



يوم: 2026/01/15

الإجابة النموذجية لامتحان السادس الأول

في مقياس الاتصالات التسويقية المتكاملة

الجزء الأول: أجب على الأسئلة التالية (الإجابة تكون مختصرة) (04 نقاط)**الإجابة تكون مختصرة)**

1. في مرحلة ما قبل التفاعل يهتم البائع بجمع المعلومات حول المنافسين، ويتم استخدامها في هذه المرحلة كما يلي:

أ. في حالة نقاط الضعف: يتم استغلال ذلك بإبرازها للزبائن وتوضيحها وكيف أنها تضعف من مميزات المنتج

1. في حالة نقاط القوة: محاولة التشويش عليها، بإبراز نقاط قوة المؤسسة وإقناعه بأن مميزات المؤسسة ومنتجاتها أفضل من المنافس

2. محددات اختيار العروض الترويجية

- الميزانية

- الحاجة إلى العروض (هل هناك حاجة فعلياً للعرض)

- المنافسة (خاصة في العروض)

3. السلوك/ التصرف الثابت (المشتراك) مع جميع أصناف الزبائن هو:

أ. الحفاظ على الهدوء

ب. الصبر والحلم

4. إذا كان استخدام الألوان والصور يساعد في جذب انتباه القارئ أو المشاهد للإعلان، فكيف نستطيع ذاك في الإعلانات الإذاعية؟

تكون الإجابة بالتركيز على المؤثرات الصوتية واعتماد نظائر اللغة بالإضافة إلى استخدام الألفاظ والعبارات الأكثر تأثيراً

(06 نقاط)**الإجابة تكون مختصرة)****(يكفي ذكر فرق واحد)**

والعلاقات العامة	1. تنشيط المبيعات
- الهدف منها رسم وتحسين الصورة الذهنية	- الهدف منه رفع المبيعات
- أثراً في المدى الطويل	- أثره في المدى القصير
- تتوجه بها المؤسسة لعامة الجمهور	- تتوجه به المؤسسة لزبائنهما
وبناءً المؤسسة	2. جمهور المؤسسة
- جزء من جمهور المؤسسة،	- أوسع من الزبائن فهو يشمل: الزبائن، الموردين، المنافسين...
- شريحة مستهدفة أو محددة	- لا يمكن تحديد فئة معينة منه

<u>الاتصال الجماهيري</u>	<u>3. الاتصال الجماعي</u>
- عدد الأفراد غير محدود - الاتصال بهم غير مباشر - التغذية العكسية غير مباشرة وغير آنية - استخدام أداة الاتصال ضروري	- عدد محدود من الأفراد - الاتصال بهم مباشر - التغذية العكسية مباشرة وفورية - استخدام أداة الاتصال غير ضروري
<u>الاستماع</u>	<u>4. الانصات/الإصغاء</u>
تلقي الأصوات بقصد وإرادة وفهم وتحليل، وقد ينقطع لسبب ما	تلقي الأصوات بقصد وإرادة وفهم وتحليل، ولا ينقطع لأي سبب لوجود العزيمة القوية لدى المنصت للانصات
<u>رجال البيع</u>	<u>5. قوة البيع</u>
جزء من قوة البيع فهم الأفراد الذين يقومون بعملية البيع	أشمل فهي وحدة تنظيمية تضم رجال البيع
<u>التذكر</u>	<u>6. الذاكرة</u>
عملية استرجاع المعلومات المخزنة	حيز لتخزين المعلومات(محزن للمعلومة)

الجزء الثالث أجب بتصحيح أو خطأ مع تصحيح الخطأ (تصحيح الخطأ ضروري) (04 نقاط)

0,5	خطأ	.1
0,5	استخدام شخصية طبيب أسنان في إعلان تعكس خاصية المصداقية المصدر	
0,5 0,5	خطأ يعمل المتلقي للرسالة باستقبال الرسالة المسموعة ، في حين يرسل المتحدث رسالة المقرؤة	.2
0,5 0,5	خطأ هدف العلاقات العامة هو استمرار العلاقات بين المؤسسة وجمهورها لفترة طويلة من خلال ما يسمى بالصورة الذهنية	.3
0,5 0,5	خطأ تستخدم المعارض ضمن الجهود الترويجية للمؤسسة وكذلك ضمن حبود العلاقات العامة	.4

الجزء الرابع : اختيار العبارة الأنسب في كل مما يلي (خيار واحد) (06 نقاط)

1. تكثُّف حملات تنشيط المبيعات في حالة :

- منتجات البقرة الحلوى

- المنتجات النجم

منتجات الكلاب(الأوزان الميتة)

2. إعداد السناريو، من مراحل إعداد:

- إعلان خارج الأبواب

إعلان تلفزيوني.

- إعداد مجلة خاصة بالمؤسسة

3. خطورة التغطية، تعني:

- ✓ خطورة تغطية الشخصية المستخدمة في الإعلان على المنتج
- خطورة تغطية لون في الإعلان على بقية الألوان
- الإجابتين معا

4. يمكن لتنشيط المبيعات أن:

- يخدع الزيون ويرغمه على الشراء
- يدعم ولاء الزبائن من خلال الحرص على المصداقية والشفافية.

✓ الإجابتين معا

5. يعتبر تسويقاً مباشراً:

- ارسال رسائل إلى جمهور المؤسسة عن طريق الهاتف
- استعمال الاكشاك الصغيرة

✓ الإجابتين معا

6. البيع المرجعي يعني:

- ✓ استخدام الزبائن الراضين للتأثير على قرارات الشراء المحتملة للزبائن من خلال نقل تجاربهم
- ادماج الرسائل الاعلانية عبر مختلف الوسائط الرقمية والتقليدية لضمان الاتساق الاتصالي
- تحفيز الزبائن على إعادة الشراء من خلال برامج ولاء تعتمد على الحوافز المادية والنقاط التراكمية