

بنك الأسئلة مادة التواصل الشخصي الجزء الخاص بـ د/ محمد خليل

الفصل الأول: مقدمة في التسويق الشخصي

١. ما هو الهدف الرئيسي من التسويق الشخصي؟
(أ) كسب المال بسرعة
(ب) بناء علامة شخصية قوية
(ج) الحصول على وظيفة دون مجهود
(د) الترويج لمنتجات أخرى
الإجابة: (ب) بناء علامة شخصية قوية
٢. ما الفرق بين التسويق الشخصي والترويج الذاتي؟
(أ) لا يوجد فرق
(ب) التسويق الشخصي يركز على استراتيجيات طويلة الأمد
(ج) الترويج الذاتي يركز على استراتيجيات طويلة الأمد
(د) التسويق الشخصي يقتصر على وسائل التواصل الاجتماعي
الإجابة: (ب) التسويق الشخصي يركز على استراتيجيات طويلة الأمد
٣. ما هي الخطوة الأولى في التسويق الشخصي؟
(أ) الترويج الذاتي
(ب) بناء الوعي الذاتي
(ج) إنشاء حساب على وسائل التواصل الاجتماعي
(د) البحث عن وظيفة
الإجابة: (ب) بناء الوعي الذاتي
٤. ما الذي يعكسه بناء علامة شخصية قوية؟
(أ) المظهر الخارجي فقط
(ب) القيم والمهارات والخبرات
(ج) عدد المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي
(د) الدخل الشهري
الإجابة: (ب) القيم والمهارات والخبرات
٥. ما هي إحدى فوائد بناء علامة شخصية قوية؟
(أ) زيادة عدد الأصدقاء
(ب) جذب الفرص المناسبة
(ج) الحصول على خصومات تسوق
(د) زيادة الوقت الشخصي
الإجابة: (ب) جذب الفرص المناسبة
٦. ما الذي يميز التسويق الشخصي عن الترويج الذاتي؟
(أ) التركيز على القيمة المقدمة
(ب) التركيز على الإنجازات الفردية فقط
(ج) عدم الحاجة إلى استراتيجية
(د) الاعتماد على الآخرين
الإجابة: (أ) التركيز على القيمة المقدمة
٧. ما الذي يجب أن يركز عليه الفرد عند بناء علامة شخصية قوية؟
(أ) عدد المتابعين فقط
(ب) القيم والمبادئ والخبرات

ج) المظهر الخارجي فقط
د) الدخل الشهري
الإجابة: ب) القيم والمبادئ والخبرات

٨. ما هي إحدى خطوات بناء الوعي الذاتي؟
أ) تجاهل نقاط الضعف
ب) تقييم نقاط القوة والضعف
ج) التركيز على المظهر الخارجي فقط
د) عدم تحديد الأهداف
الإجابة: ب) تقييم نقاط القوة والضعف

٩. ما هي فوائد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق الشخصي؟
أ) زيادة الوقت الشخصي
ب) التفاعل مع الجمهور المستهدف
ج) الحصول على وظيفة دون مجهود
د) عدم الحاجة إلى محتوى جذاب
الإجابة: ب) التفاعل مع الجمهور المستهدف

١٠. ما الذي يجب أن يعكسه المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي؟
أ) القيم والمهارات
ب) المظهر الخارجي فقط
ج) عدد المتابعين
د) الدخل الشهري
الإجابة: أ) القيم والمهارات

١١. ما الذي يميز التسويق الشخصي الناجح؟
أ) التركيز على الإنجازات الفردية فقط
ب) بناء استراتيجية طويلة الأمد
ج) عدم الحاجة إلى التواصل الفعال
د) الاعتماد على الآخرين فقط
الإجابة: ب) بناء استراتيجية طويلة الأمد

١٢. ما الذي يجب أن يركز عليه الفرد عند تحليل الفجوة في التسويق الشخصي؟
أ) المظهر الخارجي فقط
ب) الفرق بين الموقع الحالي والأهداف المستقبلية
ج) عدد المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي
د) الدخل الشهري
الإجابة: ب) الفرق بين الموقع الحالي والأهداف المستقبلية

١٣. ما هي إحدى استراتيجيات بناء صورة شخصية قوية؟
أ) تجاهل القيم والمبادئ
ب) التركيز على المظهر الخارجي فقط
ج) عرض الخبرات والمهارات بتميز
د) عدم التفاعل مع الجمهور
الإجابة: ج) عرض الخبرات والمهارات بتميز

١٤. ما الذي يجب أن يتضمنه المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي؟
أ) القيم والمهارات فقط
ب) المظهر الخارجي فقط
ج) التفاعل المستمر مع الجمهور
د) عدم الحاجة إلى استراتيجية
الإجابة: ج) التفاعل المستمر مع الجمهور

