

المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

MINISTRY OF EDUCATION



لكل المهتمين و المهتمات
بدروس و مراجع الجامعية

هام

مدونة المناهج السعودية eduschool40.blog



خطابات العمل بالمجمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المرؤوس فقط.	٤٠	الفصص الخبرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تغطية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل.	٢٧
من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام قبل الآخرين إلا بإذن مسبق.	٤١	اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف.	٢٨
انتهاك السرية هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات بنكية للعميل واستخدامها.	٤٢	الاستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة.	٢٩
لتقويم الإعلانات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي.	٤٣	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تبادلها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين.	٣٠
ممارس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل.	٤٤	من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر: المسوح الإحصائية لرصد وتقييم كل ما يتعلق بمالك (ملاك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية.	٣١
من أسس تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحتوى اللغوي وعدم التركيز على تسميات المساحة الاعلانية.	٤٥	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في الطرح.	٣٢
ممارس العلاقات العامة لا بد أن يحذر من أي رسالة اتصالية توذي أو تحقر الشخصيات العامة أو المنظمات.	٤٦	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقفية والتي تركز في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.	٣٣
الكتابة للعلاقات العامة تتحسن بارتفاع معدل قراءة الممارس للعلاقات العامة.	٤٧	رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تشمل على القيم والمبادئ التي تسترشد بها في قراراتها.	٣٤
هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة.	٤٨	تتعدد القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تشترك في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير والخبرة القائمة على التدريب والممارسة.	٣٥
إثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد ومميز.	٤٩	مقدمة التوجيه المباشر تهدف إلى حث القراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة.	٣٦
المسوح الإحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وتستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة.	٥٠	العنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دائماً في البداية قبل البدء في تحرير وكتابة المقالة أو الإعلان.	٣٧
مع أمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح ...		من أسباب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة والغامضة.	٣٨
		خلال عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للرسالة الاتصالية مثل التأثير على اتجاهات ومواقف الجمهور.	٣٩



٤٠	خطابات العمل بالمجمل تستخدم صيغة مخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المرؤوس فقط.	٢٧	القصص الخبرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تغطية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل.
٤١	من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق.	٢٨	اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف.
٤٢	انتهاك السرية هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات بنكية للتعديل واستخدامها.	٢٩	الاستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة.
٤٣	لتقويم الإعلانات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي.	٣٠	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تبادلها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين.
٤٤	ممارس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل.	٣١	من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر: المسوح الإحصائية لرصد وتقييم كل ما يتعلق بمالك (ملاك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية.
٤٥	من أسس تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحتوى اللغوي وعدم التركيز على تصميمات المساحة الاعلانية.	٣٢	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في الطرح.
٤٦	ممارس العلاقات العامة لا بد أن يحذر من أي رسالة اتصالية توذي أو تحقّر الشخصيات العامة أو المنظمات.	٣٣	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقفية والتي تركز في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.
٤٧	الكتابة للعلاقات العامة تتحسن بإرتفاع معدل قراءة الممارس للعلاقات العامة.	٣٤	رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تشمل 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 تشترك في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتصوير والخبرة القائمة على التدريب والممارسة.
٤٩	إثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد ومميز.	٣٦	مقدمة التوجيه المباشر تهدف إلى حث القراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة.
٥٠	المسوح الإحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وتستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة.	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 اتجاهات ومواقف الجمهور.

مع أمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح ...



نموذج (٤)	
أجب عن الأسئلة التالية في النموذج للحدد للإجابة بصواب أو خطأ	
(عدد الأسئلة - خمسون سؤالاً)	
١	من وظائف العناوين تلخيص النص للقارئ. ✓
٢	الأسلوب المهني Professional style يستخدم التقارير ومحاضر الجلسات والاجتماعات ومنتجات العمل ويتميز بالصفة الرسمية والقانونية. ✗
٣	تعطي الشركات العلاقة الدولية العامل الثقافي حيز في عملية التخطيط لمضمون رسالة العلاقات العامة ويسمى ✓ بأسلوب الوعي بالتنوع الثقافي Cultural Diversity style
٤	من أسباب فشل كتابة رسالة المنظمة mission statement عدم الصدق في الأعمال واستخدام لغة كتابه غامضة. ✓
٥	المطويات الإلكترونية E-brochures (التقاطعية) ترمز لإستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقييم عمل المطويات 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 عملاء المنظمة. ✓
٩	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تسميق وتنظيم الحقائق. ✗
١٠	مقدمة القنبلة تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء. ✗
١١	الكتابة للعلاقات العامة ترمز للمهارات التحريرية اللازمة لممارس العلاقات العامة لإعداد الرسالة الاتصالية ونظماً عن طريق أحد وسائل الاتصال المتعددة ومنها الاتصال الشخصي بهدف ترويض الجمهور بالحقائق، أو التأثير في الجمهور أو بناء صورة ذهنية جديدة. ✓
١٢	تطور وسائل الاتصال انعكس بالسلب على عمل العلاقات العامة. ✗
١٣	في كتابة البيانات الخبرية Press Releases يتم استخدام طريقة اليوم المطلوب لكتابة المقدمة الرئيسية في بداية البيان الخبري. ✓
١٤	خلال التخطيط لعملية الكتابة في عمل العلاقات العامة يتم دراسة البيانات الديموغرافية الخاصة بالقرن المستهدفة وتعرف هذه العملية بتحليل اتجاهات الجمهور. ✗
١٥	هناك ثلاثة أهداف رئيسية لإستخدام المطويات هدف معلوماتي ، هدف تأثيري (عاطفي) هدف تعريف. ✗
١٦	يتم إستخدام القصص الخبرية من أجل التأثير على مساهمي الشركات المساهمة. ✓
١٧	من خطوات الكتابة الفعلية ، اختيار استراتيجية، ومنها استراتيجية تستخدم العاطفة والمعلومات من البيئة المستهدفة وتسمى إستراتيجية البراهين. ✓
١٨	البيانات الصحفية هي واحدة من أساليب العلاقات العامة للتعامل مع الأزمات. ✓
١٩	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. ✗
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	في كتابة القصص الخبرية ليس من الضرورة إعطاء الترتيب الزمني حيز من الاهتمام. ✗
٢٣	البحوث الأولية في عملية التخطيط للكتابة هي التي تقوم بها جهات خارجية متنوعة. ✗
٢٤	الإعلاء والفهم العميق والتخصص المهني ليس من ضروريات نجاح القصص الخبرية. ✗
٢٥	من أهداف كتابة الرسائل الاتصالية في العلاقات العامة الإقناع. ✓
٢٦	



