



مواصفات المقرر: سلوك المستهلك

i. معلومات عامة عن المقرر :General information about the course					
اسم المقرر Course Title		سلوك المستهلك		١	
رمز المقرر ورقمه Course Code and Number				٢	
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours	٣
	محاضرات Lecture	عملي Practical	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial		
٣	-	-	٣		
المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester		المستوى الثالث: الفصل الثاني		٤	
المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)		مبادئ علوم سلوكية مبادئ التسويق		٥	
المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)		لا توجد		٦	
البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered		برنامج بكالوريوس إدارة الأعمال		٧	
لغة تدريس المقرر Language of teaching the course		اللغة العربية		٨	
نظام الدراسة Study System		الانتظام		٩	
معد (و) مواصفات المقرر Prepared By		د. فضل المحمودي		١٠	
تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval				١١	

ii. وصف المقرر :Course Description
يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمفاهيم والنظريات الأساسية لسلوك المستهلك النهائي والصناعي وأهميتها في اتخاذ القرارات التسويقية بالنسبة للمنظمات الصناعية والخدمية. ويشتمل المقرر على تحليل أنماط المستهلكين، وطرق تجزئة السوق إلى قطاعات، وعملية اتخاذ قرار الشراء، وأهم العوامل الذاتية والاجتماعية والثقافية المؤثرة على سلوك المستهلك النهائي والصناعي وأثر ذلك على استراتيجيات الاتصال التسويقي.

iii. مخرجات تعلم المقرر :Course Intended Learning Outcomes (CILOs)
بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادراً على أن: a 1 يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بسلوك المستهلك ومراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي و العوامل المؤثرة فيه . a-2 يحدد الأساليب والطرق المستخدمة في تحليل وتفسير سلوك المستهلك



- b1 يحدد العوامل التي تؤثر على قرارات الشراء وسلوكيات المستهلكين الحاليين والمرقبين.
b2 - يشرح انواع الإتصالات التسويقية المناسبة لدراسة وتحليل سلوك المستهلك في الأسواق المستهدفة
c1- يقيم باستمرار تصنيف وتقسيم أنماط المستهلكين, والعوامل التي تؤثر على قرارات المستهلكين وكيفية التأثير عليهم إيجابياً.
c2- يحلل خطوات قرار الشراء وكيفية استخدام وسائل الاتصال التسويقية المناسبة..
d1- يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بسلوك المستهلك.
d2- يمتلك مهارات الاتصال الفعال, وإدارة الوقت بفاعلية.
d3 يكتب التقارير الإدارية والتسويقية ويوصلها إلى المستويات الإدارية المختلفة.

iv. مواءمة مخرجات تعلم المقرر مع مخرجات التعلم للبرنامج:

Alignment of CILOs (Course Intended Learning Outcomes) to PILOs (Program Intended Learning Outcomes)

