

المملكة العربية السعودية

وزراة التعليم

MINISTRY OF EDUCATION



لكل المهتمين و المهتمات
بدرس و مراجع الجامعية

هام

مدونة المناهج السعودية eduschool40.blog



<p>خطابات العمل بالجمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المسؤول فقط.</p> <p>من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق.</p> <p>انتهاءك السريعة هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات ينکية للعميل واستخدامها.</p> <p>لتقويم الإعلانات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي.</p> <p>مارس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل.</p> <p>من أنس تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحظى اللغوي وعدم التركيز على تفاصيل المساحة الإعلانية.</p> <p>مارس العلاقات العامة لا بد أن يحذر من أي رسالة اتصالية توادي أو تحقر الشخصيات العامة أو المنظمات.</p> <p>الكتابة للعلاقات العامة تتحسن بارتفاع معدل قراءة الممارس للعلاقات العامة.</p> <p>هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة.</p> <p>إشارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد ومميز.</p> <p>المسوح الإحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وتستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة.</p>	<p>القصص الخبرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تفاصيل إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل.</p> <p>اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف.</p> <p>الاستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة.</p> <p>أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي تم تبادلها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين.</p> <p>من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر: المسوح الإحصائية لرصد وتقدير كل ما يتعلق بمالك (مالك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية.</p> <p>الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في الطرح.</p> <p>من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقعة والتي تركز في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.</p> <p>رؤيا المنظمة أو الشركة من الضروري أن تشتمل على القيم والمبادئ التي تسترشد بها في قراراتها.</p> <p>تتعدد التوابع الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تشتهر في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير والخبرة القائمة على التدريب والممارسة.</p> <p>مقدمة التوجيه المباشر تهدف إلى حد القراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة.</p> <p>العنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دائمًا في البداية قبل البدء في تحرير وكتابة المقالة أو الإعلان.</p> <p>من أساليب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة والغامضة.</p> <p>خلال عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للرسالة الاتصالية مثل التأثير على إتجاهات وموافق الجمهور.</p>
	٢٧
	٢٨
	٢٩
	٣٠
	٣١
	٣٢
	٣٣
	٣٤
	٣٥
	٣٦
	٣٧
	٣٨
	٣٩

مع أمنياتنا لكم بال توفيق والنجاح ،،،



٤٦ خطابات العمل بالمحجول تستخدم صيغة المخاطب الغربي من رئيس العمل إلى المسؤول فقط.	٢٧ القصص الخبرية News story تذكر على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تعطيلية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل.
٤٧ من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بذن مسبق.	٢٨ اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف.
٤٨ النهج السريعة هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات ينكره للتعجيل واستخدامها.	٢٩ الاستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة.
٤٩ لتقويم الإعلانات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي.	٣٠ أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تداولها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين.
٤٥ ممارس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة حقوق التأليف بسبب التطور الرقمي الهائل.	٣١ من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر: المسرح الإحصائية لرصد وتقدير كل ما يتعلق بمالك (ملك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية.
٤٦ ممارس العلاقات العامة لا بد أن يحذر من أي رسالة اتصالية توكي أو تحقر الشخصيات العامة أو المنظمات.	٣٢ الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في الطرح.
٤٧ الكتابية للعلاقات العامة تحسن بارتفاع معدل قراءة الممارس للعلاقات العامة.	٣٣ من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقعة والتي تركز في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.
٤٨ هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة.	٣٤ رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تتشكل على القيم والمبادئ التي تسترشد بها في قراراتها.
٤٩ إثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد ومميز.	٣٥ تتعدد الفواليق الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تترك في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير والخبرة القائمة على التدريب والمارسة.
٥٠ الرسوخ الإحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وستستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة.	٣٦ مقاييس التوجيه المباشر تهدف إلى حد الفراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة.
٣٧ العنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دائماً في البداية قبل البدء في تحرير وكتابة المقالة أو الإعلان.	٣٨ من أسباب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة والغامضة.
٣٩ خلال عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للرسالة الاتصالية مثل التأثير على إتجاهات وموافق الجمهور.	٤٠ نحو ٢ من ٢

في كتابة البيانات الخبرية Press Releases يتم استخدام طريقة الهرم المقوس لكتابه المقدمة الرئيسية في بداية البيان الخبري.	١٣
خلال التخطيط لعملية الكتابة في عمل العلاقات العامة يتم دراسة البيانات التبموغرافية الخاصة بالقائمه المستهدفة وتعرف هذه العملية بتحليل إتجاهات الجمهور. ✕	١٤
هناك ثلاثة أهداف رئيسية لاستخدام المعلومات هف معلوماتي ، هدف ثانوي (اعاطي) هدف تعريفي. ✕	١٥
يتم استخدام القصص الخبرية من أجل التأثير على ساهمي الشركات الساهمة. ✕	١٦
من خطوات الكتابة الفعلية ، اختيار استراتيجية، ومنها استراتيجية تستخدم العاطفة والمعلومات من البيئة المستهدفة ورسم استراتيجية البراهين. ✕	١٧
البيانات الصحفية هي واحدة من أساليب العلاقات العامة للتعامل مع الأزمات . ✕	١٨
من أهداف القيام بعملية التقييم والمراقبة في الكتابة للعلاقات العامة هو رفع الإنتاج الفعال ورفع كفاءة الإتفاق والتخطيط ✕	١٩
نظرياً يتم تقديم الرسالة الاتصالية ، خلال عملية الاتصال فقط ✕	٢٠
من متطلبات الكتابة الأساسية توفر الوحدة، الترابط والقدرة في الرسالة الاتصالية المكتوبة. ✕	٢١
استراتيجية الحجج والبراهين Argument strategy تستخدم في الرسائل الاتصالية التي تناولت عقل الجمهور المهم أساساً بالموضوع. ✕	٢٢
في كتابة القصص الخبرية ليس من الضرورة إعطاء الترتيب الزمني حيز من الاهتمام. ✕	٢٣
البورت الأولية في عملية التخطيط للكتابة هي التي تقوم بها جهات خارجية متعددة. ✕	٢٤
الإمام والفهم العميق والتخصص المهني ليس من ضروريات نجاح القصص الخبرية. ✕	٢٥
من أهداف كتابة الرسائل الاتصالية في العلاقات العامة الإقناع. ✕	٢٦

