транспортным модулем называется

- прикладным сообщением
- кадром
- IP-пакетом
- TCP-сегментом
- капсулой

148 Упаковка сообщения в формате одного протокола в сообщении в формате другого протокола более низкого уровня называется

- инкапсуляцией
- UDP-датаграммой
- IP-пакетом
- кадром
- TCP-сегментом

149 В программное обеспечение для работы с протоколом HTTP входит

- коммуникационный узел
- шлюз
- DNS-сервер
- Сервер-поставщик информации (хранение и обработка)
- маршрутизатор

150 В программное обеспечение для работы с протоколом HTTP входит

- коммуникационный узел
- шлюз
- DNS-сервер
- прокси-серверы
- маршрутизатор

151 В состав HTTP - запроса, передаваемая клиентом серверу, не входит следующая компонента

- тело запроса
- поля заголовка
- строка состояния
- головная часть
- пустая строка

152 При использовании телефонной линии ADSL занимает частоты

- от 25 кГц до 30 кГц

- от 15 кГц до 20 кГц
- от 10 кГц до 15 кГц
- от 30 кГц и выше
- от 20 кГц до 25 кГц

153 ADSL разделяет канал на множество индивидуальных интервалов по

- по 6 кГц
- по 3 кГц
- по 2 кГц
- по 4 кГц
- по 5 кГц

154 На реальную пропускную способность цифровых абонентских линий не влияет

- скрещивание
- затухание сигнала
- организация линий
- частотное мультиплексирование (FDM)
- помехи

155 Какая из нижеперечисленных аббревиатур является xDSL-технологией

- FDSL
- EDSL
- CDSL
- HDSL
- GDSL

156 Какая из нижеперечисленных аббревиатур является xDSL-технологией

- FDSL
- EDSL
- CDSL
- VDSL
- GDSL

157 Какая из нижеперечисленных аббревиатур является xDSL-технологией

- FDSL
- EDSL
- CDSL
- RDSL
- GDSL

158 В какой xDSL-технологии имеется асимметричный режим работы

- ADSL и HDSL
- HDSL
- ADSL
- ADSL и VDSL

VDSL

159 В какой xDSL-технологии имеется асимметричный и симметричные режимы работы

- ADSL и HDSL
- HDSL
- ADSL
- VDSL
- ADSL и VDSL

160 В какой xDSL-технологии происходит адаптация скорости передачи данных по линии

- HDSL и VDSL
- HDSL
- ADSL
- RDSL
- VDSL

161 Что не входит в систему www

- язык гипертекстовой разметки документов HTML
- универсальный интерфейс шлюзов CGI
- протокол обмена гипертекстовой информацией HTTP
- универсальный способ адресации ресурсов в сети URL
- язык программирования java

162 Передача данных по протоколу HTTP в сети www проводится

- хост-компьютером
- прокси-сервером
- веб-браузером
- веб-сервером
- веб-сайтом

163 Отображение гипертекстовых страниц в сети www проводится

- хост-компьютером
- прокси-сервером
- веб-сервером
- веб-браузером
- веб-сайтом

164 Для определения местонахождения ресурсов в сети www используется

- FTP
- UDP
- TCP
- URL
- PPP

165 URL-локатор представляет собой комбинацию

- веб-сайта и веб-браузера
- веб-браузера и веб-страницы
- веб-сервера и веб-страницы
- URI и системы DNS
- веб-сайта и веб-сервера

166 Для каких целей не применяются прокси-серверы

- ограничение доступа из локальной сети к внешней
- кэширование данных
- обеспечения доступа с компьютеров локальной сети в Интернет
- передачи данных по протоколу HTTP
- защита локальной сети от внешнего доступа

167 Для каких целей не применяются прокси-серверы

- анонимизация доступа к различным ресурсам
- защиты клиентских компьютеров от сетевых атак
- выполнение косвенных запросов к другим сетевым службам
- просмотра информации, полученной от веб-сервера
- сжатие данных

168 Какие технологии являются ключевыми для Веб 2.0

- веб-мешап
- Ajax
- веб-сервисы
- все изложенные
- веб-синдикация

169 Какие технологии являются ключевыми для Веб 2.0

- Mash up
- флоксомания
- теги
- все изложенные
- социальное ПО

170 Гибридное веб-приложение, объединяющее данные из нескольких источников в рамках единого интегрированного инструмента является

- флоксомания
- веб-сервис
- портал
- мешап
- Ajax

171 Что не входит в архитектуру мешапа

- веб-браузер
- онтология

- провайдер контента
- мешап
- клиент

172 Практика и методика совместной категоризации контента посредством произвольно выбираемых меток называется

- онтология
- мешапом
- порталной технологией
- флоксоманией
- веб-сервисом

173 Основной проблемой флоксономии не является

- глубина использования меток
- полисемия
- наличие форм множественного числа
- использование стандарты метаданных
- синонимия

174 Совокупность ресурсов www и их метаданных называется

- веб-приложением
- веб-сайтом
- веб-сетью
- семантической веб-сетью
- веб-страницей

175 В семантической веб-сети не используется

- флоксономия
- антология
- универсальный идентификатор ресурсов (URI)
- Ajax
- язык описания метаданных

176 Современные онтологии состоят из

- отношений
- понятий
- экземпляров
- всех перечисленных
- атрибутов

177 Поисковый процесс состоит из

- 6-и стадий
- 3-х стадий
- 2-х стадий
- 4-х стадий

5-и стадий

178 Нелинейная схема поиска информации состоит из

- 6 этапов
- 8 этапов
- 9 этапов
- 10 этапов
- 7 этапов

179 Работа поискового указателя происходит в

- 6 этапов
- 4 этапа
- 2 этапа
- 3 этапа
- 5 этапов

180 На 1 этапе поисковый указатель

- предварительный просмотр содержания найденных документов
- обрабатывает полученные списки
- выполняет созданные запросы
- собирает информацию из www
- обращается по адресам за искомыми документами

181 На 2 этапе работы поискового указателя проводится

- предварительный просмотр содержания найденных документов
- копирование разысканных Web-ресурсов на сервер поисковой системы
- обработка Web-ресурсов
- создание индексированной базы данных
- копирование искомых документов на сервер поисковой системы

182 На 3 этапе работы поискового указателя происходит

- изучение массива сохраненных документов
- формирование страницы результатов поиска
- розыск подходящего Web-ресурса
- обработка запроса клиента и выдача списка гиперссылок
- сокращение релевантных документов

183 Спайдером называется программа

- для выдачи результатов поиска в виде списка гиперссылок
- для просмотра содержания найденных документов
- для копирования Web-ресурсов на сервер поисковой системы
- используемая поисковым указателем для просмотра Web-пространства
- для создания индексированной базы данных

184 Недостатком рекламирования в Интернете является

- информационная перегрузка
- доступность в любое время суток
- интерактивность
- огромный охват целевой аудитории
- высокая информативность

185 Недостатком рекламирования в Интернете является

- правовые аспекты и авторские права (копирайт)
- относительно невысокая стоимость размещения
- доступность любому потенциальному потребителю
- сложность пользования некоторыми сайтами
- практически не ограниченное нахождение рекламы в компьютерной сети

186 Эффективность рекламной компании в Интернете не зависит от

- оперативности ответов менеджера на запросы
- качестве веб-сайта фирмы
- величины рекламного бюджета
- затрат, связанных с доступом в Интернет
- частоты посещения веб-сайта фирмы

187 Достоинством создания собственного веб-сервера является

- аренда выделенного канала
- необходимость иметь квалифицированного системного администратора
- необходимость постоянной защиты системы
- возможность постоянно контролировать сайт
- затраты на приобретение сервера

188 Недостатком создания собственного веб-сервера арендной места на сервере провайдера является

- аренда выделенного канала
- необходимость иметь квалифицированного системного администратора
- необходимость постоянной защиты системы
- право провайдера ограничить используемое программное обеспечение в любое время
- затраты на приобретение сервера

189 Какое из требований можно не выполнять при создании сайта

- адрес сайта должен быть размещен на всех рекламно-информационных материалах фирмы
- получение любой информации должно обеспечиваться за 3 клика
- сайт должен быть легкодоступным
- имя сайта не должно легко запоминаться
- информация на сайте должна быть точной и всегда актуальной

190 Какое из требований можно не выполнять при создании сайта

- сайт должен быть отрекламирован
- должна быть обеспечена хорошая навигация по сайту

- время загрузки страницы не должно превышать 1 минуты
- создание веб-сайта может осуществляться непрофессионалом
- необходимо обеспечить своевременную и качественную поддержку сайта

191 Подробную информацию о действиях пользователя на сайте дают

- Ajax
- лог-анализаторы
- спайдеры
- счетчики, установленные на сайте
- мэшапы

192 Все действия посетителя с момента его входа на сайт и до выхода записывается

- Ajax-ом
- спайдерами
- лог-анализаторами
- лог-файлами сервера
- мэшапами

193 Счетчик, установленный на сайте – это

- спайдер
- файл
- программа
- специальный код
- сервис

194 Анализ информации лог-файлов и ее представление в удобном для человека виде проводится

- прокси-сервером
- веб-сервером
- веб-браузером
- лог-анализатором
- веб-сайтом

195 Первой стадией взаимодействия пользователя с рекламой является

- повторение
- привлечение
- контакт
- осведомленность
- действие

196 Второй стадией взаимодействия пользователя с рекламой является

- действие
- контакт
- осведомленность
- привлечение

- повторение

197 Третьей стадией взаимодействия пользователя с рекламой является

- осведомленность
 повторение
 действие
 привлечение
 контакт

198 Четвертой стадией взаимодействия пользователя с рекламой является

- повторение
 осведомленность
 контакт
 действие
 привлечение

199 Пятой стадией взаимодействия пользователя с рекламой является

- действие
 привлечение
 осведомленность
 повторение
 контакт

200 Анализ эффективности рекламы на стадии осведомленности определяется

- отношение посетителей налогам к количеству показов рекламы (CON)
 отношением осведомленных пользователей к количеству показом рекламы
 отношением количества нажатий на рекламу к количеству посетителей
 отношением осведомленных пользователей к целевой аудитории (Aw)
 отношение количества нажатий на рекламу к количеству показов рекламы (CTR)

201 Анализ эффективности рекламы на стадии привлечение определяется

- отношением осведомленных пользователей к количеству показов рекламы
 отношением посетителей по логам к количеству показов рекламы (CON)
 отношением количества, нажатий на рекламу к количеству посетителей
 отношением количества нажатий на рекламу к количеству показов рекламы (CTR)
 отношением осведомленных пользователей к целевой аудитории (Aw)

