



الشريف



الدعاية والإعلان (شعبة تسويق)

للمصف الثاني التجاري (الترم الأول)

تقديم وإعداد

حسن الشريف

01005266156 - 01115686930

المراجعة النهائية في أعمال الوساطة للصف الثاني التجاري

الفصل الأول (الإعلان)

تعريف الإعلان :

هو عملية اتصال غير شخصي مدفوع الأجر تستخدم فيه كل وسائل الاتصال لإقناع الجمهور بخدمة أو سلعة

العوامل التي ساعدت علي الاهتمام بالإعلان

- | | | |
|----------------------|-----------------------|---|
| ١- زيادة الإنتاج | ٢- تقدم الموصلات | ٣- تقدم تكنولوجيا الاتصالات |
| ٤- ارتفاع الدخل | ٥- زيادة نسبة التعليم | ٦- تعدد قرارات الشراء داخل الأسرة الواحدة |
| ٧- خروج المرأة للعمل | ٨- وكالات الإعلان | |

الشروط الأساسية للإعلان

- | | | |
|--|----------------------------------|---------------------------------|
| ١- أن يكون مدفوع الثمن | ٢- يكون عن سلع أو خدمات أو أفكار | ٣- المعلن شخصية معروفة |
| ٤- عملية اتصال له مصدر (معلن) ورسالة (مضمون) وجمهور (مستهدف) ووسيلة (وسيلة الإعلان) وله تأثير (مقنع) | ٥- الإعلان غير شخصي | ٦- يهدف إلي توصيل معلومات |
| ٨- الإعلان مخطط | ٩- يتميز بالابتكار | ١٠- تحسين صورة المنشأة الإعلام: |

تعريف الإعلام :

هو نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين أفراده وتنمية وعيه السياسي والاجتماعي

تعريف الدعاية : - هي نشاط يؤثر في عقيدة الجمهور باستخدام مجموعة من الدوافع العاطفية

تعريف العلاقات العامة : - هي وظيفة إدارية تسعى إلي تقييم الاتجاهات العامة تجاه المنشأة

تعريف السوق :

هو منطقة جغرافية بها مجموعة من المشترين والبائعين يتعاملون في سلعة معينة من المنتج أو المستهلك

الفرق بين التسويق والترويج والإعلان

التسويق : هو انسياب السلع والخدمات من مراكز الإنتاج إلي المستهلك والتعرف علي حاجات ورغبات المستهلكين.

المعطيات الأساسية للتسويق

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------------|
| ١- العميل هو أصل النشاط | ٢- جذب العمال |
| ٣- دراسة حاجات ورغبات العملاء | ٤- إنتاج الكمية أو الخدمة بالجودة |

المزيج التسويقي : (المنتج / السعر / المكان (التوزيع) / الترويج)

المنتج : ما يصنع من سلع ملموسة مثل الاجهزة المنزلية او المنتجات الغذائية وهو ما يصنع من السلع الغير ملموسة

وهي الخدمات المختلفة مثل الصحة والتعليم

السعر : القيمة النقدية التي يدفعها المستهلك نظير الحصول علي السلعة او الخدمة

المكان (التوزيع) : يقصد به نشاط التوزيع الخاص بالمنتجات من نقل وتخزين

الترويج : يهدف إلي إقناع او تذكير الأفراد بالشراء

تعريف الترويج :

هو تعريف المستهلك بالمنتج وخصائصه ووظائفه ومزيائه وكيفية استخدامه واماكن وجوده بالسوق

المزيج الترويجي : (البيع الشخصي / العلاقات العامة / تنشيط المبيعات / الإعلان)

البيع الشخصي : هو العملية المتعلقة بأمداد المستهلك بالمعلومات واغرائه بالشراء

العلاقات العامة : ١- نشاط مخطط ٢- تعمل علي مصلحة المنشأة والعميل ٣- تبني الصدق في الحقيقة

٤- كسب ثقة الجماهير

تنشيط المبيعات : يقصد به مجموعة الوسائل التي تستخدم بغرض الترويج والتي من أهمها .