نحو وجوج (د)

أجب عن الأسئلة التالية في المسودة المحدد للإجابة بصواب أو خطأ
عدد الأسئلة: **خمسون سؤالاً**

١	من وظائف العناوين تخفيض النص القاري.
٢	الأسلوب المهني Professional style يستخدم القارئ ومحاضر الجلسات والاجتماعات ومتكررات العمل ويتغير بالصفة الرسمية والقانونية. ✕
٣	تعطي الشركات العلاقة الدولية العامل القافي حيز في عملية التخطيط لمضمون رسالة العلاقات العامة ويسمى بالأسلوب الوعي بالتنوع الثقافي Cultural Diversity style
٤	mission statement من أسلوب فشل كتابة رسالة المنظمة عدم الصدق في الأعمال واستخدام لغة كتابة عامضة
٥	المطويات الإلكترونية E-brochures (التفاعلية) ترمز لإستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقديم عمل المطويات بكفاءة أعلى وتكلفة أقل. ✕
٦	تعد خطابات العمل التقليدية أحد أبرز أدوات العلاقات العامة القديمة لنقل الأخبار الدورية للعملاء. ✕
٧	من مزايا البيانات الخبرية Press Release السرعة والفعالية في إيصال الرسالة وأداء المهمة وإنخفاض التكلفة.
٨	من أهداف البيان الخبري في العلاقات العامة بناء رأي عام إيجابي وكسب ثقة عماله المنظمة.
٩	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم المحتوى. ✕
١٠	مقدمة القليلة تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء. ✕
١١	الكتابه للعلاقات العامة ترمز للمهارات التحريرية اللازمة لمهارات العلاقات العامة لإعداد الرسالة الاتصالية ونقلها عن طريق أحد وسائل الاتصال المتعددة ومنها الاتصال الشخصي بهدف تزويد الجمهور بالحقائق، أو التأثير في الجمهور أو بناء صورة ذهنية جديدة. ✕
١٢	تطور وسائل الاتصال العكس يسلب على عمل العلاقات العامة. ✕

٤٠	خطابات العمل بالجمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المسؤول فقط. ✗	٢٧	القصص الخبرية News story تذكر على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم نقطية إعلامية لها في غالب واحد وظهور واحد شامل. ✓
٤١	من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق. ✓	٢٨	الختارات والوسائل الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف. ✗
٤٢	الاتصال السريعة هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات بذكاء للعميل واستخدامها. ✓	٢٩	الاستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة. ✗
٤٣	لتقويم الإ斛الات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي. ✗	٣٠	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تداولها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين. ✓
٤٤	مماريس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة حقوق التكرير بسبب التطور الرقمي الهائل. ✗	٣١	من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر: السوق الاحصائية لرصد وتقدير كل ما يتعلق بذلك (ملاك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية. ✗
٤٥	من أنس تصميم الإعلان المطبع الاهتمام بالمحظى اللغوي وعدم التركيز على تفاصيل المساحة الإعلانية. ✗	٣٢	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم الدوافع في الطرح. ✗
٤٦	مماريس العلاقات العامة لا بد أن يحضر من أي رسالة اتصالية توقي أو تحظر الشخصيات العامة أو المنظمات. ✓	٣٣	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقعية والتي تذكر في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح. ✗
٤٧	الكتابة للعلاقات العامة تتحسن بارتفاع معدل قراءة الممارس للعلاقات العامة. ✓	٣٤	رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تتبلل على القيم والمبادئ التي تسترشد بها في قراراتها. ✓
٤٨	هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة. ✗	٣٥	تتعدد القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تتشترك في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، التعلم والتفكير والخبرة الفائمة على التدريب والمارسة. ✗
٤٩	إثارة انتباه الجمهور شئـاً من بـدـءـ الرـسـالـةـ بشـيـءـ جـدـيدـ ومـمـيـزـ. ✓	٣٦	مقاييس التوجيه العدائي تهدف إلى حد الفراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة. ✓
٥٠	السوق الاحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وتشتمل على تقدير ورصد كل ما يتعلق بالرسالة. ✗	٣٧	العنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دائمـاـ في الـبداـيـةـ قبلـ الـبـدـءـ فيـ تـحـرـيرـ وـكـاتـبـةـ المـقـاـلـةـ أوـ الإـعـلـانـ. ✗
مع أطيبت لكم بالوفيق والنجاح ،،،		٣٨	من أساليب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة والغامضة. ✗
٣٣		٣٩	خلال عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للرسالة الاتصالية مثل التأثير على إتجاهات وموافق الجمهور.
١٧		١٧	
١٧		١٧	