٤٠	خطابات العمل بالمجمل تستخدم صيغة مخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المرؤوس فقط. X	٢٧	التصص الخبرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تغطية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل. ✓
٤١	من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق. ✓	٢٨	اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف. ✓
٤٢	انتهاك السرية هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات بتكليف للعمل واستخدامها. ✓	٢٩	الاستعانة عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قوائم الكتابة الصحيحة. X
٤٣	لتقويم الإعلانات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي. ✓	٣٠	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تبادلها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين. ✓
٤٤	ممارس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل. X	٣١	من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر: السماح الإحصائية لرصد وتقييم كل ما يتعلق بمالك (ملاك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية. X
٤٥	من أسس تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحتوى اللغوي وعدم التركيز على تقسيمات المساحة الاعلانية. X	٣٢	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المغالفة في الطرح. ✓
٤٦	ممارس العلاقات العامة لا بد أن يحذر من أي رسالة اتصالية توذني أو تحقر الشخصيات العامة أو المنظمات. ✓	٣٣	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقفية والتي تركز 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 تشمل على القيم والعيادئ التي تسترشد بها في قراراتها. ✓
٤٨	هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة. X	٣٥	تتعدد القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تشترك في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، التقييم والتفسير والخبرة القائمة على التدريب والممارسة. X
٤٩	إثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد ومميز. ✓	٣٦	مقدمة التوجيه المباشر تهدف إلى حث القراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة. ✓
٥٠	السماح الإحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وتستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة. X	٣٧	العنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دائماً في البداية قبل البدء في تحرير وكتابة المقالة أو الإعلان. X
		٣٨	من أسباب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة والعامضة. ✓
		٣٩	خلال عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للرسالة الاتصالية مثل التأثير على اتجاهات ومواقف الجمهور. ✓

مع أمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح ...

٣٣
١٦
١٧



٢٩	✓	الابتعاد عن الكلمات الزائدة والإفراط في السهولة الواضحة من قوائم الكتابة الصحفية.
٣٠	✓	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تبادلها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهنيين.
٣١	✓	الكتابة للعلاقات العامة ترمز للمهارات التحريرية اللازمة لممارس العلاقات العامة لإعداد الرسالة الاتصالية ونقلها عن طريق أحد وسائل الاتصال المتعددة ومنها الاتصال الشخصي بهدف ترويض الجمهور بالمفائق، أو التأثير في الجمهور أو بناء صورة ذهنية جديدة.
٣٢	✓	الرسائل ذات الهدف الإعلاني To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في الطرح.
٣٣	✓	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقفية والتي تركز في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.
٣٤	✓	رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تشمل على القيم والعيال التي تسترشد بها في قراراتها.
٣٥	✓	من أسباب فشل كتابة رسالة المنظمة mission statement عدم الصدق في الأفعال واستخدام لغة كتابة عامضة.
٣٦	✓	مقنعة التوجيه المباشر تهدف إلى حث القراء 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 اتجاهات ومواقف الجمهور.
٤٠	✓	خطابات العمل بالمعمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المرؤوس فقط.
٤١	✓	من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق.

مع أمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح ...



المسوح (أ)

أحد من الأسس الثمانية في النموذج لعدد لأبحاث بصواب أو خطأ
 هذه الأسئلة - خصصون سؤالاً