مخرجات التعلم المقصودة من البرنامج (Program Intended Learning Outcomes)	مخرجات التعلم المقصودة من المقرر (Course Intended Learning Outcomes)
A1 يظهر المعرفة بالمبادئ والمفاهيم والنظريات العلمية المستخدمة في الإدارة وما يتصل بها من أساليب وأدوات .	- a1 يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بسلوك المستهلك ومراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي و العوامل المؤثرة فيه .
A2 يوضح خصائص المنظمات وبيئتها الداخلية والخارجية ، وسياسات وأساليب إدارتها وعلاقة المنظمة بالمنظمات الأخرى .	- a2 يحدد الأساليب والطرق المستخدمة في تحليل وتفسير سلوك المستهلك
- B2 يحلل العوامل البيئية والمتغيرات المحلية والإقليمية والعالمية المؤثرة على أداء منظمات الأعمال مستخدماً المعارف والمفاهيم الإدارية والمحاسبية والاقتصادية والإحصائية المختلفة.	-b1 يحدد العوامل التي تؤثر على قرارات الشراء وسلوكيات المستهلكين الحاليين والمرقبين.
B4- يبتكر خططاً إدارية للأعمال الإدارية المختلفة بما يحقق أهداف المنظمة .	- b2 يشرح انواع الإتصالات التسويقية المناسبة لدراسة وتحليل سلوك المستهلك في الأسواق المستهدفة
C1 يوظف المهارات المهنية الأساسية ويستخدمها في تصميم نظم وأدوات إدارية تساعد المؤسسة على تحقيق ميزة استراتيجية في مجال أعمالها.	-c1 يقيم باستمرار تصنيف وتقسيم أنماط المستهلكين, والعوامل التي تؤثر على قرارات المستهلكين وكيفية التأثير عليهم إيجابياً.
C2 يعمل في بيئة الأعمال المحلية والإقليمية ويدير الأعمال التي تسند له بكفاءة وفاعلية باستخدام تقنيات إدارة الأعمال الملائمة .	c2 يحلل خطوات قرار الشراء وكيفية استخدام وسائل الاتصال التسويقية المناسبة.
D2- يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بأنشطة المنظمة .	-d1 يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة المشروعات في المنظمات.
D3- يمتلك مهارات الاتصال الفعال, وإدارة الوقت بفاعلية .	-d2 يمتلك مهارات الاتصال الفعال, وإدارة الوقت بفاعلية..
C4- يكتب تقارير ويعد خطط استراتيجية فاعلة للمؤسسة التي يعمل فيها .	d3 يكتب التقارير الإدارية ويرفعها إلى المستويات الإدارية المختلفة



مواعاة مخرجات التعلم باستراتيجيات التعليم والتعلم والتقييم Alignment of CILOs to Teaching and Assessment Strategies			
أولاً: مواعاة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التعليم والتعلم والتقييم: First: Alignment of Knowledge and Understanding CILOs			
استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المعرفة والفهم Knowledge and Understanding CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> - الاختبارات الفصلية . - الاختبارات المفاجئة . - تقييم التقارير والبحوث والتكاليف والواجبات. - الاختبار النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرات - العروض الإيضاحية ((الباوربوينت - الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي - الواجبات المنزلية 	<p>يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بسلوك المستهلك ومراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي و العوامل المؤثرة فيه .</p>	a1 -
<ul style="list-style-type: none"> - الاختبارات الفصلية . - الاختبارات المفاجئة . - تقييم التقارير والبحوث والتكاليف والواجبات. - الاختبار النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> - المحاضرات - العروض الإيضاحية ((الباوربوينت - الحوار والمناقشة - التعلم الذاتي - الواجبات المنزلية 	<p>يحدد الأساليب والطرق المستخدمة في تحليل وتفسير سلوك المستهلك</p>	a2 -
ثانياً: مواعاة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم: Second: Alignment of Intellectual Skills CILOs			
استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية Intellectual Skills CILOs	
<ul style="list-style-type: none"> • الاختبارات الفصلية • الاختبارات المفاجئة . • تقييم التقارير والبحوث والتكاليف والواجبات. - الاختبار النهائي 	<ul style="list-style-type: none"> • المحاضرات والعروض الإيضاحية (الباوربوينت) • الحوار والمناقشة. 	<p>يحدد العوامل التي تؤثر على قرارات الشراء وسلوكيات المستهلكين الحاليين والمرتبين.</p>	-b1
<ul style="list-style-type: none"> • الاختبارات الفصلية • الاختبارات المفاجئة . 	<ul style="list-style-type: none"> • المحاضرات والعروض الإيضاحية (الباوربوينت) • الحوار والمناقشة. 	<p>يشرح انواع الإتصالات التسويقية المناسبة لدراسة وتحليل سلوك المستهلك في الأسواق المستهدفة</p>	- b2



