2024

TP-153

توصيف المقرر الدراسي

(بكالوريوس)

اسم المقرر: بحوث التسويق السياحي والفندقي
رمز المقرر: ٤٠٧ سيح
البرنامج: بكالوريوس
القسم العلمي: الإدارة السياحية والفندقية
الكلية: السياحة والآثار
المؤسسة: جامعة الملك سعود
نسخة التوصيف: ٢
تاريخ آخر مراجعة: ٢٠٢٦/٠٩/١٣

جدول المحتويات

أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي: ٣
ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها: ٤
ج. موضوعات المقرر ٥
د. أنشطة تقييم الطلبة ٦
هـ. مصادر التعلم والمرافق: ٦
و. تقويم جودة المقرر: ٧
ز. اعتماد التوصيف: ٨

أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

١. التعريف بالمقرر الدراسي

١. الساعات المعتمدة: (ثلاث ساعات معتمدة - ٣)

٢. نوع المقرر

أ -	☐ متطلب جامعة	☐ متطلب كلية	☒ متطلب تخصص	☐ متطلب مسار	☐ أخرى
ب -	☒ إجباري	☐ اختياري			

٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السنة الثانية / المستوى الرابع)

٤. الوصف العام للمقرر

يسعى هذا المقرر إلى توضيح منهجية بحوث التسويق التي تربط بين المستهلك أو العملاء أو الجمهور وبين القائمين بالنشاط التسويقي، اعتماداً على الأساليب العلمية والأدوات البحثية والاختبارات الإحصائية المتعارف عليها، من أجل تمكين الدارس من القيام بالأبحاث التسويقية التي تساعد إدارة منظمات القطاع العام وشركات القطاع الخاص على اتخاذ القرارات التسويقية المناسبة، وذلك من خلال تحديد مشكلة البحث وأسئلته بشكل دقيق، وجمع البيانات اللازمة وتحليلها، واستخلاص النتائج وتقديم التوصيات اللازمة.

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر(إن وجدت)

٣٠٨ سيح

٣٢٠ سيح

٦- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر(إن وجدت)

لا يوجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

تمكين الطالب/الطالبة من إدراك أهمية بحوث السوق في اتخاذ القرارات التسويقية، والإلمام بمكونات البحث التسويقي وأساليبه ومناهجه البحثية، وطرق جمع البيانات التسويقية وتحليلها، واكتساب مهارة تحديد مشكلة البحث وترجمتها إلى أسئلة بحثية، واختيار منهجية البحث المناسبة، وصياغة الفروض وإعداد أداة الدراسة بشكل علمي، وكتابة تقرير بحثي متكامل يتضمن النتائج والتوصيات.

٢. نمط التعليم (اختر كل ما ينطبق)

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم التقليدي	٤٤ ساعة	%١٠٠

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
٢	التعليم الإلكتروني	-	-
٣	التعليم المدمج • التعليم التقليدي • التعليم الإلكتروني	-	-
٤	التعليم عن بعد	-	-

٣. الساعات التدريسية (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٤٤ ساعة	%١٠٠
٢	معمل أو إستوديو	-	-
٣	ميداني	-	-
٤	دروس إضافية	-	-
٥	أخرى	-	-
	الإجمالي	٤٤ ساعة	%١٠٠

ب. نواتج التعلم للمقرواستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	يبيّن مفهوم البحث التسويقي السياحي والفندقي وعلاقته بإدارة الأعمال.	٤,١	المحاضرة الحوار والمناقشة	الاختبارات القصيرة اختبار منتصف الفصل الاختبار النهائي
1.2	يوضّح أنواع بحوث التسويق ومجالاتها في القطاعين السياحي والفندقي.	١,١	المحاضرة الحوار والمناقشة دراسة الحالة	الاختبارات القصيرة اختبار منتصف الفصل الاختبار النهائي
1.3	يذكر مصادر المعلومات والبيانات التسويقية و أنواعها وطرق الحصول عليها.	٢,١	المحاضرة التعلم الذاتي	الاختبارات القصيرة اختبار منتصف الفصل
1.4	يشرح دور بحوث التسويق وأهميتها في ترشيد القرارات التسويقية.	٣,١	المحاضرة الحوار والمناقشة	اختبار منتصف الفصل الاختبار النهائي
1.5	يناقش مراحل البحث المكتبي وخطوات تصميم البحث التسويقي.	٥,١	المحاضرة حلقات النقاش	الاختبار النهائي المهام البحثية والتحليلية
2.0	المهارات			

