

نموذج (هـ)



المملكة العربية السعودية

جامعة الملك سعود  
وكالة الجامعة للشؤون التعليمية والأكاديمية  
إدارة الخطط والبرامج الدراسية

خطة المقرر  
Module Syllabus

Course title: Marketing Research	اسم المقرر: بحوث التسويق
Course number and code: MARR 2314	رقم المقرر ورمزه: ٢٣١٤ تسر
Prerequisite: MARR 1212	المتطلب السابق للمقرر: ١٢١٢ تسر
Medium of Instruction: Arabic	لغة تدريس المقرر: العربية
Course Level: 3	مستوى المقرر: الثالث
Credit Hours : 3 (2+1)	الساعات المعتمدة: ٣ (٢+١)

Module Description

وصف المقرر :

<p>This course concerns the use of marketing research as an aid to making marketing decisions. Accordingly, this course is appropriate for both prospective users of research results and prospective marketing researchers. During the course, a wide range of research methods will be discussed including in-depth interviews, focus groups, surveys and modeling, and their application to the services and non-profit sectors. Data sources and data collection methods will be also discussed. Students will have the opportunity to define a business problem, develop a research plan, collect and analyze data and present findings and their implications as a class project. In addition, student will acquire the skills in using SPSS for data analysis.</p>	<p>يتناول هذا المقرر استخدام أبحاث التسويق كأداة في اتخاذ القرارات التسويقية. فعلى وجه التحديد، يتناول كيفية جمع المعلومات المستخدمة لصنع قرارات التسويق وتحليلها. وبالتالي، فإن هذا المقرر يناسب كل من المستخدمين المحتملين لنتائج البحوث والباحثين التسويقيين المحتملين. خلال هذا المقرر، سيتم مناقشة مجموعة واسعة من أساليب البحث بما في ذلك المقابلات المتعمقة، ومجموعات التركيز، والدراسات الاستقصائية والنمذجة، وتطبيقها على الخدمات والقطاعات الغير الربحية. وسيتم أيضا مناقشة مصادر البيانات وطرق جمع البيانات. من هنا سيتاح للطلاب الفرصة لتعريف مشكلة الأعمال، ووضع خطة بحثية، وجمع وتحليل البيانات وتقديم النتائج وآثارها من خلال إعداد مشروع. إضافة إلى اكتساب الطالب مهارات استخدام برمجية SPSS في تحليل البيانات.</p>
---	---

Module Aims

أهداف المقرر :

<p>This course aims to provide students with a background in research methods, issues related to conducting marketing research, data analysis, and methods of evaluation related to marketing.</p>	<p>يهدف المقرر إلى تزويد الطلاب بخلفية في أساليب البحث، والقضايا المتعلقة بإجراء بحوث التسويق، وتحليل البيانات، وأساليب التقييم المتعلقة بالتسويق.</p>
--	--

كاسية المحفوظة  
قسم العلوم الإدارية

**Student Learning Outcomes:**

الأهداف التعليمية للمقرر:

يفترض بالطالب بعد دراسته لهذه المقرر أن يكون قادرا على:

**Upon satisfactory completion of this course, the student will be able to**

1. Discuss what market research is and how, why, and when it's useful.	١. مناقشة ما هي أبحاث السوق؟ وكيف ولماذا ومتى تكون مفيدة.
2. Identify a range of market research tools, designs, data collection and analysis, consider their strengths and weaknesses, and discuss when it would (and wouldn't) make sense to use each.	٢. تحديد مجموعة من أدوات أبحاث السوق، والتصاميم، وجمع البيانات وتحليلها، والنظر في نقاط القوة والضعف فيها، ومناقشة متى سيكون (ولن يكون) من المنطقي استخدام كل منهما.
3. Understand the market research process and its impact on managerial decision-making.	٣. فهم عملية أبحاث السوق وتأثيرها على اتخاذ القرارات الإدارية.
4. Recognize the role of key technologies in marketing research.	٤ - الاعتراف بنور التكنولوجيات الرئيسية في بحوث التسويق.
5. Translate a marketing problem into a feasible research question.	٥. ترجمة مشكلة التسويق إلى مسألة بحثية مجدية.
6. Demonstrate a working knowledge of the concepts and methods of marketing research.	٦. إظهار معرفة عملية بمفاهيم وأساليب بحوث التسويق.
7. Design and execute a basic survey research project.	٧- تصميم وتنفيذ مشروع بحثي استقصائي أساسي.
8. Demonstrate teamwork competency.	٨. إظهار كفاءة العمل الجماعي.
9. Develop ethical research senses.	٩. تطوير الحواس البحثية الأخلاقية.
10. Interpret, communicate, and impart research results to management.	١٠. تفسير، ونقل نتائج البحوث إلى الإدارة.
11. Demonstrate competency with the quantitative and qualitative statistical analyses and interpret their outputs.	١١- إظهار الكفاءة في التحليلات الإحصائية الكمية والنوعية وتفسير نتائجها.

**Text book and other requirements; الكتاب المقرر والمراجع المساندة:**

اسم الكتاب	اسم المؤلف	اسم الناشر	سنة النشر
بحوث التسويق	نجيب ذيب	دار الميسرة للنشر	٢٠١٥
The practice of Market Research	McGivern	Pearson	2013

