

أسئلة المناطق

تخطيط برامج وحملات العلاقات العامة

com472

الفصل الدراسي الثاني ١٤٣٤ هـ

الرجاء عدم الاعتماد فقط على هذه الأسئلة

المرجع الوحيد والمعتمد هو الكتاب المقرر من صفحة ١٧٥ الى صفحة ٣٠٣

😊 الرجاء حل الأسئلة من المرجع المعتمد

تخطيط برامج وحملات العلاقات العامة com472 لعام 1434 الفصل الدراسي الثاني

رقم السؤال	السؤال	الجواب
14	يطلب بها استخدام	1
15	يقوم رجل العلاقات اتجاهاً في تنظيم الصحفية	2
16	استراتيجية الاقناع الاتصالي التي يعبر عنها	3
17	استراتيجية الحوار	4
18	نموذج هيراركية النتائج العامة	5
19	يتعرض الجمهور الرسالة الرسالة يعني ان الجمهور	6
20	العناصر التالية الشكر لا تساعد على تكرار الرسالة	7
21	الجمهور المستهدف يمكن لنية الهارة والتفكير	8
22	التخطيط لا يعتبر طرح بإمكانها الاستعانة به	9
23	لا يعتبر التقييم السح	10
24	عملية التقييم مرحلة	11
25	لا تعتبر تغيير الات	12
26	المرحلة التي تمر بها بالانوارك وتستنتج	13

الأسئلة النظرية		الاجابة	
١٤	في الاتصال في العلاقات العامة توجد عنصران أساسيان هما استخدامهما في الاتصال	١٤	الجمهور المستهدف (أ) أو (ب) في
١٥	يقوم رجل العلاقات العامة بمهمة واحدة في حملات اتجاهاً في تقديم الأوامر من المراسلة كإحدى الوسائل المعرفية	١٥	خروج الإجابة وهذا الأسلوب حسون جداً
١٦	استراتيجية الاتصال تكون بين الأهمالي كالمسؤول والجمهور الاتصالي الذي يعتبر عن رضى المنظمة	١٦	الاتصال للمنظمات إلى تحليل الانطباعات التي تكونت لدى الجمهور المستهدف من حيث التعامل معها نتيجة التفاوض الاتصالي
١٧	استراتيجية الحوار هي <i>Participative</i>	١٧	خ
١٨	تتكون هيكلية التأثير الأبعك من الأبعاد المتعددة والمتكاملة العامة	١٨	✓
١٩	وتعريف الجمهور رسالة العلاقات العامة كالتالي: الرسالة بمعنى أن الجمهور المستهدف يكون هو المراد في العناصير الذاتية المتمركزة. التكاليف المادية والوقتية لا تساعد على تذكر الرسالة	١٩	✓
٢٠	الجمهور المستهدف يعتبر عند توجيه الرسائل التوعوية يمكن لديه المهارة والقدرة على التغير	٢٠	✓
٢١	التخطيط لا يعتبر مجالاً في مؤسسة كبرى منظمة بل بإمكانها الاستعانة بالتخطيط أو التوجيه الخارجي	٢١	✓
٢٢	لا يعتبر التقييم المنهجية المتعددة المراحل من أجل تحديد الأهداف	٢٢	✓
٢٣	أعمالية التقييم من حيثها بعد المضي إلى التنفيذ	٢٣	✓
٢٤	لا تعتبر تغيير الاتجاهات سلوكاً إجبارياً بل هي عملية	٢٤	✓
٢٥	المراحل التي تمر بها المنظمة هي: تحديد الأهداف، اختيار الوسائل، إعداد النماذج، وتنفيذها	٢٥	✓
٢٦	الجماعات المرجعية هي مجموعات الأفراد والجماعات التي تتأثر بسلوكها	٢٦	✓
٢٧	تقدم الاستراتيجيات المنهجية <i>Strategies</i>	٢٧	✓
٢٨	العلاقات العامة لا تقتصر على الجمهور	٢٨	✓

