

اسم الكتاب: علم نفس التسويق – ج 2

اسم المؤلف: د. مصطفى نوارج

تصميم الغلاف: أحمد رجب

التقييم الدولي (تدمك):

الناشر والموزع: ماركيتهنج كاسيل

فيس بوك: <https://www.facebook.com/MarketingStoryConsultancy>

النسخ الإلكترونية: <https://www.amazon.com/~e/B08WKP55YH>

الويب سايت: <https://www.MostafaNawareg.com/>

الطبعة الأولى

2022

جميع حقوق الطبع والنشر والتوزيع والترجمة محفوظة للمؤلف

## علم نفس التسويق – ج2

### سلوكيات المستهلك وعملية اتخاذ قرار الشراء

الفهرس

#### الفصل الرابع: المؤثرات البيئية

1. المؤثرات السياسية
2. المؤثرات الاقتصادية
3. المؤثرات الثقافية - الاجتماعية
4. المؤثرات التكنولوجية
5. المؤثرات البيئية
6. المؤثرات القانونية

## الفصل الخامس: المؤثرات التسويقية

1. الأعيب في المنتج
2. الأعيب في التسعير
3. الأعيب في قنوات التوزيع
4. الأعيب في الترويج واستغلال الأحداث الجارية

## الفصل السادس: مراحل عملية "اتخاذ قرار الشراء"

عند الأفراد

1. المؤثرون في عملية قرار الشراء
2. مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء

## الفصل السابع: مراحل عملية "اتخاذ قرار الشراء" في

المنظمات

1. المؤثرون في عملية قرار الشراء
2. مراحل عملية اتخاذ قرار الشراء