١٥. ما الذي يميز العلامة الشخصية القوية؟
أ) التركيز على المظهر الخارجي فقط
ب) عدم الحاجة إلى التواصل الفعال
ج) تعكس القيم والمهارات والخبرات
د) الاعتماد على الآخرين فقط
الإجابة: ج) تعكس القيم والمهارات والخبرات
١٦. التسويق الشخصي يقتصر فقط على الترويج للذات.
الإجابة: خطأ
١٧. الوعي الذاتي هو الخطوة الأولى في التسويق الشخصي.
الإجابة: صح
١٨. الترويج الذاتي يركز على استراتيجيات طويلة الأمد.
الإجابة: خطأ
١٩. بناء علامة شخصية قوية يعزز الثقة والمصداقية.
الإجابة: صح
٢٠. وسائل التواصل الاجتماعي لا تلعب دورًا في التسويق الشخصي.
الإجابة: خطأ
٢١. التسويق الشخصي يركز فقط على الإنجازات الفردية.
الإجابة: خطأ
٢٢. بناء علامة شخصية قوية يساعد في جذب الفرص المناسبة.
الإجابة: صح
٢٣. الوعي الذاتي يتضمن تحليل الفجوة بين الموقع الحالي والأهداف المستقبلية.
الإجابة: صح
٢٤. الترويج الذاتي يعتمد على استراتيجيات طويلة الأمد.
الإجابة: خطأ
٢٥. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يتطلب إنشاء محتوى جذاب ومتسق.
الإجابة: صح
٢٦. التسويق الشخصي يتطلب استراتيجية واضحة ورؤية طويلة الأمد.
الإجابة: صح
٢٧. الترويج الذاتي يعتمد على استراتيجيات طويلة الأمد.
الإجابة: خطأ
٢٨. بناء علامة شخصية قوية يتطلب تحديد القيم والمبادئ.
الإجابة: صح
٢٩. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يتطلب اختيار المنصات المناسبة فقط.
الإجابة: خطأ (يتطلب أيضًا محتوى جذاب وتفاعل مستمر)
٣٠. الوعي الذاتي يتضمن تقييم نقاط القوة والضعف فقط.
الإجابة: خطأ (يتضمن أيضًا تحليل الفجوة بين الموقع الحالي والأهداف)

الفصل الثاني: تحليل الذات وتحديد الأهداف

١. ما هو الهدف الرئيسي من تحليل SWOT ؟
(أ) كسب المال بسرعة
(ب) فهم نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات
(ج) الحصول على وظيفة دون مجهود
(د) الترويج لمنتجات أخرى
الإجابة: (ب) فهم نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات
٢. ما هي الخطوة الأولى في تحليل الذات؟
(أ) تحديد التهديدات
(ب) تحديد نقاط القوة
(ج) تحديد الفرص
(د) تحديد نقاط الضعف
الإجابة: (ب) تحديد نقاط القوة
٣. ما الذي يميز الأهداف الذكية (SMART Goals) ؟
(أ) أنها غير محددة
(ب) أنها قابلة للقياس
(ج) أنها غير واقعية
(د) أنها غير مرتبطة بزمن
الإجابة: (ب) أنها قابلة للقياس
٤. ما الذي يعكس الرؤية الشخصية؟
(أ) المظهر الخارجي فقط
(ب) التطلعات والأحلام على المدى الطويل
(ج) عدد المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي
(د) الدخل الشهري
الإجابة: (ب) التطلعات والأحلام على المدى الطويل
٥. ما هي إحدى فوائد وضوح الرؤية الشخصية؟
(أ) زيادة عدد الأصدقاء
(ب) البقاء على المسار الصحيح
(ج) الحصول على خصومات تسوق
(د) زيادة الوقت الشخصي
الإجابة: (ب) البقاء على المسار الصحيح
٦. ما الذي يميز الأهداف الذكية (SMART Goals) ؟
(أ) أنها غير محددة
(ب) أنها قابلة للقياس
(ج) أنها غير واقعية
(د) أنها غير مرتبطة بزمن
الإجابة: (ب) أنها قابلة للقياس
٧. ما الذي يجب أن يركز عليه الفرد عند تحديد نقاط الضعف؟
(أ) المهارات التي يتميز فيها
(ب) المجالات التي تحتاج إلى تطوير
(ج) الفرص المتاحة

د) التهديدات الخارجية
الإجابة: ب) المجالات التي تحتاج إلى تطوير

٨. ما هي إحدى خطوات تطوير الرؤية الشخصية؟
أ) تجاهل القيم والمبادئ
ب) تصور أين ترى نفسك بعد ٥، ١٠، أو ٢٠ عامًا
ج) التركيز على المظهر الخارجي فقط
د) عدم تحديد الأهداف
الإجابة: ب) تصور أين ترى نفسك بعد ٥، ١٠، أو ٢٠ عامًا

٩. ما هي إحدى فوائد تحديد الأهداف الذكية؟
أ) زيادة الوقت الشخصي
ب) متابعة التقدم ومعرفة مدى القرب من تحقيق الهدف
ج) الحصول على وظيفة دون مجهود
د) عدم الحاجة إلى محتوى جذاب
الإجابة: ب) متابعة التقدم ومعرفة مدى القرب من تحقيق الهدف

١٠. ما الذي يجب أن يعكسه الهدف المحدد (Specific) ؟
أ) الغموض
ب) الوضوح والتفاصيل
ج) عدم الواقعية
د) عدم الارتباط بالزمن
الإجابة: ب) الوضوح والتفاصيل

