



المستوى: أولى ماستر

تخصص: الاتصال الجماهيري والوسائل الجديدة

الاجابة النموذجية لامتحان السادسى الأول الدورة العادمة

مقياس التسويق والاشعار في البيئة الرقمية.

السؤال الأول: 06 ن

عرف مaily مع اعطاء أمثلة واقعية

التسويق بالمحظى: هو استراتيجية تسويقية تهدف إلى إنشاء وتوزيع محتوى متنسق لجذب واحتفاظ بجمهور محدد بهدف تحفيز العملاء المحتملين على اتخاذ إجراءات مربحة للعلامة التجارية **2ن**

اعلانات البحث: نصوص تظهر في أعلى نتائج البحث **2ن**

الشراكات الاستراتيجية: تعاون بين علامتين تجاريتين أو أكثر لإنشاء منتج أو حملة مشتركة، بهدف تبادل الجمهور وتعزيز المصداقية . تساهم في تضخيم الترويج (Promotion Amplification) ودفع النمو (Growth Driving) لكلا الطرفين. **2ن**
السؤال الثاني: 04 ن

فيما تتمثل أهمية التسويق الرقمي لمنظمات الأعمال باختصار

الجواب:

القابلية لقياس **01ن** / التكلفة الأقل **01ن** / السرعة و التفاعل والتغذية الراجعة **01ن** / التفاعل مع الجمهور بشكل أوسع. **01ن**

السؤال الثالث: 04 ن

يقال أنه في البيئة الرقمية تحول الاستراتيجيات الإشهارية من التخمين إلى اليقين.

اشرح باختصار هذا القول.

الجواب:

لأن خصائص البيئة الرقمية ساهمت في دقة نتائج دراسات السوق وتتبع سلوك المستهلكين وبالتالي تقلص هامش الخطأ في بناء الاستراتيجيات التسويقية التي باتت أقرب إلى اليقين من حيث نتائجها. **04ن**

السؤال الرابع: 06 ن

الاجابة:

الخطوات بصفة عامة

مرحلة الدراسات القبلية: دراسة وتحليل السوق والبيئة، دراسة المنافسين، دراسة سلوك الجمهور المستهدف. **2ن**

مرحلة التخطيط للنموذج وتجزئة السوق ووضع الميزانية **2ن**

مرحلة بناء الاستراتيجية الإشهارية: تحديد الجمهور واعداد الرسالة الإشهارية و اختيار الدعائم والوسائل الاتصالية ثم تقييم الاستراتيجية الإشهارية **2ن**

