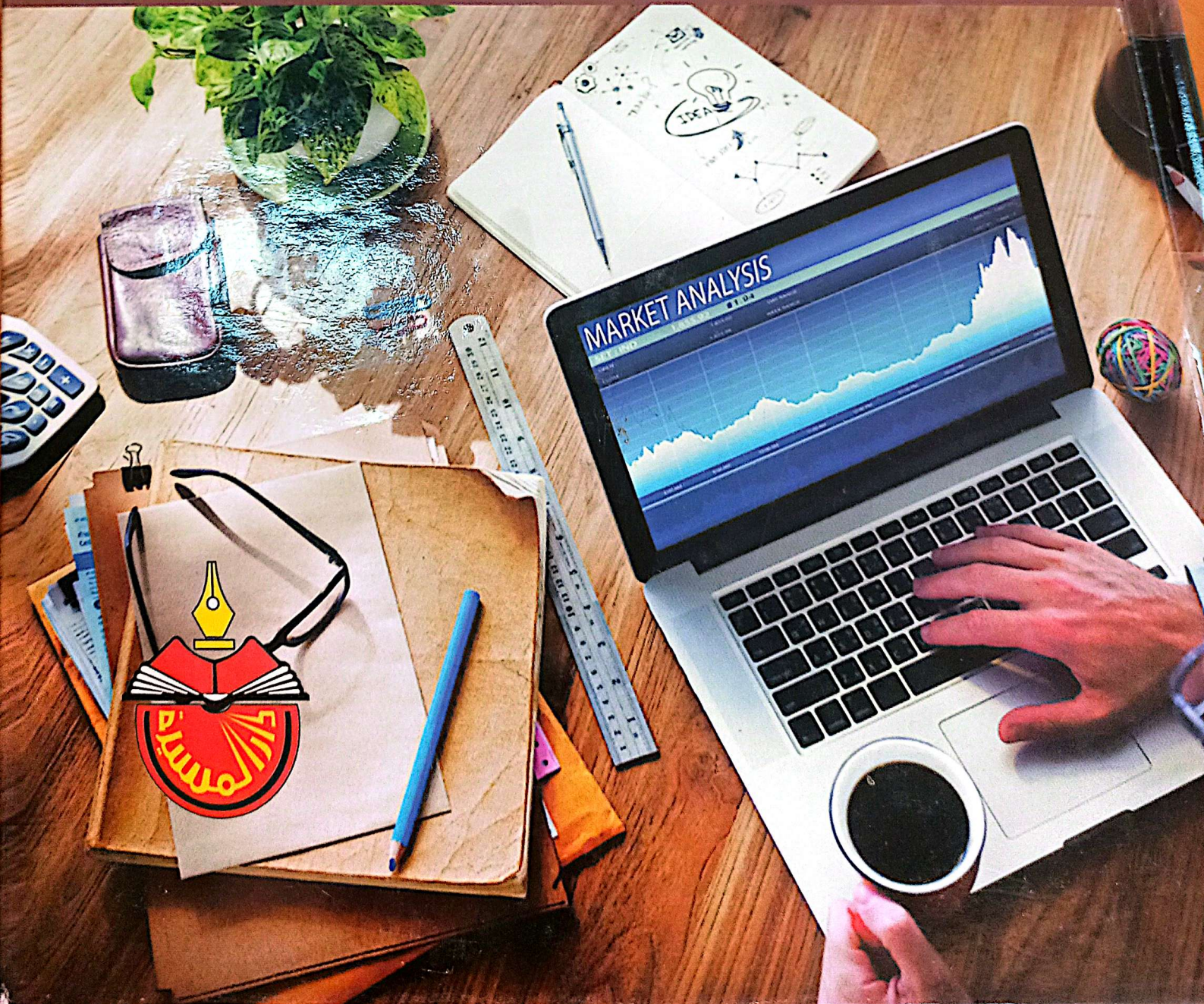


طبعة مزيّدة وملقحة

مناهج وأساليب البحث العلمي في ميدان التسويق

الدكتور
علي فلاح الزعبي



الفهرس

17.....	التقديم
19.....	مقدمة الطبعة الأولى
23.....	مقدمة الطبعة الثانية

الفصل الاول

مقدمة في مناهج وأساليب البحث العلمي في ميدان التسويق

27.....	تمهيد
28.....	تعريف البحوث العلمية التسويقية
31.....	ماهية البحوث العملية التسويقية
32.....	أهمية وأدوار البحوث العلمية التسويقية
37.....	أهداف البحوث العلمية في ميدان التسويق
38.....	مراحل تطور البحوث العلمية في ميدان التسويق
39.....	شروط ونموذج البحوث العلمية التسويقية
40.....	خصائص ومرتكزات البحوث العلمية التسويقية
42.....	علاقة البحوث العلمية في ميدان التسويق وبحوث السوق
42.....	علاقة البحوث العلمية في ميدان التسويق ونظم المعلومات التسويقية
43.....	مجالات البحوث العلمية في ميدان التسويق
46.....	أنواع البحوث العلمية في ميدان التسويق
48.....	المعرفة والعلم وعلاقتها بالبحوث العلمية في ميدان التسويق
49.....	خصائص الباحث العلمي

