

الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الثالث في مقياس اقتصاديات وسائل الإعلام

السؤال الاول: ما المقصود بالمصطلحات التالية؟ (04 ن)

- الاستثمار: (01 ن)

- ✓ توظيف الاموال لتحقيق الفائدة و الربح.
- ✓ التعامل بالأموال للحصول على الارباح من خلال التخلي عنها لفترة زمنية معينة مقابل الحصول على تدفقات مالية مستقبلية تعوض القيمة المالية للأموال المستثمرة.
- ✓ تخصيص المال، الوقت و الجهد من أجل تحقيق الفائدة مستقبلا.

- المنتج الاعلامي: (01 ن)

- ✓ مادة إعلامية منتجة مادية أو غير مادية.

- نفقات الانتاج: (01 ن)

- ✓ المال، الجهد و الوقت المخصص لإنتاج خدمة او منتج اعلامي.

- مرحلة ما بعد الانتاج: (01 ن)

- ✓ التوزيع.
- ✓ التقويم، التخزين و الصيانة.
- ✓ التحرير، المعالجة و المراجعة.

السؤال الثاني: أصبح الانتاج الإعلامي في المؤسسات الإعلامية مثله مثل أي صناعة أخرى، لنجاحه يجب توفر عناصر أساسية يطلق عليها الاقتصاديون 5Ms وهي: (المال-Money)، (الأيدي العاملة- Man Power)، (المواد الخام- Material)، (الآلات- Machines) و (الإدارة- Management)، غير أن هذه المؤسسات

تواجه ايضا تحديات أخرى في مقدمتها التحديات الاقتصادية والتكنولوجية، فما هي الحلول والاقتراحات التي يمكن اعتمادها من طرف هذه المؤسسات لمواجهة هذه التحديات؟ (06ن)

1- الحلول و المقترحات الاقتصادية: (03ن)

- ✓ استقطاب رؤوس الاموال و الاستثمارات؛
- ✓ العمل على تطوير نماذج تسعير فعالة؛
- ✓ تقديم و تسهيلات مغرية للمعلنين؛
- ✓ دراسة السوق و التكيف مع تغيرات سلوك المستهلك؛
- ✓ تنويع مصادر المداخيل المالية (الاشهار ،الاشتراقات، المساعدات، بيع المنتجات...)
- ✓ التمرکز الاقتصادي؛

2- الحلول و المقترحات التكنولوجية: (03ن)

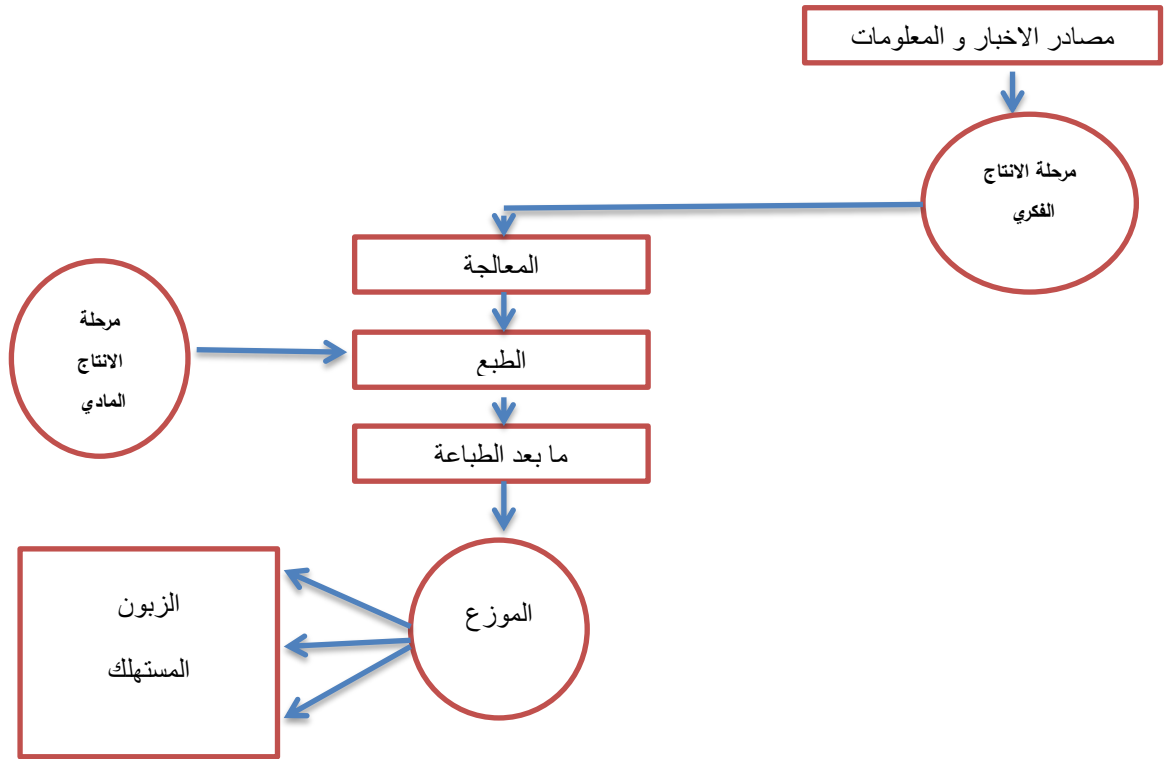
- ✓ مواكبة التطورات التكنولوجية؛
- ✓ اقتناء و صيانة المعدات الحديثة للإنتاج؛
- ✓ العمل على حماية المحتوى الرقمي و مواجهة القرصنة .
- ✓ الرقمنة؛

