



2026/05/16. الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الثاني الدورة العادية في مقياس علم النفس الإقتصادي

**التمرين الأول: (06 نقاط)**

- المقارنة بين المفهوم الكلاسيكي و المفهوم الحديث للتسويق .

المفهوم الكلاسيكي	المفهوم الحديث
الاهتمام بالمنتج والبيع	الاهتمام برضا المستهلك
التركيز على السلع والخدمات	التركيز على حاجات المستهلكين
إستقطاب مستهلكين جدد	الحفاظ على المستهلكين وكسب الولاء
الإعتماد على المنتجات النمطية	الإعتماد على المنتجات المخصصة

**التمرين الثاني: (07 نقاط)**

الطالب ملزم بإختيار سلعة أو خدمة ثم يبرز مراحل إتخاذ الشرائي التالية :

- 1- التعرف على المشكلة أو الشعور بالحاجة
- 2- جمع المعلومات
- 3- تقييم البدائل المتاحة
- 4- مرحلة إختيار البديل الأمثل
- 5- مرحلة القيام بالشراء الفعلي
- 6- مرحلة التقييم بعد عملية الشراء

**التمرين الثالث: (07 نقاط)**

إبراز مزايا ومساوي التسويق الإلكتروني بالنسبة للمؤسسة و الزبون :  
- \*المزايا بالنسبة للمؤسسة :

- توفير التكلفة مما ينعكس ذلك على سعر المنتج .
- القابلية على تطوير العلاقات مع الزبائن.
- عدم وجود حاجة إلى الوسطاء أو الوكلاء.
- المبيعات الإضافية من خلال إستخدام الأنترنت كقناة ترويجية.

- \*المساوي بالنسبة للمؤسسة :

- قد تتدهور خدمة الزبون بدون الإتصال بين شخص إلى شخص آخر.
- قد تكون إدارة موقع الشبكة مكلف بسبب التحديثات المتكررة .

- عدم وجود سرية في التعامل فقد يتم كسر و دخول لمعلومات المؤسسات من قبل هكر الأنترنت.

**-\*المزايا بالنسبة للزبون :**

-أسعار مخفضة بسبب إنخفاض التكاليف .

-سهولة الشراء و مراقبة التسليم و خاصة بالنسبة لزبائن المؤسسة الذين يقدمون طلبات متكررة.

-توفير المعلومات الحديثة عن المنتجات ودعم الزبائن بالخدمات.

-الإستجابة حسب الطلب و وفقا لإحتياجات زبائن رئيسيين .

-سهولة الحصول على معلومات عن أي سلعة و ميزاتها بسبب الإنتشار القوي للأنترنت .

**-\*المساوئ بالنسبة للزبون :**

-الخوف من إستخدام التكنولوجيا .

-مخاوف الأمن ، إذ يعتبر هذا العامل رئيسي.

-الإهتمامات و المصالح الراسخة لدى الزبائن المجهزين التي تجعل من الصعوبة تحولهم و تفاعلهم مع الوسائل الجديدة .

-محدودية إنتشار الأنترنت في بعض المناطق أو الدول .

إسم ولقب الأستاذ أو الأساتذة

بالتوقيع