• تقييم التقارير والبحوث والتكاليف والواجبات. - الاختبار النهائي			
ثالثاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم: Third: Alignment of Professional and Practical Skills CILOs			
استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر / المهارات المهنية والعملية Professional and Practical Skills CILOs	
• الاختبارات الفصلية . • الاختبارات المفاجئة . • تقييم التقارير والبحوث والتكاليف والواجبات. الاختبار النهائي	• المحاضرات والعروض الإيضاحية (الباوربوينت) • الحوار والمناقشة.	يقيم باستمرار تصنيف وتقسيم أنماط المستهلكين، والعوامل التي تؤثر على قرارات المستهلكين وكيفية التأثير عليهم إيجابياً.	-c1
• الاختبارات الفصلية . • الاختبارات المفاجئة . • تقييم التقارير والبحوث والتكاليف والواجبات. • الاختبار النهائي	• المحاضرات والعروض الإيضاحية (الباوربوينت) • الحوار والمناقشة.	يحلل خطوات قرار الشراء وكيفية استخدام وسائل الاتصال التسويقية المناسبة.	-c2
رابعاً: مواءمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم: Fourth: Alignment of Transferable (General) Skills CILOs			
استراتيجية التقييم Assessment Strategies	استراتيجية التدريس Teaching Strategies	مخرجات المقرر Transferable (General) Skills CILOs	
- تقويم المناقشات الجماعية. - تقويم استخدام الطلبة للحاسوب. - تقويم أداء الطالب في توصيل المعلومات لزملائه أثناء تقديم العرض والتقرير. • الملاحظة الشخصية - المناقشة المستمرة	• حل المشكلات. • كتابة التقارير • التطبيق العملي . • تمثيل الأدوار . • الحوار والمناقشة .	يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بإدارة أعمال المنظمة.	-d1
- تقويم المناقشات الجماعية. - تقويم استخدام الطلبة للحاسوب. - تقويم أداء الطالب في توصيل المعلومات لزملائه أثناء تقديم العرض والتقرير. • الملاحظة الشخصية المناقشة المستمرة	• حل المشكلات. • كتابة التقارير • التطبيق العملي . • تمثيل الأدوار . • الحوار والمناقشة .	يملك مهارات الاتصال الفعال، وإدارة الوقت بفاعلية	-d2
- تقويم المناقشات الجماعية. - تقويم استخدام الطلبة للحاسوب.	• حل المشكلات. • كتابة التقارير • التطبيق العملي .	يكتب التقارير الإدارية وتوصيلها إلى المستويات الإدارية المختلفة	d3



- تقويم أداء الطالب في توصيل المعلومات لزملائه أثناء تقديم العرض والتقرير. الملاحظة الشخصية - المناقشة المستمرة	• تمثيل الأدوار . • الحوار والمناقشة .	
---	---	--

Course Content					
موضوعات محتوى المقرر					
Theoretical Aspect					
أولاً: موضوعات الجانب النظري					
رموز مخرجات التعلم للمقرر (CILOs)	الساعات الفعلية Contact Hours	عدد الأسابيع Number of Weeks	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الموضوعات الرئيسية/الوحدات Topic List / Units	الرقم Order
a1,b1, c1, d1, d2	3	1	مفهوم السلوك، المستهلك النهائي، سلوك المستهلك النهائي، وأهمية دراستها، خصائص ومميزات وأبعاد سلوك المستهلك، وتطورها، البرنامج التسويقي وسلوك المستهلك النهائي.	مدخل لسلوك المستهلك	1
a2, b2, c2, d1, d2	3	1	مفهوم وخصائص السوق، مفهوم تجزئة السوق وتنظيمه، معايير تجزئة السوق وأساليبها.	تجزئة السوق	2
a2, b1, b2, c2, d1, d2, d3	6	2	ماهية عملية اتخاذ القرار الشرائي، عملية اتخاذ القرار الشرائي ومراحلها وخطواتها التفصيلية، أساليب حل المشكلة الاستهلاكية.	عملية اتخاذ القرار الشرائي	3
a1, a2, b2, c2, d1, d2, d3	3	1	مفهوم حاجات المستهلك، مفهوم دوافع المستهلك، مفهوم أهداف المستهلك، والعلاقة بين حاجات المستهلك ودوافعه وأهدافه.	العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك 1 . حاجات المستهلك ودوافعه	4
a1, a2, b2, c2, d1, d2, d,3	3	1	مفهوم ومراحل تطور الشخصية، خصائص ونظريات الشخصية، الأبعاد التسويقية للشخصية، أنماط الشخصية.	العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك 2 . شخصية المستهلك.	5



