



T-104
2022

توصيف المقرر الدراسي

اسم المقرر: تدريب بحوث التسويق
رمز المقرر: 442-تسق
البرنامج: بكالوريوس التسويق والتجارة الإلكترونية
القسم العلمي: التسويق والتجارة الإلكترونية
الكلية: كلية الأعمال
المؤسسة: كلية الأعمال
نسخة التوصيف: الأول
تاريخ آخر مراجعة: 1441/6/20





المحتويات:

الصفحة	المحتوى
3	أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي
3	1. الوصف العام للمقرر
3	2. الهدف الرئيس للمقرر
3	ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها
4	ج. موضوعات المقرر
4	د. أنشطة تقييم الطلبة
5	هـ. مصادر التعلم والمرافق
5	1. قائمة المراجع ومصادر التعلم
5	2. المرافق والتجهيزات المطلوبة
5	و. تقويم جودة المقرر
5	ز. اعتماد التوصيف



التعريف بالمقرر الدراسي			
1. الساعات المعتمدة:			3
2. نوع المقرر			
أ. متطلب جامعة	متطلب كلية	متطلب تخصص	متطلب مسار
ب. إجباري	اختياري	v	متطلب مسار
3. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر		السنة الرابعة – المستوى الثامن	
4. الوصف العام للمقرر الإشراف على إنجاز الطالب لبحث يتعلق بمشكلة تسويقية من خلال تحديد المشكلة و إجراء دراسات مكتبية و ميدانية و تحرير تقرير نهائي يستعرض النتائج النهائية و المقترحات المتعلقة بالمشكلة.			
5. المتطلبات السابقة لهذا المقرر (إن وجدت) بحوث التسويق 421 تسق-3			
6. المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر (إن وجدت) لا يوجد			
7. الهدف الرئيس للمقرر يهدف هذا المقرر إلى تمكين الطالب من تطبيق ما اكتسبه من مهارات في مادة بحوث التسويق من خلال إقتراح و تقديم حلول لمشكلة تسويقية معينة و تحرير تقرير نهائي.			

1. نمط التعليم

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
1	تعليم اعتيادي	2	67
2	التعليم الإلكتروني	1	33
3	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني	***	***
4	التعليم عن بعد	***	***

2. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
1	محاضرات	45	100
2	معمل أو إستوديو	***	***
3	ميداني	***	***
4	دروس إضافية	***	***
5	أخرى	***	***
	الإجمالي	45	100

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يستنتج من تحاليل تسويقية نتائج و توصيات	2ع	المحاضرات و المناقشة و الحوار	التقرير النهائي
2.0	المهارات			
2.1	يقيم الوضعيات التسويقية بإستعمال الأدوات التحليلية المناسبة	2م	حل مشكلات مشروعات صغيرة التعلم الذاتي	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية المناقشات
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
1.3	ينجز أبحاثا تسويقية في إستقلالية	1ق	حل مشكلات التعلم الذاتي مشروعات صغيرة	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية
2.3	يعمل في اطار فريق لإنجاز بحثا تسويقيا	2ق	حل مشكلات التعلم الذاتي مشروعات صغيرة	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية
3.3	يطور من قدراته في البحث و التحليل إعتمادا على التعلم الذاتي	3ق	حل مشكلات التعلم الذاتي مشروعات صغيرة	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية
4.3	يلتزم بالنزاهة العلمية	4ق	حل مشكلات التعلم الذاتي مشروعات صغيرة	التقارير التحليلية تقديم العروض الفردية أو جماعية

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	أساسيات بحوث التسويق تذكير بما تم تناوله في مقرر بحوث التسويق مراحل البحث التسويقي: مشكلة بحث – أهداف البحث – الدراسات المكتبية – صياغة الفروض – أساليب جمع البيانات – تحليل البيانات – تحرير التقرير	3
2	البحث التسويقي اقتراح الطلاب لموضوع البحث و تدارسه مع عضو هيئة التدريس تحديد مشكلة البحث و الأهداف الدراسات المكتبية	15



	صياغة الاطار النظري للدراسة (المتغيرات – العلاقات بينها)	
	تحديد العينة المستهدفة	
	تحديد طريقة جمع البيانات	
15	جمع البيانات و تحليل البيانات	
	العمل الميداني : توزيع الإستبانات	
	تقديم تقارير دورية حول التقدم في البحث	3
	تطبيق على برنامج SPSS	
	النتائج و الإستنتاجات و التوصيات	
12	تحرير التقرير النهائي	
	تحرير التقرير : الجانب النظري – الجانب التطبيقي – النتائج و الإستنتاجات و التوصيات	4
45	المجموع	

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار الفصلي	7	20
2	أعمال فصلية (واجبات، اختبارات ذاتية، أنشطة بحث، تمارين تطبيقية...)	من 1 الى 15	30
3	الاختبار النهائي	15	50

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

ه. مصادر التعلم والمرافق:

1. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

د سعيد العضاضي & د.عبد الله الغامدي(2018).بحوث التسويق، دار خوارزم للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، جدة، المملكة العربية السعودية	المرجع الرئيس للمقرر
د/ محمود صادق بازعة (2015). بحوث التسويق، للتخطيط و الرقابة و إتخاذ القرارات التسويقية، الطبعة الرابعة	المراجع المساندة
محمد عبيدات (2000). بحوث التسويق – أسس، المراحل و التطبيقات	المصادر الإلكترونية
تحدد بواسطة أستاذ المقرر (مواقع واب)	أخرى
المواقع الخاصة بالدراسات التسويقية PROQUEST – GOOGLE SCHOLAR – SCIENCE DIRECT	

2. المرافق والتجهيزات المطلوبة:



متطلبات المقرر	العناصر
قاعات مجهزة	المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)
عرض الشرائح على video projector	التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)
	تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)

و. تقويم جودة المقرر:

طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
استطلاعات الرأي	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – جهات التوظيف	فاعلية التدريس
استطلاعات الرأي المقابلات	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – جهات التوظيف	فاعلية طرق تقييم الطلاب
استطلاعات الرأي المقابلات الزيارات	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – الموظفون – المراجع المستقل	مصادر التعلم
استطلاعات الرأي	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – جهات التوظيف	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
استطلاعات الرأي المقابلات	قيادة البرنامج – الطلاب – الخريجون – هيئة التدريس – جهات التوظيف	أخرى

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

ز. اعتماد التوصيف:

مجلس القسم	جهة الاعتماد
الثامن	رقم الجلسة
1441/6/20هـ	تاريخ الجلسة