

تكليف تطبيقي (علم النفس الإعلامي)

في إطار ما درسناه في المحاضرة حول التسعير السيكولوجي واستراتيجياته، والتي تشمل: تثبيت سعر مرتفع – تثبيت سعر منخفض – تجنب الخسارة – الفصل والدمج – تأثير الصدارة – تكلفة المنتج الأساسية – قائمة الخيارات – الخصم الذكي.

حان الوقت لتطبيق هذه المفاهيم في مشروع تطبيقي يعكس قدرتك على استخدام مبادئ علم النفس في صياغة تسعير جذاب ومؤثر.

يهدف هذا التكليف إلى تنمية مهاراتك في تحليل سلوك المستهلك وتطبيق أساليب التسعير النفسي في بناء رسالة تسويقية قادرة على التأثير في قرارات الشراء.

المطلوب:

اختر منتجًا (حقيقيًا أو خياليًا) أو خدمة تقدّمها شركة أو مشروع ، ثم قم ببناء استراتيجية تسعير واحدة فقط من أساليب التسعير السيكولوجي التي درستها في المحاضرة وطبّقها في إعلان رقمي.

✓ **التنفيذ:** اختر قالبًا واحدًا فقط من الخيارات التالية:

1. بوستر إعلاني

تصميم بوستر لمنتج أو خدمة يظهر فيه السعر بوضوح، ويُبرز الاستراتيجية النفسية المختارة.

2. منيو Menu

تصميم قائمة تحتوي على مجموعة خيارات وأسعار، بحيث يتم تطبيق استراتيجية التسعير المختارة داخل عناصر المنيو بشكل واضح.

✓ **التسليم النهائي:**

يتم تسليم التكليف في ملف واحد بصيغة PDF ويشمل:

1. صورة البوستر أو المنيو (حسب القالب الذي اخترته).

2. فقرة تحليل قصيرة توضّح فيها:

- ما الاستراتيجيات النفسية التي استخدمتها؟
- لماذا اخترت هذه الاستراتيجية؟
- كيف تتوقع أن تؤثر في قرار الشراء؟