

تحليل البيانات التسويقية

المحاضرة التعريفية

MKT 213



د/ محمد محب

أستاذ المقرر

- حاصل على دكتوراه تخصص علاقات عامة وإعلان تخصص دقيق "حملات إقناعية" جامعة المنصورة.
- دكتور بجامعة ميدأوشن وجامعة سيناء كلية إعلام قسم اتصالات تسويقية متكاملة.
- متحدث بأسم كلية الاعلام جامعة سيناء.
- دكتور بجامعة السويس، أكاديمية الشروق، أكاديمية الجزيرة سابقًا.
- ناشر لأكثر من كتاب منها "مدخل إلى العلاقات العامة – الاتصالات التسويقية المتكاملة" وغيرها.
- ناشر لأبحاث علمية بجامعة القاهرة والأزهر.

وصف المقرر:

يتناول مقرر تحليل البيانات التسويقية عددًا من الموضوعات التي تؤهل الدارس لفهم مبادئ تحليل البيانات ومعرفة نقاط القوة والضعف لاستراتيجيات التسويق والقدرة على تحليل البيانات للوصول إلى أفضل الخطط التسويقية وتحقيق أعلى النتائج.



مخرجات التعلم:

في نهاية هذا المقرر، سيكون الطلاب قادرين على ما يلي:

1. فهم التعريف الصحيح للتسويق وصفاته.
2. كيفية وضع الميزانية التسويق.
3. تقييم النتائج وتحقيق تسويق ناجح.
4. فهم السوق وأنواعه.
5. معرفة مستقبل السوق.
6. التعرف على دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملية التسويق.



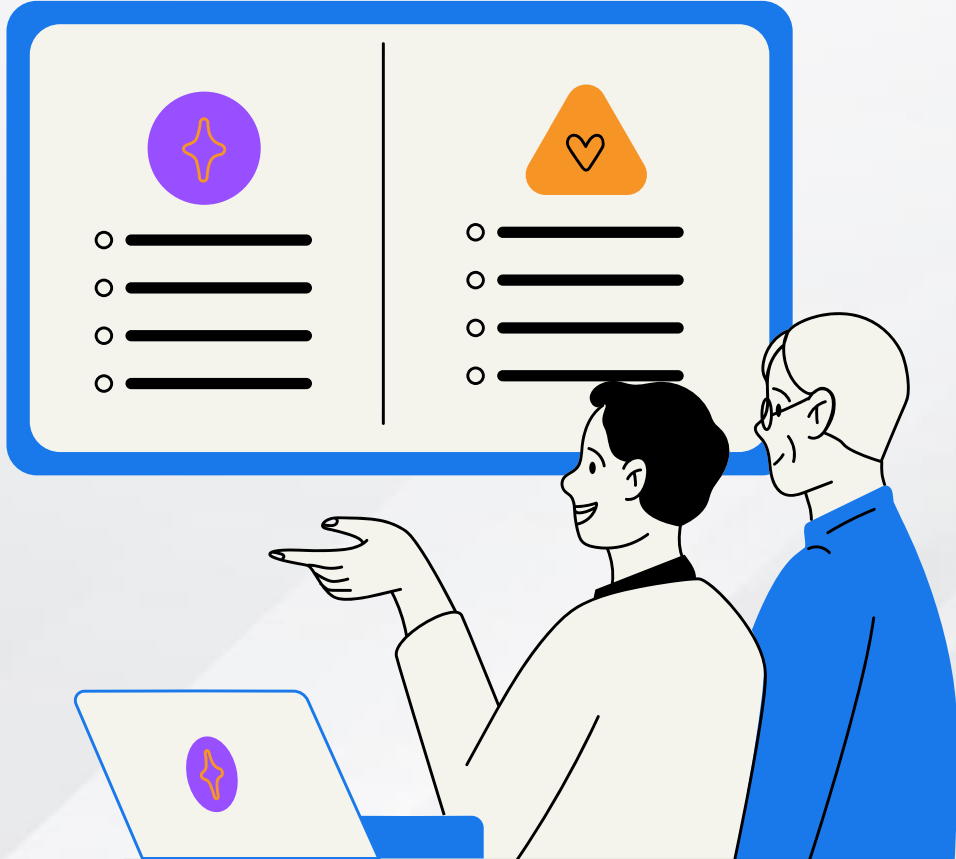
مخرجات التعلم:



7. تحديد فوائد الذكاء الاصطناعي في اتخاذ قرارات التسويق
8. توظيف الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات التسويقية.
9. أهمية بحوث التسويق.
10. تصميم وتنفيذ بحوث تسويقية.
11. فهم سلوك المستهلكين والعوامل المؤثرة.

