

# سلوك المستهلك

## 'مدخل الإعلان'



الدكتور  
كاسر نصر المنصور



# المحتويات

الصفحة	الموضوع
	مقدمة
17	الباب الأول
	مفاهيم أساسية في سلوك المستهلك
	الفصل الأول
	التسويق وسلوك المستهلك
23	1. مفهوم التسويق
24	2. خصائص التسويق
25	3. القدرة التسويقية
28	4. العرب والخصائص الحضارية للتسويق
31	5. الاتجاهات الحديثة في التسويق
32	6. أسئلة ومسائل
37	الفصل الثاني
	تجزئة السوق
39	1- مفهوم السوق
40	2- خصائص السوق
42	3- مفهوم تجزئة السوق وتنظيمه
43	4- تنظيم السوق
45	5- معايير تجزئة السوق وتنظيمه
48	6- أساليب تجزئة السوق
50	7- الإحلال السلعي
54	8- أسئلة ومسائل
56	

## الفصل الثالث

### مفهوم السلوك الإنساني

- 57
- 58 1- السلوك وخصائصه
- 60 2- مبادئ السلوك وآليته
- 61 3- آلية السلوك
- 64 4- أهمية دراسة سلوك المستهلك تسويقيا
- 67 5- بحوث سلوك المستهلك وتطور مفهومه
- 67 5-1- بحوث سلوك المستهلك
- 69 5-2- تطور علم سلوك المستهلك
- 70 6- علاقة سلوك المستهلك بالعلوم الأخرى
- 72 7- الاتجاهات الحديثة في سلوك المستهلك
- 74 8- أسئلة ومسائل

## الفصل الرابع

### عملية اتخاذ القرار الشرائي

- 75 1- ماهية عملية اتخاذ القرار الشرائي
- 76 2- عملية اتخاذ القرار الشرائي في مرحلة ما قبل الشراء
- 77 2-1- الشعور بالمشكلة الاستهلاكية
- 79 2-2- البحث عن المعلومات
- 80 2-3- تقييم البدائل المتاحة
- 82 2-4- اختيار المستهلك للبدائل الأفضل
- 87 3- عملية اتخاذ القرار الشرائي في مرحلة الشراء
- 87 4- عملية اتخاذ القرار الشرائي في مرحلة ما بعد الشراء
- 91 5- أساليب حل المشكلة الاستهلاكية



## الباب الثاني

### العوامل الذاتية وسلوك المستهلك

#### الفصل الخامس

##### حاجات المستهلك ودوافعه

- 95  
96  
97  
99  
101  
107  
112  
113  
116
- 1- مفهوم المستهلك
  - 2- خصائص المستهلك
  - 3- أساليب دراسة سلوك المستهلك
  - 4- حاجات المستهلك
  - 5- دوافع المستهلك
  - 6- أهداف المستهلك
  - 7- العلاقة بين الحاجات والدوافع والأهداف
  - 8- أسئلة ومسائل

#### الفصل السادس

##### الشخصية وسلوك المستهلك

- 117  
118  
119  
121  
125  
126  
126  
128
- 1- مفهوم الشخصية
  - 2- مراحل تطور الشخصية
  - 3- نظريات الشخصية
  - 4- خصائص الشخصية
  - 5- الأبعاد التسويقية للشخصية
  - 6- نماذج (أنماط) الشخصية
  - 7- أسئلة ومسائل

## الفصل السابع

### إدراك المستهلك

- 129
- 130 1- مفهوم الإدراك
- 132 2- أشكال الإدراك
- 134 3- عناصر الإدراك
- 138 4- العوامل المؤثرة على الإدراك الاختياري
- 141 5- العوامل المدمرة للإدراك
- 143 6- الجودة المدركة
- 144 7- النسق الإدراكي
- 147 8- قانون ويبر في الإدراك التسويقي
- 149 9- أسئلة ومسائل

