

<b>Marketing Information Systems (2109432)</b>	<b>نظم المعلومات التسويقية</b> <b>الإدارية 2109432 المتطلب السابق مبادئ نظم المعلومات</b> <b>2105100</b>
This course aims at defining marketing information systems, its importance, objectives and components. In addition, this course will discuss methods and systems used in collecting, analyzing, storing and retrieving data in order to provide the decision makers with the marketing information necessary to achieve the marketing objectives. (Prerequisite: principles of management information system, 2105110).	تهدف هذه المادة إلى تعريف الطالب بنظم المعلومات التسويقية: فوائدها، أهدافها، عناصرها ومكوناتها بالإضافة إلى مناقشة الأساليب والأنظمة المستخدمة في عملية جمع وتحليل وتخزين واسترجاع المعلومات (نظام السجلات الداخلي، نظام بحوث التسويق، نظام الإستخبارات التسويقية) إضافة إلى التعرف بقواعد البيانات التسويقية مع استعراض علاقة نظم المعلومات التسويقية باتخاذ القرارات التسويقية والميزة التنافسية.