



## جامعة فيلادلفيا

كلية: العلوم الإدارية والمالية

قسم: التسويق

### خطة تدريس المادة

#### Course Syllabus

رمز المادة: 0350312	المادة: سلوك المستهلك
المتطلبات السابقة أو/ والمرافقة: مبادئ التسويق /0350110	مستوى المادة: الرابعة
الساعات المعتمدة: 3	موعد المحاضرة:

#### عضو هيئة التدريس

الاسم	الرتبة الأكاديمية	رقم المكتب وموقعه	الساعات المكتبية	البريد الإلكتروني

#### وصف المادة:

يتناول هذا المساق العوامل المختلفة التي تؤثر على سلوك المستهلك الشرائي من الناحية النفسية والاجتماعية والثقافية وكيفية تحليلها ووضع الاستراتيجيات التسويقية المناسبة التي تساعد على اتخاذ القرار الشرائي والتعرف على النظريات المختلفة في السلوك الشرائي وتطبيقاتها العملية تسويقيا.

#### أهداف المادة:

يهدف هذا المساق الى :

- دراسة عناصر نموذج سلوك المستهلك .
- معرفة انواع قرارات الشراء المتعلقة بسلوك المستهلك
- تحديد العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك
- تطوير المهارات المتعلقة بالشراء كالقدرة على التفاوض والتمويل وغيرها
- القدرة على تصميم مزيج تسويقي مؤقلم قائم على معرفة شاملة لسلوك المستهلك و البيئة التسويقية

#### مكونات المادة:

1. الكتب المقررة: د. كاسر نصر منصور, "سلوك المستهلك" الحامد, 2006, عمان, الاردن
2. المواد المساندة (أشرطة فيديو، أشرطة صوتية) برامج وثائقية ، برامج مساعدة، محاضرات وندوات اضافية ورشات عمل خارجية وداخلية ،
- 3- القراءات الإضافية : المراجع العلمية في المكتبة، المواقع الالكترونية، الارشاد العلمي من قبل الاستاذ المتخصص
- 4- دليل دراسة المادة : حسب الخطة العلمية الموزعة على الطلبة والتي تحتوي على كافة المعلومات بالاضافة الى ارشاد مدرس المادة

5- دليل الواجبات/ الوظائف، التجارب العملية : مرفق في الخطة الدراسية وفق برنامج زمني موضح ومحدد لهذه الغاية وبشكل اسبوعي

### طرق التدريس:

محاضرات، مجموعات نقاش، مجموعات تدريس، حل مسائل، مناظرات، تمارين، حلقات بحث، ورشات عمل، أنشطة ميدانية

### نتائج التعلم Learning outcomes

#### 1. المعرفة والفهم Knowledge and understanding

هذا المساق يحقق للطلاب المعرفة بالعوامل المختلفة النفسية والثقافية التي تؤثر على المستهلك عند اتخاذ القرار الشرائي وبالتالي تؤدي الى فهم السلوك الانساني وتوقع السلوكيات اللاحقة او التأثير عليها

#### 2. مهارات الإدراك ومحاكاة الأفكار Cognitive skills

تتم تنمية مهارات الادراك ومحاكاة الافكار من خلال:

- الحالات الدراسية
- التمارين الصفية التطبيقية
- الرحلات الميدانية
- حلقات النقاش والبحث

#### 3. مهارات الاتصال والتواصل الأكاديمي (مع المصادر والأشخاص Communication skills)

يتم التواصل والاتصال من خلال

- المحاضرات المباشرة
- الساعات المكتبية للمدرس
- البريد الالكتروني
- الموقع الخاص لعضو الهيئة التدريسية

#### 4 مهارات عملية خاصة بالتخصص والمهنة ذات العلاقة

#### Practical and/ or professional skills (Transferable Skills)

- تتم هذه العملية من خلال استضافة خبير خارجي متخصص في هذا المجال وايضا تنظيم زيارات الى مواقع العمل ذات التخصص لتنمية مهارات التخصص .
- المشاركة والتنظيم في ورشات عمل ذات علاقة اما ان تكون داخلية او خارجية
- مساق التدريب الميداني وما يقدمه من فرصة ممارسة التدريب وتقوية المهارات العملية

#### أدوات التقييم:

- تقارير، أبحاث قصيرة، مشاريع
- امتحانات قصيرة
- واجبات
- تقديم شفوي للأبحاث والتقارير
- امتحانات فصلية ونهائية

#### الأمانة العلمية والتوثيق

• أسلوب التوثيق (مع أمثلة توضيحية) المحاضر والكتب الرسمية، التصوير ، كتابة التقارير في حالة اقتباس اي معلومه عند اعداد تقارير او عرض أو بحث, يجب اتباع اسلوب التوثيق التالي : APA Style

المقالات في المجلات العلميّه: المؤلف. (سنة النشر). عنوان المقال. اسم المجله, مجلد (عدد), رقم الصفحه من-الى.

مثال:

Anderson, R. E.; Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and E-loyalty: A contingency framework. *Psychology and Marketing*, 20 (2), 99-121.

الكتب: المؤلف. (سنة النشر). عنوان الكتاب (الطبعه). المدينه: دار النشر

مثال:

Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

المواقع الالكترونيه: الموقع الالكتروني (السنه). العنوان. متاح في الموقع الالكتروني..... حصل عليه في تاريخ .../.../....

مثال:

Alexa (2012). Top sites-shopping. Available in [www.alexa.com](http://www.alexa.com). Obtained 5/10/2012.

- إسناد الحقوق الفكرية لأصحابها : يتم من خلال التوثيق الرسمي واسناد الحقوق لاصحابها ببالطرق الرسمية والقانونية
- الابتعاد عن السطو الأكاديمي Plagiaries : يجب الابتعاد عن نسب اي معلومه لكاتب ما الى الطالب أو الباحث, والحفاظ على الأمانه العلميّه. ويتم ذلك بنسب اي معلومه, نموذج, جدول الخ.. الى صاحبها سواء في النص أو في المراجع , بالطرق المذكوره اعلاه . ويجب الابتعاد عن تصوير الكتب أو أجزاء منها من غير الرجوع الى المؤلف.

توزيع العلامات على أدوات التقييم	
الدرجة	أدوات التقييم
20	الامتحان الأول
20	الامتحان الثاني
40	الامتحان النهائي
20	التقارير و/أو الأبحاث / الواجبات / المشاريع / الامتحانات القصيرة
100	المجموع

- طريقة التعليم:  محاضرة  50%  بحث 20%  عملي 30%
- أسلوب الإمتحان:  كتابي  شفهي  كتاب مفتوح

توزيع المادة على الفصل الدراسي

الأسبوع	المادة الأساسية والمساعدة المطلوب تغطيتها	الوظائف والتقارير ومواعيد تقديمها
الأول	<u>مفهوم السلوك الانساني</u> السلوك و خصائصه مبادئ السلوك و آلياته آلية السلوك أهمية دراسة سلوك المستهلك تسويقيا	الامتحان القبلي زيارة المكتبة للتعرف على المقررات الخاصة
الثاني	<u>مفهوم السلوك الانساني</u> بحوث سلوك المستهلك و تطور مفهومه علاقة سلوك المستهلك بالعلوم الاخرى الاتجاهات الحديثة فس سلوك المستهلك	حلقة حوار
الثالث	<u>عملية اتخاذ القرار الشرائي</u> ماهية عملية اتخاذ القرار الشرائي عملية اتخاذ القرار الشرائي في مرحلة ما قبل الشراء	حالة دراسية
الرابع	<u>عملية اتخاذ القرار الشرائي</u> عملية اتخاذ القرار الشرائي في مرحلة الشراء عملية اتخاذ القرار الشرائي في مرحلة ما بعد الشراء اساليب حل المشكلة الاستهلاكية	عرض حالات دراسية تطبيقية من واقعا العملي
الخامس	<u>العوامل الذاتية و سلوك المستهلك</u> مفهوم المستهلك خصائص المستهلك اساليب دراسة سلوك المستهلك	حلقة بحث
السادس	<u>العوامل الذاتية و سلوك المستهلك</u> دوافع سلوك المستهلك اهداف سلوك المستهلك العلاقة بين الحاجات و الدوافع و الاهداف هرم ماسلو	الامتحان الأول حل الاسئلة وتوزيع العلامات
السابع	<u>الشخصية و سلوك المستهلك</u> مفهوم الشخصية مراحل تطور الشخصية نظريات الشخصية	تطبيقات على نماذج من نفس الطلبة
الثامن	<u>الشخصية و سلوك المستهلك</u> خصائص الشخصية الابعاد التسويقية الشخصية نماذج الشخصية	تطبيقات على نماذج من نفس الطلبة