(العينات المجانية / الكوبونات / الجوائز و المكافآت / المسابقات وسحب اليانصيب / نوافذ البيع / الهدايا الترويجية والتذكارية / العروض الترويجية والتذكارية / المعارض / العبوات / التزوق المجاني / النشرات التوضيحية / رعاية المناسبات / الاوكازيون / لوحات العرض / الإعلان

أهداف الإعلان

- ١- تقديم المنشأة للسوق.
- ٢- تعريف المشترين بالمنتجات .
- ٣- حث المستهلك علي زيادة الشراء .
- ٤- اجتذاب جمهور جديد كل فترة .
- ٥- محاربة الإشاعات الضارة بالمنشأة والسلعة .

انواع الإعلان

أولاً: تصنيف الإعلان حسب الوظائف التسويقية للإعلان

- ١- الإعلان التعليمي : (لتعليم الجمهور خصائص السلعة الجديدة)
- ٢- الإعلان الإرشادي او الإخباري : (لأخبار الجمهور بمعلومات عن السلع والخدمات)
- ٣- الإعلان التذكيري : (لتذكير الجمهور بالسلع أو الخدمات)
- ٤- الإعلان الإعلامي : (يستهدف تقوية العلاقة بين الجمهور والمعلن)
- ٥- الإعلان التنافسي : (يهدف إلى إبراز السمات التي تفردها السلعة)

ثانياً: تصنيف الإعلان التصنيف الجغرافي

- ١- إعلان محلي : يستهدف جمهور داخل منطقة معينة في الدولة
- ٢- إعلان قومي : يتم على مستوى الدولة الواحدة
- ٣- إعلان اقليمي : ينتشر خارج الدولة ليشمل الدول المجاورة
- ٤- الإعلان الدولي : ويستخدم للإعلان عن سلع على مستوى العالم

ثالثاً: تصنيف الإعلان حسب الوسائل الإعلانية

- ١- إعلانات الصحف والمجلات
- ٢- الإعلان الإذاعي
- ٣- إعلان الطرق واللافتات
- ٤- إعلان البريد المباشر
- ٥- إعلانات السينما
- ٦- الإعلان علي الانترنت

رابعاً: التصنيف حسب الجمهور المستهدف

- ١- إعلان استهلاكي : يوجه إلى فئات كثيرة من المستهلكين مثل المنظفات
- ٢- الإعلان الصناعي : يوجه إلى الوسطاء من أصحاب المصانع
- ٣- الإعلان المهني : يوجه إلى أصحاب المهن مثل الأطباء

خامساً: حسب الهدف من الإعلان

- ١- الإعلان الأولى : يهدف إلى ترويج فكرة معينة بغض النظر عن أسماء السلع أو الخدمات
- ٢- الإعلان الاختياري : يستهدف الترويج لاسم تجارى محدد
- ٣- الإعلان المؤسسي : للإعلان والترويج لاسم المنظمة أو المنشأة وتحسين صورتها

س: ما هي المزايا الاقتصادية والاجتماعية للإعلان ؟

المزايا الاقتصادية

- ١ { تزويد المستهلكين بالمعلومات عن السلع والخدمات
- ٢ { زيادة الكفاية الانتاجية للأفراد والمنشآت
- ٣ { الاسهام في تطوير السلع والخدمات
- ٤ { خلق قيمة اضافية لسلع والخدمات
- ٥- المساعدة في تقليل مرونة الطلب على المنتجات
- ٦- تخصص التكلفة الكلية

المزايا الاجتماعية

- ١- تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص
- ٢- يتيح الفرص للحصول على المنافع
- ٣- زيادة ثقافة أفراد المجتمع
- ٤- المساهمة في التقريب بين الأمم

س: ما هي أهم الانتقادات الموجه للإعلان

- ١- الإعلان نشاط غير منتج
- ٢- يشجع الاحتكار
- ٣- يزيد من التكاليف
- ٤- يؤدي إلى خداع المستهلك
- ٥- يبحث عن مواطن الضعف لدى الإنسان
- ٦- استخدامه للغرائز الفطرية

س: ما هو الإعلان الاجتماعي وما هي أهدافه ومراحله

الإعلان : هو يستخدم الإقناع الأفراد باعتناق افكار او سلوك مفيد اجتماعيا

أهدافه : ١- التعرف على طبيعة المشكلة وتحديد الوسيلة الاعلانية المناسبة .

- ٢- التعرف على سلوك الجمهور
- ٣- تقييم الرسالة الاعلامية
- ٤- تحقيق أفضل انتشار للرسالة الاعلانية
- ٥- الحصول على معلومات مرتده

مراحل الإعلان الاجتماعي

- ١- تفهم احتياجات العميل
- ٢- طريقة تقديم المنتج
- ٣- اختيار الوسيلة الاعلانية المناسبة
- ٤- مرحلة الاختيار
- ٥- جذب افراد من ذوي الاهمية

س: ما هة الاعلان السياسي وما هو انواعه واساليبه وتصنيعه ؟

الاعلان السياسي : هو بيع منتج سياسي كبر ناجح او فكرة تتعلق بجذب او مرشح بفرض توصيل البرنامج او الفكرة للجمهور واقناعهم بها

انواعه :

- ١- حملات رئاسية
- ٢- حملات انتخابية
- ٣- دراسة الرأي العام
- ٤- دراسة السلوك السياسي الحالي
- ٥- التعرف على قواعد الاقناع للجمهور
- ٦- تحديد الحملات الانتخابية

يصنف الإعلان السياسي الي

- ١- اعلان رسمي
- ٢- اعلان تجاري
- ٣- الإعلان الواسع

س: يعمل الاعلان على زيادة الإيرادات للمبيعات من خلال

- ١- زيادة عدد الوحدات المباعة
- ٢- خفض التكاليف
- ٣- كسب عملاء منافسي
- ٤- بناء شهرة جيدة
- ٥- تغطية نفقات الإعلان عن طريق زيادة المبيعات

أسئلة الفصل الأول

س١: عرف الإعلان ثم اذكر اهم العوامل التي ساعدت علي الاهتمام بالإعلان ؟

س٢: هناك الكثير من الخلط بين مجموعة من الأنشطة مثل الإعلان والدعاية والعلاقات العامة . اكتب تعريف مناسب لكل منها؟

س٣: عرف كل من السوق والتسويق ثم اذكر أهم المعطيات الاساية التي يقوم عليها التسويق ؟

س٤: هناك متغيرات تسويقية وهي عناصر المزيج التسويقي او الادوات التسويقية والتي تتحكم فيها ادارة المؤسسة المنتجة وتستخدمها لتحقيق الأهداف التسويقية . اذكر هذه المتغيرات مع تعريف كل منها ؟

