

Republic of Yemen



الجمهورية اليمنية

جامعة الأندلس للعلوم والتقنية

مواصفات مقرر: بحوث التسويق

صنعا 2016

الصفحة 1 من 13

كلية:	توصيف مقرر: سلوك المستهلك	قسم: التسويق
-------	---------------------------	--------------

أولاً: المعلومات العامة عن المقرر: سلوك المستهلك					
1.	اسم المقرر:	سياسات التسعير			
2.	رمز المقرر ورقمه:				
3.	الساعات المعتمدة:	محاضرة	سمنار	عملي	تدريب
		3			
		الإجمالي			
		3			
4.	المستوى والفصل الدراسي:	الثالث - الفصل الاول			
5.	المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):				
6.	المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):	بحوث التسويق			
7.	البرنامج/التي يتم فيها تدريس المقرر:	برنامج ادارة التسويق			
8.	لغة تدريس المقرر:	اللغة العربية			
9.	نظام الدراسة:	التعليم عن بعد			
10.	أسلوب الدراسة في البرنامج:				
11.	مكان تدريس المقرر:	الحرم الجامعي			
12.	اسم معد مواصفات المقرر:	د. جبر عبد القوي السنباني			
13.	تاريخ اعتماد مجلس الجامعة:	2016م			

ثانياً: وصف المقرر:
تعتبر بحوث التسويق بمثابة عملية منتظمة للحصول على المعلومات اللازمة للمساعدة في صنع القرارات التسويقية وتحسين المعرفة بالمستهلكين. ويقدم هذا المقرر مجموعة من الأبعاد المتعلقة بمدى واسع من أنشطة بحوث التسويق داخل المنظمات. لذا سوف يكتسب الطالب الخبرة اللازمة في البحوث التسويقية النوعية والكمية.
ثالثاً: مخرجات التعلم:
يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان:
A المعرفة والفهم
1. التعرف على اهمية بحوث التسويق
2. تحديد مراحل بحوث التسويق.
3. توضيح مميزات و عيوب الأنواع المختلفة من البحوث
4. توضيح مميزات و عيوب الأنواع المختلفة من البحوث

B المهارات الذهنية

1. فهم كيفية تصميم قوائم الاستبيان.
2. مقارنة مراحل بحوث التسويق.
3. شرح مميزات وعيوب الأنواع المختلفة من البحوث.

C المهارات العملية المهنية

1. حملُ مسؤولية تعلمهم الذاتي و الاستمرار في التطوير الشخصي والمهني.
2. العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجة.
3. التصرّفُ بمسؤولية في العلاقات الشخصية والمهنية.

D المهارات العامة

1. القدرة على تقديم عروض شفوية واستخدام وسائل العرض المختلفة وكذلك تقديم عروض مكتوبة بشكل جيد.
2. توضيح مدى كون التقرير البحثي التسويقي كأداة هامة للتعبير عن كامل جهود البحث التسويقي.
3. التواصل الشفهيّ والكتابي بشكلٍ فعّالٍ مع البيئة المحيطة.

رابعاً: موازنة مخرجات التعلم باستراتيجيات التدريس والتقييم

أولاً: موازنة مخرجات تعلم المقرر (المعارف والفهم) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر / المعرفة والفهم	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
<ol style="list-style-type: none"> 1. التعرف على أهمية بحوث التسويق 2. تحديد مراحل بحوث التسويق. 3. توضيح مميزات وعيوب الأنواع المختلفة من البحوث 4. توضيح مميزات وعيوب الأنواع المختلفة من البحوث 	<ul style="list-style-type: none"> ● المحاضرات ● المناقشة الجماعية ● التمارين أثناء المحاضرات وحلها لمعرفة الطالب المتابع والفاهم من غيره. 	<p>اختبارات نظرية. مشاركة. واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية.</p>

خامساً: موازنة مخرجات تعلم المقرر (المهارات الذهنية) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر/ المهارات الذهنية	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
<ol style="list-style-type: none"> 1. فهم كيفية تصميم قوائم الاستبيان. 		

