**جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي-**

**كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية**

**قسم العلوم الإنسانية**

**امتحان السداسي الثاني في مقياس الاتصال والتسويق العمومي**

**التخصص والمستوى : ماستر1 اتصال وعلاقات عامة**

**تاريخ إجراء الامتحان: الاثنين 13 جانفي 2025**

**التوقيت 09.00-10.30 مكان إجراء الامتحان: مدرج 04 المدة 1.30 سا**

**نص السؤال:**

**"من الواضح جدا أن العالم تغير كثيرا، وأن تعقيدات ذلك جعلت مفهوم التسويق العمومي متحركا ومندمجا مع أفكار الحداثة، ومتقاطعا مع مفاهيم كثيرة ذات الصلة بالمسميات السياسية والاجتماعية والثقافية، وقد اهتم العلم بالتسويق وفسره وحدد خصائصه ومميزاته وتقنياته ووضح خلفياته ومنطلقاته ومساراته وأهدافه وأبعاده، وبموجب حتمية تحقيق الاندماج مع فكرة انفتاح السوق على كل الأفكار وفهمها واستيعابها، كان من الضروري تفكيك المفهوم ليتقاطع مع ما يسمى بالتنمية المستدامة والمجتمع المدني والديمقراطية والفن والاحتفائية والفعاليات وحقوق الإنسان وحقوق المرأة والأقليات وحرية الرأي والتعبير...الخ.**

**حلل وناقش هذا القول على ضوء ما تلقيته من شروحات في المحاضرات.**

**الاستاذ بوالعام بلال**

**بالتوفيق لكم جميعا**

**الإجابة النموذجية**

**أولا/ تتضمن الاجابة مقدمة، من الافضل أن تكون تلخيصية، أو استنتاجية أو استفهامية، مع طرح سؤال رئيسي في نهايتها.**

**ثانيا/ طرح اسئلة فرعية يجيب عليها الطالب في العرض**

**ثالتا/ اول شيء في العرض هو التطرق لمصطلحات النص.**

**رابعا / العرض يكون بلغة سليمة واسلوب جيد.**

**خامسا/ في العرض نجيب على ما يلي:**

**\_الاوجه التي تغير فيها العالم، واثرت على الاتصال والتسويق العمومي.**

**\_ تعقيدات الحياة البشرية الحديثة وتركيبية الحياة البشرية وتداخلها ومساهمة ذلك في تعدد مفاهيم التسويق العمومي.**

**\_ كيف يكون التسويق العمومي متحركا، ومندمجا مع أفكار الحداثة (الحقوق والحريات، التطور، الانفتاح، الاندماج، فتح الاسواق، العولمة، التعاون، القرية الكونية، توحيد الاطر الدينية والعقدية والثقافية، نمط الحياة المشترك، الرفاهية، الديمقراطية، الحرية، العدالة الانسانية، المساواة، التنمية...الخ).**

**\_مفاهيم التسويق العمومي العديدة ذات الصلة بالمسميات السياسية والاجتماعية والثقافية اي ذكر علاقة التسويق العمومي بالعلوم الاخرى) مثل (علم الاجتماع، علم النفس، علم السياسة، الثقافة، ...الخ).**

**خصائص التسويق العمومي.**

**\_ مميزاته**

**\_ تقنياته**

**\_ خلفياته**

**\_ منطلقاته**

**\_ مساراته**

**\_ أهدافه**

**\_أبعاده**

**\_علاقة فكرة انفتاح السوق (العرض والطلب) بالتسويق (هناك نظريات كثيرة ترتبط بالعرض والطلب مث ادارة السوق وغيرها).**

**\_علاقة التسويق العمومي بالتنمية المستدامة (وجعل الانسان اهم عنصر داخل اطارها)**

**\_ علاقة التسويق العمومي بالمجتمع المدني(الجمعيات ودورها في التسويق للانشطة المختلفة التي تساهم في تطوير البلد)**

**\_ علاقة التسويق العمومي والديمقراطية (الانتخابات والحملات، اثناءها يتم الترويج والتسويق للشخصيات السياسية والمترشحين)**

**\_ علاقة التسويق العمومي والفن (الفن يستغل كاهم وسيلة اليوم في اثراء العمل الفني وجعل المجالات التي يرتبط بها رائدة )**

**\_ علاقة التسويق العمومي والاحتفائية (اثناء الاعياد الوطنية والاحداث الكبرى يتم التسويق للدولة وصورتها والاشخاص ومهاراتهم والهيئات وقدراتها ) وغيرها.**

**\_ علاقة التسويق العمومي والفعاليات (الورشات، الابواب المفتوحة، الملتقيات، المؤتمرات، الاجتماعات، الايام الدراسية، الدورات التكوينية...الخ) بحيث يتم استغلال هذه الفعاليات في تحسين الصورة ونقل التجارب وغيرها.**

**\_ علاقة التسويق العمومي وحقوق الإنسان (التسويق لجهود الدولة عبر مؤسساتها العدلية والاتصالية والاعلامية والرسمية على العموم من اجل كفالة حقوق الانسان)**

**\_ علاقة التسويق العمومي وحقوق المرأة (التسويق عبر حملات لحقو تتعلق بالمراة واقامة معارض واحتفاليات لذلك والاحتفاء بالمراة في عيدها وغيرها وابراز والتسويق للمجالات التي تعمل فيها المراة، والتسويق للنماذج الناجحة)**

**\_ علاقة التسويق العمومي والأقليات (كيف ترد الدولة على المشككين والتقارير المغرضة التي ترى أن الدولة لا تحترم الاقليات) في محاولة لاستهداف بلدنا**

**\_ علاقة التسويق العمومي وحرية الرأي والتعبير(كيف تسوق الدولة عبر مؤسساتها لاحترام حرية الراي والتعبير وتبنيها والدفاع عنها والتسويق لها للرد على الهيئات الدولية التي تشن حملات ضد بلدنا) .**

**-في الخاتمة نتكلم عن مستقبل المستخدم في ظل المستخدثات المتتابعة.**