

الدعاية والإعلان واثرهما على سلوك المستهلك 2



تم تحميل هذا الملف من موقع المناهج السعودية

موقع المناهج ← المناهج السعودية ← الصف السادس ← تربية أسرية ← الفصل الثاني ← ملفات متنوعة ← الملف

تاريخ إضافة الملف على موقع المناهج: 2026-04-25 16:55:18

ملفات اكتب للمعلم اكتب للطالب الاختبارات الكترونية الاختبارات ا حلول ا عروض بوربوينت ا أوراق عمل منهج انجليزي ا ملخصات وتقارير ا مذكرات وبنوك الامتحان النهائي للمدرس

المزيد من مادة
تربية أسرية:

إعداد: ملتقى أحلام الحازمي الإبداعي

التواصل الاجتماعي بحسب الصف السادس



صفحة المناهج
السعودية على
فيسبوك

الرياضيات

اللغة الانجليزية

اللغة العربية

التربية الاسلامية

المواد على تلغرام

المزيد من الملفات بحسب الصف السادس والمادة تربية أسرية في الفصل الثاني

الدعاية والإعلان واثرهما على سلوك المستهلك

1

ورقة عمل درس إعادة استخدام المستهلكات

2

اختبار مهارات حياتية وأسرية للفصل الثالث 1446هـ

3

اختبارات منتصف الفصل محلولة مهارات حياتية وأسرية

4

كتاب الطالب المهارات الحياتية والأسرية طبعة العام 1446هـ

5



ملتقى اصحاب الامم المتحدة



نعود بحذر

كُلُّنا
مسؤول

ملتقى الأصمحة لرابي الوداعي

إرفع يديك قبل
أن تتحدث

إصغ جيدا
للدرس

إحرص على
الجلوس في مكانك

إلتزم بلبس
الكمام

حافظ على نظافة الفصل

لاتشارك ادواتك
المنرسية والشخصية
مع زملائك

مراجعة ما

تم

دراسته

سابقاً

1- عرفني الإعلان
.. لمستهك

2- عددي أنواع
الاعلانات

3- أساليب تأثير الإعلانات على
المستهك

ماتحتق ااصلام الى اري الوراخي



مع كثرة المنتجات وتعدد شركاتها وجب علينا التعرف على الاختيار الأمثل للمنتج.

..وكيف نستطيع ان نواجه ثورة التطورات والإنتاجية من خلال معرفة إيجابيات وسلبيات الإعلانات

وهذا ما سوف نكمل به درسنا السابق

تابع الدعاية والاعلان واثرهما على سلوك المستهلك



الخبرات
السابقة

ماذا تعرفين عن طرق مواجهة الاعلان؟

ملتقى اهل اسلام الى ابي الورداني

طالبتي المبدعة من خلال استراتيجيات التصفح

حفظها في حقيقتنا المتوخاة أما بعد

كمامة طارق البلوشي حفصة

واستخرجي أهدافنا لهذا اليوم

مويلا انسر فادها جريختساو

1. أن يذكر الطالب مفهوم الإعلان و المستهلك
2. ان يبدي الطالب راية في المنتجات التي امامه
3. أن يستنتج الطالب أساليب تأثير الإعلانات.
4. أن يربط الطالب بين الميزانية والاستجابة لتأثير الدعاية والإعلان.
5. أن يصنف الطالب الإيجابيات والسلبيات للإعلانات

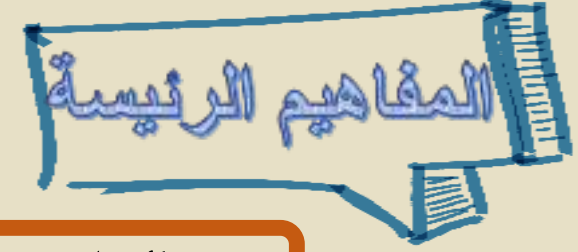
الأهداف التعليمية
ومخرجات التعلم

الكفاية
للدروس

وعى التلميذة بالآثار الإيجابية والسلبية للدعاية والإعلان.

ملتقى الأهلوم الثاني الورداني

الكتاب	39
الاستراتيجية	البحث



المستهلك

هو كل شخص تقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص.

الإعلان

هو أحد استراتيجيات التسويق، والتي تعتمد على محاولة التأثير على فئة معينة من الناس، وذلك عن طريق التواصل مع تلك الفئة برسائل محددة تؤثر على سلوكهم من أجل إقناعهم باتخاذ قرار معين، مثل قرار شراء منتج جديد

الكتاب	45
الاستراتيجية	الحوار و المناقشة

إعلان غير حقيقي يهدف لشد الانتباه لهذا الشامبو و بيعه فقط

إعلان تجاري الهدف منه زيادة الإقبال على شراء البضائع

إعلان محظور شرعاً لأن فيه شرط الشراء للدخول في السحب

أمامك مجموعة إعلانات مختلفة, بيّني ما رأيك فيها؟

ما رأيك في الإعلان التالي؟
استعمالك لهذا النوع من الشامبو يجعل شعرك ناعماً و براقاً



ما رأيك في الإعلان التالي؟ عند شرائك بقيمة 200 ريال تحصلين على هدبة بقيمة 50 ريال



ما رأيك في الإعلان التالي؟ تسوق من منتجاتنا لتدخل في السحب النهائي على أجهزة كهربائية



الكتاب	46
الاستراتيجي ة	مفتاح المساعدة

كيف يواجه المستهلك تأثير الدعاية و الإعلان عليه؟

الحقية

1

التأكد من حقيقة الإعلان و مدى صلاحيته قبل قرار الشراء

ة

2

التمييز بين الإعلانات العاطفية و الإعلانات الحقيقية

العاطفة

ة

3

مقارنة المستهلك بين سعر ما يعلن عنه و ميزانيته قبل الإقدام على الشراء

الميزاني

ة

4

البعد عن الإعلانات التي تحوي محظورا شرعيا كشرط الشراء للحصول على جائزة أو الدخول في السحب

المحظور
الشرعي

ملتقى أهل العلوم الشرعية للدراسي

الكتاب	47
الاستراتيجية	التمييز

إيجابيات الإعلانات وسلبياتها:

ميّز إيجابيات الإعلانات وسلبياتها فيما يأتي بوضع حرف (ج) أمام الإيجابي، وحرف (س) أمام السلب:

- ١ التعريف بالسلع والمنتجات الجديدة. **ج**
- ٢ العديد من السلع والمنتجات الغذائية المعلنة لا تتوفر بها المكونات أو العناصر الغذائية المضيدة. **س**
- ٣ بعض الإعلانات تشجّع على شراء المنتج المحلي الوطني، وتدعو لتوفير الاستهلاك وترشيد. **ج**
- ٤ التعويد على التبذخ والإسراف وشراء سلع لا حاجة لها. **س**
- ٥ بعض الإعلانات تتضمن قيمًا أو عادات أو مؤثرات صوقية أو مناظر وسلوكيات غير لائقة أخلاقياً. **س**
- ٦ بعض الإعلانات لا تتوفر فيها المصداقية وتعتمد على خداع البصر فلا يمكن التأكد من مصداقية المنتج أو اكتشاف رداءته إلا بعد شرائه. **س**

ملتقى العلوم الإسلامي الوداعي

الكتاب	47
الاستراتيجية	العصف الذهني

أضيفي إيجابيات و سلبيات لما سبق؟

إيجابيات : استغلال أوقات التخفيضات في شراء ما نحتاجه

سلبيات : شراء منتجات طبية بدون استشارة الطبيب

الكتاب	48
التصنيف	الاستراتيجي ة

حددي الإعلان التجاري فيما أت



أ. تعلنُ محلاتُ ملابسِ الأطفالِ عنِ تصفيةٍ شاملةٍ بمناسبةِ موسمِ الشتاءِ.

اهللاوا

ب. يعلنُ محلُّ الأواني المنزليَّةِ عنِ تخفيضاتٍ هائلةٍ في موسمِ الإجازةِ الصيفيةِ.

