



"الريادة والأبداع في الأعمال"
Entrepreneurship and
Innovation in Business

جامعة الزيتونة الأردنية
Al-Zaytoonah University of Jordan
كلية الأعمال
Faculty of Business



"عراقة وجودة"
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

الكلية	الاعمال	القسم	التسويق
اسم المادة الدراسية	سلوك المستهلك	رقم المادة	0504312
الساعات المعتمدة	3	المتطلب السابق/المتزامن للمادة	إدارة التسويق

الوصف المختصر للمادة:

يتضمن هذا المساق المفاهيم الأساسية لسلوك المستهلك، أهم النماذج الاقتصادية والسلوكية التي درست هذا السلوك، النماذج الحديثة في سلوك المستهلك، العوامل الداخلية (النفسية) والخارجية المؤثرة على سلوك المستهلك، مراحل اتخاذ قرار الشراء، سلوك المستهلك كنظام متفاعل متكامل، الجماعات المرجعية وأثرها على سلوك المستهلك، أثر عناصر المزيج التسويقي على سلوك المستهلك، التجزئة القطاعية لسلوك المستهلكين.

أهداف ومخرجات التعلم للمادة الدراسية	
الهدف الاول	معرفة سلوك المستهلك واهميتها لمنظمات الاعمال.
مخرجات التعلم للهدف الاول	1.1 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة. 2.1 اكساب الطالب قدرات ومهارات العمل الجماعي 3.1 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في مختلف وظائف التسويق بكفاءة.
الهدف الثاني	التعرف على المضامين الاستراتيجية لسلوك المستهلك.
مخرجات التعلم للهدف الثاني	1.2 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق مهارات التفكير الناقد وحل المشكلات باستخدام تقنيات التحليل الكمي و/ أو النوعي 2.2 تمكين الطالب من معرفة وفهم مبادئ وقيم المسؤوليات الأخلاقية، والتنظيمية والاجتماعية للتسويق.
الهدف الثالث	التعرف على علاقة سلوك المستهلك بالعلوم الادارية.
مخرجات التعلم للهدف الثالث	1.3 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة. 2.3 ان يكون للطالب القدرة على تطبيق المعارف والمهارات في مختلف وظائف التسويق بكفاءة.
الهدف الرابع	فهم دور العوامل النفسية واثرها على سلوك المستهلك.
	1.4 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة. 2.4 تمكين الطالب من معرفة وفهم مبادئ وقيم المسؤوليات الأخلاقية، والتنظيمية والاجتماعية للتسويق.
الهدف الخامس	فهم دور العوامل الاجتماعية واثرها على سلوك المستهلك.
	1.5 ان يكون للطالب القدرة على امتلاك المعرفة والفهم في مجالات التسويق المختلفة. 2.5 تمكين الطالب من معرفة وفهم مبادئ وقيم المسؤوليات الأخلاقية، والتنظيمية والاجتماعية للتسويق.
الكتاب المعتمد:	1- محمد ابراهيم عبيدات (2012) سلوك المستهلك- مدخل استراتيجي. الطبعة السابعة. دار وائل للنشر والتوزيع (مقيم علميا).



"الريادة والأبداع في الأعمال"
Entrepreneurship and
Innovation in Business

جامعة الزيتونة الأردنية
Al-Zaytoonah University of Jordan
كلية الأعمال
Faculty of Business



"عراقة وجودة"
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

Leon G. Schiffman and Joseph L. Wisenblit (2014) Consumer behavior, 11th ed., Pearson.	المراجع العلمية:
--	------------------

