**توصيف مقرر بحوث تسويق**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. بيانات المقرر | | |
| **الرمز الكودي: TBM804** | **اسم المقرر: بحوث تسويق** | **المستوى: الرابع** |
| **التخصص: دراسات سياحية** | **ساعات معتمدة: 2 نظري: 1 ساعة**  **عملى/ تطبيقي: 2** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. أهدف المقرر: | إعداد طالب على مستوى عالى من الكفاءة فى تصميم وإجراء بحوث السوق واستخلاص النتائج وكتابة التقارير الخاصة بأسلوب مهنى وأن يلم بالمفاهيم الأساسية المتعلقة ببحوث التسويق وأهمتها وخطوات إجراء بحوث التسويق وأساليب جمع البيانات واختيار العينات وانواعها وإجراء المقابلات وكذلك الأساليب والمنهجيات المختلفة لبحوث التسويق بالاضافة إلى التعرف على والالتزام بأخلاقيات المهنة فى ممارسة بحوث التسويق السياحية. | |
| 1. المستهدف من تدريس المقرر:   بنهاية هذا المقرر يكون الطالب قادراً على أن: | | |
| أ. المعلومات والمفاهيم | أ-1- يتعرف على المفاهيم الأساسية المتعلقة ببحوث الأسواق واهميتها  أ-2- يحدد خطوات إجراء بحوث الأسواق.  أ-3- يعدد أساليب جمع البيانات.  أ-4- يميز أساليب أخذ العينات وإجراء المقابلات.  أ-5- يتعرف علي الأساليب والمنهجيات المختلفة لبحوث الأسواق.  أ-6- يوضح الأبعاد السياسية والاقتصادية والثقافية والبيئية لأنشطة بحوث الأسواق.  أ-7- يفرق بين المتغيرات المرتبطة بالعمل السياحي.  أ-8- يحدد آليات تطوير المنتج السياحي.  أ-9- يوضح آداب واخلاقيات المهنة. | |
| ب. المهارات الذهنية | ب-1- يحلل البيانات ويفسر النتائج.  ب-2- يصمم استمارة استبيان فعالة.  ب-3- يقارن بين أنسب الطرق لإجراء البحوث السوقية.  ب-4- يُحدد الأهداف بما يتناسب ومشكلة البحث.  ب-5-يقارن بين الأساليب المختلفة لجمع البيانات.  ب-6- يقارن بين الأسواق السياحية المختلفة.  ب-7- يشخص المشكلات فى الاسواق السياحية ويتخذ القرارات وفقا لمتطلبات بيئة العمل السياحى.  ب-8- يفرق بين القطاعات السوقية طبقا للأنماط والثقافات والدوافع المختلفة للسائحين.  2/2/4 يقيم اتجاهات التخطيط والتنمية فى الأسواق السياحية.  2/2/8 يقارن بين الأسواق السياحية المختلفة. | |
| ج. المهارات المهنية | ج-1- يجيد كتابة التقارير وتوضيح النتائج.  ج-2- يقدم عرض لنتائج البحوث والتقارير بشكل فعال.  ج-3- يتعامل مع عناصر المشكلة.  ج-4- يتمكن من تجميع البيانات اللازمة لإجراء بحث سوقى.  ج-5- يقترح أفضل السبل والمنهجيات لأجراء بحث ما.  ج-6- يطبق سلوكيات وأخلاقيات العمل التسويقى.  ج-7- ينفذ طرق اجراء بحوث الاسواق السياحية.  ج-8- يطبق اساليب التسويق والتخطيط للمنتج السياحى.  ج-9- يتواصل مع العملاء بفاعلية.  ج-10- يعد بحوث لدراسة الأسواق السياحية. | |
| د. المهارات العامة | د-1- يعمل فى فريق.  د-2- يقدم عرض ناجح وفعال.  د-3- ينظم مناقشات فعالة.  د-4- يقدم الموضوعات والآراء بشكل موضوعى.  د-5- ينجز المهام المكلف بها فى اطار جدول زمنى.  د-6- يدير الوقت بكفاءة وفاعلية ويتعامل مع الضغوط والمشكلات.  د-7- يتواصل مع الآخرين.  د-8- يستخدم التقنيات الحديثة فى العمل.  د-9- يمارس آداب وأخلاقيات المهنة فى العمل السياحى.  د-10- يتعلم ذاتيا. | |
