

الذاكرة و التعلم



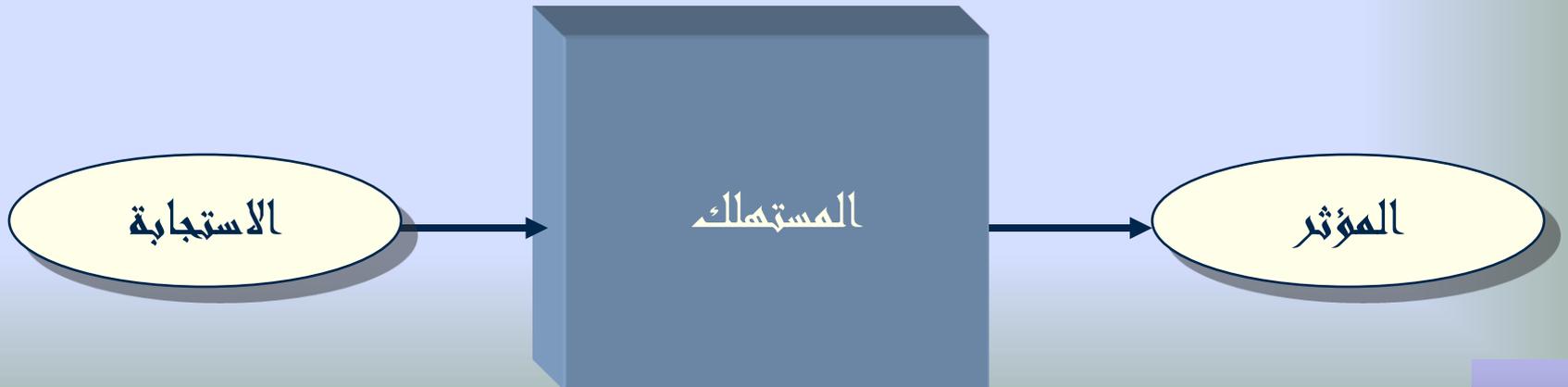
عملية التعلم

- التعلم يشير الى تغيير دائم في السلوك الذي يسبب الخبرة
- من الممكن ان يكون لهذه الخبرة تأثير مباشر على المتعلم،
و يمكن التعلم عن طريق الأحداث البديلة التي تؤثر على
الآخرين



نظريات التعلم السلوكي

- نظرية التعلم السلوكي يفترض ان التعليم يتم كنتيجة الاستجابة للأحداث الخارجية
- علماء النفس يعتبروا العقل كعلبة سوداء ، و يؤكدوا على هيئة السلوك الملحوظ



التكيف الكلاسيكي

• يحدث التكيف الكلاسيكي عندما يكون المؤثر مستنيط

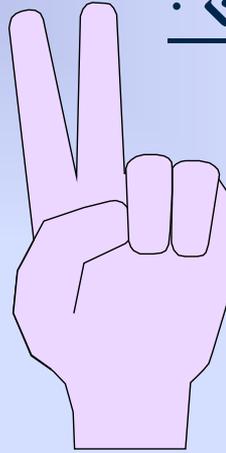
للاستجابة المزدوجة مع مؤثر اخر لا يستنيط الاستجابة من نفسه



مبدئياً

التكيف الكلاسيكي

التكيف الكلاسيكي ينقسم الى :



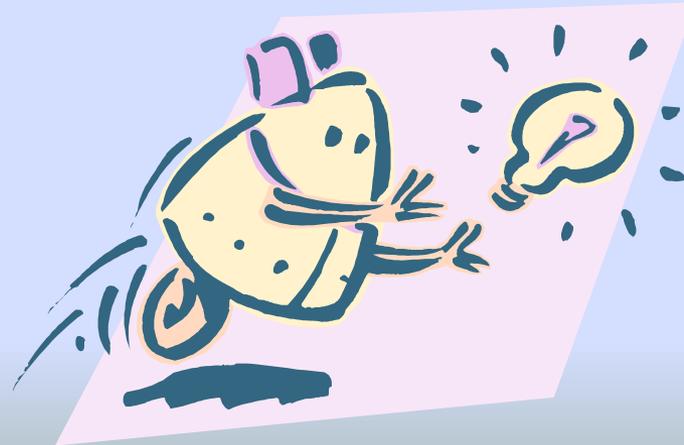
تعميم المؤثر

تفرقة المؤثر

تعميم المؤثر

• يشير الى قابلية المؤثر المشابه للتكيف الكلاسيكى ليثير

استجابة مشابهة



تفرقة المؤثر

• تحدث تفرقة المؤثر عندما لا يتبع مشابهة لتكييف

الكلاسيكي لا يتبع CS مؤثر UCS



التكيف الفعال

• التكيف الفعال يحدث عندما يتعلم الفرد كيف يكون السلوك الذي ينتج مخرجات ايجابية ويتجنب المخرجات السلبية