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.1	يميّز مصادر المعلومات الموثوقة، ويحدد مجتمع الدراسة وأسلوب المعاينة المناسب وحجم العينة.	٤,٢	التعلم التعاوني العصف الذهني التطبيقات العملية	المهام البحثية والتحليلية اختبار منتصف الفصل
2.2	يوظّف المناهج والأساليب البحثية المناسبة في تحديد مشكلة البحث وصياغة أسئلته وفروضه.	١,٢	العصف الذهني التعلم القائم على حل المشكلات	المهام البحثية والتحليلية الاختبار النهائي
2.3	يصمّم أدوات جمع البيانات التسويقية (الاستبانة) وفق الأسس العلمية المتعارف عليها.	٢,٢	التعلم التعاوني حلقات النقاش التطبيق العملي	المهام البحثية والتحليلية الاختبار النهائي
2.4	يوظّف وسائل التقنية الحديثة وبرمجيات التحليل في معالجة البيانات التسويقية وتفسير نتائجها.	٥,٢	التعلم التعاوني تطبيقات عملية على أمثلة تحليل البيانات	المهام البحثية والتحليلية اختبار منتصف الفصل
2.5	يكتب تقريراً بحثياً متكاملاً يعرض النتائج ويقدّم التوصيات التسويقية المناسبة.	٣,٢	التعلم التعاوني حلقات النقاش التغذية الراجعة على المسودات	المهام البحثية والتحليلية الاختبار النهائي
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	يتحمّل مسؤولية إنجاز المهام البحثية في مواعيدها المحددة، ويُظهر القدرة على التعامل مع مشكلات جمع البيانات ومناقشتها.	١,٣	إدارة فرق العمل التعلم الذاتي	تقييم المهام البحثية وفق معايير التقييم Rubric الالتزام بمواعيد التسليم عبر Blackboard
3.2	يلتزم بأخلاقيات البحث العلمي والنزاهة الأكاديمية وأخلاقيات المهنة في القطاع السياحي والفندقي.	٢,٣	الحوار والمناقشة دراسة الحالة	فحص التشابه – Similarity Check تقييم أصالة المهام البحثية
3.3	يعمل بروح الفريق، ويتقبّل النقد البنّاء، ويحترم آراء الآخرين في المناقشات البحثية.	٣,٣	مجموعات العمل التعلم التعاوني	الملاحظة والمتابعة الصفية تقييم المشاركة في المناقشات

ج. موضوعات المقرر

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
1	خطة المقرر وأهدافه ومدخل إلى بحوث التسويق السياحي والفندقي	٣
2	الفصل الأول: بحوث التسويق وعلاقتها بإدارة الأعمال	٣

3	الفصل الثاني: أنواع بحوث التسويق	٣
4	الفصل الثالث: مراحل البحث المكتبي	٣
5	الفصل الرابع: مجتمع الدراسة والعينات	٤
6	الفصل الخامس: جمع البيانات	٦
7	الفصل السادس: تحليل البيانات	٦
8	تطبيقات وأمثلة عملية على تحليل البيانات	٢
9	الفصل السابع: كتابة التقرير البحثي	٨
10	المراجعة الشاملة وأسبوع التعزيز الأكاديمي	٣
11	الاختبارات و أنشطة التقييم الصفية (اختبار منتصف الفصل + اختباران قصيران)	٣
المجموع		٤٤ ساعة

