

1221.7002 – L'OREAL Brandstorm I

קורס פרוייקט, בהקבץ ניהול חדשנות בשיווק

סמסטר א' תשפ"ב

דרישות קדם: (1) יסודות השיווק בציון 78 לפחות (2) שאלון אישי* (3) לימוד במקביל של הקורס שיטות מחקר אמפירי.

*סטודנטים המעוניינים להשתתף בקורס זה מתבקשים למלא שאלון אישי עד 15.8.21 לפני הרישום לקורס, ועל סמך שאלון זה תבחן קבלתם לקורס (מספר המקומות בקורס מוגבל, לפיכך יוכלו להשתתף בו רק הסטודנטים שימצאו כמתאימים ביותר). למילוי השאלון אנא היכנסו ללינק הבא:

http://telavivrecanati.eu.qualtrics.com/jfe/form/SV_0p6CznzGpyfCsN8

פרטי הקבוצות בקורס

קבוצה	יום בשבוע	שעה	כיתה	תאריך בחינה	מרצה	דואר אלקטרוני	טלפון
01	א'	16:00 – 20:00		בקורס זה לא מתקיימת בחינה	ד"ר עירית ניצן	iritnitz@tauex.tau.ac.il	

שעת קבלה – לפני או אחרי השיעור, בתיאום מראש במייל.

הקורס מועבר בשפה העברית, והוא חלק מההקבץ בניהול חדשנות בשיווק.

היקף הלימודים

הקורס הינו קורס בהיקף של 4 ש"ס (8 יחידות ECTS)

European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) – 2 ש"ס = 4 ECTS, ערך הניקוד של הקורס במוסדות להשכלה גבוהה בעולם שהינם חלק מ"תהליך בולוניה".

תיאור הקורס

מדי שנה מקיימת חברת L'OREAL את תחרות L'OREAL Brandstorm שהינה תחרות בינלאומית, המציבה אתגר שיווקי בפני סטודנטים למנהל עסקים, המתמחים בשיווק.

למידע נוסף אודות התחרות – אתם מוזמנים להיכנס לאתר התחרות: <https://brandstorm.loreal.com/en>

הקורס מיועד לסטודנטים מצטיינים, המעוניינים להתנסות בהתמודדות עם אתגר שיווקי אמיתי. העבודה בקורס מבוצעת בצוותים של שלושה סטודנטים.

התחרות מאפשרת לצוותי סטודנטים מכל רחבי העולם להתנסות בעבודת מנהל המותג, להתמודד עם אתגר שיווקי עדכני, להפגין יכולות ניתוח מעמיקות, להפיק תובנות, ולהעלות רעיונות חדשניים ויצירתיים לפתרון.

במסגרת הקורס כל צוות סטודנטים ינהל מחקר שיווקי מעשי ועצמאי ויגבש אסטרטגיה ותכנית פעולה להתמודדות עם האתגר שבו מתמקדת התחרות.

הסטודנטים בקורס יקבלו חומר רקע לגבי האתגר השיווקי שאיתו יידרשו להתמודד, כל צוות יבצע מחקר שיווקי, אותו ינתח וממנו יפיק תובנות שיווקיות, שיהוו את הבסיס לגיבוש אסטרטגיה שיווקית מתאימה. לבסוף – תוצג תכנית פעולה כוללת

(החלטות מיצוב, עיצוב המוצר, תקשורת שיווקית וכיוצ"ב).

בסיום הקורס (סיום סמסטר א') תתקיים תחרות פנימית, ברמת הפקולטה, ויבחרו שני צוותים שייצגו את הפקולטה לניהול באוניברסיטת תל אביב, בתחרות הארצית (במאי 2022).

הצוותים שיבחרו לייצג את הפקולטה בתחרות הארצית יתכוננו לכך במהלך המחצית הראשונה של סמסטר ב' (ויזוכו ב- 2 ש"ס נוספים, במסגרת קורס - L'OREAL Brandstorm II), לפיכך, סטודנטים המשתתפים בקורס זה **מתחייבים** להישאר בצוות הפרוייקט שאיתו הם עובדים לכל אורך התחרות (גם בסמסטר ב').

הצוות שיזכה בתחרות הארצית, והאזורית, ייצג את ישראל בתחרות הגלובאלית, שמתקיימת מדי שנה בפאריס (בשנים שבהן אין מגיפה).

קבלה לקורס מותנית בעמידה בדרישות הקדם המפורטות מעלה, ובכלל זה מילוי שאלון אישי.

הקורס יתקיים במהלך סמסטר א' וגמר הפקולטה יתקיים בסוף סמסטר א'.

הקורס בנוי ממספר מפגשים משותפים בתחילת סמסטר א' ולאחר מכן מפגשי הנחיה שבועיים (ראו טבלה בהמשך) לכל אחת מהקבוצות לחוד.

חלה חובת נוכחות בכל המפגשים.

תפוקות למידה

הסטודנטים שישתתפו בקורס יתנסו ב:

1. למידה וניתוח של השוק הרלוונטי ברמת המאקרו
2. ביצוע מחקר שיווקי להתמודדות עם בעיה שיווקית אמיתית
3. גיבוש אסטרטגיית פעולה שיווקית להתמודדות עם אתגר שיווקי
4. בניית תכנית פעולה למימוש האסטרטגיה השיווקית שגובשה.
5. עבודה בצוות חשיבה (רצוי רב תחומי).
6. בנייה והצגת מצגת באנגלית.