a1, a2, b2, c2, d1, d3	6	2	مفهوم وعناصر الإدراك، العوامل المؤثرة على الإدراك مفهوم ومبادئ التعليم، نظريات التعليم السلوكي. أنماط التعلم التسويقي	العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك 3. إدراك المستهلك . 4. التعلم وسلوك المستهلك	6
a2, b2, c2, d1, d3	3	1	مفهوم الثقافة وأهميتها، وخصائص وعناصر وأنواع الثقافة، أثر الثقافة على سلوك المستهلك، دور الثقافة عند بناء الاستراتيجية التسويقية.	العوامل الثقافية وسلوك المستهلك	7
a1, a2, a2,b1 b2, c2,c2, d1, d2, d3	3	1	مفهوم وأهمية تحديد الطبقة الاجتماعية، طرائق قياس الطبقات الاجتماعية، مفهوم ووظائف الأسرة، إتخاذ القرار الشرائي في الأسرة، دور حياة الأسرة وسلوكها، العوامل المؤثرة على القرارات الشرائية للأسرة.	الطبقة الاجتماعية + أسرة	8
a1, a2, b1 b2, c1,c2, d1, d2, d3	3	1	- مفهوم الجماعات المرجعية، خصائصها وأنواعها، الجماعات المرجعية للمستهلك، أدوات تأثيرها، الإعلان والجماعات المرجعية.	الجماعات المرجعية وسلوك المستهلك	9
a2, b1 b2, c2, d1, d2, d3	3	1	● مفهوم وأنواع وعناصر الإتصال، معوقات الإتصال، وسائل الإتصال ، الإتصال الإقناعي، نظريات الإتصال وقادة الرأي.	الإتصالات التسويقية وسلوك المستهلك	10
a2, b1 b2, c2, d1, d2, d3	3	1	نماذج دراسة سلوك لمستهلك النماذج الحديثة . ● النماذج الكمية والرياضية	النماذج الكمية في سلوك المستهلك	11
a2, b1 b2, c2, d1, d2, d3	3	1		مراجعة عامة وتطبيقات عملية	12
===	42	14	إجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies

- المحاضرات
- حل المشكلات



- التعلم التعاوني
- العروض التوضيحية
- العصف الذهني
- تمثيل الادوار
- الحوار والمناقشة



vi. الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments				
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م N o
a2, . b2., c1,c3,,	W3,6,8	5	المشاركة والنقاش الصفّي	١
a2, b2, c 2 d1, d3	W 6, 10 و ,	10	دراسة وتحليل الحالات العملية	٢
a1, b2, , c2, d1, d3,	W4,9	5	الحوار التفاعلي والمشاركة في القاعة	٣
===	==	20	Total Score إجمالي الدرجة	

vii. تقييم التعلم :Learning Assessment					
مخرجات التعلم CILOs (symbols)	نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
a2, . b2., c1,c3,,	%20	20	All Weeks	الأنشطة والتكليف	١
a2, b2, c 2 d1, d3	20%	20	Week 8	اختبار تحريري نصفي	٢
a1, b2, , c2, d1, d3,	60%	60	نهاية الفصل	الامتحان النهائي	٣
===	100%	100	Total الإجمالي		

viii. مصادر التعلم :Learning Resources	
المراجع الرئيسية (Required Textbook(s) : لا تزيد عن مرجعين)	
محمد صالح المؤذن، ، "سلوك المستهلك" دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2016	
المراجع المساعدة:	
■ محمد إبراهيم عبيدات، ، (٢٠١٦)، "سلوك المستهلك مدخل إستراتيجي"، دار وائل للنشر، عمان.	
■ المنصور، كاسر نصر، (٢٠٠٦)، "سلوك المستهلك"، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.	
المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc.	

viii. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies	
بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
١	سياسة حضور الفعاليات التعليمية :Class Attendance - يلتزم الطالب بحضور ٧٥٪ من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريرا بحضور وغياب الطلاب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب ٢٥٪ ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
٢	الحضور المتأخر :Tardy



