



אוניברסיטת בר-אילן

בית הספר למנהל עסקים

סמינריון בשיווק – 70-710-01

מרצה :	ד"ר איל יניב
שעות קבלה :	יום ה' 15:00-16:00 (בתיאום מראש)
טלפון :	03-5318916, 5317915
דוא"ל :	yanive@mail.biu.ac.il

מטרות הסמינריון

1. לשלב ידע תיאורטי ומתודולוגי במסגרת ניתוח בעיה שיווקית.
2. להקנות ניסיון בעריכת מחקרים אקדמיים בתחום השיווק.
3. ליישם ידע שנצבר במהלך הלימודים בהתמחות ולהעמיק את הידע בתחום נבחר.

שיטת העבודה

במסגרת העבודה יגדירו הסטודנטים נושא שטח או נושא אקדמי עדכני, ינתחו אותו ויתוו תיאורטי יסודי, ויתמודדו אתו אמפירית באמצעות איסוף נתונים וניתוחם באמצעים מתאימים ושיטות סטטיסטיות הולמות. קיימת אפשרות להגיש עבודה תיאורטית, המהווה סקירה מקיפה של תחום מסוים, מבלי לבצע איסוף נתונים וניתוחם. במקרה זה נדרשת הפגנה של יצירתיות וחדשנות בארגון הידע הקיים והסקת מסקנות או הצבעה על כיוונים חדשים הנובעים ממנו.

הפרויקטים יוגשו בזוגות. במקרים חריגים תאושר עבודה בצוות של שלושה. במהלך השנה יש להגיש ארבעה דוחות, אשר יהוו שלבי ביניים בהתקדמות הפרויקט (פירוט הדרישות של הדוחות בנספח המצ"ב). הדוחות, ביחד עם פרוטוקולי פגישות עם המרצה, רישום מהלך ראינות וכל חומר רלוונטי אחר ישמרו בתיק. התיק כולו יוגש עם הגשת כל אחד מהדוחות וכן ביחד עם הדוח המסכם. על כל צוות להיפגש עם המנחה לפחות פעם בסמסטר. סטודנטים שיזדקקו לסיוע נוסף, יקבעו מועדי פגישה נוספים או יתייעצו טלפונית ובאמצעות דואר אלקטרוני. לתיאום פגישה, נא לפנות בדוא"ל למרצה, או בטלפון 5318916 למזכירות ה-EMBA.

הגשת הדוחות **במועד** מזכה את הצוות ב-2.5% על כל דוח. הציון על הדוח המסכם מהווה 90% מהציון הסופי. יש להגיש את כל הדוחות כאשר הם מודפסים ברווח כפול. בעמוד הבא מפורטים המועדים האחרונים להגשת כל אחד מהדוחות.

דו"ח	תאריך אחרון להגשה	היקף מירבי בעמודים*
1. דו"ח התארגנות	30/11	1
2. תוכנית המחקר	18/1	3
3. דו"ח ביניים	15/3	3
4. תקציר מורחב	31/5	5
5. עבודה סופית	31/7	20

תכולת הדוחות

- דו"ח התארגנות – שמות אנשי הצוות, נושא הסמינריון, התחום הנחקר (עד עמוד אחד)
- תוכנית המחקר – תמצית סקירה תיאורטית של התחום הנחקר, שאלת המחקר, טיעונים או השערות, שיטת המחקר (עד שלושה עמודים)
- דו"ח ביניים – תיאור תהליך איסוף הנתונים, הצגת התוצאות והמסקנות מהממצאים (עד שלושה עמודים)
- תקציר מורחב – תקציר העבודה הסופית, כולל: סקירת ספרות, השערות, שיטת מחקר, תוצאות ומסקנות (עד חמישה עמודים)
- עבודה סופית – במתכונת של עבודת מחקר מדעית (עד עשרים עמודים)

מבנה הדוחות וכן מבנה העבודה הסופית זהה גם כאשר מדובר בסקירה של עבודות קיימות.

לפירוט נוסף לגבי מבנה הדוחות ראו בנספח המצורף.