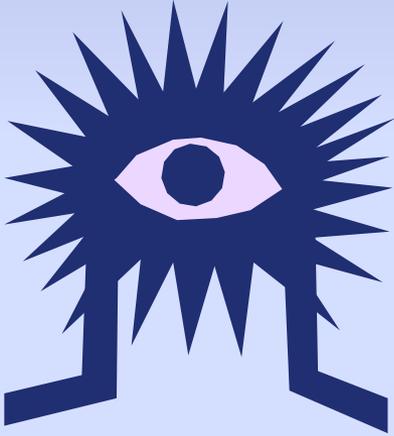
التكيف الفعال

◆ ينقسم التكيف الفعال الى ثلاث نقاط:

◆ القوى الإيجابية

◆ القوى السلبية

◆ العقاب



الحدث

تطبيق الشرط

عدم مطابقة الشرط

السلوك الايجابي

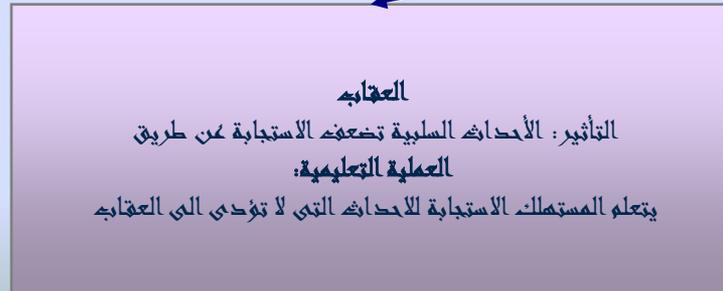


السلوك

الاتصال القوي

الاتصال

الضعيف



السلوك السلبي

نظرية تعلم المعرفة

- تعلم المعرفة يحدث نتيجة عملية عقلية
- نظرية التعلم توضح أهمية العملية العقلية الداخلية
- تنظر النظرية الى الأفراد كواجدي حلول للمشكلات
- باستخدامهم للمعلومات المنخبة بهم لملائمة البيئة المنخبة بهم.

نظرية الملاحظة و مكوناتها

التحفيز
موقفه يظهر عندما يكون
السلوك مفيد للمستهلك

عملية الانتاج
للمستهلك القدرة
على خلق سلوك

الاحتفاظ
يخزن في الذاكرة

الانتباه
يركز المستخدم على
نموذج المستهلك

التعلم عن طريق الملاحظة
يتطلب من المستهلك ان يؤدي سلوك
مدعم بنموذج

تطبيق التعلم السلوكي

• كيف يستفيد المسوقين من التعلم الكلاسيكي؟

• المبدأ المشروط؟



تطبيق على المؤثر العام

الإستراتيجيات المؤثر على المؤثر العام تتضمن الأتى :

