



المادة: العلاقات العامة الرقمية
المرحلة: الثالثة
الزمن: ثلاث ساعات

اسئلة الامتحانات النهائية
للعام الدراسي ٢٠٢٢ / ٢٠٢٣
الدور الاول/ نموذج (١)

جامعة بغداد
كلية الإعلام
قسم: العلاقات العامة

ملحوظة : اجب عن اربعة اسئلة فقط :

- س١: املئ الفراغات الاتية بما يناسبها من الكلمات ؟ اختر خمسا فقط (١٥ درجة)
- ١- أصبح للإعلانات الإلكترونية القدرة على منافسة بشرط أن يتم استخدامها
 - ٢- أصبحت عملية إدارة السمعة على الانترنت تقع على عاتق مسؤولي العلاقات العامة و.....و.....
 - ٣- تُعد واحدة من أقوى الأدوات التي يمكن استخدامها من قبل مسؤولي العلاقات العامة على مواقع التواصل الاجتماعي؛ إذ عن طريقها يتم تجميع كل البيانات المهمة التي تتعلق بالجمهور.
 - ٤- الإعلان الإلكتروني عنصر جداً في بناء صورة ايجابية والتعريف بها.
 - ٥- يتميز النظام الرقمي بإمكانية تطابقه وإمكانية دمج مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل: وهو ما يصعب القيام به بالنسبة للنظام القياسي.
 - ٦- ما يميز الاتصالات الرقمية عن سابقتها من وسائل الاتصال الأخرى انها تتمتعو.....

(١٥ درجة)

س ٢ : عرف خمسا مما يأتي ؟

- ١- الإعلان النصي:
- ٢- المحتوى التسويقي :
- ٣- الإعلان الطائر:
- ٤- محرك البحث :
- ٥- مواقع الاعمال :
- ٦- المواقع الفرعية:

- س ٣: بالرغم من تعدد الايجابيات التي تتميز بها شبكات التواصل الاجتماعي فإنها لا تكاد تخلو من السلبيات انكرها مع الشرح :
- س ٤: ان مستقبل العلاقات العامة هو الانترنت حتما، حيث ان الانتقال من العلاقات العامة التقليدية إلى العلاقات العامة الرقمية مرحلة مهمة وضرورية تقوم على ثلاثة ركائز اساسية عددها مع الشرح وادكر خمسا من الخصائص التي يتمتع بها الاتصال الالكتروني ؟ (١٥ درجة)

س ٥: ارسم مخطط يوضح عناصر الاتصال الرقمي مع ذكر المكونات وشرحها بالتفصيل ؟ (١٥ درجة)

أ.د. محمد عبد حسن
رئيس القسم



مع تمنياتي لكم بالنجاح

د. فراس اسماعيل
استاذ المادة



اجوبة اسئلة نموذج / ١

س ١/ املا الفراغات الاتية

١- أصبح للإعلانات الإلكترونية القدرة على منافسة الإعلانات التلفزيونية بشرط أن يتم استخدامها بطريقة

صحيحة ومثالية

٢- أصبحت عملية إدارة السمعة على الانترنت تقع على عاتق مسؤولي العلاقات العامة والتسويق و

الاتصال الرقمي.

٣- تُعد دراسات الحالة واحدة من أقوى الأدوات التي يمكن استخدامها من قِبل مسؤولي العلاقات العامة على

مواقع التواصل الاجتماعي؛ إذ عن طريقها يتم تجميع كل البيانات المهمة التي تتعلق بالمستخدمين

٤- الإعلان الإلكتروني عنصر ترويجي مهم جداً في بناء صورة ايجابية للعلمة التجارية والتعريف بها.

٥- يتميز النظام الرقمي بإمكانية تطابقه وإمكانية دمج مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل: الكمبيوتر وهو

ما يصعب القيام به بالنسبة للنظام القياسي.

٦- وما يميز الاتصالات الرقمية عن سابقتها من وسائل الاتصال الأخرى انها تتمتع بميزة الاعتماد

الشخصي والحر.

س ٢ عرفاً خمساً مما يأتي

١- الإعلان النصي: يعد هذا النوع من أهم أنواع الإعلانات الإلكترونية، ويظهر هذا النوع عندما يقوم الزائر

ببحث على موقع أبحاث مثل جوجل، حيث يظهر هذا الإعلان على جانب نتائج البحث، ويظهر هذا

الإعلان في حال كان لدى الشخص صلة بما يبحثون عنه.