نموذج هيرو أركية التأثير لا يعكس الرؤية التماثلية للعلاقات العامة.	١٨	✓
يتعرض الجمهور لرسالة العلاقات العامة فمجرد نشر الرسالة يعني أن الجمهور المستهدف تعرض لها أو قبلها ✪	١٩	✪
العناصر القالية الشعارات ، الكلمات المثورة الربط بالمشاهير لا تساعد على تذكر الرسالة .	٢٠	✪
الجمهور المستهدف يصعب عليه اتباع الفكرة المقدمة اذا لم يكن لديه المهارة والقدرة على العمل .	٢١	✓
التخطيط لا يعتبر ملح لأي مؤسسة أو أي منظمة لأنها بإمكانها الاستعانة بالتطوير أو التحسين المباشر .	٢٢	✪
لا يعتبر التقويم المحصلة النهائية لعملية العلاقات العامة .	٢٣	✓
لعملية التقويم مرحلتين هما المبدئي والنهائي .	٢٤	✓
لا تعتبر تغيير الاتجاه خطوة ضرورية في عملية الاقناع .	٢٥	✪
المراحل التي تمر بها الفكرة هي خمس مراحل تبدأ بالادراك وتنتهي بالتبني .	٢٦	✓
الجماعات المرجعية هي جماعات الاصدقاء والاقارب مثل جماعات النقض .	٢٧	✪
تقدم الاستراتيجيات المنطقية Expressive Strategies اطاراً مفيداً لمخطط البرامج الاتصالية في العلاقات العامة لاقناع الجمهور .	٢٨	✓

<p>مؤلف: محمد النور ✪ كلية الآداب والعلوم الإنسانية ✪ قسم الإعلام ✪ رسم الاحبار - ساعة ونصف</p> <p>تخطيط برامج وحملات العلاقات العامة (COM472) - امتحان الفصل الدراسي الثاني 2023-2024 - نموذج (2)</p>		
١٤	في الاتصال في العلاقات العامة توجد استراتيجية عتيق بغالب بها استخدامها في الاتصال .	(٥) ✪ التي بصواب (أ) أم خطأ (ب) في الإجابة مسئولة السؤال
١٥	يقوم رجل العلاقات العامة بممارسة الاتصال في عدة اتجاهات في تنظيم المؤتمرات الصحفية وإصدار البيانات المصحفية .	الاعتمادات التي تكونت لدى معها نتيجة التفتوت
١٦	استراتيجية الاتقاق تجمع بين الاتصال في اتجاهين والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى المنظمة .	✪ علاقات العامة تتضمن أربع في تحديد أساليب التقييم
١٧	استراتيجية الحوار تعني Persuasion	أساسيا وهو مرحلة تقييم
١٨	نموذج هيراركية التأثير لا يعكس الرؤية التماثلية للعلاقات العامة .	✪ مستهدف وتحدد
١٩	يتعرض الجمهور لرسالة العلاقات العامة الفجوة نظر الرسالة يعني ان الجمهور المستهدف تعرض لها أو قبلها	✪ هو مجرد اتصال
٢٠	العناصر التالية الشعارات ، الكلمات المثيرة الربط بالمشاعر لا تساعد على تذكر الرسالة .	✪ من أن يقيم الجمهور
٢١	الجمهور المستهدف يصعب عليه اتباع الفكرة للقطعة (أ) م يكن لديه المهارة والقدرة على العمل .	✪ تجاهات أو السلوك
٢٢	التخطيط لا يعتبر ملح لأي مؤسسة أو أي منظمة لأنها بإمكانها الاستعانة بالتنظيم أو التحسين المباشر .	✪ الأهداف
٢٣	لا يعتبر التقييم المحملة النهائية لعملية العلاقات العامة .	✪ العامة
٢٤	لعملية التقييم مرحلتين هما المبدئي والنهائي .	✪
٢٥	لا تعتبر تغيير الاتجاه خطوة ضرورية في عملية الاتقاق	✪ التحقيق
٢٦	الراحل التي تمر بها الفكرة هي خمس مراحل تبدأ بالأولك وتنتهي بالتنظيم .	

٤	تتضمن الخطة وصفا للجمهور الغير مستهدف وتحديدها لحجم التغيير المطلوب .
٥	الاتصال قد يكون الهدف الاستراتيجي هو مجرد إيصال رسالة الى جمهور محدد.
٦	ليس المطلوب تشكيل او تغيير الاتجاه بل ان يقيم الجمهور هذه الأفكار على نحو روتيني .
٧	غالبا ما تستطيع وسائل الاتصال تغيير الاتجاهات أو السلوك
٨	يمكن اعتبار الأهداف الاستراتيجية صياغة لأهداف توجيهية لأحداث التأثير المرغوب .
٩	الأهداف الفرعية للحملة أو لبرنامج العلاقات العامة تتلخص في النتائج والأنشطة أو المهام الرئيسية .
١٠	الحملة الاعلامية هي جهود اعلامية غير منظمة لتحقيق هدف معين .
١١	الاستراتيجية هي صياغة الأفكار الاتصالية التي سوف تطرح في الحملة لتحقيق انجاز هدف اجرائي غير محدد .
١٢	الاستراتيجية في التخطيط تعني TECHNIQUES
١٣	التكتيكات هي الاجراءات او الخطوات العلمية حتى تنجز كل هدف من الأهداف الاجرائية .

