

عنوان اللىسانس: تسويق

السداسي: السادس

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الرمز: وت أس 1.3

اسم المادة: بحوث التسويق 2

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.
- لقدرة على تصميم قائمة الاستقصاء واختيار العينة المناسبة لتنفيذ البحث.
- تحليل النتائج باستعمال الأدوات الاحصائية المناسبة، وكتابة التقرير التسويقي

المعارف المسبقة المطلوبة: أساسيات التسويق 1 و 2، الاحصاء الوصفي والتطبيقي

محتوى المادة:

المحور الأول: تحديد مشكلة البحث وفرضياته

المحور الثاني: الدراسات الكمية (تصميم الاستبيان وطرق جمع البيانات الكمية)

المحور الثالث: الدراسات الكيفية (طرق جمع البيانات الكيفية وادواتها)

المحور الرابع: طرق المعاينة في بحوث التسويق

المحور الخامس: طرق جمع البيانات التسويقية المحددة في المحور الثاني والثالث

المحور السادس: معالجة البيانات المحصلة من البحث التسويقي

المحور السابع: القياس في بحوث التسويق (تطبيق التحليل الاحصائي متعدد المتغيرات على البيانات التسويقية)

المحور الثامن: تفسير البيانات (تحليل وتفسير النتائج في سياق فرضيات البحث)

المحور التاسع: اعداد التقرير النهائي

طريقة التقييم:

تقييم مستمر + امتحان 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. JL.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.

