



أبحاث السوق وتحليل سلوك المستهلك

2026 - 27 نوفمبر

مدريد (إسبانيا)



أبحاث السوق وتحليل سلوك المستهلك

المرجع: 157035_121167 التاريخ: 23 – 27 نوفمبر 2026 المكان: مدريد (إسبانيا) الرسوم: Euro 5600

مقدمة:

تعد أبحاث السوق وتحليل سلوك المستهلك من الركائز الأساسية لفهم ديناميكيات السوق وتوجيه استراتيجيات الأعمال بفعالية. تهدف هذه الدورة التدريبية في أبحاث السوق وتحليل سلوك المستهلك، إلى تزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لإجراء أبحاث سوقية دقيقة وتحليل سلوك المستهلك بطرق علمية ومنهجية. من خلال دراسة الأدوات والتقنيات الحديثة، سيتعرف المتدربون على كيفية جمع البيانات وتحليلها لتقديم رؤى استراتيجية تدعم اتخاذ القرارات.

كما ستتناول دورة أبحاث السوق وتحليل سلوك المستهلك، تطبيقات عملية تساعد المشاركين على فهم التوجهات السوقية وتوقع سلوك المستهلك، سيتم التركيز على تطوير مهارات التفكير النقدي والتحليلي لدى المشاركين، مما يساهم في تعزيز قدرتهم على التكيف مع التغيرات السريعة في بيئة الأعمال. في نهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المشاركون قادرين على تصميم وتنفيذ أبحاث سوقية فعالة وتحليل نتائجها بطرق علمية.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة أبحاث السوق وتحليل سلوك المستهلك، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- مدراء التسويق والمبيعات.
- محللو البيانات وباحثو السوق.
- أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- فرق تطوير المنتجات والخدمات.
- الأكاديميون والباحثون في مجال التسويق.
- المهتمون بتطوير مهاراتهم في أبحاث السوق.

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في أبحاث السوق وتحليل سلوك المستهلك، سيكون المشاركون قادرين على:

- فهم أهمية أبحاث السوق في اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
- التمييز بين أنواع أبحاث السوق المختلفة.
- تعلم تقنيات جمع البيانات الكمية والنوعية.
- تحليل سلوك المستهلك وتحديد أنماط الشراء.
- استخدام أدوات التحليل الإحصائي في تفسير البيانات.
- تطوير مهارات تقديم النتائج والتوصيات.
- تطبيق المعرفة المكتسبة في دراسات حالة عملية.
- تعزيز القدرة على التكيف مع التغيرات في سلوك المستهلك.
- تحسين استراتيجيات التسويق بناءً على نتائج الأبحاث.
- بناء تقارير بحثية متكاملة واحترافية.
- التعاون الفعال مع فرق العمل المختلفة في المشاريع البحثية.
- استخدام التكنولوجيا الحديثة في جمع وتحليل البيانات.
- تقييم فعالية الأبحاث وتحديد مجالات التحسين.
- تطوير استراتيجيات تسويقية مستدامة بناءً على الأبحاث.
- تعزيز القدرة على اتخاذ قرارات مبنية على بيانات دقيقة.

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج أبحاث السوق وتحليل سلوك المستهلك:

- القدرة على تصميم وتنفيذ أبحاث سوقية شاملة.
- مهارات جمع وتحليل البيانات باستخدام أدوات متقدمة.
- فهم عميق لسلوك المستهلك واحتياجاته.
- القدرة على تقديم نتائج الأبحاث بشكل واضح ومقنع.
- مهارات التفكير النقدي والتحليلي في تفسير البيانات.
- استخدام التكنولوجيا الحديثة في جمع وتحليل البيانات.
- فهم تأثير العوامل الاقتصادية والاجتماعية على سلوك المستهلك.
- القدرة على تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة بناءً على الأبحاث.
- مهارات التواصل الفعال مع فرق العمل والعملاء.
- القدرة على تقييم فعالية الأبحاث وتحديد مجالات التحسين.
- تطوير مهارات اتخاذ القرارات المبنية على بيانات دقيقة.
- القدرة على التكيف مع التغيرات في بيئة الأعمال.
- مهارات إدارة المشاريع البحثية بفعالية.
- القدرة على تقديم توصيات استراتيجية بناءً على نتائج الأبحاث.
- مهارات كتابة تقارير بحثية احترافية.

دراسة سيناريوهات:

في تدريب أبحاث السوق وتحليل سلوك المستهلك، سيطور المشاركون قدراتهم من خلال دراسة السيناريوهات التالية:

- تحليل تأثير العروض الترويجية على سلوك الشراء.
- دراسة تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية على قرارات المستهلك.
- تحليل تفضيلات المستهلكين في قطاع التجزئة.
- دراسة سلوك المستهلك في بيئات التسوق الإلكترونية.
- تحليل تأثير العوامل الثقافية على سلوك الشراء.
- دراسة تأثير الحملات الإعلانية على سلوك المستهلك.
- تحليل سلوك المستهلك في أسواق جديدة.
- دراسة تأثير العوامل الاقتصادية على قرارات الشراء.
- تحليل سلوك المستهلك في فترات الأزمات الاقتصادية.
- دراسة تأثير العوامل البيئية على سلوك الشراء.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: مقدمة في أبحاث السوق:

- تعريف أبحاث السوق وأهميتها في اتخاذ القرارات.
- أنواع أبحاث السوق: استكشافية، وصفية، تجريبية.
- مراحل عملية البحث السوقي.
- تحديد المشكلة البحثية وصياغة الفرضيات.
- تصميم أدوات جمع البيانات: الاستبيانات، المقابلات، الملاحظة.
- اختيار العينة المناسبة.
- جمع البيانات الأولية والثانوية.
- تقييم مصادر البيانات ومصداقيتها.

الوحدة الثانية: تحليل سلوك المستهلك:

- مفهوم سلوك المستهلك وأبعاده.
- العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك: نفسية، اجتماعية، ثقافية.
- نماذج تفسير سلوك المستهلك.
- عملية اتخاذ قرار الشراء.
- تصنيف المستهلكين حسب أنماط الشراء.
- تأثير العوامل البيئية على سلوك المستهلك.
- سلوك المستهلك في الأسواق الرقمية.
- تحليل البيانات السلوكية باستخدام أدوات التحليل.

الوحدة الثالثة: أدوات وتقنيات جمع البيانات:

- أدوات جمع البيانات الكمية: الاستبيانات، الاستطلاعات.
- أدوات جمع البيانات النوعية: المقابلات، مجموعات التركيز.
- استخدام التكنولوجيا في جمع البيانات.
- تصميم أدوات جمع البيانات بفعالية.
- تقييم جودة البيانات المجمعة.
- التعامل مع البيانات المفقودة أو غير المكتملة.
- تحليل البيانات باستخدام البرمجيات الإحصائية.
- عرض البيانات وتفسير النتائج.

الوحدة الرابعة: تحليل البيانات وتفسير النتائج:

- تقنيات التحليل الإحصائي: المتوسطات، التباين، الارتباط.
- تحليل البيانات النوعية: الترميز، التصنيف.
- استخدام البرمجيات الإحصائية في التحليل.
- تفسير النتائج وتقديم التوصيات.
- تقييم فعالية الأبحاث وجودتها.
- كتابة تقارير بحثية شاملة.
- تقديم النتائج أمام الجمهور المستهدف.
- تطبيق النتائج في تطوير استراتيجيات التسويق.

الوحدة الخامسة: تطبيقات عملية في أبحاث السوق:

- دراسة حالة: تحليل سوق منتج جديد.
- تصميم بحث سوقي لقطاع معين.
- تحليل سلوك المستهلك في حملات تسويقية.
- تقييم فعالية استراتيجيات التسويق بناءً على الأبحاث.
- استخدام نتائج الأبحاث في تطوير المنتجات.
- تطبيق أدوات التحليل في سيناريوهات واقعية.
- تقديم توصيات استراتيجية بناءً على الأبحاث.
- مناقشة التحديات والحلول في أبحاث السوق.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تعد أبحاث السوق وتحليل سلوك المستهلك أدوات أساسية لفهم ديناميكيات السوق وتوجيه استراتيجيات الأعمال بفعالية. من خلال تطبيق المعرفة والمهارات المكتسبة، يمكن للمشاركين تحسين استراتيجيات التسويق واتخاذ قرارات مبنية على بيانات دقيقة.