التخطيط جسر يربط الماضي بالمستقبل	٣٤	✓
من المكونات التي يمكن الشروع فيها قبل البحوث تحليل الموقف الذي عليه المنظمة .	٣٥	✓
من المكونات التي لا يمكن التعامل معها الا بعد اجراء البحوث اختبار وصياغة التكتيكات .	٣٦	✓
التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة يحتاج الى خبرات عدد كثير من الافراد	٣٧	✓
صياغة مهمة المنظمة هي عبارة عن الهدف من وجودها .	٣٨	✗
صياغة مهمة المنظمة لا تتطلب مشاركة كل العاملين في المنظمة في صياغتها .	٣٩	✓
صياغة المشكلة تعتبر الوثيقة الاساسية لمدير العلاقات العامة وليس المنظمة .	٤٠	✗
تكتب صياغة المشكلة على نحو القصص الاختيارية .	٤١	✓
تتضمن صياغة المشكلة خمس عناصر هي اين ، ومن ، وكيف ولماذا حدثت المشكلة .	٤٢	✓
مصطلح SWOT التحليل الخماسي للفرص المتاحة والتحديات للمواقف .	٤٣	✗
نظام ADOPTS يتكون من خمسة عناصر هي الفرص المتاحة والمشكلات للموقف .	٤٤	✗

جامعة الملك عبدالعزيز ✎ كلية الآداب والعلوم الإنسانية ✎ قسم الإعلام ✎ الإصدار النهائي لمادة: تخطيط برامج وحملات العلاقات العامة (COM472) - امتحان الفصل الأول

العوامل تحللي	٤٥	الاستراتيجية التقييم لا تركز على رغبة الافراد في تمثيل لهم بخططهم وقبولين اجتماعياً .	٢٩
عوامل القوت تحللي	٤٦	أهم ما يخطط به السمات في القائم بعملية الاتصال هي الصفائية والقدرة على جذب المتلقي فقط .	٣٠
الهدف الاتصالي الذي وصورتها أهم الاديان	٤٧	التخطيط الاستراتيجي لحملات العلاقات العامة هو عملية وضع الأعمال التخطيطية والتكتيكية بشكل قابل للقياس .	٣١
العلاقات العامة انها	٤٨	لتنفي وتخطط برامج العلاقات العامة إلى تصميم وتنفيذ البرامج الاتصالية التي لا تتناسب مع ظروف المؤسسة .	٣٢
التحليل الاتصالي الذي التي تشكل البيئة او	٤٩	التخطيط هو التجربة الرشيدة الاستراتيجية لأهداف .	٣٣
لا تلجأ المنظمات الى قد دلالة عن سمعة وشخص	٥٠	التخطيط جسر يربط الماضي بالمستقبل	٣٤
		من المكونات التي يمكن الشروع فيها قبل البحوث تحليل الموقف الذي عليه المنظمة .	٣٥
		من المكونات التي لا يمكن التعامل معها الا بعد اجراء البحوث اختبار وصياغة التكتيكات .	٣٦
		التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة يحتاج الى خبرات عدد كثير من الافراد	٣٧
		صياغة مهمة المنظمة هي عبارة عن الهدف من وجودها .	٣٨
		صياغة مهمة المنظمة لا تتطلب مشاركة كل العاملين في المنظمة في صياغتها .	٣٩
		صياغة المنظمة	٤٠

قسم الإعلام * زمن الاختبار: ساعة ونصف

(COM472) انتساب الفصل الدراسي الثاني ١٤٣٤ هـ - نموذج (٥)

العوائق تعني Advantages	٤٥
عامل الوقت يعني Stake Holders	٤٦
الهدف الاساسي للعلاقات العامة هو تحسين مركزنا وصورتنا أمام الادارة.	٤٧
العلاقات العامة لها ارتباط بتحسين الصورة الذهنية.	٤٨
التحليل الاتصالي الى خارج المنظمة لا يبحث عن المشكلات التي تشكل البيئة او المحيط الداخلي للمنظمة.	٤٩
لا تلجأ المنظمات الى تحليل الاثار والرموز التي تعطي دلالة عن سمعة وشخصية المنظمة نتيجة للتكلفة العالية.	٥١

