

عنوان اللىسانس: تسويق رقمي

السداسي: السادس

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

الرمز: وت م 2.3

اسم المادة: بحوث التسويق الرقمي

الرصيد: 05

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم:

- تحديد معالم المشكلة التسويقية والتمييز بين مشكلة البحث التسويقي ومشكلة القرار التسويقي.
- التعرف على مصادر البيانات والأساليب المناسبة لجمعها.
- التعرف على مراحل انجاز البحث التسويقي.

المعارف المسبقة المطلوبة :

يتوجب على الطالب أن يكون ملما بأساسيات التسويق الذي تم تناولها في السداسي 03 و 04 والتسويق الرقمي 1 التي تم تناولها في السداسي 05 ليسانس.

محتوى المادة:

- البحث التسويقي من البيئة التقليدية إلى البيئة الرقمية
- أخلاقيات البحث التسويقي الالكتروني
- تصميم البحث التسويقي
- أنواع البحث التسويقي
- طرق جمع البيانات في البيئة التقليدية
- طرق جمع البيانات في البيئة الرقمية
- تصميم الاستبيان عبر الانترنت
- القياس في بحوث التسويق
- قياس الاتجاهات
- تقنيات المعاينة
- تجهيز وتشغيل البيانات

- تحليل البيانات
- كتابة التقرير النهائي

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

المراجع: (كتب ومطبوعات ، مواقع/انترنت، إلخ)

1. جوزيف ف. هير وآخرون ، بحوث التسويق في بيئة المعلومات الرقمية، دار المريخ للنشر الرياض 2015
2. كنير توماس، تايلور، جيمس رونالد ، بحوث التسويق : مدخل تطبيقي، دار المريخ للنشر الرياض 1993
3. Joshua Grossnickle, Oliver Raskin - The Handbook of Online Marketing Research_ Knowing Your Customer Using the Net-McGraw-Hill (2000)
4. Malhotra Naresh K. et Birks David F: Marketing Research An Applied Approach, 7th edition, Pearson Education, Harlow, England, 2020.
5. A.Jolibert & Ph.Jourdan (2011), Marketing Research, 1ère édition, Dunod, Paris, France.