



دورات التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

نظم المعلومات التسويقية ومهارات إعداد بحوث التسويق

السعر	عدد الساعات	النهاية	البداية	الفندق	المدينة	الكود
€	25	2026-01-30	2026-01-26			221

مقدمة عامة عن البرنامج

رغم أن كلمة السر لأي نجاح يبدأ عادة بالدراسة ، فإن بحوث التسويق تمثل الاهتمام رقم 11 في أفكار مديرى الأعمال . بلا شك أن ذلك أمر طبيعي قلل من إمكانيات التفوق التسويقي ، ويقول عميك كيف تشعريني وأنت لا تعرفي حق المعرفة ؟ من هنا كانت أهمية بحوث التسويق كأداة تثير معايير الطريق أمام المنشآت لتحديد مسارها المستقبلي ، ويشبه رجال التسويق تلك البحوث بأنها البوصلة التي توجه الحركة الاستراتيجية لنشاط المنشآة . 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 مشرط الجراح تماما إذا لم يتقن استخدامه كانت النتائج عكسية تماما .

الاهداف العامة للبرنامج

- يهدف هذا البرنامج إلى المشاركيين بالمعارف والمهارات والقدرات التسويقية في مجالات نظم المعلومات التسويقية وبحوث السوق التي تؤهلهم أن يكونوا رجال إدارة ، وتنظيم الأسواق المستهدفة وتنزيد من كفاءتهم وفعاليتهم الإدارية والإشرافية .
- إكساب المشاركيين المعرف والمهارات الالازمة التي تمكّنهم من تصميم وتنفيذ البحوث التسويقية
- التدرب على عملية إجراء البحوث التسويقية الميدانية .
- التدرب على ترشيد وصناعة القرارات التسويقية المستقبلية .
- التعرف على الطرق والأدوات للبحث والتفكير العلمي لدراسة الموضوعات والمشكلات التسويقية .
- التدرب على كيفية تحليل أبعاد السوق من وجهة النظر التسويقية .
- التدرب على تحليل حركة العرض والطلب وأبعاد الفجوة المتاحة .
- التدرب على كيفية إعداد البحوث التسويقية المكتوبة والميدانية المتكاملة .
- التدرب 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 المنافسين .
 - جمع المعلومات عن طريق بيوت الخبرة .
 - جمع المعلومات عن طريق شبكة الإنترنت .
 - المهام الأساسية لاستخبارات 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 التسويق .
- 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 بعملية البحث
- لخطوات التسعة ل القيام 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 البحث 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 و مفاهيم قياس البحوث التسويقية :
- التحليل الاحصائي للبيانات باستخدام SPSS .
- أنواع مقاييس بحوث التسويق.
- المقياس الاسمي .
- المقياس النسبي .
- كيفية استخدام مقاييس بحوث التسويق .



- تصميم أسلمة البحوث التسويقية:
 - إعداد وصياغة إستمارة الأسئلة .
 - اختيار عينة البحث .
 - أنواع الأسئلة .
 - صياغة الأسئلة .
 - كيفية طرح الأسئلة .
 - تسلسل الأسئلة .
 - تطبيقات الأسئلة.
 - تحليل البيانات
- التحليل الفرعى
 - التحليل الكلى
- النظم الفرعية للمخرجات :
 - النظام الفرعى للمنتج أو الخدمة .
 - النظام الفرعى للتسويق : -
 - التسويق على أساس التكلفة .
 - التسويق على أساس الطلب .
 - النظام الفرعى للتوزيع .
 - النظام الفرعى للترويج .
 - النظام الفرعى للمزيج التسويقى المتكامل .
- إرشادات عامة لكتابة التقرير النهائي
 - أن يكون تقريراً مختصراً
 - الموضوعية والفعالية
 - مراعاة نوع المستفيدين من البحث
- إعداد وعرض نتائج البحث التسويقى:
 - العرض الشفهى
 - كتابة تقرير البحث التسويقى .
 - عرض نتائج البحث التسويقى .
 - مناقشة تقرير البحث التسويقى .
 - طرق إقرار البحث التسويقى.



الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير تعتمد على أحدث الأساليب العلمية والمهنية في مجالات التدريب وتنمية الموارد البشرية، بهدف رفع كفاءة الأفراد والمؤسسات. يتم تنفيذ البرامج التدريبية وفق منهجية متكاملة تشمل:

- المحاضرات النظرية المدعومة بعروض تقديمية (PowerPoint) ومقاطع مرئية (فيديوهات وأفلام قصيرة).
- التقييم العلمي للمتدربين قبل وبعد البرنامج لقياس مدى التطور والتحصيل العلمي.
- جلسات العصف الذهني وتطبيقات عملية للأدوار من خلال تمثيل المواقف العملية.
- دراسة حالات عملية مصممة خصيصاً لتلائم المادة العلمية وطبيعة عمل المشاركين.
- اختبارات تقييمية تُجرى في نهاية الدورة لتحديد مدى تحقيق الأهداف التدريبية.

يحصل كل مشارك على المادة العلمية والعملية للبرنامج مطبوعة ومحفوظة على CD أو فلاش ميموري، مع تقديم تقارير مفصلة تشمل الحضور والنتائج النهائية مع التقييم العام للبرنامج.

يتم إعداد المادة العلمية للبرامج التدريبية بطريقة احترافية على يد نخبة من الخبراء والمتخصصين في مختلف المجالات والخصائص. في ختام البرنامج، يحصل المشاركون على شهادة حضور مهنية موقعة ومعتمدة من الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب والتطوير.

أوقات البرنامج:

- من الساعة 9:00 صباحاً حتى 2:00 ظهراً في المدن العربية.
- من الساعة 10:00 صباحاً حتى 3:00 ظهراً في المدن الأوروبية والآسيوية.

البرامج التدريبية تتضمن :

- بوفيه يومي يقدم أثناء المحاضرات لضمان راحة المشاركين.



دورات التسويق والمبيعات وخدمة العملاء

نظم المعلومات التسويقية ومهارات إعداد بحوث التسويق

السعر	عدد الساعات	النهاية	البداية	الفندق	المدينة	الكود
€	25	2026-01-30	2026-01-26			221

نموذج التسجيل

<input type="text"/>	اسم المشترك كاملاً:
<input type="text"/>	جهة عمل المشترك:
<input type="text"/>	الدولة-المدينة:
<input type="text"/>	رقم الهاتف المحمول:
<input type="text"/>	رقم هاتف العمل:
<input type="text"/>	البريد الإلكتروني:
<input type="text"/>	طريقة سداد الرسوم:

بيانات المدير المسؤول

<input type="text"/>	اسم الشخص المسؤول:
<input type="text"/>	رقم هاتف العمل:
<input type="text"/>	رقم الهاتف المحمول:
<input type="text"/>	عنوان العمل التفصيلي:
<input type="text"/>	البريد الإلكتروني: