



يوم: 2026/01/15

الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الأول

في مقياس الاتصالات التسويقية المتكاملة

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

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 بان مميزات المؤسسة ومنتجاتها أفضل من المنافس

2. محددات اختيار العروض الترويجية

- الميزانية
- الحاجة إلى العروض (هل هناك حاجة فعليا للعروض)
- المنافسة (خاصة في العروض)

3. السلوك/ التصرف الثابت (المشترك) 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 ذلك في

الإعلانات الإذاعية؟

تكون الإجابة بالتركيز على المؤثرات الصوتية واعتماد نظائر اللغة بالإضافة الى استخدام الألفاظ والعبارات الأكثر تأثيرا

الجزء الثاني: حدد الفرق بين كل مما يلي (يكفي ذكر فرق واحد) (06 نقاط)

1. تنشيط المبيعات	والعلاقات العامة
<ul style="list-style-type: none"> - الهدف منه رفع المبيعات - أثره في المدى القصير - تتوجه به المؤسسة لزيائنها 	<ul style="list-style-type: none"> - الهدف منها رسم وتحسن الصورة الذهنية - أثرها في المدى الطويل - تتوجه بها المؤسسة لعامة الجمهور
2. جمهور المؤسسة	وزبائن المؤسسة
<ul style="list-style-type: none"> - أوسع من الزبائن فهو يشمل: الزبائن، الموردين، المنافسين... - لا يمكن تحديد فئة معينة منه 	<ul style="list-style-type: none"> - جزء من جمهور المؤسسة، - شريحة مستهدفة أو محددة

3. الاتصال الجماعي	والاتصال الجماهيري
<ul style="list-style-type: none"> عدد محدود من الأفراد الاتصال بهم مباشر التغذية العكسية مباشرة وفورية استخدام أداة الاتصال غير ضروري 	<ul style="list-style-type: none"> عدد الأفراد غير محدود الاتصال بهم غير مباشر التغذية العكسية غير مباشرة وغير آنية استخدام أداة الاتصال ضروري
4. الانصات/ الإصغاء	الاستماع
تلقي الأصوات بقصد وإرادة وفهم و تحليل، ولا ينقطع لأي سبب لوجود العزيمة القوية لدى المنصت للانصات	تلقي الأصوات بقصد وإرادة وفهم و تحليل، وقد ينقطع لسبب ما
5. قوة البيع	رجال البيع
أشمل فهي وحدة تنظيمية تضم رجال البيع	جزء من قوة البيع فهم الأفراد الذين يقومون بعملية البيع
6. الذاكرة	التذكر
حيز لتخزين المعلومات (محزن للمعلومة)	عملية استرجاع المعلومات المخزنة

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

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

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

1. تُكثَّف حملات تنشيط المبيعات في حالة :

- منتجات البقرة الحلوب

- المنتجات النجوم

✓ منتجات الكلاب (الأوزان الميتة)

2. إعداد السيناريو، 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 الالوان
- الاجابتين معا

4. يمكن لتنشيط المبيعات أن:

- يخدع الزبون ويرغمه على الشراء
- يدعم ولاء الزبائن من خلال الحرص على المصداقية والشفافية.
- ✓ الإجابتين معا

5. يعتبر تسويقا مباشرا:

- 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