نسخة ملئنة للدورير ٤٤ كتبة الاتصال والاعلام ٢٠١٣ الاخير - مراجعة دعفه - المدة الاخير الاهلي ٢٠١٣ الدالة في العادات البدائية - سبتمبر - العمل النسبي الاول - ١٤٤ - مراجعة ١	COM473
الأستاذ من الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواردة	٦٩
قرأت الكتابة الصناعية.	✓
أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يدار فيها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين	٧٠
الكتابة للعلاقات العامة ترمز للمهارات التجريبية اللازمة ل寨ارس العلاقات العامة لإحداث الرسالة الاتصالية ونقلها عن طريق أحد وسائل الاتصال المتعددة ومنها الاتصال الشخصي بهدف تزويد الجمهور بال دقائق، أو التأثير في الجمهور أو بناء صورة ايجابية جديدة.	٧١
الرسائل ذات الهدف الاعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في المظروف.	٧٢
من تعداد الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقرة والتي تذكر في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.	٧٣
رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تتشتم على القيم والمبادئ التي تسترشد بها في فرارتها.	٧٤
من أساليب فشل كتابة رسالة المنظمة mission statement عدم الصدق في الأفعال واستخدام لغة كتابة عامة.	٧٥
مقنعة للتوجيه المباشر تهدف إلى حدث القراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة.	٧٦
العنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دللتا في البداية قبل بدء في تحرير وكتابه المقالة أو الإعلان.	٧٧
من أساليب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الصناعية والماءضة.	٧٨
خلال عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للرسالة الاتصالية مثل التأثير على إتجاهات وموافق الجمهور.	٧٩
خطابات العمل بالجمل استخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المسؤول فقط.	٨٠
من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق.	٨١

1358

أحد من الأئمة الشافعية في المسند وله عدد ملخصات بخطوات أو خطوات
عدد الأئمة ملخصات ملخصات

الصياغة		الهدف من الأسئلة السابقة في المسودة المقدمة للإجابة بسواء أو خطأ
١	مسار العلاقات العامة لا يدين بغيره من أي رسائل	مسار العلاقات العامة لا يدين بغيره من أي رسائل
٢	الرسالة تزكي أو تذكر الشخصيات العامة أو المنظمات.	الرسالة تزكي أو تذكر الشخصيات العامة أو المنظمات.
٣	الرسوخ الإحصائية أقل الأسلوب الباحثية لكنها وسيلة	الرسوخ الإحصائية أقل الأسلوب الباحثية لكنها وسيلة
٤	للمؤتمر وردد كل ما يدخل بالرسالة.	للمؤتمر وردد كل ما يدخل بالرسالة.
٥	هذا ثلاثة أهداف رئيسية لاستخدام المعلومات: هدف	هذا ثلاثة أهداف رئيسية لاستخدام المعلومات: هدف
٦	معلمي، هدف تأثيري (عائلي)، هدف تعريفي.	معلمي، هدف تأثيري (عائلي)، هدف تعريفي.
٧	تعدد الوسائل الفنية لكتابية العلاقات العامة ولكنها تتشترك في	تعدد الوسائل الفنية لكتابية العلاقات العامة ولكنها تتشترك في
٨	ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير و	ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير و
٩	الخبرة القائمة على التدريب والمارسة.	الخبرة القائمة على التدريب والمارسة.
١٠	E-brochures لاستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقديم عمل المعلومات	E-brochures لاستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقديم المعلومات
١١	بكفاءة أعلى وتكلفتها أقل.	بكفاءة أعلى وتكلفتها أقل.
١٢	عد خطوات العمل المتقدمة أحد أبرز أدوات العلاقات العامة	عد خطوات العمل المتقدمة أحد أبرز أدوات العلاقات العامة
١٣	كتبة للأبحاث الدورية للمعلم.	كتبة للأبحاث الدورية للمعلم.
١٤	عن مزايا البيانات الخبرية Press Release المزمعة	عن مزايا البيانات الخبرية Press Release المزمعة
١٥	والفعالية في إيصال الرسالة وأداء المهمة والخواص التكملة.	والفعالية في إيصال الرسالة وأداء المهمة والخواص التكملة.
١٦	لتحفيز الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص	لتحفيز الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص
١٧	الم الجمهور المستهدف.	المجموع المستهدف.
١٨	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم
١٩	ال قالق.	ال قالق.
٢٠	نقطة تقنية متقدمة تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو	نقطة تقنية متقدمة تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو
٢١	عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء.	عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء.
٢٢	من تأثيرات تقويم الرسالة بعد النشر: المسح الإحصائية	من تأثيرات تقويم الرسالة بعد النشر: المسح الإحصائية
٢٣	لرصد وتقدير كل ما يحصل بذلك (ملوك) المنظمة المصدرة	لرصد وتقدير كل ما يحصل بذلك (ملوك) المنظمة المصدرة
٢٤	لرسالة الاتصالية.	لرسالة الاتصالية.
٢٥	ظهور وسائل الاتصال العكس بالسلب على عمل العلاقات	ظهور وسائل الاتصال العكس بالسلب على عمل العلاقات
٢٦	العامة.	العامة.
٢٧	في كتابة البيانات الخبرية Press Releases يتم استخدام طرقية الهرم المقلوب لكتابية المقدمة الرئيسية في بداية البيان	في كتابة البيانات الخبرية Press Releases يتم استخدام طرقية الهرم المقلوب لكتابية المقدمة الرئيسية في بداية البيان
٢٨	الغري.	الغري.



