تم تحميل وعرض المادة من :

موقع واجباتي
www.wajibati.net

موقع واجباتي منصة تعليمية تساهم بنشر
حل المناهج الدراسية بشكل متميز لترتقي بمجال التعليم
على الإنترنت ويستطيع الطلاب تصفح حلول الكتب مباشرة
لجميع المراحل التعليمية المختلفة

GET IT ON Google Play
Download on the App Store

حمل التطبيق من هنا



المملكة العربية السعودية وزارة التعليم الإدارة العامة للتعليم بمحافظة جدة مكتب تعليم الثانوية – مسارات		المقرر/ تخطيط الحملات التسويقية الصف / الثالث عام عدد أوراق الأسئلة / 4 أوراق الزمن / ساعتان

أسئلة اختبار مقرر تخطيط الحملات التسويقية -الدور الأول- الفصل الدراسي الثاني لعام 1445 هـ

اسم الطالبة(كاملا) .....

رقم الجلوس :-.....

الصف : الثالث إداري

التاريخ:- / / 1445هـ

عزيزتي الطالبة:

- اذكري الله قبل البدء بالإجابة .
- اقرئي السؤال جيدا قبل الإجابة للتأكد من المطلوب .
- **تجنبي الغش لأنه ظلمة من ظلمات** يوم القيامة .
- المراجعة النهائية ضرورية جدا والتأكد من حل جميع الأسئلة. والتظليل بقلم الرصاص في المكان الصحيح للسؤال

رقم السؤال	الدرجة		اسم المصححة والتوقيع	اسم المراجعة والتوقيع	اسم المدققة والتوقيع
	رقما	كتابة			
س1					
س2					
س3					
س4					
المجموع					
	40				

14

السؤال الأول:اختاري الإجابة الصحيحة ممايلي ثم ضللي في ورقة التصحيح الآلي:(درجة لكل فقرة)

1. هو نوع من الاتصالات الشخصية التي تدفع الشركات أموالاً لتنفيذها ، ويهدف إلى إعلام العملاء وإقناعهم بشراء المنتجات في عملية تبادلية.							
أ	البيع الشخصي	ب	الإعلان	ج	العلاقات العامة	د	ترويج المبيعات
2. يروج للصور والأفكار المؤسسية الأساسية والقضايا العامة هو:							
أ	الإعلان المؤسسي	ب	الإعلان عن منتج	ج	الإعلان المحلي	د	الإعلان التنافسي
3. من اشكال الإعلان التنافسي يخبر بأن العلامة التجارية مازالت قائمة وتقدم خصائص واستخدامات ومميزات معينة :							
أ	الإعلان التذكيري	ب	الإعلان المقارن	ج	الإعلان التعزيزي	د	جميع ماسبق

يتبع

4. اعلان يركز على تحفيز الطلب على فئة منتج بإخبار المستهلكين المحتملين عن مزايا المنتج واستخداماته ومنافعه هو:							
أ	الإعلان التنافسي	ب	الإعلان الرائد	ج	الإعلان المناصر للقضايا	د	الإعلان المحلي
5. سلسلة من الإعلانات ذات صفات بصرية وذوق وموضوع متشابهين هي:							
أ	خطة الإعلان		الحملات الإعلانية	ج	الموارد	د	الإنتاج
٦-هو مجموعة من الناس تستهدفهم الإعلانات :							
أ	تقييم الإعلان	ب	الجمهور المستهدف	ج	تحديد الأهداف	د	تطوير الإعلان
٧-هي الجزء الشفهي او المكتوب من الإعلان ويشمل عناوين رئيسية وعناوين فردية :							
أ	العمل الفني	ب	النسخة	ج	الرسالة	د	الاتصال
٨- هي تقنية لترويج مبيعات المستهلك الأكثر استخدامًا على مستوى العالم حيث توفر قوة شرائية كبيرة .							
أ	العروض	ب	القسائم	ج	السحوباتة	د	التقسيط
٩-قدرة المسوقين على الحصول على المعلومات الرقمية .							
أ	التفاعل	ب	الاتصال	ج	الوصول	د	التكليف
١٠-تطبيقات مشاركة الصور هي نوع من أنواع التطبيقات التي تمكن المستخدمين من تحميل صورهم ومشارتها مع العالم هي تطبيقات							
أ	الدردشة	ب	مشاركة الفيديو	ج	مشاركة الصور	د	مشاركة المشتريات
١١-هي برمجيات صغيرة في موقع الكترونيأوسطح المكتب والتي تؤدي إلى مهمة بسيطة مثل عرض أسعار الأسهم أو تحديثات المدونات							
أ	الرسائل النصية	ب	التسويق الرقمي	ج	عناصر الواجهة	د	مواقع الويب
١٢-يتضمن إقامة روابط ذات نفع متبادل طويلة الأجل مع عميل عبر التواصل المنتظم عبر قنوات زمنية ممتدة هو							
أ	البيع بالجملة	ب	البيع بالأجل	ج	البيع الشخصي	د	البيع بالعلاقات
١٣- يتغير البيع اليوم نتيجة لإدخال :							
أ	المال	ب	المنافسين	ج	العلاقات	د	التقنية
١٤- من الاعتبارات الي يجب الأخذ بها في التسويق الرقمي							
أ	اعتبارات المنتج	ب	اعتبارات التسعير	ج	اعتبارات المكان	د	جميع ماسبق