س٥: عرف الترويج ثم اذكر أهم مكونات المزيج الترويجي ؟

س٦: اذكر أهم الوسائل التي تستخدم بغرض الترويج للمبيعات وتنشيطها ؟

س٨: يمكن تصنيف أنواع الإعلان تبعا لعدة طرق وتصنيفات . اذكر هذه الأنواع؟

س٩: اذكر أهم المزايا الاقتصادية للإعلان ؟

س١٠: اذكر أهم المزايا الاجتماعية للإعلان ؟؟

أكمل

- ١- الإعلان هو عملية غير شخصي مدفوع تستخدم فيه الشركات ومؤسسة الخدمات والأشخاص وكل وسائل الاتصال بأنواعها من اجل اعلام أو الجمهور حول سلعة أو.....
- ٢- من أهم العوامل التي ساعدت علي الاهتمام بالإعلان زيادة الإنتاج.....،.....،.....
- ٣- الإعلان هو نشر الحقائق و والاخبار بين الجمهور بقصد نشر بين أفراد وتنمية وحي السياسي و.....
- ٤- الدعاية هي النشاط الذي يؤثر في عقيدة باستخدام مجموعة من الدوافع العاطفية سواء لجعله يؤمن بفكرة أو مبدا أو عقيدة معينة أو لصرافه عن.....
- ٥- العلاقات العامة هي وظيفة تسعى إلي تقييم الاتجاهات العامة تجاه.....
- ٦- من اهم عناصر المزيج التسويقي التي تستخدم لتحقيق الأهداف التسويق المنتج.....،.....،.....
- ٧- يشتمل المزيج الترويجي علي العناصر التالية : البيع الشخصي،.....،.....
- ٨- من اهم الوسائل التي تستخدم لترويج المبيعات وتنشيطها : العينات المجانية،.....،.....
- ٩- من اهم اهداف الإعلان
(أ) تقديم المنشأة الي السوق (ب)
(ج) (د)
(هـ)
- ١٠- يتم تصنيف الإعلان حسب الوظائف التسويقية الي : إعلان تعليمي ،،.....،.....
- ١١- يتم تصنيف الإعلان حسب التصنيف الجغرافي الي : إعلان محلي ،،.....،.....
- ١٢- من اهم الانتقادات الموجهة للإعلان انه
(أ) نشاط غير منتج (ب)
(ج) (د)
- ١٣- من مزايا الاقتصادية للإعلان :
(أ) تزيد المستهلكين بالمعلومات عن السلع والخدمات (ب)
(ج) (د)
- ١٤- من مزايا الاقتصادية للإعلان :
(أ) تحقيق مبدأ تكافؤ الفرص للأفراد والمنشآت (ب)
(ج) (د)
- ١٥- الإعلان هو اعلان يستخدم لاقناع الافراد ب أفكار او سلوك مفيد
- ١٦- من اهم اهداف الإعلان الاجتماعي ١- ٢- ٣-
٤- ٥- ٦-
- ١٧- من مراحل الإعلان الاجتماعي : ١- ٢- ٣-
٤- ٥- ٦-
- ١٨- الإعلان ويعني منتج سياسي
- ١٩- يصنف الإعلان السياسي الي : ١- ٢-
٣-
- ٢٠- يعمل الإعلان علي زيادة ربحية المنشأة من خلال :
١- ٢-
٣- ٤-
٥-

ثالثا : ضع علام (√) او علامة (×)

- ١- الإعلان التعليمي ويقوم بتذكير الجمهور بالسلع والخدمات والأفكار ()
- ٢- الإعلان التنافسي ويهدف الي ابراز خصائص ومميزات السلع التي تنفرد بها بالنسبة للسلع المنافسة ()
- ٣- زيادة الانتاج من اهم العوامل التي ساعدت علي الاهتمام بالإعلان ()
- ٤- الإعلان عملية اتصال والمعلن فيها شخصية غير معروفة ()
- ٥- الاعلام نشاط يؤثر في عقيدة الجمهور باستخدام مجموعة من الدوافع العاطفية ()
- ٦- العلاقات العامة هي وظيفة إدارية تسعى الي تقييم الاتجاهات العامة تجاه المنشأة ()
- ٧- الإعلان الدولي هو الذي ينتشر خارج القطر ليضم الدول المجاورة كالإعلان بالوطن العربي ()
- ٨- الإعلان السياسي يستخدم لإقناع الافراد باعتماد أفكار او سلوك مفيدا اجتماعيا ()

رابعا : اختار من المجموعة الأولى ما يناسبها من المجموعة الثانية

المجموعة الثانية	المجموعة الأولى
١- لإخبار الجمهور بمنافذ السلع والخدمات والحصول عليها باقل جهد	١- الإعلان الإعلامي
٢- يهدف الي إبراز خصائص ومميزات السلعة وما تنفرد به	٢- الإعلان الإرشادي
٣- للإعلان والترويج لاسم المنشأة وإسهاماتها في المجتمع	٣- الإعلان التنافسي
٤- ويتم علي مستوي الدولة الواحدة	٤- الإعلان المؤسسي
٥- لتقوية الصلة بين الجمهور والمعلن او لتصحيح افكاره	٥- الإعلان القومي
	٦- الإعلان المحلي

الفصل الثاني (الإعلان عن السلع والخدمات)

س: ما هي أنواع السلع ؟

- ١- وفقا لنظرة السوق: أ. سلع أساسية ٢. سلع رفاهية
- ٢- وفقا لعمرها الاستهلاكي : ١. سرعة الاستهلاك ٢. سلع معمرة

س: كيف يمكن تصنيف السلع عند الإعلان عنها ؟

سلع الاستهلاك : هي سلع التي يستخدمها العميل في اشباع حاجاته الاساسية

- أهم صفات سلع الاستهلاك

- ١- الانتشار ٢- الحصول عليها بسهولة ٣- تشتري بكميات صغيرة ٤- انخفاض سعرها
- ٢- سلع انتقائية : هي السلع يجب ان يتم المفاضلة بين البدائل المتاحة منها لأكثر من منتج حيث السعر والجودة واللون والحجم

٣- سلع خاصة : وهي سلع تشبع رغبات قطاع محدود من العملاء .