202 Анализ эффективности рекламы на стадии контакт определяется

- отношением количества нажатий на рекламу к количеству посетителей
 отношением осведомленных пользователей к количеству показов рекламы
 отношением осведомленных пользователей к целевой аудитории
 отношением посетителей по логам к количеству показов рекламы
 отношением количества нажатий на рекламу к количеству показов рекламы

203 Маркетинговыми коммуникациями в Интернете является

- коммуникации, связанные с продвижением товара
- коммуникации, связанные с созданием товара
- коммуникации, связанные с разработкой товара
- все изложенные
- коммуникации, связанные с совершенствованием товара

204 Инструментом маркетинговых коммуникаций при разработке новых товаров является

- стимулирование
- воздействие
- информирование
- Интранет
- убеждение

205 Инструментом маркетинговых коммуникаций при разработке новых товаров является

- стимулирование
- воздействие
- информирование
- экстранет
- убеждение

206 Центральным элементом коммуникативной политики компании в Интернете является

- текстовая и мультимедийная реклама
- реклама в списках рассылки
- реклама при помощи электронной почты
- Web-сайт компании
- баннерная реклама

207 Что не относится к методам продвижения Web -сайта компании в Интернете

- регистрация на тематических Web –серверах
- размещение ссылок в Web -каталогах
- регистрация сервера в поисковых системах
- организация обратной связи с аудиторией сайта
- размещение ссылок в «желтых страницах»

208 Что не относится к методам продвижения Web-сайта компании в Интернете

- реклама в списках рассылки
- участие в телеконференциях
- размещение ссылок на Web-серверах
- максимальное удовлетворение основной потребности пользователя
- реклама по электронной почте

209 Какие методы не используются для удержания посетителей Web-сайта

- организация обратной связи с аудиторией сайта
- проведение консультаций на виртуальных конференциях, чартах и электронной почте
- информационное наполнение сайта

- оплата по кредитной карте
- наполнение, расширение и актуализация информации сайта

210 Какие методы не используются для удержания посетителей Web-сайта

- представление товара
- обязательное проведение оплаты через Сеть
- оказание пред- и послепродажного сервиса
- формирование заказа
- реализация дизайна сайта

211 Источником информационного наполнения сайта не является

- приобретение
- использование ссылок
- реферирование
- Проведение консультаций
- обмен информацией и партнерство

212 Интерактивным инструментом работы с заказчиками не является

- дискуссионные группы
- чарты
- конференции
- виртуальные витрины и каталоги
- доски объявлений

213 Интерактивным инструментом работы с заказчиками не является

- системы коллективного принятия решения, голосование
- приобретение
- игры и конкурсы
- почтовые рассылки
- отзывы заказчиков

214 К элементам навигации по сайту не относится

- поисковая машина
- карта сайта
- меню
- прокси-сервер
- гиперссылки

215 Процесс добавления в сайт-каталоги информации о своем сайте называется

- флоксоманией
- спамом
- спайдером
- самбитом
- онтологией

216 Разработка эффективных коммуникаций в Интернете содержит

- 3 этапа
- 5 этапов
- 6 этапов
- 7 этапов
- 4 этапа

217 Первым этапом разработки маркетинговых интернет-коммуникаций является

- формирование общего бюджета на продвижение
- создание обращения
- определение целей коммуникации
- определение контактной аудитории
- выбор каналов коммуникаций

218 Вторым этапом разработки маркетинговых интернет-коммуникаций является

- выбор каналов коммуникаций
- определение контактной аудитории
- формирование общего бюджета на продвижение
- определение целей коммуникации
- создание обращения

219 Третьим этапом разработки маркетинговых интернет коммуникаций является

- оценка результатов продвижений
- определение целей коммуникации
- определение контактной аудитории
- создание обращения
- выбор каналов коммуникаций

220 Четвертым этапом разработки маркетинговых интернет коммуникаций является

- оценка результатов продвижения
- определение целей коммуникации
- определение контактной аудитории
- выбор каналов коммуникаций
- формирование общего бюджета на продвижение

221 Пятым этапом разработки маркетинговых интернет-коммуникаций является

- оценка результатов продвижения
- выбор каналов коммуникаций
- создание обращения
- формирование общего бюджета на продвижение
- принятие решения о средствах продвижения

222 Шестым этапом разработки маркетинговых интернет коммуникаций является

- оценка результатов продвижения

- создание обращения
- формирование общего бюджета на продвижение
- принятие решения о средствах продвижения
- выбор каналов коммуникации

223 Последним этапом разработки маркетинговых интернет коммуникаций является

- определение контактной аудитории
- формирование общего бюджета на продвижение
- оценка результатов продвижения
- определение целей коммуникации
- принятие решения о средствах продвижения

224 Создание Web-сайта компании включает

- 6 основных этапов
- 3 основных этапа
- 2 основных этапа
- 4 основных этапа
- 5 основных этапов

225 Какие мероприятия входит в I этап создания Web-сайта

- первоначальное информационное наполнение
- выбор поставщика услуг Интернета
- выбор места размещения сервера
- разработка плана необходимых мероприятий по созданию сервера
- разработка дизайна сервера и его структуры

226 Какие мероприятия входит во 2-этап создания Web-сайта

- разработка плана необходимых мероприятий
- проведение маркетинговых исследований
- определение целей и путей создания сервера
- вопросы совмещения с существующей бизнес-системой предприятия
- комплекс мероприятий по привлечению посетителей на сервер

227 Какие мероприятия входят в 3 этап создания Web-сайта

- первоначальное информационное наполнение Web-сайта
- выбор поставщика услуг Интернета
- выбор места размещения сервера
- комплекс мероприятий по привлечению посетителей на сервер
- разработка дизайна сервера и его структуры

228 Какие мероприятия входят в 4-этап создания Web-сайта

- вопросы совмещения с существующей бизнес-системой предприятия
- первоначальное информационное наполнение Web-сайта
- проведение маркетинговых исследований
- подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными

- Комплекс мероприятий по привлечению посетителей на сервер

229 Эффективность Web-сайта компаний не зависит от

- поддержание постоянной обратной связи с его посетителями
 информационного наполнения сайта и его периодического обновления
 уровня повторных посещений Web-сайта целевой аудиторией
 существующего бизнес-системы предприятия
 наличие на нем инструментов для работы с аудиторией

230 Ключевыми компонентами для оценки экономической ценности сайта как средства коммуникации не является

- коммуникативная значимость сайта с точки зрения продаж (CSVP)
 суммарный коммуникативный эффект (GCE)
 пользовательская оценка (V)
 число посещений сайта за анализируемый период (GSR)
 коммуникативная значимость сайта (CSV)

231 Какое из направлений электронной коммерции (e-commerce) является направлением бизнес-государству

- C2C
 B2B
 B2C
 B2G
 G2B

232 Какое из направлений электронной коммерции (e-commerce) является направлением бизнес-клиенту

- C2C
 B2B
 B2G
 B2C
 G2B

233 Какое из направлений электронной коммерции (e-commerce) является направлением бизнес-бизнесу

- C2C
 B2C
 B2G
 B2B
 G2B

234 Какое из направлений электронной коммерции (e-commerce) является направлением государство-бизнесу

- C2C
 B2C

- B2G
- G2B
- B2B

235 Какое из направлений электронной коммерции (e-commerce) является направлением клиент-клиенту

- G2B
- B2C
- B2G
- C2C
- B2B

236 В электронной экономической деятельности, связанной с перераспределением товаров выделяют вид товара

- сыпучий
- жидкий
- твердый
- мягкий
- гладкий

237 В электронной экономической деятельности, связанной с перераспределением товаров выделяют вид товара

- сыпучий
- жидкий
- твердый
- жесткий
- гладкий

238 Не существует следующий вид пластиковых карт

- карточки системы Master Card/EuroPay
- смарт-карты
- карточки со штрих-кодом
- карточки с магнитным кодом
- карточки системы VISA

239 Не существует следующий вид пластиковых карт

- карточки системы Master Card/EuroPay
- смарт-карты
- карточки с магнитной полосой
- карточки со штриховой полосой
- карточки системы VISA

240 ППЗУ память в смарт-картах допускает

- все изложенные варианты
- многократную запись однократное считывание

- однократную запись однократное считывание
- однократную запись многократное считывание
- многократную запись многократное считывание

241 ЭСПЗУ память в смарт-картах допускает

- все изложенные варианты
- многократную запись однократное считывание
- однократную запись однократное считывание
- многократную запись многократное считывание
- однократную запись многократное считывание

242 Карты памяти смарт-карт бывают

- с защищенной памятью
- с полnodоступной памятью
- с незащищенной памятью
- с незащищенной и защищенной памятью
- с неполnodоступной памятью

243 Стандартами электронных расчетов являются

- Digital Cash
- Cyber Cash
- стандарт set
- все изложенные
- система First Virtual

244 Полный замкнутый цикл электронной коммерции включает

- последующие продажи
- электронную поддержку потребителей
- автоматизацию взаимодействия между партнерами
- все изложенные
- услуги на после продажное обслуживание

245 Полный замкнутый цикл электронной коммерции включает

- распространение
- интерактивные электронные заказы
- доступ к информации об услугах и товарах
- все изложенные
- проведение электронных платежей

246 Полный замкнутый цикл электронной коммерции включает

- распространение
- стандартные заказы
- оперативную электронную рекламу
- все изложенные
- электронные переводы денежных средств

247 Недостатки Интернет-магазинов для потребителей это

- возможность получения товара из любой страны мира
- неограниченный ассортимент
- экономия времени
- зачастую долгая доставка международных товаров
- неограниченная информативность

248 Недостатки Интернет-магазинов для потребителей – это

- проблема подделки
- возможность заказа товаров, которые еще только готовятся к выпуску
- возможность сравнения цены нескольких производителей
- выбор необходимой комплектации
- экономия денег

249 Преимущества Интернет-магазинов для потребителей – это

- проблемы сопровождения
- нельзя больше узнать, чем написано
- нельзя «пощупать»
- сбор необходимой конфигурации, из представленных комплектующих и определение ее цены
- проблемы гарантии

250 Недостатки Интернет-магазинов для продавца это

- снижение затрат на рекламу
- возможность лучше отслеживать бизнес цикл
- возможность более гибко планировать ресурсы
- обеспечение гарантии
- снижение затрат на аренду помещения

251 Недостатки Интернет-магазинов для продавца это

- Снижение количества посредников
- возможность расширить территорию торговли
- снижение затрат на размещение заказов
- обеспечение сопровождения
- собственное представительство в Интернете

252 Отрицательной стороной участия в электронном бизнесе является

- независимость от границ и налогов государства
- сокращение оборотных фондов
- повышение эффективности производственных процессов
- рост конкуренции
- исключение посредников

