

مستعينة بالله .. ابدني بحل الأسئلة التالية :

السؤال الأول :

ا- اختاري الإجابة الصحيحة من بين الإجابات التالية بعد قراءة الجملة بتمعن :

ما الدور الذي يؤديه الترميز في عملية الاتصال

أ- المعنى	ب - التسعير	ج - المنتج	د- التسويق
٢- من أدوار الترويج التالي ما عدى			
أ- مستهلكون	ب -الإعلام	ج - الإقناع	د - التذكير
٣- من أنواع الإعلان التنافسي			
أ- الإعلان التعزيزي	ب- الإعلان الاحتكاري	ج - الإعلان المحلي	د- الإعلان الاستهلاكي
٤- العميل المحتمل هو			
أ- البائع	ب- المهتم بالشراء	ج - موظف الشركة	د- المنافسين
٥- من فوائد التسويق الرقمي			
أ - العوائق المكانية	ب - العوائق الزمانية	ج - الوصول الى أسواق جديدة	د- التكلفة العالية

ب - وضحى كلا من

سمات الوسائط الرقمية عبر الإنترنت التي تستفيد منها الشركات في التسويق الرقمي ؟

إمكانية العنونة	التفاعل	الوصول	الاتصال	التحكم
-----------------	---------	--------	---------	--------

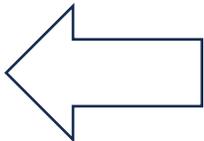
الاعتبارات الواجب اتباعها عندما تبدأ الشركة في البيع منتجاتها عبر الإنترنت ؟

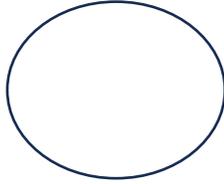
اعتبارات التسعير	اعتبارات المنتج	اعتبارات المكان	اعتبارات الترويج
------------------	-----------------	-----------------	------------------

السؤال الثاني :

أقرني الجمل أمامك وقومي بوضع علامة صح امام العبارة الصحيحة وعبارة خطأ امام العبارة الخاطئة :

الاشارة	العبارات
صح	1-يركز الإعلان الرائد على تحفيز الطلب على فئة منتج (بدلاً من علامة تجارية معينة) بإخبار المستهلكين المحتملين عن مزايا المنتج واستخداماته ومنافعه
صح	٢- رعاية الفعاليات وسفراء العلامة التجارية مت أدوات العلاقات العامة
صح	٣- مؤشرات الأداء الرئيسة :هي مقاييس قابلة للقياس الكمي تستخدمها الشركات والمؤسسات لتقييم نجاحها.
صح	٤- الهدف من العلاقات العامة هو تحسين الصورة الشاملة للمؤسسة أو الشخص أو المكان
صح	٥- الهدف من اختيار وسيلة إعلامية هو الوصول إلى معظم الناس في السوق المستهدفة بأقل قدر من المال
خطا	٦- ليس من المهم تكامل المزيج الترويجي مع بعضه البعض
خطا	٧-الاتصال الجماهيري هو تدفق المعلومات في اتجاهين مختلفين
خطا	٨- لا يمكن أن تساعد الاساليب الترويجية في تقليل التقلبات في الطلب على منتج أو خدمة
خطا	٩- أثناء العرض التقديمي للعميل المحتمل، لا يجب على موظف المبيعات التحدث إلى العميل المحتمل وكذلك الإنصات له
خطا	١٠ الاتصال الجماهيري يسمح بالوصول إلى شخص واحد بينما يهدف الاتصال الشخصي إلى الوصول إلى نطاق عريض من الجمهور



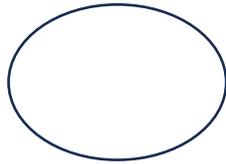


السؤال الثالث :

ا- طابقي المصطلحات الواردة أدناه بالتعريفات المناسبة :

المصطلح	الرقم	التعريف
١ الحملة الإعلانية	2	نوع من أنواع التسويق يساعد الشركات في الربط بين شراء المنتجات وعمل الشركة الخيري، أو التبرعات لسبب واحد أو أكثر
٢ التسويق المرتبط بقضية	1	سلسلة من الإعلانات المرتبطة ببعضها البعض والتي تتميز بنفس الشكل والمظهر والموضوع وتتمحور حول منتج أو خدمة أو علامة تجارية محددة.
٣ الدفع مقابل النقر	5	نوع من البيع يتضمن بناء علاقات متبادلة ومفيدة على المدى الطويل مع العملاء من خلال التواصل المنتظم معهم على مدى فترات طويلة من الوقت.
٤ التسويق بالمؤثرين	3	في التسويق الإعلاني، حيث تضع الشركة إعلانًا على موقع إلكتروني وتدفع مبلغًا ماليًا معينًا لمستضيف الموقع عندما يضغط المستخدم على الإعلان.
٥ البيع بالعلاقات	4	تشمل أشخاصًا مشهورين ينشئون محتوى عبر الإنترنت وفيه يستخدمون أو يعرضون أو يتحدثون عن منتجات أو خدمات.

ب- عددي عناصر المزيج الترويجي



١- الاعلان

٢- البيع الشخصي

٣- العلاقات العامة

٤- ترويج المبيعات--

عددي اثنين من منافع التسويق الرقمي ؟

١- الوصول الى أسواق جديدة

٢- التعرف على ما يستهلكه المستهلك في الحياة-

انتهت الأسئلة مع تمنياتي لكن بالتوفيق والنجاح

/ تركية المالكي