٢- يعرف المحتوى التسويقي بعملية خلق وتوزيع مادة تفاعلية ذات قيمة، سواء كانت مقال أو انفوغرافيك أو

فيديو أو صورة، وذلك لجذب واكتساب وإشراك الجمهور المستهدف. إذ ان الهدف الرئيسي من المحتوى

التسويقي عبر المدونات هو تحقيق أعلى مستوى ممكن من التواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف،

ذلك من اجل الحفاظ على العملاء وخلق عملاء محتملين جدد.

٣- الإعلان الطائر: وهو أحد أنواع الإعلانات الإلكترونية والتي قد تكون مزعجة لعدد كبير من

المستخدمين، إذ يظهر هذا النوع من الإعلانات بمجرد دخول الزائر إلى الصفحة، ويستمر ظهوره لحوالي

ثلاثين ثانية، وقد يمنع المستخدم من رؤية محتوى المواقع حتى يزول، ولكن يوجد زر إغلاق يمكن

للشخص الضغط عليه لإغلاق الإعلان.

- ٤- يعرف محرك البحث على أنه: برنامج حاسوبي مصمم للمساعدة في العثور على مستندات مخزنة على الشبكة العنكبوتية العالمية أو على حاسوب شخصي.
- ٥- المواقع الفرعية : وهي مواقع وبوابات تخدم مواقع اخرى مقابل رسوم متفق عليها لمؤسسات كبيرة تقدم خدمات معروفة مثل مواقع المؤسسات الفرعية ومواقع الاعلانات وما اليها وكذلك الامر بالنسبة الى (ياهو وكوكل) لهما مواقع فرعية بلغات مختلفة تخدم بلدان مختلفة .
- ٦- مواقع الاعمال : Business تكون هذه المواقع بمثابة واجهة للمؤسسات الاقتصادية وجهات الأعمال والخدمات ، وتستخدم لتقديم الأعمال التجارية والخدمات إما لمحيط جغرافي في بلد محدد أو قارة أو حتى في قرية صغيرة .

- س ٣/ بالرغم من تعدد الايجابيات التي تتميز بها شبكات التواصل الاجتماعي فإنها لا تكاد تخلو من السلبيات اذكرها مع الشرح :
١. الخصوصية: هناك دواعي عديدة للقلق فيما يتعلق بخصوصية الافراد المشاركين في خدمات الشبكات الاجتماعية، إذ يقوم العديد من المشتركين بالبوح بالكثير من المعلومات الشخصية ، التي قد تتعرض للسرقة من جهات أو اشخاص وكذلك الاعتداء على صفحات المشتركين بالفيروسات الالكترونية ، وتعرض المشتركين إلى الأذى.
 ٢. إضاعة الوقت: إن الطبيعة الاجتماعية للبشر تدفعهم إلى الاندفاع إلى شبكات التواصل الاجتماعي والتجول بين الصفحات والتعليق على المنشورات والاعجاب بها من دون ان يشعروا بالوقت.
 ٣. ضعف الثقة: لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها ولا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في شبكات التواصل الاجتماعي هشه ما لم تتأسس على علاقة سابقة في العالم الواقعي.
 ٤. العزلة الاجتماعية عن العالم الواقعي: لهيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة. لجأ العديد من أفراد المجتمع إلى شبكات التواصل الاجتماعي لإشباع حاجات التواصل مع الآخرين ونتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي وغياب شبه تام عن العالم الحقيقي ، وإذا كان من أهداف شبكات التواصل الاجتماعي تخليص البشر من عزلتهم ، فإن تحقق ذلك الهدف انتهى بعزلة جديدة للبشر عن عالمهم الحقيقي.

س ٤/ ان مستقبل العلاقات العامة هو الانترنت حتما، حيث ان الانتقال من العلاقات العامة التقليدية إلى العلاقات العامة الرقمية مرحلة مهمة وضرورية تقوم على ثلاثة ركائز اساسية عددها مع الشرح وادكر خمسا من الخصائص التي يتمتع بها الاتصال الالكتروني ؟



١. اعادة توظيف المحتوى عبر الإعلام الاجتماعي:

احد أهم الطرق للانتقال إلى العلاقات العامة الرقمية ودمج المحتوى التسويقي في برامج الاتصال الخاصة بمؤسسة أو شخص معين، هو اعادة توظيف المحتوى الذي أعد من قبل، ومن ثم تحويله إلى مادة تفاعلية جديدة، فالبيان الصحفي التقليدي مثلاً ممكن اعادة نشره كعرض أو اعادة كتابته كمدونة أو تحويله إلى انفوغرافيك، ومن ثم نشره على شبكة الانترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك. هكذا يمكن إطالة زمن صلاحية المحتوى، والاستفادة من مزايا وسائل الإعلام الاجتماعي المختلفة للوصول إلى أكبر قاعدة ممكنة من الجمهور المستهدف.

