

الشعبة : ٣٩١٦١

المملكة العربية السعودية

اسم المقرر: وسائل الإعلام و المجتمع

وزارة التعليم العالي

رمز المقرر: ٢١٩ علم

جامعة الملك سعود

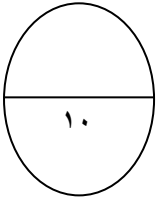
الزمن : ساعة

كلية الآداب

الفصل الدراسي: الثاني

العام الجامعي : ١٤٣٤ - ١٤٣٥ هـ

عدد صفحات الأسئلة : ٣ صفحات



السؤال الأول : ضعي علامة ✓ أو x أمام كل عبارة:

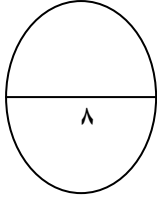
| الرقم | العبارة | العلامة |
|-------|--|---------|
| ١ | يهدف التسويق الاجتماعي إلى الريح المادي | |
| ٢ | تعتبر المعلومات الصحيحة ذات أهمية كبيرة في التسويق الاجتماعي | |
| ٣ | تهدف حملات التغير المعرفي إلى تزويد الأفراد بالمعلومات وزيادة وعيهم بقضية معينة | |
| ٤ | تلجأ الجهات الراغبة في التغيير في حملات تغير القيم إلى استخدام القوانين والتشريعات التي تلزم الأفراد بتغير قيمهم | |
| ٥ | يرى البعض أن مصداقية المصدر لها تأثير في تدعيم الاستجابات | |
| ٦ | يعد الراديو من أكثر وسائل الإعلام الجماهيري انتشارا | |
| ٧ | أسفرت البحوث التي أجريت عن الاتصال عن عدة وظائف أساسية لوسائل الإعلام في عملية نشر الأفكار المستحدثة منها وظيفة الحث و وظيفة الأخبار... | |
| ٨ | تعتبر الرسائل منطقية عند استخدام الأدلة التي تؤيد الحقيقة في موضوع ما | |
| ٩ | كلما زاد إدراك الأفراد للفائدة النسبية للفكرة المستحدثة قلت سرعة معدل تبنيها | |
| ١٠ | الفكرة التي لا تتلاءم مع القيم و العادات السائدة في النظام الاجتماعي ومع الخبرات السابقة والاحتياجات الحالية للمستقبلين يتم تبنيها بمعدل سرعة تبني الفكرة المستحدثة الملائمة نفسه. | |

السؤال الثاني : صححي ما تحته خط

| الرقم | العبارة | التصحيح |
|-------|---|---------|
| ١ | يسعى التسويق <u>التجاري</u> غالبا إلى إحداث تغيير شامل في السلوك | |
| ٢ | طبقا لنموذج يل فإن عملية الإقناع تشمل <u>خطوتين</u> : التغيرات المستقلة و العمليات الوسطية | |
| ٣ | العوامل المتصلة بالاستعداد <u>المرتفع</u> للإقناع هي العداء نحو الآخرين و العزلة الاجتماعية | |
| ٤ | في التسويق <u>الاجتماعي</u> فإن المنتجات المتشابهة متنافسة | |
| ٥ | الحملة <u>الاقتصادية</u> هي عبارة عن جهد منظم يهدف إلى إقناع مجموعة مستهدفة بقبول أو تعديل أو الابتعاد عن بعض الأفكار و السلوك أو الاتجاهات | |
| ٦ | لا بد و أن يكون الطلب الأول <u>صغيرا</u> بدرجة كبيرة كافية لإحداث التأثير الناتج عن أسلوب التدرج في الطلبات من الأكبر إلى الأصغر | |

السؤال الثالث : اختاري الإجابة الصحيحة :

| الرقم | العبارة | رقم الإجابة الصحيحة |
|-------|--|---------------------|
| ١ | يهتم التسويق الاجتماعي : ١- تغيير ردود فعل الأفراد تجاه فكرة معينة أو هدف ما أو سلوك محدد لصالح المجموع و المجتمع ٢- التغيير في ردود فعل الأفراد فقط | |
| ٢ | الوظيفة الأساسية للتسويق الاجتماعي : ١- خدمة الجمهور والصالح العام ٢- خدمة منتج معين | |
| ٣ | حملات التغيير في الفعل ١- تهدف إلى إقناع أكبر عدد ممكن من الأفراد للقيام بعمل معين خلال وقت محدد ٢-حث الأفراد على تغيير بعض أنماط السلوك | |
| ٤ | كلما زادت أهمية الموضوع : ١- قلت مقدرة وسائل الإعلام على التأثير على ذلك الموضوع ٢- زادت مقدرة وسائل الإعلام على التأثير على ذلك الموضوع | |
| ٥ | من خصائص الفكرة المستحدثة : ١- الفائدة النسبية الملائمة مع القيم السائدة القابلية التجريبية ٢- يتم في ضوءها الاستعانة مع قادة الرأي | |
| ٦ | كلما كان الموضوع ذا أهمية ١- تزداد فاعلية أوتار الخوف ٢- تقل فاعلية أوتار الخوف | |



السؤال الرابع : صلى ما بين العمود (أ) ، والعمود (ب)

| رقم الفقرة | العمود (أ) | العمود (ب) | رقم الفقرة من العمود (أ) |
|---------------|---------------------------------|---|--------------------------------|
| ١ | الفكرة المستحدثة | التعليم – العمر – النوع | |
| ٢ | الصحف | استخدام تكتيكات ومبادئ التسويق، من أجل تقديم قضية اجتماعية أو فكرة أو سلوك | |
| ٣ | العملية الإقناعية | هي فكرة أو ممارسة أو موضوع يدركه الفرد باعتباره جديدا | |
| ٤ | حملات تغير القيم | تسمح للقارئ بالسيطرة على ظروف التعرض ، تطوير الموضوع أكثر من أي وسيلة أخرى | |
| ٥ | التسويق الاجتماعي | جهود متتالية تستهدف استمالة العقل أو العاطفة أو كلاهما | |
| ٦ | الخصائص الأولية لأنواع الجماهير | تهدف إلى تغيير القيم و المعتقدات | |
| ٧ | قنوات الاتصال | من خصائص الفكرة المستحدثة | |
| ٨ | التعقيد والتشابك | يعتمد على وسائل الاتصال الجماهيري و تأثير الجماعات المرجعية كالأسرة وقادة الرأي والمدرسة و الأصدقاء | |

تمنيتي لكن بالتوفيق ،،،

الجوهرة المطيري