١١. ما الذي يميز الأهداف الذكية (SMART Goals) ؟
أ) أنها غير محددة
ب) أنها قابلة للقياس
ج) أنها غير واقعية
د) أنها غير مرتبطة بزمان
الإجابة: ب) أنها قابلة للقياس

١٢. ما الذي يجب أن يركز عليه الفرد عند تحليل الفرص؟
أ) المظهر الخارجي فقط
ب) التطورات الجديدة في مجالك
ج) عدد المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي
د) الدخل الشهري
الإجابة: ب) التطورات الجديدة في مجالك

١٣. ما هي إحدى استراتيجيات تحديد الأهداف الذكية؟
أ) تجاهل القيم والمبادئ
ب) التركيز على المظهر الخارجي فقط
ج) تحديد أهداف قابلة للقياس
د) عدم التفاعل مع الجمهور
الإجابة: ج) تحديد أهداف قابلة للقياس

١٤. ما الذي يجب أن يتضمنه الهدف المحدد بزمان (Time-bound) ؟
أ) الغموض
ب) إطار زمني محدد
ج) عدم الواقعية
د) عدم الارتباط بالزمن
الإجابة: ب) إطار زمني محدد

١٥. ما الذي يميز الرؤية الشخصية القوية؟
(أ) التركيز على المظهر الخارجي فقط
(ب) عدم الحاجة إلى التواصل الفعال
(ج) تعكس التطلعات والأحلام على المدى الطويل
(د) الاعتماد على الآخرين فقط
الإجابة: (ج) تعكس التطلعات والأحلام على المدى الطويل

١٦. تحليل SWOT يركز فقط على نقاط القوة والضعف.
الإجابة: خطأ

١٧. الأهداف الذكية يجب أن تكون قابلة للقياس.
الإجابة: صح

١٨. الرؤية الشخصية هي تصور مستقبلي لما تريده لنفسك.
الإجابة: صح

١٩. تحديد التهديدات ليس جزءاً من تحليل SWOT.
الإجابة: خطأ

٢٠. الأهداف الذكية يجب أن تكون غير واقعية لتحفيزك.
الإجابة: خطأ

٢١. تحليل SWOT يتضمن تحديد الفرص والتهديدات.
الإجابة: صح

٢٢. الأهداف الذكية يجب أن تكون غير مرتبطة بزمان.
الإجابة: خطأ

٢٣. الرؤية الشخصية تساعد في توجيه القرارات وتحديد الأهداف.
الإجابة: صح

٢٤. تحديد نقاط الضعف يتجاهل المجالات التي تحتاج إلى تطوير.
الإجابة: خطأ

٢٥. الأهداف الذكية يجب أن تكون ذات صلة بأهدافك العامة.
الإجابة: صح

٢٦. تحليل SWOT يتطلب تحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات.
الإجابة: صح

٢٧. الأهداف الذكية يجب أن تكون غير واقعية لتحفيزك.
الإجابة: خطأ

٢٨. الرؤية الشخصية تتطلب تحديد القيم والمبادئ.
الإجابة: صح

٢٩. تحديد الفرص يتجاهل التطورات الجديدة في مجالك.
الإجابة: خطأ

٣٠. الأهداف الذكية يجب أن تكون محددة بزمان لزيادة احتمالية النجاح.
الإجابة: صح

الفصل الثالث: بناء العلامة الشخصية

١. ما هو الهدف الرئيسي من بناء العلامة الشخصية؟
(أ) كسب المال بسرعة
(ب) الترويج لمنتجات أخرى
(ج) بناء هوية تعكس قيمك ومهاراتك
(د) الحصول على وظيفة دون مجهود
الإجابة: (ج) بناء هوية تعكس قيمك ومهاراتك
٢. ما هي الخطوة الأولى في بناء العلامة الشخصية؟
(أ) تحديد جمهورك المستهدف
(ب) تحديد هويتك الشخصية والمهنية
(ج) استخدام السرد القصصي
(د) توحيد الصورة الشخصية
الإجابة: (ب) تحديد هويتك الشخصية والمهنية
٣. ما الذي يجب أن تعكسه رسالتك الشخصية؟
(أ) المظهر الخارجي فقط
(ب) هويتك وما تقدمه وقيمتك المضافة
(ج) عدد المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي
(د) الدخل الشهري
الإجابة: (ب) هويتك وما تقدمه وقيمتك المضافة
٤. ما الذي يعكس توحيد الصورة الشخصية؟
(أ) استخدام لغة مختلفة في كل قناة
(ب) التناسق في الرسالة والصورة عبر جميع القنوات
(ج) التركيز على المظهر الخارجي فقط
(د) عدم الاهتمام بالجمهور المستهدف
الإجابة: (ب) التناسق في الرسالة والصورة عبر جميع القنوات
٥. ما هي إحدى فوائد تحديد جمهورك المستهدف؟
(أ) زيادة عدد الأصدقاء
(ب) فهم احتياجات الجمهور وكيفية التواصل معه
(ج) الحصول على خصومات تسوق
(د) زيادة الوقت الشخصي
الإجابة: (ب) فهم احتياجات الجمهور وكيفية التواصل معه
٦. ما الذي يميز الرسالة الشخصية القوية؟
(أ) الغموض وعدم الوضوح
(ب) الوضوح والاختصار والإقناع
(ج) التركيز على المظهر الخارجي فقط
(د) عدم الارتباط بالقيم الشخصية
الإجابة: (ب) الوضوح والاختصار والإقناع
٧. ما الذي يجب أن يركز عليه الفرد عند تحديد جمهوره المستهدف؟
(أ) عدد المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي
(ب) احتياجات الجمهور وكيفية التواصل معه
(ج) المظهر الخارجي فقط
(د) الدخل الشهري
الإجابة: (ب) احتياجات الجمهور وكيفية التواصل معه
٨. ما هي إحدى خطوات توحيد الصورة الشخصية؟
(أ) استخدام لغة مختلفة في كل قناة

