



جامعة بغداد  
كلية الاعلام  
الدراسات الاولى  
الامتحانات النهائية / للعام الدراسي ٢٠٢٢-٢٠٢٣  
قسم الصحافة / المادة : اعلان صحفي  
المرحلة : الرابعة / مدة الامتحان ثلاث ساعات



## ملاحظة الإجابة عن أربعة أسئلة فقط

السؤال الاول // وضح مفهومك العلمي لمستقبل الإعلان الصحفي وصناعة المحتوى في عصر الذكاء الاصطناعي ، مع بيان تأثيراته الإيجابية والسلبية ؟  
(١٥ درجة)

السؤال الثاني // ثمة عناصر تجعل الإعلان عن طريق الانترنت يتفوق على الإعلانات في وسائل الإعلام التقليدي ، أذكر هذه العناصر بالتفصيل ؟  
(١٥ درجة)

السؤال الثالث // تتميز الصحيفة المطبوعة كوسيلة إعلانية بخصائص وعيوب ، اذكر كل من تلك الخصائص والعيوب ، وهل تعتقد ان الصحيفة لم تنزل وسيلة إعلانية فاعلة كما كانت في السابق ؟  
(١٥ درجة)

السؤال الرابع // ما العوامل المؤثرة على استراتيجيات تصميم الإعلانات الرقمية ، ارسم /ي مخطط يوضح تلك الاستراتيجية ؟  
(١٥ درجة)

السؤال الخامس // ما المعايير الأخلاقية الواجب اعتمادها لنشر الإعلانات في وسائل الإعلام الرقمي او التقليدي ؟  
(١٥ درجة)

تمنياتي التوفيق للجميع

  
اسم الاستاذ

أ.م.د هدى فاضل عباس

  
رئيس القسم

أ. د ازهار صبيح







- ٤- تقارير ونتائج فورية : الاعلان الرقمي اسهم في اظهار النتائج الفورية وعدد ضغطات الاعجاب، بينما الاعلانات التي يتم نشرها على وسائل الاعلام التقليدية تعطي نتائج تقريبية غير دقيقة وتحتاج الى الوقت لإحصائها.
- ٥- إمكانية التحسين المستمر للاستراتيجية الاعلانية : ففي التسويق الإلكتروني من الممكن متابعة الزبون خلال الحملة الاعلانية ونسبة تفاعله ابتداءً من بداية عرض الاعلان الى مرحلة الاقناع التي تحددها قوة الطلب او عكسه التي تسهم في تحسين استراتيجية التسويق باستمرار نحو الوصول لعملية التطوير، وهذه الميزة تفتقدها الوسائل التقليدية.
- ٦- تحسين سمعة العلامة التجارية : من خلال اعطاء لانطباعات الجيدة عن المنتج عبر الموقع الإلكتروني الذي يقدم عرض معلوماتي وتصميمي مميز يسهم في تحسين صورته.
- ٧- سرعة الانتشار : الاعلان الرقمي اكثر انتشاراً من الاعلان التقليدي، فقد اسهمت الملتيميديا ومواقع التواصل الاجتماعي التي حولت المتلقي من مستلم الاعلان الى ناشر له.
- ٨- حرية التلقي : الاعلان التلفزيوني يتحكم ويفرض على المشاهد وقد ينزعج من تلك العروض، بينما التسويق الرقمي يعتمد التسويق الذكي على عرض الاعلانات بطريقة فاعلة اعطت الحرية للمتلقي في متابعة الاعلان بطريقة اكثر جاذبية.
- ٩- العرض المستمر على مدار ٢٤ ساعة : تحرر الاعلان والتسويق من قيود الزمن الاكثر فاعلية مقارنة بوسائل العرض التقليدي التي كانت تحكم المعلن بساعات المشاهدة المرتفعة المحددة اسعارها بالثانية.
- ١٠- فاعلية التسويق : عبر وسائل الانترنت ازدادت فاعلية التسويق من خلال تقديم خدمات التوصيل للمنازل مقابل اسعار بسيطة والتي اسهمت في زيادة قوة التصريف للسلع بما يحقق هدف الاعلان.

**السؤال الثالث // تتميز الصحيفة المطبوعة كوسيلة اعلانية بخصائص وعيوب عدة ، اذكر كل من تلك الخصائص والعيوب ، وهل تعتقد ان الصحيفة لم تزل وسيلة اعلانية فاعلة كما كانت في السابق ؟**

#### الاجابة

- نعم هناك العديد من الخصائص التي تتميز بها الصحف كوسيلة اعلانية فاعلة كانت ولا تزال بشكل نسبي تلعب دورا مهما في صناعة وتصميم الاعلان ولعل اهم تلك الخصائص هي ..
- ١- تعد مصدرا حيويا ومهما لمختلف المعلومات.
  - ٢- تصل الصحف الى فئات مختلفة من الناس.
  - ٣- تتميز بالسهولة وسرعة النشر.
  - ٤- المرونة في الجدولة الاعلانية.
  - ٥- التنوع في البدائل والاشكال الاعلانية
  - ٦- طريقة صدور الصحف تسمح بتكرار الاعلان ونشره فيها لمدة طويلة
  - ٧- القاريء الذي يشتري الجريدة يقرأ موضوعاتها لهدف معين
  - ٨- ارتفاع درجة المشاركة من قبل القاريء
  - ٩- رخيصة الثمن اذا ما قورنت مع الوسائل الاعلانية الاخرى
  - ١٠- تغطية السوق واختراقه.

