

01-4305-1221 התנהגות צרכנים

Consumer Behavior

דרישות קדם: יסודות השיווק

מסטר א שנה"ל תשפ"א

פרטי הקבוצות בקורס

טלפון	דואר אלקטרוני	מרצה	תאריך בחינה מועד א+ב	שעה	יום בשב וע
0523-2280 52	michalserr@gmail.com	דר. מיכל סר	כמפורט בלוח הבחינות הבחינה תהיה בחינת בית מוגבלת לזמן קצוב של עד 12 ש'	12:00	א

שעת קבלה – בתיאום מראש.

עוזר(ת) הוראה: כלייל רדיאנו, 942797-0522
csvinik@gmail.com

היקף הלימודים

4 ECTS = 2 ש"ס – European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS), ערך הניקוד של הקורס במוסדות להשכלה גבוהה בעולם שהינם חלק מ"תהליך בולוניה".

תיאור הקורס

קורס התנהגות צרכנים מנתח את מכלול התהליכים ההכרתיים וההתנהגותיים אשר משפיעים על הפרט בתפקידו כצרכן. הקורס עוסק בתיאוריות ומודלים אשר מקורם במדעי ההתנהגות (פסיכולוגיה, אנתרופולוגיה, סוציולוגיה) ומתמקד בנושאים כמו מוטיבציה וחקר מניעים, מעורבות הצרכן, קבלת החלטות, למידה, שכנוע והשפעה על עמדות, דפוסי התנהגויות צריכה של הצרכן המודרני והתנהגות הצרכן בעידן השיווק החדש הכלים הנרכשים בקורס מספקים הבנה מעמיקה של התנהגות הצרכן ונועדו לסייע לעוסקים בתחום בעיצוב מאמצי השיווק באופן יעיל ומותאם לאופי התנהגותם הצרכנית של קהלי המטרה.

תפוקות למידה

עם סיום הקורס בהצלחה יוכל הסטודנט:

1. לקבל ידע מעמיק בתהליכים פסיכולוגיים, סוציולוגיים ואנתרופולוגיים המשפיעים על הצרכן החדש במסעו במרחב הפיזי והדיגיטלי: ספציפית במוטיבציה, תפיסה ועיבוד מידע, קבלת החלטות, דפוסי צריכה שונים מסוג הרגל, נאמנות, מגוון והתנהגויות צריכה ברמות מעורבות שונות, למידה והתנהגות לאחר רכישה.

2. להיות בעל יכולת ניתוח מעשי של תהליכי התנהגות הצרכן במרחב הפיזי והדיגיטלי תוך שימוש בכלי מחקר וניטור עדכניים וחדשניים.

3. לקבל כלים מחקרניים לפיצוח תובנות צרכניות

4. לקבל כלים לקריאה עצמית וביקורתית של ספרות עדכנית בתחום.

5. להבין אתגרים עדכניים הניצבים בפני המשווק בעידן השיווק החדש לאור שינויים במגמות צרכניים.

6. לקבל כלים מעשיים וחדשניים על דרכי השפעה על הצרכן בעידן השיווק החדש.

פירוט המטלות בקורס

עבודה בקבוצות (3-4 תלמידים) - 20% כולל מצגת .
בעבודה התלמידים יעקבו אחר מסע הצרכן בחנות הפיזית והמקוונת וינתחו את התנהגותו של קהל מטרה מסוים לאור מונחי הקורס. המטלה תכלול עבודת מידענות להכרת קהל המטרה וניתוח ביקורתי של התאמת נקודת המכירה לקהל.

בחינה מסכמת – 80% המבוססת על כלל חומר הקורס, חומרי הקריאה והדיונים בכתה.
הבחינה תהיה בחינת בית שניתן יהיה להגישה עד 12 שעות מזמן תחילת הבחינה.
תנאי לסיום הקורס הנו מעבר הבחינה בציון 60.

בקורס יערכו 5 מבדקי קהוט, בכל מבדק הזוכה במקום הראשון יהיה זכאי ל- 1 נק. מיטיב.