- (ب) التناقض في الرسالة والصورة عبر جميع القنوات
(ج) تجاهل الجمهور المستهدف
(د) عدم الاهتمام بالقيم الشخصية
الإجابة: (ب) التناقض في الرسالة والصورة عبر جميع القنوات

٩. ما هي إحدى فوائد استخدام السرد القصصي في التسويق الشخصي؟

- (أ) زيادة الوقت الشخصي
(ب) جعل الرسالة أكثر ارتباطاً وتأثيراً
(ج) الحصول على وظيفة دون مجهود
(د) عدم الحاجة إلى محتوى جذاب
الإجابة: (ب) جعل الرسالة أكثر ارتباطاً وتأثيراً

١٠. ما الذي يجب أن يعكسه الهدف المحدد (Specific)؟

- (أ) الغموض
(ب) الوضوح والتفاصيل
(ج) عدم الواقعية
(د) عدم الارتباط بالزمن
الإجابة: (ب) الوضوح والتفاصيل

١١. ما الذي يميز القصة المؤثرة في التسويق الشخصي؟

- (أ) الغموض وعدم الوضوح
(ب) وجود شخصيات، تحديات، حلول، ونتائج
(ج) التركيز على المظهر الخارجي فقط
(د) عدم الارتباط بالقيم الشخصية
الإجابة: (ب) وجود شخصيات، تحديات، حلول، ونتائج

١٢. ما الذي يجب أن يركز عليه الفرد عند دمج القيم في علامته الشخصية؟

- (أ) تجاهل القيم الشخصية
(ب) جعل القيم أساساً للقرارات المهنية
(ج) التركيز على المظهر الخارجي فقط
(د) عدم الاهتمام بالجمهور المستهدف
الإجابة: (ب) جعل القيم أساساً للقرارات المهنية

١٣. ما هي إحدى استراتيجيات استخدام السرد القصصي في التسويق الشخصي؟

- (أ) تجاهل القصص الشخصية
(ب) مشاركة قصص النجاح والتحديات على وسائل التواصل الاجتماعي
(ج) التركيز على المظهر الخارجي فقط
(د) عدم التفاعل مع الجمهور
الإجابة: (ب) مشاركة قصص النجاح والتحديات على وسائل التواصل الاجتماعي

١٤. ما الذي يجب أن يتضمنه السرد القصصي الفعال؟

- (أ) الغموض وعدم الوضوح
(ب) شخصيات، تحديات، حلول، ونتائج
(ج) التركيز على المظهر الخارجي فقط
(د) عدم الارتباط بالقيم الشخصية
الإجابة: (ب) شخصيات، تحديات، حلول، ونتائج

١٥. ما الذي يميز العلامة الشخصية القوية؟

- (أ) التركيز على المظهر الخارجي فقط
(ب) عدم الحاجة إلى التواصل الفعال
(ج) تعكس القيم والمهارات والخبرات
(د) الاعتماد على الآخرين فقط
الإجابة: (ج) تعكس القيم والمهارات والخبرات

١٦. العلامة الشخصية تعكس فقط المظهر الخارجي للفرد.

الإجابة: خطأ

١٧. تحديد هويتك الشخصية والمهنية هو الخطوة الأولى في بناء العلامة الشخصية.

الإجابة: صح

١٨. رسالتك الشخصية يجب أن تكون غامضة وغير محددة.

الإجابة: خطأ

١٩. توحيد الصورة الشخصية يعني استخدام نفس الرسالة والصورة عبر جميع القنوات.

الإجابة: صح

٢٠. تحديد جمهورك المستهدف ليس ضروريًا في بناء العلامة الشخصية.

الإجابة: خطأ

٢١. السرد القصصي يساعد في نقل الرسالة بطرق أكثر تأثيرًا.

الإجابة: صح

٢٢. توحيد الصورة الشخصية يتطلب استخدام لغة مختلفة في كل قناة.

الإجابة: خطأ

٢٣. تحديد جمهورك المستهدف يساعد في فهم احتياجاتهم وكيفية التواصل معهم.

الإجابة: صح

٢٤. الرسالة الشخصية يجب أن تكون غامضة لتحفيز الفضول.

الإجابة: خطأ

٢٥. استخدام السرد القصصي يجعل العلامة الشخصية أكثر إنسانية.

الإجابة: صح

٢٦. السرد القصصي يجعل العلامة الشخصية أكثر إنسانية وقابلة للفهم.

