 المملكة العربية السعودية مكتب تعليم شرق جدة

وزارة التعليم مجمع الشاطئ التعليمي

الإدارة العامة للتعليم بمحافظة جدة ثانوية الشاطئ - مسار ادارة الأعمال

**اختبار فترة 1 (تخطيط الحملات التسويقية) درجة الاختبار: 20 الدرجة المستحقة:( )**

**اسم الطالب:**

ــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــ

ـ**السؤال الأول: - اختر الاجابة الصحيحة فيما يلي: - ( / 6 )**

1- في هذا الاتصال لا يوجد فرصة الحصول على تغذية راجعة فورية: -

أ) الاتصال الشخصي ب) الاتصال الجماهيري ج) الاتصال الفعّال

2- عملية تحويل فكرة المرسل الى رسالة يمكن فهمها: -

أ) القناة ب) الترميز ج) التغذية الراجعة

3- سلسلة من الإعلانات المرتبطة ببعضها وتتميز بنفس الشط\كل والمظهر والموضوع وتتمحور حول منتج أو خدمة أو علامة تجارية: -

أ) السكرتارية ب) البيئة المكتبية ج) المكتب

4- مواد هوية الشركة مثل الشعارات وبطاقات العمل وغيرها أنشأها موظفو العلاقات العامة: -

أ) الاعلان ب) مواد الشركة ج) رعاية الفعاليات

5- يروج للصور والأفكار المؤسسية والقضايا السياسية: -

أ) الإعلان الرائد ب) الإعلان المؤسسي ج) الإعلان التنافسي

6- زيارات المشاهير، المنتجات الجديدة، تغييرات الشعار، افتتاح معارض أو أسواق جديدة تعتبر من القضايا التي تتعامل معها: -

أ) الدعاية ب) التصريحات الصحفية ج) البيان

ـ**السؤال الثاني: - ارسم شكلاً توضّح فيه عملية الاتصال (الإجابة خلف الورقة) ( / 5 )**

ـ**السؤال الثالث: - عدّد عناصر المزيج الترويجي ( / 4 )**

1 ........................ 2. ........................

3. ....................... 4. .........................

ـ**السؤال الرابع: -** **أكمل مراحل تخطيط الحملة الإعلانية التالية ( / 5 )**

****

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ...المبادئ الأساسية لحملة الإعلانات | ....الأهداف الإعلانية | .....الخطة الإعلامية | .....الجمهور المستهدف وتحليله | ......مخصص الإعلان |

***اسم الطالبة: ...........................................الصف: ............***

***الاختبارالفصلي(1) لمادة (تخطيط الحملات التسويقية2 ) للسنة الثانية مسار إدارة أعمال***

***السؤال الأول: اكتبي كلمة(صح) أو (خطأ) أمام العبارات الآتية:***

***1-الاتصال الجماهيري هو تدفق المعلومات في اتجاهين مختلفين. ( )***

***2-الاتصال الجماهيري يسمح بالوصول إلى شخص واحد بينما يهدف الاتصال الشخصي إلى الوصول إلى نطاق عريض من الجمهور. ( )***

***3- لا يمكن أن تساعد الأساليب الترويجية في تقليل التقلبات في الطلب على منتج أو خدمة. ( )***

***4-يركز المزيج الترويجي لمنتجات الشركات بشكل عام على الإعلان ، بينما يؤدي البيع الشخصي دورا رئيسا في الترويج للسلع الاستهلاكية. ( )***

***5- مع سياسة السحب يروج للمنتج فقط إلى قناة التسويق التالية الأقل ، في المقابل شركة تستخدم استراتيجية الدفع تروج منتجاتها مباشرة إلى المستهلكين لتطوير طلب استهلاكي قوي عليها. ( )***

***6-القدرة على جمع البيانات و تحليلها من المستهلكين يمكن المعلنين من تخصيص رسائلهم الإعلانية إلى أسواق مستهدفة مختلفة. ( )***

