

جامعة دمشق

كلية الاعلام - النظام المفتوح

اجوبة وسلم درجات مقرر تخطيط الحملات الاعلامية

السنة الرابعة الفصل الاول 2022-2023

س1- من الاشكاليات التي تعترض الباحث في مجال الاعلان " اشكالية طبيعة المستهلك". اشرح ذلك بنا لا يتجاوز 10 اسطر.؟ (40 درجة).

الاجابة: المستهلك كيان معقد دائم التغيير، فالمستهلك ذو طبيعة بشرية معقدة التركيب، تأثر المستهلك بعوامل لا شعورية، التأثر بالثقافة والعادات والتقاليد، مستوى الدخل، المستوى الاجتماعي، احتياجات المستهلك من وقت لآخر فهي ليست ثابتة وليست دائمة، سريعة التغيير، صعوبة تغيير سلوك المستهلك.

س2- اذكر خمسا من الانتقادات التي توجه الى الاعلان بدون شرح؟ (20 درجة).

الاجابة:

- 1- الاعلان يدفع المستهلك لشراء سلع لا يحتاجونها.
- 2- الاعلانات تكلفة اضافية يدفعها المستهلك.
- 3- الاعلانات كثيرا ما تضايق مستخدمي وسائل الاعلام.
- 4- يعمل الاعلان على تكريس ثقافة الاستهلاك ويقلل فرص الانتاج المحلي.
- 5- الاعلان يخلق انماطا استهلاكية سيئة خاصة لدى الاطفال.
- 6- الاعلانات مضللة .

س3- تحدث عن أطراف عملية الاتصال وعناصرها بما لا يزيد عن خمسة أسطر؟

الجواب: (20 درجة)

الطرف الاول: المرسل، عناصره التفكير، الفهم، العقيدة.

الطرف الثاني: المستقبل: عناصره، الرغبة، الفهم، الاقتناع.

+ خبرة مشتركة سابقة أو لاحقة، ولغة ومصالح مشتركة.

جامعة دمشق

كلية الاعلام - النظام المفتوح

اسئلة امتحان مقرر تخطيط الحملات الاعلامية السنة الرابعة

الفصل الاول لعام 2022-2023

السؤال الاول: (40 درجة)

س - من الاشكاليات التي تعترض الباحث في مجال الاعلان اشكالية "طبيعة المستهلك" . اشرح ذلك بما لا يتجاوز 10 اسطر؟

السؤال الثاني: (20).

س - اذكر خمساً من الانتقادات التي توجه الى الاعلان، بدون شرح؟.

السؤال الثالث: (20).

س - تحدث عن اطراف عملية الاتصال وعناصرها ، بما لا يزيد عن خمسة اسطر؟.

السؤال الرابع: (20).

س - متى يصبح الاعلان غير ذي أهمية او بلا قيمة؟.



د. زياد فدور

انتهت الاسئلة

ارجو لكم التوفيق

19

جامعة دمشق

كلية الاعلام - النظام المفتوح

اسئلة امتحان مقرر تخطيط الحملات الاعلامية السنة الرابعة

الفصل الاول لعام 2022-2023

السؤال الاول: (40 درجة)

س - من الاشكاليات التي تعترض الباحث في مجال الاعلان اشكالية "طبيعة المستهلك" . اشرح ذلك بما لا يتجاوز 10 اسطر؟

السؤال الثاني: (20) .

س - اذكر خمساً من الانتقادات التي توجه الى الاعلان، بدون شرح؟.

السؤال الثالث: (20) .

س - تحدث عن اطراف عملية الاتصال وعناصرها ، بما لا يزيد عن خمسة اسطر؟.

السؤال الرابع: (20) .

س - متى يصبح الاعلان غير ذي أهمية او بلا قيمة؟.



د. زياد قدور

انتهت الاسئلة

ارجو لكم التوفيق

س4- متى يصبح الاعلان غير ذي اهمية او بلا قيمة؟ (20 درجة).

الاجابة :

- 1- عندما يصبح المنتجون كالعبيد لا يعرفون مزايا او قيمة السلعة.
- 2- عندما تصاب السلع بالكساد، ويكون العرض اكثر من الطلب.
- 3- عند حدوث تضخم مستمر وارتفاع الاسعار الجنوني.
- 4- قلة الموارد وضعف الدخل.
- 5- عدم توازن موازين التجارة وغير ذلك من امراض التضخم.
- 6- اقتناء الاشياء يؤدي بالفرد الابتعاد عنها رغم الاعلانات.

مدرس المقرر د. زياد قدور