١٢	في كتابة البيانات الخبرية Press Releases يتم استخدام طريقة الهرم المقلوب لكتابية المقدمة الرئيسية في بداية البيان الخبري.
١٤	خلال التخطيط لعملية الكتابة في عمل العلاقات العامة يتم دراسة البيانات الديموغرافية الخاصة بالقائمة المستهدفة وتعرف هذه العملية بتحليل اتجاهات الجمهور.
١٥	هناك ثلاثة أهداف رئيسية لاستخدام المعلومات هدف معلوماتي هدف تأثيري (عاطفي) هدف تعريفي.
١٦	يتم استخدام القصص الخبرية من أجل التأثير على مساهمين الشركات المساعدة.
١٧	من خطوات الكتابة الفعلية ، اختيار استراتيجية، ومنها استراتيجية تستخدم العاطفة والمعلومات من البيئة المستهدفة وتسمى استراتيجية البراهين.
١٨	البيانات الصحافية هي واحدة من أساليب العلاقات العامة لتعامل مع الأزمات.
٢٠	من أهداف القيام بعملية التقييم والمراقبة في الكتابة للعلاقات العامة هو رفع الإنتاج الفعال ورفع كفاءة الإنفاق والتخطيط نظرياً يتم تقييم الرسالة الاتصالية ، خلال عملية الاتصال فقط.
٢١	من متطلبات الكتابة الأساسية توفر الوحدة، الترابط والقوة في الرسالة الاتصالية المكتوبة.
٢٢	استراتيجية الحجج والبراهين Argument strategy تستخدم في الرسائل الاتصالية التي تخاطب عقل الجمهور المهم أساساً بالموضوع.
٢٣	في كتابة القصص الخبرية ليس من الضرورة إعطاء الترتيب الزمني حيث من الاهتمام.
٢٤	البحوث الأولية في عملية التخطيط لكتابية هي التي تقوم بها جهات خارجية متعددة.
٢٥	الإمام والفهم العميق والتخصص المهني ليس من ضروريات نجاح القصص الخبرية.
٢٦	من أهداف كتابة الرسائل الاتصالية في العلاقات العامة الإقناع.

١	صودوج من الكسلة الناتجة في التمودع للحمد للجلبة يصعب لو مخاطب ذلك الكسلة - مخصوص بذلك
٢	الأسلوب المهني Professional Style يستخدم التقارير ومحاضر الجلسات والاجتماعات ومتكررات العمل ويتميز بالصفة الرسمية والقانونية.
٣	تعطي الشركات الصلاحة الدولية العامل الثقافي حيث في عملية التخطيط لمضمون رسالة العلاقات العامة وبسمى أسلوب الوعي بالتنوع الثقافي Cultural Diversity style .
٤	من أساليب قليل كتابة رسالة المنظمة mission statement عدم الصدق في الأفعال واستخدام لغة كتابة غامضة.
٥	المعطيات الإلكترونية E-brochures (التفاعلية) ترمز لإستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقديم عمل المعلومات بكفاءة أعلى وتكلفة أقل.
٦	تعد خطابات العمل التقليدية أحد أبرز أدوات العلاقات العامة الفنية لنقل الأخبار الدورية للعملاء.
٧	من مزايا البيانات الخبرية Press Release السرعة والفعالية في إيصال الرسالة وأداء المهمة وإنخفاض التكلفة.
٨	من أهداف البيان الخبري في العلاقات العامة بناء رأي عام إيجابي وكسب ثقة علامة المنظمة.
٩	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم الحقائق.
١٠	مقدمة القبلة تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء.
١١	الكتابة للعلاقات العامة هي ترمز للمهارات التحريرية اللازمة لمعارض العلاقات العامة لإعداد الرسالة الاتصالية ونقلها عن طريق أحد وسائل الاتصال المتعددة ومنها الاتصال الشخصي بهدف تزويد الجمهور بالحقائق، أو التأثير في الجمهور أو بناء صورة ذهنية جديدة.
١٢	تطور وسائل الاتصال انعكس بالسلب على عمل العلاقات العامة.



٤١	من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بذنب مسبق.	القصص الخبرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تفاصيل إعلامية لها في قلب واحد وظهور واحد شامل.	٢٧
٤٢	انتهاءك التسويه هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات بنكية للمعميل واستخدامها.	اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف.	٢٨
٤٣	لتقويم الإعلانات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي.	الاستغناء عن الكلمات الزائدة والألقاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة.	٢٩
٤٤	ممارisen العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل.	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تبادلها بين متخصصين يملكون في مجال مهني واحد مثل المهنيين.	٣٠
٤٥	من أسس تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحظى اللغوي وعدم التركيز على تقسيمات المساحة الإعلانية.	من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر المسوح الإحصائية لرصد وتنقييم كل ما ينطوي بعده (ملاك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية.	٣١
٤٦	ممارisen العلاقات العامة لإبد أن يحضر من أي رسالة اتصالية تؤذني أو تحترق الشخصيات العامة أو المنظمات.	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المعبالغة في الطرح.	٣٢
٤٧	الكتابه للعلاقات العامة تتحسن بإرتفاع معدل قراءة الممارس للعلاقات العامة.	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقبة والتي تترك في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.	٣٣
٤٨	هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة.	رؤيه المنظمة أو الشركة من الضوري أن تشتمل على القيم والميادين التي تسترشد بها في قراراتها.	٣٤
٤٩	إثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد ومميز.	تعدد القواليب الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تشتراك في ضرورة القراءة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير و الخبرة القائمة على التدريب والمارمارمة.	٣٥
٥٠	المسوح الإحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وتستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة.	مقدمة التوجيه المبادر تهدف إلى حد القراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة.	٣٦
٣٧	العنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دائمًا في البداية قبل البدء في تحرير وكتابة المقالة أو الإعلان.	العنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دائمًا في البداية قبل البدء في تحرير وكتابة المقالة أو الإعلان.	٣٧
٣٨	من أسباب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة والغامضة.	خلال عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للرسالة الاتصالية مثل التأثير على إتجاهات ومواقف الجمهور.	٣٩
٤٠	خطابات العمل بالجمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المسؤول فقط.		