٢. المحتوى التسويقي عبر المدونات:

يعرف المحتوى التسويقي بعملية خلق وتوزيع مادة تفاعلية ذات قيمة، سواء كانت مقال أو انفوغرافيك أو فيديو أو صورة، وذلك لجذب واكتساب وإشراك الجمهور المستهدف. إذ ان الهدف الرئيسي من المحتوى التسويقي عبر المدونات هو تحقيق أعلى مستوى ممكن من التواصل والتفاعل مع الجمهور المستهدف، ذلك من اجل الحفاظ على العملاء وخلق عملاء محتملين جدد. للمحتوى التسويقي أنواع وأصناف مختلفة وكل فئة مستهدفة تفضل نوعا معيناً دون الآخر. كما تتعدد أنواع المدونات، وطرق إيصال المعلومة أو الرسالة إلى الجمهور، ولكن تبقى الوسيلة المثلى للحصول على أفضل النتائج، العمل على مواد خلاقية وجديدة، واستخدام روابط صور وفيديوهات جذابة.

٣. ادارة السمعة على الانترنت:

مع بداية الانترنت، كان الفريق التقني المسؤول المباشر عن هذه المهمة في المؤسسة، ومع اتساع نطاق النظام البيئي الرقمي والدور المحوري الذي تؤديه الانترنت ووسائل الإعلام الاجتماعي في مجال الاتصال والعلاقات العامة، فقد أصبحت عملية إدارة السمعة على الانترنت تقع على عاتق مسؤولي العلاقات العامة والتسويق والاتصال الرقمي، فإذا ارادت شركة ما الإعلان عن طريق المحرر الصحفي، فإن اول ما يفعله معظمهم اجراء بحث عن الشركة، ولأنهم يتلقون مئات الإعلانات يوميا بسبب ارتفاع أعداد الكتاب المساهمين، قد يكون لديهم بضع ثوان فقط للبحث عنها، وبهذا إما يعجبون بسيرتها ويتابعونها بناء على ذلك، أو العكس تماما.

وفي حال وجد أحدهم ان المحتوى الذي تقدمه قيم وذو جودة عالية، ويمثل علامتها التجارية وخبرتها وشركتها، بذلك تكون قد اجتازت الاختبار بنجاح. ولتعزيز ادارة سمعة الشركة على الانترنت وايصال رسالتها إلى الجمهور المناسب، من المهم ابتكار ونشر المحتوى الفعال.

ان الاتصال الإلكتروني يتمتع بمجموعة من الخصائص هي كالاتي:

1. **خاصية التوفر:** فالاتصال الإلكتروني متوفر دائما اذ يمكن لجهاز العلاقات العامة أن يحصل على أية معلومة تم نشرها على موقع الكتروني أو صحيفة الكترونية دون طلب الرخصة لاعطائه تلك المعلومة وفي أي وقت كان، ويوفر أرشيفاً إعلامياً إلكترونياً للجميع دون قيود.
2. **خاصية الشمولية:** أي التنوع والشمول في المحتوى، اذ كان جهاز العلاقات العامة في الاتصال التقليدي يعاني من مشكلة عدم وجود فسحة كافية أو مساحة مخصصة لطرح موضوع أو إنجاز عمل إعلامي أو كتابة مقالة في الوسائل المقروءة أو المسموعة أو المرئية، لكن بفضل الانترنت الذي سمح بإنشاء مواقع ومدونات وصحف ومجلات الكترونية، أصبح ذلك ممكناً.
3. **خاصية المرونة:** تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي (مستخدم الانترنت)، إذ يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالانترنت أن يتجاوز عدداً من المشكلات الاجرائية التي تعترضه، وكلما ازدادت قدرات الكمبيوتر تزداد مرونة التعامل مع الانترنت من الناحية التقنية، أما على مستوى جهاز العلاقات العامة فتبرز خاصية المرونة من خلال قدرة الجهاز في الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة والتميز بينها وبين المواقع التي تقدم معطيات مزيفة مع العلم أن القدرة على تزييف المعلومة قد ازدادت كثيراً مع ظهور الانترنت الذي سهل كثيراً من عمليات تركيب الصور وتعديل الأصوات وغيرها.
4. **خاصية الانفتاحية:** ونسبة كبيرة منه تتسم بالاستقلالية عن المؤسسات الحكومية، وهو نوعا ما مجاني وساهم إلى حدود معينة في إضعاف الهيمنة الكبيرة لرأس المال والشركات الكبرى والحكومات على الإعلام في العالم.
5. **خاصية الانسيابية من الرقابة:** اذ أعطى الحرية المطلقة وتخطى الحدود والحواجز المحلية والدولية وحدود القانون والرقابة المرتكزة على تقييد حرية الاتصال والاعلام والمعتقد والتعبير في معظم بلدان العالم، فهو يتميز بسرعة تغطية الاحداث ونقل الخبر بشفافيه بدون قيود وسهولة التصفح والحصول على المعلومة والبحث عنها، وسمح للفرد من إبداء رأيه دون قلق أو خوف من الملاحقة وللنقد والتعليق على الموضوع الإلكتروني.
6. **خاصية التعددية الثقافية:** فالاتصال الإلكتروني يسر موضوع التعبير عن الذات والحوار الحضاري، اذ روج لثقافة احترام الرأي الآخر عن طريق توفير فرص التفاعل والمداخلات المستمرة والتواصل بين



