



السؤال الأول: ضع/ي إشارة (/) أو (×) أمام العبارات الآتية ، ثم انقلها إلى الجدول الموجود في نهاية السؤال (20 درجة)

- 1- تساهم وظيفة التسويق في خلق فرص تسويقية جديدة إلى المنظمة و المستهلك على حد سواء .
- 2- المنتج و السعر عنصران من عناصر المزيج التسويقي .
- 3- سلع التسوق هي التي تتميز بخصائص فريدة تجعلها في نظر مستهلكيها لا غني عنها مما يدفعهم إلى بذل جهد في سبيل الحصول عليها . .
- 4- تتخذ المنظمة في مجال الإعلان عده قرارات منها تحديد طرق الدفع و المكافأة لرجال البيع.
- 5- عندما يكون المشتري الموجه إليه الترويج هو المستهلك النهائي يكون الإعلان و تنشيط المبيعات .
- 6- الاتصال التسويقي له هدفان أحدهما تجاري و الآخر اتصالي .
- 7- في الإعلان و النشر و تنشيط المبيعات يكون الاتصال غير شخصي تناسب فيه المعلومات من المنظمة إلى العملاء .
- 8- المساعدة في تصريف المنتجات التي لم تلقي رواجاً و وظيفة من وظائف الإعلان.
- 9- الإعلان الدفاعي يهدف إلى إبقاء الاسم المميز للمنتج في ذهن المستهلك .
- 10- لا يختلف الدور الذي يلعبه الإعلان في مرحل من مراحل دورة حياة المنتج.
- 11- يعتبر المستهلك هو المحور الأساسي لكل ما يتم إنتاجه و عليه فإن الجهد التسويقي يجب أن يبدأ بدراسة المستهلك.
- 12- الدافع هو الذي يحفز نشاط الفرد .
- 13- مدى إلحاح الحاجة عامل من العوامل المؤثرة في تقييم البدائل .
- 14- الرسالة الخفيفة هي التي تقوم على وصف السلعة و خصائصها و طريق استعمالها.
- 15- الرسالة التفسيرية هي التي تعتمد على معلومات خفيفة دون الإثارة بأساليب عاطفية.
- 16- قدرة الرسالة على جذب انتباه المعن إليه و إثارة اهتمامه من العوامل التي يجب مراعاتها عند تحرير الرسالة الإعلانية .
- 17- تؤثر الوسيلة الإعلانية المستخدمة على حجم الرسالة الإعلانية فمثلاً في حال الجرائد فإن القراء يجب أن تكون قصيرة جداً.
- 18- التثبيت في الذاكرة خطوة من خطوات تصميم الإعلان الناجح .
- 19- الشهادة طرف من أطراف نموذج الاتصال .
- 20- الإعلان التعاوني نوع من أنواع الإعلان .

الإجابة/

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
20	19	18	17	16	15	14	13	12	11

أكمل المصطلح العلمي من بين الأقواس :

- (المفهوم التسويقي للتسويق - المفهوم البيعي للتسويق -الاتصال - تنشيط المبيعات-المثير -الترويج - الرسالة الإعلانية -الطبقات الاجتماعية -الإعلان-الدافع - الإعلام -سلوك المستهلك -البيع الشخصي -الرسالة الخفية)
- 1- () فلسفة إدارية تقضي بأن يتم توجيه نشاطات المنظمة نحو تحقيق حاجات المستهلكين لتحقيق أهداف المنظمة .
- 2- () شرح الفكرة الرئيسية للإعلان أو ما يريد المعلن أن يقوله للجمهور المستهدف و قد تكون جملة واحدة أو عدة جمل.
- 3- () مجموعة الأعمال التي تقوم بها المؤسسة للتعريف بنفسها أو بمنتجاتها و ذلك لخلق ظروف جيدة لشراء منتجاتها من طرف المستهلكين.
- 4- () تصرفات الأفراد الذين يقومون بصورة مباشرة بالحصول و استعمال السلع و الخدمات بما في ذلك القرارات التي تسبق التصرفات.
- 5- () القوي الكامنة التي تحرك الأفراد نحو اتباع سلوك معين.
- 6- () هو الذي يحفز نشاط الفرد.
- 7- () اشتراك أفراد في صفات معينه كالمهنة و الثروة و التعليم .
- 8- () نشر الحقائق و المعلومات و الأخبار بين الجمهور بهدف تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي
- 9- () النشاط الترويجي الذي تقوم به المنظمة خلاف أنشطة البيع الشخصي و الإعلان و النشر أو النشاط الذي يستخدم كحافز مباشر لشراء أو تجربة منتج أو خدمة.
- 10- () شكل من الأشكال الغير الشخصية للاتصالات يجري عن طريق وسيلة متخصصة مدفوعة الأجر بواسطة جهة معلومة و محددة.

السؤال الثالث : اذكر على شكل نقاط .

(15 درجة)

1- اذكر/ي أنواع الإعلان :

- 1--1
- 2--2
- 3--3
- 4--4
- 5--5
- 6--6
- 2- اذكر/ي عناصر المزيج التسويقي :
- 1--1
- 2--2
- 3--3
- 4--4

3- اذكر/ي أطراف نموذج الاتصال :

.....-2

.....-1

.....-4

.....-3

4- اذكر/ي أنواع الرسائل الإعلانية :

.....-2

.....-2

.....-4

.....-3

5 - اذكر/ي خطوات تصميم الإعلان الناجح :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(15 درجة)

السؤال الرابع :

1- اشرح العوامل التي يجب مراعاتها عند تحرير الرسالة الإعلانية:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2- اذكر/ي وظائف التسويق :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3- اذكر وظائف الترويج :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4- اشرح العلاقة بين الإعلان و التسويق :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**** انتهت الأسئلة وبالتوفيق****