مودج

نحوذج (١)	
١٤	خلال التخطيط لعملية الكتابة في حل العلاقات العامة يتم دراسة البيانات الديموغرافية الخاصة بالفئة المستهدفة وتعريف هذه العملية بتحليل إتجاهات الجمهور.
١٥	تعطي الشركات العلاقة الدولية العامل الثقافي حيث في عملية التخطيط لمضمون رسالة العلاقات العامة ويسمى بأسلوب الوعي بالتنوع الثقافي style . Cultural Diversity
١٦	يتم استخدام الفحص الخبرية من أجل التأثير على مساعي الشركات المساهمة.
١٧	من خطوات الكتابة الفعلية ، اختيار استراتيجية، ومنها استراتيجية تستخدم العاطفة والمعلومات من البيئة المستهدفة وتسمى استراتيجية البراهين.
١٨	زيارة انتهاء الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد ومميز.
١٩	من أهداف القيام بعملية التقييم والمراقبة في الكتابة للعلاقات العامة هو رفع الإنتاج الفعال ورفع كفاءة الانفاق والتخطيط نظرياً يتم تقييم الرسالة الاتصالية ، خلال عملية الاتصال فقط.
٢٠	من مهارات الكتابة الأساسية توفر الوحدة، الترابط والقوة في الرسالة الاتصالية المكتوبة.
٢١	استراتيجية الحجج والبراهين Argument strategy تستخدم في الرسائل الافتتاحية التي تناطح عقل الجمهور المهم أساساً بالموضوع.
٢٢	هذاك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتعين قوائم المراجعة.
٢٣	البحوث الأولية في عملية التخطيط للكتابة هي التي تقوم بها جهات خارجية متعددة.
٢٤	الإدراك والفهم العميق والتخصص المهني ليس من ضروريات نجاح الفحص الخبرية.
٢٥	من أهداف كتابة الرسائل الاتصالية في العلاقات العامة الإقناع .
٢٦	الفحص الخبرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تغطية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل.
٢٧	من أهداف البيان الخبري في العلاقات العامة بناء رأي عام إيجابي وكسب ثقة صلاة المنظمة.
٢٨	مارس العلاقات العامة لا بد أن يحضر من أي رسالة تالية ترتدي أو تحضر الشخصيات العامة أو المنظمات .
٢	الرسوخ الإحصائية أقل الأساليب البحثيةتكلفة وستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة.
٣	هناك ثلاثة أهداف رئيسة لإستخدام المعلومات: هدف معلوماتي هدف تثقيفي (عاطفي) هدف تعريفي.
٤	تتعدد القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تتنترك في صرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير والخبرة القائمة على التدريب والعمارة .
٥	المطبوعات الالكترونية E-brochures (الفاصلية) ترمز لاستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقديم عمل المعلومات بكفاءة أعلى وبتكلفة أقل.
٦	بعد خطوات العمل التقنية أحد أبرز أدوات العلاقات العامة الصعبة لنقل الأخبار الدورية للعملاء.
٧	من مزايا البيانات الخبرية Press Release المررعة والعuelle في إيصال الرسالة وأداء مهمتها وإنفاذها التكلفة.
٨	الخطاب والرسالة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف.
٩	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم المحتوى.
١٠	مقمة التقنية مستخدمة عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء.
١١	من أساليب تقييم الرسالة بعد النشر: الرسوخ الإحصائية لرصد وتقدير كل ما يتعلق بمالك (مالك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية.
١٢	تطور وسائل الاتصال العنك بالسلب على عمل العلاقات العامة.
١٣	في كتابة البيانات الخبرية Press Releases يتم استخدام طريقة الهرم المقلوب لكتابه المقمة الرئيسية في بداية البيان الخبري.



٤٢	لنهاد البرية هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات ينكرها للعميل واستخدامها.	<input checked="" type="checkbox"/>	الأستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة.	٢٩
٤٣	لتقدير الإعلانات تستخدم البحث الموضوحي لمعرفة وقياس بعد المعرفي.	<input checked="" type="checkbox"/>	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الوسائل التي يتم تداولها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين.	٣٠
٤٤	ممارس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل.	<input checked="" type="checkbox"/>	الكتابية للعلاقات العامة ترمي للمهارات التحريرية اللازمة لممارس العلاقات العامة لإعداد الرسالة الاتصالية ونقلها عن طريق أحد وسائل الاتصال المتعددة ومنها الاتصال الشخصي بهدف ترويد الجمهور بالحقائق، أو التأثير في الجمهور أو بناء صورة ذهنية جديدة.	٣١
٤٥	من أحسن تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحظى الغربي وعدم التركيز على تقييمات المساحة الاعلامية.	<input checked="" type="checkbox"/>	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم العبرة في الطرح.	٣٢
٤٦	من وظائف العناوين تحديد النص للقارئ.	<input checked="" type="checkbox"/>	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقعة والتي تركز في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.	٣٣
٤٧	الكتابية للعلاقات العامة تحسن بارتفاع معدل قراءة الممارسين للعلاقات العامة.	<input checked="" type="checkbox"/>	رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تتضمن على القيم والمبادئ التي تسترشد بها في قراراتها.	٣٤
٤٨	في كتابة القصص الخبرية ليس من الضروري إعطاء الترتيب الزمني حيز من الاهتمام.	<input checked="" type="checkbox"/>	من أساليب فشل كتابة رسالة المنظمة mission statement عدم الصدق في الأفعال واستخدام لغة كتابة خامضة.	٣٥
٤٩	بيانات الصحفية هي واحدة من أساليب العلاقات العامة للتعامل مع الأزمات.	<input checked="" type="checkbox"/>	مقمة التوجيه المباشر تهدف إلى حد القراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة.	٣٦
٥٠	الأسلوب المهني Professional style يستخدم التقارير ومحاضر الجلسات والاجتماعات ومتذكرة العمل وينتشر بالصفة الرسمية والقانونية.	<input checked="" type="checkbox"/>	العنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دائمًا في البداية قبل البدء في تحرير وكتابة المقالة أو الإعلان.	٣٧
٥١	مع أمنياتنا لكم بالتفوق والنجاح ...	<input checked="" type="checkbox"/>	من أساليب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة والخامضة.	٣٨
٥٢		<input checked="" type="checkbox"/>	خلال عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للرسالة الاتصالية مثل التأثير على إتجاهات وموافق الجمهور.	٣٩
٥٣		<input checked="" type="checkbox"/>	خطابات العمل بالجمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المرؤوس فقط.	٤٠
٥٤		<input checked="" type="checkbox"/>	من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق.	٤١