***7-يركز الإعلان الرائد على تحفيز الطلب على فئة منتج بإخبار المستهلكين المحتملين عن مزايا المنتج و استخداماته و منافعه. ( )***

***8- الهدف من اختيار وسيلة إعلامية هو الوصول إلى معظم الناس في السوق المستهدفة بأقل قدر من المال. ( )***

***9- قد يؤدي الإعلان إلى إلحاق نظرة سلبية بالمنتج في حال المبالغة في الترويج له إلى حد يزعج المستهلكين. ( )***

***10-الهدف من العلاقات العامة هو تحسين الصورة الشاملة للمؤسسة أو الشخص أو المكان. ( )***

* ***1 -***

***السؤال الثاني: اربطي بين المفاهيم في العمود( أ ) بمدلولاتها في العمود (ب):***

|  |  |
| --- | --- |
| ***( أ )*** | ***( ب)*** |
| ***1-التسويق المرتبط بقضية***  ***2-قناة الاتصالات***  ***3-فك الترميز***  ***4-الطلب الأساسي***  ***5-المزيج الترويجي***  ***6-الحملة الإعلانية***  ***7-الرسالة الإعلانية***  ***8-الإعلان التنافسي***  ***9-الإعلان المؤسسي***  ***10- الجمهور المستهدف*** | ***( )وسيلة تواصل لنقل الرسالة من المرسل إلى المتلقي.***  ***( )الطلب على فئة منتج بدلا من منتج علامة تجارية بعينها.***  ***( )سلسلة من الإعلانات المرتبطة ببعضها و تتميز بنفس الشكل و تتمحور حول المنتج أو الخدمة.***  ***( )إعلان يهدف إلى تحفيز الطلب على علامة تجارية معينة بالترويج عبر إجراء المقارنات مع غيرها.***  ***( )مجموعة من الناس تستهدفهم الإعلانات.***  ***( )تسويق يساعد الشركات في الربط بين شراء المنتجات و العمل الخيري أو التبرعات.***  ***( )العملية التي يفسر المتلقي عبرها ما يرسل إليه لفهم الرسالة.***  ***( )الحالة التي تدمج فيها الشركة بين طرائق معينة لإدارة عمليات الاتصال التسويقي المتكاملة لمنتج معين.***  ***( )المعلومات حول منتج أو خدمة يصمم الإعلان لتوصيلها إلى المستهلكين.***  ***( )الإعلان الذي يروج للصور و الأفكار المؤسسية و للقضايا السياسية.***  ***( )دلالة على تغير ما .***  ***( )هو السبب الجذري للتغيير.*** |

***انتهت الأسئلة.***

* ***2 -***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **المملكة العربية السعودية**  **وزارة التعليم**  **الثانوية الخامسة** |  | **الصف / الثالث ثانوي**  **الزمن :50 دقيقة**  **عدد الصفحات / 2** |

