

תאריך עדכון: 1.03.2014

אוניברסיטת בר אילן בית הספר למינהל עסקים

פרופ' גילה פרוכטר

סמינריון בשיווק 70-713-15 ו 70-715-15

סוג הקורס: סמינר

שנת לימודים: תשע"ד סמסטר: ב' + קיץ' (שנתי) היקף שעות: 2

אתר הקורס באינטרנט: <http://mba.biu.ac.il/en/fruchter>

א. כללי

מטרות הסמינריון הן:

- הקניית ניסיון בעריכת מחקרים אקדמיים בתחום השיווק.

- התמודדות עם בעיה או שאלה אמפירית או תיאורטית בתחום השיווק, באמצעות חשיבה אנליטית ו/או כלים אמפיריים מקובלים.

- רכישה עצמאית אך מודרכת של ידע תיאורטי ואמפירי, חשיפה למחקרים וגישות במחקר המדעי, התורמים לפתרון בעיות שונות בשיווק.

- שילוב וישום של ידע תיאורטי ואמפירי שנצבר במהלך הלימודים בהתמחות.

הסמינריון דורש ביצוע וכתובה של עבודה מחקרית אקדמית בזוגות (דוח מדעי), ע"פ נושא נבחר שאושר ע"י המרצה. העבודה חייבת להישען על הגישה המדעית שהוקנתה לסטודנט בקורסים הרלוונטיים ומביאה לידי ביטוי כלים, מודלים וגישות תיאורטיות ו/או אמפיריות בשיווק.

ב. זרישות קדם - קורסי החובה בשיווק

ג. תוכנית הסמינריון

א. בתחילת השנה יתקיים מפגש חובה אחד לכלל הסטודנטים, למתן הנחיות כלליות והצעת נושאים ע"י המרצה.

ב. בחירת נושא ומנחה בצוותים (שני סטודנטים בצוות), ושליחת נושא המחקר ע"פ דף ההנחיות המופיע בסעיף ו' למרצה הרלוונטי לאישור.

ג. לאחר קבלת אישור בכתב מהמנחה על הצעת העבודה הכתובה, יהיו מפגשים אישיים מתואמים לליבון בעיות בעבודה ולצורך התייעצות, הבהרות ואישור להמשך עבודה במתכונת הנבחרת. על כל צוות להיפגש לפחות פעם עם המנחה. את הפגישות יש לתאם באמצעות דואר אלקטרוני.

ד. במהלך השנה הצוותים יגישו דוחות התקדמות ע"פ לוח הזמנים המוגדר. לוח זמנים מופיע להלן בסעיף ה'.

ה. הנחיות לכתיבת העבודה הסופית ודוחות נוספים יינתנו ע"י כל מרצה בנפרד ומופיע באתר המרצה.

ד. דגשים ונושאים

כל צוות יבחר נושא מחקרי/ שאלת מחקר ויבצע סקר (review) ביקורתי מקיף של מודלים הקשורים ושהתפרסמו לאחרונה, באחד הנושאים הבאים:

1. Pricing
2. New Products (Product Design, Diffusion)
3. Advertising (Advertising Capital, Advertising Budget, Pulsing Advertising Policies)
4. Sales Promotion
5. Pharmaceutical Marketing
6. Relational Marketing

הביקורת תכלול יתרונות וחסרונות שיובילו לשאלות פתוחות עתידיות המסוכמות בפרק המסקנות.

בנוסף לנושאים אלו רעיונות נוספים לעבודות ניתן למצוא, בין השאר, בכתבי העת בשיווק הבאים:

European Journal of Operational Research
European Journal of Marketing
International Journal of Advertising
International Journal of Research in Marketing
Journal of Consumer Research
Journal of Marketing
Journal of Marketing Research
Journal of Consumer Psychology
Journal of Advertising
Journal of Advertising Research
Journal of the Academy of Marketing Science
Journal of Economics and Management Strategy
Journal of Retailing
Journal of Service Research
Journal of Product and Brand Management
Management Science
Marketing Letters
Marketing Science
Quantitative Marketing & Economics
Review of Marketing Science
Psychology and Marketing