د. أنشطة تقييم الطلبة

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
1	الاختبار القصير الأول (اختبار تحريري) – Quiz ١	الأسبوع السادس	%١٠
2	المهمة البحثية والتحليلية الأولى – Assignment ١	الأسبوع الثامن	%٥
٣	اختبار منتصف الفصل (اختبار تحريري)	الأسبوع الحادي عشر	%٣٠
٤	الاختبار القصير الثاني (اختبار تحريري) – Quiz ٢	الأسبوع الثالث عشر	%١٠
٥	المهمة البحثية والتحليلية الثانية – Assignment ٢	الأسبوع الخامس عشر	%٥
٦	الاختبار النهائي (اختبار تحريري)	الأسبوع السابع عشر	%٤٠
	المجموع	-	%١٠٠

أنشطة التقييم (اختبار تحريري، شفهي، عرض تقديمي، مشروع جماعي، ورقة عمل وغيره).

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

المرجع الرئيس للمقرر	بحوث التسويق، تأليف: سعيد بن علي العضاضي، وعبدالله بن سعيد الغامدي، الطبعة الأولى، ٢٠١٨م.

المراجع المساندة	Malhotra, N. K., & Dash, S. (2016). Marketing Research: An Applied Orientation (7th ed.). Pearson Education. ثابت عبدالرحمن إدريس، بحوث التسويق: أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض، الدار الجامعية، ٢٠٠٧م. ناجي معلا، بحوث التسويق، دار وائل للنشر، ٢٠٠٤م.
المصادر الإلكترونية	نظام إدارة التعلم Blackboard (المرجع الرسمي لمحتوى المقرر وإعلاناته ومهامه). المكتبة الرقمية السعودية (SDL) وقواعد البيانات العلمية المتاحة عبر جامعة الملك سعود. المنصات الإحصائية الرسمية (الهيئة العامة للإحصاء، ووزارة السياحة).
أخرى	حالات دراسية تطبيقية ونماذج استبانات في مجال السياحة والضيافة. معايير تقييم المهام Rubrics ومواد مساندة تُنشر على Blackboard.

٢. المرافق والتجهيزات المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية (القاعات الدراسية، المختبرات، قاعات العرض، قاعات المحاكاة ... إلخ)	قاعة دراسية مجهزة تتسع لعدد طلاب الشعبة (القاعة A٦). معمل حاسب آلي لتطبيقات تحليل البيانات.
التجهيزات التقنية (جهاز عرض البيانات، السبورة الذكية، البرمجيات)	جهاز عرض البيانات (Projector)، وسبورة ذكية، وحاسب آلي متصل بالإنترنت. نظام إدارة التعلم Blackboard، وبرنامج العروض التقديمية PowerPoint. برمجيات التحليل الإحصائي SPSS و Excel، ومنصة Zoom للساعات المكتبية.
تجهيزات أخرى (تبعاً لطبيعة التخصص)	لا يوجد

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلبة عضو هيئة التدريس لجنة تنسيق المقررات	غير مباشر: استبانة تقييم المقرر مباشر: الزيارات الصفية والتقييم الذاتي

مجالات التقويم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية طرق تقييم الطلاب	لجنة الجودة بالقسم المراجع النظير	مباشر: مراجعة نماذج الأسئلة وأوراق الإجابة ومعايير التصحيح Rubrics وتوزيع الدرجات
مصادر التعلم	الطلبة أعضاء هيئة التدريس	غير مباشر: استبانة مصادر التعلم وتقارير استخدام Blackboard
مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر	عضو هيئة التدريس قيادات البرنامج	مباشر: تحليل نتائج التقييمات ومقارنتها بمؤشرات الأداء المستهدفة تقرير المقرر الدراسي
أخرى	الطلبة	غير مباشر: التغذية الراجعة ونتائج استطلاعات نهاية الفصل الدراسي

المقيمون (الطلبة، أعضاء هيئة التدريس، قيادات البرنامج، المراجع النظير، أخرى (يتم تحديدها).

طرق التقييم (مباشر وغير مباشر).

ز. اعتماد التوصيف:

جهة الاعتماد	
رقم الجلسة	
تاريخ الجلسة	