

منهاج المادة التعليمية syllabus: بحوث التسويق الرقمي.

الميدان: العلوم الاقتصادية، علوم التسيير، و العلوم التجارية الشعبة: علوم تجارية التخصص: تسويق رقمي
المستوى: الثالثة ليسانس السداسي: السادس السنة الجامعية: 20254/2024 لغة التعلم: العربية.

التعرف على المادة التعليمية

العنوان: بحوث التسويق الرقمي.

وحدة التعليم: المنهجية.

عدد الأرصدة: 05 المعامل: 02

الحجم الساعي الأسبوعي: 03 ساعات

المحاضرة (عدد الساعات في الأسبوع) : ساعة و نصف الساعة.

أعمال توجيهية: (عدد الساعات في الأسبوع): ساعة و النصف ساعة.

مسؤول المادة التعليمية

الاسم، اللقب، الرتبة: الدكتورة بولقرون رنده، أستاذ حاضر ب .

تحديد موقع المكتب: /

البريد الإلكتروني: randabl28@gmail.com

توقيت الدرس و مكانه: الإثنين على الساعة 08:00-09:30 و 09:30-11:00 قاعة 04 ترجمة

وصف المادة التعليمية

المكتسبات القبلية: يتوجب على الطالب أن يكون ملما بالمبادئ العامة للتسويق و ذلك من خلال ما اكتسبه من المقاييس التي درسها خلال

السداسي الخامس أهمها مقياس التسويق الرقمي و سلوك المستهلك الرقمي.

الهدف العام للمادة التعليمية: توجب على الطالب أن يكون ملما بأساسيات التسويق الذي تم تناولها في السداسي 03 و 04 والتسويق الرقمي

1 التي تم تناولها في السداسي 05 ليسانس.

أهداف التعلم: من خلال دراسة هذه المادة يمتلك الطالب المهارات التالية:

– تحديد معالم المشكلة التسويقية والتمييز بين مشكلة البحث التسويقي ومشكلة القرار التسويقي.

– التعرف على مصادر البيانات والأساليب المناسبة لجمعها.

– التعرف على مراحل انجاز البحث التسويقي.

محتوى المادة التعليمية

- ▶ المحور الأول: البحث التسويقي من البيئة التقليدية إلى البيئة الرقمية
- ▶ المحور الثاني: أخلاقيات البحث التسويقي الرقمي.
- ▶ المحور الثالث: تصميم البحث التسويقي الرقمي و أنواعه.
- ▶ المحور الرابع: طرق جمع البيانات في البيئة التقليدية و الرقمية.
- ▶ المحور الخامس: تصميم الاستبيان عبر الانترنت
- ▶ المحور السادس: القياس في بحوث التسويق الرقمي (قياس الاتجاهات، تقنيات المعاينة، تجهيز وتشغيل البيانات).
- ▶ المحور السابع: تحليل البيانات
- ▶ المحور الثامن: كتابة التقرير النهائي

طريقة التقييم

التنقيط/20	التقييم بالنسبة المؤوية	طبيعة الامتحان
20	%60	اختبار نهاية الفصل
20/20	/	المجموع
20/	%40	نقطة التطبيق
03	/	امتحان جزئي
14	/	أعمال موجهة (بطاقة تقنية)
02		أعمال تطبيقية (المشاركة المسجلة في كل حصة)
/	/	المشروع الفردي
/		الأعمال الجماعية (بحوث)
/	/	خرجات ميدانية
01		المواظبة (الحضور / الغياب)
/	/	عناصر أخرى يتم تحديدها
20/20	%100	المجموع

المصادر و المراجع

المرجع الأساسي و الموصى به:

جوزيف ف. هير وآخرون ، بحوث التسويق في بيئة المعلومات الرقمية، دار المريخ للنشر الرياض 2015
Malhotra Naresh K. et Birks David F: Marketing Research An Applied Approach, 7th edition, Pearson Education, Harlow, England, 2020
A.Jolibert & Ph.Jourdan (2011), Marketing Research, 1ère édition, Dunod, Paris, France
كنير توماس، تايلور، جيمس رونالد ، بحوث التسويق : مدخل تطبيقي، دار المريخ للنشر الرياض 1993

المخطط الزمني المرتقب

التاريخ	المحاضرة و التطبيق	الأسابيع/12
	(اللقاء الأول مع الطلبة) عرض البرنامج و توزيع عناوين البطاقات التقنية	الأسبوع 1
	المحاضرة 01: المحور الأول / تطبيق 01	الأسبوع 2
	المحاضرة 02: المحور الثاني / تطبيق 02	الأسبوع 3
	المحاضرة 03: المحور الثالث / تطبيق 03	الأسبوع 4
	المحاضرة 04: المحور الرابع / تطبيق 04	الأسبوع 5
	المحاضرة 05: المحور الخامس / تطبيق 05	الأسبوع 6
	المحاضرة 06: المحور السادس / تطبيق 06	الأسبوع 7
	المحاضرة 07: المحور السادس (تابع) / تطبيق 07	الأسبوع 8
	المحاضرة 08: المحور السادس (تابع) / استكمال التطبيقات	الأسبوع 9
	المحاضرة 09: المحور السابع/ اختبار جزئي	الأسبوع 10
	المحاضرة 10: المحور الثامن	الأسبوع 11
	-	الأسبوع 12

إمضاءات الطلبة

- 1- عنتاري مسعود
- 2- جلية سماح
- 3- كسوسا عنى
- 4- كيشي اسراء
- 5- بوحوش عيسى
- 6- غزالي تيم
- 7- عبد الحميد ماريانا
- 8- بن ترايد رقية
- 9- سلال أليسيا
- 10- بوكرومة آمير
- 11- شهاب تاهيز
- 12- بوضوفه عيسى
- 13- بابيهون عبد الله
- 14- سريفة الحاج بشير
- 15- عمارة أنيسي
- 16- لمغيرة نواف
- 17- شايب بلقيس
- 18- بوضوفه رنا
- 19- نهديا مارقا
- 20- أوزون عينو ضياء الدين
- 21- معايم محمد الماهر
- 22- مكي بدرايت

إمضاء الأستاذ

