

יסודות חקר שווקים - מבחן מועד א'

מס' הקורס: 682.1.0017

סמסטר ב' 2013

מרצה: גיל פלג

מתרגלת: לי חסידים

משך הבחינה: שעתיים וחצי. אין להכניס שום חומר עזר לבחינה.

מבנה:

חלק א (40 נקודות): חלק זה בנוי מ- 11 שאלות סגורות, מתוכן עליך לענות על 10 שאלות בלבד (4 נקודות לכל שאלה). עליך לסמן את התשובות לשאלות בדף האחרון של חלק א'. תשובות בגוף הבחינה לא יבדקו.

חלק ב (60 נקודות): חלק זה בנוי מחמש שאלות פתוחות. עליך לענות על ארבע מתוכן בלבד (15 נקודות לכל שאלה, אם ענית על חמש יבדקו הארבע הראשונות בלבד). בבקשה לסמן את השאלה שאינה לבדיקה בכיתוב "לא לבדיקה" בראש השאלה.

ב ה צ ל ח ה !

חלק א': (40 נקודות)

יש לענות על 10 שאלות מתוך 11

1. ✓ מהו החיסרון העיקרי של קבוצת מיקוד?

- א. עושר רעיונות שאולי החוקר לא חשב עליהם מראש
- ב. יקר בהשוואה לסקר
- ג. ☒ אין אפשרות להכליל את הממצאים לאוכלוסייה
- ד. גמישות נמוכה של כלי המחקר

2. ✓ כאשר מנהל שיווקי אוסף מידע על אפקטיביות תוכניות שיווק בעבר, נתוני מכירות, מלאי הזמנות וכד', מדובר ב:

- א. ☒ מידע משני פנימי
- ב. מידע משני חיצוני
- ג. מידע ראשוני פנימי
- ד. מידע ראשוני חיצוני

כאשר נשאלת בשאלון השאלה הבאה: מהו הגיל שלך? ¹⁸ ~~מדידה~~

סולם המדידה הוא:

- א. ☒ יחס (מנה) ?
- ב. ☒ אינטרוולי (רווח)
- ג. אורדינלי (סדר)
- ד. נומינלי (שמי)

4. ✓ על פי הנלמד בכיתה (והמאמר של (Gosling et al (2004) נטען כי:

א. הממצאים המבוססים על האינטרנט שונים מהממצאים שמושגים בשיטות מסורתיות

- ב. ☒ תצוגת הפורמט של האתר יכולה להשפיע על הממצאים
- ג. ☒ מוטיבציית הנבדקים נמוכה כאשר ממלאים שאלונים מקוונים
- ד. ☒ המדגמים מהאינטרנט אינם מייצגים את האוכלוסייה

5. מהם חסרונות השאלון המובנה?

- א. אין באפשרותו לתת מענה אודות תשובות מעורפלות - לא פנימא פנימא? סקר 1/1
 ב. ייתכן ואנשים שונים יבינו שאלות או מונחים באופן שונה
 ג. אין באפשרותו להעניק מידע נוסף שלא הוכנס לשאלון
 ד. כל התשובות נכונות

6. שלבי המחקר השיווקי עפ"י הסדר הם:

- א. מטרת המחקר - תכלית המחקר - חישוב עלות תועלת - תכנון המחקר - יישום המחקר
 ב. חישוב עלות-תועלת - מטרת המחקר - תכלית המחקר - תכנון המחקר - יישום המחקר
 ג. תכלית המחקר - מטרת המחקר - תכנון המחקר - חישוב עלות-תועלת - יישום המחקר
 ד. תכלית המחקר - מטרת המחקר - חישוב עלות תועלת - תכנון המחקר - יישום המחקר

7. חוקר רוצה לבחון האם שינוי באריזה של משקה חדש (למשל הוספת צבעים) יגרום

לבחירה רבה יותר בו. באיזו גישת מחקר רצוי שינקוט? קשה אסימטריות?

- א. תיאורי קטלוג מילוני
 ב. סיבתי סיבה ותוצאה
 ג. גישושי מחקר ראשוני, אינדיקציות
 ד. כל התשובות נכונות

8. איזו דגימה אינה דגימה הסתברותית: הסתברותיות
 נקודות פגיעה, נקודות פגיעה, נקודות פגיעה, נקודות פגיעה

- א. דגימת שכבות
 ב. דגימת מכסות
 ג. דגימת אשכולות
 ד. דגימה אקראית שיטתית

9. מידע ראשוני לרוב הינו:

- א. שאלונים, קבוצות מיקוד, תצפיות
 ב. קבוצות מיקוד וסקירת ספרות
 ג. מאמרים אקדמאיים ושאלונים
 ד. תצפיות, ראיונות, ותוכניות שיווקיות

1?

