

السنة الجامعية: 2022-2023

المستوى: السنة ثالثة

التخصص: تسويق

المدة: 1سا و30 د

جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي-

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

 قسم العلوم التجارية

**الإجابة النموذجية لامتحان الدورة العادية في مقياس الاتصال**

**السؤال الأول: الإجابة عن الأسئلة المطروحة (05 نقاط)**

1. هل يمكن التأثير على الزبائن ذوو الاتجاه السلبي، مع تعليل إجابتك؟  **3ن**

نعم، يمكن التأثير على الزبائن ذوو الاتجاه السلبي، وذلك بالتأثير على العقل اللاواعي، والذي بعمل على تخزبن المعلومات لفترة من الزمن، وهنا نستفيد منه في إثارة هذا النوع من الزبائن بعد أن نكون قد مررنا رسائلنا علبهم بمختلف وسائل الاتصال التسويقية، لفترة زمنية طويلة، مما يمكننا بعدها بتغيير إتجاههم من سلبي إلى إيجابي وحتى من محايد إلى إيجابي، مع ملاحظة أن الزبائن المحايدين التعامل معم والتأثير عليهم

1. كيف تؤثر العلاقات العامة الداخلية على العلاقات العامة الخارجية؟ **1ن**
2. التأثير العاطفي للإعلان من أهم الشروط لنجاح الإعلان، في نفس الوقت قد يعتبره البعض من الممارسات الغير أخلاقية في التسويق، وضح ذلك. **1ن**
3. تعتبر اللغة من أهم أساليب وأدوات الاتصال، سواء كانت ممكتوبة أو منطوقة، فهل هناك فرق بين المسموع والمنطوق؟ **1ن**

**السؤال الثاني: الإجابة بصحيح أو خطأ مع تصحيح الخطأ (تصحيح الخطأ ضروري) (06 نقاط)**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. الرسالة وفكرة الرسالة تعكسان مفهوما واحد في العملية الاتصالية.
 | خ |
| الرسالة هي المحتوى المعلوماتي المنقول للجمهور، في حين أن فكرة الرسالة فتعكس الاستراتيجية العامة للعملية الاتصالية، وتظهر من خلال المظهر العام للرسالة، من ألوان، رسوم وغيرها. |
| 1. العلم والمعرفة بالشيء(موضوع الرسالة) كاف لكي يكون المرسل ماهرا في الحديث والاقناع .
 | خ |
| لا يكفي العلم بالشيء لكي يكون المرسل ماهرا في الحديث والاقناع، فهناك شروط أخرى لا بد من توفرها: الإخلاص، الحماس والممارسة(التدريب) |
| 1. استخدام شخصية طبيب أسنان في إعلان تعكس خاصية جاذبية المصدر
 | خ |
| استخدام شخصية طبيب أسنان في إعلان تعكس خاصية المصداقية المصدر |
| 1. في حال المتلقي ذو الاتجاه السلبي يجب عرض نقاط الضعف للرسالة الاعلانية(السلبيات) لكي يستطيع اتخاذ القرار
 | خ |
| في حال المتلقي ذو الاتجاه السلبي، بجب تجنب التطرق لنقاط الضعف، لأن ذلك قد يؤكد لهم صحة موقفهم تجاه تلك الرسالة(المنتج/ المؤسسة) |
| 1. عند صياغة الرسالة لا بد من مراعاة ضرورة أن يكون لها تأثير على عقل المتلقي فقط
 | خ |
| عند صياغة الرسالة لا بد من مراعاة ضرورة أن يكون لها تأثير على عقل المتلقي وعواطفه |
| 1. هدف العلاقات العامة هو استمرار العلاقات بين المؤسسة وجمهورها لفترة قصيرة ورفع مبيعاتها
 | خ |
| هدف العلاقات العامة هو استمرار العلاقات بين المؤسسة وجمهورها لفترة طويلة وتحسين/دعم صورتها الذهنية |

**السؤال الثالث: اختيار الإجابة الصحيحة مما يلي: (10نقاط)**

1. **الاتصال الذي الجمعي هو:**
* اتصال بين مجموعة من الأفراد (2 فما فوق)
* اتصال بين محموعة من الأفراد (عد كبير جدا من الأفراد قد يصل إلى الملايين )
* الاجابتين السابقتين معا
1. **في أحد الاجتماعات الدورية، قدم العامل لمديره شكوى شرح فيها سوء معاملة مديره المباشر، هذا**
* نوع من الاتصال الصاعد.
* نوع من الاتصال الصاعد الرسمي.
* نوع من الاتصال الغير رسمي.
1. **من مهارة التحدث والاقناع:**
* الإخلاص.
* اللباقة.
* لا توجد إجابة
1. **القدرة على الفهم والاستيعاب، تعد من:**
* معيقات الاتصال.
* مهارات الاتصال.
* الاجابتين معا**.**
1. **تُكَثَّفُ حملات تنشيط المبيعات في حالة :**
* منتجات البقرة الحلوب
* منتجات الكلاب
* المنتجات النجوم
1. **الاستجابة الناتجة عن إعمال العقل بشكل مقصود فيما يستمع إليه الفرد هي:**
* سماع
* استماع
* انصات
1. **إعداد السناريو، من مراحل إعداد:**
* اعلانتلفزيوني**.**
* إعلان خارج الأبواب
* إعداد مجلة خاصة بالمؤسسة
1. **الإعلان وسيلة اتصالية يمكن أن تستخدم في:**
* العلاقات العامة.
* البيع الشخصي.
* الاجابتين معا
1. **بين الاتصال اللفظي وغير اللفظي مساحة مشتركة تتمثل في:**
* نظائر اللغة
* قواعد النحو والصرف.
* فقط نبرة الصوت
1. **خطورة التغطية، تعني:**
* خطورة تغطية الشخصية المستخدمة في الإعلان على المنتج
* خطورة تغطية لون في الإعلان على بقية الالوان
* الاجابتين معا

 **د/ حدة عمري**

**بالتوفيق**