العائلة

امداد خط المنتج

الرخصة

المسوقين

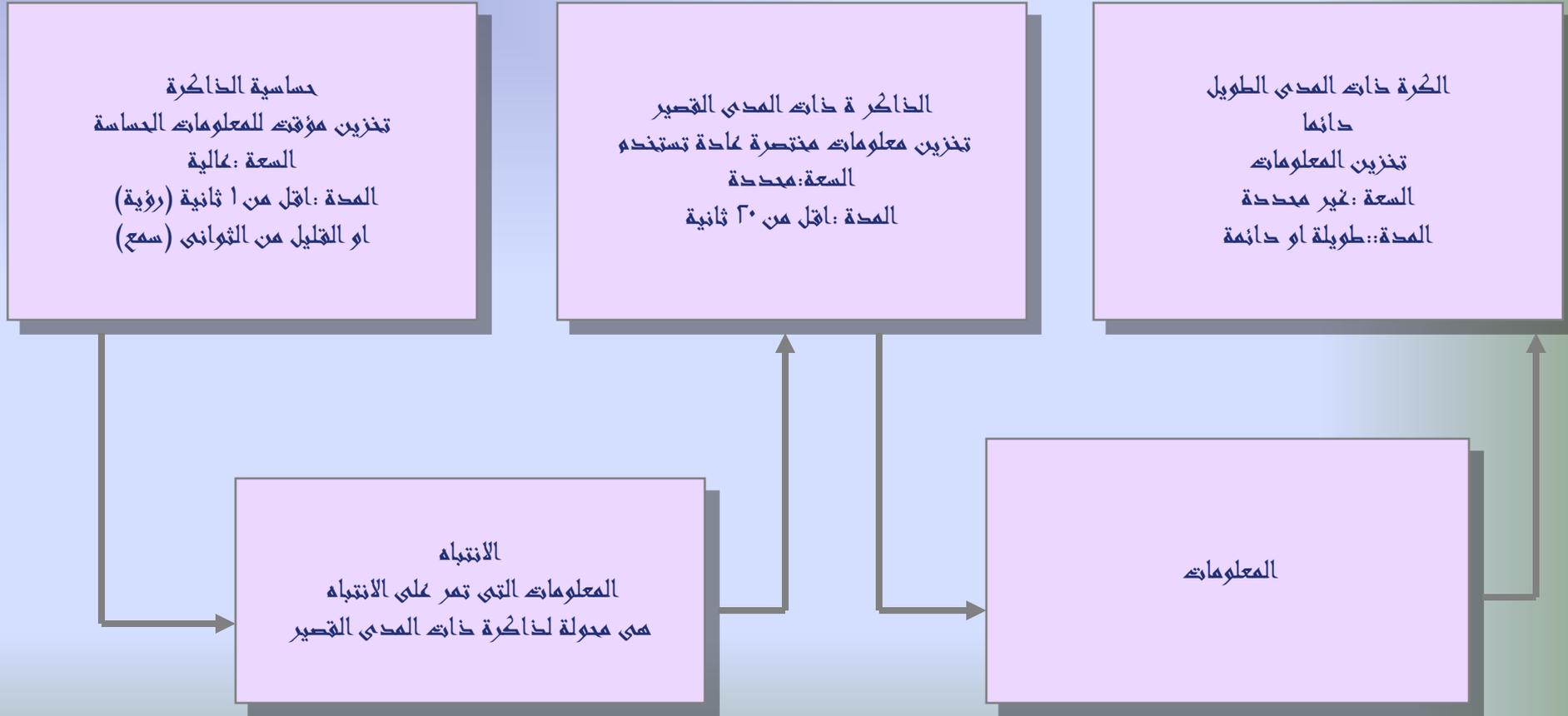
الأغلفة المشابهة



تطبيق على تفرقة المؤثر

تشديد على الاتصال بمنتجات مضادة للمنافسة هي نقطة هامة
كمؤثر لوضع المنتج و الذي يعلم المستهلك كيف يفرق بين
الخالى والمنافس.

