



مفردات مادة بحوث التسويق
العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣٣ هـ
برامج التعليم عن بعد



عدد الوحدات ٣	أستاذ المادة د. شاكر تركي امين بريد الكتروني: DR.SHAKERISMAIL@YMAIL.COM الموقع الالكتروني: وقت المحاضرة: السبت (١٧:٠٠ – ١٨:٢٠)	رمز المقرر MRK 301	اسم المقرر بحوث التسويق MARKETING RESEARCH
	MRK 152		المتطلبات السابقة
وصف المقرر: يتناول هذا المساق مقدمة في بحوث التسويق: تعريف بحوث التسويق، وأهمية بحوث التسويق لمتخذ القرار التسويق في منظمات الأعمال الربحية وغير الربحية، والعمليات الخاصة بتنظيم بحوث التسويق، إضافة إلى أنواع البحوث التسويقية المستخدمة وتصنيفاتها المختلفة، وكيفية إعداد الاستبانة لتجميع البيانات المطلوبة، والعينات وانواعها. إضافة إلى مراحل إعداد البحوث التسويقية من تحديد المشكلة والتحليل والبيانات اللازمة لإتمام البحث التسويق ومصادرها، واستخدام المنهج العلمي في إدارتها، آليات القياس وتحضير العينات.			
أهداف المقرر: يهدف هذا المساق إلى : <ul style="list-style-type: none">• تحديد بالمقصود بالبحوث التسويقية• التعرف إلى أنواع البحوث التسويقية وارتباطها بمنهجية البحث العلمي• التعرف إلى أساليب القياس وإعداد العينات• التعرف إلى مستويات التحليل الأولي والمتقدم• التعرف إلى مراحل إعداد البحوث التسويقية من تحديد المشكلة وتجميع البيانات وانتهاءً بإعداد التقرير النهائي والتوصيات مكونات المادة:			



مفردات مادة بحوث التسويق
العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣٣ هـ
برامج التعليم عن بعد



توزيع المحتوى العلمي على الفصل الدراسي:

الأسبوع	الموضوع
الأول	الفصل الأول: بحوث التسويق ١ - مقدمة ٢ - تعريف بحوث التسويق ٣ - نظام المعلومات التسويقي
الثاني	الفصل الثاني: تنظيم البحث التسويقي ١ - مقدمة ٢ - المسؤولية الإدارية عن بحوث التسويق ٣ - العلاقة بين باحث التسويق ومدير التسويق ٤ - تنظيم وظيفة بحوث التسويق
الثالث	الفصل الثالث: انواع بحوث التسويق ١ - مقدمة ٢ - تصنيف بحوث التسويق ٣ - التصنيف على اساس الغرض -البحث الاستكشافي -البحث الوصفي البحث التفسيري
الرابع	الفصل الرابع: الطريقة العلمية واساليب البحث العلمي ١ - مقدمة ٢ - النظرية العلمية والبحث ٣ - مصادر التحيز في البحث ٤ - المقومات الرئيسية للطريقة العلمية - تحديد المشكلة - صياغة الفروض - اختبار الفرضيات -تحديد النتائج وتحليلها
الخامس	الفصل الخامس: القياس في بحوث التسويق ١ - مقدمة ٢ - تعريف القياس ٣ - انواع المقاييس ٤ - صدق اداة القياس ٥-الصدق الداخلي والصدق الخارجي



مفردات مادة بحوث التسويق
العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣٣ هـ
برامج التعليم عن بعد



السادس	<p>الفصل السادس: جمع البيانات التسويقية ١- مقدمة ٢- أساليب جمع البيانات ٣- أسلوب المقابلات الشخصية</p>
السابع	<p>الفصل السابع: الأسلوب التجريبي وبحوث التسويق ١- مقدمة ٢- طبيعة الأسلوب التجريبي ٣- التجارب العملية والتجارب المخبرية ٤- أنواع التجارب</p>
الثامن	<p>الفصل الثامن: العينات وانواعها ١- مقدمة ٢- تصميم العينة</p>
التاسع	<p>تابع: الفصل الثامن: - أنواع العينات - الاحتمالية - غير الاحتمالية</p>
العاشر	<p>الفصل التاسع: بحوث الابتكار والتطوير ١- مقدمة ٢- أهمية بحوث الابتكار والتطوير. ٣- المراحل الرئيسية للابتكار. - توليد الأفكار - الغرلة الأولية. - التحليل الفني - اختبار مفهوم المنتج الجديد</p>
الحادي عشر	<p>الفصل العاشر: بحوث النمط الاستهلاكي ١- مقدمة ٢- تحليل النمط الاستهلاكي ٣- تحليل نوايا الشراء ٤- بحوث النوايا كأداة للتنبؤ بالسلوك الشرائي ٥- تحليل المواقف والاتجاهات</p>
الثاني عشر	<p>الفصل الحادي عشر: مراجعة وتصنيف البيانات التسويقية ١- مقدمة ٢- مراجعة وتدقيق البيانات ٣- ترميز البيانات ٤- الجدولة</p>



مفردات مادة بحوث التسويق
العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣٣ هـ
برامج التعليم عن بعد



الثالث عشر	الفصل الثاني عشر: تحليل البيانات التسويقية وتفسيرها ١- التحليل الأولي للبيانات ٢- مقاييس النزعة المركزية ٣- مقاييس التشتت.
الرابع عشر	الفصل الثالث عشر: إعداد التقرير النهائي وتقديم التوصيات
الخامس عشر	الاختبار النهائي
المخرجات المتوقعة: عند الانتهاء من دراسة هذا المقرر، سوف يكون الطالب قادرا على: ١. التعرف على المصطلحات الرئيسية المستخدمة في بحوث التسويق. ٢. التعرف على منهجية البحث العلمي في إعداد المشاريع البحثية. ٣. تمكن الطلبة من إعداد مشروع بحث من خلال إتباع المنهجية العلمية. ٤. التعرف على مجتمع الدراسة وطريقة اختيار العينة منها. ٥. التمييز بين الأنواع المختلفة للعينات ٦. التمكن من إعداد الاستبانة (قائمة الاستقصاء). ٧. التعرف على الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات	
	الكتاب المقرر: بحوث التسويق ، مدخل منهجي تحليلي أ. د. ناجي معلا. ٢٠٠٨، دار وائل للنشر والتوزيع
طريقة التقييم:	



مفردات مادة بحوث التسويق
العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣٣ هـ
برامج التعليم عن بعد



من خلال نظام إدارة التعلم الإلكتروني والفصول الافتراضية					
الاختبار النهائي	٣ واجبات بواقع واجب كل أربعة أسابيع وتحتسب ٥ درجات لكل واجب	المشاركة في المنتدى الخاص بالمادة (عدد ٢)	الدخول على المادة المطورة إلكترونياً في نظام إدارة التعليم	الدخول على المحاضرات أو تسجيلات المحاضرات في الفصول الافتراضية	اختبار فصلي في الفترة بين الأسبوع السادس والسابع
	٧٠ درجة	١٥ درجة	٣ درجات	٤ درجات	٣ درجات
١٠٠ درجة					نسبة التقييم النهائية