اهللاوا

ج. يعلنُ مركزُ التدريبِ والتطويرِ عنِ إقامةِ دورةٍ بعنوانِ (مَشروعِ التجاريِ) وذلكَ يوميَّ الثلاثاءِ والأربعاءِ ٥-٦ ابتداءً من الساعةِ ٤ عصرًا حتَّى الساعةِ ٨ مساءً بالفندقِ.

اهللاوا

معاوواة

ملتقى اصلاوم الازمي الوداعي



الدَّعَايَةُ وَالْإِعْلَانُ وَأَثَرُهُمَا عَلَى سُلُوكِ الْمُسْتَهْلِكِ

الرَّيْبُ بِالذِّينِ

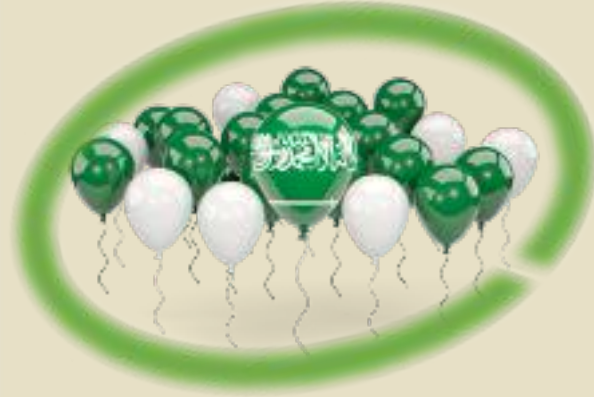


المستهلك الواعي هو الذي يعرفُ تمامًا ما يريدُ شراءه، ويخططُ لمشترياته حسب حاجته الفعلية قبل أن ينزل إلى السوق.



فيجب علينا البعد عن
الاسراف

مكتبة الأهل واليهود



وزارة التجارة والاستثمار
Ministry of Commerce and Investment

خَصَّصَتْ وزارة التجارة والاستثمار رقمَ الهاتفِ
المجانِّي (١٩٠٠) لخدمة المستهلك بتقديم أيِّ شكوى
أو بلاغٍ ، وكذلك من خلال تطبيق بلاغ.

ملتقى الاستثمار لرابي الوداعي

لغة الاشارة

ص
61



مستشفى الامم المتحدة

لغة الاشارة

ص
61



مجلس تعليم اللغة العربية
مجلس تعليم اللغة العربية



تقويم ختام

ي

يعرض المخطّط الآتي إرشادات مُواجهة الدّعاية والإعلان، اسحب التصوّس، وضعها في المكان المناسب لإكمال المخطّط.

السّعي وراء شراء كلّ ما يُعلن عنه.

التأكّد من حقيقة الإعلان ومدى صلاحية قبل الشراء.

مُقارنة المُستهلك بين سعر ما يُعلن عنه وميزاتيته قبل الإقدام على الشراء.

ملتقى العلوم الإسلامي الوداعي





اشحَبِ النُّصُوصَ، وَضَعْهَا فِي الْمَكَانِ الْمُنَاسِبِ لِإِكْمَالِ الْمُخَطِّطِ الْأَسْفَلِ الَّذِي يَعْرُضُ إِجْبَائِيَّاتِ
الإعلانات.

تقويم
ختام

ي

التعريفُ بِالسُّلْعِ وَالمُنْتَجَاتِ
الجديدة.

التشجيعُ على شراءِ المُنْتَجِ المَحَلِّيِّ
الوطنيِّ وترشيدِ الاستهلاكِ.

التعويذُ على البَذخِ والإسرافِ.

ملتقى الأصحاب للرابي الورداني

إجبياتُ
الإعلانات:



اختباري الإجابات

تقويم
ختام
ي

من سلبيات الإعلان

بعض الإعلانات تتضمنُ قيماً أو مناظرَ وسلوكاتٍ غيرَ أخلاقيةٍ.

بعضُ الإعلانات لا تتوفَّرُ فيها المصداقيةُ وتعتمدُ على خداعِ البصرِ.

التعريفُ بالسُّلعِ والمُنْتِجاتِ الجديدةِ.

لا تنسون الواجب

@T.MEMZ

الكتاب رقم (3)
صفحة 58
58 حزم

ملتقى أهل العلوم القاري اللداعي