



www.massira.jo

اقتصاديات الأسرة وترشيد الاستهلاك

الدكتورة

نورهان محمد صقر

كلية التصاميم والاقتصاد المنزلي
جامعة الطائف

الدكتورة

آيات عبدالمنعم الديسبي

كلية الاقتصاد المنزلي
جامعة الأزهر



رقم التصنيف : 306.85
المؤلف ومن هو في حكمه : آيات عبدالمنعم الديسطي/ نورهان محمد صقر
عنوان الكتاب : اقتصاديات الاسرة وترشيد الاستهلاك
رقم الإيداع : 2017/10/5606
الواصفات : الاسرة/ العلاقات داخل الاسرة
بيانات النشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان - الأردن
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزأً أو تسجيله على اشرطة
كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated,
reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base
or retrieval system, without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2019م - 1440هـ



عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 962 6 4640950 فاكس : 962 6 4617640
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والخراج بالدار - دائرة الانتاج

www.massira.jo

اقتصاديات الأسرة وترشيد الاستهلاك

الدكتورة
نورهان محمد صقر
كلية التصميم والاقتصاد المنزلي
جامعة الطائف

الدكتورة
آيات عبدالمنعم الديسبي
كلية الاقتصاد المنزلي
جامعة الأزهر



الفهرس

المقدمة..... 9

الجزء الأول

اقتصاديات الأسرة

15	الفصل الأول: المفاهيم الأساسية لعلم الاقتصاد
15	تمهيد
17	الاقتصاد
18	نشأة وتطور علم الاقتصاد
21	مصطلحات هامة متعلقة بعلم الاقتصاد
26	أهمية دراسة علم الاقتصاد.....
26	مفهوم المشكلة الاقتصادية
28	أركان المشكلة الاقتصادية
29	الفصل الثاني: السوق.....
29	تعريف السوق
30	أسباب نشأته
30	أنواع السوق
31	مفهوم الأسواق المالية
32	أهمية ووظائف الأسواق المالية
33	المزايا التي تحققها أسواق المال.....
33	أسباب الرخص في الأسواق.....
33	أسباب الغلاء التي تعود إلى عوامل السوق أو فعل فاعل

34 مقومات السوق
35 بيوع منهي عنها
37 الفصل الثالث: الطلب
37 مفهوم الطلب
37 أنواع وتقسيمات الطلب
38 قانون الطلب
38 العوامل المؤثرة على الطلب (محددات الطلب)
43 الفصل الرابع: العرض
43 العرض
43 جدول العرض
43 قانون العرض
43 منحى العرض الفردي
44 منحى عرض السوق
44 العوامل المؤثرة على العرض (محددات العرض)
45 جدول ومنحى العرض
47 مفهوم المرونة
47 مرونة الطلب السعرية
49 الفصل الخامس: النقود
49 النقود
49 تعريف النقود
49 التطور التاريخي للنقود
54 وظائف النقود والنظم النقدية الحديثة
55 سوق النقود

الجزء الثاني إرشاد المستهلك

69	الفصل السادس: مدخل إلى الاستهلاك
69	مقدمة
70	تعريف الاستهلاك
70	أنواع الاستهلاك
71	الاستهلاك والتنمية
80	سلوك المستهلك
80	ماهية سلوك المستهلك
88	العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك
110	عملية قرار الشراء
123	العوامل المؤثرة في السلوك الاستهلاكي
142	ماهية اتخاذ قرار الشراء
153	سياسة الاتصال التسويقي
192	الأسرة وعلاقتها بقرار الشراء
240	تحليل تأثير عملية اتخاذ القرارات الشرائية على سلوك المستهلك
244	المستهلك النهائي
246	حقوق المستهلك
247	الفصل السابع: الإعلان
247	تاريخ وتطور الإعلان
249	تعريف الإعلان
253	أهداف الإعلان
254	أنواع الإعلان

258	أهمية الإعلان ومراحله	الفهرس
261	وظائف الإعلان	
267	الفصل الثامن: العلامة التجارية	
267	المبحث الأول: ماهية العلامة التجارية	
285	المبحث الثاني: آليات بناء العلامة التجارية	
301	الفصل التاسع: التجارة الإلكترونية	
301	المبحث الأول: التجارة الإلكترونية	
307	المبحث الثاني: التسوق الإلكتروني	
325	المراجع	