

תוכנית הקורס ורשימת קריאה לקורס



סמסטר 0 שנה 2023

בית ספר: בית ספר אריסון למנהל עסקים B.A.

מחקרי שיווק

מרצים/ות:

גב' אורית מורד orit.morad@post.runi.ac.il

ד"ר דנה טבת dtevet@runi.ac.il

גב' מיכל גאוני שובל michal.gaoni@post.runi.ac.il

עוזרי/ות הוראה:

גב' נטע רודיטי Netta.Roditi@post.runi.ac.il

מספר הקורס:	2321	סוג הקורס:	שיעור	שעות שבועיות:	4	נקודות זכות:	4
דרישות הקורס:	עבודה מסכמת	קוד קבוצה:	232232102	שפת לימוד:	עברית		

תנאי קדם

קדם:

- 10 - מתמטיקה א' או 2221 - מתמטיקה א'
 - 10 - מתמטיקה א' או 9007 - מתמטיקה לכלכלנים א'
 - 43 - יסודות ניהול השיווק או 2346 - שיווק בעולם משתנה
 - 2316 - סטטיסטיקה וניתוח נתונים א' או 8910 - מבוא לסטטיסטיקה א'
 - 2316 - סטטיסטיקה וניתוח נתונים א' או 9009 - סטטיסטיקה לכלכלנים א'
-

מחקר שיווקי, הוא תהליך שבו אוספים נתונים כמענה לאתגר שיווקי וצורך בידע מסוים, מנתחים אותם ומקבלים באמצעותם החלטות שיווקיות וניהוליות. בתפקידים רבים בתחום מנהל עסקים, תידרשו לבצע מחקר, להבין את תוצאותיו ולבסס החלטות שיווקיות בהתאם. מטרת הקורס היא להכשיר אתכם לכך.

חלקים מן הקורס מועברים בפורמט של "כיתה הפוכה", שבו הסטודנטים נדרשים לצפות בבית בסרטונים שהוקלטו מראש ומעבירים חומר תיאורטי ויישומי המהווה בסיס לביצוע פרויקט המחקר בקורס.

מטרת הסרטונים הינה לפנות זמן של צוות ההוראה מהעברת החומר תיאורטי שניתן ללמוד באופן עצמאי לטובת תרגול ועבודה פרטנית עם קבוצות הסטודנטים על הפרוייקטים שלהם. מנסיון העבר ריבוי עבודה פרטנית עם הסטודנטים תורמת רבות להצלחתם בקורס.

על הסטודנטים להגיע לכיתה לאחר שצפו בסרטונים בהתאם ללו"ז המפורסם בטבלת הלו"ז בסילבוס ובהנחיות באתר הקורס (אלא אם כן ינתנו הנחיות אחרות ללו"ז במהלך השנה). על מנת לוודא כי הסטודנטים צופים ומבינים את החומר הנלמד בסרטונים, אשר מהווים אבני יסוד לביצוע הפרוייקט, יתקיימו במהלך השנה מספר בחנים (יפורט בהמשך).

עדכון שבועי באתר הקורס

באתר הקורס יפורטו משימות ומטלות הקורס ביחידות ההוראה אשר יהיו מסודרות לכל שבוע. בכל יחידה יהיו מפורטים החומרים שנלמדו בשיעור, החומרים שנדרשים ללמידה עצמאית, סרטונים רלוונטיים לצפייה, דוגמאות ומשימות להמשך כולל לו"ז הגשה, בהתאם לנדרש בכל שבוע.

לו"ז הקורס

סמסטר א'

הנחיות לסטודנטים

פרויקט קבוצתי

שיעור תאריך תוכן השיעור

מבוא למחקר שיווקי: למה מחקר שיווקי חשוב, סוגי תובנות שעולות ממחקר. תאום ציפיות קורס.	8.11	1
להתחלק לקבוצות עבודה (3 סטודנטים בכל קבוצה)		
1. חשיבה על נושאים לטובת הפרוייקט הקבוצתי (עסק קיים, רעיון/מיזם לעסק, על בסיס כתבות מהעתונות וכד'...)		
2. לשלוח עד ה- 18.11 במייל לעוזרת		
מחקר שיווקי במחזור חיי הארגון.	15.11	2

ההוראה את פרטי חברי הקבוצה:
שם פרטי, שם משפחה וכתובת
מייל Gmail.