١٤	✓	خلال التخطيط لعملية الكتابة في عمل العلاقات العامة يتم دراسة البوادي الديموغرافية الخاصة بالغة المستهدفة وتعرف هذه العملية بتحليل اتجاهات الجمهور.	١	✓	ممارس العلاقات العامة لا بد أن يعثر من أي رسالة تصاليفية تونى أو تحفز الشخصيات العامة أو المنظمات.
١٥	✓	تعطي الشركات العملاقة الدولية العامل الثقافي حيز في عملية التخطيط لمضمون رسالة العلاقات العامة رئيسي بأسلوب الوعي بالتنوع الثقافي Cultural Diversity style .	٢	✓	المسوح الإحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وتستخدم لغرض ورسد كل ما يتعلق بالرسالة.
١٦	✓	يتم استخدام القصص الخيرية من أجل التأثير على مساهمي الشركات المساهمة.	٣	✓	هناك ثلاثة أهداف رئيسية لإستخدام المعلومات: هدفها معلوماتي هدف تأثري (عاطفي) هدف تعريفي.
١٧	✓	من خطوات الكتابة الفعلية ، اختيار استراتيجية ومنها استراتيجية تستخدم العاطفة والمعلومات من البيئة المستهدفة وتسمى استراتيجية الواعين.	٤	✓	تتعدد القوائم الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تشترك في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير و الخبرة القائمة على التدريب والممارسة .
١٨	✓	إثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بنسبه جدي ومثير.	٥	✓	الطويات الإلكترونية E-brochures (التفاعلية) ترمز لإستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقديم عمل المعلومات بكفاءة أعلى وتكلفة أقل.
١٩	✓	من أهداف القيام بعملية التقييم والمراقبة في الكتابة للعلاقات العامة هو رفع الإنتاج الفعال ورفع كفاءة الاتقاق والتخطيط.	٦	✓	تعد خطوات العمل التقليدية أحد أبرز أدوات العلاقات العامة التقنية للفعل الأبحاث الدورية للعملاء.
٢٠	✓	نظرياً يتم تقييم الرسالة الاتصالية ، خلال عملية الاتصال فقط.	٧	✓	من مزايا البيانات الخيرية Press Release السرعة والفعالية في إيصال الرسالة وأداء المهمة وإنخفاض التكلفة.
٢١	✓	من مخططات الكتابة الأساسية توفر الوحدة، الترابط والقوة في الرسالة الاتصالية المكتوبة.	٨	✓	اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف.
٢٢	✓	استراتيجية الحجج والتراهن Argument strategy تستخدم في الرسائل الاتصالية التي تاملب عقل الجمهور المهتم أساساً بالموضوع.	٩	✓	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تسويق وتنظيم الطوائف.
٢٣	✓	هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة.	١٠	✓	مقدمة القليلة تستخدم عند الرضا في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء.
٢٤	✓	البحوث الأولية في عملية التخطيط للكتابة هي التي تقوم بها جهات خارجية متنوعة.	١١	✓	من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر: المسوح الإحصائية لرصد وتقييم كل ما يتعلق بمالك (ملاك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية.
٢٥	✓	الإلمام والفهم العميق والتخصص المهني ليس من ضروريات نجاح القصص الخيرية.	١٢	✓	تطور وسائل الاتصال انعكس بالسلب على عمل العلاقات العامة.
٢٦	✓	من أهداف كتابة الرسائل الاتصالية في العلاقات العامة الإقناع .	١٣	✓	في كتابة البيانات الخيرية Press Releases يتم استخدام طريقة الهرم المقلوب لكتابة المقدمة الرئيسية في بداية البيان الخيري.
٢٧	✓	القصص الخيرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تغطية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل.			
٢٨	✓	من أهداف البيان الخيري في العلاقات العامة بناء رأي عام إيجابي وكسب ثقة عملاء المنظمة.			



جامعة الملك عبدالعزيز • كلية الاتصال والإعلام • زمن الاختبار: ساعة ونصف (جدة)



الاختبار النهائي لمادة: الكتابة في العلاقات العامة COM473 - انتساب - الفصل الدراسي الثاني ١٤٣٩ هـ نموذج (أ)

مسئله (أ)	
أجب عن المسئلة التالية في النموذج للمعد للإجابة بصواب أو خطأ (عدد المسئلة - خمسون سؤالاً)	
١٣	في كتابة البيانات الخبرية Press Releases يتم استخدام طريقة الهرم المقلوب لكتابة المقدمة الرئيسية في بداية البيان الخبري.
١٤	خلال التخطيط لعملية الكتابة في عمل العلاقات العامة يتم دراسة البيانات الديموغرافية الخاصة بالفئة المستهدفة وتعرف هذه العملية بتحليل اتجاهات الجمهور.
١٥	هناك ثلاث أهداف رئيسية لإستخدام المطويات هدف معلوماتي هدف تأثري (عاطفي) هدف تعريفي.
١٦	يتم إستخدام القصص الخبرية من أجل التأثير على مساهمين الشركات المساهمة.
١٧	من خطوات الكتابة الفعلية ، اختيار استراتيجية، ومنها استراتيجية تستخدم العاطفة والمعلومات من البيئة المستهدفة وتسمى إستراتيجية البراهين.
١٨	البيانات الصحفية هي واحدة من أساليب العلاقات العامة للتعامل مع الأزمات.
١٩	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
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	في كتابة القصص الخبرية ليس من الضرورة إعطاء الترتيب الزمني حيز من الاهتمام.
٢٣	البحوث الأولية في عملية التخطيط للكتابة هي التي تقوم بها جهات خارجية متنوعة.
٢٤	الإلمام والفهم العميق والتخصص المهني ليس من ضروريات نجاح القصص الخبرية.
٢٥	من أهداف كتابة الرسائل الاتصالية في العلاقات العامة الإقناع.
١	من وظائف العاوين تلخيص النص للقارئ.
٢	الأسلوب المهني Professional Style يستخدم التقارير ومحاضر الجلسات والاجتماعات ومذكرات العمل ويتميز بالصفة الرسمية والقانونية.
٣	تعطي الشركات العلاقة الدولية العامل الثقافي حيز في عملية التخطيط لمضمون رسالة العلاقات العامة ويسمى بأسلوب الوعي بالتنوع الثقافي Cultural Diversity style .
٤	من أسباب فشل كتابة رسالة المنظمة mission statement عدم الصدق في الأفعال واستخدام لغة كتابة غامضة.
٥	المطويات الالكترونية E-brochures (التفاعلية) ترمز لإستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقييم عمل المطويات بكفاءة أعلى وتكلفة أقل.
٦	تعد خطابات العمل التقليدية أحد أبرز أدوات العلاقات العامة الفنية لنقل الأخبار الدورية للصلاء.
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 عملاء المنظمة.
٩	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم الحقائق.
١٠	مقدمة القنبلة تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء.
١١	الكتابة للعلاقات العامة هي ترمز للمهارات التحريرية اللازمة لممارس 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.