مخرجات التعلم:

12. العوامل الخارجية التي تؤثر علي عملية التسويق.
13. كيفية التواصل مع الاسواق.
14. تحليل المعطيات التسويقية.
15. تحليل البيانات الضخمة.
16. الأسس النظرية لعملية تحليل المعطيات.



المحاضرة الأولى:



فهم السوق والتعامل معه

مكونات التسويق
الإستراتيجية

الميزانية

تقييم النتائج

مفاتيح التسويق الناجح

المحاضرة الثانية:

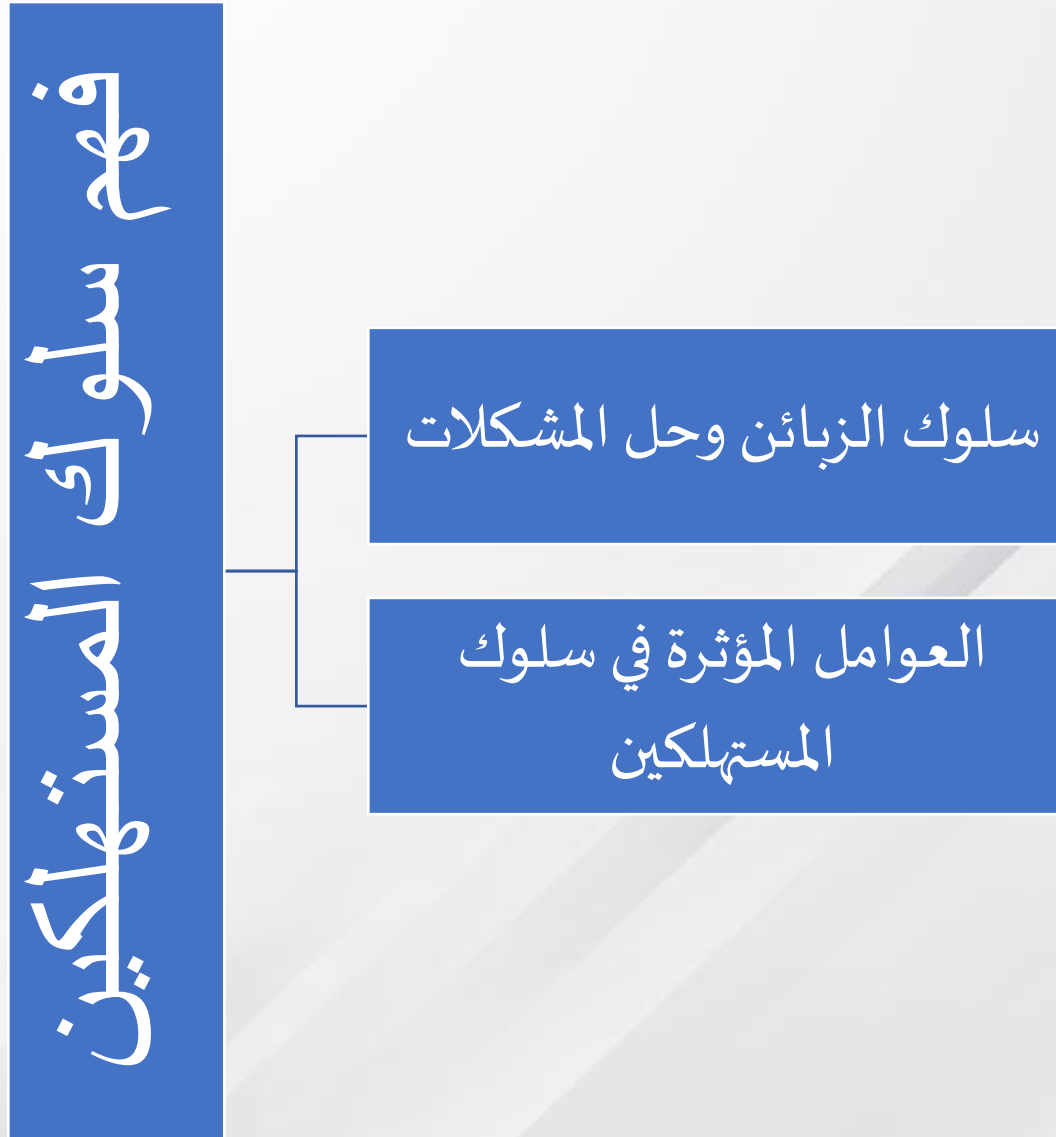
المحاضرة الثانية:



المحاضرة الثالثة:



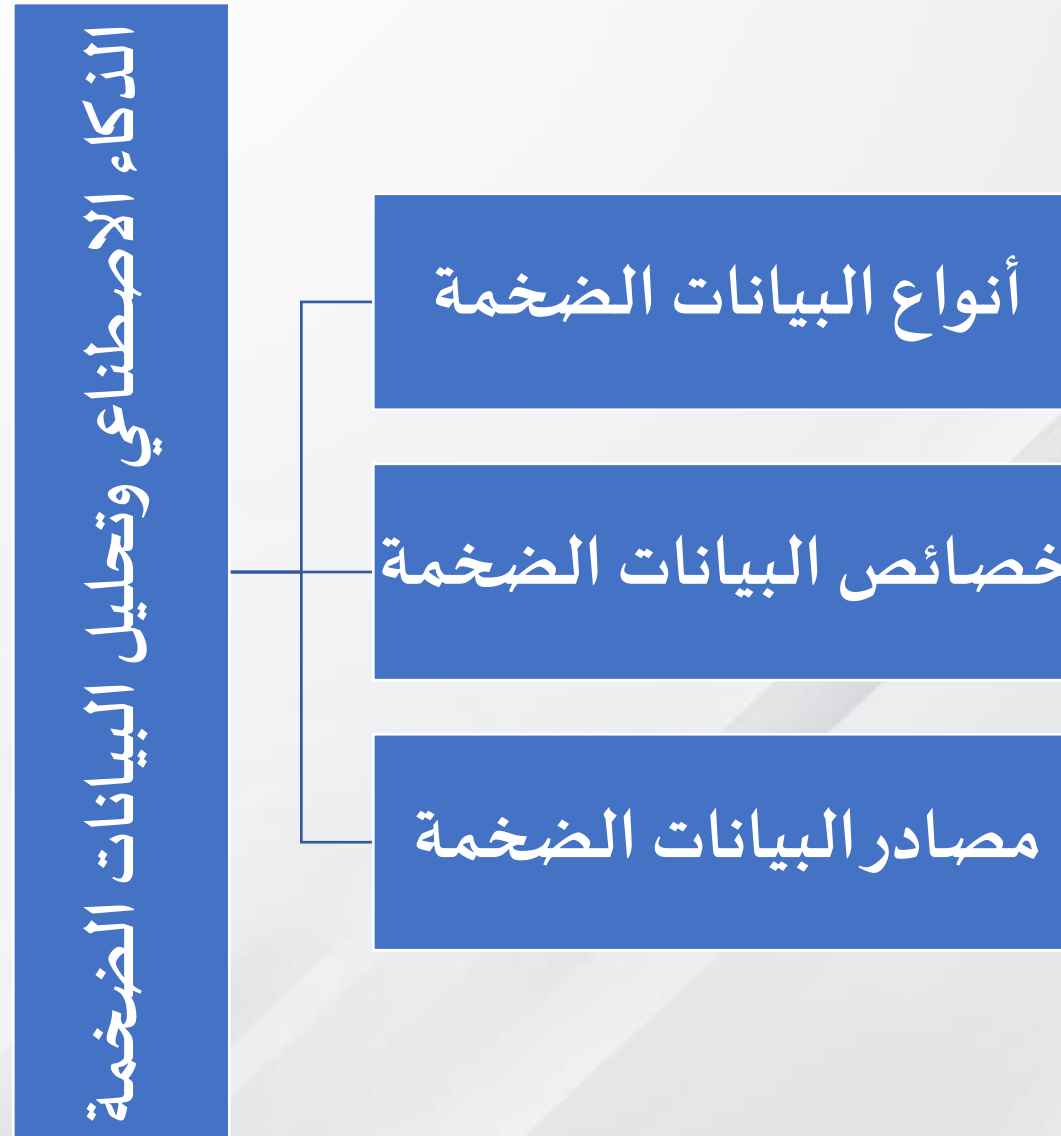
المحاضرة الرابعة:



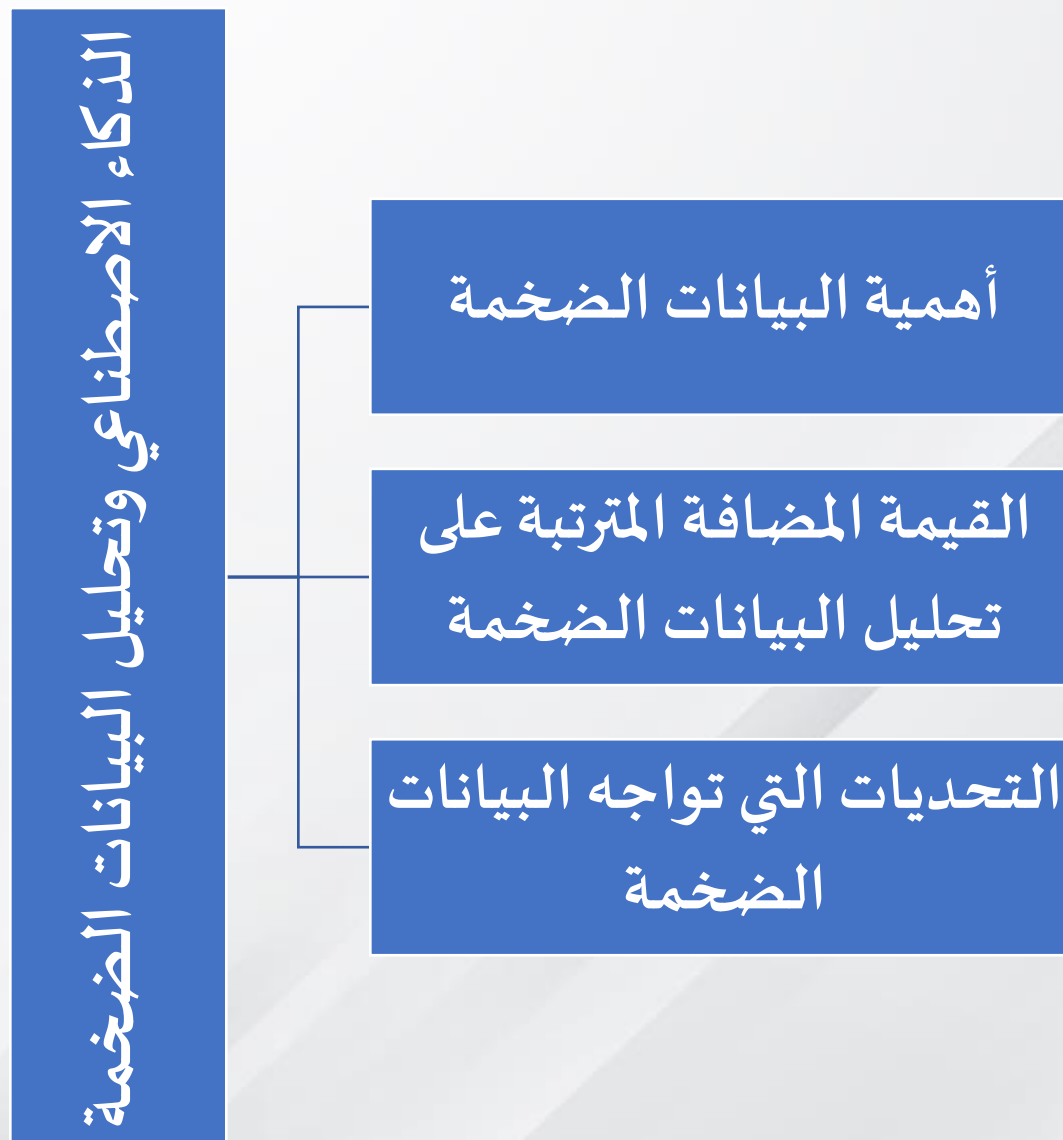
المحاضرة الخامسة:



المحاضرة الخامسة:



المحاضرة الخامسة:



لتحليل المعطيات التسويقية

مفهوم وخطوات تحليل
المعطيات التسويقية

طرق جمع البيانات

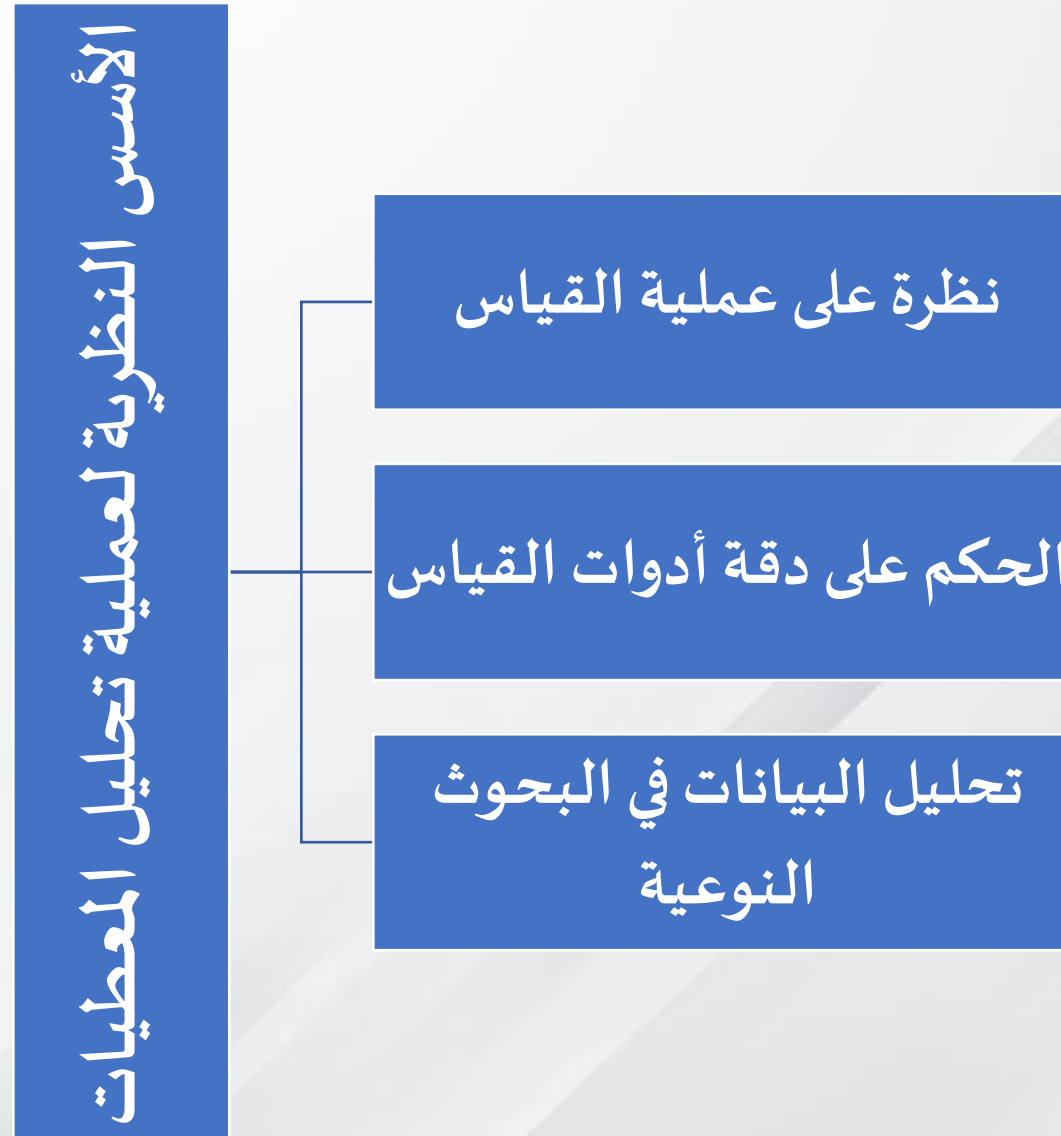
وسائل جمع البيانات

تقسيم العينات وفقا لاسلوب
اختيارها

خطوات تحليل المعطيات
التسويقية

المحاضرة السادسة:

المحاضرة السابعة:



المحاضرة السابعة:

الأسس النظرية لعملية تحليل المعطيات

دور الإحصاء في تحليل وتفسير البيانات

أدوات تحليل بيانات التسويق

كيف تستفيد من أدوات التحليل في التسويق؟

المحاضرة الثامنة:

