

السبت: 2023/01/14

المدة: ساعة ونصف

## امتحان في مقياس الاتصال

السؤال الأول: (07 ن)

قبل الاستحواذ على الشركة الناشئة **android** سنة 2005. لم تكن الأمور في أفضل أحوالها. حيث كانت الشركة تمر بظروف سيئة، وفي أمس الحاجة للتمويل حينها، لإنشاء نسخة تجريبية من نظام التشغيل. كما أن هذه النسخة كانت تهدف بشكل رئيسي لإظهار قدراتها وما يمكن لأندرويد أن يقدمه.

- ما نوع الاتصال المناسب لشركة **android** في ظرفها الذي تمر به؟
- ماهي الفئة الموجه لها هذا النوع من الاتصال؟ وما الغرض منه؟

عند الانتهاء من النسخة التجريبية، والعرض التقديمي الخاص بنظام التشغيل انجذبت عدد من الشركات له. ومن بينها كانت شركة **Google** حيث قامت هذه الأخيرة، وبالتحديد في 17 أوت 2005، بعملية الاستحواذ على شركة أندرويد بقيمة 50 مليون دولار. هذا الاستحواذ مكنها من السيطرة على سوق برامج تشغيل الهواتف الذكية.

- ما هي نوع وسيلة الاتصال الداخلي التي يمكن أن تستخدمها شركة **Google** من أجل إنجاز هذه العملية؟ ولماذا تستخدم هذه الوسيلة؟
- كيف يتم إدارة (تنظيم) هذه الوسيلة؟

السؤال الثاني: (03 ن)

يتوقف اختيار المؤسسة لوسيلة الاتصال الملائمة على عدة اعتبارات، أوجزها في نقاط (بدون شرح).

السؤال الثالث: (07 ن)

أذكر الفرق بين كل من: الدعاية والإعلان /مجلة وكتاب المؤسسة / الاتصال الجماعي والاتصال الجماهيري / Visio-conférence & Web-conférence /mécénat و sponsoring (من الأفضل تنظيم الفروقات على شكل نقاط

في جداول)

السؤال الرابع: (03 ن)

تكلم (باختصار) عن نموذج شرام (1954) Schramm للاتصال. مع رسم توضيحي للنموذج.

بالتوفيق

أستاذ المقياس