**اسم الطالبة:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |
| --- |
|  |
| **20** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| "*اللَّهُمَّ لا سَهْلَ إِلاَّ ما جَعَلْتَهُ سَهْلاً، وأنْتَ تَجْعَلُ الحَزْنَ إذَا شِئْتَ سَهْلاً".*  السؤال الأول🙨⁂  اختاري الإجابة الصحيحة فيما يأتي: | | | | | | |
| 1. أكثر أدوات العلاقات العامة القائمة على الدعاية شيوعاً هي : | | | | | | |
| أ) البيان الصحفي | | ب) الرعاة | | ج) الخطابات | | د) بيانات المصدر الفردي |
| 1. شكل مدفوع الاجر من الرسالة غير الشخصية التي تنقل الى جمهور مستهدف عبر وسيلة إعلامية هو: | | | | | | |
| أ) الإعلان | | ب) العلاقات العامة | | ج) البيع الشخصي | | د) ترويج المبيعات |
| 1. يروج للصور والأفكار المؤسسية والقضايا الأساسية والقضايا العامة هو: | | | | | | |
| أ) الإعلان المؤسسي | | ب) الإعلان عن منتج | | ج) الإعلان المحلي | | د) الإعلان التنافسي |
| 1. من اشكال الإعلان التنافسي : | | | | | | |
| أ) الإعلان المقارن | | ب) الإعلان التذكيري | | ج) الإعلان التعزيزي | | د) جميع ما سبق |
| 1. اعلان يركز على تحفيز الطلب على فئة منتج بإخبار المستهلكين المحتملين عن مزايا المنتج واستخداماته ومنافعه هو: | | | | | | |
| أ) الإعلان الرائد | | ب) الإعلان التنافسي | | ج) الإعلان المناصرة للقضايا | | د) الإعلان المحلي |
| 1. سلسلة من الإعلانات ذات صفات بصرية وذوق وموضوع متشابهين هي: | | | | | | |
| أ) الحملات الاعلانية | ب) خطة الإعلان | | ج) الاعلان | | د) علاقات عامة | |
| 1. هو مجموعة من الناس تستهدفهم الإعلانات : | | | | | | |
| أ) الجمهور المستهدف | | ب) تحديد الاهداف | | ج) تقسيم الإعلان | | د) تطوير الخطة الاعلانية |
| 1. هي الجزء الشفهي او المكتوب من الإعلان ويشمل عناوين رئيسية وعناوين فردية : | | | | | | |
| أ) العمل الفني | | ب) النسخة | | ج) الرسالة | | د) الاتصال |
| 1. توفر المعلومات التي تربط التعرض للإعلانات بسلوك الشراء : | | | | | | |
| 1. بيانات المصدر الفردي | | 1. الاختبار اللاحق | | ج) تعريف النجاح | | د)تذكر المستهلك |
| 1. مجموعة واسعة من مجهودات الاتصال المستخدمة لإنشاء علاقات إيجابية بين المؤسسة وأصحاب المصلحة واشخاص ذوي مكانة رفيعة والحفاظ على هذه العلاقات هي : | | | | | | |
| 1. العلاقات العامة | | 1. البيع الشخصي | | ج) الإعلان | | د) ترويج المبيعات |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **السؤال الثاني🙨⁂**  **ضعي كلمة (صح) أمام العبارة الصحيحة وكلمة (خطأ) أمام العبارة الخاطئة فيما يلي:** | | |
| **1** | يؤدي الترويج أربعة أدوار رئيسية للمسوقين | **( )** |
| **2** | من اهداف الترويج البيع الشخصي | **( )** |
| **3** | تعتبر العلاقات العامة عنصر من عناصر المزيج الترويجي | **( )** |
| **4** | المعلومات المشتتة للانتباه في الارسال او قناة الرسالة او بيئة المتلقي هو فك الترميز | **( )** |
| **5** | الهدف من الإعلان هو الوصول الى اعداد محدودة من الأشخاص | **( )** |
| **6** | الاتصال الشخصي هو تدفق المعلومات في اتجاه واحد | **( )** |
| **7** | المنتجات مرتفعة السعر تحتاج الى البيع الشخصي | **( )** |
| **8** | التسويق شامل القنوات هو بيع المنتجات والخدمات للمستهلكين بطريقة متعددة الابعاد ويتطلب نهجاً تسويقياً متنوعاً | **( )** |
| **9** | عندما تسوق المنتجات من خلال التوزيع المكثف يعتمد المنتجون بشكل كلي على الإعلان وترويج المبيعات | **( )** |
| **10** | تعتبر الدعاية رسالة في شكل قصص إخبارية حول المؤسسة او منتجاتها وتنقل عبر وسيلة إعلامية مجاناً الى المؤسسة نفسها | **( )** |

**سؤال تحسين : (اختياري)**

**عددي عناصر المزيج الترويجي :**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**انتهت الأسئلة وفقك الله ،،، معلمة المادة/ سماهر الحويطي**