

**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 المعاينة  المحاضرة الثامنة: طرق المعاينة  المحاضرة التاسعة: تجهيز البيانات  المحاضرة العاشرة: تحليل البيانات  المحاضرة الحادية عشرة: تقرير البحث التسويقي  المحاضرة الثانية عشرة: الإطار الميداني لبحوث التسويق | المحاضرة الأولى: مدخل لبحوث التسويق  المحاضرة الثانية: أنواع بحوث التسويق  المحاضرة الثالثة: مجالات بحوث التسويق  المحاضرة الرابعة: مراحل تصميم البحث التسويقي  المحاضرة 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. | | |