

عنوان اليسانس : تسويق

السداسي : الخامس

وحدة التعليم : الأساسية

المادة : سلوك المستهلك

الرصيد: 6

المعامل: 3

نمط التعليم : حضوري

أهداف التعليم

تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية لسلوك المستهلك حيث تركز على يركز على دراسة العوامل المؤثرة فيه مثل دوافع المستهلك وطرق تعلمه وخصائص إداركه، إضافة إلى إلقاء الضوء على شخصية المستهلك واتجاهاته ودور الجماعات المرجعية والأسرة والعوامل الثقافية والاجتماعية والظروف الموقفية المحيطة به، وكيفية اتخاذ القرار الشرائي.

وبذلك تهدف هذه المادة في نهاية تدريسها إلى تمكين الطالب من :

1. القدرة على فهم وتحليل السلوك الاستهلاكي للفرد.
2. ربط المعرفة النظرية لسلوك المستهلك بالواقع.
3. معرفة المؤثرات البيئية والذاتية (النفسية ..) المؤثرة في المستهلك.
4. التعرف على الأدوات لتسويقية للتعامل مع سلوك المستهلك.
4. متابعة بعض القضايا المعاصرة في سلوك المستهلك

المعارف المسبقة المطلوبة: أساسيات التسويق 1 و 2

محتوى المادة:

- المحور الأول: مدخل الى سلوك المستهلك
- المحور الثاني: النماذج المفسر لسلوك المستهلك
- المحور الثالث: الدوافع والحاجات الشرائية لدى المستهلك
- المحور الرابع: الادراك والتعلم في سلوك المستهلك
- المحور الخامس: الشخصية واتجاهات المستهلك
- المحور السادس: العوامل الثقافية والاجتماعية المؤثرة على سلوك المستهلك
- المحور السابع: التأثيرات التسويقية والبيئية على سلوك المستهلك

المحور الثامن: عملية اتخاذ القرار الشرائي عند المستهلك

المحور التاسع: تبني المنتجات الجديدة

المحور العاشر: الولاء والعلاقات مع المستهلك في العصر الرقمي

المحور الحادي عشر: سلوك المستهلك في الأسواق الرقمية

المحور الثاني عشر: القيم والاستهلاك المسؤول في عصر الاستدامة

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

المراجع:

- a. Michael R. Solomon, Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Pearson Education Limited, 10th edition , Global Edition , (2013)
- b. Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis, Rik Pieters, Consumer Behavior, South-Western College Publishing; 6e édition (2012)
- c. Marc filser, le comportement du consommateur, éditions Dalloz, Paris, 1993.

-عناي عيسى، سلوك المستهلك، ج 1 وج 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2003.

-محمد ابراهيم عبيدات، سو ك المستهلك " مدخل استراتيجي"، در وائل لنشر والتوزيع، عمان، الاردن، الطلعة الرابعة، 2004.

-احمد علي سليمان (2000)، سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق ، دار معهد الادارة العامة - مركز البحوث ، الرياض، السعودية،