| 1. محتوي المقرر | | |
|  | - مدخل إلى بحوث الأسواق، (مفهوم بحوث السوق وبحوث التسويق، العلاقة بين  بحوث السوق وبحوث التسويق، أهداف بحوث التسويق، أهمية بحوث التسويق العامة وفى مجال السياحة)  - القيود التى تحد من الاستفادة التامة من بحوث التسويق+ أنواع بحوث التسويق.  - خطوات ومراحل بحوث التسويق ( تصميم البحث - تحليل  البيانات - كتابة التقارير).  - أهم طرق ووسائل جمع البيانات بأستخدام قوائم الاستبيان –  الاستقصاء وأساليب أخذ العينات واختيارها.  - إعداد وتصميم استمارة الاستقصاء.  - طرق وأدوات الاستقصاء  - خصائص البحث التسويقى الجيد.  - أسس ومتغيرات تقسيم السوق.  - معايير إعداد تقسيم فعال للسوق المستهدف  - أخلاقيات بحوث التسويق. | |
| 1. أساليب التعليم والتعلم | | |
|  | -1- المحاضرات.  -2- التكليفات والابحاث  -3- مناقشات. | |
| 1. تقويم الطلاب | | |
| الأساليب المستخدمه | 1- امتحان تحريري أعمال السنة (2 اختبار).  2- تكليفات وأبحاث  3- امتحان تحريري أخر الفصل الدراسي | |
| التوقيت | امتحانات تحريري أعمال السنة **(الأسبوع التاسع والثالث عشر).**  التكليفات (على مدار الفصل الدراسي).  امتحان تحريري أخر الفصل الدراسى **( الأسبوع السادس عشر)** | |
| توزيع الدرجات | امتحانات أعمال الفصل 10 درجات ( 10 %)  أنواع التقييم الأخرى ( البحث 10- التكليفات 6 ) 16 درجات ( 16%)  نشاط بالمحاضرات 4 درجات ( 4 %)  شفوي 10 درجات ( 10 %)  امتحان آخر الفصل 60 درجة ( 60 %)  مجموع الدرجات 100 درجة ( 100%) | |
| 1. قائمة الكتب الدراسية والمراجع | | |
| مذكرات | هناء عبدالقادر ، جمال سيد : دراسة جدوى المشروعات السياحية والفندقية.  شيماء عبد القوى : دور بحوث التسويق فى تطوير آداء القطاع السياحى فى مصر. | |
| كتب ملزمة | عبد المحسن، توفيق محمد، بحوث التسويق، دار النهضة العربية، 1989.  ناجى، سيد عبده، التسويق: المبادئ والقرارات الأساسية، القاهرة، 2000.  عيد، يحي، بحوث التسويق والتصدير، الطبعة الأولى، 199. | |
| كتب مقترحة | - كتب دراسات الجدوى بمكتبة كلية السياحة والفنادق – جامعة الفيوم.  - نماذج عملية لمشروعات استثمارية سياحية ونماذج من مشروعات التخرج.  --Finn,Mick & Eliott- White, Martin & Walton, Mike,"Tourism & Leisure Research Methods", Pearsom Education, 2000.  --Hague, P, "Market Research In Pratice", Korgan Page Ltd., Uk, 2004. | |
| د.مواقع الكترونية | [www.mrs.org.uk](http://www.mrs.org.uk). | |
| **القائمون بالتدريس** | | **رئيس القسم** |
| **أ.م. د/ شيماء عبد القوى**  **أ.م. د/ نرمين وصفي جرجس** | | **أ. د/ مصطفى محمود أبو حمد** |

مصفوفة المعارف والمهارات المستهدفة من المقرر

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| جامعة: الفيوم | **مسمى المقرر** | **بحوث تسويق** |
