

السؤال الأول: (06 نقاط): توجد عدة معايير لتصنيف انواع بحوث التسويق أهمها ما يلي:

1. **مقياس حسب الهدف(الغرض):** وفقا لهذا المعيار تصنف الى بحوث استطلاعية(استكشافية)، وبحوث استنتاجية. مع الشرح.
2. **مقياس حسب موضوع البحث:** وهو نفسه مجالات بحوث التسويق (حسب المزيج التسويقي، حسب بحوث السوق والمستهلكين، حسب بحوث المنافسين).
3. **مقياس حسب العمق:** وفقا لهذا المعيار تصنف الى بحوث كيفية ، وبحوث كمية مع الشرح.
4. **مقياس حسب الزمن :** وفقا لهذا المعيار تصنف الى بحوث البحث المقطعي العرضي، البحث الدوري المطول مع الشرح.
5. **مقياس حسب الهيئة القائمة بالبحث:** وفقا لهذا المعيار تصنف الى بحوث داخلية، بحوث خارجية مع الشرح.
6. **مقياس حسب نوع البيانات:** وفقا لهذا المعيار تصنف البحوث المكتبية، و بحوث ميدانية (البحوث المسحية) مع الشرح.

السؤال الثاني: (05 نقاط): يمر اعداد البحث التسويقي بخمسة خطوات وهي هلى النحو الآتي:

الخطوة الأولى: تحديد المشكلة وأهداف البحث مع الشرح

الخطوة الثانية: تصميم مشروع البحث(تشكيل الفرضيات، تصميم عينة الدراسة) مع الشرح

الخطوة الثالثة: جمع البيانات: (البيانات الثانوية، البيانات الأولية) مع الشرح

الخطوة الرابعة: تحليل البيانات وتحويلها إلى معلومات مع الشرح

الخطوة الخامسة: اعداد التقرير النهائي والنتائج والتوصيات مع الشرح.

السؤال الثالث: الفرق بين بحوث السوق وبحوث التسويق: (4 نقاط)

تهتم بحوث السوق بدراسة وقياس وتحليل الأسواق، بينما بحوث التسويق تكون موجهة بدراسة كل العوامل والمتغيرات المرتبطة بتسويق السلع والخدمات بما في ذلك فعالية الإعلان، وقنوات التوزيع والمنتجات المتنافسة والسياسات التسويقية، وكل ما يتعلق بسلوك المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي على حد سواء وذلك على أسس علمية، فبحوث التسويق أكثر شمولاً من بحوث السوق التي تتعلق فقط وبصفة مباشرة بالتعرف على المعلومات الخاصة بالسوق، أما بحوث التسويق تشمل نواحي عديدة مثل وظائف التسويق، تمويل التسويق، تخطيط المنتجات، تخطيط التسويق، إدارة التسويق. الخ. واعتماداً على ما سبق يمكن القول ان بحوث السوق جزء من بحوث التسويق

السؤال الرابع: عرف المصطلحات الآتية؟ (5 نقاط)

بحوث التسويق": هي علم وفن، و هي الاسلوب المنظم والموضوعي في جمع البيانات التسويقية المرتبطة باي مشكلة تسويقية وتحليلها وتفسيرها واعداد التقرير النهائي الذي تستخدمه الادارة في عملية اتخاذ القرارات التسويقية المختلفة"

-**العينة العشوائية:** هي عينة تتساوى فيها فرص جميع عناصر المجتمع الإحصائي في أن يقع عليها الاختيار في العينة .

-**العينة الغير العشوائية:** هي عينة التي لا تتساوى فيها فرص جميع عناصر المجتمع الإحصائي في أن يقع عليها الاختيار

الأسباب معينة مثل: عدم توافر المعلومات المطلوبة، أو استحالة وصول هذه العناصر، أو كبر حجم مفردات مجتمع الدراسة.

-**البيانات الأولية:** هي البيانات التي يتم جمعها بشكل مباشر من خلال المقابلات أو الإستبيانات بحيث تكون تلك البيانات فريدة بالنسبة للشخص التي قام بجمعها وتكون متاحة أو متوفرة فقط لذلك الشخص أو ممن يختار من الأشخاص .ومن مزايا استخدام البيانات الأولية أن الباحثين يجمعون المعلومات لأغراض محددة من دراستهم.

البيانات الثانوية: هي تلك البيانات التي تم جمعها بواسطة باحثين آخرين، كما تعتبر البيانات الثانوية عبارة عن تحليل وتفسير للبيانات الأولية، ويقوم الباحث بجمعها لأغراض أخرى غير الوصول إلى حل المشكلة البحثية الخاصة بالبحث العلمي، ويمكن أن تحتوى على معلومات يستند عليها في كتابة المحتوى العلمي للبحث أو متن البحث العلمي الخاص به، وتتمثل البيانات الثانوية في(الكتب، والمقالات، والدوريات، والتقارير الرسمية).