

عنوان اليسانس: تسويق

السداسي: الخامس

اسم الوحدة: وحدة التعليم المنهجية

الرمز: وت أس 1.3

اسم المادة: تحليل البيانات التسويقية

الرصيد: 04

المعامل: 02

نمط التعليم: حضوري

أهداف التعليم :

يهدف هذا المقرر الى اعطاء الطالب لمحة وافية عن طرق تحليل البيانات التسويقية باستخدام الحاسوب. وتتضمن المادة تعريفًا بالبيانات وطرق جمعها المختلفة، أنواع البيانات الكمية والنوعية، أيضًا تعريفًا بالمقاييس وأنواعها وكيفية تصميم الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات الكمية. كما يميز المقرر بين طرق التحليل الوصفي وطرق التحليل الاستدلالي . يشرح المقرر أيضًا كيفية اختبار الفرضيات. ويتناول كيفية تطبيق مجموعة واسعة من طرق التحميل الاحصائي في **spss** . كتحليل كاي مربع وتحليل **t** للعينات الواحدة وللعينات المستقلة وللعينات المزدوجة وتحليل التباين والارتباط الخطي والانحدار البسيط والمتعدد والتحليل العاملي.

المعارف المسبقة المطلوبة :

– الاحصاء؛

– التسويق.

محتوى المادة:

1. طرق جمع البيانات التسويقية

2. الاستبانة والمقاييس

3. مدخل الى تحليل البيانات باستخدام برنامج **spss**

4. مدخل الى التحليل الوصفي

5. جدول التقاطع واختبار كاي مربع

6. اختبار الفرضيات واختبار **t**

7. تحليل التباين

8. تحليل الارتباط الخطي

9. تحليل الانحدار الخطي

10. التحليل العاملي

طريقة التقييم:

60% للامتحان

40% للمراقبة المستمرة

المراجع:

- Marko Sarstedt, Erik Mooi, A Concise Guide To Market Research : the process, Data , and Methods Using IBM SPSS Statistics, Springer Edition, 2019.
- Manu Carricano, Fanny Poujol, Analyse des donnees avec SPSS , Collection Synthex, Pearson education , 2009.
- رامي صلاح جبريل ، تحليل البيانات خطوة بخطوة في SPSS ، النسخة الاولى، دار الكتب الوطنية، بنغازي ، ليبيا، 2020.