نمسودج (١)

أجب عن الأسئلة التالية في النموذج المحدد للإجابة بصواب أو خطأ
 (عدد الأسئلة: خمسون سؤال)

١٤	خلال التخطيط لعملية الكتابة في عمل العلاقات العامة يتم دراسة البيانات الديموغرافية الخاصة بالفئة المستهدفة وتعزز هذه العملية بتحليل إتجاهات الجمهور.
١٥	تعطي الشركات العلاقة الدولية العامل الثقافي حيث في عملية التخطيط لضمون رسالة العلاقات العامة ويسعى بأسلوب الوعي بالتوجه الثقافي Cultural Diversity style يتم استخدام القصص الخبرية من أجل التأثير على مسامعي الشركات المساهمة.
١٦	من خطوات الكتابة الفعلية ، اختيار استراتيجية، ومنها استراتيجية تستخدم العاطفة والمعلومات من البيئة المستهدفة وتسمى إستراتيجية البراهين.
١٧	إثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد وممتع.
١٨	من أهداف القيام بعملية التقييم والمراقبة في الكتابة للعلاقات العامة هو رفع الإنتاج الفعال ورفع كفاءة الإنفاق والتخطيط.
١٩	نظرياً يتم تقييم الرسالة الاتصالية ، خلال عملية الاتصال فقط.
٢٠	من متطلبات الكتابة الأساسية توفر الوحدة، الترابط والقوة في الرسالة الاتصالية المكتوبة.
٢١	استراتيجية الحجج والبراهين Argument strategy تستخدم في الرسائل الاتصالية التي تخاطب عقل الجمهور المهتم أساساً بالموضوع.
٢٢	هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة.
٢٣	البحوث الأولية في عملية التخطيط للكتابة هي التي تقوم بها جهات خارجية متعددة.
٢٤	الإمام والقيم العميق والشخص المهنئ ليس من ضروريات نجاح الشخص الخبرية.
٢٥	من أهداف كتابة الرسائل الاتصالية في العلاقات العامة الإقناع.
٢٦	القصص الخبرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تغطية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل.
٢٧	من أهداف البيان الخبري في العلاقات العامة بناء رأي عام إيجابي وكتب ثقة عملاء المنظمة.

١	ممارس العلاقات العامة لا بد أن يحضر من أي رسالة اتصالية تؤدي أو تتحقق الشخصيات العامة أو المنظمات.
٢	المسح الإحصائي أقل الأساليب البحثية تكلفة ومستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة.
٣	هناك ثلاثة أهداف رئيسية لاستخدام المعلومات: هدف معلوماتي هدف تأثيري (عاطفي) هدف تعريفي.
٤	تتعدد القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تتشترك في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير والخبرة القائمة على التدريب والممارسة.
٥	المطبوعات الالكترونية E-brochures (ال tactuelle) ترمز لاستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقديم عمل المطبوعات بكفاءة أعلى وتكلفتها أقل.
٦	تعد خطابات العمل التقليدية أحد أبرز أدوات العلاقات العامة الفنية لنقل الأخبار الدورية للعملاء.
٧	من مزايا البيانات الخبرية Press Release السرعة والفعالية في إيصال الرسالة وأداء المهمة وإنخفاض التكلفة.
٨	اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف.
٩	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم الحقائق.
١٠	مقدمة القبيلة تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات متعددة للنقاش عند القراء.
١١	من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر: المسح الإحصائي لرصد وتقدير كل ما يتعلق بمالك (ملك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية.
١٢	تطور وسائل الاتصال انعكس بالسلب على عمل العلاقات العامة.
١٣	في كتابة البيانات الخبرية Press Releases يتم استخدام طريقة الهرم المقلوب لكتابية المقدمة الرئيسية في بداية البيان الخبري.



٤٢	انهak المعرفة هو تدعي ممارس العلاقات العامة على معلومات ينکية للعميل واستخدامها.	الأستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة. ✗
٤٣	لتقويم الإعلانات تستخدم البحث الموضوعية لمعرفة وقياس بعد المعرفي. ✓	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تبادلها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين. ✓
٤٤	معارض العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقائق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل. ✗	الكتابة للعلاقات العامة ترمز للمهارات التحريرية الازمة لمارس العلاقات العامة لإعداد الرسالة الاتصالية ونقلها عن طريق أحد وسائل الاتصال المتعددة ومنها الاتصال الشخصي بهدف تزويد الجمهور بالحقائق، أو التأثير في الجمهور أو بناء صورة ذهنية جديدة. ✓
٤٥	من انس تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحظى اللغوي وعدم التركيز على تفاصيل المساحة الإعلانية. ✗	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المعبالغة في الطرح. ✓
٤٦	من وظائف العنوانين تحديد النص للقارئ. ✓	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقعة والتي تذكر في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح. ✓
٤٧	الكتابية للعلاقات العامة تتحسن بارتفاع معدل قراءة الممارس للعلاقات العامة. ✓	رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تتشغل على القيم العبادي التي تسترشد بها في قراراتها. ✓
٤٨	في كتابة الفحص الخبرية ليس من الضرورة إعطاء الترتيب الزمني حيز من الاهتمام. ✗	mission statement من أساليب فشل كتابة رسالة المنظمة عدم الصدق في الأفعال واستخدام لغة كتابة عامضة. ✓
٤٩	البيانات الصحفية هي واحدة من أساليب العلاقات العامة للتعامل مع الأزمات. ✓	مقمة التوجيه المباشر تهدف إلى حد القراء والمشاهدين والمستمعين على القيام ب فعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة. ✓
٥٠	الأسلوب المهني Professional style يستخدم التقارير ومحاضر الجلسات والاجتماعات ومتكررات العمل ويتميز بالصفة الرسمية والقانونية. ✗	العنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دائمًا في البداية (قبل) البدء في تحرير وكتابة المقالة أو الإعلان. ✗
٣٤	مع أمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح ، ، ،	من أساليب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة والعامضة. ✓
٣٥		خلال عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للرسالة الاتصالية مثل التأثير على إتجاهات وموافق الجمهور. ✓
٣٦		خطابات العمل بالمجمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المسؤول فقط. ✗
٣٧		من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق. ✓
٣٨		الصفحة ٢ من ٢

