



(رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي \* وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي \* وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّن لِّسَانِي \* يَفْقَهُوا قَوْلِي)

(10 درجات)

السؤال الأول:

ضع/ي علامة (✓) أمام العبارة الصحيحة، وعلامة (X) أمام العبارة الخاطئة:

- ( ) يحول الإعلان الطلب على السلع من خلال ايجاد صورة ذهنية جيدة قد تتجاوز الحقيقة.
- ( ) يقوم النشاط الاعلاني بوظائف متنوعة تخدم كل أطراف العملية التسويقية.
- ( ) يدور الإعلان في السوق مع دوران السلعة ذاتها.
- ( ) يعتبر تحديد وظائف الإعلان الحجر الرئيسي لتخطيط الحملات الاعلانية وأساس نجاحها.
- ( ) يتمثل دور الإعلان في مرحلة النضوج بالحد من التدهور السريع في المبيعات.
- ( ) لا تختلف دورة حياة السلعة من سلعة إلى أخرى ولا مدتها حتى لو اختلفت نوع السلعة.
- ( ) مرحلة النمو هي مرحلة تطور السلعة وهو ما أن نسميه "الريادة".
- ( ) الإعلان قد لا يفصح عن شخصية المعلن حيث يقوم بدفع ثمن الإعلان ويعتبر هو مصدره.
- ( ) يعتبر الإعلان نشاطاً اتصالياً يعرف بأنه على التأثير والتأثر بين المرسل والمتلقي عملية دائرية تفاعلية قائمة.
- ( ) الإعلان على حجر رشيد؛ يعتبر أقدم اعلان مكتوب بالتاريخ.

(6 درجات)

السؤال الثاني:

اختر الإجابة الصحيحة:

- يقوم النشاط الاعلاني بوظائف متنوعة على نطاق:
  - المنتجين.
  - المستهلكين
  - الموزعين
  - كل ما سبق
- واحدة من العوامل المساعدة في إحداث الأثر الاعلاني:
  - الوقت
  - الجهد
  - التوزيع
  - الإنتاج
- الإعلان يؤدي لزيادة استهلاك غير ضرورية، يعتبر من:
  - الآثار السلبية للإعلان
  - التنافس السعري في الإعلان
  - الاستهلاك غير الضروري
  - لا شيء مما سبق
- من أهداف التكرار في الإعلان:
  - التناسب
  - التوازن
  - التكوين.
  - لا شيء مما سبق
- تحدد الوظائف الرئيسية للعنوان الرئيس في:
  - جذب انتباه المعلن إليه
  - تلخيص الرسالة الاعلانية
  - إقناع المعلن إليه
  - شرح بعض النقاط البيعية
- أهم وظائف الإعلان وفقاً لرؤية Keth Harferard و Gorden Wite:
  - خلق الوعي بوجود سلعة.
  - خلق حالة نفسية للعلامة التجارية.
  - ترسيخ معلومات عن فوائد ومميزات السلعة.
  - كل مما سبق

(6 درجات)

السؤال الثالث:

فسر العبارات التالية في ضوء المساحة المتاحة:

- يعتبر تحديد أهداف الإعلان الحجر الرئيسي لتخطيط الحملات الاعلانية

- يحاول الإعلان كسب ولاء الوسطاء التجاريين والموزعين والوكلاء



3. تتميز مرحلة "التقديم" بلوتفاع في التكاليف وانخفاض في الأرباح

السؤال الرابع: ( ) (10 درجات)

عرف المفاهيم التالية في ضوء المساحة المتاحة:  
1. تعريفين للإعلان:

أ.

ب.

2. الصورة الذهنية:

3. المستهلك المرتقب:

4. المسؤولية الاجتماعية:

السؤال الخامس: ( ) (28 درجات)

أجب عن أربعة أسئلة فقط من الأسئلة التالية:

1. اذكر العوامل المساعدة في إحداث الأثر الإعلاني مع الشرح الوافي:

جامعة فلسطين



الامتحان النهائي  
الفصل الدراسي الصيفي  
2014-2013

اسم المحاضر: أ. أنس إبراهيم فارس اليازوري

رقم الطالب: \_\_\_\_\_

اسم الطالب: \_\_\_\_\_

الكلية: الدبلوم المتوسط

القسم / التخصص : العلاقات العامة والتسويق

استخدام المعاجم أو القواميس (/)

رقم المساق: DMMT 1303

اسم المساق: العلاقات العامة والإعلان

تاريخ الامتحان: 2014/09/17

عدد الأسئلة: (5) أسئلة

زمن الامتحان: ساعتين

استخدام الآلة الحاسبة (/)

2. توجد مجموعة من الأمور التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند تحديد أهداف الإعلان، اذكرها مع الشرح؟

3. تحدث عن مراحل تطور الإعلان:

جامعة فلسطين



الامتحان النهائي  
الفصل الدراسي الصيفي  
2014-2013

اسم المحاضر: أ. أنس إبراهيم فارس اليازوري

رقم الطالب: \_\_\_\_\_

اسم الطالب: \_\_\_\_\_

الكلية: الدبلوم المتوسط

القسم / التخصص : العلاقات العامة والتسويق

استخدام المعاجم أو القواميس (/)

رقم المساق: DMMT 1303

اسم المساق: العلاقات العامة والإعلان

تاريخ الامتحان: 2014/09/17

عدد الأسئلة: (5) أسئلة

زمن الامتحان: ساعتين

استخدام الآلة الحاسبة (/)

4. اذكر أهم الانتقادات الموجهة إلى الإعلان (الآثار السلبية):

5. اذكر أهم الآثار الإيجابية للإعلان:

اسم المحاضر: أ. أنس إبراهيم فارس اليازوري  
رقم الطالب: \_\_\_\_\_  
اسم الطالب: \_\_\_\_\_  
الكلية: الدبلوم المتوسط  
القسم / التخصص : العلاقات العامة والتسويق  
استخدام المعاجم أو القواميس (/)

جامعة فلسطين



الامتحان النهائي  
الفصل الدراسي الصيفي  
2014-2013

رقم المساق: DMMT 1303  
اسم المساق: العلاقات العامة والإعلان  
تاريخ الامتحان: 2014/09/17  
عدد الأسئلة: (5) أسئلة  
زمن الامتحان: ساعتين  
استخدام الآلة الحاسبة (/)

6. اذكر خصائص الإعلان:

انتهت الأسئلة  
مع تمنياتنا لكم بالنجاح والتوفيق