253 Отрицательной стороной участия в электронным бизнесе является

- интерактивное общение с покупателем

- применение индивидуального маркетинга
- огромная потенциальная аудитория
- сокращение каналов распространения товаров
- круглосуточная продажа

254 Отрицательной стороной участия в электронном бизнесе является

- возможность моментальной оплаты
- применение индивидуального агрегирования
- способность мгновенно реагировать на спрос
- глобализация сфер деятельности
- подробная информация о предлагаемых товарах и услугах

255 Преимущества использования электронного магазина это

- отсутствие согласований с различными инстанциями: пожарной инспекцией, СЭС, коммунальными службами
- сокращение издержек на аренде торговых площадей
- открытие магазина в кратчайшие сроки
- все изложенные
- уменьшение издержек на торговом оборудовании

256 Преимущества использования электронного магазина это

- представление всего ассортимента товаров и услуг
- круглосуточные каналы реализации
- расширение зоны охвата бизнеса
- все изложенные
- уменьшение издержек на содержание штата сотрудников

257 Двухстраничная электронная коммерция это

- комплекс по принятию различных форм платежей
- Killer Letter
- веб-страница рекламного объявления
- все изложенные
- Веб-формы заказа

258 Информационная веб-страница должна

- содержать ссылки и баннеры
- содержать скрипты
- содержать загружаемые флеш-рамки
- содержать минимум графики
- содержать всплывающие окна

259 Информационная веб-страница

- должна содержать всплывающие окна
- должна содержать ссылки и баннеры
- должна содержать загружаемые флеш-ролики

- не должна содержать никаких излишеств
- должна содержать скрипты

260 Длина информационной веб-страницы не должна превышать

- 6 полных экранов
- 4 полных экранов
- 2 полных экранов
- 3 полных экранов
- 5 полных экранов

261 В соответствии с правилом «30-ти секунд» информационная веб-страница может не содержать

- интригующий заголовок
- ограничение сроков и условий предложения
- исключительность предложения
- выгодность предложения
- объемные премии и бонусы

262 В основе электронной коммерции лежат

- 1 технология
- 4 технологий
- 5 технологий
- 3 технологий
- 2 технологий

263 Виртуальные магазины по модели бизнеса бывают

- работающие через систему наличной оплаты
- работающие по договорам с поставщиками
- имеющий собственные склады
- чисто онлайнный
- работающие через систему электронных платежей

264 Виртуальные магазины по модели бизнеса бывают

- работающие через систему наличной оплаты
- работающие по договорам с поставщиками
- имеющие собственные склады
- совмещение оффлайн-бизнеса с онлайн-бизнесом
- работающие через систему электронных платежей

265 В электронном бизнесе используются следующие сети

- Экстранет
- Интернет
- локальные сети
- все перечисленные
- Интранет

266 Банковская деятельность в электронном виде осуществляется в форме

- все изложенные
- Telephone банкинг
- PC банкинг
- электронный банк
- Video банкинг

267 Банковская деятельность в электронном виде осуществляется в форме

- все изложенные
- Telephone банкинг
- PC банкинг
- онлайн-банк
- Video банкинг

268 Прямым аукционом называется продажа товара

- по цене, предшествующей максимальной
- по максимально возможной цене
- по минимально возможной цене
- по стартовой цене
- по заведомо завышенной цене

269 Обратный аукцион это

- несколько продавцов и несколько покупателей
- один покупатель и несколько продавцов
- один покупатель и один продавец
- один продавец и несколько покупателей
- один продавец, посредник-провайдер и несколько покупателей

270 Система выставления рейтинговых оценок участникам торгов действует на

- голландском аукционе
- on-line аукционе
- прямом аукционе
- обратном аукционе
- английском аукционе

271 На английском аукционе торги ведутся по следующей схеме

- покупатель и продавец делает секретные предложения в течение установленного времени. Победитель покупает товар по цене, предшествующей максимальной.
- продавец назначает стартовую цену, и покупатели, указывают цену на 3% больше предложенной
- продавец назначает заведомо завышенную цену и торги ведутся до тех пор, пока один из покупателей не согласится ее принять
- все покупатели одновременно назначают цены и побеждает тот, кто предлагает максимальную
- предложение поступает от продавца и покупатели одновременно. В результате устанавливается равновесная цена

272 На голландском аукционе торги ведутся по следующей схеме

- покупатель и продавец делает секретные предложения в течение установленного времени. Победитель покупает товар по цене, предшествующей максимальной.
- все покупатели одновременно назначают цены и побеждает тот, кто предлагает максимальную
- продавец назначает стартовую цену, и покупатели, указывают цену на 3% больше предложенной
- продавец назначает заведомо завышенную цену и торги ведутся до тех пор, пока один из покупателей не согласится ее принять
- предложение поступает от продавца и покупателя одновременно. В результате устанавливается равновесная цена

273 На аукционе одновременного предложения торги ведутся по следующей схеме

- покупатель и продавец делает секретные предложения в течение установленного времени. Победитель покупает товар по цене, предшествующей максимальной.
- продавец назначает заведомо завышенную цену и торги ведутся до тех пор, пока один из покупателей не согласится ее принять
- продавец назначает стартовую цену, и покупатели, указывают цену на 3% больше предложенной
- все покупатели одновременно назначают цены и побеждает тот, кто предлагает максимальную
- предложение поступает от продавца и покупателя одновременно. В результате устанавливается равновесная цена

274 На двойном аукционе торги ведутся по следующей схеме

- покупатель и продавец делает секретные предложения в течение установленного времени. Победитель покупает товар по цене, предшествующей максимальной.
- продавец назначает заведомо завышенную цену и торги ведутся до тех пор, пока один из покупателей не согласится ее принять
- продавец назначает стартовую цену, и покупатели, указывают цену на 3% больше предложенной
- предложение поступает от продавца и покупателя одновременно. В результате устанавливается равновесная цена
- все покупатели одновременно назначают цены и побеждает тот, кто предлагает максимальную

275 На аукционе закрытых предложений торги ведутся по следующей схеме

- предложение поступает от продавца и покупателя одновременно. В результате устанавливается равновесная цена
- продавец назначает заведомо завышенную цену и торги ведутся до тех пор, пока один из покупателей не согласится ее принять
- продавец назначает стартовую цену, и покупатели, указывают цену на 3% больше предложенной
- покупатель и продавец делает секретные предложения в течение установленного времени. Победитель покупает товар по цене, предшествующей максимальной.
- все покупатели одновременно назначают цены и побеждает тот, кто предлагает максимальную

276 Электронным аукционом является

- аукцион закрытых предложений
- двойной аукцион
- английский аукцион
- тихий аукцион
- аукцион одновременного предложения

277 Электронным аукционом не является

- тихий аукцион
- публичный аукцион
- абсолютный аукцион

- стандартный аукцион
- приватный аукцион

278 Электронным аукционом не является

- тихий аукцион
- публичный аукцион
- обычный аукцион
- голландский аукцион
- приватный аукцион

279 Электронным аукционом не является

- приватный аукцион
- абсолютный аукцион
- датский аукцион
- двойной аукцион
- публичный аукцион

280 Электронным аукционом не является

- тихий аукцион
- аукцион с зарезервированной ценой
- аукцион с минимальной ценой
- аукцион одновременного предложения
- обычный аукцион

281 Электронным аукционом не является

- публичный аукцион
- аукцион с минимальной ценой
- аукцион с зарезервированной ценой
- аукцион закрытых предложений
- датский аукцион

282 На электронном обычном аукционе торги ведутся по следующей технологии

- ставка принимается в течении строго ограниченного времени. Участник имеет право только на одну ставку и может узнать, какова текущая максимальная ставка
- для всех участников и посетителей доступны текущая максимальная ставка и история ставок
- продавец выставляет товар и определяет минимальную стартовую продажную цену, которую знают покупатели
- товар не имеет минимальной цены товар продается покупателю за максимальную предложенную
- ставка принимается в течение строго ограниченного времени. Участник имеет право только на одну ставку и не может узнать размер и количество ставок других участников

283 На электронном публичном аукционе торги ведутся по следующей технологии

- ставка принимается в течении строго ограниченного времени. Участник имеет право только на одну ставку и может узнать, какова текущая максимальная ставка
- товар не имеет минимальной цены товар продается покупателю за максимальную предложенную
- продавец выставляет товар и определяет минимальную стартовую продажную цену, которую знают покупатели

- для всех участников и посетителей доступны текущая максимальная ставка и история ставок
- ставка принимается в течение строго ограниченного времени. Участник имеет право только на одну ставку и не может узнать размер и количество ставок других участников

284 На электронном привратном аукционе торги ведутся по следующей технологии

- ставка принимается в течение строго ограниченного времени. Участник имеет право только на одну ставку и не может узнать размер и количество ставок других участников
- для всех участников и посетителей доступны текущая максимальная ставка и история ставок
- товар не имеет минимальной цены товар продается покупателю за максимальную предложенную
- продавец выставляет товар и определяет минимальную стартовую продажную цену, которую знают покупатели
- ставка принимается в течении строго ограниченного времени. Участник имеет право только на одну ставку и может узнать, какова текущая максимальная ставка

285 На электронном тихом аукционе торги ведутся по следующей технологии

- ставка принимается в течение строго ограниченного времени. Участник имеет право только на одну ставку и не может узнать размер и количество ставок других участников
- товар не имеет минимальной цены товар продается покупателю за максимальную предложенную
- продавец выставляет товар и определяет минимальную стартовую продажную цену, которую знают покупатели
- ставка принимается в течении строго ограниченного времени. Участник имеет право только на одну ставку и может узнать, какова текущая максимальная ставка
- для всех участников и посетителей доступны текущая максимальная ставка и история ставок

286 На электронном аукционе с минимальной ценой торги ведутся по следующей технологии

- ставка принимается в течении строго ограниченного времени. Участник имеет право только на одну ставку и может узнать, какова текущая максимальная ставка
- для всех участников и посетителей доступны текущая максимальная ставка и история ставок
- товар не имеет минимальной цены товар продается покупателю за максимальную предложенную
- продавец выставляет товар и определяет минимальную стартовую продажную цену, которую знают покупатели
- ставка принимается в течение строго ограниченного времени. Участник имеет право только на одну ставку и не может узнать размер и количество ставок других участников

287 На электронном датском аукционе торги ведутся по следующей технологии

- для всех участников и посетителей доступны текущая максимальная ставка и история ставок.
- участники аукциона знают об установленной минимальной цене, но не знают ее величину. Торги прекращаются если не достигнута минимальная цена
- товар не имеет минимальной цены. Товар продается покупателю за максимальную предложенную цену
- начальная цена устанавливается преувеличенно высокой и в процессе торгов автоматически уменьшается. Уменьшение цены прекращается, если участник-покупатель останавливает аукцион
- продавец выставляет товар и определяет минимальную стартовую продажную цену, которую знают покупатели