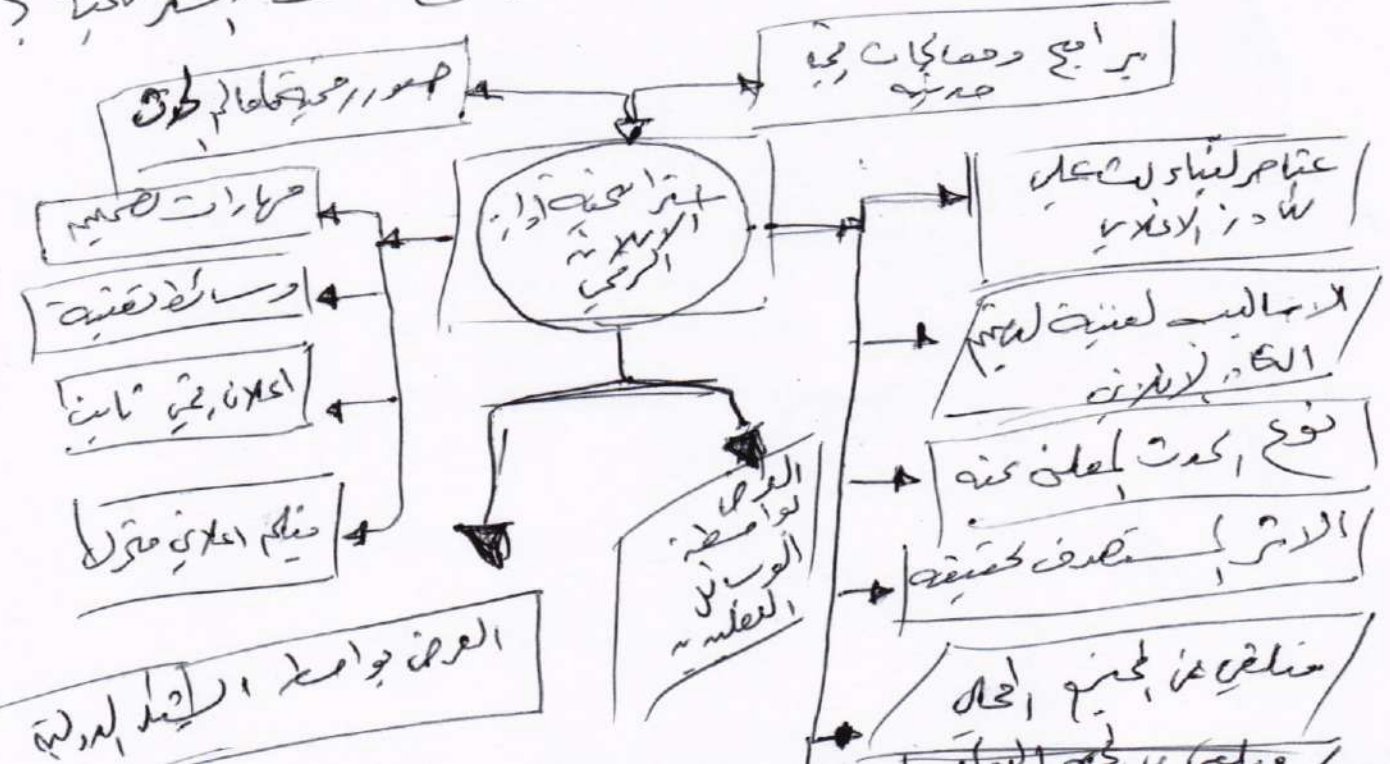
**تتلخص عيوب الصحيفة كوسيلة اعلانية في العصر الحديث بالنقاط التالية..**

- ١- تحتاج الصحف الى القراءة والكتابة
- ٢- احتواء الصحيفة على كثير من الاحداث اليومية الجارية يشتت انتباه القاريء ويبعده عن التركيز على الاعلانات الموجودة داخل الصحيفة.