75	مفاهيم أساسية في البحوث العلمية التسويقية
76	خطوات البحوث العلمية في الميدان التسويقي
76	جمع البيانات في البحوث العلمية في ميدان التسويق
76	الصعوبات التي تصاحب البحوث العلمية في ميدان التسويق
76	منهجية البحث والتطوير في دول العالم (التحديات والمتطلبات)
76	خاتمة الفصل الأول
76	أسئلة الفصل الأول

الفصل الثاني

أنواع البحوث العلمية في ميدان التسويق

75	تمهيد
76	مفهوم تصميم البحوث العلمية التسويقية
76	أنواع البحوث التسويقية على أساس الغرض أو الهدف
77	الدراسات الاستطلاعية
86	الدراسات الوصفية
88	الدراسات السببية
93	أنواع البحوث التسويقية على الأساس الزمني
94	أنواع البحوث التسويقية على أساس جمع البيانات
99	أخطاء تصميمات البحوث التسويقية
102	خاتمة الفصل الثاني
103	أسئلة الفصل الثاني

الفصل الثالث

خطوط البحوث العلمية

في ميدان التسويق (المنهجية العلمية)

109.....	تمهيد
110.....	تعريف المنهجية العلمية للبحوث في ميدان التسويق
112.....	خطوات البحوث العلمية في ميدان التسويق
135.....	أساليب وطرق البحوث العلمية في ميدان التسويق
139.....	خاتمة الفصل الثالث
141.....	أسئلة الفصل الثالث

الفصل الرابع

جمع البيانات في البحوث العلمية في ميدان التسويق

147.....	تمهيد
148.....	مصادر جمع البيانات
150.....	طرق جمع البيانات
151.....	المتغيرات والثوابت والعينات وطرق اختيارها
167.....	خاتمة الفصل الرابع
168.....	أسئلة الفصل الرابع

الفصل الخامس

إجراءات التصميم المنهجي للبحث العلمي

175.....	تمهيد
175.....	تعريف التصميم المنهجي للبحث العلمي

193	أهمية التصميم المنهجي للبحث العلمي
194	مفاهيم التصميم المنهجي للبحث العلمي
195	مراحل التصميم المنهجي للبحث العلمي
196	خاتمة الفصل الخامس
197	أسئلة الفصل الخامس
198	الملحق (1): خطة بحث لرسالة دكتوراه بعنوان (الاتفاق المستقبلية لاستراتيجيات التسويق المحلي والدولي في شركات القطاع الخاص الأردني) (دراسة ميدانية - تحليلية)

الفصل السادس

أدوات ومناهج البحث العلمي في ميدان التسويق

205	تمهيد
206	أساليب وخصائص البحث العلمي
207	مناهج البحث العلمي
210	تعريف ومستويات القياس
211	أدوات البحث العلمي
212	الأساليب الإسقاطية
220	أداة القياس والاختبار
222	الملاحظة
226	المقابلة
239	مقومات الصدق الداخلي والخارجي في بحوث التسويق
241	خاتمة الفصل السادس
242	أسئلة الفصل السادس

الفصل السابع

أنواع العينات في البحوث العلمية في ميدان التسويق

249	تمهيد
250	شروط وتعريف العينة
251	قواعد عامة لحجم العينة
251	التصميم الاجرائي للعينة
253	معايير الصدق والثبات في العينة
253	إطار العينة
254	أسباب ومبررات استخدام العينات
254	أنواع العينات
273	خاتمة الفصل السابع
274	أسئلة الفصل السابع

الفصل الثامن

الاستبيان/ أداة الدراسة في البحث العلمي

279	تمهيد
280	تعريف الاستمارة/ الاستبانة
281	شروط الاستمارة/ الاستبانة
282	أهداف وأنواع الاستبيان
284	اعتبارات وضع وبناء الاستبيان
285	خطوات تصميم الاستبيان
294	إرشادات وتوجيهات عامة لتصميم الاستبيان
295	أنواع وأنماط الاسئلة في الاستبيان