السؤال الثاني : ضعي علامة (✔) أمام العبارة الصحيحة و علامة (✘) أمام العبارة الخاطئة فيما يلي ، ثم ضللي في ورقة التصحيح الالي (درجة لكل فقرة)

14

م	(الفقرات)	الإجابة	
1	يشمل التسويق بالمؤثرين أشخاصًا مشهورين يستخدمون أو يعرضون منتجات أو خدمات عبر الإنترنت من إنشائهم		
2	إعلانات جوجل هي اللاعب المهيمن في سوق الإعلان على الإنترنت أو مايعرف بالدفع مقابل النقر		
3	يتعلق التسعير بتصورات رقمية وهو العنصر الأكثر مرونة في المزيج التسويقي		
4	الخطة الأخيرة من خطوات التخطيط الترويجي هي اختيار السوق المستهدفة		
5	لا تسمح منصات التواصل الاجتماعي للمسوقين بالتفاعل مع الترويج بطرائق جديدة مبتكرة		
6	استراتيجية الدفع تروج الشركة منتجاتها مباشرة للمستهلك لتطوير طلب استهلاكي		
7	أي نشاط أو مادة تمنح المستهلكين حافزًا مباشرًا للشراء هي شكل من أشكال ترويج المبيعات		
8	تؤثر سمات الناس في الجمهور المستهدف مثل الجنس والعمر والتعليم		

9	من أهداف الترويج إيجاد الوعي		
10	يساهم في تنفيذ الحملة الإعلانية العديد من الأشخاص والشركات مثل شركات الإنتاج		
11	قد تكون التغذية الراجعة للمرسل في صورة عدد القسائم التي استخدمها المستهلكون		
12	يطلق على التقييم قبل بدء الحملة الإعلانية الاختبار اللاحق		
13	التسوق المرتبط بقضية هو بيع المنتجات للمستهلكين بطريقة متعددة الأبعاد ويتطلب نهجًا تسويقيا متنوعا		
14	الاتصال الجماهيري يقصد به أي مشاركة شخصية للمعلومات		

السؤال الثالث: اختاري من العمود أ ماينا سبه من العمود ب ثم ظللي في ورقة التصحيح الآلي :(درجة لكل فقرة)

8

العمود أ	الإجابة
1- *سياسة السحب*	
٢- *سعة القناة*	
3- *عينة مجانية*	
4-*البيع بالعلاقات*	
5- المقاييس	
6- التدوين الصوتي	
7- تحليلات السوق	
8- فريق البيع	

الحرف	العمود ب
أ	يضم موظفي المبيعات مع موظفين من الإدارة المالية والهندسية والإدارات الأخرى
ب	الأدوات والطرائق لقياس كفاءة أنشطة التسويق وتفسيرها
ج	إنشاء ملفات صوتية أو مرئية يمكن تنزيلها من الإنترنت ويمكن للمستخدمين الاستماع إليها في أي وقت وأي مكان
د	بيانات أو إحصاءات يمكن للشركات استخدامها لمراقبة أو تقييم أدائها
هـ	أو مايسمى بالبيع الاستشاري
و	منتج تمنحه الشركات للمستهلكين مجانًا لدفعهم لتجربته وزيادة حجم المبيعات
ز	حجم المعلومات التي يمكن لكل قناة اتصال معالجته بإتقان وكفاءة
ح	موقف تروج فيه الشركة منتجاتها مباشرة إلى المستهلكين لتطوير طلب استهلاكي قوي عليها
ط	تحويل المعنى إلى سلسلة من المعاني الواضحة والمفهومة

السؤال الرابع : أجيبي على الأسئلة التالية

1 - هناك ثلاثة أغراض محتملة للاتصال تستخدم للترويج لمنتج أو خدمة أو نشاط تجاري ... اذكري اثنين منها ؟ (درجة واحدة فقط)

يتبع

2- اكملي الفراغات التالية : (ثلاث درجات)

* من أدوات التسويق عبر الجوال الأكثر شيوعا .....و.....

** الخطوات العامة في البيع الشخصي : ١.....

٢.....٣.....

الطموح هو المحرك الأساسي لنجاح الإنسان .؛ فلتطمحي .

