



مدونة المناهج السعودية

<https://eduschool40.blog>

الموقع التعليمي لجميع المراحل الدراسية

في المملكة العربية السعودية

(1)

1) استراتيجيات التفاعل مع السوق ← 102 شرح :

يستخدم مسؤول التسويق نوعين من الاستراتيجيات عند تفاعلهم مع الأسواق المستهدفة :

1) استراتيجية توحيد السوق / السوق الكلي : وهي تعني استهداف كامل السوق بالمنتجات باعتبارها وحدة واحدة ، وتتميز هذا السوق بأن جميع المستهلكين تقريباً يتشابهون في رغباتهم وعيائهم وخصائصهم الزاوية ويتضمن بالعودة على ذلك الموارد الفئات

2) استراتيجية تجزئة السوق : وهي تعني تقسيم السوق إلى قطاعات من المثمين المختلفين على أساس التشابه والاختلاف بينهم ولها خصائص إما استهداف قطاع واحد فقط أو عدة قطاعات وذلك يعتمد على إمكانيات الشركة

(2) (3)

والتي هي 104 و 105 حسب التي تيجس أكتي التغطية تبعثها إيماناً في كل مرة تستقضي كل وحدة مع صالها

(٧)

ص ١٣١

مراحل عملية اتخاذ المستهلك لقرار الشراء : شرح :

تتضمن عملية اتخاذ قرار الشراء لدى المستهلك عدة مراحل ، وهي :

١) إدراك الحاجة ، أي احساس المستهلك بحاجته إلى سلعة معينة لا يتسارع هذه الحاجة .

٢) البحث وجمع المعلومات عن المنتجات التي قد تفي بهذه الحاجة ، وذلك عن طريق المصادر الشخصية كالأصدقاء ، مصادر تجارية الاعلانية ومصادر عامة ومصادر الإعلان .

٣) تقييم البدائل يكون عن طريق ترتيب المعلومات التي يتم مواجهتها مع وضع أساس للاختيار فيما بينها من تحديد البدائل المتاحة وأخيراً المقارنة بينها .

٤) اتخاذ قرار الشراء يكون عن طريق اختيار البديل الأفضل الذي يحقق أقصى درجة ارضاع لدى المستهلك .

٥) سلوك ما بعد الشراء ، يمكن أن يشعر المستهلك بالرضا إذا كان المنتج كما الأراء المتوقع ، والعكس صحيح .

(5)

136

العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك

الشرح: تتكون العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك من 4 عوامل رئيسية وهي:

1/ العوامل الثقافية، وتشمل [الثقافة الفرعية والثقافة الاجتماعية والطبقة الاجتماعية]

* كتابة تعريف كل وحدة فيهم ✓

2/ العوامل الاجتماعية، وتشمل في الجماعات المرجعية وهي مجموعة الأشخاص الذين يؤثرون بشكل مباشر أو غير مباشر في مواقف الشخص أو قيمه. وتنقسم إلى أولية وثانوية.

+ العائلة - يؤثرون بشكل مباشر على سلوك الفرد منهم في الشراء.
+ الأصدقاء والمكانة الاجتماعية - يتم تفضيل بعض المنتجات عن غيرها لدى الأشخاص بحسب دورهم في المجتمع ومكانتهم (ممكن تكتبوا تعريف الدور والمكانة أولاً) ✓

3/ العوامل الشخصية وتشمل في دورة الحياة ومراحل العمر، فكل مرحلة عمرية لها متطلبات مختلفة عن الأخرى ودورة الحياة تختلف مثلاً احتياجات العازب غير المتزوج وهكذا.

+ الوظيفة - كل وظيفة توجب صاحبها لسلوك شرائي معين بحسب ما يباين بها.

+ الوضع الاقتصادي - يقصد فيه الدخل القابل للإنفاق وبحسبه تتغير السلوكيات الشرائية.

+ نمط الحياة - أسلوب العيش الخاص بالشخص والذي يحدد من خلال نشاطاته واهتماماته، فكل أسلوب متطلباته مختلفة عن الآخر.