توصيف مقرر:

اختبارات نظرية. مشاركة. واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية	المحاضرات التقارير المنزلية للطلاب المناقشة الجماعية	2. مقارنة مراحل بحوث التسويق. 3. شرح مميزات وعيوب الأنواع المختلفة من البحوث
---	--	---

سادسا: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات المهنية والعملية) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
1. حمل مسؤولية تعلمهم الذاتي و الاستمرار في التطوير الشخصي والمهني. 2. العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجة. 3. التصرف بمسؤولية في العلاقات الشخصية والمهنية.	المحاضرات المناقشة الجماعية البروجكتر	اختبارات نظرية. مشاركة. واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية

سابعا: مواعمة مخرجات تعلم المقرر (المهارات العامة) باستراتيجية التدريس والتقييم:

مخرجات المقرر/ العامة	استراتيجية التدريس	استراتيجية التقييم
1- القدرة على تقديم عروض شفوية واستخدام وسائل العرض المختلفة وكذلك تقديم عروض مكتوبة بشكل جيد. 2- توضيح مدى كون التقرير البحثي التسويقي كأداة هامة للتعبير عن كامل جهود البحث التسويقي. 3- التواصل الشفهي والكتابي بشكل فعال مع البيئة المحيطة.	المناقشة الجماعية الابحاث بروجكتر محاضرات	اختبارات نظرية. مشاركة. واجبات/ حالات عملي مشاريع تطبيقية

ثامناً: موضوعات المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.

المخرجات	الساعات الفعلية	عدد الأسابيع	المواضيع	الرقم
A1,A2A3.A4, B1,B2.B3C1. C2.C3D1.D2.	3	1	مقدمة عن بحوث التسويق توضيح عملية إجراء بحوث التسويق	1
A1,A2.A4,B 1,B2.B3C1. C2.C3D1.D .2			توصيف خصائص بحوث التسويق تعريف المشكلة وتحديد أهداف البحث التعرف على كيفية تصميم البحث استخدام مصادر البيانات الثانوية وقواعد البيانات عبر الانترنت.	2
A1,A2A3.A 4,B1,B2. C1.C2.C3D			التعرف على مصادر موحدة للبيانات استخدام أساليب البحث الاستكشافي والكيفي	3
A1,A2A3.A 4,B1,B2.B3 C1.C2.C3D .1.D2	3	2	تقييم أساليب جمع البيانات معرفة أدوات القياس في بحوث التسويق	4
A1,A2A3.A 4,B1,B2.B3 C1.C2.C3D .1.D2			إعداد الأسئلة وتصميم قوائم الاستقصاء ، تحديد كيفية اختيار العينة	5
A1,A2A3.A 4,B1,B2.B3 C1.C2.C3D. .D2	3	3	تحديد حجم المعاينة التعامل مع العمل الميداني والقضايا المتعلقة بجودة البيانات	6
A1,A2A3.A 4,B1,B2.B3 C1.C2.C3D .1.D2			تطبيق أساليب التحليل الوصفي	7
A1,A2.A3.A 4,B1,B2.B3 .C1.C2.C3D	3	4	أداء تقديرات مجتمع البحث واختبارات الفروض	8
A1,A2A3.A 4,B1,B2.B3 C1.C2.C3D			تطبيق اختبارات الفروق الأساسية	9
A1,A2A3.A4,B 1,B2.B3C1.C2. .C3.D1.D3	3	5	استخدام اختبارات الارتباط فهم أساسيات تحليل الانحدار	10
	15	5	إجمالي الأسابيع والساعات	

تاسعا: استراتيجيات التدريس:	
محاضرات.	
تطبيق عملي في المعمل.	
واجبات منزلية	
مناقشة جماعية	
تكاليف جماعية	

I. التعيينات والتكليفات:				
الرقم	التكليف/النشاط	مخرجات التعلم	الأسبوع	الدرجة
1	حل تدريبات وحدات المرجع الرئيسي	جميع المخرجات	نهاية كل وحدة موضوعية	10 درجات بنسبة 10%

عاشرا: تقويم التعلم:					
الرقم	أنشطة التقويم	الأسبوع	الدرجة	نسبة الدرجة إلى درجة التقويم النهائي	المخرجات التي يحققها
1	التكاليف	جميع الأسابيع	10	10%	جميع المخرجات
2	الأنشطة	جميع الأسابيع	10	10%	جميع المخرجات
3	الاختبار النصفى	الأسبوع 3	20	20%	جميع المخرجات
4	الاختبار النهائي	الأسبوع الأخير	60	60%	جميع المخرجات
	المجموع		100	100%	

الحادي عشر: مصادر التعلم:	
المراجع الرئيسية: (لا تزيد عن مرجعين)	
Marketing Research, by Burns, A. C. and Bush, R. F., Published by: Prentice Hall, 6th edition (2010).	
المراجع المساعدة	
Discovering Statistics Using SPSS, by Field, A., Published by: Sage Publications, 3th edition ((2009).	
Marketing Research, International Student Version, by McDaniel, C. and Gates, R., Published by: (Wiley Publishing, 8th Edition with SPSS (2010).	
مواد إلكترونية وإنترننت: (إن وجدت)	
1- المجلات والدوريات والمواقع الإلكترونية.	

الثاني عشر: الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر.
--

توصيف مقرر:

بعد الرجوع للوائح الجامعة يتم كتابة السياسة العامة للمقرر فيما يتعلق بالآتي:	
1.	الحضور والغياب: كما في اللائحة لشؤون الطلاب
2.	الحضور المتأخر: يمنع الطالب من دخول المحاضرة اذا تكرر حضوره المتأخر اكثر من مرة.
3.	ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في اللائحة.
4.	التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
5.	الغش: يحرم من مقرر الغش ومادة قبل ومادة بعد.
6.	الانتحال: يفصل سنه من الدراسة.
7.	سياسات أخرى:

خطة مقرر: بحوث التسويق

I. معلومات عن مدرس المقرر:						
الساعات المكتبية (3 /أسبوعيا)					د. جبر عبد القوي السنباني	
الاسم						
المكان ورقم الهاتف						
البريد الإلكتروني						
السبت	الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	

II. معلومات عامة عن المقرر:						
بحوث التسويق					1. اسم المقرر:	
					2. رمز المقرر ورقمه:	
المجموع	الساعات				3. الساعات المعتمدة للمقرر:	
	تدريب	عملي	سمنار	نظري		
3				3	4. المستوى والفصل الدراسي:	
المستوى الثالث الفصل الاول					5. المتطلبات السابقة لدراسة المقرر(إن وجدت):	
لا يوجد					6. المتطلبات المصاحبة لدراسة المقرر(إن وجدت):	
بكالوريوس تسويق					7. البرنامج/ البرامج التي يتم فيها تدريس المقرر:	
قاعات قسم التسويق					8. لغة تدريس المقرر:	
د. جبر عبد القوي السنباني أ					9. مكان تدريس المقرر:	

ثانياً: وصف المقرر:

تعتبر بحوث التسويق بمثابة عملية منتظمة للحصول على المعلومات اللازمة للمساعدة في صنع القرارات التسويقية وتحسين المعرفة بالمستهلكين. ويقدم هذا المقرر مجموعة من الأبعاد المتعلقة بمدى واسع من أنشطة بحوث التسويق داخل المنظمات. لذا سوف يكتسب الطالب الخبرة اللازمة في البحوث التسويقية النوعية والكمية.

ثالثاً: مخرجات التعلم:

يتوقع من الطالب عند اكمال المقرر بنجاح ان يكون قادرا على ان:

A المعرفة والفهم

1. التعرف على اهمية بحوث التسويق
2. تحديد مراحل بحوث التسويق.
3. توضيح مميزات و عيوب الأنواع المختلفة من البحوث
4. توضيح مميزات و عيوب الأنواع المختلفة من البحوث

B المهارات الذهنية

1. فهم كيفية تصميم قوائم الاستبيان.
2. مقارنة مراحل بحوث التسويق.
3. شرح مميزات و عيوب الأنواع المختلفة من البحوث

C المهارات العملية المهنية

1. حملُ مسؤولية تعلمهم الذاتي و الاستمرار في التطوير الشخصي والمهني.
2. العمل في مجموعة بشكل فعال وممارسة القيادة عند الحاجة.
3. التصرّفُ بمسؤولية في العلاقات الشخصية والمهنية.

D المهارات العامة

1. القدرة على تقديم عروض شفوية واستخدام وسائل العرض المختلفة وكذلك تقديم عروض مكتوبة بشكل جيد.
2. توضيح مدى كون التقرير البحثي التسويقي كأداة هامة للتعبير عن كامل جهود البحث التسويقي.
3. التواصل الشفهيّ والكتابي بشكلٍ فعّالٍ مع البيئة المحيطة.

