

مادة الحوسبة وتكنولوجيا المعلومات - المستوى الحادي عشر

الفصل الأول/2021-2022

تدريبات عامة - (من صفحة 10 الى صفحة 21)

ملاحظة هامة: هذه التدريبات لا تغني عن الكتاب المدرسي

السؤال الأول : عرف المفاهيم التالية تعريفاً وافياً

الإعلان:	هو نوع من التواصل أحادي الاتجاه بين مرسل للمعلومات ومستقبل لها.
وسائل الإعلام:	هي قنوات إعلامية مختلفة يتم من خلالها إيصال الإعلانات للمستخدمين.
التسويق الإلكتروني:	هو عملية تتضمن تخطيط وتنفيذ مهمات تسويق وتوزيع وتسعير المنتجات والخدمات باستخدام بيئة محوسبة مثل الإنترنت.
الإعلان المباشر:	هو نوع من الاعلانات يقدم رسالة ترويجية بشكل صريح يمكن للجميع ادراكها من خلال السمع والرؤية أو القراءة.
الإعلان غير المباشر:	هو نوع من الاعلانات يقدم رسالة ترويجية ضمنية يتلقاها المستهلك في سياق غير إعلاني.
التسويق بدمج المنتج:	هو أحد أساليب التسويق يتم الإشارة الى منتجات أو علامات تجارية داخل انتاج آخر كفيلم أو برنامج تلفزيوني للترويج لها.
التسويق السلبي:	هو أحد أساليب التسويق يتم الإشارة الى المنتجات المنافسة مع التركيز على سماتها السلبية لجعل منتجاتها تبدو أفضل في نظر المستهلكين.
شعار الشركة:	هو علامة رسومية أو رمز يستخدم للمساعدة في الترويج للشركة وتمييزها.

السؤال الثاني : اذكر ميزات التسويق الإلكتروني:

1. توفر للزبائن مزيداً من الراحة
2. تمكن الشركات من خفض التكاليف التشغيلية
3. توفر للزبائن أسعاراً أكثر تنافسية

السؤال الثالث: اذكر وسائل الإعلام مع الأمثلة

وسائل الاعلام	الأمثلة
1-الوسائل الاذاعية	المذياع - التلفاز
2-الوسائل المطبوعة	الصحف والمجلات والمنشورات والنشرات الورقية، الكتيبات واللوحات الاعلانية واللافتات المنشورة
3-الوسائل الخارجية	الجداريات واللوحات الاعلانية
4-وسائل الاعلام عبر الانترنت	وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الويب، رسائل البريد الالكتروني واعلانات الشبكات الاجتماعية
5-الهواتف النقالة	الرسائل القصيرة، التطبيقات، مجموعات الدردشة على وسائل التواصل الاجتماعي

السؤال الرابع: قارن بين التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني

وجه المقارنة	التسويق التقليدي	التسويق الالكتروني
وسائل الإعلام المستخدمة	الوسائل الاذاعية - المطبوعة - الإعلانات الخارجية	الإعلان عبر الهواتف النقالة وشبكة الانترنت
التكلفة	تكلفة أعلى من التسويق الإلكتروني	تكلفة اقل من التسويق التقليدي

السؤال الخامس : اكتب الخطوات الواجب اتباعها لإنشاء حملة إعلانية مع مراعاة الترتيب:

الخطوة الأولى	تحليل هدف الشركة من الإعلان للحصول على فهم أفضل للمنتج والمستهلكين.
الخطوة الثانية	جمع معلومات كاملة عن المستهلكين.
الخطوة الثالثة	اختيار نوع الوسائل الإعلانية المناسبة مع المنتج والمستهلكين.
الخطوة الرابعة	تكرار عملية اختيار نوع الوسائل الإعلانية المناسبة على مدى فترات زمنية محددة لتحقيق افضل فائدة للشركة.

السؤال السادس: اذكر مبادئ الإعلان الفعال

1	اختيار العنوان الجيد
2	طلب اجراء من المتلقي
3	اظهار مصداقية المنتج
4	التركيز على ما يقدمه المنتج للمستهلك
5	التركيز على المنافع وليس الميزات
6	تضمين المعلومات الأساسية

السؤال السابع: اذكر ميزات العنوان الجيد

1	يركز على ميزات المنتج أو الخدمة
2	يركز على المسائل التي تعني بالجمهور
3	يثير الفضول ويدعو لاستكشاف المزيد من المعلومات عن المنتج أو الخدمة

السؤال الثامن: وضح ما يلي

1	ما الهدف الأساسي من الإعلانات؟ الهدف الأساسي هو ارسال رسالة محددة ترمي الى اعلام أو التأثير أو حتى اقناع المستهلكين
2	ما أهمية وجود الشعار في الإعلان؟ يستخدم للترويج لهوية الشركة و كحلقة وصل بين الشركة و زبائها

► أكمل الفراغ فيما يلي :

- 1- الهدف الأساسي لأي نوع من أنواع الإعلانات هو اعلام أو التأثير أو حتى اقناع المستهلكين
- 2- تتميز عملية التسويق الالكتروني عن التسويق التقليدي بأنها اقل تكلفة من الوسائل التقليدية
- 3- من أنواع وسائل الاعلام 1-الوسائل المطبوعة 2-الوسائل الاذاعية
- 4- من امثلة وسائل الاعلام الخارجية 1-الجداريات 2- اللوحات الاعلانية

► صحح ما تحته خط في الجمل التالية :

- 1- يعتبر **التلفاز** الوسيلة الأكثر فعالية لمنطقة جغرافية محددة.
الصواب الراديو .
- 2- يعتبر **الراديو** أكثر وسائل الإعلان تكلفة .
الصواب التلفاز .
- 3- تستهدف الإعلانات **المطبوعة** الزبائن المتحركين.
الصواب الخارجية
- 4- الهدف الأساسي للإعلان **الترفيه والتسلية**
الصواب اقناع أو التأثير على المستهلكين وجذبهم