السؤال الخامس ما المعايير الاختلافية الواجب اعتمادها لنشر الإعلانات الإعلانية في وسائل الإعلام؟

١. الاستناد على استخدام الإشارة، والتفكير المنطقي، والاعتقاد بالبرهنة.
٢. عدم تلويح المراد، لفضل.
٣. الاستناد على استناد الإشارة، والتفكير المنطقي، والاعتقاد بالبرهنة.
٤. الاستناد على إفتها وتضليل المواطنين على حقيقة عالية في الجودة وبغير أساس، عالية من خلال وصف السلع عن طريق الإعلانات، لتهدئة.
٥. الاستناد على إفتها وتضليل المواطنين على حقيقة عالية في الجودة وبغير أساس، عالية من خلال وصف السلع عن طريق الإعلانات، لتهدئة.
٦. الاستناد على إفتها وتضليل المواطنين على حقيقة عالية في الجودة وبغير أساس، عالية من خلال وصف السلع عن طريق الإعلانات، لتهدئة.
٧. الاستناد على إفتها وتضليل المواطنين على حقيقة عالية في الجودة وبغير أساس، عالية من خلال وصف السلع عن طريق الإعلانات، لتهدئة.
٨. مراعاة الاعتراف، ونقله، العرفية وعدم المساس به.
٩. النظر في الإعلانات، الإحصائية، الخيرية، ودورها.

السؤال الرابع ما العوامل المؤثرة في استراتيجيات تنظيم الإعلانات الإعلانية؟





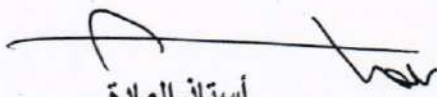


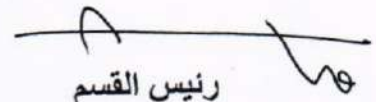
جامعة بغداد  
كلية الاعلام / الدراسات الاولية  
الامتحان النهائي للعام الدراسي ٢٠٢٢ - ٢٠٢٣  
قسم الصحافة / المرحلة: الرابعة  
المادة: إدارة مؤسسات صحفية



ملاحظة/ أجب عن أربعة أسئلة فقط.

- ١- تكلم عن التخطيط كوظيفة من وظائف الإدارة. (١٥ درجة)
- ٢- تكلم عن أهم المبادئ والمفاهيم التي تتشكل منها نظرية الإدارة العلمية. (١٥ درجة)
- ٣- من أشكال الضغوط التي تواجهها المؤسسات الإعلامية، حق الدولة في منح الترخيص وسحبه والاشراف المباشر.. تكلم عن ذلك. (١٥ درجة)
- ٤- تم تكليفك بإدارة مؤسسة صحفية.. ما الأقسام التي يجب أن تضمها مؤسستك الصحفية؟ (١٥ درجة)
- ٥- أذكر أهم السبل لتمويل المؤسسات الصحفية والاعلامية. (١٥ درجة)

  
أستاذ المادة  
ع / أ.م.د. رواء هادي صالح

  
رئيس القسم  
أ.د. أزهار صبيح

جامعة بغداد / كلية الإعلام / قسم الصحافة  
إجابات أسئلة مادة: إدارة المؤسسات الصحفية / المرحلة الرابعة / الدور

إجابة س ١/ تكلم عن التخطيط كوظيفة من وظائف الإدارة.

التخطيط هو عمل فكري يسبق التنفيذ ويتم من خلاله تحديد الأهداف المطلوب تحقيقها وكيفية تحقيقها والخطوات العملية اللازمة لتحقيقها، بمعنى رسم صورة كاملة لكل ما سيتم عمله للوصول إلى النتيجة المرغوبة. ويحتاج المديرون إلى تطوير خطة عمل مفصلة، وتحديد الأهداف وإنشاء مسار عمل معقول لتحقيقها. قد تكون هناك طرق متعددة لتحقيق أهداف المنظمة، لكن مسؤولية الإدارة هي تحديد أفضل مسار للعمل. وتوجد ثلاثة أنواع مختلفة من التخطيط في الإدارة وهي:

- التخطيط الإستراتيجي: وهو نوع من التخطيط طويل المدى ورفيع المستوى، إذ تقوم الإدارة العليا بصياغة خططها الإستراتيجية، ويجب على المديرين الرجوع إلى الخطط الإستراتيجية لتوجيه قراراتهم.
- التخطيط التكتيكي: وهو نوع من التخطيط قصير المدى (سنة واحدة أو أقل) يركز على الهدف، وغالبا ما تقوم به الإدارة الوسطى.
- التخطيط التشغيلي: وهو خطة تصف خارطة الطريق اليومية للأنشطة داخل المؤسسة. يقوم المديرون والمشرفون ذوو المستوى المنخفض بوضع استراتيجيات تشغيلية في معظم الحالات.

إجابة س ٢/ تكلم عن اهم المبادئ والمفاهيم التي تتشكل منها نظرية الادارة العلمية.

