

عنوان اللىسانس: تسويق

السداسي: الخامس

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 1.3

اسم المادة: بحوث التسويق 1

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

### أهداف التعليم

- تبني المنهجية العلمية لجمع البيانات التسويقية الموجهة لحل مشكلة تسويقية من أجل تسهيل اتخاذ القرار على رجل التسويق.
- تحديد معالم المشكلة التسويقية والتميز بين مشكلة البحث التسويقي ومشكلة القرار التسويقي.
- التعرف على مصادر البيانات والأساليب المناسبة لجمعها.
- التعرف على مراحل انجاز البحث التسويقي.

### المعارف المسبقة المطلوبة

أساسيات التسويق 1 و 2

### محتوى المادة:

- المحور الأول: مفاهيم عامة حول بحوث التسويق
- المحور الثاني: مفاهيم عامة حول نظام المعلومات التسويقي
- المحور الثالث: مصادر معلومات بحوث التسويق
- المحور الرابع: أنواع بحوث التسويق
- المحور الخامس: أدوات بحوث التسويق
- المحور السادس: مجالات بحوث التسويق
- المحور السابع: خطوات اعداد بحوث التسويق

طريقة التقييم: تقييم مستمر + إمتحان نهائي ويقاس معدل المادة بالوزن الترجيحي للدروس (60%) والأعمال الموجهة (40%)

#### المراجع:

1. ثامر البكري ، بحوث التسويق: أسس وحالات ، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009
2. علي فلاح الزعبي(2010)، مناهج وأساليب البحث العلمي في ميدان التسويق، دار المسيرة، عمان، الأردن،
3. ناجي معلا (2006)، بحوث التسويق: مدخل منهجي تحليلي، دار وائل للنشر، عمان، الأردن .
4. B.Wrenn, R.Stevens &D.Louden(2002), Marketing research: Text and cases, Haworth Press Inc, New York,US
5. J.L.Giannelloni & E.Vernette(2012), Etudes de marché, Vuibert, 3é edition, Paris, France.
6. A.Jolibert & Ph.Jourdan (2011), Marketing Research, 1ère édition, Dunod, Paris, France.

## أهداف التعليم :

يهدف هذا المقرر الى تعريف الطالب ببحوث التسويق مع تمكينه من القدرة على القيام بالبحث التسويقي ودراسة السوق و مساعدته على التعرف على كيفية جمع وتحليل البيانات التسويقية المتحصل عليها من السوق.

## المعارف المسبقة المطلوبة :

- التسويق؛
- نظم المعلومات التسويقية.

## محتوى المادة:

1. مدخل لبحوث التسويق
2. أنواع بحوث التسويق
3. أدوات بحوث التسويق
4. مجالات بحوث التسويق
5. خطوات اعداد البحث التسويقي

## طريقة التقييم:

60% للامتحان

40% للمراقبة المستمرة

## المراجع:

- Allenby, Greg M. & Brazell, Jeff D. Seven Sammits of Marketing Research : Decision-Based Analytics for Marketing's Toughest Problems (2016).
- Arkkelin, Daniel. Using SPSS to Understand Research and Data Analysis, Valparaiso University (2014).
- Malhotra, Naresh K. & Baalbaki, Imad B. & Bechwati, Nada Nasr. Marketing Research (Pearson Education, Inc., 2013).
- Proctor, Tony & Jamieson, Barbara. Marketing Research, Edinburgh Business School, Heriot-Watt Universit (United Kingdom : 2012).

