

 **توصيف مقرر دراسي**

|  |  |
| --- | --- |
| **قسم: التسويق والتجارة الإلكترونية**  | **كلية: إدارة الأعمال**  |
|  | رمز المقرر: |  | اسم المقرر: بحوث التسويق  |
|  | المتطلب السابق:  | عملي: 2  | نظري: 2 | الساعات المعتمدة: 4 |

|  |
| --- |
| **التوصيف**  |
| يسمح مقرر بحوث التسويق لطالب كلية إدارة الأعمال (قسم التسويق والتجارة الإلكترونية) بالتعرف على مفهومبحوث التسويق (تعريف- خصائص- وظائف- أهمية)، أيضا يوفر له التعرف الجيد على أنواع ومجالات بحوث التسويق المختلفة، ثم يبدأ الطالب بدراسة مراحل وخطوات تصميم البحث التسويقي والتي تشمل: تحديد موضوع البحث التسويقي، تحديد البيانات المطلوبة، أساليب وطرق المعاينة، تجهيز البيانات، تحليل البيانات وأخيرا كيفية إعداد التقرير النهائي للبحث التسويقي. أيضا سيتلقى الطالب ضمن المقرر العديد من التدريبات والتطبيقات العملية التي تشرح وتفسر مفردات المقرر، وسيتعلم في النهاية كيفية إجراء بحث تسويقي متكامل ضمن الإطار الميداني لبحوث التسويق. .  |
| **المحتوى** |
| المحاضرة السابعة: أساليب المعاينةالمحاضرة الثامنة: طرق المعاينةالمحاضرة التاسعة: تجهيز البياناتالمحاضرة العاشرة: تحليل البياناتالمحاضرة الحادية عشرة: تقرير البحث التسويقيالمحاضرة الثانية عشرة: الإطار الميداني لبحوث التسويق  | المحاضرة الأولى: مدخل لبحوث التسويقالمحاضرة الثانية: أنواع بحوث التسويقالمحاضرة الثالثة: مجالات بحوث التسويقالمحاضرة الرابعة: مراحل تصميم البحث التسويقيالمحاضرة الخامسة: تحديد البيانات المطلوبة ومصادرها المحاضرة السادسة: طرق جمع البيانات |
| **المراجع** |
| **English Books:** 1- Shukla, Paurav and Vantus Publishing. Marketing Research, 2008.  **كتب عربية:**1- وهيبة، مقدم: بحوث التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و المالية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد ابن باديس، 2019. 2- ليندة، فريحة: دروس في مقياس بحوث التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945- قالمة، 2018. 3- قرطام، وائل: بحوث التسويق النظريات العلمية والتطبيقات الإدارية، كلية التجارة، جامعة القاهرة، 2017.  |