



يوم: 2025/01/11

امتحان الدورة العادية في مقياس الاتصالات التسويقية المتكاملة

السؤال الأول: أجب عن الأسئلة التالية (الإجابة تكون مختصرة) (05 نقاط)

1. ماذا نقصد بالنموذج؟
1ن
2. يعتبر السكوت / الصمت لغة غير لفظية ، ما رأيك؟
1ن
3. كيف يمكن لتنشيط المبيعات أن يدعم ولاء الزبائن؟
1ن
4. إن التأثير العاطفي للإعلان يهدف إلى إثارة عواطف متلقي الرسالة الاعلانية(سواء كان قارئاً لها أو مشاهداً أو حتى مستمعا لها)، لكن قد يُعد استخدام تلك العواطف كمشاعر الخوف أو الحزن أو حتى الفرح وغيرها ممارسة غير أخلاقية، كيف ذلك
1ن
5. من خلال تطرقنا لأدوات الاتصالات التسويقية المختلفة، ذكرنا أن المعارض تعتمد في رسم صورة ذهنية وهذا من خلال جهود العلاقات العامة، كما يحدث أن تستخدم ضمن جهود تنشيط المبيعات، كيف ذلك
1ن

السؤال الثاني: ما الفرق بين كل مما يلي: (05 نقاط)

1. الخصم التجاري والخصم التجاري
2. الاتصالات التسويقية والترويج
3. الخطة والحملة
4. الدعاية والاعلان
5. تنشيط المبيعات والعلاقات العامة

السؤال الثالث: أجب بصحيح أو خطأ مع تصحيح الخطأ (تصحيح الخطأ ضروري) (05 نقاط)

1. لا يمكن بأي حال من الأحوال اعتبار انخفاض المبيعات مشكلاً للمؤسسة
2. الإعلان الخفي يستهدف العقل الواعي برسائل يدركها الشخص بشكل مباشر
3. لا علاقة للدين بالممارسات الأخلاقية في الاتصالات التسويقية
4. تعتبر عدم القابلية للتخزين واحدة من أهم الخصائص للخدمات التي تجعل الترويج لها صعباً
5. في مرحلة ما قبل التفاعل يهتم البائع بجمع المعلومات حول الزبائن فقط

1. جامع الطلبيات هو رجل بيع يقوم ب:
 - إتمام العملية البيعية المتعلقة بالزبائن الحاليين
 - البحث عن زبائن محتملين
 - يسعى لسماع متطلبات العميل
2. التقارير الإخبارية واحدة من الأدوات الإعلامية للعلاقات العامة والتي:
 - تغطي معلومات دقيقة ومفصلة يُعجز ذكرها في الأساليب الإعلامية الأخرى
 - تحتوي على فكرة واحدة مركزية.
 - الإجابتين معا
3. يعتبر تسويقا مباشرا:
 - ارسال رسائل إلى جمهور المؤسسة عن طريق الهاتف
 - استعمال الاكشاك الصغيرة
 - الإجابتين معا
4. من نظائر اللغة:
 - اللغة العربية
 - نغمة التوكيد
 - اللهجة
5. من مهام رجل البيع:
 - إقامة المعارض
 - شرح المصطلحات الفنية
 - لا إجابة مما سبق

بالتوفيق للجميع

د/ حدة عمري



يوم: 2025/01/11

الإجابة النموذجية لامتحان الدورة العادية في مقياس الاتصالات التسويقية المتكاملة

(05 نقاط)

السؤال الأول: الإجابة عن الأسئلة المطروحة

- النموذج هو محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثاً أو نظاماً معيناً في شكل رمزي، إذا فهي أداة تساعد على فهم الظاهرة وإدراك العلاقات بين عناصر الظاهرة الأساسية
- قد يعتبر السكوت / الصمت في أحيان كثيرة لغة غير لفظية يستعملها الفرد منا لإيصال رسائل معينة، فللصمت نماذج كثيرة نذكر منها على سبيل المثال:
صمت الغضب صمت الإحباط الصمت أثناء الاستماع الصمت عند عدم الفهم صمت التأمل
صمت البلية (الحنين) كما قد يكون للصمت دلالة على الوقار والتبجيل
- إضافة لصمت التحدي عند الأطفال مثلاً عند معاقبتهم فلا يعبرون لا على أهمهم ولا على الأسئلة التي تطرح عليهم أثناء العقاب
- يمكن لجهود تنشيط المبيعات أن تدعم ولاء الزبائن من خلال الحرص على المصداقية والشفافية، والابتعاد عن السلوك البيعي الجاف بالاهتمام ببناء علاقة طيبة ورسم صورة إيجابية عن الجهود الترويجية بعيداً عن خداع الزبون وإرغامه على الشراء...
- إن التأثير العاطفي للإعلان يهدف إلى إثارة عواطف متلقي الرسالة الاعلانية (سواء كان قارئاً لها أو مشاهداً أو حتى مستمعاً لها)، لكن قد يُعد استخدام تلك العواطف كمشاعر الخوف أو الحزن أو حتى الفرح وغيرها ممارسة غير أخلاقية في حالة المبالغة في استخدام تلك العواطف، واستغلالها لصالح المؤسسة، أو استغلال عواطف الأطفال مثلاً.
- من خلال تطرقنا لأدوات الاتصالات التسويقية المختلفة، ذكرنا أن المعارض تعتمد في رسم صورة ذهنية وهذا من خلال جهود العلاقات العامة، حيث تشارك المؤسسة من أجل التعريف بنشاطها، رسالتها وحتى منتجاتها، وتحرص في تلك المعارض على رسم صورة إيجابية لدى الزائرين، على عكس مشاركتها التي تكون في إطار جهود تنشيط المبيعات، التي يظهر فيها هدف البيع وتحقيق الأرباح جلياً، حيث تجد كميات معروضة للبيع في تلك المعارض، وتسعى المؤسسة من خلالها إلى إبرام صفقات للبيع وغيرها من السلوكيات البيعية.