١٤	خلال التخطيط لعملية الكتابة في عمل العلاقات العامة يتم دراسة البيانات المهمة رغبة الخاصة بالفئة المستهدفة وتحرف هذه العملية بتحليل إتجاهات الجمهور.	تصفيق (✓)
١٥	تمك니 الشركات العملاقة الدولية العامل الشاق حيز في عملية التخطيط لفهم وراسة العلاقات العامة ويسعى باسلوب الوعي بالتنوع الثقافي Cultural Diversity style . يتم استخدام الشخص التفهيم من أجل التأثير على مساهمين الشركات المساعدة .	تصفيق (✓)
١٦	من خطوات الكتابة الفعلية . اختيار استراتيجية . ومنها استراتيجية تستخدم العاملة والمعلومات من البيئة المستهدفة وتسعي استراتيجية البراهين .	تصفيق (✗)
١٧	المادة انتهاء الجمهور تبدأ من بهذه الرسالة يثنى جديد ومميز .	تصفيق (✗)
١٨	من أهداف القيام بعملية التقييم والمرأقبة في الكتابة للعلاقات العامة هو رفع الاتصال الفعال ورفع كفاءة الاتصال والتخطيط .	تصفيق (✗)
١٩	نظرياً يتم تقييم الرسالة الاتصالية . خلال العملية الاتصال فقط .	تصفيق (✗)
٢٠	من متطلبات الكتابة الأساسية توفر الوحدة، الترابط والقوة في الرسالة الاتصالية المكتوبة .	تصفيق (✗)
٢١	استراتيجية الحجاج والبرامين Argument strategy تستخدم في الرسائل الاقناعية التي تناول عقل الجمهور الميتم أساساً بالموضوع .	تصفيق (✗)
٢٢	هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة .	تصفيق (✗)
٢٣	البحوث الأولية في عملية التخطيط للكتابة هي التي تقوم بها جهات خارجية متنوعة .	تصفيق (✗)
٢٤	اللام والفهم العميق والتخصص الذي ليس من ضروريات نجاح الشخص الخبرية .	تصفيق (✗)
٢٥	من أهداف كتابة الرسائل الاتصالية في العلاقات العامة الاقناع .	تصفيق (✗)
٢٦	الشخص الخبرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تخطية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل .	تصفيق (✗)
٢٧		تصفيق (✗)

أهداف من الأسئلة التالية في التمهيد للعدد لإيجابية بسباب أو خطأ عدد الأسئلة: **٣٠** ملخصون سؤال:

١	ممارس العلاقات العامة لأهداف يundler من أي رسالة اتصالية تؤدي أو تتحقق الشخصيات العامة أو المؤسسات المسوح الإحصائية أقل الأساليب الباعثةتكلفة وستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة	تصفيق (✓)
٢	هناك ثلاثة أهداف رئيسية لاستخدام المعلومات هدف معلوماتي هدف تأثيري (عاطفي) هدف تعريفي .	تصفيق (✗)
٣	تعدد القوالب الضدية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تشتغل في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير والخبرة القائمة على التدريب والممارسة .	تصفيق (✗)
٤	الملفوبيات الالكترونية E-brochures (التفاعلية) ترمز لاستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقديم عمل المعلومات بكلفة أقل وتكلفة أقل .	تصفيق (✗)
٥	تعد خططات العمل التقليدية أحد أبرز أدوات العلاقات العامة الفنية لنقل الأخبار الدورية للعملاء .	تصفيق (✗)
٦	من مزايا البيانات الخبرية Press Release السرعة والفعالية في إيصال الرسالة وأداء المهمة وإنفاذها التكلفة .	تصفيق (✗)
٧	اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف .	تصفيق (✗)
٨	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم الحقائق .	تصفيق (✗)
٩	مقدمة القبلية تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء .	تصفيق (✗)
١٠	من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر المسوح الإحصائية لرصد وتقدير كل ما يتعلّق <u>بمالك</u> (مالك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية .	تصفيق (✗)
١١	تطور وسائل الاتصال انعكس بالسلب على عمل العلاقات العامة .	تصفيق (✗)
١٢	في كتابة البيانات الخبرية Press Releases يتم استخدام طريقة الهرم المقلوب لكتابه المقدمة الرئيسية في بداية البيان الخبري .	تصفيق (✗)

