مركز الأكاديمية
الإسكندنافية للتدريب

Mobile | 00966536473335 : Mobile | 00966112695229 : Phone : 00966552365295
info@scandinavianacademy.co : Email | https://scandinavianacademy.co : Web site
المملكة العربية السعودية ـ الرياض ـ حي الخليج ـ شارع الشيخ عبد العزيز بن عبد الرحمن بن بشر ـ 13223 ـ مكتب رقم 5 | P.O.BOX : 13224

دورة: نظم المعلومات التسويقية ومهارات إعداد بحوث التسويق

الكود	المدينة	الفندق	بداية التدريب	نهاية التدريب	السعر	لغة الدورة ـ الساعات
MCC-221	الطائف	قاعة فندقية	2026-01-04	2026-01-08	SR 8950	العربية ـ 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 تشبعني 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 مشرط 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 وتتزيد من كفاءتهم وفاعليتهم الإدارية والإشرافية .
- إكساب المشاركين المعارف والمهارات اللازمة التي تمكنهم 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 المكتبية 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 : ـ
  - 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 : ـ
      - 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 : ـ
      - 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 : ـ
  - 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 : ـ
    - الملاحظة أو الرصد .
    - التجربة أو الإختبار .
    - الإستقصاء .
- طرق جمع بيانات البحوث التسويقية:
  - التفكير الابتكارى .
  - 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 الاحصائى 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 : ـ
  - النظام الفرعي للمنتج أو الخدمة .
  - النظام الفرعي للتسعير : ـ
    - 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.

مركز الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب يعتمد 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 خصيصًا 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 والتخصصات. في ختام البرنامج، يحصل المشاركون على شهادة حضور مهنية موقعة ومعتمدة من مركز الأكاديمية الإسكندنافية للتدريب .

أوقات البرامج التدريبية :

- من الساعة 9:00 صباحًا حتى 2:00 ظهرًا

البرامج التدريبية تتضمن :

- بوفيه يومي يقدم أثناء المحاضرات لضمان راحة المشاركين.
- جميع الاسعار لا تتضمن 15 % ضريبة القيمة المضافة

Mobile | 00966536473335 : Mobile | 00966112695229 : Phone : 00966552365295
info@scandinavianacademy.co : Email | https://scandinavianacademy.co : Web site
المملكة العربية السعودية ـ الرياض ـ حي الخليج ـ شارع الشيخ عبد العزيز بن عبد الرحمن بن بشر ـ 13223 ـ مكتب رقم 5 | P.O.BOX : 13224

SCANDINAVIAN ACADEMY

Scandinavian Academy

Training Center

00966112695229

info@scandinavianacademy.co

المملكة العربية السعودية - الرياض - حي الخليج - شارع الشيخ عبد العزيز بن عبد الرحمن بن بشر - 13223 - مكتب رقم 5

Riyadh - Al Khaleej District - Sheikh Abdul Aziz Bin Abdul Rahman Bin Bishr Street - 13223 - Office No. 5