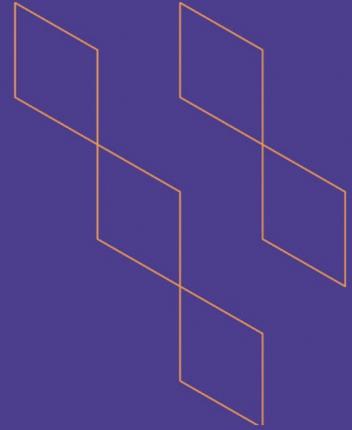




توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)



اسم المقرر: بحوث التسويق
رمز المقرر: 25142 تسق
البرنامج: التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: العلوم الإدارية
الكلية: التطبيقية
المؤسسة: جامعة بيشة
نسخة التوصيف: 2
تاريخ آخر مراجعة: 27-8-2023





جدول المحتويات

- 3..... أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:
- 4..... ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:
- 5..... ج. موضوعات المقرر
- 5..... د. أنشطة تقييم الطلبة
- 6..... هـ. مصادر التعلم والمرافق:
- 6..... و. تقويم جودة المقرر:
- 7..... ز. اعتماد التوصيف:



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: 1. التعريف بالمقرر الدراسي

1. الساعات المعتمدة: (2)

2. نوع المقرر

أ -	<input type="checkbox"/> متطلب جامعة	<input type="checkbox"/> متطلب كلية	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص	<input type="checkbox"/> متطلب مسار	<input type="checkbox"/> أخرى
ب -	<input checked="" type="checkbox"/> إجباري	<input type="checkbox"/> اختياري			

3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السنة الأولى المستوى الثاني)

4. الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر تعريف بحوث التسويق، وأهمية بحوث التسويق لمتخذ القرار التسويق في منظمات الأعمال، والعمليات الخاصة بتنظيم بحوث التسويق، إضافة إلى أنواع البحوث التسويقية المستخدمة وتصنيفاتها المختلفة، وكيفية تحديد مشكلة البحث التسويقي وأهدافه ووضع الفروض، وتحديد نوع ومصادر البيانات وتحديد مجتمع البحث ونطاقه، ثم خطوات وطرق وأساليب اختيار العينة المناسبة. بالإضافة إلى طرق وأدوات جمع البيانات الأولية والثانوية، وكذا طرق تجهيز البيانات وأساليب تحليلها. وأخيراً كيفية توثيق المعلومات وتقديم التقرير النهائي والتوصيات.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

مقرر مبادئ التسويق.

6- المتطلبات المترتبة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا يوجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

يوضح هذا المقرر للطالب المفاهيم والمراحل الأساسية لبحوث التسويق ودورها في البيئة الحديثة للأعمال، فضلاً عن إكسابهم مهارة تصميم البحوث التسويقية من خلال تحديد مشكلة تسويقية واقعية وإتباع الخطوات الأساسية مروراً بتحديد مجتمع وعينة البحث وجمع البيانات ثم تحليلها وتقديم النتائج والتوصيات عن هذه المشكلة التسويقية وكيفية استخدامها في إطار إستراتيجيات المنشأة.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم التقليدي	30	100%
2	التعليم الإلكتروني	/	/
3	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	/	/
4	التعليم عن بعد	/	/

3. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	30	100%
2	معمل أو إستوديو	/	/
3	ميداني	/	/
4	دروس إضافية	/	/
5	أخرى	/	/
الإجمالي		30	100%

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	التعرف على مفاهيم بحوث التسويق.	٢٤،١٤	محاضرات. مناقشة جماعية.	الاختبارات (التحريرية والشفهية).
1.2	التعرف على أهمية بحوث التسويق على مستوى منظمات الأعمال والدولة	٢٤،١٤	محاضرات. مناقشة جماعية.	الاختبارات (التحريرية والشفهية).
1.3	التعرف على الاستخدامات الإدارية لبحوث التسويق.	٣٤	محاضرات. مناقشة جماعية.	الاختبارات (التحريرية والشفهية).
1.4	التعرف على أنواع البحوث التسويقية ومراحل إجرائها، من خلال الفهم الصحيح لخطواتها	٣٤	محاضرات. مناقشة جماعية.	الاختبارات (التحريرية والشفهية).
2.0	المهارات			
2.1	اكتساب الطالب مهارة اكتشاف وتشخيص وتحليل المشاكل التسويقية، وكيفية دراستها، وطرق جمع البيانات المطلوبة، وتحديد المجتمع وحجم العينة المناسب وكيفية إختيارها، وتجهيز وتحليل البيانات، ثم عرض النتائج والتوصيات.	٣م، ٢م، ١م	المحاضرة- المناقشة والحوار والعصف الذهني. التعلم من الأقران.	تقييم الواجبات. تقييم المشاركة والحالات المقدمة.
2.2	اكتساب مهارات إجراء المقابلات الشخصية لجمع المعلومات من الميدان.	١م	المحاضرة- المناقشة والحوار والعصف الذهني. التعلم من الأقران.	تقييم الواجبات. تقييم المشاركة والحالات المقدمة.
2.3	اكتساب الطالب مهارة استخدام الأساليب الإحصائية	٣م	المحاضرة- المناقشة والحوار	تقييم الواجبات.

