



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

أجب عن الأسئلة التالية:

(5 درجات)

السؤال الأول:

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

1. () "منع الحط من قيمة سلعة أخرى" قانون وضعته النقابات المهنية في العصور القديمة.
2. () يعود الفضل للتقدم في المواصلات والاتصالات في اختفاء الفن البدائي للإعلان.
3. () يُعد تعريف د. أحمد المصري للإعلان؛ أكثر التعريفات شمولاً.
4. () يعتبر تحديد أهمية الإعلان الحجر الرئيسي لتخطيط الحملات الإعلانية وأساس نجاحها.
5. () من الممكن أن يكون الإعلان ناجح اتصالياً واقتصادياً، لكن من المستحيل أن يفشل في الاثنين.
6. () الإعلان يفصح عن شخصية المعلن، لكنه لا يقوم بدفع ثمن الإعلان، ويُعتبر الشخص المعلن مصدره.
7. () لم يعد دور الإعلان حالياً، كما كان عليه في منتصف السبعينات من حيث الاقتصار على مجرد التعريف بالاسم التجاري.
8. () أشارت العديد من الكتابات إلى أن تكاليف الإعلان يمكن أن تصل إلى 50% من التكاليف التسويقية الكلية.
9. () لا توجد علاقة وثيقة الصلة بين الإعلان والإعلام، حيث يمكن للإعلان أن يستخدم وسائل غير اعلامية في الترويج.
10. () الأهداف قصيرة متوسطة الأجل؛ تتعلق بتحسين وضع الشركة النسبي في جوانب معينة.

(5 درجات)

السؤال الثالث:

عرّف ما يلي في ضوء المساحة المتاحة

1. تعريفان للإعلان:

أ. _____

ب. _____

2. الصورة الذهنية: _____

3. المسؤولية الاجتماعية: _____

4. المستهلك المرتقب: _____



(10 درجات)

السؤال الثالث:

أجب عن الأسئلة الآتية:

1. اذكر/ي الأفكار المهمة التي تطرّق إليها د. أحمد المصري أثناء تعريفه للإعلان:

2. اذكر/ي الاعتبارات التي تحكم أهداف الإعلان:

3. فسّر/ي: يتميز الإعلان عن النشر، فالإعلان مدفوع الأجر، أما في حالة النشر لا يُدفع مقابل مادي لوسائل النشر:

4. اشرح/ي زيادة "معدل دوران السلعة" مع ضرب مثال:

انتهت الأسئلة
مع تمنياتنا لكم بالنجاح والتوفيق