3	<p>- يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاث مرات يحذر شفويًا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.</p> <p>ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality:</p> <p>- لا يسمح للطالب بدخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (٢٠) دقيقة من بدء الامتحان</p> <p>- إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.</p>
4	<p>التعيينات والمشاريع Assignments & Projects:</p> <p>- يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكاليف وتسليمها.</p> <p>- إذا تأخر الطالب في تسليم التكاليف عن الموعد المحدد يحرم من درجة التكليف الذي تأخر في تسليمه.</p>
5	<p>الغش Cheating:</p> <p>- في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائي تطبق عليه لائحة شئون الطلاب.</p> <p>- في حال ثبوت قيام الطالب بالغش أو النقل في التكاليف والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكليف.</p>
6	<p>الانتحال Plagiarism:</p> <p>- في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك</p>
7	<p>سياسات أخرى Other policies:</p> <p>- أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف الخ</p>



خطة مقرر: سلوك المستهلك

Information about Faculty Member Responsible for the Course							معلومات عن أستاذ المقرر	
			الساعات المكتبية (أسبوعياً) Office Hours			أ.م. د. فضل المحمودي		الاسم Name
الخميس THU	الأربعاء WED	الثلاثاء TUE	الاثنين MON	الأحد SUN	السبت SAT	777714477		المكان ورقم الهاتف Location & Telephone No.
			3			dr.fadlalmhmodi@gmail.com		البريد الإلكتروني E-mail

ix. معلومات عامة عن المقرر					General information about the course	
سلوك المستهلك			اسم المقرر Course Title		١	
			رمز المقرر ورقمه Course Code and Number		٢	
الإجمالي Total	الساعات المعتمدة Credit Hours			الساعات المعتمدة للمقرر Credit Hours	٣	
	سمنار/تمارين Seminar/Tutorial	عملي Practical	محاضرات Lecture			
٣	-	-	٣	المستوى والفصل الدراسي Study Level and Semester		٤
المستوى الثالث: الفصل: الثاني			المتطلبات السابقة المقرر (إن وجدت) Pre-requisites (if any)		٥	
- مبادئ العلوم السلوكية مبادئ التسويق			المتطلبات المصاحبة (إن وجدت) Co-requisites (if any)		٦	
لا توجد			البرنامج الذي يدرس له المقرر Program (s) in which the course is offered		٧	
برنامج بكالوريوس إدارة الأعمال			لغة تدريس المقرر Language of teaching the course		٨	
اللغة العربية			نظام الدراسة Study System		٩	
الانتظام			معد (و) مواصفات المقرر Prepared By		١٠	
د. فضل المحمودي			تاريخ اعتماد مواصفات المقرر Date of Approval		١١	



x. وصف المقرر Course Description

يهدف هذا المقرر إلى تزويد الطلاب بالمفاهيم والنظريات الأساسية لسلوك المستهلك النهائي والصناعي وأهميتها في اتخاذ القرارات التسويقية بالنسبة للمنظمات الصناعية والخدمية. ويشتمل المقرر على تحليل أنماط المستهلكين، وطرق تجزئة السوق إلى قطاعات، وعملية اتخاذ قرار الشراء، وأهم العوامل الذاتية والاجتماعية والثقافية المؤثرة على سلوك المستهلك النهائي والصناعي وأثر ذلك على استراتيجيات الاتصال التسويقي.

