



21/05/2009

התנהגות צרכנים: 01/02 – 880 - 70

סוג הקורס: הרצאה

היקף שעות: 2 ש"ס

סמסטר: א / ב

שנת לימודים: תש"ע

<http://hl2.biu.ac.il>

אתר הקורס באינטרנט:

א. מטרת הקורס

הכרה והבנה של תיאוריות בסיסיות להסבר התנהגות הצרכן, תוך הדגשת משמעותם לניהול השיווק והפרסום. הקורס יקנה לסטודנטים דרכי חשיבה וכלים אשר יאפשרו להם להתמודד טוב יותר במסגרת עבודתם בתחומים הרלוונטיים.

ב. תוכן הקורס:

הגישה השיווקית המודרנית מעמידה את הצרכן במוקד התעניינותה. התנהגות הצרכנים מהווה נגזרת של תחום השיווק, אשר מכוונת להבנה טובה יותר של תהליכי קבלת ההחלטות של הצרכן. התנהגות הצרכנים מהווה תחום מחקר צעיר (יחסית) ומרתק, המניב מידי שנה שפע של פרסומים מדעיים. המחקר הוא בין תחומי, ומתבסס על מגוון רחב של תיאוריות ומתודות שפותחו בפסיכולוגיה, סוציולוגיה, כלכלה, שיווק, פרסום ותקשורת.

מהלך השיעורים: הוראה פרונטאלית, שימוש בדוגמאות רבות מהשטח, מרצים אורחים, דיונים.

תכנית הוראה:

נושאים	
מושגים מרכזיים בהתנהגות צרכנים	1
הקנייה השקולה – שלבי הקנייה במעורבות גבוהה	2
צרכיו ויצריו של הצרכן	3
חיפוש המידע הפנימי והחיצוני	4
גיבוש ושינוי עמדות	5
הערכת החלופות	6
נקודת המכירה והצרכן	7
הצרכן לאחר שלב הקנייה	8

9	מודלים של קנייה במעורבות נמוכה
10	סביבה, תרבות וחברה והשפעתם על הצרכן

ג. חובות הקורס:

דרישות קדם: קורס עקרונות השיווק

דרישות הקורס:

1. בחינה מסכמת בסופו של הסמסטר
2. עבודת גמר קבוצתית שתוצג בסופו של הסמסטר

מרכיבי הציון הסופי: 50% - מבחן, 50% - עבודה

ד. ביבליוגרפיה:

Hoyer, Wayne D. and MacInnis, Deborah J. (2001). *Consumer behavior*, Boston: Houghton Mifflin Company

Shiffman, Leon G. and Knauk, Leslie Lazar (2000). *Consumer Behavior*, New Jersey: Prentice Hall Inc.

- גבע, אביבה (1994). *התנהגות צרכנים*, תל אביב: אוניברסיטה פתוחה.