

الدعاية والإعلان واثرهما على سلوك المستهلك



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 16:51:07

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

ورقة عمل درس إعادة استخدام المستهلكات

1

اختبار مهارات حياتية وأسرية للفصل الثالث 1446هـ

2

اختبارات منتصف الفصل محلولة مهارات حياتية وأسرية

3

كتاب الطالب المهارات الحياتية والأسرية طبعة العام 1446هـ

4

تحميل كتاب الطالب

5



ملتقى اصحاب الامم المتحدة

الصفحة السادسة



نعود بحدّر

كلنا
مسؤول

ملتقى الأصحاب 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

درسته

سابقاً

1- عرفي الموارد-
الميزانية

2- كيف نعد
الميزانية

3- ما أهمية
الادخار

استنتاج موضوع الدرس

هل توافق فيصل على ذلك؟ **لا**.. لأن ليس كل ما يعلن عنه مفيد لنا

ما رأيك في الإعلانات التي ترينها في الأسواق و الشوارع و وسائل الإعلام المختلفة؟
رأيي أن بعض تلك الإعلانات **مفيدة** و بعضها **غير مفيد**

ما مدى تأثير الإعلانات على المستهلك؟

تأثيرها سيء لأنها تجعل المستهلك يقبل على شراء منتجات لا يحتاجها

ملتقى أهل العلوم القرآني الحديث



الدعاية والاعلان واثرهما على سلوك المستهلك



المقدمة

في السنوات الأخيرة انتشرت ظاهرة الإعلانات التجارية المختلفة والتي تستهدف الربح المادي دون النظر إلى ضررها على المستهلك سواء صحيا أو اقتصاديا أو نفسيا أو عاطفيا، لذا أردنا هذا الدرس؛ كي تواجه التلميذة وأفراد أسررتها الإجراءات المختلفة للإعلان؛ للتقليل من سلبياتها على أفراد المجتمع وخاصة الأطفال.

ملتقى العلوم للدراسي الورداني

الخبرات
السابقة

ماذا تعرفين عن الاعلان؟

- الإعلانات تخبر بما هو جديد . ✓
- الإعلانات المرئية تشد الانتباه . ✓
- الإعلانات التجارية تكثر عند المحلات التجارية . ✓

ملتقى الأصحاب التجاري السعودي

طالبتي المبدعة من خلال استراتيجيات التصفح

حفظها في حقيقتنا المتغيرة أما بعد

كمامة كاريبي البلطقي حفصة

واستخرجي أهدافنا لهذا اليوم

مويلا انسر فادها جريختساو

• أن تبحث التلميذة عن مفهوم الإعلان و المستهلك بشبكة الانترنت

• أن يستنتج الطالب أنواع الإعلانات من خلال مشاهداته الحياتية.

• أن يصمم الطالب إعلانا لمنتج يختاره.

• أن يحدد الطالب أنواع وسائل الدعاية والإعلان التي يراها في الحياة

العامّة.

الأهداف التعليمية
ومخرجات التعلم

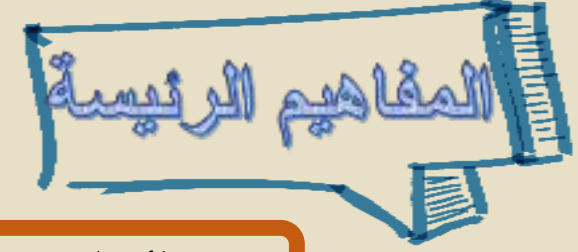
• أن يستنتج الطالب أساليب تأثير الإعلانات

وعى التلميذة بالآثار الإيجابية والسلبية للدعاية والإعلان.

الكفاية
للدروس

ملتقى الأصوات للراعي 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



لنشاهد معاً لنبدأ رحلتنا



الدَّرْسُ الثَّانِي: الدَّعَايَةُ وَالْإِعْلَانُ وَأَثْرُهُمَا عَلَى سُلُوكِ الْمُسْتَهْلِكِ

المهارات الحياتية والأسرية

الكتاب	41
الاستراتيجية	إيجاد الفرق

أنواع الإعلانات



(2) إعلان عن معلومات

يهدف إلى إعلام الناس عن اجتماع أو مناسبة اجتماعية مما لا علاقة له بالبيع و الشراء