1. להשתבץ לשעת קבלה ב- 29.11	2. לצפות בסרטון השיעור של הכנת הצעת מחקר כבסיס להגשת הצעת המחקר (סרטונים מספר 1-5).	בוחן 1 (מבוא למחקרי שיווק חיי הארגון- שיעורים 1 ו- 2)	22.11	3	ושיעור בנושא סוגי מחקר כמותי/איכותני. מערכי מחקר: גישוש, מחקר תיאורי, מחקר ניסויי
1. נוכחות חובה	2. להגיע עם 2-3 אפשרויות של אתגרים שיווקיים (שם חברה/מיזם והגדרת האתגר השיווקי)				
3. לאחר שעת הקבלה יש להגיש הצעת מחקר one page עד ה- 6.12 בתיבת ההגשה.	4. לצפות בסרטוני דגימה וכתובת שאלון עד שיעור 7 (דגימה סרטונים מספר 6-10, כתיבת שאלון סרטונים מספר 11-25).	יעוץ בקבוצות: נושא מחקר	29.11	4	
1. להמשיך לצפות בסרטוני כתיבת שאלון עד השיעור המקביל בשיעור 7 (דגימה סרטונים מספר 6-10, כתיבת שאלון סרטונים מספר 11-25).		מערך מחקר ניסויי, שאלון ניסויי	6.12	5	
1. לצפות בסרטוני דגימה וכתובת שאלון עד שיעור 7 (דגימה סרטונים מספר 6-10, כתיבת שאלון סרטונים מספר 11-25).	2. להכין מסמך מבנה לשאלון על פי המשוב שניתן להצעת המחקר ובהתאם למוסבר בסרטון 25, עד שיעור 7	שעות קבלה לפי הצורך	13.12	6	
1. להביא לשיעור זה את מסמך מבנה השאלון.	2. לצפות בסרטון של סולמות מדידה עד שיעור 8 (סרטונים מספר 26-28).	בוחן 2 (סוגי מחקר- שיעורים 3 ו- 5 ודגימה- ע"פ הסרטונים)	20.12	7	ושיעור תרגול כתיבת שאלון- חלק א'

1. להביא לשיעור זה את מסמך מבנה השאלון.			
2. את טיוטאת השאלון יש להגיש עד ה- 6.1 בתיבת ההגשה.			
טיוטאת השאלון מהווה בסיס לשעת הקבלה.	כתיבת שאלון- חלק ב'	27.12	8
קבוצות שיקבלו ציון- לא עובר- על טיוטאת השאלון לא יוכלו להרשם לשעת קבלה ויגישו את השאלון הסופי ללא פגישה זו.			
1. להביא לשיעור זה את מסמך מבנה השאלון.	בוחן 3 (שאלון וסולמות מדידה)	3.1.23	9
2. המשך עבודה על טיוטאת השאלון ולהגיש בהתאם לרשום בהנחיות לשיעור 8.	ושיעור המשך כתיבת שאלון (ב)		
1. נוכחות חובה			
2. הגעה לפגישה עם שאלון מלא ומודפס	יעוץ שאלונים (שעות קבלה)	10.1.23	10
3. לצפות בסרטון קוואלטריקס לשיעור 12 (סרטונים מספר 29-34)			
1. נוכחות חובה			
2. הגעה לפגישה עם שאלון מלא ומודפס	יעוץ שאלונים (שעות קבלה)	17.1.23	11
3. לצפות בסרטון קוואלטריקס לשיעור 12 (סרטונים מספר 29-34)			
1. רצוי להגיע עם מחשבים	הדרכת קוואלטריקס, ומתן דגשים בקוואלטריקס		
2. אין להתחיל לתכנת בקוואלטריקס לפני קבלת משוב לשאלון מצוות ההוראה !!	(תוך כדי תרגול) מעבדה	24.1.23	12

1. הגשת שאלון סופי בתיבת הגשה, לאחר יישום כל ההערות מהמרצות - עד 2.2.
2. לאחר קבלת תיקונים לשאלון יש :
 1. לתקן את השאלון בהתאם לכל ההערות.
 2. לתכנת את השאלון בקוואלטרקס ולבדוק אותו היטב.
 3. בדיקת התכנות על ידי כל חברי הקבוצה מול השאלון.
 4. ביצוע פיילוט (2-3 מרואיינים שאינם מהמדגם הסופי).
 5. תיקון טעויות ובדיקת דאמי (בהתאם להסבר בשיעור 13).
 6. למחוק את כל הניסיונות והבדיקות מהקובץ.
7. יש לשלוח לינק של השאלון מתוכנת בקוואלטרקס עד ה- 25.2.
8. לאחר שהתכנות תקין יש להתחיל בשליחת הסקר לקבוצות השונות (לפני התחלת הסמסטר).
9. יש לסיים את איסוף הנתונים עד ה- 19.3 (התחלת הסמסטר).

סמסטר ב'

הנחיות לסטודנטים

פרויקט קבוצתי

שיעור	תאריך	תוכן השיעור	הנחיות לסטודנטים
1	22.3.23	שיעור הורדה מהקוואלטרקס, הכנת קובץ נתונים, ניקוי (טיפול ב-missing), בדיקה, פתוחות (התפלגויות)	1. יש לסיים איסוף נתונים עד לשיעור זה 2. עד השיעור של שבוע 2 (שבוע הבא) יש לצפות שוב בסרטון של רמות מדידה ולצפות בסרטוני ה-frequency ביחידה של ה-spss (רמות מדידה סרטונים frequency, 26-28 סרטונים 47-51).
2	29.3.23	הוצאת התפלגויות ממחקר הפרויקט, סטטיסטיקה תאורית יצוא לexcel	1. להגיש קובץ נתונים נקי והתפלגויות (שאלות סגורות ופתוחות) ב-excel עד ה- 1.4.23. 2. הגשה בתיבת הגשה. 3. במהלך חופשת פסח, לראות את סרטוני כתיבת הדוח (סרטונים 39-44)

חופשת פסח. קבוצות שיקבלו הערות לגבי ניקוי הקובץ צריכים לתקן במהלך החופשה (חסרים משיבים, ניקוי קובץ)

3	19.4.23	בוחן מס' 4-(סטטיסטיקה תאורית וטיפול בנתונים) ושיעור ניתוח והבנת	1. הכנת טבלה מרכזת של השאלות השיווקיות: הגדרת שאלות שיווקיות בהתאם למספרי השאלות בשאלון, הגדרת המשתנה התלוי והמשתנים הבלתי תלויים, הגדרת סולם המדידה לכל שאלה (בהתאם לטבלת השאלות
---	---------	---	---

<p>השיווקיות באתר הקורס) - עד לשבוע 4.</p> <p>2. צפייה בסרטוני ה- spss של crosstab (סרטונים 52-54) עד לשבוע 4.</p> <p>3. יש להתחיל לעבוד על הדוח</p>	<p>התפלגויות ראשוניות וחשיבה על ניתוחי המשך (ראיה שיווקית)</p>		
<p>1. לבדוק לאלו מהשאלות השיווקיות רלוונטי מבחן crosstab ולרשום בטבלה. יש לבצע את מבחן זה ולדווח בטופס הכנה לדוח אלו מבחנים יצאו מובהקים/לא מובהקים</p> <p>2. לצפות בסרטוני spss של עץ החלטות, t-test ואנובה עד לשבוע 5. (עץ החלטות סרטונים 35-38, t-test סרטונים 55-57, אנובה סרטון 58).</p> <p>3. להמשיך לעבוד על הדוח</p>	<p>תרגול קשרים בין משתנים crosstab והאם הבדלים בין קבוצות זה קשר בין משתנים</p>	3.5.23	4
<p>1. לבדוק לאלו מהשאלות השיווקיות רלוונטי מבחן t-test ו- anova ולרשום בטבלה. יש לבצע את מבחנים אלו ולדווח בטופס.</p> <p>2. לצפות בסרטוני רגרסיה עד לשיעור 6 (סרטון 60)</p> <p>3. להמשיך לעבוד על הדוח</p>	<p>בוחן מס' 5- crosstab ועץ החלטות קשרים בין משתנים Anova, t-test</p>	10.5.23	5
<p>1. יש להגיע לשיעור זה עם קובץ נתונים נקי של מחקר הפרוייקט ועם טבלת השאלות השיווקיות והניתוחים המתקדמים שבוצעו ו/או יש לבצע.</p> <p>2. להמשיך לעבוד על הדוח</p>	<p>שיעור במעבדה ניתוחים מתקדמים (רגרסיה), ותרגול על כל החומר</p>	17.5.23	6
<p>1. להשתבץ לשעת קבלה במועד אחד בלבד ב- 31.5 או ב- 7.6</p> <p>2. להמשיך לעבוד על הדוח</p>	<p>בוחן 6 (מבחנים סטטיסטיים, הסקת מסקנות ודיווחים) ושיעור "מה תכלס"</p> <p>- הבדל בין דוח מחקר לבין מצגת</p> <p>- תרגול של מסקנות שיווקיות וחלוקה לפרקים</p>	24.5.23	7
<p>1. נוכחות חובה</p> <p>2. יש להגיע עם קובץ נקי של התפלגויות וממוצעים וכן ניתוחים סטטיסטיים רלוונטיים לשאלות השיווקיות.</p>	<p>שעות קבלה מעבדה</p>	31.5.23	8