298	مزايا الاستبيان
298	محددات الاستبيان
298	أجزاء الاستبيان
299	تعليمات الاستبيان
300	خاتمة الفصل الثامن
301	أسئلة الفصل الثامن
305	الملحق (1): استبيان لرسالة دكتوراه في التسويق

الفصل التاسع

بيئة البحوث التسويقية في ميدان التسويق

327	تمهيد
329	تعريف بيئة البحوث العلمية في ميدان التسويق
329	خصائص بيئة البحوث العلمية في ميدان التسويق
330	أنواع بيئة البحوث العلمية في ميدان التسويق
330	البيئة العامة
334	البيئة الخاصة
338	خطوات تحليل الجهات المسؤولة عن عمل بيئة البحوث العلمية
339	الجهات المتعلقة بعمل البحوث العلمية في ميدان التسويق
345	أثر التغير البيئي على نتائج البحوث العلمية في ميدان التسويق
348	خاتمة الفصل التاسع
349	أسئلة الفصل التاسع

الفصل العاشر

نظم المعلومات التسويقية

355	تمهيد
357	تعريف نظم المعلومات التسويقية
359	العوامل المساعدة على انتشار نظام المعلومات التسويقية
359	وظائف نظم المعلومات
362	مهام إدارة نظم المعلومات التسويقية
363	شروط نجاح نظم المعلومات التسويقية
363	نظام دعم القرارات التسويقية
364	علاقة بحوث التسويق بنظم المعلومات التسويقية
365	أهمية نظم المعلومات التسويقية
365	خصائص نظام المعلومات التسويقية
367	نظم المعلومات التسويقية وطرق الحصول عليها
372	دور نظم المعلومات التسويقية في العملية الإدارية
375	دور نظم المعلومات التسويقية في المزيج التسويقي
376	مصادر ونماذج نظم المعلومات التسويقية
381	خاتمة الفصل العاشر
382	أسئلة الفصل العاشر

الفصل الحادي عشر

استخدامات المكتبة وأساليب التوثيق

391	تمهيد
-----	-------

392.....	محتويات وطبيعة تنظيم المكتبات
393.....	أساليب البحث في المكتبة
394.....	تقنية المعلومات والبحث
395.....	المشكلات التي تواجه الباحث وكيفية التغلب عليها
395.....	قواعد ونظم استخدام المكتبة
395.....	أساليب الإقتباس في البحث العلمي
398.....	أساليب توثيق المعلومات
402.....	أساليب بناء المهارات البحثية
406.....	خاتمة الفصل الحادي عشر
407.....	أسئلة الفصل الحادي عشر

الفصل الثاني عشر

الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحوث العلمية

413.....	تمهيد
414.....	طرق ووسائل عرض البيانات
416.....	الأساليب والمقاييس الإحصائية
416.....	مقاييس النزعة المركزية
423.....	مقاييس التشتت
428.....	خاتمة الفصل الثاني عشر
429.....	أسئلة الفصل الثاني عشر

الفصل الثالث عشر

تطبيقات عملية للبحوث التسويقية العلمية

435.....	تمهيد
----------	-------

436.....	بحوث الاعلان
442.....	بحوث تطوير المنتج
443.....	بحوث دراسة السوق
446.....	خاتمة الفصل الثالث عشر
447.....	أسئلة الفصل الثالث عشر
453.....	ملاحق
	الملحق (1): لكتاب منهجية البحث العلمي في ميدان التسويق مقارنة بين
453.....	نظام هارفارد ونظام APA للتوثيق
	الملحق (2): لكتاب منهجية البحث العلمي في ميدان التسويق معايير تقييم
454.....	البحث العلمي
	الملحق (3): لكتاب منهجية البحث العلمي في ميدان التسويق نموذج إطار
456.....	عام لمخطط بحث علمي مقدم لمجلة علمية أو مؤتمر علمي
	الملحق (4): لكتاب منهجية البحث العلمي في ميدان التسويق نموذج إطار
457.....	عام لمخطط بحث علمي مقدم للحصول على درجة علمية
	الملحق (5): دور الإبداع والابتكار التسويقي في عمليات التسويق الريادي
	في منظمات الأعمال الصغيرة في الأردن (دراسة تطبيقية على مدينة
258.....	اربد)
492.....	الملحق (6): نموذج تطبيقي لبحث علمي محكم ومنشور/ انجليزي
516.....	الملحق (7): نموذج أسئلة مفتوحة
520.....	الملحق (8): مستلزمات مناقشة البحث والدفاع عنه
521.....	الملحق (9): استخدام المختصرات الأجنبية في بحوث التسويق
523.....	المصطلحات العملية للكتاب
527.....	مراجع