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
	لتحليل البيانات واختبار الفرضيات وعرض نتائجها.		والعصف الذهني. التعلم من الأقران.	تقييم المشاركة والحالات المقدمة.
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	القدرة على ابتكار الحلول العملية للمشاكل التسويقية مستفيداً من خطوات بحوث التسويق من تحديد المشكلة التسويقية مروراً بتحديد مجتمع وعينة البحث وجمع البيانات ثم تحليلها وتقديم النتائج التوصيات عن هذه المشكلة التسويقية.	ق ١، ٢	واجبات جماعية	تقييم المشروع البحثي
3.2	القدرة على التواصل الفعال شفهاً وكتابياً والعمل بشكل قيادي وجماعي	ق ٢، ٣	التعليم التعاوني	تقديم عرض
3.3	القدرة على تحمل المسؤولية وتعليم الذات من خلال البحث والتطوير وإيجاد الحلول	ق ٣، ٤	البحوث والمشاركات	تقييم المشروع البحثي

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	بحوث التسويق: مقدمة عن أهمية وتعريف بحوث التسويق، نظام المعلومات التسويقي	2
2	تنظيم البحث التسويقي.	2
3	أنواع البحوث.	2
4	الطريقة العلمية وأساليب البحث العلمي.	2
5	القياس في بحوث التسويق	2
6	تحديد مجتمع البحث ونطاقه والعينة.	2
7	أنواع العينات	3
8	جمع البيانات التسويقية.	3
9	مراجعة وتصنيف البيانات التسويقية	3
10	تحليل البيانات التسويقية وتفسيرها.	3
11	إعداد التقرير النهائي وتقديم التوصيات	3
12	توثيق المراجع	3
	المجموع	30

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	اختبار تحريري فصلي أول .	الأسبوع السادس	15 %
2	اختبار فصلي ثاني	الأسبوع العاشر	15 %
3	واجبات + كويات + مشاركات.	خلال الفصل الدراسي	20%
4	اختبار تحريري نهائي .	الأسبوع العشر	50%

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره).

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	ناجي معلا. بحوث التسويق، مدخل منهجي تحليلي، دار وائل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨ .
المراجع المساندة	حميد الطائي، بحوث التسويق، مدخل نظري وتطبيقي، دار اليازوري، ٢٠٠٨ . محمود صادق بازرعة، بحوث التخطيط للتسويق والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية، مكتبة العبيكان، الرياض ، 1996 . عبد الحميد صفوت إبراهيم، البحث العلمي مفهومة، أدواته، تصميمه، الناشر: دار الزهراء للنشر والتوزيع، 2012م William G. Zikmund, (2013), "ExploringMarketing Research", (10Ed), Zikmund Babin, South-Western, Cengage Learning
المصادر الإلكترونية	
أخرى	

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعات دراسية مجهزة تتسع لـ 60 طالب أو طالبة وموصلة علي الانترنت.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	حاسب آلي، داتا شوا وسبورة ذكية.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	اقلام وورق .

و. تقويم جودة المقرر:

مجال التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلبة + رئيس القسم + والتقييم الذاتي	مباشر عن طريق الاستبيانات - وغير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج
فاعلية طرق تقييم الطلاب	الطلبة - أعضاء هيئة التدريس- رئيس القسم	مباشر عن طريق الاستبيانات - وغير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج
مصادر التعلم	المرجع النظري - استاذ المقرر - الطلاب	مباشر عن طريق المقارنات المرجعية - وتحديث المراجع



طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
غير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج	استاذ المقرر - رئيس القسم	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
		أخرى

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها)).
طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

الكلية التطبيقية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
30-8-2023	تاريخ الجلسة