288 На электронном аукционе с зарезервированной ценой торги ведутся по следующей технологии

- для всех участников и посетителей доступны текущая максимальная ставка и история ставок.
- начальная цена устанавливается преувеличенно высокой и в процессе торгов автоматически уменьшается. Уменьшение цены прекращается, если участник-покупатель останавливает аукцион

- товар не имеет минимальной цены. Товар продается покупателю за максимальную предложенную цену
- участники аукциона знают об установленной минимальной цене, но не знают ее величину. Торги прекращаются если не достигнута минимальная цена
- продавец выставляет товар и определяет минимальную стартовую продажную цену, которую знают покупатели

289 Использование цифровой подписи позволяет осуществить

- невозможность отказов от авторства
- контроль целостности передаваемого документа
- доказательное подтверждение авторства документа
- все изложенные
- защиту от изменений документа

290 Электронная цифровая подпись используется для

- электронная торговля и госзаказы
- регистрация сделок по объектам недвижимости
- декларирования товаров и услуг
- все изложенные
- использование в банковских системах

291 Электронная цифровая подпись используется для

- в расчетах и трейдинговых системах
- в системах обращения к органам власти
- контроль исполнения государственного бюджета
- все изложенные
- организация юридически значимого электронного документооборота

292 При генерации электронной цифровой подписи используются параметры

- 6 групп
- 4 групп
- 2 групп
- 3 групп
- 5 групп

293 В асимметричных системах цифровой подписи подписывание документа производится с применением

- системы паролей
- открытого ключа
- криптографической хеш-функции
- закрытого ключа
- алгоритмов шифрования

294 В асимметричных схемах цифровой подписи проверка документа производится с применением

- системы паролей

- закрытого ключа
- секретного ключа
- открытого ключа
- алгоритмов шифрования

295 В симметричных схемах цифровой подписи шифрование документа производится с применением

- криптографической хеш-функции
- алгоритмов шифрования
- системы паролей
- секретного ключа
- открытого ключа

296 Симметричная схема предусматривает наличие в системе третьего лица

- юриста
- программиста
- администратора
- арбитра
- шифровальщика

297 Макро-вирусы поражают

- электронные таблицы Excel
- документы Ami Pro
- база данных Microsoft Access
- файлы Office 97
- все изложенные

298 Файловые вирусы поражают

- файлы Office 97
- электронные таблицы Excel
- текстовые редакторы Word
- исполняемые файлы стандартной DOS
- база данных Microsoft Access

299 Файловые вирусы поражают

- база данных Access
- файлы Office 97
- документы Ami Pro
- загружаемые драйверы (SYS)
- файлы Excel 97

300 Файловые вирусы поражают

- загружаемые драйверы (SYS)
- специальные файлы IO.SYS и MS DOS.SYS
- командные файлы (BAT)

- все изложенные
- выполняемые двоичные файлы (EXE, com)

301 При способе заражения overwriting

- при запуске зараженного файла вирус заставляет ОС выполнить свой код, модифицируя необходимое поле файловой системы
- вирус для заражаемого файла создает файл-двойник и при запуске управление получает двойник
- вирус записывает себя в файл и при распространении своих копий изменяет содержимое файлов
- вирус записывает свой код вместо кода заражаемого файла, уничтожая его содержимое
- вирус копирует свой код в какие-либо каталоги дисков

302 Паразитический вирус (Parasitic)

- при запуске зараженного файла заставляет ОС выполнить свой код, модифицируя поле файловой системы
- для заражаемого файла создает файл-двойник и при запуске управление получает двойник
- записывает свой код вместо кода заражаемого файла, уничтожая его содержимое
- записывает себя в файл и при распространении своих копий изменяет содержимое файлов
- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков

303 Компаньон-вирус

- при запуске зараженного файла заставляет ОС выполнить свой код, модифицируя поле файловой системы
- записывает свой код вместо кода заражаемого файла, уничтожая его содержимое
- записывает себя в файл и при распространении своих копий изменяет содержимое файлов
- для заражаемого файла создает файл-двойник и при запуске управление получает двойник
- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков

304 Файловые черви (worms)

- при запуске зараженного файла заставляет ОС выполнить свой код, модифицируя поле файловой системы
- записывает свой код вместо кода заражаемого файла, уничтожая его содержимое
- записывает себя в файл и при распространении своих копий изменяет содержимое файлов
- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- для заражаемого файла создает файл-двойник и при запуске управление получает двойник

305 Link-вирусы

- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- записывает свой код вместо кода заражаемого файла, уничтожая его содержимое
- записывает себя в файл и при распространении своих копий изменяет содержимое файлов
- при запуске зараженного файла заставляет ОС выполнить свой код, модифицируя поле файловой системы
- для заражаемого файла создает файл-двойник и при запуске управление получает двойник

306 LVB-вирусы

- не изменяют адрес точки старта в заголовке EXE-файлов
- заражают исходные тексты программ, записывая в них свой код в формате объектного модуля
- заражают объектные модули, записывая в них

- заражают библиотеки компиляторов, записывая в них свой код
- не записывают команды передачи управления в заголовок сом-файлов

307 OBJ – вирусы

- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- заражают исходные тексты программ, записывая в них свой код в формате объективного модуля
- заражают библиотеки компиляторов, записывая в них свой код
- заражают объективные модули, записывая в них свой код
- записывают команду перехода на свой код в середину файла

308 Вирусы без точек входа (EPO-вирусы)

- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- заражают объективные модули, записывая в них свой код
- заражают библиотеки компиляторов, записывая в них свой код
- записывают команду перехода на свой код в середину файла
- заражают исходные тексты программ, записывая в них свой код в формате объективного модуля

309 Вирусы в исходных текстах программ

- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- заражают объективные модули, записывая в них свой код
- заражают библиотеки компиляторов, записывая в них свой код
- заражают исходные тексты программ, записывая в них свой код в формате объективного модуля
- записывают команду перехода на свой код в середину файла

310 Паразитические «prepending» вирусы

- записывают себя в конец файлов
- записывают себя в начале файлов
- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- записывают команду перехода на свой код в середину файла
- записывают себя в середину файлов

311 Паразитические «inserting» вирусы

- записывают себя в конец файлов
- записывают себя в середину файлов
- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- записывают команду перехода на свой код в середину файла
- записывают себя в начале файлов

312 Паразитические «appending» вирусы

- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- записывают себя в конец файлов
- записывают себя в начале файлов
- записывают себя в середину файлов
- записывают команду перехода на свой код в середину файла

313 Сетевые вирусы

- заражают LVB-файлы
- не изменяют адрес точки старта в заголовке EXE-файлов
- не записывают команды передачи управления в заголовок сом-файлов
- передает свой код на удаленную рабочую станцию или сервер
- заражают OBJ-файлы

314 Сетевые вирусы

- записывают команду перехода на свой код в середину файла
- копируют свои коды в какие-либо каталоги дисков
- записывают свой код вместо кода заражаемого файла, уничтожая его содержимое
- запускает на выполнение свой код на удаленном компьютере
- для заражаемого файла создают файлы двойники

315 Резидентный DOS-вирусы

- все указанные
- выделяют блок системной памяти при помощи DPMI-вызовов и копируют в него свой код
- уменьшают DOS-память и копируют свой код в «отрезанный» блок памяти
- создают в системной памяти резидентный модуль драйверами, указываемыми в CONFIG.SVS
- остаются резидентными как VxD-драйвер

316 Резидентный DOS-вирусы

- остаются резидентно как VxD-драйвер
- оставляют выполняемый код в памяти Windows, зарегистрировав программу как одно из приложений, работающих в данный момент
- уменьшают объем DOS-памяти и копируют свой код в «отрезанный» блок памяти
- создают в системной памяти резидентный модуль, при помощи функции KEEP
- выделяют блок системной памяти при помощи DPMI-вызовов и копируют в него свой код

317 Резидентные Windows-вирусы

- все указанные
- создают в системной памяти резидентный модуль, при помощи функции KEEP
- создают в системной памяти резидентный модуль, драйверами, указанными в CONFIG.SYS
- остаются резидентно как драйвер Windows NT
- уменьшают объем DOS-памяти и копируют свой код в «отрезанный» блок памяти

318 Резидентный загрузочные вирусы

- все указанные
- выделяют блок системной памяти при помощи DPMI-вызовов и копируют в него свой код
- остаются резидентно как VxD-драйвер
- уменьшают объем DOS-памяти и копируют свой код в «отрезанный» блок памяти
- создают в системной памяти резидентный модуль, при помощи функции KEEP

319 Резидентные Windows-вирусы

- все указанные
- создают в системной памяти резидентный модуль, при помощи функции KEEP
- создают в системной памяти резидентный модуль, драйверами, указанными в CONFIG.SYS
- выделяют блок системной памяти при помощи DPMI-вызовов и копируют в него свой код
- уменьшают объем DOS-памяти и копируют свой код в «отрезанный» блок памяти

320 Загрузочный стелс-вирус для скрытия своего кода

- все изложенные
- уменьшают размер зараженных файлов
- создает для зараженного файла файл двойник и при запуске управления получает двойник
- перехватывает команды чтения зараженного сектора (INT 13h) и подставляет вместо него не зараженный оригинал
- передает свой код на удаленный сервер

321 Загрузочный стелс-вирус для скрытия своего кода

- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- уменьшают размер зараженных файлов
- удаляет меню File/Templates или Tools/Macro из списка
- при запуске любой программы восстанавливают зараженный сектор, а после окончания ее работы снова заражают диск
- передает свой код на удаленный сервер

322 Файловый стелс-вирус для скрытия своего кода

- передает свой код на удаленный сервер
- удаляет меню File/Templates или Tools/Macro из списка
- создают в системной памяти резидентный модуль
- временно лечат файл при его открытии и заражают при закрытии
- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков

323 Файловый стелс-вирус для скрытия своего кода

- удаляет меню File/Templates или Tools/Macro из списка
- подменяет меню File/Templates на макрос File/Templates
- перехватывает DOS-вызовы обращения к файлам (INT21h) и подставляет вместо него незараженный оригинал
- все изложенные
- подменяет меню Tools/Macro на макрос Tools/Macro

324 Реализация стелс-алгоритмов в макро-вирусах предполагает

- передачу своего кода на удаленный сервер
- перехват DOS-вызовы обращения к файлам (TNT 21h) и подставляют вместо него незараженный оригинал
- временное лечение файла при его открытии и заражение при закрытии
- запрет вызов меню File/Templates или Tools/Macro
- копирование своего кода в какие-либо каталоги дисков

325 Скрипт-черви это

- программы, являющиеся вирусами, но не способны размножаться по причине ошибок
- зараженные файлы, код которых подправлен таким образом, что известные версии антивирусов не определяют вируса в файле
- программы, которые «подделываются» под какие-либо полезные программы и наносящие разрушительные действия
- файл сценария работы (скрипт), автоматически посылаемый с зараженного компьютера при помощи IRC-команд каждому вновь присоединившемуся к каналу пользователю, который заменяет стандартный файл-сценарий
- утилиты, будучи установленными на компьютер являются хакерскими утилитами скрытого администрирования удаленных компьютеров

326 Троянские кони это

- программы, являющиеся вирусами, но не способны размножаться по причине ошибок
- зараженные файлы, код которых подправлен таким образом, что известные версии антивирусов не определяют вируса в файле
- файл сценария работы (скрипт), автоматически посылаемый с зараженного компьютера при помощи IRC-команд каждому вновь присоединившемуся к каналу пользователю, который заменяет стандартный файл-сценарий
- программы, которые «подделываются» под какие-либо полезные программы и наносящие разрушительные действия
- утилиты, будучи установленными на компьютер являются хакерскими утилитами скрытого администрирования удаленных компьютеров

327 «Допперы» вирусов это

- программы, являющиеся вирусами, но не способны размножаться по причине ошибок
- программы, которые «подделываются» под какие-либо полезные программы и наносящие разрушительные действия
- файл сценария работы (скрипт), автоматически посылаемый с зараженного компьютера при помощи IRC-команд каждому вновь присоединившемуся к каналу пользователю, который заменяет стандартный файл-сценарий
- зараженные файлы, код которых подправлен таким образом, что известные версии антивирусов не определяют вируса в файле
- утилиты, будучи установленными на компьютер являются хакерскими утилитами скрытого администрирования удаленных компьютеров

328 Троянские кони back door это

- программы, являющиеся вирусами, но не способны размножаться по причине ошибок
- программы, которые «подделываются» под какие-либо полезные программы и наносящие разрушительные действия
- файл сценария работы (скрипт), автоматически посылаемый с зараженного компьютера при помощи IRC-команд каждому вновь присоединившемуся к каналу пользователю, который заменяет стандартный файл-сценарий
- утилиты, будучи установленными на компьютер являются хакерскими утилитами скрытого администрирования удаленных компьютеров
- зараженные файлы, код которых подправлен таким образом, что известные версии антивирусов не определяют вируса в файле

329 Intended-вирусы это

- утилиты, будучи установленными на компьютер являются хакерскими утилитами скрытого администрирования удаленных компьютеров
- программы, которые «подделываются» под какие-либо полезные программы и наносящие разрушительные действия

- файл сценария работы (скрипт), автоматически посылаемый с зараженного компьютера при помощи IRC-команд каждому вновь присоединившемуся к каналу пользователю, который заменяет стандартный файл-сценарий
- программы, являющиеся вирусами, но не способны размножаться по причине ошибок
- зараженные файлы, код которых подправлен таким образом, что известные версии антивирусов не определяют вируса в файле

330 Базовым принципом информационной безопасности является

- дублирование информации
- средства контроля доступа
- системы разграничений полномочий
- обеспечение целостности данных
- архивирование информации

331 Базовым принципом информационной безопасности является

- все изложенные
- обеспечение системы разграничений полномочий
- разработка стратегии безопасности фирмы
- обеспечение конфиденциальности информации
- обеспечение программными средствами контроля доступа

332 Базовым принципом информационной безопасности является

- все изложенные
- обеспечение системы разграничений полномочий
- разработка стратегии безопасности фирмы
- обеспечение доступности информации для авторизованных пользователей
- обеспечение программными средствами контроля доступа

333 Средствами физической защиты является

- все изложенные
- защита от несанкционированного доступа к данным
- защита от сбоев оборудования
- архивирование и дублирование информации
- системы разграничений полномочий

334 Программными средствами защиты информации

- идентификация пользователя по персональному «ключу»
- система разграничения полномочий
- антивирусные программы
- все указанные
- программные средства контроля доступа

335 Количество классов защищенности средств вычислительной техники (СВТ) от НСД равно

- 3.0
- 5.0
- 6.0

- 7.0
 4.0

336 Количество классов защищенности автоматизированных систем (АС) от НСД равно

- 8.0
 6.0
 5.0
 9.0
 7.0

337 Классами автоматизированных систем (АС) от НСД является

- 1А, 1Б, 1В, 1Г, 2А, 2Б, 2В, 2Г, 2Д
 1А, 1Б, 1В, 1Г, 2А, 2Б, 2В, 2Г, 3А
 1А, 1Б, 1В, 2А, 2Б, 2В, 3А, 3Б, 3В
 1А, 1Б, 1В, 1Г, 1Д, 2А, 2Б, 3А, 3В
 1А, 1Б, 1В, 1Г, 1Д, 2А, 2Б, 2В, 2Г

338 Сигнатурные методы активированной защиты

- все изложенные
 поиск файлов, которые не полностью, но очень близко соответствуют сигнатурам известных вирусов
 приблизительные методы обнаружения вирусов, позволяющие с определенной вероятностью предположить, что файл заражен
 точные методы обнаружения вирусов, основанные на сравнении файла с известными образцами вирусов
 методы основаны на постоянном слежении за действиями программ и выделении вредоносных действий

339 Эвристические методы активированной защиты

- все изложенные
 поиск файлов, которые не полностью, но очень близко соответствуют сигнатурам известных вирусов
 точные методы обнаружения вирусов, основанные на сравнении файла с известными образцами вирусов
 приблизительные методы обнаружения вирусов, позволяющие с определенной вероятностью предположить, что файл заражен
 методы основаны на постоянном слежении за действиями программ и выделении вредоносных действий

340 Сигнатурный анализ

- все изложенные
 основан на постоянном слежении за действиями программ и выделении вредоносных действий
 заключается в поисках файлов, которые не полностью, но очень близко соответствуют сигнатурам известных вирусов
 заключается в выявлении характерных идентифицирующих черт каждого вируса и поиска вирусов путем сравнения файлов с выявленными чертами
 позволяет обнаружить новые вирусы, даже если они не очень похожи на уже известные

341 Основными свойствами эвристического анализа является

- невысокая эффективность

- ложные срабатывания
- возможность обнаружения новых вирусов еще до того, как для них будут выделены сигнатуры
- все изложенные
- невозможность лечения

342 Антивирусы работают в

- 3-х различных режимах работы
- 5-ти различных режимах работы
- 6-ти различных режимах работы
- 2-х различных режимах работы
- 4-х различных режимах работы

343 Выделяют следующие виды антивирусных комплексов

- для защиты шлюзов
- для защиты сетевых серверов
- для защиты рабочих станций
- все изложенные
- для защиты почтовых систем

344 Видами умышленных угроз безопасности информации является

- внешние угрозы
- активные угрозы
- пассивные угрозы
- все изложенные
- внутренние угрозы

345 К основным угрозам безопасности информации и нормального функционирования ИС относятся

- ошибочное использование информационных ресурсов
- компрометация информации
- утечка конфиденциальной информации
- все указанные
- несанкционированное использование информационных ресурсов

346 К основным угрозам безопасности информации и нормального функционирования ИС относятся

- незаконное использование привилегий
- отказ от информации
- несанкционированный обмен информацией между абонентами
- все указанные
- нарушение информационного обслуживания

347 Утечка конфиденциальной информации может быть следствием

- все изложенные
- ошибочное использование информационных ресурсов

- несанкционированного использования информационных ресурсов
- разглашение конфиденциальной информации
- незаконное использование привилегий

348 Утечка конфиденциальной информации может быть следствием

- бесконтрольный уход информации по различным техническим каналам
- нарушения информационного обслуживания
- несанкционированного использования информационных ресурсов
- несанкционированного обмена информацией между абонентами
- все изложенные

349 Утечка конфиденциальной информации может быть следствием

- все изложенные
- несанкционированного обмена информацией между абонентами
- несанкционированного использования информационных ресурсов
- несанкционированного доступа к конфиденциальной информации различными способами
- нарушение информационного обслуживания

350 Наиболее распространенными путями несанкционированного доступа к информации являются

- перехват акустических излучений и восстановление текста принтера
- применение подслушивающих устройств
- перехват электронных излучений
- все изложенные
- дистанционное фотографирование

351 Наиболее распространенными путями несанкционированного доступа к информации являются

- маскировка под запросы системы
- копирование носителей информации с преодолением мер защиты
- чтение достаточной информации в памяти системы после выполнения санкционированных запросов
- все изложенные
- маскировка под зарегистрированного пользователя

352 Наиболее распространенными путями несанкционированного доступа к информации являются

- информационные инфекции
- использование недостатков языков программирования и операционных систем
- использование программных ловушек
- все изложенные
- злоумышленный вывод из строя механизмов защиты

353 Безопасность передачи данных HTTP обеспечивается применением протокола

- все изложенные
- RIP

- BGP
- SSL
- ARP

354 Безопасность передачи данных HTTP обеспечивается применением протокола

- все изложенные
- RIP
- BGP
- TLS
- SNMP

355 При клиент-серверных взаимодействиях в сети Веб поддерживается

- 5 типов аутентификации
- 2 типа аутентификации
- 1 тип аутентификации
- 3 типа аутентификации
- 4 типа аутентификации

356 Стандартный TCP порт для соединения по протоколу HTTPS

- 445.0
- 442.0
- 441.0
- 443.0
- 444.0

357 Среди вредоносных программ выделяют следующие основные типы

- вирусные шутки и мистификации
- черви
- вирусы
- все изложенные
- трояны

358 Среди вредоносных программ выделяют следующие типы

- злые шутки
- шпионские программы (spy ware)
- условно опасные программы (risk ware, adware, porn ware)
- все изложенные
- хакерские утилиты

359 Для проверки работоспособности установленной антивирусной защиты используют тестовый вирус

- creeper
- Homer
- Frodo
- Winstart

- Eicar
- Homer

360 Для контроля доступа в открытых системах Kerberos система использует следующие компоненты

- все изложенные
- дайджест-аутентификацию – Digest
- базовую аутентификацию – Basic
- базу данных, содержащую всю информацию
- интегрированную аутентификацию – Integrated

361 Для контроля доступа в открытых системах Kerberos система использует следующие компоненты

- дайджест-аутентификацию – Digest
- авторизационный сервер – authentication server
- все изложенные
- интегрированную аутентификацию – Integrated
- базовую аутентификацию – Basic

362 Для контроля доступа в открытых системах Kerberos система использует следующие компоненты

- все изложенные
- дайджест-аутентификацию – Digest
- базовую аутентификацию – Basic
- сервер выдачи разрешений – Ticket-granting server
- интегрированную аутентификацию – Integrated

363 Основанием для подозрения на наличие вируса в системе могут служить

- наличие подозрительных процессов в конфигурационном файле system.ini
- наличие подозрительных процессов в системном реестре Windows
- наличие подозрительных процессов в меню автозагрузки
- внезапное и несанкционированное изменение настроек браузера
- наличие подозрительных процессов в конфигурационном файле Win.ini

364 При подозрении на заражение системы вирусом необходимо:

- проверить отсутствие на жестком диске подозрительных файлов
- проанализировать элементы автозапуска
- проверить наличие в оперативной памяти подозрительных процессов
- все изложенные
- вывести список всех сетевых соединений и убедиться в отсутствии подозрительной сетевой активности

365 Основанием для подозрения на наличие вируса в системе могут служить

- невозможность загрузки файлов с беев-сайтов антивирусных компаний
- неожиданный несанкционированный дозвон в Интернет
- необычные всплывающие окна и другие сообщения

- все изложенные
- самопроизвольное блокирование антивирусной программы

366 Основанием для подозрения на наличие вируса в системе могут служить

- почтовые уведомления с заслуживающих доверия сайтов об отправке пользователем инфицированных сообщений
- наличие в оперативной памяти подозрительных процессов
- необоснованные сбои в работе операционной системы
- все изложенные
- необоснованные сбои в работе программ

367 Для предотвращения проникновения в систему вредоносной программы нужно

- установить и использовать антиспамовую программу при интенсивном обмене электронными сообщениями
- перед чтением данных с любого сменного носителя проводить проверку на наличие на нем вирусов
- вовремя установить последние обновления и заплатки используемого программного обеспечения
- все изложенные
- использовать брандмауэр

368 В своей работе антивирус используют

- 3 различных технологий
- 5 различных технологий
- 6 различных технологий
- 2 различных технологий
- 4 различных технологий

369 Комплексная антивирусная защита типовой сети содержит

- 6 уровней
- 4 уровня
- 2 уровня
- 3 уровня
- 5 уровней

370 Для предотвращения проникновения в систему вредоносной программы нужно

- никогда не выключать постоянную проверку антивируса и поддерживать актуальность антивирусных баз
- не открывать электронные письма, полученные от незнакомых людей или имеющие подозрительную тему сообщения
- не загружать из Интернета файлы неизвестного происхождения
- все изложенные
- установить и использовать брандмауэр

371 Карточка с магнитной полосой согласно стандарту ISO 7811 имеет

- 6 дорожек
- 3 дорожки
- 2 дорожки

- 4 дорожки
- 5 дорожек

372 В смарт-картах карты памяти бывают в виде

- карты с микропроцессором
- EEPROM
- EPROM
- все изложенные
- карты счетчики

373 Для совершения транзакции в соответствии со стандартом SET покупатель и поставщик должны иметь

- совместное с SET программное обеспечение
- Web-браузер для покупателя с поддержкой SET
- счет в банке, использующий стандарт SET
- все изложенные
- Web-сервер для поставщика с поддержкой SET

374 Положительной стороной участия в электронном бизнесе является

- массовая индивидуализация
- возможность использовать индивидуальный маркетинг
- персонализация взаимодействия
- все изложенные
- экономия затрат

375 Элемент, не позволяющий рассматривать Интернет как источник массовой информации является

- демократичность
- дороговизна
- дешевизна
- комплекс по принятию платежей
- отсутствие цензуры

376 Основными типами проблем, возникающих с безопасностью передачи информации в компьютерных сетях не является

- подмена авторства информации
- нарушение конфиденциальности информации
- перехват информации
- сохранение цельности информации
- модификация информации

377 В какой схеме шифрования для каждого адресата необходимо хранить отдельный секретный ключ

- все ответы не верны
- асимметричное и симметричное шифрование

- шифрование с открытым ключом
- симметричное шифрование
- асимметричное и шифрование с открытым ключом

378 Электронные подписи создателя на основе

- порядкового номера подписи
- контрольной суммы
- личного ключа отправителя
- все изложенные
- дополнительной информации

379 В аутентификационной схеме защиты информации в сети участвуют

- сервер аутентификации
- сервер услуг
- клиент
- клиент, сервер услуг и сервер аутентификации
- клиент и сервер услуг

380 При аутентификации используется принцип

- что он принимает
- что он не знает
- что он посылает
- что он знает
- что он передает

381 При регистрации в системе с использованием схемы аутентификации S/key используется

- проверка пароля и передача управления серверу сервиса
- текущее значение счетчика итераций
- зерно, передаваемое по сети в открытом виде
- все изложенные
- запрос на ввод одноразового пароля

382 Третьим этапом разработки маркетинговых интернет коммуникаций является

- оценка результатов продвижений
- определение целей коммуникации
- определение контактной аудитории
- создание обращения
- выбор каналов коммуникаций

383 Четвертым этапом разработки маркетинговых интернет коммуникаций является

- оценка результатов продвижения
- определение целей коммуникации
- определение контактной аудитории
- выбор каналов коммуникаций
- формирование общего бюджета на продвижение

384 Пятым этапом разработки маркетинговых интернет-коммуникаций является

- оценка результатов продвижения
- выбор каналов коммуникаций
- создание обращения
- формирование общего бюджета на продвижение
- принятие решения о средствах продвижения

385 Шестым этапом разработки маркетинговых интернет коммуникаций является

- оценка результатов продвижения
- создание обращения
- формирование общего бюджета на продвижение
- принятие решения о средствах продвижения
- выбор каналов коммуникации

386 Последним этапом разработки маркетинговых интернет коммуникаций является

- определение целей коммуникации
- принятие решения о средствах продвижения
- формирование общего бюджета на продвижение
- оценка результатов продвижения
- определение контактной аудитории

387 Создание Web-сайта компании включает

- 6 основных этапов
- 3 основных этапа
- 2 основных этапа
- 4 основных этапа
- 5 основных этапов

388 Какие мероприятия входит в I этап создания Web-сайта

- первоначальное информационное наполнение
- выбор поставщика услуг Интернета
- выбор места размещения сервера
- разработка плана необходимых мероприятий по созданию сервера
- разработка дизайна сервера и его структуры

389 Какие мероприятия входит во 2-этап создания Web-сайта

- вопросы совмещения с существующей бизнес-системой предприятия
- комплекс мероприятий по привлечению посетителей на сервер
- проведение маркетинговых исследований
- определение целей и путей создания сервера
- разработка плана необходимых мероприятий

390 Какие мероприятия входят в 3 этап создания Web-сайта

- первоначальное информационное наполнение Web-сайта

- выбор поставщика услуг Интернета
- выбор места размещения сервера
- комплекс мероприятий по привлечению посетителей на сервер
- разработка дизайна сервера и его структуры

391 Какие мероприятия входят в 4-этап создания Web-сайта

- вопросы совмещения с существующей бизнес-системой предприятия
- первоначальное информационное наполнение Web-сайта
- проведение маркетинговых исследований
- подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными
- Комплекс мероприятий по привлечению посетителей на сервер

392 Эффективность Web-сайта компаний не зависит от

- поддержание постоянной обратной связи с его посетителями
- информационного наполнения сайта и его периодического обновления
- уровня повторных посещений Web-сайта целевой аудиторией
- существующего бизнес-системы предприятия
- наличие на нем инструментов для работы с аудиторией

393 Ключевыми компонентами для оценки экономической ценности сайта как средства коммуникации не является

- коммуникативная значимость сайта с точки зрения продаж (CSVP)
- суммарный коммуникативный эффект (GCE)
- пользовательская оценка (V)
- число посещений сайта за анализируемый период (GSR)
- коммуникативная значимость сайта (CSV)

394 Какое из направлений электронной коммерции (e-commerce) является направлением бизнес-государству

- C2C
- B2B
- B2C
- B2G
- G2B

395 Полный замкнутый цикл электронной коммерции включает

- распространение
- интерактивные электронные заказы
- доступ к информации об услугах и товарах
- все изложенные
- проведение электронных платежей

396 Полный замкнутый цикл электронной коммерции включает

- распространение
- стандартные заказы

- оперативную электронную рекламу
- все изложенные
- электронные переводы денежных средств

397 Недостатки Интернет-магазинов для потребителей это

- возможность получения товара из любой страны мира
- неограниченный ассортимент
- экономия времени
- зачастую долгая доставка международных товаров
- неограниченная информативность

398 Недостатки Интернет-магазинов для потребителей – это

- экономия денег
- возможность сравнения цены нескольких производителей
- выбор необходимой комплектации
- проблема подделки
- возможность заказа товаров, которые еще только готовятся к выпуску

399 Преимущества Интернет-магазинов для потребителей – это

- проблемы сопровождения
- нельзя больше узнать, чем написано
- нельзя «пощупать»
- сбор необходимой конфигурации, из представленных комплектующих и определение ее цены
- проблемы гарантии

400 Недостатки Интернет-магазинов для продавца это

- снижение затрат на рекламу
- возможность лучше отслеживать бизнес цикл
- возможность более гибко планировать ресурсы
- обеспечение гарантии
- снижение затрат на аренду помещения

401 Недостатки Интернет-магазинов для продавца это

- Снижение количества посредников
- возможность расширить территорию торговли
- снижение затрат на размещение заказов
- обеспечение сопровождения
- собственное представительство в Интернете

402 Отрицательной стороной участия в электронном бизнесе является

- повышение эффективности производственных процессов
- независимость от границ и налогов государства
- исключение посредников
- сокращение оборотных фондов
- рост конкуренции

403 Отрицательной стороной участия в электронным бизнесе является

- интерактивное общение с покупателем
- применение индивидуального маркетинга
- огромная потенциальная аудитория
- сокращение каналов распространения товаров
- круглосуточная продажа

404 Отрицательной стороной участия в электронном бизнесе является

- возможность моментальной оплаты
- применение индивидуального агрегирования
- способность мгновенно реагировать на спрос
- глобализация сфер деятельности
- подробная информация о предлагаемых товарах и услугах

405 Преимущества использования электронного магазина это

- отсутствие согласований с различными инстанциями: пожарной инспекцией, СЭС, коммунальными службами
- сокращение издержек на аренде торговых площадей
- открытие магазина в кратчайшие сроки
- все изложенные
- уменьшение издержек на торговом оборудовании

406 Преимущества использования электронного магазина это

- представление всего ассортимента товаров и услуг
- круглосуточные каналы реализации
- расширение зоны охвата бизнеса
- все изложенные
- уменьшение издержек на содержание штата сотрудников

407 Двухстраничная электронная коммерция это

- комплекс по принятию различных форм платежей
- Killer Letter
- веб-страница рекламного объявления
- все изложенные
- Веб-формы заказа

408 Полный замкнутый цикл электронной коммерции включает

- распространение
- интерактивные электронные заказы
- доступ к информации об услугах и товарах
- все изложенные
- проведение электронных платежей

409 Полный замкнутый цикл электронной коммерции включает

- распространение
- стандартные заказы
- оперативную электронную рекламу
- все изложенные
- электронные переводы денежных средств

410 Недостатки Интернет-магазинов для потребителей это

- возможность получения товара из любой страны мира
- неограниченный ассортимент
- экономия времени
- зачастую долгая доставка международных товаров
- неограниченная информативность

411 Недостатки Интернет-магазинов для потребителей – это

- экономия денег
- возможность сравнения цены нескольких производителей
- выбор необходимой комплектации
- проблема подделки
- возможность заказа товаров, которые еще только готовятся к выпуску

412 Преимущества Интернет-магазинов для потребителей – это

- проблемы сопровождения
- нельзя больше узнать, чем написано
- нельзя «пощупать»
- сбор необходимой конфигурации, из представленных комплектующих и определение ее цены
- проблемы гарантии

413 Недостатки Интернет-магазинов для продавца это

- снижение затрат на рекламу
- возможность лучше отслеживать бизнес цикл
- возможность более гибко планировать ресурсы
- обеспечение гарантии
- снижение затрат на аренду помещения

414 Недостатки Интернет-магазинов для продавца это

- Снижение количества посредников
- возможность расширить территорию торговли
- снижение затрат на размещение заказов
- обеспечение сопровождения
- собственное представительство в Интернете

415 Отрицательной стороной участия в электронном бизнесе является

- сокращение оборотных фондов
- рост конкуренции
- независимость от границ и налогов государства

- исключение посредников
- повышение эффективности производственных процессов

416 Отрицательной стороной участия в электронным бизнесе является

- интерактивное общение с покупателем
- сокращение каналов распространения товаров
- огромная потенциальная аудитория
- применение индивидуального маркетинга
- круглосуточная продажа

417 Отрицательной стороной участия в электронном бизнесе является

- возможность моментальной оплаты
- применение индивидуального агрегирования
- способность мгновенно реагировать на спрос
- глобализация сфер деятельности
- подробная информация о предлагаемых товарах и услугах

418 Преимущества использования электронного магазина это

- отсутствие согласований с различными инстанциями: пожарной инспекцией, СЭС, коммунальными службами
- сокращение издержек на аренде торговых площадей
- открытие магазина в кратчайшие сроки
- все изложенные
- уменьшение издержек на торговом оборудовании

419 Преимущества использования электронного магазина это

- представление всего ассортимента товаров и услуг
- круглосуточные каналы реализации
- расширение зоны охвата бизнеса
- все изложенные
- уменьшение издержек на содержание штата сотрудников

420 Двухстраничная электронная коммерция это

- комплекс по принятию различных форм платежей
- Killer Letter
- веб-страница рекламного объявления
- все изложенные
- Веб-формы заказа

421 Преимуществом симметричной схемы ЭЦП является

- все изложенные
- сгенерированный для подписи ключи могут быть использованы только один раз
- необходимость подписывать отдельно каждый бит передаваемой информации
- стойкость симметричных схем
- подпись может превосходить сообщение по размеру на два порядка

422 Для получения ЭЦП документа необходимо

- шифрование текста документа секретным ключом
- шифрование текста документа открытым ключом
- шифрование текста документа закрытым ключом
- шифрование хеш документа закрытым ключом
- шифрование хеш-документа открытым ключом

423 Первым этапом создания электронной цифровой подписи является

- сравнение вычисленного по документу хеш с расшифрованным из подписи
- приложение подписи к документу
- шифрование закрытым ключом хеш документа
- вычисление хеш документа
- расшифровка подписи открытым ключом

424 Вторым этапом создания электронной цифровой подписи является

- сравнение вычисленного по документу хеш с расшифрованным из подписи
- приложение подписи к документу
- вычисление хеш документа
- шифрование закрытым ключом хеш документа
- расшифровка подписи открытым ключом

425 Первым этапом проверки подлинности документа является

- сравнение вычисленного по документу хеш с расшифрованным из подписи
- вычисление хеш документа
- шифрование закрытым ключом хеш документа
- расшифровка подписи открытым ключом
- приложение подписи к документу

426 Вторым этапом проверки подлинности документа является

- сравнение вычисленного по документу хеш с расшифрованным из подписи
- приложение подписи к документу
- шифрование закрытым ключом хеш документа
- вычисление хеш документа
- расшифровка подписи открытым ключом

427 Третьим этапом проверки подлинности документа является

- расшифровка подписи открытым ключом
- вычисление хеш документа
- шифрование закрытым ключом хеш документа
- сравнение вычисленного по документу хеш с расшифрованным из подписи
- приложение подписи к документу

428 Основными преимуществами пакета PGP является

- бесплатность

- открытость
- все перечисленные
- удобство программного интерфейса
- стойкость

429 Проблемами, возникающими с безопасностью передачи информации, являются

- подмена авторства информации
- нарушение конфиденциальности информации
- перехват информации
- все изложенные
- модификация информации

430 Основными элементами, обеспечивающими безопасность системы

- целостность и секретность
- целостность
- аутентификация
- аутентификация, целостность и секретность
- секретность

431 Основными понятиями криптографии являются

- ключ
- аутентификация
- конфиденциальность
- алгоритм и ключ
- алгоритм

432 В какой схеме шифрования используется один ключ

- асимметричное и традиционное шифрование
- шифрование с открытым ключом
- ассиметричное шифрование
- симметричное шифрование
- симметричное и асимметричное шифрование

433 В какой схеме шифрования используются два различных ключа

- симметричное и традиционное шифрование
- симметричное шифрование
- традиционное шифрование
- асимметричное шифрование
- шифрование с секретным ключом

434 В какой схеме шифрование используют более длинные ключи для обеспечения высокого уровня безопасности

- шифрование с секретным ключом
- симметричное
- традиционное

- асимметричное
- традиционное и симметричное

435 Макро-вирусы поражают

- документы Ami Pro
- файлы Office 97
- электронные таблицы Excel
- все изложенные
- база данных Microsoft Access

436 Файловые вирусы поражают

- файлы Office 97
- электронные таблицы Excel
- текстовые редакторы Word
- исполняемые файлы стандартной DOS
- база данных Microsoft Access

437 Файловые вирусы поражают

- база данных Access
- файлы Office 97
- документы Ami Pro
- загружаемые драйверы (SYS)
- файлы Excel 97

438 Файловые вирусы поражают

- загружаемые драйверы (SYS)
- специальные файлы IO.SYS и MS DOS.SYS
- командные файлы (BAT)
- все изложенные
- выполняемые двоичные файлы (EXE, com)

439 При способе заражения overwriting

- при запуске зараженного файла вирус заставляет ОС выполнить свой код, модифицируя необходимое поле файловой системы
- вирус для заражаемого файла создает файл-двойник и при запуске управление получает двойник
- вирус записывает себя в файл и при распространении своих копий изменяет содержимое файлов
- вирус записывает свой код вместо кода заражаемого файла, уничтожая его содержимое
- вирус копирует свой код в какие-либо каталоги дисков

440 Паразитический вирус (Parasitic)

- при запуске зараженного файла заставляет ОС выполнить свой код, модифицируя поле файловой системы
- для заражаемого файла создает файл-двойник и при запуске управление получает двойник
- записывает свой код вместо кода заражаемого файла, уничтожая его содержимое
- записывает себя в файл и при распространении своих копий изменяет содержимое файлов
- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков

441 Компаньон-вирус

- при запуске зараженного файла заставляет ОС выполнить свой код, модифицируя поле файловой системы
- записывает свой код вместо кода заражаемого файла, уничтожая его содержимое
- записывает себя в файл и при распространении своих копий изменяет содержимое файлов
- для заражаемого файла создает файл-двойник и при запуске управление получает двойник
- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков

442 Файловые черви (worms)

- при запуске зараженного файла заставляет ОС выполнить свой код, модифицируя поле файловой системы
- записывает свой код вместо кода заражаемого файла, уничтожая его содержимое
- записывает себя в файл и при распространении своих копий изменяет содержимое файлов
- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- для заражаемого файла создает файл-двойник и при запуске управление получает двойник

443 Link-вирусы

- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- записывает свой код вместо кода заражаемого файла, уничтожая его содержимое
- записывает себя в файл и при распространении своих копий изменяет содержимое файлов
- при запуске зараженного файла заставляет ОС выполнить свой код, модифицируя поле файловой системы
- для заражаемого файла создает файл-двойник и при запуске управление получает двойник

444 LVB-вирусы

- не изменяют адрес точки старта в заголовке EXE-файлов
- заражают исходные тексты программ, записывая в них свой код в формате объектного модуля
- заражают объектные модули, записывая в них
- заражают библиотеки компиляторов, записывая в них свой код
- не записывают команды передачи управления в заголовок сом-файлов

445 OBJ – вирусы

- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- заражают исходные тексты программ, записывая в них свой код в формате объективного модуля
- заражают библиотеки компиляторов, записывая в них свой код
- заражают объективные модули, записывая в них свой код
- записывают команду перехода на свой код в середину файла

446 Вирусы без точек входа (EPO-вирусы)

- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- заражают объективные модули, записывая в них свой код
- заражают библиотеки компиляторов, записывая в них свой код
- записывают команду перехода на свой код в середину файла
- заражают исходные тексты программ, записывая в них свой код в формате объективного модуля

447 Вирусы в исходных текстах программ

- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- заражают объективные модули, записывая в них свой код
- заражают библиотеки компиляторов, записывая в них свой код
- заражают исходные тексты программ, записывая в них свой код в формате объективного модуля
- записывают команду перехода на свой код в середину файла

448 Паразитические «prepending» вирусы

- копирует свой код в какие-либо каталоги дисков
- записывают себя в конец файлов
- записывают себя в середину файлов
- записывают себя в начале файлов
- записывают команду перехода на свой код в середину файла

449 Информационная веб-страница должна

- содержать ссылки и баннеры
- содержать скрипты
- содержать загружаемые флеш-рамки
- содержать минимум графики
- содержать всплывающие окна