انتهت الاسئلة

المملكة العربية السعودية وزارة التعليم الإدارة العامة للتعليم بمحافظة جدة مكتب تعليم الثانوية – مسارات		المقرر/ تخطيط الحملات التسويقية الصف / الثالث عام عدد أوراق الأسئلة / 4 أوراق الزمن / ساعتان

أسئلة اختبار مقرر تخطيط الحملات التسويقية -الدور الأول- الفصل الدراسي الثاني لعام 1445 هـ

اسم الطالبة(كاملا) .....

رقم الجلوس :-.....

الصف : الثالث إداري

التاريخ:- / / 1445هـ

نموذج إجابة

عزيزتي الطالبة:

- اذكري الله قبل البدء بالإجابة .
- اقرئي السؤال جيدا قبل الإجابة للتأكد من المطلوب .
- **تجنبي الغش لأنه ظلمة من ظلمات** يوم القيامة .
- المراجعة النهائية ضرورية جدا والتأكد من حل جميع الأسئلة. والتظليل بقلم الرصاص في المكان الصحيح للسؤال

رقم السؤال	الدرجة رقما	الدرجة كتابة	اسم المصححة والتوقيع	اسم المراجعة والتوقيع	اسم المدققة والتوقيع
س1					
س2					
س3					
س4					
المجموع					
	40				

السؤال الأول:اختاري الإجابة الصحيحة ممايلي ثم ضللي في ورقة التصحيح الآلي:(درجة لكل فقرة) 14

1. هو نوع من الاتصالات الشخصية التي تدفع الشركات أموالاً لتنفيذها ، ويهدف إلى إعلام العملاء وإقناعهم بشراء المنتجات في عملية تبادلية.

أ	البيع الشخصي	ب	الإعلان	ج	العلاقات العامة	د	ترويج المبيعات

2. يروج للصور والأفكار المؤسسية الأساسية والقضايا العامة هو:

أ	الإعلان المؤسسي	ب	الإعلان عن منتج	ج	الإعلان المحلي	د	الإعلان التنافسي

3. من اشكال الإعلان التنافسي يخبر بأن العلامة التجارية مازالت قائمة وتقدم خصائص واستخدامات ومميزات معينة :

أ	الإعلان التذكيري	ب	الإعلان المقارن	ج	الإعلان التعزيزي	د	جميع ماسبق

يتبع

4. اعلان يركز على تحفيز الطلب على فئة منتج بإخبار المستهلكين المحتملين عن مزايا المنتج واستخداماته ومنافعه هو:							
أ	الإعلان التنافسي	ب	الإعلان الرائد	ج	الإعلان المناصر للقضايا	د	الإعلان المحلي
5. سلسلة من الإعلانات ذات صفات بصرية وذوق وموضوع متشابهين هي:							
أ	خطة الإعلان		الحملات الإعلانية	ج	الموارد	د	الإنتاج
٦-هو مجموعة من الناس تستهدفهم الإعلانات :							
أ	تقييم الإعلان	ب	الجمهور المستهدف	ج	تحديد الأهداف	د	تطوير الإعلان
٧-هي الجزء الشفهي او المكتوب من الإعلان ويشمل عناوين رئيسية وعناوين فردية :							
أ	العمل الفني	ب	النسخة	ج	الرسالة	د	الاتصال
٨- هي تقنية لترويج مبيعات المستهلك الأكثر استخدامًا على مستوى العالم حيث توفر قوة شرائية كبيرة .							
أ	العروض	ب	القسائم	ج	السحوبات	د	التقسيط
٩-قدرة المسوقين على الحصول على المعلومات الرقمية .							
أ	التفاعل	ب	الاتصال	ج	الوصول	د	التكليف
١٠-تطبيقات مشاركة الصور هي نوع من أنواع التطبيقات التي تمكن المستخدمين من تحميل صورهم ومشاركتها مع العالم هي تطبيقات							
أ	الدردشة	ب	مشاركة الفيديو	ج	مشاركة الصور	د	مشاركة المشتريات
١١-هي برمجيات صغيرة في موقع الكترونيأوسطح المكتب والتي تؤدي إلى مهمة بسيطة مثل عرض أسعار الأسهم أو تحديثات المدونات							
أ	الرسائل النصية	ب	التسويق الرقمي	ج	عناصر الواجهة	د	مواقع الويب
١٢-يتضمن إقامة روابط ذات نفع متبادل طويلة الأجل مع عميل عبر التواصل المنتظم عبر قنوات زمنية ممتدة هو							
أ	البيع بالجملة	ب	البيع بالأجل	ج	البيع الشخصي	د	البيع بالعلاقات
١٣- يتغير البيع اليوم نتيجة لإدخال :							
أ	المال	ب	المنافسين	ج	العلاقات	د	التقنية
١٤- من الاعتبارات الي يجب الأخذ بها في التسويق الرقمي							
أ	اعتبارات المنتج	ب	اعتبارات التسعير	ج	اعتبارات المكان	د	جميع ماسبق