اتخاذ القرارات التسويقية

مفهوم عملية اتخاذ القرار

اهم خصائص القرارات
التسويقية

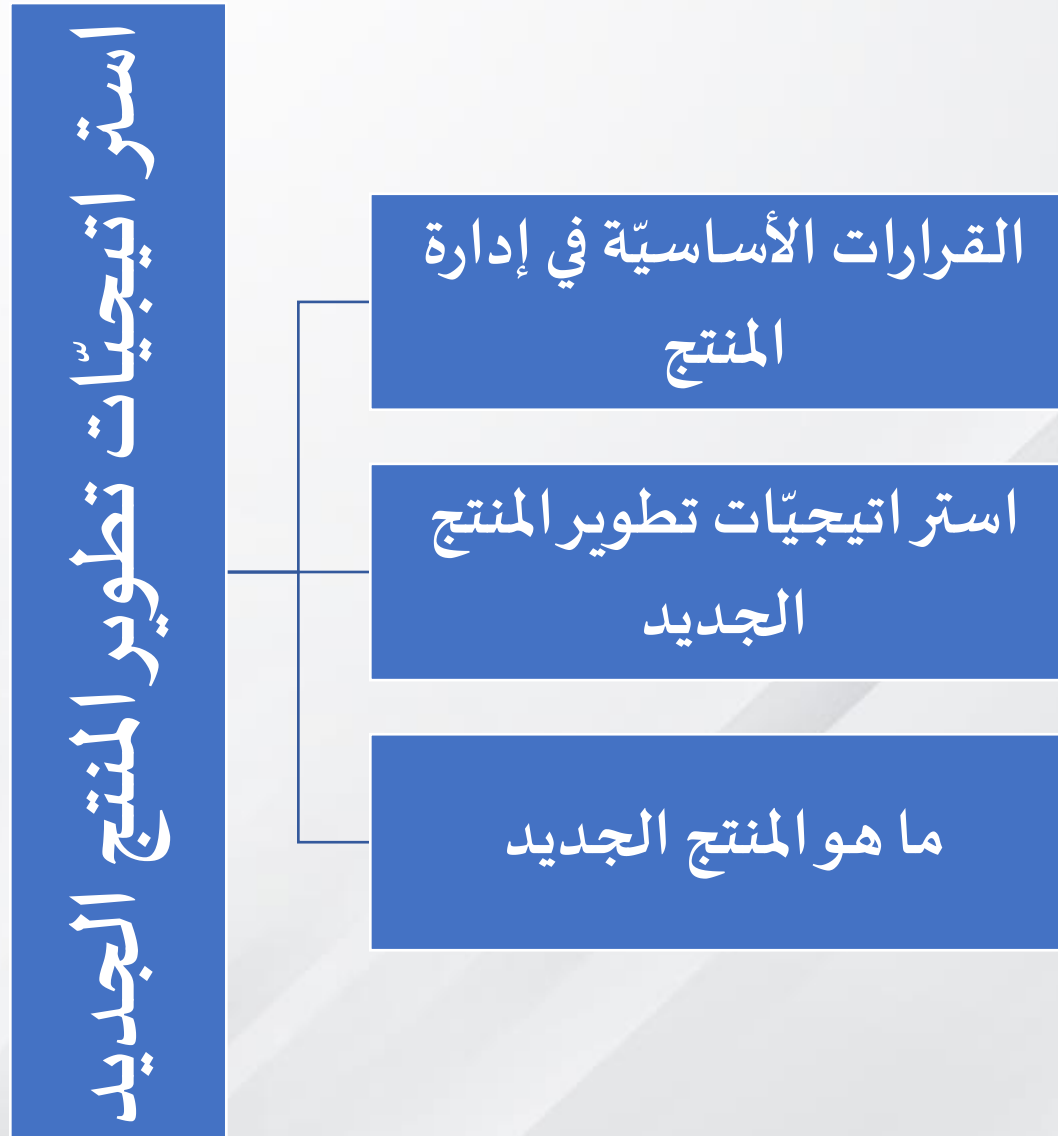
العمليات الأساسية في اتخاذ
القرارات

العوامل الخارجية المؤثرة على
التسويق

المحاضرة التاسعة:



المحاضرة العاشرة:



الاختبار القصير

- مدة الاختبار القصير 24 دقيقة فقط
- يتكون الاختبار القصير من 8 أسئلة (كل سؤال درجه)
- كلمة السر لبدء الإختبار agree
- سماحية الاختبار القصير أسبوع
- يجب إجراء الإختبار من على جهاز كمبيوتر ويفضل من خلال متصفح google chrome.
- برجاء التأكد من اختيار الإجابة قبل الإنتقال إلى السؤال التالي حيث أنه لا يمكنك العودة إليه مرة أخرى.
- في حالة وجود مشكلة في الإنتقال للسؤال التالي أو في عرض السؤال يمكنكم عمل Refresh للصفحة أو الخروج من الموقع والدخول مرة أخرى.

ولحضر اتمكم كل الشكر والتقدير والاحترام