٣١	المعدانية والقدرة على جذب الناس فقط
٣١	التخطيط الاستراتيجي لحملات العلاقات العامة هو عملية وضع الأعمال التخطيطية والتكتيكية بشكل قابل للتطبيق
٣٢	يسعى مخططو برامج العلاقات العامة إلى تصميم وتخطيط البرامج الاتصالية التي لا تتناسب مع ظروف المؤسسة
٣٣	التخطيط هو التجربة الرشيدة الاستراتيجية لأهداف
٣٤	التخطيط جسر يربط الماضي بالمستقبل
٣٥	من المكونات التي يمكن الشروع فيها قبل البحوث تحليل الموقف الذي عليه المنظمة
٣٦	من المكونات التي لا يمكن التعامل معها إلا بعد إجراء البحوث اختبار وصياغة التكتيكات
٣٧	التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة يحتلج إلى خبرات عدد كثير من الافراد
٣٨	صياغة مهمة المنظمة هي عبارة عن الهدف من وجودها
٣٩	صياغة مهمة المنظمة لا تتطلب مشاركة كل العاملين في المنظمة في صياغتها
	صياغة المشكلة تعتبر الوثيقة الاساسية لمدير العلاقات العامة

جامعة الملك عبدالعزيز ✪ كلية الآداب والعلوم الإنسانية
الانتخاب النهائي لمادة: تخطيط برامج وحملات العلاقات العامة (1472)

استراتيجية التفاوض لا تركز على رغبة الأفراد في التفاوض دور يجعلهم مقبولين اجتماعياً.	44
أهم ما يتمثل به السمات في القائم بعملية الاتصال هي المصادقية والقدرة على جذب المتلقي فقط.	45
التخطيط الاستراتيجي لحملات العلاقات العامة هو عملية وضع الأعمال التخطيطية والتكتيكية بشكل قابل للتقييم.	46
يسعى مخططو برامج العلاقات العامة إلى تصميم وتنفيذ البرامج الاتصالية التي لا تتناسب مع ظروف المؤسسة.	47
التخطيط هو التجربة الرشيدة الاستراتيجية لاجتذاب العملاء.	48
التخطيط جسر يربط الماضي بالمستقبل.	49
من المكونات التي يمكن الشروع فيها قبل البحوث التحليلية الموقف الذي عليه المنظمة.	50

من المفوائد التي لا يمكن التعامل معها الا بعد اجراء البحوث المختار وصياغة التكتيكات .	٣٦
التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة يحتاج الى خبرات عدد كبير من الافراد	٣٧
صياغة مهمة المنظمة هي عبارة عن الهدف من وجودها .	٣٨
صياغة مهمة المنظمة لا تتطلب مشاركة كل العاملين في المنظمة في صياغتها .	٣٩
صياغة المشكلة تعتبر الوثيقة الاساسية لمدير العلاقات العامة وليس المنظمة .	٤٠
تكتب صياغة المشكلة على نحو القصص الاختيارية .	٤١
تتضمن صياغة المشكلة خمس عناصر هي اين ، ومن ، وكيف ولماذا حدثت المشكلة .	٤٢
مصطلح SWOT التحليل الخماسي للفرص المتاحة والتحديات للمواقف .	٤٣
نظام ADOPTS يتكون من خمسة عناصر هي الفرص المتاحة والمشكلات للموقف .	٤٤

استراتيجيات الاتصال	١٦	عناصر الخطة أو البرنامج في العلاقات العامة تتضمن أربع عناصر بدءاً من صياغة المشكلة الى تحديد أساليب التقويم.	٢
استراتيجيات الاتصال	١٧	التقويم في برنامج العلاقات بعد أساسياً وهو مرحلة تقييم الشيء أي إعطائه قيمة.	٣
نموذج هـ العامة	١٨	تتضمن الخطة وصفاً للجمهور الغير مستهدف وتحديداً لحجم التغيير المطلوب.	٤
يتعرض الـ الرسالة	١٩	الاتصال قد يكون الهدف الاستراتيجي هو مجرد إيصال رسالة الى جمهور محدد.	٥
العناصر التي لا تساعد	٢٠	ليس المطلوب تشكيل أو تغيير الاتجاه بل ان يقيم الجمهور هذه الأفكار على نحو روتيني.	٦
الجمهور الذي يمكن لدية	٢١	غالبها ما تستطيع وسائل الاتصال تغيير الاتجاهات أو السلوك	٧
التخطيط لا بإمكانها	٢٢	يمكن اعتبار الأهداف الاستراتيجية صياغة لأهداف توجيهية لأحداث التأثير المرغوب.	٨
لا يعتبر الـ	٢٣	الأهداف الفرعية للحملة أو لبرنامج العلاقات العامة تتلخص في النتائج والأنشطة أو المهام الرئيسية.	٩
لعملية التـ	٢٤	الحملة الاعلامية هي جهود اعلامية غير منظمة لتحقيق هدف معين.	١٠
لا تعتبر تـ	٢٥	الاستراتيجية هي صياغة الأفكار الاتصالية التي سوف تطرح	
المراحل الـ	٢٦		
بالادراك			