التوزيع الزمني				
الاسبوع	عدد الساعات	الموضوعات	الصفحات في الكتاب المعتمد	ملاحظات
01	3	مقدمة في سلوك المستهلك: - تعريف سلوك المستهلك - أنواع المستهلكين - فوائد دراسة سلوك المستهلك - علاقة سلوك المستهلك بالعلوم الأخرى - المضامين الاستراتيجية لدراسات سلوك المستهلك	11-31 عبيدات	
02	3	حاجات ودوافع المستهلك: - تعريف الدوافع والأهداف. - الحاجات. - اختيار الأهداف.	101-107 عبيدات	
03	3	- اختيار الأهداف. - العقلانية والعاطفية. - طبيعة الدوافع الديناميكية. - أنظمة الحاجات وأنواعها	107-141 عبيدات	
04	3	التعلم وسلوك المستهلك: - المبادئ الأساسية للتعلم. - نظريات التعلم السلوكية.	145-166 عبيدات	
05	3	- استقبال المعلومات وعمليات الذاكرة.	166-187 عبيدات	
06	3	الإدراك الحسي وسلوك المستهلك: - تعريف الإدراك. - الإدراك اللاشعوري. - أنواع المدخلات الحسية. - عناصر الإدراك الحسي.	189-229 عبيدات	
07	3	- الجودة المدركة. - الخطر المدرك وأنواع المخاطر	230-254 عبيدات	
08	3	الشخصية وسلوك المستهلك: - تعريف الشخصية وخصائصها. 1- نظريات الشخصية. 2- المضامين التسويقية لخصائص الشخصية.	255-280 عبيدات	
09	3	الاتجاهات وسلوك المستهلك: - تعريف الاتجاهات - موضوع الاتجاهات - خصائص الاتجاهات - العوامل المؤثرة في تشكيل الاتجاهات. - استراتيجيات تعديل وتغيير الاتجاهات.	283-330 عبيدات	
10	3	الاتصالات وسلوك المستهلك: - عناصر الاتصال. - أنواع الاتصال.	331-376 عبيدات	



"الريادة والأبداع في الأعمال"
Entrepreneurship and
Innovation in Business

جامعة الزيتونة الأردنية
Al-Zaytoonah University of Jordan
كلية الأعمال
Faculty of Business



"عراقة وجودة"
"Tradition and Quality"

الوصف التفصيلي للمواد الدراسية – إجراءات إعداد الخطة الدراسية وتحديثها/ قسم التسويق	QF05/0408-3.0
---	---------------

418-377 عبيدات	الأسرة وسلوك المستهلك: - ما هي الأسرة وأنواعها - وظائف الأسرة - اتخاذ القرار الشرائي في الأسرة	3	11
445-419 عبيدات	الجماعات المرجعية وسلوك المستهلك - تعريف الجماعة المرجعية وأنواعها - الجماعات المرجعية وسلوك المستهلك	3	12
481-447 عبيدات	الطبقة الاجتماعية وسلوك المستهلك: - تعريف الطبقة الاجتماعية - التصنيف الطبقي الاجتماعي - خصائص الطبقات الاجتماعية	3	13
510-483 عبيدات	الثقافات الأصلية والفرعية لسلوك المستهلك: - تعريف الثقافة وخصائصها - اكتساب وتعلم الثقافة - الثقافات الفرعية	3	14
538-511 عبيدات	قادة الرأي وسلوك المستهلك	3	15
576-539 عبيدات	نشر الابتكارات السلعية وسلوك المستهلك	3	16

طريقة التقييم للمواد النظرية	المشاركة = 10% الامتحان الأول = 20% الامتحان الثاني = 20% الامتحان النهائي = 50%	طريقة التقييم للمواد العملية	اعمال الفصل = 50% (تقارير، أبحاث، امتحانات يومية) الامتحان النهائي = 50%
------------------------------	---	------------------------------	--

اعتمدت من قبل رئيس القسم	د. نافر نمر علي	تاريخ الاعتماد	
--------------------------	-----------------	----------------	--

معلومات إضافية: (يتم تحديثها في كل فصل دراسي وتعباً من قبل مدرس المادة)

مدرس المادة	أ.د. محمود الصميدعي	رقم المكتب	134
الهاتف الداخلي	108	البريد الإلكتروني	Mahmood_jasim2000@yahoo.com
الساعات المكتبية	ح 12:00-11:00		