|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| كلية الادارة والاقتصاد | | | | College Name |
| ادارة اعمال | | | | Department |
| علي فوزي موسى | | | | Full Name as written in Passport |
|  | | | | e-mail |
| **Professor** | **Assistant Professor** | **Lecturer** | **Assistant Lecturer** | Career |
| PhD | | Master | |  |
| نظام المعلومات التسويقي و أثره في اتخاذ القرارات دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية | | | | Thesis Title |
| 2012 | | | | Year |
| في ظل تنامي تطور المؤسسات المالية و بضمنها شركات التأمين ازدادت أهمية نظام المعلومات فأصبحت طريقة جمع المعلومات تكون بطرائق و مواصفات علمية و موضوعية ، إذ أصبحت المعلومات موردا مهما لا يمكن الاستغناء عنه يعتمد عليه متخذ القرارات.فلا يوجد جانب من جوانب عمل شركات التأمين العالمية اليوم لم يتأثر بتقانة المعلومات لذلك فقد أصبحت دراسة نظم المعلومات مثل دراسة أي مجال وظيفي آخر كالإنتاج و التسويق والتمويل.وعلى هذا الأساس عرض الباحث في دراسته موضوع (نظام المعلومات التسويقي في شركات التأمين ودوره في اتخاذ القرارات التسويقية) دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية ، باختيار عينة قوامها (59) فردا من الشركة المبحوثة، وقد استخدم الباحث استمارة الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات فضلا عن المقابلات الشخصية للمدراء التي أجراها ، واختبرت فرضيات الدراسة التي اهتمت بوجود العلاقة والأثر بين متغيرات البحث عن طريق الأساليب الإحصائية ذات الصلة بالموضوع ، ولغرض اختبار فرضيات العلاقة اعتمدت معامل الارتباط سبيرمان ، ولاختبار علاقات التأثير اعتمدت معامل الانحدار الخطي البسيط .**وخلصت الدراسة** إلى مجموعة من الاستنتاجات كان أهمها امتلاك الشركة نظام معلومات تسويقية بالطرائق التقليدية والبسيطة لغاية الوقت الحاضر ، إذ يعتمد على جمع البيانات من مصادرها والقيام بتحليلها بشكل شخصي من قبل إدارة الشركة، معتمدا على الخبرة من دون تدخل التقنيات اللازمة من اجل الحصول على المعلومات التسويقية التي تساعد على اتخاذ القرارات التسويقية.فضلا عن ذلك تفتقر الشركة المبحوثة إلى الكوادر أصحاب الشهادات العليا في المجال التخصصي للتأمين والتسويق ,مما يجعل عملية التسويق لا تعتمد على أسس علمية وإنما على أساس الخبرة فقط ,مما ينعكس سلبا على أداء نظام المعلومات التسويقية داخل الشركة.كما نجد هنالك ندرة نسبية للدورات التدريبية الخاصة بالتسويق والحاسوب لموظفي الشركة ,مما ينعكس سلبا على عدم تطوير نظام المعلومات التسويقية وعدم إدخال التقنيات عليه مما يؤدي إلى استخدامه بالشكل التقليدي .  **وقدم الباحث في النهاية جملة من التوصيات** إلى الشركة المبحوثة ، استنادا إلى النتائج التي توصل إليها كان أبرزها.إن شركة التامين العراقية بحاجة إلى تشكيل وحدة نظام معلومات تسويقية تكون ضمن الهيكل التنظيمي لقسم التسويق وإشراكهم في اتخاذ القرارات التسويقية،فضلاعن تأطير المعلومات التسويقية ضمن نظام معلومات تسويقية محوسب ومنظم للاستفادة من مخرجاته في اتخاذ القرارات التسويقية داخل الشركة وتوفير المتطلبات التقنية اللازمة لزيادة فاعلية وكفاية هذا النظام . | | | | Abstract |