



التسويق والمبيعات وخدمة العملاء



الأكاديمية الإسكندنافية  
للتدريب والتطوير



## دورة: نظم المعلومات التسويقية ومهارات إعداد بحوث التسويق

| الكود   | المدينة         | الفندق      | البداية    | النهاية    | السعر  | عدد الساعات |
|---------|-----------------|-------------|------------|------------|--------|-------------|
| MCC-221 | لندن (بريطانيا) | قاعة فندقية | 2025-05-12 | 2025-05-16 | € 5450 | 25          |

### مقدمة عامة عن البرنامج

رغم أن كلمة السر لأي نجاح يبدأ عادة بالدراسة ، فإن بحوث التسويق تمثل الاهتمام رقم 11 في أفكار مديري الأعمال . بلا شك أن ذلك أمر طبيعي قلل من إمكانيات التفوق التسويقي ، ويقول عميلك كيف تشبعتني وأنت لا تعرفني حق المعرفة ؟ من هنا كانت أهمية بحوث التسويق كأداة تنير معالم الطريق أمام المنشآت لتحديد مسارها المستقبلي ، ويشبه رجال التسويق تلك البحوث بأنها البوصلة التي توجه الحركة الاستراتيجية لنشاط المنشأة . ورغم أهمية هذه الوظيفة البالغة فإنها لا تجد من رجال الأعمال العرب الدعم الكافي ، وإتقان عملية بحوث التسويق هو السلاح الوحيد للتميز حيث يمكن إيجاد الفرص التسويقية ودراسة كيفية الاستفادة منها ، ويمكن التعرف على أبعاد المخاطر التسويقية وإيجاد الوسائل للتخلص منها أو تجنبها ، والتعامل مع بحوث التسويق مثل مشروط الجراح تماما إذا لم يتقن استخدامه كانت النتائج عكسية تماما .

### الاهداف العامة للبرنامج

- يهدف هذا البرنامج إلى المشاركين بالمعارف والمهارات والقدرات التسويقية في مجالات نظم المعلومات التسويقية وبحوث السوق التي تؤهلهم أن يكونوا رجال إدارة ، وتنظيم الأسواق المستهدفة وتزويد من كفاءتهم وفاعليتهم الإدارية والإشرافية .
- إكساب المشاركين المعارف والمهارات اللازمة التي تمكنهم من تصميم وتنفيذ البحوث التسويقية
- التدريب على عملية إجراء البحوث التسويقية الميدانية .
- التدريب على ترشيد وصناعة القرارات التسويقية المستقبلية .
- التعرف على الطرق والأدوات للبحث والتفكير العلمي لدراسة الموضوعات والمشكلات التسويقية .
- التدريب على كيفية تحليل أبعاد السوق من وجهة النظر التسويقية .
- التدريب على تحليل حركة العرض والطلب وأبعاد الفجوة المتاحة .
- التدريب على كيفية إعداد البحوث التسويقية المكتبية والميدانية المتكاملة .
- التدريب على كيفية تقصي وتحليل الفرص والمخاطر التسويقية .

### المحتويات العلمية للبرنامج

- طبيعة وأهمية ومفهوم بحوث التسويق
  - المفهوم الحديث لبحوث التسويق .



- القيمة الإدارية لبحوث التسويق .
- مفهوم وأهمية وضرورة بحوث التسويق : -
  - بالنسبة للحكومات .
  - بالنسبة للموردين .
  - بالنسبة للمستوردين .
- أنواع المعلومات التي توفرها بحوث التسويق
- العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي وبحوث التسويق .
- الحاجة لبحوث التسويق.
- الخطوات العلمية لبحوث التسويق
- الأخطاء في بحوث التسويق
- مكانة بحوث التسويق بنظام المعلومات التسويقية:
  - أوجه الشبه والاختلاف بين بحوث التسويق ونظام المعلومات التسويقية .
  - مكونات أنظمة المعلومات التسويقية:
    - الاستخبارات التسويقية .
    - الإستخبارات المركزية للتسويق .
    - الإستخبارات اللامركزية للتسويق .
    - الإستخبارات غير الرسمية للتسويق .
    - الإستخبارات الرسمية للتسويق .
    - السجلات التسويقية .
    - مصادر إستخبارات التسويق : -
      - موظفي الشركة أو المؤسسة أو الدائرة في مختلف الوظائف .
      - الحصول على المعلومات من المتنافسين .
      - جمع المعلومات عن طريق بيوت الخبرة .
      - جمع المعلومات عن طريق شبكة الإنترنت .
      - المهام الأساسية لإستخبارات التسويق : -
        - جمع البيانات .
        - تقييم البيانات .
        - تحليل البيانات .
        - تخزين البيانات .
- دور بحوث التسويق في اتخاذ القرارات التسويقية
  - القرارات التسويقية
  - المزيج التسويقي
- أنواع البحوث التسويقية:



- البحوث الأساسية
  - مصادر البيانات
  - طريقة الاتصال
  - طريقة الملاحظة
- البحوث الثانوية
  - مصادر البيانات
  - مزايا البيانات الثانوية
  - مشاكل استخدام البيانات الثانوية
  - أمثلة للبيانات الثانوية
- البحوث الوصفية .
- البحوث النوعية .
- مجالات البحوث التسويقية:
  - بحوث المنتج أو الخدمة .
  - بحوث المستهلك أو مستخدم الخدمة .
  - بحوث البيع والتوزيع .
  - بحوث التسعير .
  - بحوث الترويج .
  - بحوث تطوير المنتجات.
  - بحوث الإعلان.
  - بحوث البيئة التسويقية .
  - بحوث المنافسة .
- أنواع بيانات بحوث التسويق:
  - البيانات الثانوية.
  - البيانات الأولية.
  - الاستقصاء.
  - التجربة.
- مراحل إجراءات بحوث التسويق : -
  - المرحلة الأولى / تحديد المشكلة أو الفرصة التسويقية .
  - المرحلة الثانية / إعداد خطة البحث .
  - المرحلة الثالثة / إجراء البحث .
  - المرحلة الرابعة / تحضير وعرض نتائج البحث .
- الخطوات العملية لبحوث التسويق
  - لخطوات التسعة للقيام بعملية البحث



- تصميم نماذج جمع البيانات (الاستبيانات)
  - أهمية قائمة الاستقصاء
  - مكونات الاستقصاء
  - تصميم قائمة الاستقصاء
- مصادر المعلومات
  - مصادر جمع المعلومات : -
    - الملاحظة أو الرصد .
    - التجربة أو الإختبار .
    - الإستقصاء .
- طرق جمع بيانات البحوث التسويقية:
  - التفكير الابتكاري .
  - المقابلة الشخصية.
  - التلفون.
  - البريد المباشر.
  - الانترنت.
- البحوث التجريبية المخبرية:
  - مفهوم البحوث التجريبية .
  - طرق تقييم البحوث التجريبية.
  - مشاكل البحوث التجريبية .
  - مزايا البحوث التجريبية .
  - القضايا الأساسية ببحوث التجريبية.
- طرق ومفاهيم قياس البحوث التسويقية :
  - التحليل الاحصائي للبيانات بإستخدام SPSS .
  - أنواع مقاييس بحوث التسويق.
  - المقياس الاسمي .
  - المقياس النسبي .
  - كيفية استخدام مقاييس بحوث التسويق .
- تصميم أسئلة البحوث التسويقية:
  - إعداد وصياغة إستمارة الأسئلة .
  - إختيار عينة البحث .
  - أنواع الأسئلة .
  - صياغة الأسئلة .
  - كيفية طرح الأسئلة .



- تسلسل الأسئلة .
- تطبيقات الأسئلة.
- تحليل البيانات
- التحليل الفرعي
- التحليل الكلي
- النظم الفرعية للمخرجات : -
  - النظام الفرعي للمنتج أو الخدمة .
  - النظام الفرعي للتسعير : -
    - التسعير على أساس التكلفة .
    - التسعير على أساس الطلب .
  - النظام الفرعي للتوزيع .
  - النظام الفرعي للترويج .
  - النظام الفرعي للمزيج التسويقي المتكامل .
- إرشادات عامة لكتابة التقرير النهائي
  - أن يكون تقريراً مختصراً
  - الموضوعية والفعالية
  - مراعاة نوع المستفيدين من البحث
- إعداد وعرض نتائج البحث التسويقي:
  - العرض الشفهي
  - كتابة تقرير البحث التسويقي .
  - عرض نتائج البحث التسويقي .
  - مناقشة تقرير البحث التسويقي .
  - طرق إقرار البحث التسويقي.



## الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير في مملكة السويد تعتمد أساليب حديثة في مجال التدريب وتطوير المهارات وتعزيز كفاءة تطوير الموارد البشرية. تضمن الأكاديمية تقديم تجربة تدريبية شاملة تشمل ما يلي:

- المحاضرات النظرية:
  - نقدم المعرفة من خلال عروض تقديمية متقدمة مثل البوربوينت والمواد المرئية مثل الفيديوهات والأفلام القصيرة.
- التقييم العلمي:
  - نقيم مهارات المتدربين قبل وبعد الدورة لضمان تطوّرهم.
- العصف الذهني والتفاعل:
  - نشجع على المشاركة الفعالة من خلال جلسات العصف الذهني وتطبيق المفاهيم من خلال تمثيل الأدوار.
- الحالات العملية:
  - نقدم حالات عملية تتوافق مع المحتوى العلمي واحتياجات المتدربين في مجالاتهم الخاصة.
- التقييم النهائي:
  - التقييم النهائي في نهاية البرنامج لتقييم استيعاب المعرفة.
- المواد التعليمية:
  - يتم توفير المواد العلمية والعملية للمشاركين على وسائل متعددة مثل ورق مطبوع وأقراص سي دي وأجهزة الفلاش ميموري
- تقارير الحضور والنتائج:
  - نقوم بإعداد تقارير حضور مفصلة للمشاركين ونقدم تقييماً شاملاً للبرنامج.
- المحترفين والخبراء:
  - يتم إعداد المحتوى العلمي للبرنامج بواسطة أفضل الأساتذة والمدرّبين في مجموعة متنوعة من التخصصات.
- شهادة اتمام مهنية:
  - يتم منح المتدربين شهادة اتمام مهنية تصدر عن الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير في مملكة السويد، ويمكن التصديق عليها من الخارجية السويدية برسوم إضافية.
- أوقات البرامج:
  - تعقد البرامج التدريبية من الساعة 10:00 صباحاً حتى الساعة 2:00 بعد الظهر، ويتضمن جلسات بوفيه لتقديم وجبات خفيفة أثناء المحاضرات.



## الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير



English Courses

+46700414979



Arabic Courses

+46700414959



+46114759991



scandinavianacademy.net



info@scandinavianscademy.net



Timmermangatan 100 B.O.X 60359 Norrköping - Sweden