**المركز الجامعي لميلة.**

**معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير**

**قسم العلوم العلوم التجارية**

**السنة الأولى ماستر تسويق**

**الامتحان النهائي في مادة هندسة وتصميم الإعلان**

**تاريخ الامتحان: 26/05/2024**

**الإجابة النموذجية لأسئلة إمتحان مادة هندسة وتصميم الإعلان.**

**إجابة السؤال الأول (5ن):**

بغرض تشجيع وإقناع المستهلك تلجأ المؤسسات إلى استعمال العديد من الرسائل الإعلانية، أذكر هذه الرسائل مع الشرح المفيد.

**الجواب:**

1. الرسالة الاخبارية: تقدم الكثير من المعلومات بشكل مباشر أو غير مباشر...
2. الرسالة القصة: ترد في شكل قصة تصحبها عقدة معينة لحل المشكلة التي يسعى اليها الاعلان..
3. الرسائل الوصفية: تتعلق بوصف السلعة وخصائصها وطريقة استعمالها وغالبا ما تستخدم لوصف السلع التي لا يمكن التعبير عنها بالصور أو وسائل الشرح الأخرى.
4. الرسائل الخفيفة: تأخذ شكل الفكاهة في موقف درامي أو حتى كاريكاتوري.
5. الرسائل الشهادة: تعتمد على الاستشهاد باراء بعض الشخصيات المشهورة في مجال معين..
6. الرسائل الحوارية: تأتي في شكل حوار بين اثنين أو أكثر بقصد اقناع أحدهم الآخر باقتناء سلعة..
7. الرسالة التفسيرية: تستخدم للاعلانات التي لا تجد استجابة من المستهلك (الادخار، التامين..)
8. الرسالة المغناة: تأتي على شكل أغنية بهدف التأثير المستمر نتيجة لتكرار الرسالة....
9. الرسالة التقليد: يقدم شخصية من نجوم الرياضة والفن لتقليدهم في منتج معين..
10. الرسالة الرمز: ربط سلعة بحياة الفرد، مثل ربط سجائر مارلبورو بحياة رعاة البقر...
11. الرسائل المقارنة: ويركز على سلعة بسلعة أخرى محددة ويبرز تفوقها...

**إجابة السؤال الثاني (5ن):**

تلجأ المؤسسات الحديثة إلى القيام بحملات إعلانية كلما تطلبت الضرورة ذلك، لتحقيق بعض أهدافها، عرف الحملة الإعلانية وأذكر أنواعها وأساليب تخطيطها مع الشرح المختصر المفيد.

**الجواب:**

1. **تعريف الحملة الإعلانية**:

هي سلسلة من الرسائل [الإعلانية](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%86) التي تحمل فكرة أو موضوعًا واحدًا وتكوّن اتصالًا [تسويقيًا](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82) متكاملًا.

1. **أنواعها:**
2. الحملة الدولية، والقصد منها التوجه على جمهور معين في أكثر من دولة بلغة أجنبية..
3. الحملة القومية: تغطي عدة أقاليم داخل الدولة الواحدة، تعتمد على الإعلام المحلي..
4. الحملة الإقليمية، تخص لإقليم معين داخل الدولة، لترويج السلع في منطقة..
5. الحملة المحلية، تختص بمنطقة جغرافية صغيرة داخل الدولة مثل المدينة أو الحي ...

**ج- أساليب تخطيط الحملة الإعلانية:**

1. **أسلوب الخطة المستمرة**: وبمقتضاه توجه الرسالة الإعلانية إلى الجمهور طوال مدة الحملة وقد تكون الرسالة الإعلانية واحدة لا تتغير أو قد تتناول مجموعة من الرسائل تشتمل كل منها غرضا معينا.
2. **أسلوب الخطة المجزأة**: ويستخدم عادة في الحالات التي يكون فيها الجمهور من فئات متباينة، وبمقتضى هذا الأسلوب يمكن تقسيم الجمهور إلى فئات بالأسلوب الذي يناسبها وتحوي من المعلومات ما يفيد كل فئة.
3. **أسلوب الخطة المتكاملة**: وهو الذي يقوم عل أساس مجموعة من الأفكار تعمل كل منها على تحقيق هدف جزئي، ويعني ذلك أن الرسالة الثانية تترتب على الأولى والثالثة على الثانية...

**إجابة السؤال الثالث (4ن):**

من بين أهداف الإعلان لأي مؤسسة هو زيادة الوعي بالعلامة التجارية أو زيادة المبيعات، ما هي المقاييس المستخدمة لقياس فعالية الإعلان في الحالتين؟

**الجواب:**

* لزيادة الوعي بالعلامة التجارية، فيجب قياس مقاييس مثل مدى الوصول والتكرار.
* لزيادة المبيعات، نستخدم مقاييس مثل معدلات التحويل وعائد الاستثمار ستكون أكثر صلة.

**إجابة السؤال الرابع (6ن):**

ما هي عيوب الإعلان في الإذاعة والتلفزيون؟

**الجواب:**

**عيوب الإعلان في الإذاعة:**

- باعتبار الرسالة تعتمدة على الصوت وحده فـان المنتجـات التـي تحتاج إلى عرض لا يمكن الإعلان عنها.

- عدم وجود نظام شرائي واحد في كل محطة من محطات الإذاعة.

- عدم القدرة على الوصول إلـى الجماهير العريضة إلا عن طريق استخدام أكثر من محطة إذاعية في نفس الوقت.

**عيوب الإعلان في التلفزيون**:

- وجود بعض الاتجاهات السلبية نحو التلفزيون: (سبب انتشار بعض الأفكار التي تتعارض وقيم الدين و الانحراف).

- قدرة محدودة على اختيار قطاع محدد فمثلا إذا أردنا أن توجه الرسـالة إلـى قطـاع المستهلكين ذو القدر العالي من التعليم فيمكن وضع الإعلان عقب البرامج الثقافية.

**-الانطباع المؤقت:**

- إن الرسالة الإعلانية في التلفزيون قد يتعرض لها الفرد عن وعي ولكن لفتـرة محـدودة ثـم سرعان ما ينسى لذلك فانه من الضروري تكرار الإعلان.

- وجود العديد من الإعلانات في وقت واحد: نظرا للكم الهائل من الإعلان قد يضطر المشاهد إلى عدم الاهتمام بأي منها.

بالتوفيق