קריטריונים לקביעת הציון הסופי

רמת העבודה הסופית	ציון
עבודה ראויה באופן גבולי	65-69
עבודה ראויה, אך אינה מצביעה על יכולת מחקרית	70-79
עבודה הכוללת תרומה מחקרית מסוימת או סקר ביקורתי מקיף	80-89
עבודה הכוללת תרומה מחקרית משמעותית או סקר יצירתי מעמיק הכולל אלמנטים של חדשנות	90-95
עבודה בולטת במיוחד	96-100

* למעט נספחים הנדרשים במסגרת הדו"ח

רשימת כתבי עת מדעיים בשיווק

- Advances in Services Marketing and Management: Research and Practice
- Asia - Australia Marketing Journal
- Asian Journal of Marketing
- European Journal of Marketing
- Industrial Marketing Management
- International Journal of Advertising
- International Journal of Bank Marketing
- International Journal of Research in Marketing
- International Journal of Retail and Distribution Management
- International Marketing Review
- International Review of Retail, Distribution and Consumer Research
- Journal of Advertising
- Journal of Business-to-Business Marketing
- Journal of Business & Industrial Marketing
- Journal of Consumer Marketing
- Journal of Consumer Research:
- Journal of Direct Marketing
- Journal of Euromarketing
- Journal of Health Care Marketing
- Journal of International Marketing
- Journal of International Marketing and Exporting
- Journal of Market-Focused Management
- Journal of Marketing:
- Journal of Marketing Communications
- Journal of Marketing Education
- Journal of Marketing Management
- Journal of Marketing Practice - Applied Marketing Science
- Journal of Marketing Research:
- Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing
- Journal of Product and Brand Management
- Journal of Public Policy & Marketing
- Journal of Retailing and Consumer Services
- Journal of Segmentation in Marketing
- Journal of Services Marketing
- Journal of Strategic Marketing
- Journal of the Academy of Marketing Science
- Marketing Education Review
- Marketing Intelligence and Planning
- Marketing Letters
- Marketing Science
- Pricing Strategy and Practice
- Psychology & Marketing
- Review of Marketing and Agricultural Economics
- The Marketing Bulletin

נספח
תכולת הדוחו"ת

דו"ח התארגנות

פרטי חברי הצוות

שם משפחה	שם פרטי	טלפון בבית	טלפון סלולרי/ טלפון בעבודה

תיאור הפרויקט

התחום הנחקר ושאלת המחקר: _____

אופן ביצוע העבודה: _____

תוכנית המחקר

מבוא

סקירת ספרות

שאלה מחקרית

טיעונים והשערות

שיטת המחקר

מדגם

כלים

מהלך המחקר

ביבליוגרפיה

דו"ח ביניים

הדו"ח כולל את הנושאים הבאים. יש להתייחס לכל נושא בקצרה (אורך הדו"ח לא יעלה על שלושה עמודים). יש לצרף את הכלים בהם נעשה שימוש לצורך איסוף הנתונים (שאלונים, שאלות לראיון מובנה, אחר)

1. תיאור איסוף הנתונים

2. הצגת התוצאות

3. מסקנות

תקציר מורחב

דו"ח זה לא יעלה על 5 עמודים ויכלול את עיקרי העבודה, על פי המתוכנת של העבודה הסופית:

1. רקע תיאורטי

2. שאלת מחקר

3. טיעונים והשערות

4. שיטה

5. תוצאות

6. מסקנות

העבודה הסופית

העבודה הסופית צריכה להיות מוגשת במתכונת המקובלת לכתובת עבודה מדעית. להלן ראשי הפרקים של העבודה הסופית.

שער

תוכן עניינים

תקציר

מבוא

סקירת ספרות / רקע תיאורטי

שאלה מחקרית

הנחות והשערות

שיטת המחקר

תיאור המדגם ואופן איסוף הנתונים

כלי המחקר

מהלך המחקר

תוצאות אמפיריות

דיון ומסקנות

ביבליוגרפיה

נספחים

עמוד השער יכלול את שם העבודה, שם הכותבים, שם המרצה, שם הקורס ומספרו, מקום ותאריך. לדוגמא:

**השפעת יכולת ההפשטה של הצרכנים
על אופן קליטת מסר פרסומי סמוי**

(מאת)

קרן שמש (ת.ז. 123456789)

מוגשת

לדרי איל יניב

במסגרת סמינריון בשיווק (01-710-70)

אוניברסיטת בר-אילן, רמת גן
חשוון תשס"ז
אוקטובר 2006