או בכתבי עת רב-תחומיים במנהל עסקים, כלכלה ופסיכולוגיה הכוללים מאמרים רלוונטיים לשיווק:

American Economic Review
California Management Review
Econometrica
Harvard Business Review
Journal of Business
Journal of Personality and Social Psychology
RAND Journal of Economics
Sloan Management Review
Strategic Management Journal

ה. קריטריונים להערכה וקביעת הציון הסופי

הציון יקבע לפי איכויותיה הכוללות, כפי שהן מתבטאות, בין השאר, בהגדרת הנושא, הסקירה הביבליוגרפית והשימוש במקורות, הרקע התיאורטי, תקיפות מסקנות המחקר, סבירות ההמלצות השיווקיות והמחקריות ובהירות הכתיבה.

כמו-כן יילקחו בחשבון מהלך העבודה לאורך השנה ומידת עצמאותה, התקשורת והדיווח השוטף של הצוות למנחה, היכולת ליישם את הנחיות המנחה ועמידה בלוח זמנים.

להלן טבלה מקובלת:

הציון	רמת העבודה הסופית
60-69	עבודה ראויה באופן גבולי
70-79	עבודה ראויה, אך אינה מראה על יכולת מחקרית
80-89	עבודה הכוללת תרומה מחקרית מסוימת או סקר ביקורתי מקיף
90-95	עבודה המכילה תרומה מחקרית משמעותית או סקר יצירתי מעמיק הכולל אלמנטים של חדשנות*
95-100	עבודה בולטת במיוחד

* חדשנות תיאורטית/אנליטית ו/או אמפירית וכן אפשרות לסקירה מלאה ומקיפה של הספרות הרלוונטית בנושא

ו. לוח זמנים

להלן לוח זמנים.

אך, הנחיות נוספות, שינויים, כולל דו"חות נוספים, ימסרו באופן פרטני ע"י המנחה ויופיעו באתר.

תאריך אחרון לסיום	שלב בעבודה
עד 23.04.2014	1. בחירת נושא ושליחתו לאישור אצל המנחה
סוף סמסטר ב'	2. הגשת תכנית מחקר מפורטת
עד 31.8.2014	3. תאריך אחרון להגשת העבודה

הערות:

א. אין להתחיל בהכנת העבודה לפני קבלת האישור. אי קבלת אישור לעבודה עד 23.04.2014 תגרור גריעת הסטודנט מהסמינר.

ב. נא לשים לב: לא כל נושא מתקבל על ידי המנחה; רק נושאים רלוונטיים, עדכניים, לפי הדגשים הרשומים של המנחה (בהמשך). אי לכך מומלץ לשלוח בהקדם את דו"ח ההתארגנות כדי שיהיה לכם זמן לערוך שינויים, אם נדרשים, ולעמוד בדרישה של לוח הזמנים של אישור הנושא (23.04.2014).

ג. המועד האחרון להגשת העבודה המוגמרת הוא סוף חודש אוגוסט. הגשת עבודה באיחור תגרור הפחתה בציון. עבודה שתימסר אחרי 1.10.2014 **לא תיבדק**

ד. השמירה על לוח הזמנים המתחייב מהוראות אלו חלה על הסטודנט.

ה. המוצר הסופי יהיה עבודה שאורכה לא תעלה על 20 עמודים מודפסים ברווח כפול להוציא נספחים. גוף העבודה יכיל: תקציר (שמטרתו לתאר את התרומה שלך), מבוא (שכולל רקע, מוטיבציה וסקירה מתומצתת של הספרות, ניסוח הבעית המחקר בצורה מתומצתת, השיטה למחקר) ניסוח מפורט של הבעיה, תיאור מפורט של שיטת המחקר ותוצאות, ניתוחם והסקת מסקנות, סיכום, ביבליוגרפיה ונספחים.

ז. דו"ח התארגנות

אנשי הצוות:

שם משפחה	שם פרטי	אימייל	טלפון סלולרי
----------	---------	--------	--------------

1.

2.

נושא הסמינריון

התחום הנחקר:

שאלת המחקר:

למה זה מעניין:

אופן ביצוע העבודה:

"ביבליוגרפיה" ראשונית ביותר ומרכזית ביותר:
