

<b>Petra University</b>		جامعة البترا
<b>Faculty of Administrative And Financial Sciences</b>		كلية العلوم الإدارية والمالية
<b>Marketing Department</b>		قسم التسويق
<b>Year:</b>	السنة الدراسية:	<b>Term:</b>
		الفصل الدراسي:
<b>Syllabus</b> خطة المقرر		

<b>Course Title</b>	سلوك المستهلك	اسم المقرر
<b>Course Number</b>	306311	رقم المقرر
<b>Prerequisite Course</b>	مبادئ التسويق	المتطلب السابق

<b>Course Objectives</b>	أهداف وغايات المقرر
<p>يهدف المقرر إلى تزويد الطالب بالمعارف والمهارات التالية:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. تزويد الطالب بالمفاهيم الأساسية المتعلقة بالمستهلك.</li> <li>2. تعريف الطالب بالعوامل الأساسية المؤثرة على السلوك الاستهلاكي.</li> <li>3. تزويد الطالب بالمعلومات التي تمكنه من فهم سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة على القرار الشرائي.</li> </ol>	

<b>Learning Outcomes (knowledge and skills)</b>	مخرجات التعليم (المعارف والمهارات)
<p>بعد الانتهاء من دراسة هذا المقرر يتوقع أن يكون الطالب قادراً على:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. فهم وتحليل السلوك الاستهلاكي للفرد.</li> <li>2. ربط المعرفة النظرية لسلوك المستهلك بالواقع.</li> <li>3. تحليل المؤثرات البيئية والنفسية المؤثرة على المستهلك.</li> <li>4. تحليل الحالات المختلفة المتعلقة بالمستهلك.</li> </ol>	

<b>Course content</b> محتوى المقرر		
Week	الأسبوع	
<b>1<sup>st</sup> week</b>	التعريف بالمساق ومناقشة الخطة.	الأسبوع الأول
<b>2<sup>nd</sup> week</b>	<p>الفصل الأول : طبيعة سلوك المستهلك وأهميته:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. تعريف المستهلك.</li> <li>2. تعريف سلوك المستهلك.</li> <li>3. طبيعة وأهمية دراسة سلوك المستهلك.</li> </ol>	الأسبوع الثاني
<b>3<sup>rd</sup> week</b>	<p>الفصل الثاني : إتخاذ القرار الشرائي.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. أنواع القرارات الشرائية. مراحل عملية إتخاذ القرار الشرائي.</li> <li>2. مرحلة ما قبل الشراء.</li> <li>3. مرحلة الشراء.</li> </ol>	الأسبوع الثالث

	4. مرحلة ما بعد الشراء.	
4 <sup>th</sup> week	الفصل الثالث : تجزئة السوق. 1. مفهوم تجزئة السوق. 2. أساليب تجزئة السوق. 3. معايير التجزئة الفعالة للسوق. 4. إستراتيجيات التعامل مع السوق.	الأسبوع الرابع
5 <sup>th</sup> week	الفصل الرابع: تأثير ثقافة المجتمع على سلوك المستهلك. 1. ما المقصود بثقافة المجتمع. 2. القيم الجوهرية للمجتمع وأثرها في تشكيل ثقافته. 3. الخصائص العامة للثقافة. 4. تأثير ثقافة المجتمع على سلوك المستهلك.	الأسبوع الخامس
6 <sup>th</sup> week	الفصل الخامس : الطبقة الإجتماعية و السلوك الإستهلاكي للفرد. 1. تعريف وخصائص الطبقة الإجتماعية . 2. الطبقة الاجتماعية وسلوك المستهلك. 3. تطبيقات تسويقية لمفهوم الطبقة الإجتماعية.	الأسبوع السادس
7 <sup>th</sup> week	الفصل السادس : تأثير الأسرة على سلوك المستهلك. 1. تعريف الأسرة وأنواعها. 2. وظائف الأسرة. 3. إتخاذ القرارات الشرائية داخل الأسرة. 4. دورة حياة الأسرة.	الأسبوع السابع
8 <sup>th</sup> week	الفصل السابع : الجماعات المرجعية وتأثيرها على سلوك المستهلك. 1. أنواع الجماعات. 2. خصائص الجماعة. 3. أسباب خضوع المستهلك لتأثير الجماعات المرجعية. 4. تطبيقات تسويقية لمفهوم الجماعات المرجعية .	الأسبوع الثامن
9 <sup>th</sup> week	الفصل الثامن : دوافع السلوك الشرائي والإستهلاكي. 1. طبيعة الدوافع الإنسانية. 2. المدارس العلمية للدافعية. 3. العلاقة بين دوافع المستهلك وسلوكه الشرائي. 4. أنواع الدوافع الإنسانية.	الأسبوع التاسع
10 <sup>th</sup> week	الفصل التاسع : الإدراك الحسي وسلوك المستهلك. 1. ما هو الإدراك الحسي. 2. المستويات الحسية لدى الإنسان.	الأسبوع العاشر
11 <sup>th</sup> week	3. تفسير المؤثرات الحسية من خلال تنظيمها. 4. عوائق الإدراك الحسي. 5. المخاطر المدركة.	الأسبوع الحادي عشر
12 <sup>th</sup> week	الفصل العاشر: التعلم وعلاقته بالسلوك الإستهلاكي. 1. المدارس العملية للتعلم ( السلوكي، الإدراكي )	الأسبوع الثاني عشر
13 <sup>th</sup> week	2. المدارس العلمية للتعلم( الملاحظة، الإجتماعي ، نظرية	الأسبوع الثالث عشر

	الإرتباط). 3. التطبيقات التسويقية لنظريات التعلم.	
14 <sup>th</sup> week	الفصل الحادي عشر: الإتجاهات النفسية للأفراد وأثرها على سلوكهم الإستهلاكي. 1. ما هي الإتجاهات. 2. العناصر المكونة للإتجاهات وظائف الإتجاهات. 3. قياس الإتجاهات النفسية. 4. إستخدام الإتجاهات في إعداد الإستراتيجيات التسويقية. 5. التطبيقات التسويقية لمفهوم الإتجاهات.	الأسبوع الرابع عشر
15 <sup>th</sup> week	الفصل الثاني عشر: الشخصية وسلوك المستهلك. 1. تعريف الشخصية. 2. مراحل تطور الشخصية. 3. نظريات الشخصية ( السمات، التحليل النفسي، الإجتماعية، المفهوم الذاتي). 4. التطبيقات التسويقية لمفهوم الشخصية.	الأسبوع الخامس عشر
16 <sup>th</sup> week	مراجعة عامة.	الأسبوع السادس عشر

Teaching and Learning Methods أساليب التدريس		
1- lectures	Yes	1- المحاضرات
2- Slides		2- الشفائيات
3- Practical Exercises	Yes	3- التطبيقات العملية
4- Field Visits		4- الزيارات الميدانية
5- Research	Yes	5- البحوث
6- Others		6- أخرى
Assessment Tools وسائل التقييم:		
Examinations		الاختبارات
First Exam	20%	الاجتبار الأول
Second Exam.	20%	الاجتبار الثاني
Final Exam.	50%	الاجتبار النهائي
Homework and participation.	10%	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Textbook and Supporting Material المرجع الأساسي والمراجع الإضافية		
1- Text Book المرجع الأساسي الموصى به		
Authors:	أحمد سليمان	المؤلف
Title:	سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق	عنوان الكتاب
Editor:	معهد الإدارة - الرياض.	الناشر
Year of Edition:	2000	سنة النشر

2- Other Books		2- مراجع أخرى
Authors:	محمد عبيدات	المؤلف
Title:	سلوك المستهلك	عنوان الكتاب
Editor:	دار وائل للنشر	الناشر
Year of Edition:	2008	سنة النشر
Research Journal	Journal of Consumer Behavior	3- المجلات العلمية

Important Dates: تواريخ هامة		
Evaluation Method & Scheme		نوع التقييم
First Exam.	الاسبوع السادس	الاختبار الأول
Second Exam.	الاسبوع الثاني عشر	الاختبار الثاني
Final Exam.	في نهاية الفصل	الاختبار النهائي
Homework and participation	تحدد في حينها	الواجبات المنزلية والمشاركة
Others.		أخرى

Instructor عضو هيئة التدريس		
Name:		الاسم:
Office Number and Telephone:		رقم المكتب والهاتف:
E- mail:		البريد الإلكتروني:
Office Hours:		الساعات المكتبية:

<p>1. يلتزم الطالب بحضور كافة المحاضرات وحسب الجدول الدراسي ويسمح له بالغياب بعذر أو بدون عذر بما لا يزيد عن (7) ساعات. إن أي تجاوز للنسبة المسموح بها للغياب سيعرض الطالب للحرمان وتعطى له علامة (FA) في حال عدم توفر عذر مقبول من قبل المدرس وعمادة الكلية.</p> <p>2. يلتزم الطالب بتقديم الاختبارات والامتحانات وتقارير البحوث وأية مهام صافية أو منزلية يتم تكليفه بها في المواعيد المحددة.</p> <p>3. يستطيع الطالب مراجعة مدرس المقرر خلال الساعات المكتبية للحصول على مساعدة إضافية فيما يتعلق بالمواضيع التي تمت مناقشتها داخل الصف.</p> <p>4. هنالك مراجع رئيسة وثانوية للمقرر على الطالب الرجوع لها لزيادة تحصيله العلمي.</p> <p>5. لتعزيز الجانب المهاري، سيتم عرض ومناقشة حالات دراسية وتمارين مختلفة.</p> <p>6. كوسيلة لمساعدة الطالب، يمكن للطلاب الرجوع إلى برنامج التعليم الإلكتروني، علماً بأن الملخصات الموجودة على الموقع لا تغني عن المرجع الرئيسي للمادة.</p>	سياسات واستراتيجيات التدريس والتعليم
---	--------------------------------------