



قائمة الاسئلة

تخطيط حملات إعلانية-المستوى الثالث-العلاقات العامة والإعلان - عام + موازي (طالبات فقط) - كلية الإعلام - درجة الامتحان (50)

أ.م.د. عمر عبرين

- (1) خصائص الهدف الإعلاني الجيد، هي صفات أساسية يمكن جمعها في كلمة (Smart).
- (1) + صح
(2) - خطأ
- (2) يعرف الهدف الإعلاني، بأنه ما يريده المعلن من القارئ أو المستمع أو المشاهد أن يفعله قبل التعرض للإعلان.
- (1) - صح
(2) + خطأ
- (3) من خصائص الفكرة الإعلانية للحملة، أن تكون معتادة ومتوقعة.
- (1) - صح
(2) + خطأ
- (4) استراتيجية نمط الحياة، ترى أن المنتج ليس فقط مكوناً له صفات، ولكنه مكمل لطريقتنا في الحياة.
- (1) + صح
(2) - خطأ
- (5) الحملات الإعلانية أحد أنشطة العلاقات العامة التي يجب أن تخضع للتخطيط العلمي.
- (1) - صح
(2) + خطأ
- (6) هناك استراتيجيتان رئيسيتان لتجزئة السوق، استراتيجية التركيز واستراتيجية الشرائح المتعددة.
- (1) + صح
(2) - خطأ
- (7) استراتيجية الادعاء العام، يستخدم فيها أسلوب الأمر لتحقيق الاستجابة المطلوبة.
- (1) - صح
(2) + خطأ
- (8) عرف (Frazer) الاستمالات الإعلانية بأنها سياسة أو مبادئ تحدد الخصائص المميزة للرسائل الإعلانية.
- (1) - صح
(2) + خطأ
- (9) الاستمالات أو الأوتار العاطفية، هي الاستمالات الموجهة إلى عقل المستهلك.
- (1) - صح
(2) + خطأ
- (10) من خصائص الهدف الإعلاني الجيد، الوضوح والتحديد والقابلية للقياس والتنفيذ.
- (1) + صح
(2) - خطأ
- (11) يقصد بالبيئة التسويقية، مجموعة من المتغيرات الداخلية والخارجية المرتبطة بالمنشأة والمؤثرة على تخطيط الحملة.
- (1) + صح
(2) - خطأ
- (12) من أهم الاستمالات العاطفية، الدفء والمكانة والجاذبية والخوف والمرح.
- (1) + صح
(2) - خطأ
- (13) من خصائص الفكرة الإعلانية الجيدة، أن تخاطب احتياجات ومصالح الجمهور المستهدف.
- (1) + صح
(2) - خطأ
- (14) استراتيجية التكلفة المنخفضة، وفيها يتم تقديم السلعة بأسعار منخفضة للمعلنين.
- (1) - صح
(2) + خطأ
- (15) تقسيم السوق على أساس متغير واحد، وفيه يتم استخدام أكثر من سمه لتقسيم السوق.
- (1) - صح
(2) + خطأ





- (16) تهتم بتوزيع السكان تبعاً لسمات معينة مثل، السن والجنس والحالة الاجتماعية والمهنة، وهي:
- (1) + الأُسُس الديموغرافية
 - (2) - الأُسُس الجغرافية
 - (3) - الأُسُس السيكوجرافية
 - (4) - الأُسُس السلوكية
- (17) تعتمد على ميل الإنسان إلى تقليد الشخصيات المشهورة، هي استراتيجية:
- (1) - نمط الحياة
 - (2) + المحاكاة
 - (3) - المعلومات
 - (4) - الدافعية
- (18) من أمثلة الاستمالات العقلية المنطقية، هي:
- (1) - استمالة الشخصيات الشهيرة
 - (2) - استمالة الذات
 - (3) - استمالة المكانة
 - (4) + استمالة السعر
- (19) تتكون من المشتريين أو الأفراد الذين يشترون المنتجات بهدف استهلاكها، هي:
- (1) - أسواق الصناعيين
 - (2) - أسواق المهنيين
 - (3) + أسواق المستهلكين
 - (4) - أسواق قطاعات الأعمال
- (20) تركز على الإعلان ووسائل تنشيط المبيعات، هي استراتيجية:
- (1) + الجذب
 - (2) - الدفع
 - (3) - التمييز
 - (4) - التبعية
- (21) الانفاق الاستهلاكي " ، من أهم متغيرات البيئة:
- (1) - الاجتماعية
 - (2) + الاقتصادية
 - (3) - الثقافية
 - (4) - التكنولوجية
- (22) هو ما يسعى مخطط الحملة الإعلانية إلى تحقيقه بعد تعرض المستهلكين لرسائل الحملة:
- (1) - الموقف التسويقي
 - (2) - ميزانية الحملة
 - (3) - الوسائل الإعلانية
 - (4) + أهداف الحملة
- (23) استخدام الحملات الإعلانية أكثر من وسيلة إعلانية، هي تعبير عن خاصية:
- (1) - التركيز
 - (2) + الانتشار
 - (3) - الاتجاه إلى جماهير محددة
 - (4) - الامتداد خلال الزمن
- (24) يتحقق التشابه في إعلانات الحملة الإعلانية، من خلال استخدام نفس التصميم والألوان والشخصيات الإعلانية:
- (1) + التشابه البصري
 - (2) - التشابه السمعي
 - (3) - التشابه اللفظي
 - (4) - التشابه في الاتجاه
- (25) من سمات أهداف الحملات الإعلانية الجيدة، أن تحدد:
- (1) - وسائل الإعلان
 - (2) - ميزانية الإعلان
 - (3) + نقطة البدء