אי עמידה במטלות הקורס מחייבת הודעה מראש (במייל) למתרגל/ת הקורס

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

מטלה	אחוז
עבודה כולל הצגתה בכתה	20%
בחינת בית מוגבלת לזמן קצוב של עד 12 ש'	80%

* עפ"י תקנון האוניברסיטה תלמיד חייב להיות נוכח בכל השיעורים .
* תלמיד, הנעדר משיעור המחייב השתתפות פעילה או שלא השתתף באורח פעיל, רשאי המורה להודיע למזכירות כי יש למחוק את שמו מרשימת המשתתפים. (התלמיד יחויב בתשלום בגין קורס זה).

**לפחות בבחינה, סטודנט שייכשל 60לפחות (בקורס - הינו קבלת ציון 60תנאי הכרחי לקבלת ציון עובר)
בבחינה - ציונו הסופי בקורס יהיה ציון הבחינה**

מדיניות שמירה על טווח ציונים

בחוג לניהול מונהגת מדיניות שמירה על טווח ציונים. מדיניות זו מתייחסת לממוצע הציונים הסופיים בקורס. מידע בנושא זה מתפרסם בהרחבה בתקנון החוג.

הערכת הקורס ע"י הסטודנטים

בסיומו של הקורס הסטודנטים ישתתפו בסקר הוראה על מנת להסיק מסקנות לטובת צרכי הסטודנטים והאוניברסיטה.

אתר הקורס

אתר הקורס יהווה המקום המרכזי בו ימסרו הודעות לסטודנטים, לפיכך מומלץ להתעדכן בו מדי שבוע, לפני השיעור, ובכלל – גם בתום הסמסטר. (לצורך תיאום עינייני הבחינה למשל).

שקפי הקורס יהיו באתר הקורס באתר.

לתשומת לבכם - בכיתה ידונו גם נושאים (ובפרט דוגמאות) שאינם מופיעים בשקפים או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הינם חלק בלתי נפרד מחומר הקורס.

תכנית הקורס *

שבוע	נושאים	קריאת חובה	הגשות
1	מהי התנהגות הצרכן חשיבות חקר תחום התנהגות הצרכן בעידן השיווק החדש גישות מחקריות הכרה בצורך	גבע פרק 1	
2	תפיסת הצרכן: תהליכי חשיפה, קשב ופרשנות	גבע פרק 2	
3	חיפוש מידע פנימי: מערכת הזיכרון	גבע פרק 3	
4	הצופן השיווקי: הזיכרון המרומז תהליכי מסגור ונירו-הגיון של החלטות קנייה בעידן החדש	בארדן	
5	מעורבות הצרכן	גבע פרק 8	
6	הצרכן החדש: תובנות על "המח החדש" ותהליכי קבלת החלטות של צרכנים בעידן השיווק החדש	יארן	
7	הערכת חלופות וקבלת החלטות	גבע פרק 4	

הגשת מטלה		מחקרי העדפות	8
		גיבוש עמדות ותהליכי שכנוע	9
	Underhill	הצרכן בנקודת המכירה הפיזית והמקוונת	10
	גבע פרק 4	התנהגות הצרכן לאחר הקנייה ניהול ציפיות ושביעות רצון	11
		הצגת מטלת קורס	12
		סיכום הקורס והיערכות לבחינה	13

*התכנית הינה בסיס לשינויים.

קריאת חובה

יארו, קית' (2017) **הצרכן החדש, מה הוא רוצה**, מטר.
 בארדן, פיל (2013) **פיענוח הצופן השיווקי**. דיונון
 גבע, אביבה, **התנהגות צרכנים**, 2 כרכים

Why we buy : the science of shopping / Paco Underhill (2009)
 .New York : Simon & Schuster Pbks

מאמרים מכתבי עת יועלו לאתר הקורס בתחילת הסמסטר.

קריאת רשות

Consumer Behavior (7 edition) by Wayne D. Hoyer, Deborah J. Macinnis, and Rik Pieters,
 SouthWestern 2013/Why we buy : the science of shopping / Paco Underhill (2009)
 .New York : Simon & Schuster Pbks