| كلية: السياحة والفنادق  القسم العلمي: دراسات سياحية | **كود المقرر** | **TBM804** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| محتويات المقرر | أسبوع الدراسة | المعارف الرئيسية | المهارات الذهنية | مهارات مهنية | مهارات عامة |
| مقدمة عامة | الأول | أ-1، أ-2 |  |  |  |
| مقدمة فى بحوث الأسواق. | الأول | أ-1، أ-2 |  |  |  |
| مفهوم بحوث السوق، مفهوم بحوث التسويق، العلاقة بين بحوث السوق وبحوث التسويق. أهداف بحوث التسويق | الثانى | أ-1 | ب-1 |  | د-1، د-2 |
| أهمية بحوث التسويق العامة، أهمية بحوث التسويق فى مجال السياحة. | الثالث | أ-1 | ب-4 | ج-3 | د-1، د-2 |
| شرح طريقة وعناصر أعداد الأبحاث وتوثيقها  + توزيع أبحاث وتكليفات وتواريخ تسليم ومناقشة الأبحاث والتكليفات | الرابع |  | ب-1، ب-2، ب-3 |  |  |
| الدور الوقائى لبحوث التسويق القيود التى تحد من الاستفادة التامة من بحوث التسويق | الخامس | أ-3، أ-5 | ب-3، ب-5, ب-6, ب-7، ب-9 | ج-3، ج-4، ج-5 | د-1، د-2 |
| أنواع بحوث التسويق+ معايير إعداد تقسيم فعال للسوق المستهدف + أسس ومتغيرات تقسيم السوق | السادس | أ-2، أ-3، أ-4، أ-5 | ب-1، ب-3، ب-4، ب-5،  ب-9 | ج-1، ج-2 ج-3، ج-4، ج-5 | د-1، د-2 |
| أخلاقيات بحوث التسويق  \* خصائص البحث التسويقى الجيد  \* أهم طرق جمع البيانات الاستبيان – الاستقصاء | السابع | أ-3، أ-4، أ-5 | ب-1، ب-2، ب-3، ب-4، ب-5 | ج-1، ج-2، ج-4،ج-5, ج-7 | د-1، د-2 |
| تصميم قائمة الاستقصاء  + نموذج استمارة استبيان لشركات السياحة  مناقشة أبحاث | الثامن | أ-3، أ-4، أ-5 | ب-1، ب-2، ب-3، ب-4، ب-5 | ج-1 ،ج-2، ج-4 ،ج-5, ج-7, ج-8 | د-1، د-2 |
| اختبار دورى أعمال السنة 1 مناقشة تكليفات وأبحاث | التاسع | أ-1، أ-3 | ب-3، ب-5 | ج-4،ج-7 | د-1 :  د-10 |
| * + الاستقصاء بالمقابلة الشخصية   + الاستقصاء عن طريق التليفون | العاشر | أ-3، أ-4، أ-5 | ب-3، ب-4، ب-5 | ج-1 ،ج-2، ج-3, ج-4, ج-5, ج-7, ج-8 | د-1، د-2 |
| * + الاستقصاء من خلال البريد   + الاستقصاء من خلال الإنترنت | الحادى عشر | أ-1، أ-3، أ-4، أ-5،  أ-6، أ-7، أ-8، أ-9 | ب-4، ب-5, ب-6، ب-9 | ج-4 ،ج-5, ج-6، ج-9 | د-1، د-2  ،د-9 |
| * + الملاحظة   + التجربة   + مناقشة الأبحاث والتكليفات | الثانى عشر | أ-1، أ-2 ، أ-3، أ-4، أ-5 | ب-1، ب-2، ب-3، ب-4، ب-5, ب-6, ب-7، ب-8، ب-9 | ج-1 ، ج-2، ج-3 ج-4 ،ج-5،  ج-10 | د-1، د-2، د-3  ،د-9، د-10- |
| اختبار دورى أعمال السنة 2  + مناقشة تكليفات وأبحاث | الثالث عشر | أ-1، أ-3 | ب-3، ب-5 | ج-4،ج-7 | د-1 :  د-10 |
| مراجعة عامة للمقرر  + مناقشة تكليفات وأبحاث | الرابع عشر | أ-1، أ-2 ، أ-3، أ-4، أ-5 | ب-1، ب-2، ب-3، ب-4، ب-5 | ج-1، ج-2، ج-3, ج-4 ،ج-5 | د-1، د-2 |

|  |  |
| --- | --- |
| **القائمون بالتدريس** | **رئيس القسم** |
| **أ.م. د/ شيماء عبد القوى عبد التواب**  **أ.م. د/ نرمين وصفى جرجس** | **أ. د/ مصطفى محمود أبو حمد** |