**المخطط العام للمقياس:**

**وفي هذا السياق فقد تضمن محتوى هذه المحاضرات –والتي يترواح تقديمها زمنيا بين 14 و16 حصة- المحاور التالية:**

* **محتوى محاور المحاضرات:**
1. **مدخل لعلم التسويق**
2. **سلوك المستهلك**
3. **نشأة وتطور علم النفس التسويقي**
4. **تعريف علم النفس التسويقي**
5. **استراتيجيات علم النفس التسويقي**
6. **التسويق العصبي**
7. **سيكولوجية الدعاية والاشهار**
* **محتوى الأعمال الموجهة:**
1. **التسويق العصبي neuromarketing**
2. **سيكولوجية الألوان في التسويق**
3. **سيكولوجية الصورة في التسويق**
4. **سيكولوجية تصميم العلامة التجارية (الشكل، الحجم، الخطوط..)**
5. **تقنية الادراك الخفي في التسويق (Subliminal Advertising)**
6. **التسويق الوردي (Pink-Marketing)**
7. **سيكولوجية التسويق في وسائل التواصل الاجتماعي**
8. **جمعيات حماية المستهلك (الماهية- آلية العمل- نماذج دولية ووطنية)**