الإجابة: صح

٢٧. توحيد الصورة الشخصية يتطلب استخدام نفس الرسالة والصورة عبر جميع القنوات.

الإجابة: صح

٢٨. تحديد القيم الشخصية ليس ضروريًا في بناء العلامة الشخصية.

الإجابة: خطأ

٢٩. استخدام السرد القصصي في المقابلات الشخصية يعزز من تأثير رسالتك.

الإجابة: صح

٣٠. العلامة الشخصية القوية تعكس فقط المظهر الخارجي للفرد.

الإجابة: خطأ

الفصل الرابع: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق الشخصي

١. ما الهدف الرئيسي من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق الشخصي؟
(أ) زيادة عدد الأصدقاء

(ب) بناء حضور رقمي قوي يعكس الهوية المهنية

(ج) نشر محتوى ترفيهي

(د) الربح السريع

الإجابة: (ب) بناء حضور رقمي قوي يعكس الهوية المهنية

٢. ما الخطوة الأولى قبل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

(أ) إنشاء محتوى

(ب) تحديد الجمهور المستهدف

(ج) شراء إعلانات

(د) اختيار المنصة الأكثر شهرة

الإجابة: (ب) تحديد الجمهور المستهدف

٣. أي منصة تناسب المهنيين الباحثين عن فرص عمل؟

أ) TikTok

ب) LinkedIn

ج) Snapchat

د) Pinterest

الإجابة: (ب) LinkedIn

٤. ما أداة تُستخدم لمراقبة السمعة الرقمية؟

أ) Google Alerts

ب) Microsoft Word

ج) Photoshop

د) WhatsApp

الإجابة: (أ) Google Alerts

٥. ما العنصر الأساسي لإنشاء محتوى متسق؟

(أ) التغيير المستمر في الأسلوب

(ب) التخطيط المسبق للمواضيع

(ج) استخدام لغات متعددة

(د) التركيز على المظهر فقط

الإجابة: (ب) التخطيط المسبق للمواضيع

٦. ما الاستراتيجية الأمثل للتواصل مع جمهور مهني؟

(أ) نشر صور شخصية على LinkedIn

(ب) كتابة مقالات متخصصة على LinkedIn

(ج) استخدام TikTok للندوات العلمية

(د) تجاهل التفاعل مع المتابعين

الإجابة: (ب) كتابة مقالات متخصصة على LinkedIn

٧. ما أفضل طريقة للتعامل مع نقد صحيح؟

(أ) حذف التعليق

(ب) الاعتذار وتصحيح الخطأ

(ج) تجاهله

(د) الرد بمهاجمة الناقد

الإجابة: (ب) الاعتذار وتصحيح الخطأ

٨. ما فائدة الدمج بين منصات التواصل؟

(أ) زيادة التكاليف

(ب) تعزيز الرسالة وجذب جمهور أوسع

(ج) تشتيت الجمهور

(د) تقليل التفاعل

الإجابة: (ب) تعزيز الرسالة وجذب جمهور أوسع

٩. ما مؤشر نجاح المحتوى على Instagram ؟

(أ) عدد الصور الشخصية

(ب) معدل الإعجابات والتعليقات

(ج) طول الفيديوهات

(د) استخدام الفلاتر

الإجابة: (ب) معدل الإعجابات والتعليقات

١٠. ما الهدف من الإعلانات الممولة؟

(أ) زيادة المتابعين دون استهداف

(ب) الوصول لجمهور محدد بسرعة

(ج) إلغاء الحاجة للمحتوى

(د) تقليل التفاعل

الإجابة: (ب) الوصول لجمهور محدد بسرعة

١١. إذا كان جمهورك من الباحثين عن تعليم مالي، ما أفضل منصة؟

أ YouTube (لنشر فيديوهات تعليمية

ب Snapchat (للقصص اليومية

ج Twitter (للتعليقات السريعة

د Pinterest (للصور

الإجابة: أ YouTube (لنشر فيديوهات تعليمية

١٢. ما الاستراتيجية الأمثل لتحسين محتوى لا يحظى بتفاعل؟

(أ) حذفه

(ب) تحليل البيانات وتعديله

(ج) تكرار نشره

(د) تجاهل النتائج

الإجابة: (ب) تحليل البيانات وتعديله

١٣. كيف تتعامل مع هجوم سلبي غير صحيح على سمعتك؟

(أ) الرد بهجوم مضاد

(ب) الرد بهدوء مع تقديم أدلة

(ج) حظر الناقد فوراً

(د) تجاهله تماماً

الإجابة: (ب) الرد بهدوء مع تقديم أدلة

١٤. ما العامل الأهم في اختيار منصة للإعلانات الممولة؟

(أ) تكلفة الإعلان

(ب) تواجد الجمهور المستهدف

(ج) شهرة المنصة

(د) عدد ألوان الإعلان

الإجابة: (ب) تواجد الجمهور المستهدف

١٥. ما الفرق بين الاتساق والتكرار في المحتوى؟

(أ) الاتساق: وحدة الرسالة، التكرار: إعادة نفس المحتوى

(ب) لا فرق بينهما

ج) الاتساق: تغيير الأسلوب دائماً
د) التكرار: استخدام منصات مختلفة
الإجابة: أ) الاتساق: وحدة الرسالة، التكرار: إعادة نفس المحتوى

