

## 01-4305-1221 התנהגות צרכנים

# Consumer Behavior

דרישות קדם: יסודות השיווק

מסטר א שנה"ל תשפ"ב

### פרטי הקבוצות בקורס

יום בשבוע וע	שעה	תאריך בחינה מועד א+ב	מרצה	דואר אלקטרוני	טלפון
א	12:00	<a href="#">כמפורט בלוח הבחינות</a>	דר. מיכל סר	<a href="mailto:michalserr@gmail.com">michalserr@gmail.com</a>	0523-2280 52

שעת קבלה – בתיאום מראש.

עוזר(ת) הוראה: כלילא רדיאנו, 942797-0522  
[cvinik@gmail.com](mailto:cvinik@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% .

בחינה מסכמת – 80% המבוססת על כלל חומר הקורס, חומרי הקריאה והדיונים בכתה. 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%
בחינה מסכמת	80%

לפחות בבחינה, סטודנט שייכשל 60 לפחות (בקורס - הינו קבלת ציון 60 תנאי 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 למוצע 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 ענייני 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.

קריאת חובה	נושאים	שבוע
גבע פרק 1	מהי התנהגות הצרכן חשיבות חקר תחום התנהגות הצרכן בעידן השיווק החדש  הצרכן החדש: תובנות על "המח החדש" ותהליכי קבלת החלטות של צרכנים בעידן השיווק החדש	1
גבע פרק 2	הכרה בצורך	2
גבע פרק 2	תפיסת הצרכן: תהליכי חשיפה, קשב ופרשנות	3
גבע פרק 3	חיפוש מידע פנימי: מערכת הזיכרון	4
פיל בארדן	הצופן השיווקי: הזיכרון המרומז תהליכי מסגור וניירו-הגיון של החלטות קנייה	5
גבע פרק 4 גבע פרק 5	גיבוש עמדות, למידה ושכנוע	6
גבע פרק 4	הערכת חלופות וקבלת החלטות	7
	מחקרי העדפות	8
Paco Underhill  ישראל אברהמי מנהל אזורי Edgewell	הצרכן בנקודת המכירה הפיזית והמקוונת  הרצאת אורח- תכנון נקודת המכירה	9
גבע פרק 7	התנהגות הצרכן לאחר הקנייה ניהול ציפיות ושביעות רצון	10
גבע פרק 8	מעורבות הצרכן	11
יניב ויצמן מייסד ומנכ"ל teenk	הרצאת אורח- שיווק לדור ה-Z ודור האלפא	12
	סיכום הקורס והיערכות לבחינה	13

## קריאת חובה

בארדן, פיל (2013) "פיענוח הצופן השיווקי", דיונון.  
גבע, אביבה (2014) "התנהגות צרכנים- החלטות קנייה", 2 כרכים, האוניברסיטה הפתוחה.  
יארו, קית' (2017) "הצרכן החדש- מה הוא רוצה", מטר.

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

\*מאמרים מכתבי עת יועלו לאתר הקורס בתחילת הסמסטר.

## קריאת רשות

Hoyer, D. Deborah J. Macinnis and Rik Pieters (2013) "**Consumer Behavior**", 7<sup>ed.</sup>, SouthWestern.