

طبعة ملونة

الأستاذ الدكتور حميد الطائي

بحوث التسويق

مدخل نظري وتطبيقي



اليازوجي

المحتويات

1	آية قرآنية
3	الإهداء
5	المحتويات
7	توطئة
11	الباب الأول: الإطار النظري لبحوث التسويق
13	الفصل الأول: نظام المعلومات التسويقية
14	أولاً: تقويم المعلومات التسويقية المطلوبة:
16	ثانياً: تنمية المعلومات التسويقية
23	الفصل الثاني: مقدمة في البحث التسويقي
30	أنواع بحوث التسويق:
30	أولاً: حسب المنهج العام (البحوث الاستدلالية والبحوث الاستقرائية)
31	ثانياً: حسب الهدف البحثي (البحوث الاستكشافية والبحوث الاستتاجية)
36	ثالثاً: حسب نوع البيانات (البحوث المكتبية والبحوث الميدانية)
40	رابعاً: حسب النطاق الزمني
45	الفصل الثالث: خطوات إعداد البحث التسويقي
46	أولاً: تحديد المشكلة وأهداف البحث
49	ثانياً: إعداد خطة البحث لغرض جمع المعلومات
62	ثالثاً: تنفيذ خطة البحث وجمع البيانات وتحليلها
67	رابعاً: تحليل النتائج وإعداد التقرير النهائي

- 73 الباب الثاني: الإطار الميداني لبحوث التسويق
- البحث الأول: قياس مدى إدراك مديري التسويق والمبيعات لخصائص وسمات الخدمات السياحية
والفندقية في الأردن (حالة مدينة عمان) 75
- البحث الثاني: تطوير نموذج شمولي لتفسير سلوك السائح في اختيار جهة قصد محددة (دراسة تحليلية)
..... 115
- البحث الثالث: العوامل المؤثرة في قرار تفضيل الطعام من وجهة نظر الزبائن 161
- البحث الرابع: Perceived Quality of Services Provided by Hotels in Jordan Among Foreign Guests
..... 205
- البحث الخامس: المفهوم المجتمعي للتسويق في صناعة السياحة 237
- البحث السادس: تقييم مواقع فنادق الدرجة الأولى على شبكة المعلومات العالمية (حالة من الأردن)
..... 281
- البحث السابع: تطبيقات لاقتصاديات المعرفة في صناعة الضيافة الأردنية 307
- البحث الثامن: دراسة وتقييم إدارة المردود في فنادق الدرجة الأولى في عمان 335
- ملحق رقم (1) البحوث المنشورة في المجلات والمؤتمرات العلمية المحكمة 375
- ملحق رقم (2) نموذج لإستبانة البحث 379
- ملحق رقم (3) آليات العينات الاحتمالية وغير الاحتمالية 382