450 Информационная веб-страница

- должна содержать всплывающие окна
- должна содержать ссылки и баннеры
- должна содержать загружаемые флеш-ролики
- не должна содержать никаких излишеств
- должна содержать скрипты

451 Длина информационной веб-страницы не должна превышать

- 6 полных экранов
- 4 полных экранов
- 2 полных экранов
- 3 полных экранов
- 5 полных экранов

452 В соответствии с правилом «30-ти секунд» информационная веб-страница может не содержать

- ограничение сроков и условий предложения
- выгодность предложения
- интригующий заголовок
- объемные премии и бонусы
- исключительность предложения

453 В основе электронной коммерции лежат

- 3 технологий
- 2 технологий

- 4 технологий
- 5 технологий
- 1 технология

454 Виртуальные магазины по модели бизнеса бывают

- работающие через систему наличной оплаты
- работающие по договорам с поставщиками
- имеющих собственные склады
- чисто онлайн
- работающие через систему электронных платежей

455 Виртуальные магазины по модели бизнеса бывают

- работающие через систему наличной оплаты
- работающие по договорам с поставщиками
- имеющие собственные склады
- совмещение офлайн-бизнеса с онлайн
- работающие через систему электронных платежей

456 В электронном бизнесе используются следующие сети

- Экстранет
- Интернет
- локальные сети
- все перечисленные
- Интранет

457 Банковская деятельность в электронном виде осуществляется в форме

- все изложенные
- Telephone банкинг
- PC банкинг
- электронный банк
- Video банкинг

458 Банковская деятельность в электронном виде осуществляется в форме

- все изложенные
- Telephone банкинг
- PC банкинг
- онлайн-банк
- Video банкинг

459 Прямой аукцион называется продажа товара

- по цене, предшествующей максимальной
- по стартовой цене
- по минимально возможной цене
- по максимально возможной цене
- по заведомо завышенной цене

460 Обратный аукцион это

- несколько продавцов и несколько покупателей
- один продавец и несколько покупателей
- один покупатель и один продавец
- один покупатель и несколько продавцов
- один продавец, посредник-провайдер и несколько покупателей

461 Система выставления рейтинговых оценок участникам торгов действует на

- голландском аукционе
- обратном аукционе
- прямом аукционе
- on-line аукционе
- английском аукционе

462 На 1 этапе поисковый указатель

- предварительный просмотр содержания кайданных документов
- обрабатывает полученные списки
- выполняет созданные запросы
- собирает информацию из www
- обращается по адресам за искомыми документами

463 На 2 этапе работы поискового указателя проводится

- предварительный просмотр содержания найденных документов
- копирование разысканных Web-ресурсов на сервер поисковой системы
- обработка Web-ресурсов
- создание индексированной базы данных
- копирование искомых документов на сервер поисковой системы

464 На 3 этапе работы поискового указателя происходит

- изучение массива сохраненных документов
- формирование страницы результатов поиска
- розыск подходящего Web-ресурса
- обработка запроса клиента и выдача списка гиперссылок
- сокращение релевантных документов

465 Спайдером называется программа

- для выдачи результатов поиска в виде списка гиперссылок
- для просмотра содержания найденных документов
- для копирования Web-ресурсов на сервер поисковой системы
- используемая поисковым указателем для просмотра Web-пространства
- для создания индексированной базы данных

466 Недостатком рекламирования в Интернете является

- огромный охват целевой аудитории

- высокая информативность
- доступность в любое время суток
- интерактивность
- информационная перегрузка

467 Недостатком рекламирования в Интернете является

- правовые аспекты и авторские права (копирайт)
- относительно невысокая стоимость размещения
- доступность любому потенциальному потребителю
- сложность пользования некоторыми сайтами
- практически не ограниченное нахождение рекламы в компьютерной сети

468 Эффективность рекламной компании в Интернете не зависит от

- оперативности ответов менеджера на запросы
- качестве веб-сайта фирмы
- величины рекламного бюджета
- затрат, связанных с доступом в Интернет
- частоты посещения веб-сайта фирмы

469 Достоинством создания собственного веб-сервера является

- аренда выделенного канала
- необходимость иметь квалифицированного системного администратора
- необходимость постоянной защиты системы
- возможность постоянно контролировать сайт
- затраты на приобретение сервера

470 Недостатком создания собственного веб-сервера арендной места на сервере провайдера является

- аренда выделенного канала
- необходимость иметь квалифицированного системного администратора
- необходимость постоянной защиты системы
- право провайдера ограничить используемое программное обеспечение в любое время
- затраты на приобретение сервера

471 Какое из требований можно не выполнять при создании сайта

- адрес сайта должен быть размещен на всех рекламно-информационных материалах фирмы
- имя сайта не должно легко запоминаться
- сайт должен быть легкодоступным
- получение любой информации должно обеспечиваться за 3 клика
- информация на сайте должна быть точной и всегда актуальной

472 Какое из требований можно не выполнять при создании сайта

- сайт должен быть отрекламирован
- должна быть обеспечена хорошая навигация по сайту
- время загрузки страницы не должно превышать 1 минуты

- создание веб-сайта может осуществляться непрофессионалом
- необходимо обеспечить своевременную и качественную поддержку сайта

473 Подробную информацию о действиях пользователя на сайте дают

- Ajax
- лог-анализаторы
- спайдеры
- счетчики, установленные на сайте
- мэшапы

474 Все действия посетителя с момента его входа на сайт и до выхода записывается

- Ajax-ом
- спайдерами
- лог-анализаторами
- лог-файлами сервера
- мэшапами

475 Счетчик, установленный на сайте – это

- спайдер
- файл
- программа
- специальный код
- сервис

476 Анализ информации лог-файлов и ее представление в удобном для человека виде проводится

- прокси-сервером
- веб-сервером
- веб-браузером
- лог-анализатором
- веб-сайтом

477 Первой стадией взаимодействия пользователя с рекламой является

- повторение
- привлечение
- контакт
- осведомленность
- действие

478 Второй стадией взаимодействия пользователя с рекламой является

- действие
- контакт
- осведомленность
- привлечение
- повторение

479 Третьей стадией взаимодействия пользователя с рекламой является

- повторение
- привлечение
- осведомленность
- контакт
- действие

480 Четвертой стадией взаимодействия пользователя с рекламой является

- повторение
- осведомленность
- контакт
- действие
- привлечение

481 Пятой стадией взаимодействия пользователя с рекламой является

- действие
- привлечение
- осведомленность
- повторение
- контакт

482 Анализ эффективности рекламы на стадии осведомленности определяется

- отношение посетителей на логом к количеству показов рекламы (CON)
- отношением осведомленных пользователей к количеству показом рекламы
- отношением количества нажатий на рекламу к количеству посетителей
- отношением осведомленных пользователей к целевой аудитории (Aw)
- отношение количества нажатий на рекламу к количеству показов рекламы (CTR)

483 Анализ эффективности рекламы на стадии привлечение определяется

- отношением осведомленных пользователей к количеству показов рекламы
- отношением посетителей по логом к количеству показов рекламы (CON)
- отношением количества, нажатий на рекламу к количеству посетителей
- отношением количества нажатий на рекламу к количеству показов рекламы (CTR)
- отношением осведомленных пользователей к целевой аудитории (Aw)

484 Анализ эффективности рекламы на стадии контакт определяется

- отношением посетителей по логом к количеству показов рекламы
- отношением количества нажатий на рекламу к количеству показов рекламы
- отношением осведомленных пользователей к количеству показов рекламы
- отношением осведомленных пользователей к целевой аудитории
- отношением количества нажатий на рекламу к количеству посетителей

485 Маркетинговыми коммуникациями в Интернете является

- коммуникации, связанные с продвижением товара

- коммуникации, связанные с созданием товара
- коммуникации, связанные с разработкой товара
- все изложенные
- коммуникации, связанные с совершенствованием товара

486 Инструментом маркетинговых коммуникаций при разработке новых товаров является

- информирование
- стимулирование
- убеждение
- воздействие
- Интранет

487 Инструментом маркетинговых коммуникаций при разработке новых товаров является

- стимулирование
- воздействие
- информирование
- экстранет
- убеждение

488 Центральным элементом коммуникативной политики компании в Интернете является

- текстовая и мультимедийная реклама
- Web-сайт компании
- реклама при помощи электронной почты
- реклама в списках рассылки
- баннерная реклама

489 Что не относится к методам продвижения Web -сайта компании в Интернете

- организация обратной связи с аудиторией сайта
- регистрация на тематических Web –серверах
- размещение ссылок в «желтых страницах»
- регистрация сервера в поисковых системах
- размещение ссылок в Web -каталогах

490 Что не относится к методам продвижения Web-сайта компании в Интернете

- размещение ссылок на Web-серверах
- участие в телеконференциях
- реклама в списках рассылки
- реклама по электронной почте
- максимальное удовлетворение основной потребности пользователя

491 Какие методы не используются для удержания посетителей Web-сайта

- организация обратной связи с аудиторией сайта
- проведение консультаций на виртуальных конференциях, чатах и электронной почте
- информационное наполнение сайта
- оплата по кредитной карте

- наполнение, расширение и актуализация информации сайта

492 Какие методы не используются для удержания посетителей Web-сайта

- реализация дизайна сайта
- оказание пред- и послепродажного сервиса
- формирование заказа
- обязательное проведение оплаты через Сеть
- представление товара

493 Источником информационного наполнения сайта не является

- использование ссылок
- приобретение
- обмен информацией и партнерство
- реферирование
- Проведение консультаций

494 Интерактивным инструментом работы с заказчиками не является

- конференции
- чарты
- доски объявлений
- виртуальные витрины и каталоги
- дискуссионные группы

495 Интерактивным инструментом работы с заказчиками не является

- отзывы заказчиков
- системы коллективного принятия решения, голосование
- игры и конкурсы
- приобретение
- почтовые рассылки

496 К элементам навигации по сайту не относится

- прокси-сервер
- карта сайта
- поисковая машина
- гиперссылки
- меню

497 Процесс добавления в сайт-каталоги информации о своем сайте называется

- спамом
- флоксоманией
- онтологией
- самбитом
- спайдером

498 Разработка эффективных коммуникаций в Интернете содержит

- 6 этапов
- 5 этапов
- 3 этапа
- 4 этапа
- 7 этапов

499 Первым этапом разработки маркетинговых интернет-коммуникаций является

- формирование общего бюджета на продвижение
- создание обращения
- определение целей коммуникации
- определение контактной аудитории
- выбор каналов коммуникаций

500 Вторым этапом разработки маркетинговых интернет-коммуникаций является

- формирование общего бюджета на продвижение
- определение контактной аудитории
- определение целей коммуникации
- создание обращения
- выбор каналов коммуникаций