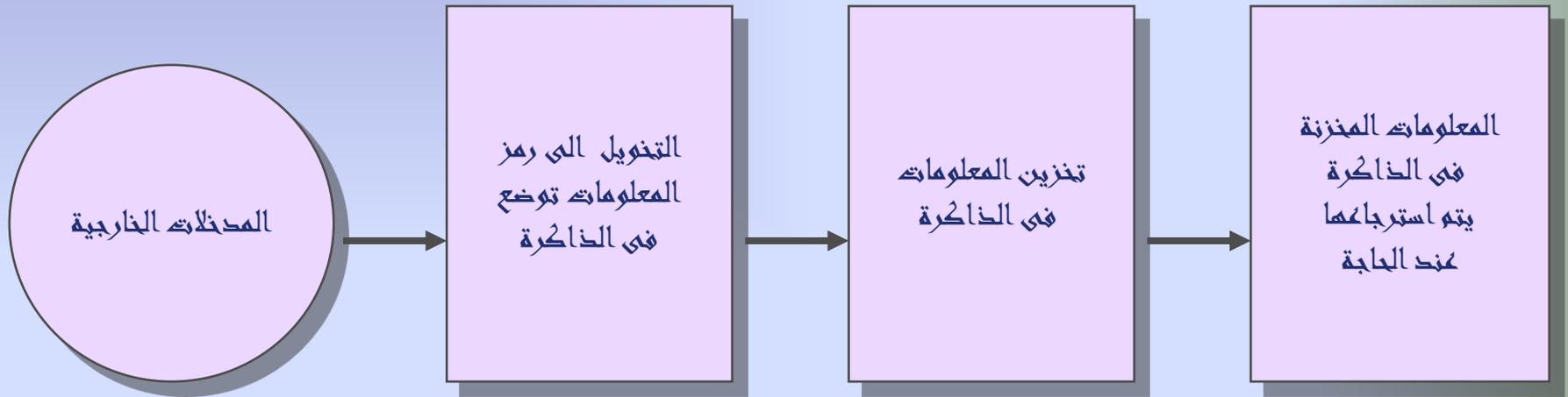
تطبيق على تفرقة المؤثر



التحويل الى رموز لإعادة الاسترجاع

➤ الطريقة التي يتحول بها البرنامج الى رموز يمكن ان يساعد في تقديمها الى الذاكرة

➤ مثال ، الأسماء المعروفة التي تكون سهلة للرؤية (مثال : المنظفات او العربات و التي تكون محفوظة في الذاكرة اكثر من الأسماء .



تخزين المعلومات في الذاكرة

- المستويات المختلفة التي تنشط بعض المؤثرات في الذاكرة أكثر من الآخرين
- هذه الطرق تسمى النشاط لنموذج الذاكرة
- كلما كان المجهود المبذول لتنفيذ المعلومات أكبر كلما تم احلال المعلومات في الذاكرة ذات المدى الطويل

مستويات المعرفة

- المعرفة تكون مكددة في مختلف المستويات
- يمكن ضمها في وحدة كبيرة تسمى مقترح
- و المقترح يربط نقطة لقاء ليكون معنى معقد ، و التي تؤدي الى مقدار وافر من المعلومات



العوامل المؤثرة على الاسترجاع

• حالة الأقسام المسترجعة

• التألف و المادة الاستدعاء

• المدوء و المادة الاسترجاع

• اشارة شخصية عكس اشارة صورية



العوامل المؤثرة على النسيان

المسؤولين عن التسويق يطمنون ان لا ينسى المستهلك لا منتجاتهم . النسيان هي مشكلة المسوقين



المنتج كعلامة للذاكرة

المنتجات تكون هامة كالعلاقات عندما يهددنا الماضي و
عندما يكون المستهلك الحالي منافس لبعض التغييرات في
الأدوار مثل التخلي عن المنتج و الحركة و التخرج و المنتجات
التي نخدم كنموذج للذاكرة الخارجية للمستهلكين.

قوة الحنين الى الوطن

✦ الحنين الى الوطن يوصف كعاطفة حلوة و مرّة ، حيث ان
الماضى ينظر كلاً من السعادة و البقاء

الذاكرة و تفضيل الحنين الى الوطن

بعض البحوث تؤكد ان اذواق لأفراد مثال المنتجات و الأفلام و الملابس يختلف باختلاف الفترة من العمر.



قياس الذاكرة للإعلان

◆ التمييز عكس إعادة الاسترجاع

◆ مؤشر واحد للإعلان الجيد هو الانطباع للمستهلك . و لكن كيفية يكون ذلك معروفه و مقاس فهناك عاملان للقياس هما:

◆ التمييز

◆ و إعادة الاسترجاع

اختبار القوة

هذا الاختبار يقدم نتائج ارقام متوقعة للمستهلك تضم بعض

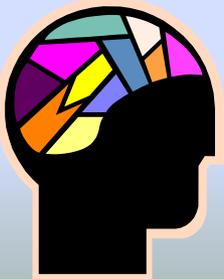
المستويات مثل الملاحظات و الروابط و هي ايضا تسجل نتائج

المخرجات.



نتائج الامتحان

• نتائج القياس للأجهزة ليست بالضرورة تابعة لما تم قياسه ولكن
مسندة الى شى أدوات اخرى.



نسيان الذاكرة

• الأفراد ميالين الى النسيان الغير مقصود . فالمشاكل تتضمن حذف ووضع المعدلات القابلة لجعل الاشياء طبيعية وعدم تقدير الحالات القصوى والتداخل (التذكر الغير صحيح بالنسبة للوقت او الزمن).



ذاكرة الاحداث عكس ذاكرة المشاعر

بعض الانتقادات دارت حول المقاييس الغير كافية عن تأثير
الدعاية التي تهدف الى الوصول الى المشاعر حيث الاهداف
تكون الاشارة القوية للعواطف اكثر منها اثبات الفوائد
المادية للمنتج.

