

كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

فريق ميدان التكوين

التخصص: تسويق

الشعبة: علوم تجارية

المقياس: سلوك المستهلك

الأستاذ: قطاف فيروز

السداسي : الخامس

السنة : الثالثة

البرنامج السداسي التفصيلي للمقياس

الأسابيع	محاور البرنامج (الفصول)	المحاور الفرعية للبرنامج (عناصر المحاضرة)
من الأسبوع 01 إلى الأسبوع 2	الفصل الأول: مدخل إلى سلوك المستهلك	1- ماهية التسويق، تعريف التسويق وتطوره، اتساع مفهوم التسويق. 2- تعريف سلوك المستهلك، تعريف السلوك، تعريف سلوك المستهلك، أنواع المستهلكين.
من الأسبوع 2 إلى الأسبوع 3	الفصل الأول: مدخل إلى سلوك المستهلك	3- أهمية دراسة سلوك المستهلك، أهميته للمؤسسة، أهميته للمستهلك. 4- أسباب الاهتمام بدراسة سلوك المستهلك.
من الأسبوع 3 إلى الأسبوع 4	الفصل الثاني: آلية قرار الشراء لدى المستهلك	1- خطوات اتخاذ القرار الشرائي لدى المستهلك، التعرف على المشكلة، جمع المعلومات، تقييم البدائل المتاحة، اختيار البديل الأمثل، مرحلة الشراء الفعلي، السلوك بعد عملية الشراء.
من الأسبوع 4 إلى الأسبوع 5	الفصل الثاني: آلية قرار الشراء لدى المستهلك	2- أدوار الشراء، المبادرون، المؤثرون، مقرررو الشراء، القائمون بالشراء، مستعملوا المنتج. 3- أنواع السلوك الشرائي، القرار الروتيني، القرار المحدود، القرار الموسع.
من الأسبوع 5 إلى الأسبوع 6	الفصل الثالث: سلوك المستهلك بعد الشراء	1- استعمال المنتج. 2- تكوين الاتجاه حول المنتج. 3- ردود الأفعال بعد تكوين الاتجاهات. 4- الولاء.
من الأسبوع 6 إلى	الفصل الرابع: السلوك الشرائي للمشتري الصناعي	1- تعريف المشتري الصناعي. 2- الفرق بين سلوك المشتري الصناعي

والمستهلك النهائي. 3- خطوات تحديد المشتريات الصناعية.		الأسبوع 7
1- الدوافع، نظرية الحاجات لماسلو، نظرية الحاجات الثلاثية، أنواع الدوافع. 2- الإدراك، تعريف الإدراك، مراحل العملية الإدراكية، العوامل المؤثرة على العملية الإدراكية.	الفصل الخامس: العوامل النفسية المؤثرة على سلوك المستهلك	من الأسبوع 7 إلى الأسبوع 8
3- التعلم، تعريف التعلم، نظريات التعلم، نظريات التعلم السلوكية، نظريات التعلم المعرفية. 1- الاتجاهات، تعريف الاتجاهات، الاتجاهات وعلم النفس، المكونات الأساسية للاتجاهات.	الفصل الخامس: العوامل النفسية المؤثرة على سلوك المستهلك	من الأسبوع 8 إلى الأسبوع 9
1- الجماعات المرجعية. 2- الأسرة. 3- قادة الرأي.	الفصل السادس: العوامل الاجتماعية والثقافية المؤثرة على سلوك المستهلك	من الأسبوع 9 إلى الأسبوع 10
1- الثقافة. 2- الثقافة الفرعية. 3- الطبقة الاجتماعية، قياس الطبقة الاجتماعية.	الفصل السادس: العوامل الاجتماعية والثقافية المؤثرة على سلوك المستهلك	من الأسبوع 10 إلى الأسبوع 11
1- العمر. 2- المنصب. 3- نمط الحياة. 4- الشخصية. 5- العوامل الموقفية المؤثرة على قرار الشراء.	الفصل السابع: العوامل الذاتية والاقتصادية المؤثرة على سلوك المستهلك	من الأسبوع 11 إلى الأسبوع 12
1- العلاقة بين سلوك المستهلك والعلوم الاجتماعية. 2- تطور علم سلوك المستهلك. 1- النماذج المفسرة لسلوك المستهلك، النماذج الجزئية، النماذج الشاملة.	الفصل الثامن: نماذج دراسة سلوك المستهلك	من الأسبوع 12 إلى الأسبوع 13
1- تعريف التسويق المباشر. 2- أهداف التسويق المباشر. 3- مزايا التسويق المباشر. 4- أنواع التسويق المباشر.	الفصل التاسع: التسويق المباشر وسلوك المستهلك	من الأسبوع 13 إلى الأسبوع 14

قائمة المراجع:

- 1- أنيس أحمد عبد الله، إدارة التسويق (وفق منظور قيمة الزبون)، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان (المملكة الأردنية الهاشمية)، 2016
- 2- حسام فتحي أبو طعيمة، الإعلان وسلوك المستهلك (بين النظرية والتطبيق)، دار فاروق للنشر والتوزيع، عمان (الأردن)، 2008.
- 3- زكريا عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2008.
- 4- طلعت أسعد عبد الحميد، ياسر عبد الحميد الخطيب، طارق محمد خزندار، "سلوك المستهلك، المفاهيم المعاصرة والتطبيقات"، مكتبة الشقري، الرياض، م.ع.س، 2006.
- 5- 49-PHILIP KOTLER; " Marketing Management ";Seventh Edition ; Prentice Hall; 1991 .