xi. مخرجات تعلم المقرر (CILOs) Course Intended Learning Outcomes

- بعد الانتهاء من دراسة المقرر سوف يكون الطالب قادراً على أن:
- a1 يعرف المفاهيم والمبادئ والأسس ذات العلاقة بسلوك المستهلك ومراحل عملية اتخاذ القرار الشرائي و العوامل المؤثرة فيه .
 - a2- يحدد الأساليب والطرق المستخدمة في تحليل وتفسير سلوك المستهلك
 - b1 يحدد العوامل التي تؤثر على قرارات الشراء وسلوكيات المستهلكين الحاليين والمرتبين.
 - b2 - يشرح أنواع الإتصالات التسويقية المناسبة لدراسة وتحليل سلوك المستهلك في الأسواق المستهدفة
 - c1- يقيم باستمرار تصنيف وتقسيم أنماط المستهلكين، والعوامل التي تؤثر على قرارات المستهلكين وكيفية التأثير عليهم إيجابياً.
 - c2- يحلل خطوات قرار الشراء وكيفية استخدام وسائل الاتصال التسويقية المناسبة..
 - d1- يشارك بطريقة بناءة في المناقشات الجماعية المتعلقة بسلوك المستهلك.
 - d2- يمتلك مهارات الاتصال الفعال، وإدارة الوقت بفاعلية.
 - d3 يكتب التقارير الإدارية والتسويقية ويوصلها إلى المستويات الإدارية المختلفة..

xii. موضوعات محتوى المقرر Course Content

أولاً: موضوعات الجانب النظري Theoretical Aspect

الرقم Order	الموضوعات الرئيسية/ الوحدات Topic List / Units	الموضوعات التفصيلية Sub Topics List	الاسبوع Week	الساعات الفعلية Contact Hours
1	مدخل لسلوك المستهلك	مفهوم السلوك، المستهلك النهائي، سلوك المستهلك النهائي، وأهمية دراستها، خصائص ومميزات وأبعاد سلوك المستهلك، وتطورها، البرنامج التسويقي وسلوك المستهلك النهائي.	w1	1
2	تجزئة السوق	مفهوم وخصائص السوق، مفهوم تجزئة السوق وتنظيمه، معايير تجزئة السوق وأساليبها.	w2	3
3	عملية اتخاذ القرار الشرائي	ماهية عملية اتخاذ القرار الشرائي، عملية اتخاذ القرار الشرائي ومراحلها وخطواتها	w3 w4	6



		التفصيلية، أساليب حل المشكلة الاستهلاكية.		
3	w5	مفهوم حاجات المستهلك، مفهوم دوافع المستهلك، مفهوم أهداف المستهلك، والعلاقة بين حاجات المستهلك ودوافعه وأهدافه.	العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك 1 . حاجات المستهلك ودوافعه	4
3	w8		امتحان نصفي	5
6	w 6	مفهوم ومراحل تطور الشخصية، خصائص ونظريات الشخصية، الأبعاد التسويقية للشخصية، أنماط الشخصية.	العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك 2 . شخصية المستهلك.	6
3	w7		امتحان النصفي	
6	w8 w9	مفهوم وعناصر الإدراك، العوامل المؤثرة على الإدراك مفهوم ومبادئ التعليم، نظريات التعليم السلوكي . أنماط التعلم التسويقي	العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك 3 . إدراك المستهلك 4. التعلم وسلوك المستهلك	8
3	w10	مفهوم الثقافة وأهميتها، وخصائص وعناصر وأنواع الثقافة، أثر الثقافة على سلوك المستهلك، دور الثقافة عند بناء الاستراتيجية التسويقية.	العوامل الثقافية	9
3	w14	• ماهية القيادة وأهميتها • سمات شخصية القائد. • الموقف القيادي وتأثيره في سلوك المرئوسين مفهوم وأهمية وأنواع الاتصالات • معوقات الاتصال.	القيادة الإدارية والاتصال الإداري	10
3	w15	• ضغوط العمل • مسببات ضغوط العمل وتأثيره على الأداء • علاج ضغوط العمل - الطرق التنظيمية لعلاج ومنع ضغوط العمل	ضغوط العمل (التعب والملل)	11
3	w16		امتحان نهائي	
48	16	إجمالي عدد الأسابيع والساعات الفعلية Number of Weeks /and Contact Hours Per Semester		