## الفصل الثامن

### التعلم وسلوك المستهلك

- 151
- 152 1- مفهوم التعلم
- 153 2- المبادئ الأساسية للتعلم
- 154 3- نظريات التعلم السلوكية
- 160 4- نظرية التعلم الإدراكي الفعلي
- 162 5- أنماط التعلم التسويقي
- 163 6- هيكل الذاكرة
- 166 7- نظرية الارتباط
- 170 8- الاستراتيجيات الشرطية للتعزيز
- 171 9- استراتيجيات التدعيم الإيجابي
- 176 10- أسئلة ومسائل

## الباب الثالث

### العوامل الثقافية والاجتماعية وسلوك المستهلك

#### الفصل التاسع

##### الثقافة وسلوك المستهلك

- 179
- 180
- 181
- 183
- 184
- 187
- 190
- 194
- 1- مفهوم الثقافة
  - 2- خصائص الثقافة
  - 3- أنواع الثقافة
  - 4- عناصر الثقافة
  - 5- دور الثقافة في الاستراتيجية التسويقية
  - 5- أثر الثقافة على سلوك المستهلك
  - 6- أسئلة ومسائل

#### الفصل العاشر

##### الطبقة الاجتماعية وسلوك المستهلك

- 195
- 196
- 197
- 199
- 201
- 203
- 206
- 208
- 1- مفهوم الطبقة الاجتماعية
  - 2- الطبقة الاجتماعية وسلوك المستهلك
  - 3- أهمية تحديد الطبقة الاجتماعية
  - 4- الطبقة الاجتماعية والنمط الاستهلاكي
  - 5- طرائق قياس الطبقات الاجتماعية
  - 6- إعداد الاستراتيجية للطبقات الاجتماعية
  - 7- أسئلة ومسائل

#### الفصل الحادي عشر

##### الأسرة وسلوك المستهلك

- 209
- 210
- 211
- 1- مفهوم الأسرة
  - 2- وظائف الأسرة

- 214 3- اتخاذ القرار الشرائي في الأسرة  
216 4- دورة حياة الأسرة وسلوكها  
219 5- العوامل المؤثرة على القرارات الشرائية للأسرة  
220 6- أسئلة ومسائل

### الفصل الثاني عشر

#### الجماعات المرجعية وسلوك المستهلك

- 221  
222 1- مفهوم الجماعة المرجعية  
223 2- أنواع الجماعات  
225 3- خصائص الجماعة  
226 4- الجماعات المرجعية للمستهلك  
229 5- دور الجماعات المرجعية وتعلم المستهلك  
230 6- الإعلان والجماعات المرجعية  
233 7- أدوات تأثير الجماعة المرجعية على الفرد  
235 8- السلوك الاجتماعي التفاعلي  
238 9- قادة الرأي وسلوك المستهلك  
241 10- أسئلة ومسائل

### الباب الرابع

#### العوامل البيئية الفنية وسلوك المستهلك

### الفصل الثالث عشر

#### الاتصالات وسلوك المستهلك

- 245  
246 1. مفهوم الاتصال  
247 2. أنواع الاتصال  
248 3. عناصر الاتصال  
249 4. معوقات الاتصال



- 251 5. وسائل الاتصال
- 253 6. الاتصال الاقناعي وسلوك المستهلك
- 259 7- نظريات الاتصال وقادة الرأي
- 262 8- أسئلة ومساءل

#### الفصل الرابع عشر

- 265 الابتكارات السلعية وعملية تبني السلعة
- 265 1. طرح وتوغل المنتجات المبتكرة في الأسواق
- 269 2. عناصر أو عوامل نشر الابتكارات
- 272 3. محددات سرعة انتشار الابتكارات
- 273 4. عملية تبني السلع الجديدة
- 275 5. معدل التبني
- 277 6. أسئلة ومساءل

#### الفصل الخامس عشر

- 279 الموقف الشرائي وسلوك المستهلك
- 280 1- مفهوم الموقف.
- 281 2- المواقف والأوضاع.
- 283 3- نشوء المواقف ووظائفها
- 285 4- النماذج الهيكلية للمواقف
- 293 5- مواقف بشأن نموذج الإعلان
- 295 6- أسئلة ومساءل
- 297 الحالات والتطبيقات العملية
- 298 1- مارييل Marielle
- 302 2- شوكولاته ويتمانس
- 305 3- سلطة كهرباء عمان
- 308 4- مطعم الحديقة
- 314 المراجع