جامعة الملك عبدالعزيز * كلية الاتصال والإعلام * زمن الاختبار: ساعة ونصف (جدة)

الاجتبار النهائي لمادة: الكتابة في العلاقات العامة COM473 - انتساب - الفصل الدراسي الثاني ١٤٣٩ هـ نموذج (أ)



٤١	من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق.	٢٧	القصص الخبرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تغطية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل.
٤٢	انتهاك السرية هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات بنكية للعميل واستخدامها.	٢٨	اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف.
٤٣	لتقويم الإعلانات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي.	٢٩	الاستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة.
٤٤	ممارس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل.	٣٠	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تبادلها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين.
٤٥	من أسس تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحتوى النقي وعدم التركيز على تقسيمات المساحة الإعلانية.	٣١	من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر المسوح الإحصائية لرصد وتقييم كل ما يتعلق بمالك (ملاك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية.
٤٦	ممارس العلاقات العامة لابد أن يحذر من أي رسالة اتصالية تؤذي أو تحتقر الشخصيات العامة أو المنظمات.	٣٢	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في الطرح.
٤٧	الكتابة للعلاقات العامة تتحسن بارتفاع معدل قراءة الممارس للعلاقات العامة.	٣٣	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقفية والتي تركز في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.
٤٨	هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولاتضمن قوائم المراجعة.	٣٤	رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تشمل على القيم والعياد التي تسترشد بها في قراراتها.
٤٩	إثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد ومميز.	٣٥	تعدد القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تشترك في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير و الخبرة القائمة على التدريب والممارسة.
٥٠	المسوح الإحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وتستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة.	٣٦	مقدمة التوجيه المباشر تهدف إلى حث القراء 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 اتجاهات ومواقف الجمهور.
		٤٠	خطابات العمل بالمجمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المرؤوس فقط.

مع أمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح...



١٤	خلال التخطيط لعملية الكتابة في عمل العلاقات العامة يتم دراسة البيانات الديموغرافية الخاصة بالفئة المستهدفة وتعرف هذه العملية بتحليل اتجاهات الجمهور. <input checked="" type="checkbox"/>
١٥	تعطي الشركات العملاقة الدولية العامل الثقافي حيز في عملية التخطيط لمضمون رسالة العلاقات العامة ويسمى بأسلوب الوعي بالتنوع الثقافي Cultural Diversity style. <input checked="" type="checkbox"/>
١٦	يتم استخدام القصص الخيرية من أجل التأثير على مساهمي الشركات المساهمة. <input checked="" type="checkbox"/>
١٧	من خطوات الكتابة الفعلية ، اختيار استراتيجية، ومنها استراتيجية تستخدم العاطفة والمعلومات من البيئة المستهدفة وتسمى إستراتيجية البراهين. <input checked="" type="checkbox"/>
١٨	إثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد ومميز. <input checked="" type="checkbox"/>
١٩	من أهداف القيام بعملية التقييم والمراقبة في الكتابة للعلاقات العامة هو رفع الإنتاج الفعال ورفع كفاءة الإنفاق والتخطيط. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٠	نظراً يتم تقييم الرسالة الاتصالية ، خلال عملية الاتصال فقط. <input checked="" type="checkbox"/>
٢١	من متطلبات الكتابة الأساسية توفر الوحدة، الترابط والقوة في الرسالة الاتصالية المكتوبة. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٢	استراتيجية الحجج والبراهين Argument strategy تستخدم في الرسائل الإقناعية التي تخاطب عقل الجمهور المهتم أساساً بالموضوع. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٣	هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٤	البحوث الأولية في عملية التخطيط للكتابة هي التي تقوم بها جهات خارجية متنوعة. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٥	الإمام والفهم العميق والتخصص المهني ليس من ضروريات نجاح القصص الخيرية. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٦	من أهداف كتابة الرسائل الاتصالية في العلاقات العامة الإقناع. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٧	القصص الخيرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تغطية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل. <input checked="" type="checkbox"/>
٢٨	من أهداف البيان الخبري في العلاقات العامة بناء رأي عام إيجابي وكسب ثقة عملاء المنظمة. <input checked="" type="checkbox"/>

نموذج (أ)

جب عن الأسئلة التالية في النموذج المحدد للإجابة بصواب أو خطأ
عدد الأسئلة - خمسون سؤالاً

