

سلم تصحيح مادة فن الاعلان / س 3 / ف 2 / 2022-2023

السؤال الأول: املأ الفراغات التالية (30 درجة) لكل فراغ علامة عدا التعداد الثاني لكل فراغ علامتان

- 1- أهم أشكال الدخول إلى السوق الدولية التصدير - الامتياز - الترخيص - المشروعات المشتركة - الاستثمار المباشر.
- 2- عدم إمكانية أن تكون الخدمات ملموسة تقود المستهلكين إلى مواجهة صعوبة في تقديم الخدمات المنافسة - رؤية مستويات عليا من الخطر - التركيز على مصادر المعلومات الشخصية.
- 3- الوظائف الأساسية للاتصال الاجتماعي 1.....2.....3..... محذوف
- 4- الرسالة الخفيفة هي الرسالة التي تعتمد على مخاطبة قلوب المستهلكين المستهدفين من خلال روح الدعاية والفكاهة، بدلاً من الاعتماد على النصوص الجامدة.
- 5- أبرز أسباب نمو وانتشار الإعلان الدولي نمو وتوسع وانتشار الشركات متعددة الجنسيات - تعاظم الأرباح - ثورة المعلوماتية والاتصالات والنقل - الاتفاقيات والمنظمات التجارية والاقليمية والدولية.
- 6- تمر عملية تصميم الرسالة الاعلانية بخطوات أساسية هي تحديد الفكرة، وضع هيكل الإعلان، تحديد العناصر التي يحتوي عليها الإعلان.
- 7- التفكير الابتكاري نوعان هما التفكير التحليلي والابتكاري.
- 8- يتم إثبات الدعوى (البرهان) من خلال أساليب عدة منها عرض لتجربة السلعة - شهادة ضمان - إعادة الثمن للمستهلك إذا لم يجد السلعة كما أعلن عنها - استخدام شخصيات مشهورة - قيام المستهلك بتجربة السلعة بنفسه.
- 9- تلازم الخدمات تقود المستهلك إلى مساعد منتج الخدمة - غالباً ما يكون مساعد مستهلك لخدمة مع مستهلكين آخرين - غالباً ما يضطر للسفر إلى مقر إنتاج الخدمة.

السؤال الثاني: عرف ما يلي (20 درجة) (لكل تعريف كامل أربع درجات)

- العنوان الأمر - المدخل التخيلي - الاستراتيجية الابتكارية - الامتياز - الشعار.
- العنوان الأمر: يأخذ صفة الأمر عند توجيهه للجمهور، وقد يأخذ شكلاً غير مباشر، وتتم صياغته بفعل الأمر من أجل حث المستهلك على اتخاذ القرار الشرائي.
- المدخل التخيلي: يتم تقديم معلومات حقيقية، ولكن في أسلوب يفسح المجال للجمهور المستهدف للتخيل.

الامتياز: يمنح الامتياز أصحابه الحق بتبني عملية إنتاجية معينة، واستخدام الاسم التجاري ولفترة زمنية محددة، ويمكن محدد، نظير الحصول على مقابل مالي من الحاصل على الامتياز.

الاستراتيجية الابتكارية: هي خطة عمل تحدد هدفاً ما أو برنامج عمل، ويجب أن تكون منضبطة.

الشعار: عبارة عن جملة إعلانية تتميز بالوضوح وسهولة الحفظ والتذكر، تتعرض لموضوع الإعلان بهدف جذب المستهلك، وخلق نوع من التأثير النفسي عليه لتوليد الرغبة لديه لمعرفة ما وراء الشعار.

السؤال الثالث: قارن بين كل مما يلي (20 درجة) الأول والرابع لكل منهما 4 درجات - الثاني والثالث لكل منهما ست درجات

1- الخدمات من حيث نمط الطلب.

النمط المؤقت - النمط الدائم - النمط اليومي - الاسبوعي - الشهري - لا يمكن التنبؤ به

2- العنوان المباشر والعنوان الاستفهامي من حيث الأسلوب.

المباشر: يتميز بطبيعته الإخبارية لأنه يقدم معلومات مباشرة عن السلعة أو الخدمة، ويقلل من اهتمام المستهلك بتفاصيل الإعلان.

الاستفهامي: يأخذ صفة الاستفهام أو الاستفسار بقصد إثارة اهتمام القارئ للتعرف على الإجابة أو لمقارنة الإجابة التي ساورت ذهنه مع الجواب الصحيح لهذا التساؤل.

3- التفكير التحليلي والابتكاري من حيث التنبؤ والربط بين الأفكار.

التنبؤ في التحليلي: يمكن التنبؤ، وقد يعتمد على الربط بين الأفكار التي بينها ارتباط.

التنبؤ في الابتكاري: لا يمكن التنبؤ، وقد يربط بين أفكار لا يوجد بينها ارتباط.

4- الخدمات الانتاجية والخدمات الاستهلاكية من حيث الفائدة.

الانتاجية: تقدم الأعمال، بحيث يمكن أن تنتج شيئاً آخر ذا منفعة اقتصادية.

الاستهلاكية: تقدم للأفراد من أجل متعتهم أو منفعتهم الخاصة، ولا ينتج عنها مزيد من المنفعة الاقتصادية.

السؤال الرابع: اختر الاجابة الصحيحة: (30 درجة)

1. العنوان الذي يركز على مدخل الأخبار القصصية (الانتقائي - المحدد الهوية - المثير للشعور - الإخباري).
2. يجب أن تتوافق الدعوة الإعلانية مع (أهداف الإعلان - خصائص الإعلان - وظائف الإعلان - إيديولوجيا الإعلان).
3. المبالغة في الإدعاءات أثناء ابتكار الرسالة الإعلامية يؤدي إلى (زيادة المبيعات - فقدان مصداقية المعلن - نجاح الإعلان).
4. خدمات تصفيف الشعر خدمة (إنتاجية - استهلاكية - إنتاجية استهلاكية - ملموسة).
5. أصعب عناصر المزيج الترويجي والذي لا تصلح معه المعايير (الإعلان - البيع الشخصي - النشر - تنشيط المبيعات).
6. إن عدم القدرة على امتلاك خدمة ما يعود إلى (هلاکها - عدم كونها ملموسة - تنوعها - هلاکها وعدم كونها ملموسة).
7. دعم الإدعاء يفيد في (تأكيد مصداقية الرسالة - يساعد في عملية التقييم - أحد عناصر المزيج الترويجي).
8. التوفيق بين العبارات والتصورات أثناء العملية الابتكارية يكون في مرحلة (المزج - الاحتضان - الإعداد - الإحباط).
9. إضفاء الواقعية للسلعة يكون عن طريق (الألوان - الشعار - الإشارات - الرموز).
10. مستوى التعليم من المتغيرات المتعلقة ب (البيئة القانونية - البيئة السكانية - البيئة لثقافية - البيئة السياسية).

مدرسة المقرر

د. دالين الابراهيم

