

التطبيق العملي للمحاضرة التاسعة: التسعير والولاء السيكلوجي

عزيزي الطالب/ عزيزتي الطالبة،

يهدف هذا التكليف إلى تنمية مهاراتك في فهم وتحليل سلوك المستهلك، وتطبيق استراتيجيات التسعير النفسي وبناء الولاء في بيئة الإعلام الرقمي، مما يمكنكم من صياغة رسائل تسويقية قادرة على التأثير في قرارات الشراء وبناء علاقة مستدامة مع العميل.

اختر أحد الخيارين فقط للتطبيق: (علماً بأن التكليف اختياري)

الخيار الأول: الإنتاج الإبداعي (تطبيق استراتيجيات التسعير السيكلوجي)

اختر منتجاً (حقيقياً أو خيالياً) أو خدمة، ثم قم ببناء استراتيجية تسعير واحدة فقط من الأساليب التي درستها (مثل: تثبيت سعر مرتفع/منخفض، تجنب الخسارة، تأثير الصدارة... إلخ) وطبقها في إعلان رقمي. 

1. بوستر إعلاني: تصميم بوستر يظهر فيه السعر بوضوح، ويبرز الاستراتيجية النفسية المختاره.
2. قائمة الخيارات (Menu): تصميم قائمة تحتوي على مجموعة خيارات وأسعار تظهر فيها استراتيجية التسعير المختاره داخل تصميم المنيو بشكل واضح.

 **التسليم النهائي:** يتم تسليم العمل في ملف واحد بصيغة PDF، يحتوي على:

1. صورة التصميم (بوستر أو منيو).
2. أكتب فقرة قصيرة توضح استراتيجية التسعير المستخدمه وسبب اختيارها.

الخيار الثاني: تحليل سيكلوجية الأسعار

قم باختيار نموذج حقيقي لـ قائمة خيارات (Pricing Menu) أو إعلان رقمي يحتوي على أسعار لعلامة تجارية معروفة (مثل مطاعم الوجبات السريعة، شركات الاتصالات)، واكتب تقريراً تحليلياً يتناول العناصر التالية:

1. حدد استراتيجية التسعير المستخدمة، ووضح كيف تم توظيفها في النموذج المختار.
2. قيم استراتيجية التسعير سيكلوجياً، هل تعتقد أنها كانت مقنعة نفسياً للجمهور المستهدف؟
3. مقترح تطوري: لو كنت المستشار التسويقي لهذه العلامة، ما التعديل السيكلوجي الذي تقترحه لزيادة جاذبية المنتج؟

 **التسليم النهائي:**

- يتم تسليم العمل في ملف واحد بصيغة PDF، يحتوي على:
1. ادرج صورة واضحة للنموذج الذي قمت بتحليله (قائمة الأسعار أو الإعلان).
 2. تقرير مكتوب بأسلوب أكاديمي لا يتجاوز صفحة واحدة.