١	ممارس العلاقات العامة لا بد أن يحذر من أي رسالة اتصالية تونني أو تحقر الشخصيات العامة أو المنظمات. <input checked="" type="checkbox"/>
٢	المسوح الإحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وتستخدم لقياس ورسد كل ما يتعلق بالرسالة. <input checked="" type="checkbox"/>
٣	هناك ثلاثة أهداف رئيسة لإستخدام المعلومات: هدف معلوماتي هدف تأثيري (عاطفي) هدف تعريفي. <input checked="" type="checkbox"/>
٤	تتعدد القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تشترك في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتعبير و الخبرة القائمة على التدريب والممارسة. <input checked="" type="checkbox"/>
٥	المعلومات الإلكترونية E-brochures (التفاعلية) ترمز لإستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقييم عمل المعلومات بكفاءة أعلى وتكلفة أقل. <input checked="" type="checkbox"/>
٦	تعد خطابات العمل التقليدية أحد أبرز أدوات العلاقات العامة الفنية لنقل الأخبار الدورية للعملاء. <input checked="" type="checkbox"/>
٧	من مزايا البيانات الخيرية Press Release المرعة والفعالية في إيصال الرسالة وأداء المهمة وإنخفاض التكلفة. <input checked="" type="checkbox"/>
٨	اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف. <input checked="" type="checkbox"/>
٩	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم الحقائق. <input checked="" type="checkbox"/>
١٠	مقدمة القنبلة تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات مثيرة للفتش عند القراء. <input checked="" type="checkbox"/>
١١	من أساليب تقييم الرسالة بعد النشر: المسوح الإحصائية لرصد وتقييم كل مايتعلق بمالك (ملاك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية. <input checked="" type="checkbox"/>
١٢	تطور وسائل الاتصال انعكس بالسلب على عمل العلاقات العامة. <input checked="" type="checkbox"/>
١٣	في كتابة البيانات الخيرية Press Releases يتم استخدام طريقة الهرم المعكوب لكتابة المقدمة الرئيسية في بداية البيان الخيري. <input checked="" type="checkbox"/>



٢٩	الأستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة. ✗	٤٢	انتهاك السرية هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات يكتفي للعميل واستخدامها. ✗
٣٠	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تبادلها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين. ✓	٤٣	لتقويم الإعلانات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي. ✗
٣١	الكتابة للعلاقات العامة ترمز للمهارات التحريرية اللازمة لممارس العلاقات العامة لإعداد الرسالة الاتصالية ونقلها عن طريق أحد وسائل الاتصال المتعددة ومنها الاتصال الشخصي بهدف ترويض الجمهور بالحقائق، أو التأثير في الجمهور أو بناء صورة ذهنية جديدة. ✓	٤٤	ممارس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل. ✗
٣٢	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في الطرح. ✓	٤٥	من أسس تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحتوى اللغوي وعدم التركيز على تقسيمات المساحة الاعلانية. ✗
٣٣	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقفية والتي تركز في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح. ✓	٤٦	من وظائف معاوني تلخيص النص للقارئ. ✓
٣٤	رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تشمل على القيم والمبادئ التي تسترشد بها في قراراتها. ✓	٤٧	الكتابة للعلاقات العامة تتحسن بارتفاع معدل قراءة الممارس للعلاقات العامة. ✓
٣٥	من أسباب فشل كتابة رسالة المنظمة mission statement عدم الصدق في الأفعال واستخدام لغة كتابة غامضة. ✓	٤٨	في كتابة القصص الخيرية ليس من الضرورة إعطاء الترتيب الزمني حيز من الاهتمام. ✗
٣٦	مقدمة التوجيه المباشر تهدف إلى حث القراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة. ✓	٤٩	البيانات الصحفية هي واحدة من أساليب العلاقات العامة للتعامل مع الأزمات. ✓
٣٧	العنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دائماً في البداية قبل البدء في تحرير وكتابة المقالة أو الإعلان. ✓	٥٠	الأسلوب المهني Professional style يستخدم التقارير ومحاضر الجلسات والاجتماعات ومذكرات العمل ويتميز بالصفة الرسمية والقانونية. ✗
٣٨	من أسباب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة والغامضة. ✓	مع أمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح ...	
٣٩	خلال عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للرسالة الاتصالية مثل التأثير على اتجاهات ومواقف الجمهور. ✓		
٤٠	خطابات العمل بالمجمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى الرؤوس فقط. ✗		
٤١	من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق. ✓		



نموذج (أ)

أجب عن الأسئلة التالية في النموذج المحدد للإجابة بصواب أو خطأ
(عدد الأسئلة - خمسون سؤالاً)