פירוט המטלות בקורס

העבודה בקורס תהיה בצוותים של 3 סטודנטים.

מטלות הקורס הן:

- 1) **דו"ח מסכם** - הדו"ח המסכם יכלול תיאור של המחקר שבוצע, תוצאותיו והמסקנות שהופקו ממנו, והצגה מפורטת של הפיתרון המוצע על ידי הצוות לבעיה השיווקית שבמוקד התחרות.
- 2) **מצגת** – בסוף סמסטר א' יציג כל צוות סטודנטים את התכנית שגיבש להתמודדות עם האתגר השיווקי שהוצג ע"י L'OREAL. המצגות יתקיימו באנגלית, וידורגו על ידי צוות שופטים.
- 3) **ייצוג הפקולטה בתחרות הארצית** - שני הצוותים הזוכים ייצגו את הפקולטה בתחרות הארצית שתתקיים באפריל או מאי 2022.

(כל אי עמידה במי ממטלות הקורס מחיבת הודעה מראש) במייל

הערכת הסטודנטים בקורס והרכב הציון

אחוז	מטלה	תאריך	הערות
50%	דו"ח מסכם	סוף סמסטר א'	
50%	מצגת	סוף סמסטר א'	

לתשומת לבכם –

עפ"י תקנון האוניברסיטה תלמיד חייב להיות נוכח בכל השיעורים (סעיף 5). אם תלמיד נעדר משיעור המחייב השתתפות פעילה או שלא השתתף באורח פעיל, רשאי המורה להודיע למזכירות כי יש למחוק את שמו מרשימת המשתתפים (התלמיד יחויב בתשלום בגין קורס זה).

מדיניות שמירה על טווח ציונים

בחוץ לניהול מונהגת מדיניות שמירה על טווח ציונים. מדיניות זו מתייחסת לממוצע הציונים הסופיים בקורס. מידע בנושא זה מתפרסם בהרחבה באתר החוג לניהול, בסעיף ציונים בתקנון.

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. שקפי הקורס יועלו לאתר הקורס לפני כל שיעור.

קריאה

חומרי הקריאה יתמקדו בתהליכי עריכת מחקר שיווק, ויתבססו על ספרי ההוראה המובילים בתחום:

Main text book:

Aaker, D. A., Kumar, V., Leone, R. P., & Day, G. S. (2013). Marketing research: International student version.

For SPSS analysis:

Shiu, E. C. (2009). Marketing research. McGraw-Hill Higher Education.

Additional reading:

Marketing Research: Methodological Foundations (Paperback– March 5, 2015)

Dawn Iacobucci (Author), Dr. Gilbert A. Churchill Jr

פירוט חובות הקריאה יימסר בתחילת הקורס.

בנוסף –

מארגני התחרות מקיימים אתר פעיל ומעודכן ומעלים באופן שוטף חומרי רקע רלוונטיים לאתר זה. הסטודנטים נדרשים להתעדכן במהלך הסמסטר, ולהיות מעודכנים בכל חומרי הרקע המסופקים על ידי מארגני התחרות.

תכנית הקורס *

נושא השיעור		
הצגת תחרות לוריאל, והצגת דרישות הקורס. הצגת הבריף ולוח הזמנים, חלוקה לצוותי עבודה. איסוף מידע שניוני ביצוע מחקר איכותני בבית: רישום הצוותים באתר L'OREAL. תחילת איסוף מידע השניוני (סקירת הקטגוריה, הלקוחות בסגמנט הרלוונטי, טרנדים, דיגיטל, חווית לקוח) בניית גייד למחקר איכותני (יש לשלוח לנו ולקבל אישור להרצה).		1

2	משוב לגייד האיכותני כתיבת שאלון כמותי – דוגמאות לנושאים שיכוסו בשאלון בבית: הרצת מחקר איכותני + ריכוז תובנות מהמחקר האיכותני למתקדמים: התחלת כתיבת שאלון כמותי (כולל בדיקת קונספטים שעלו במחקר האיכותני)	
3	כתיבת שאלון כמותי – המשך בבית: כתיבת שאלון כמותי, ושליחתו לקבלת אישור	
4	Customer Experience גיבוש פתרונות יצירתיים	
	Briefing Day – משרדי L'OREAL בנתניה	
5	לשיעור זה על הקבוצות להביא טיוטת שאלון מודפסת. דגימה – הנחיות לכלל הסטודנטים מפגשים קבוצתיים לקבלת פידבק על שאלונים.	
6	השיעור יחולק לשני חלקים: חלק ראשון – פגישות הנחיה - הצגת התובנות מן המחקר האיכותני ושאלונים שנבנו בעקבותיהם. חלק שני - קוואלטרקס ו SPSS ניתוחים בסיסיים בבית: הכנת שאלון סופי (אחרי תיקונים) + שליחה שלו לאישור לפני הרצה + הרצה	
7-11	מפגשי עדכון והנחיה שבועיים (Update and consulting meetings)	
12	חזרה גנראלית לקראת גמר הפקולטה (כל קבוצה לחוד)	
13	גמר הפקולטה (כל קבוצה לחוד). המצגות יוגשו מודפסות עם speaker notes. הגשת דו"ח מסכם	
גמר ארצי – משרדי L'OREAL בנתניה		
גמר גלובאלי - תחרות L'OREAL Brandstorm , בפר"ז (בשנים שבהן זה אפשרי)		

*התכנית הינה בסיס לשינויים.