استراتيجيات التدريس :Teaching Strategies	
■ المحاضرات	
■ حل المشكلات	



- التعلم التعاوني
- العروض التوضيحية
- العصف الذهني
- تمثيل الأدوار
- الحوار والمناقشة

xiii. الأنشطة والتكليفات :Tasks and Assignments

أسبوع التنفيذ Week Due	الدرجة المستحقة Mark	الأنشطة / التكليف Assignments/ Tasks	م No
W3,6,8	5	التكاليف والواجبات المنزلية	١
W 6, 10 ,	10	دراسة وتحليل الحالات العملية	٢
W4,9	5	الحوار التفاعلي والمشاركة في القاعة	٣
==	20	Total Score إجمالي الدرجة	

xiv. تقييم التعلم :Learning Assessment

نسبة الدرجة إلى الدرجة النهائية Proportion of Final Assessment	الدرجة Mark	أسبوع التقييم Week due	أنشطة التقييم Assessment Tasks	الرقم No.
20%	20	3,4,6,8,,10	الأنشطة والتكاليف	١
20%	20	8	اختبار تحريري نصفي	٢
60%	60	16	الامتحان النهائي	٣
100%	100		Total الإجمالي	

مصادر التعلم :Learning Resources : (

المراجع الرئيسية (Required Textbook(s): (لا تزيد عن مرجعين)

محمد صالح المؤذن،، "سلوك المستهلك" دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2016

المراجع المساعدة:

- محمد إبراهيم عبيدات،، (٢٠١٦)، "سلوك المستهلك مدخل إستراتيجي"، دار وائل للنشر، عمان.
- المنصور، كاسر نصر، (٢٠٠٦)، "سلوك المستهلك"، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.

المصادر الإلكترونية ومواقع الإنترنت... Electronic Materials and Web Sites etc.

xv. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر Course Policies

بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:



١	سياسة حضور الفعاليات التعليمية Class Attendance: - يلتزم الطالب بحضور ٧٥٪ من المحاضرات ويحرم في حال عدم الوفاء بذلك. - يقدم أستاذ المقرر تقريراً بحضور وغياب الطلاب للقسم ويحرم الطالب من دخول الامتحان في حال تجاوز الغياب ٢٥٪ ويتم اقرار الحرمان من مجلس القسم.
٢	الحضور المتأخر Tardy: - يسمح للطالب حضور المحاضرة إذا تأخر لمدة ربع ساعة لثلاث مرات في الفصل الدراسي، وإذا تأخر زيادة عن ثلاث مرات يحذر شفويًا من أستاذ المقرر، وعند عدم الالتزام يمنع من دخول المحاضرة.
٣	ضوابط الامتحان Exam Attendance/Punctuality: - لا يسمح للطالب بدخول الامتحان النهائي إذا تأخر مقدار (٢٠) دقيقة من بدء الامتحان - إذا تغيب الطالب عن الامتحان النهائي تطبق اللوائح الخاصة بنظام الامتحان في الكلية.
٤	التعيينات والمشاريع Assignments & Projects: - يحدد أستاذ المقرر نوع التعيينات في بداية الفصل ويحدد مواعيد تسليمها وضوابط تنفيذ التكاليف وتسليمها. - إذا تأخر الطالب في تسليم التكاليف عن الموعد المحدد يحرم من درجة التكاليف الذي تأخر في تسليمه.
٥	الغش Cheating: - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش في الامتحان النصفى أو النهائي تطبق عليه لائحة شئون الطلاب. - في حال ثبوت قيام الطالب بالغش أو النقل في التكاليف والمشاريع يحرم من الدرجة المخصصة للتكاليف.
6	الانتحال Plagiarism: - في حالة وجود شخص ينتحل شخصية طالب لأداء الامتحان نيابة عنه تطبق اللائحة الخاصة بذلك
7	سياسات أخرى Other policies: - أي سياسات أخرى مثل استخدام الموبايل أو مواعيد تسليم التكاليف الخ



جامعة صناعاء
كلية التجارة والاقتصاد
قسم إدارة الاعمال
برنامج التسويق

رئيس الجامعة
د/القاسم العباس

مركز التطوير الأكاديمي وضمان الجودة
د/هدى العماد

عميد الكلية
د/مشعل الريفي

نائب العميد لشئون الجودة
د/ناصر الطويل

رئيس القسم
د/فضل المحمودي