١٦. يمكن استخدام Instagram لنشر مقالات أكاديمية طويلة.
الإجابة: خطأ

١٧. الرد السريع على النقد دائماً أفضل حتى لو كان غاضباً.
الإجابة: خطأ

١٨. LinkedIn مناسب لتبادل الخبرات المهنية.
الإجابة: صح

١٩. توحيد الصورة الشخصية يعني استخدام نفس الصورة في كل المنصات.
الإجابة: خطأ (المقصود هو توحيد الرسالة والنبرة، وليس الصورة فقط)

٢٠. تحليل البيانات يساعد في تحسين الاستراتيجية.
الإجابة: صح

٢١. يمكن قياس أداء المحتوى عبر أدوات مثل Instagram Insights.
الإجابة: صح

٢٢. بناء شبكة دعم قوية يتطلب التفاعل فقط عند الحاجة.
الإجابة: خطأ

٢٣. الابتكار في المحتوى يعني استخدام نفس النمط دائماً.
الإجابة: خطأ

٢٤. مراقبة السمعة الرقمية اختيارية.
الإجابة: خطأ

٢٥. التوصيات على LinkedIn تعزز المصداقية.
الإجابة: صح

٢٦. استخدام الهاشتاجات غير المناسبة قد يضر بالسمعة.
الإجابة: صح

٢٧. يمكن تجاهل التعليقات السلبية إذا كانت قليلة.
الإجابة: خطأ

٢٨. توحيد النبرة في المحتوى يعزز الهوية الشخصية.
الإجابة: صح

٢٩. تحليل البيانات مخصص للشركات الكبيرة فقط.
الإجابة: خطأ

٣٠. البودكاست مناسب لنشر محتوى مرئي سريع.
الإجابة: خطأ (البودكاست مسموع)

أسئلة الفصل الخامس: الشبكات المهنية وبناء العلاقات

١. ما الهدف الرئيسي من بناء الشبكات المهنية؟
(أ) كسب المال بسرعة
(ب) تبادل الخبرات وفتح فرص جديدة
(ج) الحصول على ترقية دون جهد
(د) الترفيه عن الزملاء
الإجابة: (ب) تبادل الخبرات وفتح فرص جديدة
٢. ما الخطوة الأولى لبناء شبكة مهنية قوية؟
(أ) إرسال رسائل عشوائية على LinkedIn
(ب) تحديد الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة
(ج) حضور فعاليات دون تحضير
(د) تجاهل التفاعل مع الزملاء
الإجابة: (ب) تحديد الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة
٣. أي منصة تُعد الأفضل للتواصل المهني؟
(أ) Instagram
(ب) TikTok
(ج) LinkedIn
(د) Snapchat
الإجابة: (ج) LinkedIn
٤. ما فائدة المشاركة في المؤتمرات المهنية؟
(أ) الحصول على وجبات مجانية
(ب) التعرف على أحدث التطورات في المجال
(ج) الهروب من العمل
(د) التباهي بالملابس
الإجابة: (ب) التعرف على أحدث التطورات في المجال
٥. ما الذي يعزز الثقة بالنفس عبر العلاقات المهنية؟
(أ) التجاهل المستمر للآخرين
(ب) التغذية الراجعة الإيجابية
(ج) انتقاد الآخرين علناً
(د) العمل الفردي دائماً
الإجابة: (ب) التغذية الراجعة الإيجابية
٦. ما أفضل طريقة للتواصل مع صاحب نفوذ؟
(أ) إرسال رسالة عامة دون شخصية
(ب) البحث عن اهتماماته وتقديم حلول لمشكلاته
(ج) الانتظار حتى يلاحظك
(د) انتقاد أعماله علناً
الإجابة: (ب) البحث عن اهتماماته وتقديم حلول لمشكلاته
٧. ما العنصر الأهم في الحفاظ على العلاقات طويلة الأمد؟
(أ) التواصل المنتظم
(ب) التجاهل حتى الحاجة
(ج) الإفراط في المطالب
(د) التركيز على المكاسب المادية
الإجابة: (أ) التواصل المنتظم

٨. ما دور المرشد (Mentor) في الشبكة المهنية؟

- (أ) تقديم توجيهات لتحسين المسار المهني
 - (ب) إعطاء مهام إضافية دون فائدة
 - (ج) انتقاد الأداء باستمرار
 - (د) تجنب مشاركة الخبرات
- (الإجابة: أ) تقديم توجيهات لتحسين المسار المهني

٩. كيف يمكن استخدام LinkedIn بشكل فعال؟

- (أ) نشر صور شخصية فقط
 - (ب) الانضمام لمجموعات مهنية والمشاركة في النقاشات
 - (ج) تجاهل طلبات التواصل
 - (د) عدم تحديث الملف الشخصي
- (الإجابة: ب) الانضمام لمجموعات مهنية والمشاركة في النقاشات

١٠. ما الفائدة الأساسية لتبادل المعرفة في الشبكات المهنية؟

- (أ) زيادة المنافسة
 - (ب) تعزيز التعلم المستمر
 - (ج) إضاعة الوقت
 - (د) تقليل الفرص
- (الإجابة: ب) تعزيز التعلم المستمر

