**كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير**

**قسم العلوم التجارية- تخصص تسويق – السنة الثالثة-**

**نموذج مصحح لامتحان في مقياس سلوك المستهلك 2019\_2020**

**أولا:حدد الفرق بين الأتي: 4ن**

1**أولا:حدد الفرق بين الأتي:**

1**\_الدوافع والحوافز لدى المستهلك**:الحوافز تخلق الدوافع، فالحواافز وهي المزايا في البيئة االخارجية مثل التخفيضات والهدايا تؤدي إلى خلق شعور بالرغية والقوة في البيئة الداخلية للمستهلك والتي تدفعه للشراء.1

2**\_التعلم الوسائلي والتعلم لكلاسيكي لدى المستهك**: ردود الفعل في التعلم الوسائلي تكون مدروسة وإرادية على عكس التعلم الكلاسيكي .1

3**- المستهلك النهائي والمستهلك الوسيط**.: المستهلك النهائي يشترى بهدف الاستهلاك أي القضاء نهائيا أو جزئيا على المنتوج أما المستهلك الوسيط فيشترى بهدف اعادة البيع1

4**-الذاكرة. الضمنية والذاكرة الواضحة**: تحتفظ الذاكرة الضمنية بكلمات، علامات تجارية، صور بطريقة غير إرادية (في الشارع مثلا )أما الذاكرة الواضحة فالمستهلك واعي عند تسجيل المعلومة وهي مرتبطة بذكرى إرادية أو حدث ما.1

**ثانيا: أجب باختصار على الاسئلة التالية**

**1\_ ما هي الخطوات التي يركز عليها نموذج (انجل وكلات س\_بلاك ويل)كنموذج مفسر لسلوك المستهلك؟** الخطوات هي التعرف على المشكل أو تمييز المشكلة، التقييم والاختيار، النتائج. **2ن**

2\_ **هل المشتري في جميع الحالات يعتبر مستهلك؟ ولماذا؟ لا،لأن المستهلك قد يؤدي دورا من الأدوار التالية للشراء:** متخذوا القرار الشرائي: مثل: الطفل هو الذي يحدد لوالديه اللعبة التي يشترونها له،هنا الطفل مستهلك ليس مشترى.

-القائمون بالشراء: من يقومون بالشراء ليسوا بالضرورة متخذوا القرار نفسه فمثلا عند شراء ملابس تكون الزوجة هي متخذة القرار لكن الزوج هو الذي يقوم بعملية الشراء**.2ن**

-مستعملو السلعة (المستهلكون):الأشخاص الذين يستعملون السلعة المشتراة مثل: الشخص الذي يتسلم هدية.

**3- كيف يؤثر قادة الرأي على السلوك الشرائي 3ن**.

يمثل قادة الرأي أفرادا ذو ميزات خاصة في المجتمع، ويتمتعون بقدرة فائقة للتأثير في الآخرين، بحيث يحتلون مكانة خاصة في ذهن المستهلك، وفي كثير من الأحيان يعتبرون مثله الأعلى لذا يسعى لتقليدهم في عاداتهم الشرائية**1ن**

**قد يستند رجال التسويق على قادة الرأي لإجراء إعلانات خاصة بمنتجاتهم، وهذه الإعلانات ستدفع المستهلكين حتما لاقتناء المنتج، فعندما يقوم فنان أو رياضي مشهور باقتناء أو استخدام منتج معين، سيقوم المعجبون به باقتناء نفس المنتج، ولكن ليس استنادا على نوعيته وجودته، وإنما تأثرا بذلك الشخص الذي يعتبره رجال التسويق قائد رأي، لذا يخصونه بدراسات خاصة، بغرض معرفته والتحكم في كيفية تأثيره على المستهلكين1ن**

إذا استطاع رجل التسويق تحديد من هم قادة الرأي في جمهوره المستهدف فهذا سيسهل له تسويق منتجه في السوق. **1ن**

**4\_ كيف يؤثر الادراك على القرار الشرائي 3ن**

الإدراك هو الترجمة التي تعطي للمؤثرات التي تستقبل عن طريق الحواس الخمسة، يقوم الفرد بالاختيار بين الرموز التي لها طابع تفسيري، فيختار المهمة ويلغي قليلة الأهمية. **1ن**

**ويتضمن اتخاذ القرار الشرائي ثلاثة عمليات ادراكية هي: تفسير المستهلك للمعلومات المرتبطة بالبيئة من اجل خلق معانــي شخصية.دمج المستهلك للمعلومات لتقييم المنتجات أو التصرفات المحتملــة للاختيار.يجب على المستهلك أن يستدعي المعلومات عن المنتجات من الذاكرة ويستخدمها لأحداث التكامل والتفسير**. **1ن**

ان الإستراتيجية الخاصة بإقامة عرض للتذوق مثلا تمد المستهلك بقدر كبير من المعلومات، وإذا أثرت هذه المعلومات على قرارات المستهلك الشرائية فسوف تستخدم عن طريق الإطار الادراكي.**1ن**

**5\_تعد مرحلة ما قبل الشراء من أهم مراحل القرار الشرائي لدى المستهلك قدم موجزا لهذه المرحلة 3ن**

**يقدم الطالب شرح مبسط لكل من المراحل التالية وكيف تتم:**

* **مرحلة الشعور بالحاجة والرغبة،،،،،،،،،1ن**
* **مرحلة البحث عن المعلومات،،،،،،،،،،،،1ن**
* **مرحلة تقييم البدائل ،،،،،،،،،،،1ن**

**6\_ اشرح عبارة واحدة من بين العبارتين االتاليتين: 3ن**

**1\_دراسة سلوك المستهلك له أهمية في تطوير وتحسين السلع والخدمات الجديدة**

**2\_ من أهداف التسويق المباشر ضمان البيع المتكرر للمنتج لنفس المستهلك**

**الشرح يعتمد عى منهجية**

**تمهيد:** تعريف أو مدخل عام للموضوع **1ن**

**الشرح:** يرتكز على الفكرة الرئيسية وهي العلاقة بين المتغيرين أو استخدام مثال لشرح العلاقة والأثر**1ن**

**خلاصة:** نتيجة أو استنتاج..**1ن**

**بالتوفيق والنجاح**