١	ممارس العلاقات العامة لا بد أن يحذر من أي رسالة اتصالية تؤدي أو تحترق الشخصيات العامة أو المنظمات. ✓	١٤	خلال التخطيط لعملية الكتابة في عمل العلاقات العامة يتم دراسة البيانات الديموغرافية الخاصة بالفئة المستهدفة وتعرف هذه العملية بتحليل اتجاهات الجمهور. ✓
٢	المسوح الإحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وتستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة. ✗	١٥	تعطي الشركات العلاقة الدولية العامل الثقافي حيز في عملية التخطيط لمضمون رسالة العلاقات العامة ويسمى بأسلوب الوعي بالتنوع الثقافي Cultural Diversity style .
٣	هناك ثلاثة أهداف رئيسية لإستخدام المطويات: هدف معلوماتي هدف تأثري (عاطفي) هدف تعريفي. ✗	١٦	يتم إستخدام القصص الخيرية من أجل التأثير على مساهمي الشركات المساهمة. ✓
٤	تعدد القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تشترك في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير و الخبرة القائمة على التدريب والممارسة. ✓	١٧	من خطوات الكتابة الفعلية ، اختيار استراتيجية، ومنها استراتيجية تستخدم العاطفة والمعلومات من البيئة المستهدفة وتسمى إستراتيجية البراهين. ✗
٥	المطويات الإلكترونية E-brochures (التفاعلية) ترمز لإستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقييم عمل المطويات بكفاءة أعلى وتكلفة أقل. ✓	١٨	إثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد ومميز. ✓
٦	تعد خطابات العمل التقليدية أحد أبرز أدوات العلاقات العامة الفنية لنقل الأخبار الدورية للعملاء. ✗	١٩	من أهداف القيام بعملية التقييم والمراقبة في الكتابة للعلاقات العامة هو رفع الإنتاج الفعال ورفع كفاءة الاتفاق والتخطيط. ✓
٧	من مزايا البيانات الخيرية Press Release السرعة والفعالية في إيصال الرسالة وأداء المهمة وإنخفاض التكلفة. ✓	٢٠	نظرياً يتم تقييم الرسالة الاتصالية ، خلال عملية الاتصال فقط. ✗
٨	اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف. ✓	٢١	من متطلبات الكتابة الأساسية توفر الوحدة، الترابط والقوة في الرسالة الاتصالية المكتوبة. ✓
٩	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم الحقائق. ✗	٢٢	استراتيجية الحجج والبراهين Argument strategy تستخدم في الرسائل الإقناعية التي تخاطب عقل الجمهور المهتم أساساً بالموضوع. ✓
١٠	مقدمة القنبلة تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء. ✗	٢٣	هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة. ✓
١١	من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر: المسوح الإحصائية لرصد وتقييم كل ما يتعلق بمالك (ملاك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية. ✓	٢٤	البحوث الأولية في عملية التخطيط للكتابة هي التي تقوم بها جهات خارجية متنوعة. ✓
١٢	تطور وسائل الاتصال انعكس بالمثل على عمل العلاقات العامة. ✗	٢٥	الإتمام والفهم العميق والتخصص المهني ليس من ضروريات نجاح القصص الخيرية. ✗
١٣	في كتابة البيانات الخيرية Press Releases يتم استخدام طريقة الهرم المقلوب لكتابة المقدمة الرئيسية في بداية البيان الخيري. ✓	٢٦	من أهداف كتابة الرسائل الاتصالية في العلاقات العامة الإقناع. ✓
		٢٧	القصص الخيرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تغطية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل. ✓
		٢٨	من أهداف البيان الخيري في العلاقات العامة بناء رأي عام إيجابي وكسب ثقة عملاء المنظمة. ✓



٤٢	انتهاك المبرية هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات بنكية للعميل واستخدامها. ✓	٢٩	الاستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة. ✗
٤٣	لتقديم الإعلانات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي. ✓	٣٠	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تبادلها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين. ✓
٤٤	ممارس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل. ✗	٣١	الكتابة للعلاقات العامة ترمز للمهارات التحريرية اللازمة لممارس 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 أسس تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحتوى اللغوي وعدم التركيز على تسميات المساحة الاعلانية. ✗	٣٢	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في الطرح. ✓
٤٦	من وظائف العناوين تلخيص النص للقارئ. ✓	٣٣	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقفية والتي تركز 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 تشمل على القيم والمبادئ التي تسترشد بها في قراراتها. ✓
٤٨	في كتابة القصص الخبرية ليس من الضرورة إعطاء الترتيب الزمني حيز من الاهتمام. ✗	٣٥	من أسباب 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 حث القراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة. ✓
٥٠	الأسلوب المهني Professional style يستخدم التقارير ومحاضر الجلسات والاجتماعات ومذكرات العمل ويتميز بالصفة الرسمية والقانونية. ✗	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 اتجاهات ومواقف الجمهور. ✓
		٤٠	خطابات العمل بالمجمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المرؤوس فقط. ✗
		٤١	من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين (إلا بإذن مسبق). ✓

مع أمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح ...



نموذج (٥)	
أجب عن الأسئلة التالية في النموذج لعدد لإجابة بصواب أو خطأ عدد الأسئلة: مضمون سؤالاً	
١٤	ممارس العلاقات العامة لابد أن يهتد من أي رسالة اتصالية تؤدي أو تحققر الشخصيات العامة أو المنظمات.
١٥	المسوح الإحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وتستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة.
١٦	هناك ثلاث أهداف رئيسية لإستخدام المطويات هدف معلوماتي هدف تأثري (عاطفي) هدف تعريف.
١٧	تعدد القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تشترك في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير، والخبرة القائمة على التدريب والممارسة.
١٨	المطويات الإلكترونية E-brochures (التفاعلية) ترمز لإستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقييم عمل المطويات بكفاءة أعلى وتكلفة أقل.
١٩	تعد خطابات العمل التقليدية أحد أبرز أدوات العلاقات العامة القنية لنقل الأخبار الدورية للعملاء.
٢٠	من مزايا البيانات الخيرية Press Release السرعة والفعالية في إيصال الرسالة وأداء المهمة وإنخفاض التكلفة.
٢١	اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف.
٢٢	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم الحقائق.
٢٣	مقدمة القنبلة تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء.
٢٤	من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر المسوح الإحصائية لرصد وتقييم كل ما يتعلق بـمالك (ملاك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية.
٢٥	تطور وسائل الاتصال انعكس بالسلب على عمل العلاقات العامة.
٢٦	في كتابة البيانات الخيرية Press Releases يتم استخدام طريقة الهرم المقلوب لكتابة المقدمة الرئيسية في بداية البيان الخيري.
٢٧	خلال التخطيط لعملية الكتابة في عمل العلاقات العامة يتم دراسة البيانات الديموغرافية الخاصة بالفئة المستهدفة وتعرف هذه العملية بتحليل إنجازات الجمهور.
٢٨	تعطي الشركات العملاقة الدولية العامل الثقافي حيز في عملية التخطيط لمضمون رسالة العلاقات العامة ويسعى بأسلوب الوحي بالتنوع الثقافي Cultural Diversity style.
٢٩	يتم إستخدام القصص الخيرية من أجل التأثير على مساهمين الشركات المساهمة.
٣٠	من خطوات الكتابة الفعلية . اختيار استراتيجية، ومنها استراتيجية تستخدم العاطفة والمعلومات من البيئة المستهدفة وتسعى إستراتيجية البراهين.
٣١	اثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بنهي جديد ومميز من أهداف القيام بعملية التقييم والمراقبة في الكتابة للعلاقات العامة هو رفع الانتاج الفعال ورفع كفاءة الاتفاق والنخطط.
٣٢	نظرياً يتم تقييم الرسالة الاتصالية . خلال العمله الاتصال فقط.
٣٣	من متطلبات الكتابة الأساسية توفر الوحدة، الترابط والقوة في الرسالة الاتصالية المكتوبة.
٣٤	استراتيجية الحجج والبراهين Argument strategy تستخدم في الرسائل الاقناعيه التي تخاطب عقل الجمهور المهتم أساساً بالموضوع.
٣٥	هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة.
٣٦	البحوث الأولية في عملية التخطيط للكتابة هي التي تقوم بها جهات خارجية متنوعة.
٣٧	الامام والفهم العميق والتخصص المهني ليس من ضروريات نجاح القصص الخيرية.
٣٨	من أهداف كتابة الرسائل الاتصالية في العلاقات العامة الاقناع.
٣٩	القصص الخيرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تغطية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل.