مكتبة دار العلوم الإسلامي



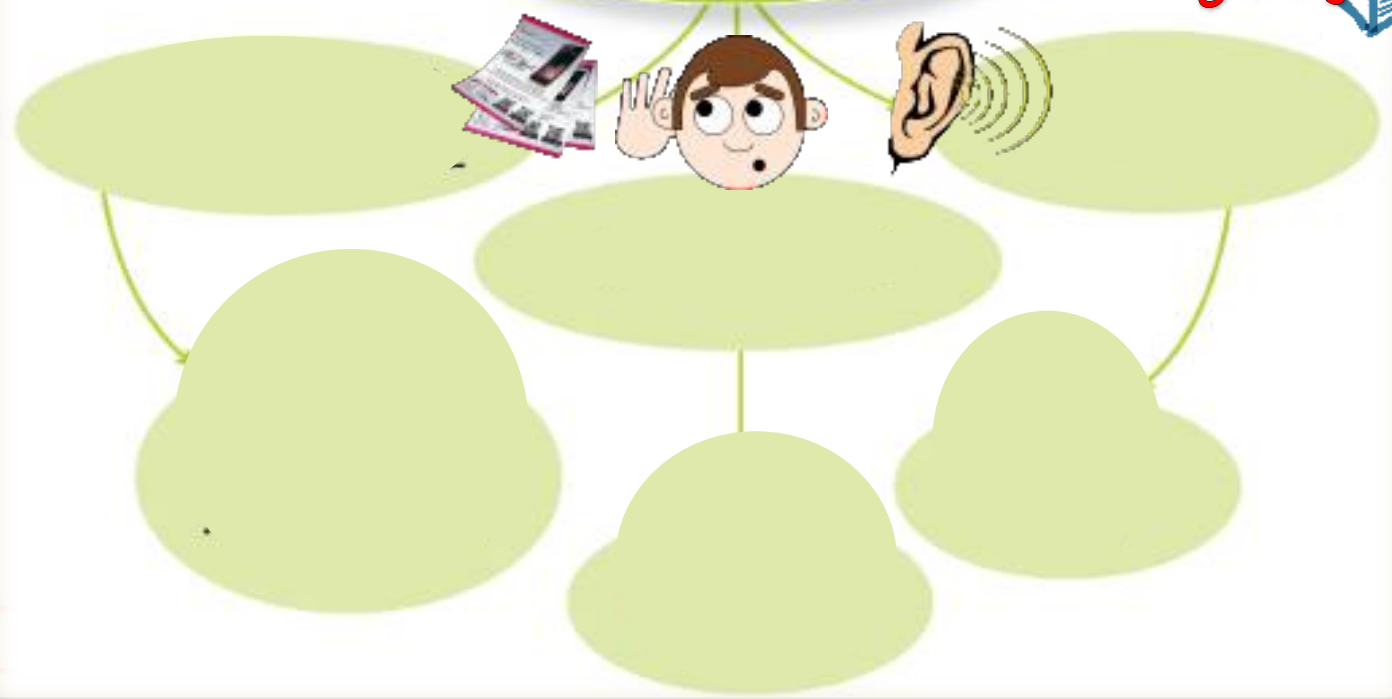
(1) إعلان تجاري

يهدف إلى الترويج لسلعة عن طريق التأثير في عين المستهلك و عقله و عاطفته للإقبال على شرائها

الكتاب	44
الاستراتيجية	خرائط المفاهيم

وسائل الدعاية والإعلان:

وسائل
الدعاية
والإعلان



مستشفى الأمل للدراسات والبحوث

الكتاب	44
الاستراتيجية	المناقشة



أساليب تأثير الإعلانات:

إشعار المستهلك بميزة خاصة في السلعة المعروضة

استغلال شخصية مشهورة (شاعر أو لاعب رياضي)

استخدام الخدع اللفظية التي تشد انتباه المستهلك

تكرار الإعلان حتى يتعود المستهلك على شكله و اسمه



الدَّعَايَةُ وَالْإِعْلَانُ وَأَثَرُهُمَا عَلَى سُلُوكِ الْمُسْتَهْلِكِ

الرَّيْبُ بِالذِّينِ

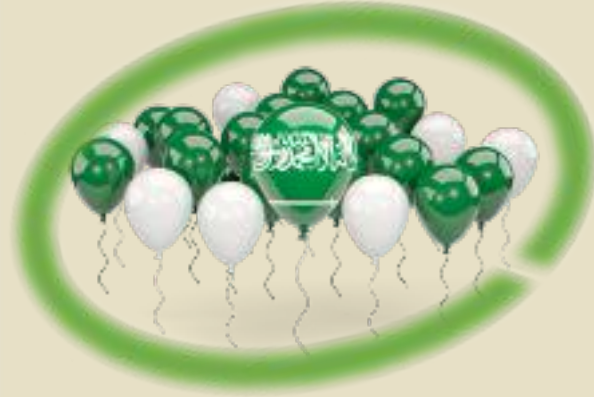


المستهلك الواعي هو الذي يعرفُ تمامًا ما يريدُ شراءه، ويخططُ لمشترياته حسب حاجته الفعلية قبل أن ينزل إلى السوق.



فيجب علينا البعد عن
الاسراف

مكتبة دار العلوم للدراسي الاسلامي



وزارة التجارة والاستثمار
Ministry of Commerce and Investment

خَصَّصَتْ وزارةُ التجارةِ والاستثمارِ رقمَ الهاتفِ
المجانِّي (١٩٠٠) لخدمةِ المستهلكِ بتقديمِ أيِّ شكوى
أو بلاغٍ ، وكذلكَ من خلالِ تطبيقِ بلاغِ.

مستشفى الاحكام الى ابي الوداعي

لغة الاشارة

ص
61



مستشفى الامم المتحدة

لغة الاشارة

ص
61



مستشفى الامم المتحدة

تقويم ختم

ي

اختر الإجابة الصحيحة

حدد الإعلان غير التجاري مما يلي:

تعلن محطات ملابس الأطفال عن تصفية شاملة.

يعلن مركز التدريب عن إقامة دورة مجانية بعنوان (المشروع التجاري).

يعلن محل الأواني المنزلية عن تفيضات هائلة.

تنقسم الإعلانات إلى إعلانات تجارية وإعلانات عن معلومات.

خطأ

صواب

ملتقى أهل العلوم القرآني الحديث

تقويم
ختم

ي

المقررات الإلكترونية



وسائل الدعاية
والإعلان.

الوسائل المسموعة.

مثل:

مثل:

التلفاز، الإنترنت.

مثل:

الصحف، المجلات.

الوسائل المرئية المسموعة.

الذياع.

الوسائل المطبوعة المعتمدة
على الحرف والصورة.

النشرات.

ملتقى الإصلاح الإسلامي

لا تنسون الواجب

@T.MEMZ

الكتاب رقم (1)

صفحة 57

حرف 57

ماتتقى ااصلاوم الى اري الوراخي