المؤسسات والجمهور وبطرق مختلفة، وأعطى فرصة للجمهور من مختلف شرائح المجتمع لأن يكونوا إعلاميين من خلال مساهماتهم وكتابتهم وتقديمهم البرامج الاعلامية المحترفة وتبادلها فيما بينهم وعدم اقتصارها على النخب.

٧. **خاصية التواصلية:** ساهم الاتصال الالكتروني بشكل ملحوظ في بناء جسور من التواصل بين القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة مما كان له بالغ الأثر في تفاعل كل من الجانبين مع الآخر حيث أتاحت التكنولوجيا الرقمية أداة تمكن الجمهور من التعبير عن رأيه حول المادة المقدمة من حيث تبادل التعليقات وتشكيل شبكة للاتصالات والتواصل التجمع بين الكثير من التوجهات وتنمية الحوار الهادف والتعود على تقبل الآخر مهما اختلفت وجهات النظر.

٨. **خاصية التطور السريع:** ان الاتصال الالكتروني يتطور بشكل سريع ومتواصل وأصبح ظاهرة عالمية لا يمكن الاستغناء عنها بحيث اصبح الاداة الاساسية في تسيير الاقتصاد الرأسمالي المعولم والادارة الحكومية وذلك بفضل الانترنت الذي يعتبر وسيلته الاساسية، فالاحصائيات والدراسات العالمية تشير إلى ان استخدام الانترنت في العالم يتزايد بشكل كبير جدا، ويتطور بشكل سريع ومتواصل.

٩. **خاصية البناء الثقافي:** اذ يساهم في انتشار الثقافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع، وزيادة استخدام التسويق الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية وهي عملية ترويج الأعمال والبيع للعملاء من خلال استخدام الانترنت، بالاضافة إلى ارتفاع أعداد مستخدمي الانترنت بشكل عام وانخفاض تكلفة أسعار النشر الالكتروني مقارنة بأسعار النشر الورقي.

١٠. **خاصية المستقبلية:** انه اتصال المستقبل، بإعتماده على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه، فانتشار أجهزة النشر الالكتروني ووسائل الإتصال الإلكترونية المحمولة في كف اليد والتي يستطيع حاملها الدخول على الانترنت ومطالعة موقعه الالكتروني المفضل أو قراءة صحيفته المفضلة من أي مكان وفي أي زمان، وكل ذلك يصاحبه استمرارية انخفاض أسعار هذه الأجهزة.

١١. **خاصية التفاعلية:** سرعة استجابة الجمهور وسهولة مناقشة الحدث او الموضوع اذ أدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع محتوى الرسالة الاتصالية مكن الجمهور من أن يتفاعل معها من خلال النص المكتوب والصوت والصورة والفيديو وحفظ نسخة من النص وسهولة الرجوع للنص في أي وقت أو إرسالها لشخص آخر، أو التعليق على الخبر أو المقال وقراءة تعليقات وآراء الآخرين على الموضوع.

١٢. **خاصية التحديث:** اذ يتم تحديث وتجديد الأخبار والمواد الاعلامية باستمرار دون مواعيد ثابتة، فالمحتوى الاتصالي الإلكتروني يتمتع بالسبق والقدرة على التفاعل واستخدام الصورة ومقاطع الفيديو، والخلفيات والمعلومات الأساسية والتحليلات ومقالات الرأي ذات العلاقة، مما يضيف تفاعلا حقيقياً مع المواد الإعلامية.