- ١- إحلال الأسلوب العلمي في تحديد العناصر الوظيفية بدلا من أسلوب الحدس والتقدير.
- ٢- استخدام طرق دراسة الوقت والحركة لتحديد أحسن طريقة لأداء العمل.
- ٣- استخدام الحوافز المادية لإغراء العاملين على تأدية العمل بالسرعة المطلوبة.
- ٤- الدراسة العلمية للعمل التي ينبغي أن يقوم بها فرقة مختصة لأنها معقدة وطويلة.
- ٥- الرشد الوظيفي، ويقصد بالرشد الوظيفي أو الإداري أن الفرد عندما تسند إليه وظيفة ما يكون قد أعد لها وتدريب عليها.

إجابة س ٣/ من اشكال الضغوط التي تواجهها المؤسسات الاعلامية، حق الدولة في منح الترخيص وسحبه والاشراف المباشر.. تكلم عن ذلك.

تمتلك الدولة في معظم البلدان العربية حقا في منح الترخيص للمؤسسات الاعلامية وسحبه أيضا، إذ تشترط الدولة ضرورة الحصول على ترخيص من الجهة المختصة لإصدار صحيفة او انشاء محطة فضائية او مؤسسة اعلامية. ان امتلاك الحق بمنح الترخيص للمؤسسات الصحفية والاعلامية تظهر اهميته في الضغط الذي يمكن ان تمارسه الدولة على هذه المؤسسات فضلا عن حقها ايضا في سحب الترخيص وغلغ المؤسسة. ومن ثم فان كثيرا من القرارات التي تتخذها ادارات المؤسسات الاعلامية وخاصة ما يتعلق بالنشر تأخذ في اعتبارها مسألة سحب الترخيص الذي يمكن ان يمثل تهديدا للمؤسسة. والوجه الاخر لتأثير الدولة يكمن في اشرافها المباشر وملكيته لوسائل النشر والاعلام. وتكاد تلتقي جميع الدول العربية في ملكيتها للاذاعة والتلفزيون ووكالات الانباء وبعض الدول تمتلك ايضا الصحف ودور النشر والاعلان والتوزيع ومثل هذا النوع من الملكية لا يخفي تأثيره المباشر على ادارة تلك المؤسسات فالدولة هي التي

تقوم بتعيين المديرين وهي التي تقوم بوضع سياستها الاعلامية وهي التي تحدد ميزانياتها وتؤثر الدولة على الادارة بالضغط على الموظفين وامكانية استمرارهم في وظائفهم كذلك.

إجابة س 4 / تم تكليفك بإدارة مؤسسة صحفية، ما الاقسام التي يجب ان تضمها مؤسستك الصحفية؟  
- القسم الإداري: ويهتم بالتوظيف والتخطيط والتنظيم ومتابعة سير الاعمال وتقييم الأخطاء وتقييم الموظفين والمحريين والفنيين .

- قسم التحرير: ويختص بالشؤون التحريرية والكتابية ومتابعة المحررين والمراسلين ومراحل العمل التحريري كافة.

- القسم الفني: ويختص بالمسائل الفنية من تصميم الصحيفة واخراجها وطباعتها ومجمل العمليات الفنية.

- قسم الحسابات: ويختص بإدارة الشؤون الحسابية جميعها.

- قسم الإعلان: هذا القسم يكون موجود في الصحف الكبرى التي تعتمد على الإعلان بشكل كبير، يهتم المعلنين بالإعلان عن منتجاتهم وخدماتهم وتسويقها من خلال الإعلان التجاري او الخدمي.

إجابة س 5 / اذكر اهم السبل لتمويل المؤسسات الصحفية والاعلامية.

- الاعتماد على الاعلان التجاري وتسويق المواد المنتجة وهي هنا المواد الإعلامية كالجراند والمجلات والبرامج والأفلام الوثائقية وغيرها من المواد، كوسيلة لتوفير المال لتغطية نفقات المؤسسات الاعلامية.

- توفير اموال خاصة عن طريق الدعم المادي المباشر وغير المباشر الذي يقدمه اشخاص او اجهزة او حكومات للمؤسسات الإعلامية لا سيما الخاصة منها.

- توفير اموال حكومية للمؤسسات الاعلامية والصحفية ودور النشر التابعة للحكومة، إذ تكون هي المسؤولة عن تغطية نفقات هذه المؤسسات.

- أجور الرسوم والاشتراكات في الصحف أو الوكالات الإخبارية أو المواقع الإلكترونية غير المجانية.

- إقامة دورات تدريبية على العمل الصحفي بفنونه المختلفة مقابل رسوم معقولة.

- جمع التبرعات، إذ تعمل بعض المؤسسات الصحفية على حث جمهور القراء أو المتلقين للوسيلة، على التبرع من أجل المساهمة في ضمان استمراريتها.

أستاذة المادة

أ.م.د. رواء هادي صالح