٤- سلع ونتاج : تستخدم في انتاج سلع اخري وتتميز بـ

١- دوافع شراؤها عقلية رشيدة ٢- انخفاض عدد العملاء

س: عرف الخدمات وما هي خصائصها ؟ وما اهمية الاعلان عن الخدمات ؟

- الخدمات : - هي اوجه نشاط غير ملموس تهدف الي اشباع احتياجات ورغبات المستهلك النهائي ويتم تبادلها من المنتج الي المستهلك مباشرة

خصائصها " مميزاتها "

- ١- غير ملموسة ٢- خاصية التلازم ٣- التنوع ٤- خاصية الفناء ٥- صعوبة تحقيق التوحيد القياسي للخدمة

اهمية الاعلان عن الخدمات

- ١- النمو المتزايد للأنواع المختلفة من الخدمات ٢- زيادة حجم الخدمات التنافسية .

س: ما هي اهم المتغيرات الاساسية التي تحدد جودة الخدمه ؟

- ١- الوقائع الملموسة
- ٢- سرعة الاستجابة
- ٣- الضمان والامان
- ٤- مدي قدرة مقدم الخدمة على دراسة احتياجات العملاء
- ٥- تحقيق الهدف منها باقل تكلفة

س: ما هي الخطوات الواجب اتباعها عند القيام بالعملية التسويقية لضمان نجاح الاعلان عن الخدمه ؟

- ١- تحديد الخدمة المطلوبة
- ٢- دراسة الخدمات المنافسة والسوق المستهدف
- ٣- تقسيم السوق الي قطاعات
- ٤- توفير الخدمات التي يحتاجها كل قطاع
- ٥- تحديد الميزج التسويقي للخدمة بالتخطيط
- ٦- رقابة تقويم اداء الخدمات

ما هي الاعتبارات التسويقية الواجب مراعاتها عند الاعلان عن الخدمة

- ١- استخدام شئ مادي ملموس يميز الخدمة عند الخدمه المنافسة
- ٢- حدوث نوع من الاتصال الشخصي بين مقدمي الخدمه والعميل
- ٣- التنوع في الاداء
- ٤- تقديم الخدمات لفئات مختلفة
- ٥- الاهتمام بتدريب العاملين
- ٦- مراقبة وتسجيل عمليات الوفاء بحاجات العملاء
- ٧- الاهتمام بالانشطة الاعلانية

س: ما هي أهم المشكلات المتعلقة بتسويق الخدمات ؟

- ١- عدم امكانية التخزين
- ٢- صعوبة مراقبه الجودة
- ٣- صعوبة تنميط الانتاج
- ٤- عدم امكانية عرض الخدمه بشكل مادي ملموس
- ٥- صعوبة تسعير الخدمه

س: ما هي دورة حياه المنتج " مراحلہ "

- ١- مرحلة تقديم المنتج
- ٢- مرحلة النمو
- ٣- مرحلة النضوج
- ٤- مرحلة التدهور

الفصل الثالث اهمية الاعلان للمستهلك

س: عرف المستهلك - سلوك المستهلك - وما هي اهم الشروط اللازمة لاكتساب صفه المستهلك ؟

المستهلك هو : كل فرد لدية القدرة والرغبة على اقتناء سلع او خدمات بغرض الاستهلاك الشخصي
سلوك المستهلك : اتخاذ قرار الشراء للحصول على السلعة او الخدمه واستخدامها وذلك لشعوره بحاجة او رغبة معينه يسعى الي إشباعها
الشروط اللازمة لاكتساب صفة المستهلك