١١. كيف تتعامل مع شخص لا يرد على محاولات التواصل؟

- (أ) إرسال رسائل متكررة بشكل مزعج
 - (ب) تحليل أسباب عدم الرد وتعديل الاستراتيجية
 - (ج) تجاهله تمامًا
 - (د) انتقاده علنًا
- (الإجابة: ب) تحليل أسباب عدم الرد وتعديل الاستراتيجية

١٢. ما الاستراتيجية الأمثل للتواصل مع قادة الصناعة؟

- (أ) إظهار الفائدة المتبادلة من العلاقة
 - (ب) طلب المساعدة فورًا
 - (ج) إرسال رسائل طويلة دون تركيز
 - (د) التظاهر بالمعرفة الكاملة
- (الإجابة: أ) إظهار الفائدة المتبادلة من العلاقة

١٣. ما العامل الحاسم في تحويل النقد إلى فرصة تعلم؟

- (أ) تجاهل الملاحظات
 - (ب) التحلي بالمرونة والاستماع بإنصات
 - (ج) الرد الدفاعي السريع
 - (د) إلقاء اللوم على الآخرين
- (الإجابة: ب) التحلي بالمرونة والاستماع بإنصات

١٤. ما الفرق بين الشبكات المهنية القوية والضعيفة؟

- (أ) القوية تعتمد على الثقة والاستمرارية
 - (ب) الضعيفة تركز على الكم
 - (ج) القوية تهمل التواصل المنتظم
 - (د) الضعيفة تقدم دعمًا عاطفيًا
- (الإجابة: أ) القوية تعتمد على الثقة والاستمرارية

١٥. كيف تؤثر العلاقات المهنية على التعلم المستمر؟

- (أ) توفير فرص للاطلاع على تجارب الآخرين
- (ب) تقليل الحاجة إلى التطوير

(ج) زيادة الاعتماد على الذات فقط

(د) تعزيز العزلة المهنية

(الإجابة: أ) توفير فرص للاطلاع على تجارب الآخرين

١٦. الشبكات المهنية تقتصر على الزملاء في نفس الشركة.
الإجابة: خطأ

١٧. التواصل مع أصحاب النفوذ يتطلب تقديم قيمة لهم أولاً.
الإجابة: صح

١٨. يمكن تجاهل المتابعة بعد حضور الفعاليات.
الإجابة: خطأ

١٩. السمعة المهنية تُبنى عبر الإنجازات الفردية فقط.
الإجابة: خطأ

٢٠. تقديم المساعدة للآخرين يُضعف الشبكة المهنية.
الإجابة: خطأ

٢١. العلاقات مع المنافسين غير مفيدة في الشبكات المهنية.
الإجابة: خطأ

٢٢. إرسال رسالة شكر بعد مقابلة عمل يعزز العلاقة المهنية.
الإجابة: صح

٢٣. السمعة المهنية لا تتأثر بالتفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي.
الإجابة: خطأ

٢٤. بناء الشبكات المهنية يتطلب التركيز على الكم لا الكيف.
الإجابة: خطأ

٢٥. المشاركة في الندوات الافتراضية تُعد وسيلة فعالة للتواصل.
الإجابة: صح

٢٦. التواصل مع أصحاب النفوذ يتطلب التركيز على المكاسب قصيرة الأمد.
الإجابة: خطأ

٢٧. الشفافية في العلاقات المهنية تُضعف الثقة.
الإجابة: خطأ

٢٨. الاهتمام بالحياة الشخصية للشخص يُعزز العلاقة المهنية.
الإجابة: صح (بحدود معقولة)

٢٩. استخدام أدوات مثل Google Alerts لمراقبة السمعة الرقمية غير ضروري.
الإجابة: خطأ

٣٠. المشاركة في مشاريع مشتركة تُعد طريقة فعالة لبناء الثقة.
الإجابة: صح

الفصل الثامن: تقييم النجاح وتعديل الاستراتيجيات

١. ما الهدف الرئيسي من تقييم النجاح الشخصي؟
 - أ) المقارنة مع الآخرين
 - ب) تحديد فعالية الاستراتيجيات
 - ج) زيادة الدخل
 - د) كسب متابعين على وسائل التواصل

الإجابة: ب) تحديد فعالية الاستراتيجيات
٢. أي من المعايير التالية يعتبر كمياً؟
 - أ) تحسين مهارات القيادة
 - ب) رضا العملاء
 - ج) زيادة الدخل بنسبة ٢٠%
 - د) تحقيق توازن بين العمل والحياة

الإجابة: ج) زيادة الدخل بنسبة ٢٠%
٣. ما الأداة التي تساعد في تتبع التقدم نحو الأهداف؟
 - أ) وسائل التواصل الاجتماعي
 - ب) الجداول الزمنية والخطط
 - ج) التخمين
 - د) الحدس

الإجابة: ب) الجداول الزمنية والخطط
٤. أحد التحديات في قياس النجاح الشخصي هو:
 - أ) التأثيرات الخارجية
 - ب) الأهداف الواضحة
 - ج) التغذية الراجعة المنتظمة
 - د) الدافعية العالية