٢٨	من أهداف البيان الخيري في العلاقات العامة بناء رأي عام إيجابي وكسب ثقة عملاء المنظمة.	✓	٤٦	من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا ب إذن مسبق.	✓
٢٩	الاستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحفية.	✗	٤٧	إنهاك السرية هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات بتكليف للعمل واستخدامها.	✓
٣٠	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تبادلها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين.	✓	٤٨	لتقديم الإعلانات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي.	✓
٣١	الكتابة للعلاقات العامة هي ترمز للمهارات التحريرية اللازمة لممارس 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.	✓	٤٩	ممارس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل.	✗
٣٢	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في الطرح.	✓	٥٠	من أسس تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحتوى اللغوي وعدم التركيز على تقسيمات المساحة الاعلانية.	✗
٣٣	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقفية والتي تركز في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.	✗	٥١	من وظائف العناوين تلخيص النص للقارئ.	✓
٣٤	رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تشمل على القيم والمبادئ التي تسترشد بها في قراراتها.	✓	٥٢	الكتابة للعلاقات العامة تتحسن بارتفاع معدل قراءة الممارس للعلاقات العامة.	✓
٣٥	من أسباب فشل كتابة رسالة المنظمة mission statement عدم الصدق في الأفعال واستخدام لغة كتابة غامضة.	✓	٥٣	في كتابة القصص الخيرية ليس من الضرورة إعطاء الترتيب الزمني حيز من الاهتمام.	✗
٣٦	مقدمة التوجيه المباشر تهدف إلى حث القراء والمشاهدين والمستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه مصلحة عامة أو خاصة.	✓	٥٤	البيانات الصحفية هي واحدة من أساليب العلاقات العامة للتعامل مع الأزمات.	✓
٣٧	العنوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان دائماً في البداية قبل البدء في تحرير وكتابة المقالة أو الإعلان.	✗	٥٥	الأسلوب المهني Professional style يستخدم التقارير ومحاضر الجلسات والاجتماعات ومذكرات العمل ويتميز بالصفة الرسمية والقانونية.	✗
٣٨	من أسباب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة والغامضة.	✓			
٣٩	خلال عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للرسالة الاتصالية مثل التأثير على اتجاهات ومواقف الجمهور.	✓			
٤٠	خطابات العمل بالمجمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المرؤوس فقط.	✗			

مع أمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح ...



نموذج (٥)	
أجب عن الأسئلة التالية في النموذج للحدود للإجابة بصواب أو خطأ (عدد الأسئلة - خمسون سؤالاً)	
١٣	في كتابة البيانات الخبرية Press Releases يتم استخدام طريقة الهرم المقلوب لكتابة المقدمة الرئيسية في بداية البيان الخبري.
١٤	خلال التخطيط لعملية الكتابة في عمل العلاقات العامة يتم دراسة البيانات الديموغرافية الخاصة بالفئة المستهدفة وتعرف هذه العملية بتحليل اتجاهات الجمهور.
١٥	هناك ثلاثة أهداف رئيسية لإستخدام المطويات هدف معلوماتي ، هدف تأثيري (عاطفي) هدف تعريف.
١٦	يتم إستخدام القصص الخبرية من أجل التأثير على مساهمي الشركات المساهمة.
١٧	من خطوات الكتابة الفعلية ، اختيار استراتيجية، ومنها استراتيجية تستخدم العاطفة والمعلومات من البيئة المستهدفة وتسمى إستراتيجية البراهين.
١٨	البيانات الصحفية هي واحدة من أساليب العلاقات العامة للتعامل مع الأزمات .
١٩	من أهداف القيام بعملية التقييم والمراقبة في الكتابة للعلاقات العامة هو رفع الإنتاج الفعال ورفع كفاءة الإنفاق والتخطيط.
٢٠	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 الإقناعية التي تخاطب عقل الجمهور المهتم أساساً بالموضوع.
٢٣	في كتابة القصص الخبرية ليس من الضرورة إعطاء الترتيب الزمني حيز من الاهتمام.
٢٤	البحوث الأولية في عملية التخطيط للكتابة هي التي تقوم بها جهات خارجية متنوعة.
٢٥	الإلمام والفهم العميق والتخصص المهني ليس من ضروريات نجاح القصص الخبرية.
٢٦	من أهداف كتابة الرسائل الاتصالية في العلاقات العامة الإقناع.
١	من وظائف العناوين تلخيص النص للقارئ.
٢	الأسلوب المهني Professional style يستخدم التقارير ومحاضر الجلسات والاجتماعات ومذكرات العمل ويتميز بالصفة الرسمية والقانونية.
٣	تعطي الشركات العملاقة الدولية العامل الثقافي حيز في عملية التخطيط لمضمون رسالة العلاقات العامة ويسمى بأسلوب الوعي بالتنوع الثقافي Cultural Diversity style
٤	من أسباب فشل كتابة رسالة المنظمة mission statement عدم الصدق في الأفعال وإستخدام لغة كتابه غامضة.
٥	المطويات الإلكترونية E-brochures (التفاعلية) ترمز لإستخدام التقنية الحديثة في نشر وتقييم عمل المطويات بكفاءة أعلى وتكلفة أقل.
٦	تعد خطابات العمل التقليدية أحد أبرز أدوات العلاقات العامة الغنية لنقل الأخبار الدورية للعملاء.
٧	من مزايا البيانات الخبرية Press Release السرعة والفعالية في إيصال الرسالة وأداء المهمة وانخفاض التكلفة.
٨	من أهداف البيان الخبري في العلاقات العامة بناء رأي عام إيجابي وكسب ثقة عملاء المنظمة.
٩	آخر خطوات كتابة التقارير الدورية هي تنسيق وتنظيم الحقائق.
١٠	مقدمة القنبلة تستخدم عند الرغبة في إثارة تشويق القراء أو عند وجود معلومات مثيرة للنقاش عند القراء.
١٩	الكتابة للعلاقات العامة ترمز للمهارات التحريرية اللازمة لممارس 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.
١٤	تطور وسائل الاتصال انعكس بالسلب على عمل العلاقات العامة.



