جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي–
كلية العلم الاجتماعية والانسانية
قسم العلوم الاجتماعية

السنة الجامعية: 2025 – 2026
المستوى: الثالثة علم النفس
التخصص: عمل وتنظيم
المدة: ساعة ونصف

يوم: 2026/05/12

الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الثاني الدورة العادية في علم النفس التسويقي

الجواب الاول: (6 نقاط)

1_ الدافعية الشرائية: هي مجموعة الحاجات والرغبات التي تدفع المستهلك الى شراء منتج او خدمة معينة.

مثال: شراء هاتف ايفون بسبب الرغبة في التميز.(1ن)

2_ السلوك الاستهلاكي: هو جميع التصرفات والقرارات التي يقوم بها الفرد عند اختيار وشراء واستعمال المنتجات.

مثال: مقارنة الاسعار والجودة قبل شراء الملابس. (1ن)

3_ الاشهار: هو وسيلة اتصال تهدف الى التعريف بمنتج او خدمة والتأثير على المستهلك قصد الشراء.

مثال: اعلان تلفزيوني لمسحوق غسيل. (1ن)

4_ العلامة التجارية: هي اسم او رمز او شكل يميز مؤسسة (منتجاتها) عن المؤسسات الاخرى.

مثال: علامة puma للأحذية الرياضية. (1ن)

5_ التسويق العصبي: هو استخدام معارف علم النفس والاعصاب لفهم استجابات المستهلك تجاه المنتجات والاعلانات.

مثال: تأثير الالوان على قرارات الشراء. (1ن)

6_ الدعاية السوداء: هي دعاية تعتمد على معلومات كاذبة او مضللة لتشويه صورة المنافس او التأثير على الجمهور.

مثال: نشر اشاعات خاطئة حول منتج منافس. (1ن)

الجواب الثاني:(6 نقاط)

وجه المقارنة	الاشهار	الدعاية
الهدف	**تجاري (الربح)**	**قد يكون سياسي, اجتماعي**
الصدق	**غالبا صريح وواضح**	**قد يكون صادق او مضلل**
المصدر	**معروف ومعلن**	**قد يكون واضح او مخفي**
الوسيلة	**مدفوعة دائما**	**قد تكون مدفوعة او غير مدفوعة**
المجال	**اقتصادي، تجاري**	**اوسع(سياسي، ديني، اجتماعي..)**

الجواب الثالث: (8 نقاط)

1_ نوع الاستمالات النفسية المستخدمة: (2ن)

_ الاستمالة العاطفية من خلال الموسيقي والالوان.

_ الاستمالة الاجتماعية بالاستعانة بالمؤثرين.

_ الاستمالة الاقتصادية من خلال التخفيضات.

2 تأثير الالوان والموسيقي نفسيا: (2ن)

_ الالوان الجذابة تلفت الانتباه وتثير الحماس والرغبة في الشراء.

_ الموسيقي الحماسية تؤثر على المزاج وتخلق مشاعر ايجابية مرتبطة بالمنتج.

3_ دور المؤثرين في تغيير السلوك الشرائي (2ن)

_ المؤثرون يزيدون ثقة المستهلك بالمنتج لان الشباب يميلون الى تقليد الافراد المشهورين، مما يدفعهم الى تجربة المنتج وشرائه.

4_ هل التخفيضات عامل نفسي:(2ن)

نعم لان التخفيضات تجعل المستهلك يشعر بانه يحقق ربحا او فرصة محدودة، مما يدفعه لاتخاذ قرار الشراء بسرعة

الاستاذة شيباني