السؤال الثالث : في اقتصاديات وسائل الاعلام ، تشكل الاعلانات الرقمية مجالا واعدا للنمو، بما فيها إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي التي ارتفعت حصتها بنسبة 17.4% في عام 2022 ، أي ما يعادل 154 مليار دولار - تقريبا ثلثي كل الإعلانات الرقمية، فما هو الأثر الاقتصادي لهذه الاعلانات على المؤسسات الاعلامية؟ (06 ن)

- ✓ تمثل الاعلانات سوق مهمة للمؤسسات الاعلامية، اين تقوم هذه الاخيرة ببيع مساحات مادية و رقمية و وقت للبت للمعلنين، و يسمح السوق الاولى(القاعدة الجماهيرية للمؤسسة) برفع حصة هذه المؤسسات من السوق الثانوية (سوق الاعلان) ، مما يمكنها من تحقيق مداخيل مالية معتبرة قد تعوض في بعض الحالات بيع المنتج الاساسي للمؤسسة و بعبارة اخرى توفر الاعلانات و فرة اقتصادية للمؤسسات الاعلامية الى جانب:
- ✓ الاشهار و التعريف بالمنتجات الاقتصادية و المؤسسة؛
- ✓ تنشيط عجلة النمو الاقتصادي للمؤسسة ؛
- ✓ يساعد في تحسين جودة الانتاج و رفع القدرة الانتاجية للمؤسسة من خلال استثمار المداخيل التي حققها الاعلان.

- ✓ اكساب المؤسسات الاستقلالية المالية و تقادي الضغوطات الاقتصادية و أيضا الاستقرار المالي.
- ✓ كما يساهم من خفض نفقات الانتاج و التسويق.
- ✓ اكتساب مكانة في سوق الاعلانات.

السؤال الرابع: أكمل الشكل التالي الذي يبين مراحل تدفق الانتاج الصناعي في المؤسسة الصحفية. (03ن)



- ✓ مصادر الأخبار و المعلومات (0.75ن)؛
- ✓ مرحلة الانتاج الفكري (0.50ن)؛
- ✓ المعالجة (0.25ن)؛
- ✓ الطبع (0.25ن)؛
- ✓ ما بعد الطباعة (0.25 ن)؛
- ✓ مرحلة الانتاج المادي (0.50ن)؛
- ✓ الموزع (0.50ن).

+ (نقطة 01 للإجابات الواضحة و المركزة)