٤١	من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق.	٢٨	من أهداف البيان الخبري في العلاقات العامة بناء رأي عام ليجانب وكسب ثقة عمالة المنظمة.
٤٢	اتهامات المسربة هو تعمي ممارس العلاقات العامة على معلومات ينكر للعميل واستخدامها.	٢٩	الاستفادة عن الكلمات الزائدة والألقاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحفية.
٤٣	لتقويم الإعلانات تستخدم المحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي.	٣٠	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تبادلها بين متخصصون يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين.
٤٤	معارض العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بحسب التطور الرقمي البالى	٣١	الكتابة للعلاقات العامة هي ترجمة للمهارات التحريرية اللازمة لممارس العلاقات العامة لإعداد الرسائل الاتصالية وتقليلها عن طريق أحد وسائل الاتصال المتعددة وبها الاتصال الشخصي بهدف تزويد الجمهور بالحقائق، أو التأثير في الجمهور أو بناء صورة ذهنية جديدة.
٤٥	من أحسن تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحظوظي وعدم التركيز على تفصيمات المعاشرة الإعلانية.	٣٢	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في الطرح.
٤٦	من وظائف المعاذرين تلخيص النفس للقارئ.	٣٣	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقتة والتي تترك في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.
٤٧	الكتابة للعلاقات العامة تتحسن بارتفاع معدل القراءة المعارض للعلاقات العامة.	٣٤	رؤيا المنظمة أو الشركة من الضروري أن تتشتمل على القيم والمبادئ التي تسترشد بها في قرارها.
٤٨	في كتابة الشخصيات الغيرية ليس من الخبرية / عمليات الترتيب الزمني حيز من الاهتمام.	٣٥	من أساليب فشل كتابة رسالة المنظمة mission statement عدم الصدق في الأفعال واستخدام لغة كتابة غامضة.
٤٩	البيانات الصحفية هي واحدة من أساليب العلاقات العامة للتعامل مع الأزمات.	٣٦	مقدمة التوجيه المباشر تهدف إلى حد القراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة.
٥٠	الأسلوب المهني Professional style يستخدم التقارير ومحاضرات الجلسات والاجتماعات وذكرات العمل ويتميز بالحصة الرسمية والقانونية.	٣٧	عنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دائماً في البداية قبل البدء في تحرير وكتابة المقالة أو الإعلان.
٥١	مع أمنياتنا لكم بال توفيق والنجاح	٣٨	من أساليب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة والغامضة.
٥٢	خلال عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للرسالة الاتصالية مثل التأثير على إتجاهات ومواقف الجمهور.	٣٩	خطابات العمل بالجمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المرؤوس فقط.



نحوذج (٣)	
أجب عن الأسئلة التالية في المموجع للحمد للهاجة بصواب أو خطأ عدد الأسئلة: خمسون سؤالاً	
١٦	من وظائف العنوانين تلخيص النص لقارئ.
١٧	الأسلوب المهني Professional style يستخدم التقارير ومحاضر الحسات والاحتماءات ومتكررات العمل ويتميز بالصفة الرسمية والقانونية.
١٨	تعطي الشركات العلاقة الدولية العامل الثقافي حيز في عملية التخطيط لمصمون رسالة العلاقات العامة ويسعى بأسلوب الوعي بالتنوع الثقافي Cultural Diversity style mission statement
١٩	عدم الصدق في الأفعال واستخدام لغة كتابة عامضة.
٢٠	المطويات الإلكترونية E-brochures (القاعدية) ترمز لإستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقييم عمل المطويات بكفاءة أعلى وتكلفة أقل.
٢١	تعد خطابات العمل التقليدية أحد أبرز أدوات العلاقات العامة الفنية لنقل الأخبار الدورية للعملاء.
٢٢	من مزايا البيانات الخبرية Press Release السرعة والفعالية في إيصال الرسالة وأداء المهمة وإنخفاض التكلفة.
٢٣	من أهداف البيان الخبري في العلاقات العامة بناء رأي عام إيجابي وكسب ثقة عملاء المنظمة.
٢٤	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم الحقائق.
٢٥	مقدمة الفيلمة تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء.
٢٦	الكتاب للعلاقات العامة ترمز للمهارات التحريرية اللازمة لعمليات العلاقات العامة لإعداد الرسالة الاتصالية ونقلها عن طريق أحد وسائل الاتصال المتعددة ومنها الاتصال الشخصي بهدف تزويد الجمهور بالحقائق، أو التأثير في الجمهور أو بناء صورة ذهنية جديدة.
٢٧	تطور وسائل الاتصال انعكس بالسلب على عمل العلاقات العامة.



<p>خطابات العمل بالجملة تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المسؤول فقط.</p> <p>من حق الشركات حماية صامتتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق.</p> <p>انتهاك المروءة هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات بنكية للعميل واستخدامها.</p> <p>لتقويم الإعلانات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي.</p> <p>ممارس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل.</p> <p>من أسس تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحنتي اللغوي وعدم التركيز على تقسيمات المساحة الإعلانية.</p> <p>ممارس العلاقات العامة لا بد أن يحذر من أي رسالة اتصالية تؤدي أو تحقر الشخصيات العامة أو المنظمات.</p> <p>الكتابة للعلاقات العامة تتحسن بارتفاع معدل قراءة الممارس للعلاقات العامة.</p> <p>هذا وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة.</p> <p>إثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد ومميز.</p> <p>الرسوخ الإحصائية أقل الأساليب البحثيةتكلفة وتشتخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة.</p>	<p>٤٩</p> <p>٤١</p> <p>٤٢</p> <p>٤٣</p> <p>٤٤</p> <p>٤٥</p> <p>٤٦</p> <p>٤٧</p> <p>٤٨</p> <p>٤٩</p> <p>٥٠</p>	<p>القصص الخبرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تفاصيل إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل.</p> <p>اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف.</p> <p>الاستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة.</p> <p>أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي تم تقديمها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين.</p> <p>من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر: السوق الاحصائية لرصد وتقييم كل ما يتعلق بمالك (مالك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية.</p> <p>الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في الطرح.</p> <p>من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقعة والتي تركز في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.</p> <p>رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تتشتمل على القيم والمبادئ التي تسترشد بها في قراراتها.</p> <p>تعدد القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تشتراك في شرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير الخبرة القائمة على التدريب والمارمة.</p> <p>تنمية التوجيه المباشر تهدف إلى حد القراء والمشاهدين مستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه سلحة عامة أو خاصة.</p> <p>نواف هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان في البداية قبل البدء في تحرير وكتابة المقالة الإعلان.</p> <p>أسباب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة مضلة.</p> <p>عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية الاتصالية مثل التأثير على إتجاهات وموافق الجمهور.</p>
---	---	--

مع أمياتنا لكم بالتوفيق والنجاح ،،،