

الإسم

اللقب

الفوج

الإمضاء

الإجابة النموذجية للدورة الاستدراكية في مقياس الاتصالات التسويقية المتكاملة (السداسي الأول)

مدة الاختبار: ساعة ونصف

السؤال الأول (3 ن) أذكر بدون شرح مكونات الاتصال

مكونات الاتصال هي: المرسل - الرسالة - بيئة الاتصال - الوسيلة (قناة الاتصال) - المستقبل - التغذية العكسية

السؤال الثاني (3 ن): قدم مثالاً عن الاتصال الشخصي ومثالاً عن الاتصال الجماهيري

المثال الذي يقدم في حالة الاتصال الشخصي هو "البيع الشخصي" في حين أن "الإعلان" هو المثال الذي يقدم في حالة الاتصال الجماهيري

السؤال الثالث (3 ن): أذكر تقنيات تنشيط المبيعات الموجهة للموزعين مع شرح موجز؟

- الخصم في الكمية: هو تخفيض مؤقت يمنح للوسطاء الذين يشترون كميات معينة من السلع، وتستخدم هذه التقنية كدافع مادي لترويج سلعة جديدة أو للتشجيع على شراء كميات كبيرة
- الكميات المجانية: حيث تقوم الشركة بتقديم كمية إضافية مجانية من سلعة معينة أو عدة سلع، إذا قام الوسيط بشراء كمية محددة.
- الخصم السعري: هو تقديم تخفيض لفترة مؤقتة وقد يكون كنسبة من سعر الشراء

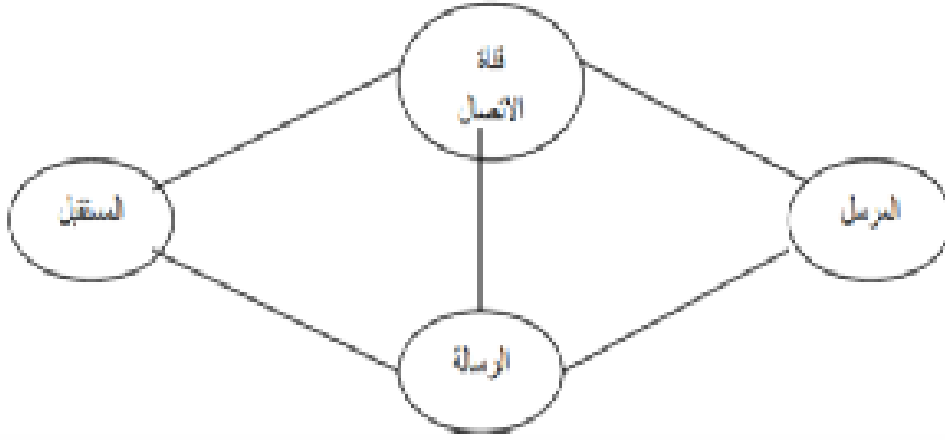
السؤال الرابع (3 ن): اشرح ما يلي حسب مكتسباتك من المقياس:

CPC : Cost per click

CPA : Cost per action

السؤال الخامس (4ن): قم برسم نموذج بورلو للاتصال

نموذج بورلو للاتصال



السؤال السادس (2.5 ن): ماهي الطرق التي يمكن للمؤسسة أن تتبعها المؤسسة في تحديد ميزانية الحملة الإعلانية

- نسبة من المبيعات (0.5ن)
- نسبة من الأرباح (0.5ن)
- تقليد المنافسين الرئيسيين (0.5ن)
- طريقة حسب الإمكانيات (0.5ن)
- طريقة الهدف والمهمة (0.5ن)

السؤال السابع (1.5ن): اشرح باختصار الإعلانات على محركات البحث

الإعلانات على محركات البحث هي تلك الإعلانات التي تعتمد على ظهور الموقع الإلكتروني للمعلن أعلى محرك البحث وتقوم على شراء الكلمات المفتاحية المناسبة التي يبحث بها المشترون المحتملون على محركات البحث.