



توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)

اسم المقرر: بحوث التسويق
رمز المقرر: 425 تسق-2
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الالكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الالكترونية
الكلية: إدارة الاعمال
المؤسسة: جامعة نجران
نسخة التوصيف: الثانية
تاريخ آخر مراجعة: 24-8-1445 هـ



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.....
- 5..... 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 ساعة)

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: (المستوى السادس)

4. الوصف العام للمقرر

يتناول هذا المقرر تعريف بحوث التسويق، وأهميته لمتخذ القرار التسويقي في منظمات الأعمال الربحية وغير الربحية، والعمليات الخاصة بتنظيم بحوث التسويق، إضافة إلى أنواع البحوث التسويقية المستخدمة وتصنيفاتها المختلفة وأدوات جمع البيانات الأولية والثانوية، العينات وأنواعها. إضافة إلى مراحل إعداد البحث التسويقي بدءاً من تحديد وصياغة المشكلة والفرضيات وصياغة الإطار النظري والتحليل والبيانات اللازمة لإتمام البحث التسويقي ومصادرها، واستخدام المنهج العلمي في إدارتها، ومعرفة آليات القياس المستخدمة في التحليل وكتابة التقرير النهائي.

5- المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت)

309 تسق-3

6- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت)

لا توجد

7. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف هذا المقرر إلى إعطاء الطالب فكرة شاملة عن البحث التسويقي، بحيث يكون قادراً على القيام بالأبحاث التسويقية وفق الأسس العلمية الصحيحة عند اجتياز المقرر بنجاح.

2. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	التعليم التقليدي	30 ساعة	%100
2	التعليم الإلكتروني		

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
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	يعرف: المفاهيم والمصطلحات المرتبطة بالمقرر.	1ع	المحاضرات - العصف الذهني والمناقشة والحوار -التعلم الذاتي - عروض تقديمية	الاختبارات الفصلية والنهائية
1.2	يذكر: أنواع العينات , أنواع البيانات , طرق جمع البيانات , مكونات نظم المعلومات التسويقية... الخ	3ع	المحاضرات- التعلم الذاتي-العصف الذهني - الحوار والمناقشة - عروض تقديمية - اسلوب حل المشكلات	الاختبارات الفصلية والنهائية
2.0	المهارات			
2.1	يطبق : خطوات البحث التسويقي , أدوات جمع البيانات ... الخ	1م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار.	الاختبارات الفصلية والنهائية
2.2	يحلل: معوقات كتابة البحث التسويقي وكيفية معالجتها , أنواع البحوث... الخ.	2م	المحاضرات- التعلم الذاتي-التعلم التعاوني - المناقشة والحوار	الاختبارات الفصلية والنهائية
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			

الرمز	نواتج التعلم	رمز نتائج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
3.1	قدرة الطالب على استخدام شبكة المعلومات والتقنية الحديثة لعرض الواجبات.	ق1	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
3.2	القدرة على ان يسأل شفها وكتابيا في مجال بحوث التسويق	ق2	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات
...	اظهار سلوك التفاعل والتعامل بإيجابية مع الهيئة الأكاديمية والأنشطة الطلابية المختلفة	ق3	التعلم الذاتي - التعلم التعاوني	تقييم الواجبات والمناقشات والسمنارات

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	الفصل الأول: اسس ومفاهيم أولية	3
2	الفصل الثاني: نظم المعلومات التسويقية	3
3	الفصل الثالث: بيئة البحوث التسويقية	3
4	الفصل الرابع: انواع البحوث التسويقية	3
5	الفصل الخامس: مصادر وجمع البيانات	3
6	الفصل السادس: العينات وانواعها في البحوث التسويقية	3
7	الفصل السابع: فن واعداد وتصميم البحوث التسويقية (عملي)	3
8	الفصل الثامن: القياس وادواته في البحوث التسويقية	3
9	الفصل التاسع: بحوث التسويق الدولي	3
10	الفصل العاشر : بحوث الإعلانات	3
المجموع		30

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	إختبار تحريري فصلي	الأسبوع الثامن	30%
2	واجبات	على مدار الفصل الدراسي	20%
3	إختبار تحريري نهائي	يحدد من إدارة القبول و التسجيل	50%

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

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

بحوث التسويق ، مدخل منهجي تحليلي، د. ناجي ذيب معلا. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان |، الاردن، 2014

المرجع الرئيس للمقرر

بحوث التسويق (مدخل منهجي وتطبيقي). دكتور علي فلاح الزعبي، الطبعة الاولى، 2010، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الاردن.	المراجع المساندة
1- رابط المكتبة الرقمية السعودية https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx	المصادر الإلكترونية
2- رابط مكتبة الملك فهد الوطنية https://www.kfnl.gov.sa	
لا توجد	أخرى

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

متطلبات المقرر	العناصر
قاعة دراسية تتسع ل 40 طالب	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
جهاز عرض البيانات مرفق معه جهاز كمبيوتر	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
طابعة وسبورة مع أقلام وماسحة سبورة.	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر: الطلاب يقومون بتقييم فاعلية التدريس من خلال الاستبانة الدورية لكل فصل + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتقييم النماذج المقدمة من أعضاء هيئة التدريس حول انضباط العملية التدريسية وفق معايير محددة.	الطلاب + لجنة الخطط والمناهج	فاعلية التدريس
مباشر: الاختبارات والتكاليف + تقرير لجنة المقررات المشتركة + تقرير لجنة الخطط والمناهج حول عدالة التقييم ومطابقتها للمعايير (مثل اتساق أسئلة الاختبارات مع نواتج التعلم الموجودة في توصيف المقرر وتحديد ذلك في الورقة الاختبارية).	عضو هيئة التدريس + لجنة المقررات المشتركة + لجنة الخطط والمناهج	فاعلية طرق تقييم الطلاب
غير مباشر: استطلاع رأي أعضاء هيئة التدريس والطلاب حول تقييم مصادر التعلم والمرافق والتجهيزات	أعضاء هيئة التدريس + الطلاب	مصادر التعلم
غير مباشر: عضو هيئة التدريس يقوم بتعبئة مصفوفة قياس مدى تحقق نواتج تعلم المقرر + لجنة الخطط والمناهج تقوم بتجميع تقارير المقررات وتقيس مدى تحقق نواتج تعلم البرنامج ككل.	عضو هيئة تدريس + لجنة الخطط والمناهج	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
مباشر: تصحيح الاختبار النهائي من عضو نظير	عضو هيئة تدريس نظير	أخرى

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



ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم التسويق والتجارة الالكترونية	جهة الاعتماد
	رقم الجلسة
	تاريخ الجلسة

