|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **المملكة العربية السعودية**  **وزارة التعليم**  **الثانوية ١١٣** |  | **الصف / الثالث ثانوي**  **الزمن :50 دقيقة**  **عدد الصفحات / 2** |

**اسم الطالبة:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |
| --- |
|  |
| **20** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| "*اللَّهُمَّ لا سَهْلَ إِلاَّ ما جَعَلْتَهُ سَهْلاً، وأنْتَ تَجْعَلُ الحَزْنَ إذَا شِئْتَ سَهْلاً".*  السؤال الأول🙨⁂  اختاري الإجابة الصحيحة فيما يأتي: | | | | | | |
| 1. أكثر أدوات العلاقات العامة القائمة على الدعاية شيوعاً هي : | | | | | | |
| أ) البيان الصحفي | | ب) الرعاة | | ج) الخطابات | | د) بيانات المصدر الفردي |
| 1. شكل مدفوع الاجر من الرسالة غير الشخصية التي تنقل الى جمهور مستهدف عبر وسيلة إعلامية هو: | | | | | | |
| أ) الإعلان | | ب) العلاقات العامة | | ج) البيع الشخصي | | د) ترويج المبيعات |
| 1. يروج للصور والأفكار المؤسسية والقضايا الأساسية والقضايا العامة هو: | | | | | | |
| أ) الإعلان المؤسسي | | ب) الإعلان عن منتج | | ج) الإعلان المحلي | | د) الإعلان التنافسي |
| 1. من اشكال الإعلان التنافسي : | | | | | | |
| أ) الإعلان المقارن | | ب) الإعلان التذكيري | | ج) الإعلان التعزيزي | | د) جميع ما سبق |
| 1. اعلان يركز على تحفيز الطلب على فئة منتج بإخبار المستهلكين المحتملين عن مزايا المنتج واستخداماته ومنافعه هو: | | | | | | |
| أ) الإعلان الرائد | | ب) الإعلان التنافسي | | ج) الإعلان المناصرة للقضايا | | د) الإعلان المحلي |
| 1. سلسلة من الإعلانات ذات صفات بصرية وذوق وموضوع متشابهين هي: | | | | | | |
| أ) الحملات الاعلانية | ب) خطة الإعلان | | ج) الاعلان | | د) علاقات عامة | |
| 1. هو مجموعة من الناس تستهدفهم الإعلانات : | | | | | | |
| أ) الجمهور المستهدف | | ب) تحديد الاهداف | | ج) تقسيم الإعلان | | د) تطوير الخطة الاعلانية |
| 1. هي الجزء الشفهي او المكتوب من الإعلان ويشمل عناوين رئيسية وعناوين فردية : | | | | | | |
| أ) العمل الفني | | ب) النسخة | | ج) الرسالة | | د) الاتصال |
| 1. توفر المعلومات التي تربط التعرض للإعلانات بسلوك الشراء : | | | | | | |
| 1. بيانات المصدر الفردي | | 1. الاختبار اللاحق | | ج) تعريف النجاح | | د)تذكر المستهلك |
| 1. مجموعة واسعة من مجهودات الاتصال المستخدمة لإنشاء علاقات إيجابية بين المؤسسة وأصحاب المصلحة واشخاص ذوي مكانة رفيعة والحفاظ على هذه العلاقات هي : | | | | | | |
| 1. العلاقات العامة | | 1. البيع الشخصي | | ج) الإعلان | | د) ترويج المبيعات |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **السؤال الثاني🙨⁂**  **ضعي كلمة (صح) أمام العبارة الصحيحة وكلمة (خطأ) أمام العبارة الخاطئة فيما يلي:** | | |
| **1** | يؤدي الترويج أربعة أدوار رئيسية للمسوقين | **( )** |
| **2** | من اهداف الترويج البيع الشخصي | **( )** |
| **3** | تعتبر العلاقات العامة عنصر من عناصر المزيج الترويجي | **( )** |
| **4** | المعلومات المشتتة للانتباه في الارسال او قناة الرسالة او بيئة المتلقي هو فك الترميز | **( )** |
| **5** | الهدف من الإعلان هو الوصول الى اعداد محدودة من الأشخاص | **( )** |
| **6** | الاتصال الشخصي هو تدفق المعلومات في اتجاه واحد | **( )** |
| **7** | المنتجات مرتفعة السعر تحتاج الى البيع الشخصي | **( )** |
| **8** | التسويق شامل القنوات هو بيع المنتجات والخدمات للمستهلكين بطريقة متعددة الابعاد ويتطلب نهجاً تسويقياً متنوعاً | **( )** |
| **9** | عندما تسوق المنتجات من خلال التوزيع المكثف يعتمد المنتجون بشكل كلي على الإعلان وترويج المبيعات | **( )** |
| **10** | تعتبر الدعاية رسالة في شكل قصص إخبارية حول المؤسسة او منتجاتها وتنقل عبر وسيلة إعلامية مجاناً الى المؤسسة نفسها | **( )** |

**سؤال تحسين : (اختياري)**

**عددي عناصر المزيج الترويجي :**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**انتهت الأسئلة وفقك الله ،،، معلمة المادة/ ريم اليامي**