(05 نقاط)

السؤال الثاني: ما الفرق بين كل مما يلي:

الحسم التجاري	1. الخصم التجاري
قد يكون لأسباب معينة كعطب في البضاعة يكون بعد عملية الشراء يسدل في دفاتر المؤسسة	قد يكون بسبب عروض ترويجية يكون قبل عملية الشراء لا يسجل في دفاتر المؤسسة (البائع)
الترويج	2. الاتصالات التسويقية
هدف	أداة
الحملة	3. الخطة (الترويجية)
قصيرة الأجل	طويلة الأجل
مخطط ترويجي مركز بالأساس على هدف معين	مخطط استراتيجي له العديد من الأهداف

الإعلان	4. الدعاية
معلوم المصدر مدفوع يحمل معلومات صادقة وصحيحة	مجهولة المصدر غير مدفوعة تحمل معلومات تقبل الصحة والخطا
العلاقات العامة	5. تنشيط المبيعات
تهدف إلى رسم/ تعزيز أو تحسين الصورة الذهنية أهدافها طويلة المدى	تهدف إلى الربح أهدافها قصيرة المدى

السؤال الثالث: لإجابة بصحيح أو خطأ مع تصحيح الخطأ (تصحيح الخطأ ضروري) (05 نقاط)

خطأ	1. لا يمكن بأي حال من الأحوال اعتبار انخفاض المبيعات مشكلا للمؤسسة لأنه يمكن أن لا يعتبر مشكلا في الحالتين التاليتين مثلا: - سحب منتج من السوق (فالمؤسسة هي من سعت لهذا الانخفاض في حالة وجود مشكل ما في المنتج كما حدث بالنسبة لهاتف - تخفيض هوامش الأرباح والذي يكون ضمن الاستراتيجية العامة للمؤسسة فبالخسارة مقابل تحسين الصورة الذهنية
خطأ	2. الإعلان الخفي يستهدف العقل الواعي برسائل يدركها الشخص بشكل مباشر الإعلان الخفي يستهدف العقل الباطن برسائل لا يدركها الشخص بشكل مباشر
صحيح	3. لا علاقة للدين بالممارسات الأخلاقية في الاتصالات التسويقية
صحيح	4. تعتبر عدم القابلية للتخزين واحدة من أهم الخصائص للخدمات التي تجعل الترويج لها صعبا
خطأ	5. في مرحلة ما قبل التفاعل يهتم البائع بجمع المعلومات حول الزبائن فقط في مرحلة ما قبل التفاعل يهتم البائع بجمع المعلومات حول الزبائن والمنافسين وحتى المؤسسة واستراتيجياتها وأهدافها

السؤال الثالث: اختيار الإجابة الصحيحة مما يلي: (05 نقاط)

1. جامع الطلبيات هو رجل بيع يقوم بـ:
 - ✓ إتمام العملية البيعية المتعلقة بالزبائن الحاليين
 - البحث عن زبائن محتملين
 - يسعى لسماع متطلبات العميل
2. التقارير الإخبارية واحدة من الأدوات الإعلامية للعلاقات العامة والتي:
 - تغطي معلومات دقيقة ومفصلة يُعجز ذكرها في الأساليب الإعلامية الأخرى
 - تحتوي على فكرة واحدة مركزية.
 - ✓ الإجابتين معا
3. يعتبر تسويقا مباشرا:
 - ارسال رسائل إلى جمهور المؤسسة عن طريق الهاتف
 - استعمال الاكشاك الصغيرة
 - ✓ الإجابتين معا
4. من نظائر اللغة:
 - ✓ نغمة التوكيد
 - اللغة العربية

- اللهجة

5. من مهام رجل البيع:

- إقامة المعارض

- ☒ شرح المصطلحات الفنية

- لا إجابة مما سبق

بالتوفيق للجميع

د/ حدة عمري