الإجابة: أ) التأثيرات الخارجية
٥. كيف يمكن جمع التغذية الراجعة؟
 - أ) تجاهل الآخرين
 - ب) الاستبيانات
 - ج) الاعتماد على التقييم الذاتي فقط
 - د) التخمين

الإجابة: ب) الاستبيانات
٦. لماذا تُعد التغذية الراجعة مهمة في التسويق الشخصي؟
 - أ) لتعزيز الثقة بالنفس
 - ب) لتعديل الاستراتيجيات
 - ج) لاستبدال الأهداف
 - د) لأنها اختيارية

الإجابة: ب) لتعديل الاستراتيجيات
٧. ما الخطوة التالية بعد تحليل التغذية الراجعة؟
 - أ) تجاهلها
 - ب) إجراء تغييرات تدريجية
 - ج) تكرار الاستراتيجيات نفسها
 - د) التخلي عن المشروع

الإجابة: ب) إجراء تغييرات تدريجية

٨. التحسين المستمر يتضمن:

- (أ) التوقف بعد تحقيق النجاح
 - (ب) تعلم مهارات جديدة
 - (ج) تجنب التحديات
 - (د) العمل الفردي
- الإجابة: (ب) تعلم مهارات جديدة**

٩. التقييمات الدورية تساعد في:

- (أ) الحفاظ على الركود
 - (ب) تحديد مجالات التحسين
 - (ج) تقليل التغذية الراجعة
 - (د) تجنب الأهداف
- الإجابة: (ب) تحديد مجالات التحسين**

١٠. التوازن بين العمل والحياة يمنع:

- (أ) الاحتراق الوظيفي
 - (ب) النجاح
 - (ج) التغذية الراجعة
 - (د) التعلم
- الإجابة: (أ) الاحتراق الوظيفي**

١١. كيف تُحدد الأولويات عند تعديل الاستراتيجيات بناءً على التغذية الراجعة؟

- (أ) التركيز على القضايا الثانوية
 - (ب) معالجة المجالات ذات التأثير الكبير أولاً
 - (ج) تجاهل جميع الملاحظات
 - (د) الاختيار العشوائي
- الإجابة: (ب) معالجة المجالات ذات التأثير الكبير أولاً**

١٢. دمج التقييم الذاتي مع التغذية الراجعة الخارجية يساعد في:

- (أ) التحيز
 - (ب) التقييم الشامل
 - (ج) تقليل الدقة
 - (د) التشتت
- الإجابة: (ب) التقييم الشامل**

١٣. ما الذي يشير إلى ضرورة تعديل الاستراتيجيات؟

- (أ) التغذية الراجعة الإيجابية المستمرة
 - (ب) أنماط متكررة من التغذية الراجعة السلبية
 - (ج) تحقيق الأهداف بسرعة
 - (د) الدافعية العالية
- الإجابة: (ب) أنماط متكررة من التغذية الراجعة السلبية**

١٤. التعلم المستمر ضروري لأن:

- (أ) الأسواق ثابتة
 - (ب) المهارات تصبح قديمة
 - (ج) التغذية الراجعة غير ضرورية
 - (د) الأهداف لا تتغير
- الإجابة: (ب) المهارات تصبح قديمة**

١٥. الإدارة الفعالة للوقت تساهم في:

- (أ) اختلال التوازن بين العمل والحياة
- (ب) الاحتراق الوظيفي

ج) التحسين الذاتي المستدام

د) تقليل التغذية الراجعة

الإجابة: ج) التحسين الذاتي المستدام

١٦. النجاح الشخصي مفهوم ثابت للجميع.

الإجابة: خطأ

١٧. تُستخدم مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس النجاح النوعي.

الإجابة: خطأ

١٨. يجب جمع التغذية الراجعة مرة واحدة سنويًا فقط.

الإجابة: خطأ

١٩. التوازن بين العمل والحياة لا علاقة له بالتحسين الذاتي.

الإجابة: خطأ

٢٠. التقييم الذاتي جزء من عملية تقييم النجاح.

الإجابة: صح

٢١. التغذية الراجعة السلبية عديمة الفائدة.

الإجابة: خطأ

٢٢. المرونة في تعديل الاستراتيجيات أمر مهم.

الإجابة: صح

٢٣. المعايير الكمية أسهل في القياس من النوعية.

الإجابة: صح

٢٤. لا تحتاج الاستراتيجيات الناجحة إلى تعديل.

الإجابة: خطأ

٢٥. العوامل الخارجية لا تؤثر على النجاح الشخصي.

الإجابة: خطأ

٢٦. معايير النجاح الشخصي لا تحتاج إلى تحديث.

الإجابة: خطأ

٢٧. تحليل أنماط التغذية الراجعة يؤدي إلى تعديلات أفضل في الاستراتيجيات.

الإجابة: صح

٢٨. التحسين الذاتي يقتصر على المهارات المهنية فقط.

الإجابة: خطأ

٢٩. المراجعات الدورية للأداء اختيارية للنجاح.

الإجابة: خطأ

٣٠. التكيف مع تغيرات السوق جزء من التحسين المستمر.

الإجابة: صح