٤٠	خطابات العمل بالمجمل تستخدم صيغة المخاطب الفردي من رئيس العمل إلى المرؤوس فقط.	٢١	القصص الخبرية News story تركز على العديد من الأحداث الخاصة بالمنظمة وتقدم تغطية إعلامية لها في قالب واحد وظهور واحد شامل.
٤١	من حق الشركات حماية علامتها التجارية من الاستخدام من قبل الآخرين إلا بإذن مسبق.	٢٢	اختيار الوسيلة الاتصالية المناسبة يتطلب النظر في خصائص الجمهور المستهدف.
٤٢	انتهاك السرية هو تعدي ممارس العلاقات العامة على معلومات بنكية للعميل واستخدامها.	٢٣	الاستغناء عن الكلمات الزائدة والألفاظ البسيطة الواضحة من قواعد الكتابة الصحيحة.
٤٣	لتقويم الإعلانات تستخدم البحوث الموضوعية لمعرفة وقياس البعد المعرفي.	٢٤	أسلوب الكتابة المهني Professional يستخدم في الرسائل التي يتم تبادلها بين متخصصين يعملون في مجال مهني واحد مثل المهندسين.
٤٤	ممارس العلاقات العامة لا يمكنه مراعاة الحقوق الفكرية بسبب التطور الرقمي الهائل.	٢٥	من أساليب تقويم الرسالة بعد النشر: المسوح الإحصائية لرصد وتقييم كل ما يتعلق بمالك (ملاك) المنظمة المصدرة للرسالة الاتصالية.
٤٥	من أسس تصميم الإعلان المطبوع الاهتمام بالمحتوى اللغوي وعدم التركيز على تقسيمات المساحة الاعلانية.	٢٦	الرسائل ذات الهدف الإعلامي To inform تعتمد على وجود معلومات حديثة وكذلك عدم المبالغة في الطرح.
٤٦	ممارس العلاقات العامة لا بد أن يحذر من أي رسالة اتصالية تؤدي أو تحققر الشخصيات العامة أو المنظمات.	٢٧	من أهداف الرسائل الاتصالية، الأهداف الموقفية والتي تركز في التأثير على سلوك الجمهور في الموضوع المطروح.
٤٧	الكتابة للعلاقات العامة تتحسن بإرتفاع معدل قراءة الممارس للعلاقات العامة.	٢٨	رؤية المنظمة أو الشركة من الضروري أن تشمل على القيم والعباء التي تسترشد بها في قراراتها.
٤٨	هناك وسائل عديدة لتقييم إعلانات العلاقات العامة ولا تتضمن قوائم المراجعة.	٢٩	تعدد القوالب الفنية للكتابة للعلاقات العامة ولكنها تشترك في ضرورة القدرة على البحث عن المعلومة، الفهم والتفسير لخبرة القائمة على التدريب والممارسة.
٤٩	إثارة انتباه الجمهور تبدأ من بدء الرسالة بشيء جديد ومميز.	٣٠	نمة التوجيه المباشر تهدف إلى حث القراء والمشاهدين مستمعين على القيام بفعل محدد أو توجيههم إلى عمل فيه سلطة عامة أو خاصة.
٥٠	المسوح الإحصائية أقل الأساليب البحثية تكلفة وتستخدم لقياس ورصد كل ما يتعلق بالرسالة.		نوان هو أحد عناصر نجاح الكتابة ويتم وضع العنوان ساً في البداية قبل البدء في تحرير وكتابة المقالة لإعلان.
			أسباب فشل كتابة رسالة الشركات اللغة الضعيفة مضرة.
			عملية التخطيط للكتابة يتم وضع الأهداف الرئيسية للاتصالية مثل التأثير على اتجاهات ومواقف الجمهور.

مع أمنياتنا لكم بالتوفيق والنجاح ...