- ١- الحصول على السلع او الخدمات
- ٢- الحصول على السلع والخدمات للمستهلك الشخصي
- ٣- لدية القدرة على الشراء والرغبة في اقتناء السلعة او الخدمة

س: ما هي اهم المعلومات التي يجب على المعلن الحصول عليها ؟

- ١- الحاجات والرغبات النفسية والاجتماعية والفسولوجية للمستهلك
- ٢- تحديد قدرة المستهلك ومدي رغبته في الحصول على السلعة او الخدمه
- ٣- مقارنة السلع او الخدمات المنافسة
- ٤- استخدام المؤثرات السلوكية في الاعلان
- ٥- التركيز على منافع التي تعود على العميل من شرائه السلع او الخدمة
- ٥- المغريات البيعية

س: ما هي أهم حاجات الفرد الفسولوجية والنفسية ؟ وما هي مراحل عملية الشراء

- ١- حاجات فسيولوجية
- ٢- حاجات امان
- ٣- حاجات انتماء
- ٤- حاجات الاحترام

مراحل عملية الشراء

- ١- الشعور بالحاجة
- ٢- التقييم
- ٣- قرار الشراء
- ٤- سلوك العميل بعد الشراء

س: ما هي اهم الاطراف المؤثرة في عملية اتخاذ قرار الشراء

- ١- منه لديهم معلومات عن السلع
- ٢- المؤثرين في قرار الشراء
- ٣- متخذو قرار الشراء ٤- المشتري

س: ما هي النماذج التي توضح خصائص الإعلان ؟

١- نموذج دائل : يوضح خصائص الاعلان المتمثلة في :

- أ يمكن رؤيته
- ب يسهل قراءته
- ج قابلا للتصديق
- د سهل الذكر
- هـ يثير دوافع المستهلك ويدفعه لاتخاذ قرار الشراء

٢- نموذج الدال : ويوضح الخصائص الاتية :

- أ جذب انتباه العميل
- ب إثارة اهتمام العميل
- ج خلق الرغبة
- د الاقتناع
- هـ سهولة التذكر
- و تكرار عملية الشراء

س: ما هي نماذج قياس فعالية الاعلان ؟

النموذج الاول : يقيس الارتباط بين الاعلان وزيادة المبيعات وربحية المنشأة

النموذج الثاني : يعتمد على قياس اثر الاعلان على المستهلك وحثه على اتخاذ قرار الشراء

س: ما هب وسائل قياس فعالية الاعلان قبل النشر وبعد النشر ؟

- | | | |
|----------------------------------|---|----------------------------------|
| ١- جدول التقييم | ٢- المجموعة المستهدفة من العملاء | ٣- الملاحظة |
| ٤- قياس حجم المبيعات | ٥- ردود فعل العملاء | ٦- متابعة وصول الرسالة الاعلانية |
| ٧- قياس معلومات العميل عن المنتج | ٨- مدي التغيير في السلوك الشرائي للعميل | |

اكمل العبارات التالية :

- ١- تنقسم السلع وفقا لنظرو السواق الي سلع ، كما تنقسم وفقا لعمرها الاستهلاك الي سلع
- ٢- سلع الاستهلاك يستخدمها في اشباع الاساسية
- ٣- من اهم تصنيفات السلع التي يمكن ان يعلن عنها لجذب العميل لاتخاذ قرار الشراء :
سلع ، سلع ، سلع ، سلع
- ٤- هناك متغيرات اساية تحدد جودة الخدمة وتتمثل في
- ٥- الخدمات هي مجموعة من الانشطة اللازمة لاحداث التفاعل بين
- ٦- تتمثل دورة حياة المنتج في عدة مراحل هي
- ٧- تتميز الخدمات بعدة خصائص لا تتوافر في السلع مثلا لخدمات غير المملوسة
- ٨- هناك اعتبارات تسويقية يجب مراعاتها عند الإعلان عن الخدمات وتتمثل في
(١) (٢)
(٣) (٤)
- ٩- هناك بعض المشكلات المتعلقة بتسويق الخدمة اهمها : عدم امكانية التخزين
.....
.....

مع أطيب الأمنيات لكم بالتفوق والنجاح