9	7.6.23	שעות קבלה מעבדה	יש להגיע עם מסקנות ותובנות מהמחקר. 4. לעבוד על הדוח והמצגת	3.
10	14.6.23	הרצאת מחקר	נוכחות חובה	
11	21.6.23	הצגת המחקר בכתה	1. חובת נוכחות בשני שיעורי המצגות . 2. יש להיות מוכנים לשאלות לגבי המצגת. 3. כל חברי הקבוצה צריכים להציג (תנאי מעבר של הקורס).	
12	28.6.23	הצגת המחקר בכתה	4. את המצגת יש לשים בתיבת הגשה עד יום לפני הצגת המצגת.	

מטרות הקורס

תרכשו ניסיון מעשי בתהליך המחקר השיווקי כולו, מניסוח שאלת המחקר, זיהוי מערך המחקר המתאים, תכנון המחקר, שיטות לאיסוף הנתונים, בניית שאלונים, ניתוח נתונים, הבנה שיווקית של נתונים, זיהוי תובנות והסקת מסקנות תומכות החלטה. הקורס הוא הזדמנות עבורכם לבחון שאלות שיווקיות הנוגעות לפוטנציאל הקמת עסק או מיזם, או בחינת עסק קיים שלכם או של המשפחה.

קורס זה נותן ערך מוסף ללימוד עבודת צוות, עמידה בלוחות זמנים ויעדים, יכולת עבודה עם תכנים ממקורות שונים וניתוח בכתב ובע"פ של מצבים והחלטות בשיווק.

מבנה ציון הקורס

דרישות הקורס

נוכחות מעורבות והשתתפות:

1. קיימת חובת נוכחות בשעות קבלה של מפגשים קבוצתיים ובמצגות סופיות, אלא במקרים בהם ניתן אישור דיקנאט הסטודנטים. היעדרות לא מוצדקת מפגשות קבוצתיות תגרוור הורדה של 2 נקודות בציון הסופי, היעדרות לא מוצדקת ממצגות הסיום תגרוור הורדה של 4 נקודות בציון הסופי (מכל העדרות).
2. נוכחות בתרגולים בכיתה/בזום הינה קריטית להצלחת הפרויקט.
3. כל סטודנט חייב להציג במסגרת המצגת הקבוצתית על מנת לעבור את הקורס.
4. אם יתקבלו תלונות חוזרות מחברי הקבוצה כי אחד מחברי הקבוצה אינו תורם את חלקו בפרוייקט או שצוות ההוראה מתרשם כי ישנו סטודנט שאינו מעורב בהתנהלות הקבוצתית במידה מספקת, צוות ההוראה ישקול להוריד ציון לאותו חבר קבוצה.