السؤال الثاني : ضعي علامة (✔) أمام العبارة الصحيحة و علامة (✘) أمام العبارة الخاطئة فيما يلي ، ثم ضللي في ورقة التصحيح الالي (درجة لكل فقرة)

14

م	(الفقرات)	الإجابة	
1	يشمل التسويق بالمؤثرين أشخاصًا مشهورين يستخدمون أو يعرضون منتجات أو خدمات عبر الإنترنت من إنشائهم	✔	
2	إعلانات جوجل هي اللاعب المهيمن في سوق الإعلان على الإنترنت أو مايعرف بالدفع مقابل النقر	✔	
3	يتعلق التسعير بتصورات رقمية وهو العنصر الأكثر مرونة في المزيج التسويقي	✔	
4	الخطة الأخيرة من خطوات التخطيط الترويجي هي اختيار السوق المستهدفة	✔	
5	لا تسمح منصات التواصل الاجتماعي للمسوقين بالتفاعل مع الترويج بطرائق جديدة مبتكرة	✘	
6	استراتيجية الدفع تروج الشركة منتجاتها مباشرة للمستهلك لتطوير طلب استهلاكي	✘	
7	أي نشاط أو مادة تمنح المستهلكين حافزًا مباشرًا للشراء هي شكل من أشكال ترويج المبيعات	✘	
8	تؤثر سمات الناس في الجمهور المستهدف مثل الجنس والعمر والتعليم	✔	

9	من أهداف الترويج إيجاد الوعي	✔	
10	يساهم في تنفيذ الحملة الإعلانية العديد من الأشخاص والشركات مثل شركات الإنتاج	✔	
11	قد تكون التغذية الراجعة للمرسل في صورة عدد القسائم التي استخدمها المستهلكون	✔	
12	يطلق على التقييم قبل بدء الحملة الإعلانية الاختبار اللاحق	✘	
13	التسوق المرتبط بقضية هو بيع المنتجات للمستهلكين بطريقة متعددة الأبعاد ويتطلب نهجًا تسويقيا متنوعا	✘	
14	الاتصال الجماهيري يقصد به أي مشاركة شخصية للمعلومات	✘	

السؤال الثالث: اختاري من العمود أ ماينا سبه من العمود ب ثم ظللي في ورقة التصحيح الآلي :(درجة لكل فقرة)

8

العمود أ	الإجابة
1- *سياسة السحب*	**ح**
٢- *سعة القناة*	**ز**
3- *عينة مجانية*	**و**
4-*البيع بالعلاقات*	**هـ**
5- المقاييس	**د**
6- التدوين الصوتي	**ج**
7- تحليلات السوق	**ب**
8- فريق البيع	**أ**

الحرف	العمود ب
أ	يضم موظفي المبيعات مع موظفين من الإدارة المالية والهندسية والإدارات الأخرى
ب	الأدوات والطرائق لقياس كفاءة أنشطة التسويق وتفسيرها
ج	إنشاء ملفات صوتية أو مرئية يمكن تنزيلها من الإنترنت ويمكن للمستخدمين الاستماع إليها في أي وقت وأي مكان
د	بيانات أو إحصاءات يمكن للشركات استخدامها لمراقبة أو تقييم أدائها
هـ	أو مايسمى بالبيع الاستشاري
و	منتج تمنحه الشركات للمستهلكين مجانًا لدفعهم لتجربته وزيادة حجم المبيعات
ز	حجم المعلومات التي يمكن لكل قناة اتصال معالجته بإتقان وكفاءة
ح	موقف تروج فيه الشركة منتجاتها مباشرة إلى المستهلكين لتطوير طلب استهلاكي قوي عليها
ط	تحويل المعنى إلى سلسلة من المعاني الواضحة والمفهومة

السؤال الرابع : أجيبي على الأسئلة التالية _____

1 - هناك ثلاثة أغراض محتملة للاتصال تستخدم للترويج لمنتج أو خدمة أو نشاط تجاري ... اذكري اثنين منها ؟ (درجة واحدة فقط)

الإعلام ./ الإقناع / التذكير

يتبع

2- اكملي الفراغات التالية : (ثلاث درجات)

* من أدوات التسويق عبر الجوال الأكثر شيوعا ___ الرسائل النصية القصيرة

تطبيقات الجوال ومواقع الجوال

** الخطوات العامة في البيع الشخصي :

١ التنقيب ٢ اختيار نهج البيع ٣ نهج البيع

الطموح هو المحرك الأساسي لنجاح الإنسان .؛ فلتطمحي .

انتهت الاسئلة