(5)

+ الشخصية وفهم الذات = اختلاف الشخصيات ونظرة كل شخص لنفسه يؤثر بشكل كبير على السلوك الفردي للمسلك (يمكن كتابته بتعريف الشخصية كان)

٤/ العوامل النفسية = وتشمل العواطف وهي ما يحرك الشخص للقيام بسلوك معين فلا يتبع حاجة أو رغبة ، وتنقسم إلى دوافع عاطفية مبدئية ، وأهم نظريات علم النفس حول الدوافع نظرية هرم ماسلو + الإدراك = يؤدي دوراً رئيسياً في عملية اتخاذ القرار لتحديد البدائل المتاحة عند طريق الاختيار وتنظيم المعلومات ، ومن أنواعه الإدراك الاختياري والتسوية الاختياري والتذكر الاختياري .

+ الاستيعاب والتعلم = وبنفي التغيرات التي تحدث للشخص نتيجة لاكتساب خبرة جديدة وينعكس ذلك على سلوكه ، ومن أهم النظريات الخاصة بالتعلم نظرية الموشور والاستجابة .

+ المعتقدات والمواقف = تعريف كل وحدة فقط . والمواقف

(6)

١٤٣
٦) هرم ماسلو

يمثل أهم النظريات حول الدوافع + تعريف الدافع وأنواعه مع تقاريفها .

(7)

١٤٥
٧) نظرية الاستجابة للمثارة

من أهم نظريات التعلم هي نظرية الموشور والاستجابة التي تحتوي على عناصر رئيسية ، وهي ١/ حاجات عضوية غير مشبعة تتطلب الاستجابة (قوة دافعة داخلية) .

٢/ مؤشر خارجي يدفع للاستجابة

٣/ الاستجابة وهي ما يقوم به الفرد كردة فعل للمؤثرات

٤/ تعزيز الاستجابة لو كانت ايجابية بالتكرار ويعمل مبدأ تعزيزه أو عدم تكرار السلوك في حالة التعزيز السالب

(8) مستويات مفهوم المنتج ص 178 الشرح :

(8)

كله واضح بالكتاب ما بس تعريف كل مستوى وأصله عليه

(9) دورة حياة المنتج ص 194 الشرح : يمر المنتج ب 5 مراحل ضمن دورة حياته ، وهي :

1 / مرحلة توليد الفكرة من أصعب المراحل + تكون الإيرادات صفر والتكاليف مرتفعة أي خسارة.

2 / مرحلة تقييم السلعة في السوق من أي طرح السلعة في السوق ولا يكون لدى المستهلكين فكرة عنها ، والمهمة الرئيسية للمنظمة هنا هي إيجاد سوق عن طريق جذب عدد كبير من المستهلكين ، ~~وهي أكثر مراحل دورة حياة~~ (ممكن تضيفوا نقطة أو اثنين من خصائصها المرحلة).

3 / مرحلة النمو يجب أن يكون البائع متميز عن المنافسين لأنه دخول المنافسين سيؤدي لطلب مساوي للمعرفنا و يبدأ السعر بالانخفاض وتكون رهورة تدريجية.

أم
تكتبا من الخصائص لأنها أوضح ✓

4 / مرحلة النضج من أطول مراحل حياة السلعة وأهم المراحل بالنسبة للتوزيع التوقيفي من وتتميز بزيادة الانتاج ووجود فائدها ، تعامل الشركة بتطوير السلعة لكي لا تنحصر الخ

5 / الاختيار من نفس الفكرة من الخصائص ✓

١٥

١٤ وظائف التغليف 2١2

الشرح: يجب أن يؤدي التغليف عدة وظائف ليكون فوفاة
فعلية للمنتج، وهي:

١/ الحفظ، أي يكون حجمه والمواد المستخدمة فيه قادرة
على حفظ المنتج من التلف.

٢/ سهولة الانتظام، بأن يكون سهل الفتح والإغلاق.

٣/ الأمان، أن لا يكون مصنوع من مواد صلبة أو يمكن
أنه يتفاعل مع المنتج بأي طريقة + لا يحتوي على
يمكن أن تسبب جروح مثلاً.

٤/ سهولة النقل.

٥/ ملائمة للمكان، بالنسبة للحجم والمواد المستخدمة.

٦/ الحماية، يحمي المنتج من التلف بأنواعه.

٧/ تحديد هوية المنتج، أن تكون معلومات المنتج الأمامية

مثل اسمه، استضافته، والمواد المصنوع منها وتاريخ الانتهاء وشكله
مع منتج على الفلافو.

٨/ قيمة ترويجية، صورة جذابة، ألوان واضحة،

عدها ترويجية مع الف.