בחנים (מרכיב אישי)

1. הבחנים נועדו לבדיקת צפיה, הבנה ויישום של החומר הנלמד בסרטונים המוקלטים באתר הקורס ובשיעורי הכיתה.
2. ציוני הבחנים מהווים 40% מהציון הקורס.
3. בוחן יתקיים בתחילת השיעור במשך 10 דקות (הארכות והתאמות ינתנו בהתאם להנחיות דיקאנט הסטודנטים בלבד).
4. במהלך השנה יתקיימו 6 בחנים - 3 בסמסטר א' ו- 3 בסמסטר ב'.
5. חובה לבצע לפחות 4 מתוך 6 הבחנים - 2 בסמסטר א' ו- 2 בסמסטר ב'.
6. סטודנט שיבצע 5 או 6 בחנים ויעבור את כולם, ילקחו לגביו בחשבון ציוני 4 הבחנים הגבוהים ביותר.

• אין אפשרות לעבור את הקורס ללא ביצוע הבחנים, בציון עובר לפחות (כלומר 60 ומעלה), בכל אחד מ-4 הבחנים.

1. המשמעות של אי ביצוע בוחן בהתאם למתואר לעיל יהיה אי מעבר הקורס.

פרויקט מחקר (מרכיב קבוצתי)

ציון הפרוייקט מהווה 60% מציון הקורס.

הפרוייקט יערך בצוותים של ארבעה סטודנטים.

כאשר אתם מתחלקים לקבוצות, מומלץ כי בכל קבוצה יהיו מס' סטודנטים בעלי רקע סטטיסטי חזק.

להלן מרכיבי ציון הפרוייקט:

חלקו מהציון הסופי של הקורס

מרכיב הפרוייקט

כללי

5% הוכחת רצינות, אחריות, עמידה בזמנים, התנהלות מול צוות ההוראה, תיקונים לשאלון בזמן וכנדרש, מענה מהיר למיילים וביצוע משימות בזמן

5% הצעת מחקר

עובר/לא עובר

טיוטת שאלון
כבסיס לשעת הקבלה

במידה ולא עובר, לא תתקיים שעת קבלה והקבוצה תגיש את השאלון לבדיקה ללא שיחה עם צוות ההוראה.

הגשת שאלון

10% כתיבת שאלון בהתאם לנלמד בקורס, תהליך העבודה בכיתה על השאלון, ביצוע תיקונים כנדרש ובמועד ועמידה בהנחיות.

הגשת קישור לשאלון בקוואלטרקס

עובר / לא עובר

קישור סופי לאחר בדיקה, לפני הפצה לאיסוף הנתונים

אי קבלת ציון עובר בכל אחד
משלבים אלו ילקח בחשבון בציון
הדוח המסכם

הגשת קובץ נתונים נקי

(קובץ נקי ב- spss והתפלגויות ב- excel)

מצגת

10%

(תוגש לפני הצגתה בכיתה)

דוח מסכם (כולל שאלון, קובץ נתונים, קובץ ניתוחים, מסמך
מלווה)

30%

שימו לב, הציון לדו"ח כולל גם את התרשמות צוות ההוראה
מאיכות ניתוח הנתונים ב SPSS, את כמות ואיכות הנתונים
שאספתם, איכות הבניה של השאלון בקוואלטרקס וכו'.

מועדי הגשה של כל מרכיב מפורטים בטבלת הלו"ז בהמשך הסילבוס. הדוח המסכם יוגש עד ה-
1.7.23.

שימו לב, כל מייל יש למען לשלוש המרצות ולעוזרת ההוראה.

שעות קבלת מרצה 

שעות הקבלה מובנות בלו"ז הקורס לאורך כל השנה

שעות קבלת מתרגל 

שעות הקבלה מובנות בלו"ז הקורס לאורך כל השנה

פרטי עוזר הוראה 

גב' נטע רוזיטי

Netta.Roditi@post.runi.ac.il

הערות נוספות 

יתכנו שינויים בתכנים ובלו"ז.

הגשת הדו"ח הסופי עד ה- 1.7

רשימת קריאה 

ספר קורס:

Aaker, Kumar, Leone, & Day (2013). Marketing Research International Edition, 11th
.edition

(ניתן להשתמש במהדורות קודמות של הספר)