ثامناً: موضوعات المقرر الرئيسية والفرعية (النظرية والعملية) وربطها بمخرجات التعلم المقصودة للمقرر مع تحديد الساعات المعتمدة لها.				
المخرجات	الساعات الفعلية	عدد الأسابيع	المواضيع	الرقم
A1,A2A3.A4, B1,B2.B3C1. C2.C3D1.D2.	3	1	مقدمة عن بحوث التسويق توضيح عملية إجراء بحوث التسويق	1
A1,A2.A4,B 1,B2.B3C1. C2.C3D1.D .2			توصيف خصائص بحوث التسويق تعريف المشكلة وتحديد أهداف البحث التعرف على كيفية تصميم البحث استخدام مصادر البيانات الثانوية وقواعد البيانات عبر الانترنت.	2
A1,A2A3.A 4,B1,B2. C1.C2.C3D			التعرف على مصادر موحدة للبيانات استخدام أساليب البحث الاستكشافي والكيفي	3
A1,A2A3.A 4,B1,B2.B3 C1.C2.C3.D .1.D2	3	2	تقييم أساليب جمع البيانات معرفة أدوات القياس في بحوث التسويق	4
A1,A2A3.A 4,B1,B2.B3 C1.C2.C3D .1.D2			إعداد الأسئلة وتصميم قوائم الاستقصاء ، تحديد كيفية اختبار العينة	5
A1,A2A3.A 4,B1,B2.B3 C1.C2.C3D. .D2	3	3	تحديد حجم المعاينة التعامل مع العمل الميداني والقضايا المتعلقة بجودة البيانات	6
A1,A2A3.A 4,B1,B2.B3 C1.C2.C3D .1.D2			تطبيق أساليب التحليل الوصفي	7
A1,A2.A3.A 4,B1,B2.B3 .C1.C2.C3D	3	4	أداء تقديرات مجتمع البحث واختبارات الفروض	8
A1,A2A3.A 4,B1,B2.B3 C1.C2.C3D			تطبيق اختبارات الفروق الأساسية	9

الجانب العملي:			
كتابة تجارب (مواضيع / مهام) النشاط العملي			
الرقم	المهام / التجارب العملية	عدد الأسابيع	الساعات الفعلية
1	لا يوجد		
2			
3			
4			
5			
إجمالي الأسابيع والساعات			
10	استخدام اختبارات الارتباط فهم أساسيات تحليل الانحدار	5	A1,A2A3.A4,B 1,B2.B3C1.C2. .C3.D1.D3
إجمالي الأسابيع والساعات		5	15

III. استراتيجيات التدريس
المحاضرة، حل المشكلات، المجموعات، المناقشة، التدريبات، التطبيق العملي، الأبحاث والمشاريع، مناقشة جماعية، تكاليف فردية وجماعية

IV. التكاليفات / المهام:			
الرقم	التكليف/النشاط	الأسبوع	الدرجة (إن وجدت)
1	حل تدريبات وحدات المرجع الرئيسي	نهاية كل وحدة موضوعية	10 درجات بنسبة 10%

V. تقويم التعلم:				
الرقم	موضوعات التقويم	موعد التقويم/ اليوم والتاريخ	الدرجة	الوزن النسبي
1.	تدريبات الوحدات (1-)	نهاية كل وحدة	10	10%



توصيف مقرر:

2.	تدريبات الوحدات	جميع الأسابيع	10	10%
	الأنشطة	الأسبوع 5	20	20%
	جميع الوحدات	في الامتحانات	60	60%
	المجموع			

VI. مصادر التعلم:

1. المراجع الرئيسية:

Marketing Research, by Burns, A. C. and Bush, R. F., Published by: Prentice Hall, 6th edition (2010).

2. المراجع المساعدة:

Discovering Statistics Using SPSS, by Field, A., Published by: Sage Publications, 3th edition (2009).

Marketing Research, International Student Version, by McDaniel, C. and Gates, R., Published by: Wiley Publishing, 8th Edition with SPSS (2010).

3. مواد إلكترونية وإنترنت المجلات العملية والدوريات والمواقع الإلكترونية

VII. الضوابط والسياسات المتبعة في المقرر:

1.	الحضور والغياب: كما في لائحة شؤون الطلاب
2.	الحضور المتأخر: كما في لائحة شؤون الطلاب
3.	ضوابط الاختبارات والامتحانات: كما في لائحة شؤون الطلاب
4.	التكليفات / المهام والمشاريع: يسلم الطالب التكاليف في المحدد من قبل استاذ المادة وتعتبر غير مقبولة بعد الوقت المحدد.
5.	العش: كما في لائحة شؤون الطلاب
6.	الانتحال: كما في لائحة شؤون الطلاب
7.	سياسات أخرى:



توصيف مقرر: