

الاجابة النموذجية لامتحان الاتصالات التسويقية المتكاملة.

الجواب الاول: (3نقاط)

1/ الاتصال في المؤسسة: هو عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر لتبادل المعلومات والاراء و للتأثير في المواقف والاتجاهات، وهو المصدر الأساسي للمعلومات التي تسهل عملية اتخاذ القرارات داخل المؤسسة. (1)

2/ مهارات الاتصال: تتمثل في خمس مهارات: مهارة الاستماع، مهارة التحدث، مهارة ادارة عملي ة الاتصال، مهارة التأكيد على الذات ومهارة التعامل مع النقد. (1)

3/ الضوضاء: هي الظروف المحيطة بعملية الاتصال، لها تأثير كبير على نجاحها، وقد يكون التشويش تقني أو انساني. (1)

الجواب الثاني: (5نقاط) ان طبيعة المنتج والسوق تؤثر في اختيار المزيج الترويجي

طبيعة المنتج: أ/ السلع الاستهلاكية: تعتمد على الاشهار وتنشيط المبيعات. (1)

ب/ السلع الصناعية: تعتمد على البيع الشخصي والعلاقات العامة. (1)

طبيعة السوق: أ/ النطاق الجغرافي: إذا كان السوق واسعا يتم استخدام الاشهار وتنشيط المبيعا ت وفي حال العكس يتم استخدام البيع الشخصي (1). ب/ درجة تركيز السوق: كلما قل عدد الم شترين المحتملين تم استخدام البيع الشخصي أكثر من الاشهار (1) ج/ نوع المستهلك: إذا كان ا لمستهلك نهائي يتم استخدام الاشهار، أما إذا كان المشتري صناعي فيتم استخدام رجال البيع (1)

الجواب الثالث: (6نقاط)

عناصر المزيج الترويجي				الاسس
العلاقات العامة (0.25)	تنشيط المبيعات (0.25)	البيع الشخصي (0.25)	الاشهار (0.25)	
مزوجة (0.25)	مزوجة (0.25)	شخصية/مباشرة (0.25)	غير شخصية (0.25)	الجهود التسويقية
تدعيم وتحسين صورة وسمعة المؤسسة أمام جماهيرها. (0.25)	زيادة المبيعات الحالية، المحافظة على المستهلكين الحاليين (0.25)	الاتصال المباشر بالمستهلكين، تزويد المؤسسة بالمعلومات (0.25)	خلق الوعي بالسلعة، تغيير الاتجاهات (0.25)	الأهداف
خلق أو انشاء الثقة بين الجماهير المحافظة على العلاقات (0.25)	إجراء الزبائن بالتخفيضات التأثير عليهم ودفعهم للشراء (0.25)	كشف حاجات ورغبات المستهلك، معرفة الدوافع المحركة لردود أفعالهم (0.25)	توفير المعلومات/تحقيق الاشباع (0.25)	الأهمية
طويل (0.25)	قصير (0.25)	طويل (0.25)	طويل (0.25)	مدى التطبيق
الاعلان المؤسسي، الدعاية، الأحداث الخاصة، المؤتمرات الصحفية. (0.25)	المسابقات، العينات المجانية المعارض، الحوافز والمكافآت التخفيضات (0.25)	المطويات، الكتيبات، الاقراص المرنة والمضغوطة (0.25)	الصحف والمجلات، التلفاز الراديو الانترنت والبوستر (0.25)	الوسائل المستخدمة

الجواب الرابع (7نقاط):

1/ تعتمد استراتيجية الاتصال الاقناعي الفعال على: تحديد الجمهور المستهدف في الاستراتيجية

ية بشكل واضح ودقيق. (1)

2/ ما المصطلح الذي يطلق على حالة قيام شركة بتعديل مزيجها الترويجي أو السلعة ذاتها بعد أن قامت بطرحها في السوق: **تغذية عكسية. (1)**

3/ تقوم شركة ما بتوحيد مزيجها الترويجي مع مزيجها التسويقي بشكل منتظم فهي تتبع:
اتصالات تسويقية متكاملة. (1)

من قبل العملاء. ماهي4/ تصور أن معظم عملائك يدركون منتجاتك ويعرفونها،
الاداة الترويجية الأكثر فاعلية التي ينبغي على شركتك استخدامها في حالة كهذه: **البيع الشخصي. (1)**

5/ بعد جذب انتباه المشتري المرتقب يتمثل التحدي الحقيقي لمندوب البيع في: **اثارة اهتمام المشتري المرتقب بالعرض البيعي. تحفيز رغبته في شراء المنتج باستخدام العرض البيعي. (1)**

6/ تستخدم شركة أنواع من الاعلانات التي تستهدف بناء صورة جيدة عنها عوضا عن ترويج سلعة أو خدمة معينة. على هذا النوع من الاشهارات: **مؤسساتية. (0.5)**

7/ أي من عناصر المزيج الترويجي التالية يتضمن الكتالوجات والتسويق عبر الهاتف، الأكشاك والانترنت وما شابه: **تسويق مباشر. (0.5)**