حوار مفتوح حول الادراك	<p><u>ادراك المستهلك</u></p> <p>مفهوم الادراك اشكال الادراك عناصر الادراك العوامل المؤثرة على الادراك الاختياري</p>	التاسع
عمل جماعي مبتكر	<p><u>ادراك المستهلك</u></p> <p>العوامل المدمرة للادراك الجودة المدركة النسق الادراكي قانون ويبر في الادراك التسويقي</p>	العاشر
الامتحان الثاني حل الاسئلة وتوزيع العلامات	<p><u>التعلم و سلوك المستهلك</u></p> <p>مفهوم التعلم المبادئ الأساسية للتعلم نظريات التعلم السلوكية نظرية التعلم الادراكي الفعلي</p>	الحادي عشر
استضافة لمتخصص خارجي	<p><u>التعلم و سلوك المستهلك</u></p> <p>انماط التعلم التسويقي هيكل الذاكرة نظرية الارتباط الاستراتيجيات الشرطية للتعزيز</p>	الثاني عشر
ورشة عمل حول الثقافة	<p><u>العوامل الثقافية و الاجتماعية و سلوك المستهلك</u></p> <p>مفهوم الثقافة خصائص الثقافة انواع الثقافة عناصر الثقافة دور الثقافة في الاستراتيجية التسويقية أثر الثقافة على سلوك المستهلك</p>	الثالث عشر
اعداد تقرير	<p><u>الطبقة الاجتماعية</u></p> <p>الطبقة الاجتماعية و سلوك المستهلك اهمية تحديد الطبقة الاجتماعية و طرق قياسها اعداد الاستراتيجية التسويقية للطبقات الاجتماعية</p>	الرابع عشر
امتحان تجريبي (اختياري)	<p><u>الجماعات المرجعية</u></p> <p>مفهوم واهمية الجماعات المرجعية انواع الجماعات المرجعية اثر الجماعات المرجعية على سلوك الافراد</p>	الخامس عشر

الامتحان النهائي	السادس عشر	- مراجعة المادة
------------------	------------	-----------------

حجم العمل الملقى على عاتق الطالب: ما لا يقل عن ساعتين مقابل كل ساعة تدريس  
**سياسة الحضور والغياب:**

لا يسمح للطالب بالتغيب أكثر من 15% من الساعات المقررة للمادة بدون عذر مرضي أو قهري يقبله عميد الكلية إذ يترتب اعتبار الطالب منسحباً من المادة في حالة قبول العميد للعذر، بينما يمنع من التقدم للامتحان النهائي وتكون علامته في المادة صفراً في حالة عدم قبول العميد للعذر المرضي أو القهري.  
**المراجع العلمية للمادة**

• الكتب

1. د. كاسر نصر منصور, "سلوك المستهلك" الحامد, 2006, عمان, الاردن
2. أ.د. محمد عبيدات, "سلوك المستهلك", دار وائل للنشر, عمان, 2006.
3. الصميدعي, محمود جاسم, يوسف, ردينة عثمان, سلوك المستهلك: مدخله كمي و تحليلي.- عمان: دار المناهج للنشر و التوزيع, 2001.
4. الغدير, حمد, الساعد, رشاد, سلوك المستهلك : مدخل متكامل.- عمان: دار زهران للنشر و التوزيع, 2012
5. Schiffman,Leon G., Kanuk,Leslie lazar, Consumer behavior. -Upper Saddle River, New Jersey :Pearson Prentice-Hall,2007
6. Solomon,Michael R. Consumer behavior: buying, having, and being. -Upper Saddle River, New Jersey :Pearson Prentice-Hall,2006

• الدوريات العلمية

**Journals**

**Journal of Marketing**

**Journal of Consumer Research**

• المواقع الإلكترونية Websites

[WWW.Mustahlik.com](http://WWW.Mustahlik.com)