



**תאריך עדכון: מאי 09**

## **שם ומספר הקורס: שיטות מחקר - 70-921-01 ו- 70-921-02**

**סוג הקורס: (שיעור)**

**היקף שעות: 2**

**סמסטר: א'**

**תש"ע**

**שנת לימודים:**

**אתר הקורס באינטרנט:**

### **א. מטרת הקורס:**

בשנים האחרונות נמשכת העלייה ברמת התחרות, השווקים הינם רוויים במותגים מתחרים. כתוצאה מכך האתגר העומד בפני מנהלים הולך וגדל עם השנים והצורך לאסוף מידע על השוק – זירת התחרות, על הצרכנים וצרכיהם ועל המתחרים הולך וגדל. ואמנם, בעשור האחרון מסתמנת מגמה מתמדת של עליה בהוצאות החברות למחקר. בנוסף לכך, ההתפתחות הניכרת במערכות המחשוב מאפשרת למנהלים להשתמש בשיטה יעילה ומהירה במחקרים. במסגרת קורס זה נעסוק בהבנת חשיבות מהות המחקר ויכולת לבנות מחקר אופטימאלי על כל שלביו.

### **ב. תוכן הקורס:**

1. דיון בסוגי המידע בהם ניתן להיעזר
2. פיתוח יכולת להגדיר צרכי מידע לבעיה העומדת על הפרק
3. יכולת לתכנן מחקר אופטימאלי לבעיה
4. יכולת להחליט על מקורות ושיטות איסוף מידע רלוונטיים לבעיה

**מהלך השיעורים: הרצאה ודיון בכיתה**

## תכנית הוראה מפורטת לכל השיעורים:

מספר שיעור:	נושא השיעור
.1	מבוא- מקומו של המחקר בתהליך קבלת ההחלטות + מקורות לאיסוף מידע משני + מושגים במחקר
.2	תהליך המחקר וניסוח הבעיה המחקרית
.3	מחקרים איכותניים
.4	המשך מחקרים איכותניים + case study
.5	מחקרי כמותיים
.6	המשך מחקרים כמותיים
.7	שיטות דגימה
.8	גודל מדגם + שיטות לאיסוף מידע ראשוני
.9	עיצוב שאלונים + טעויות שלא מדגימה
.10	case study
.11	שיטות מדידה וסילום והשלכותיהן על עיבודים סטטיסטיים
.12	מחקרים בנושאים שונים, לדוגמא: מחקרים בתחום הפרסום, מחקרי שביעות רצון, מחקרי תדמית, מחקרי עמדות ושימושים, מחקרי מותגים ומחקרים אסטרטגיים
.13	תרגול + חזרה

### ג. חובות הקורס:

1. נוכחות בפגישות והשתתפות עניינית בדיונים בכיתה, רישום נוכחות יבוצע במהלך השיעורים.
2. הכנה והגשה מסודרת של המטלות.
3. קריאה וידיעת חומר הקורס.
4. מעבר הבחינה הסופית בהצלחה.

### מרכיבי הציון הסופי

#### אחוז בציון הסופי

80%

20%

#### פרוט המרכיב

מבחן

מטלות

ציון עובר במבחן, הגשת המטלה ונוכחות בשיעורים / בפגישות, הינם תנאי לקבלת ציון סופי

בקורס.

#### ד. ביבליוגרפיה:

##### רשימת קריאה חובה:

1. מצגות וחומרים שיהיו באתר הקורס.

חומר הקריאה מחייב לבחינה, גם אם לא נלמד בכיתה. הנחיות מפורטות יועברו במהלך הסמסטר.

##### רשימת קריאה רשות:

1. Burns Alvin C., Bush Ronald F., Marketing Research, Prentice Hall,

3th (2000) or 4th (2003) edition.

2. **Churchill, Jr.,G.A., Marketing Research: Methodological foundations, Dryden**

**Press, 6th (1995), 7th (1999) or 8th (2002) or 9th (2005) edition..**

3. "שיטות מחקר במדעי החברה" בהוצאת האוניברסיטה הפתוחה.