חשיבות תכנון

תכנון
העבודה
למחקר

10. עפ"י התיאוריה שהוצגה בכיתה תיאוריית הקופסא השחורה, רכיבי העדפת הצרכן

הינם:

א. סך התועלת שמרגיש הצרכן מרכישת המוצר

ב. עמדת הצרכן כלפי תכונות המוצר

ג. תפיסת הצרכן בנוגע לתכונות המוצר

ד. תשובות ב'ג' נכונות

11. איזה מבחן על החוקר לבצע על מנת לבחון את ההבדל בין גברים ונשים בהעדפה

לרשת המבורגרים, שנמדדה על פי השאלה הבאה:

מהי רשת ההמבורגרים המועדפת עליך? (בחר/י רשת אחת בלבד)

מוזס ☐ בלאק ☐ מקדונלדס ☐ אחר ☐

א. מבחן חי בריבוע

ב. מבחן t - שיוויון שכיחות

ג. מתאם פירסון

ד. רגרסיה לינארית

חלק ב: (60 נקודות)

יש לענות על 4 שאלות מתוך 5

12. הסבר/ בקצרה את כל אחד ממרכיבי האתיקה בחקר שווקים, כלומר מה התחייבותו

של כל אחד מהגורמים על מנת לעמוד בכללי האתיקה:

א. מזמין המחקר:

א. מנת להיות אתי בתהליך חקר ולשקום את מעמדם המחקרי וכלות לחסוך את
הפגיעה באותם ובתנאים ולתת להם בתנאים טובים (אישלמן) ולא רק "אסתר
ואלונס" עליון קיים או בעלות קיימת אינטרסנטל של הבריאות.

ב. עורך המחקר:

א. מנת להיות אתי בתהליך חקר ולשקום את ערכי המחקר ואיך הוא בהתאמות כלפי המשתתפים במחקר
(במקרים יחיד המחקר, ולא יבדלו שלום בעד ההשתתפות) בנוסף לאי הבדל ולתנאים טובים נסתיים למחקר,
ערכי המחקר לא ישמרו הנתונים/הנתונים לא יחשפו למחקר אחרים (כמו שיווקי) לא יכנסו אנשים לעיתים
משתתפי המחקר: משהו שאינם משתתפים וישמרו את סודותם לא יחשפו אתי המחקר שנועים.

א. מנת להיות אתי ואיים בתהליך חקר ולשקום את המשתתפים לעצות בכוון
א. לשלם המחקר ולא לנסך, לא לתת למחקר ולתת בתשלום לא
משתתפי המחקר (לא "אסתר" רק כדי לאיים).

א. מיתוג של בית מלון גורר תגובות שליליות אצל לקוחות:

כדי לעשות את הצדקה ונהיה צדיקים יושבים אצלנו (אצלנו) היותנו (היותנו) את המלכות של שמינו וייתנו
של בית המלך (ועליו בזה) אנו בתוך המלכות של שמינו והמלכות של שמינו בזה (השם)
(אליה וייתן) בקרב המלכים יושבים אצלנו את המלכות של שמינו וייתנו.

ב. פתיחת מסעדה בעלת קונספט "יחודי":

ג. בדיקת שביעות רצון לקוחות מביקור בפסטיבל:
 (אסוף אינפורמציה על)

[illegible]

14. תאר/י במשפט קצר את המטרה של כל אחת מגישות המחקר:

גישושי: מחבר איטליני, באוסני - מחברו שטראקטן (נרחיב את הניצן) בלבו בתינוטות (המחבר בלעם) ושל אונגריה ומוקנים, תלפיות וקל מיקוז.

תיאורי: מתוך בלעדי כמות, מעטרתו אחרון קלס קין משתנים (מסבירים ומסבירים) בלעדי ואלוהים ואנשים (סדרים) מזלם תמות מזל.

סיבת: מתקן בקרו כמותי, ויטמינטי, אפרון יקלע ^{ואז גלים} סביבתו ואלה בין העמלים (מכונים ומסכרים) אובד שיוויון.

התעוררתי בבוקר (10:00) על

עבור שאלת המחקר הבאה הגדר את המשתנים המתאימים. "האם קיים קשר בין

הכרזת עתיקות כ"אתר מורשת עולמי" לביקושי ההגעה למקום?"

1. משתנה מסביר: _____
2. הגדרה אופרציונלית: _____
3. סוג סולם מדידה: _____
4. משתנה מוסבר: _____
5. הגדרה אופרציונלית: _____
6. סולם מדידה: _____

16. ✓ עבור השערת המחקר הבאה: "האם קיימים הבדלים בין רמות הכנסה שונות (נמוכה,

ממוצעת וגבוהה) במוכנות לשלם עבור כניסה לפארק מים?"

- א. ✓ מהי השערת האפס? אין הבדל בין רמות הכנסה שונות (נמוכה, ממוצעת, גבוהה) במוכנות לשלם עבור כניסה לפארק מים.
- ב. ✓ מהי השערת החוקר? יש הבדל בין רמות הכנסה שונות (נמוכה, ממוצעת, גבוהה) במוכנות לשלם עבור כניסה לפארק מים.
- ג. ✓ אם נמצא כי $P\text{-value} > 0.05$ נאמר כי סביר לקבל לדחות (נא להקיף בעיגול את

התשובה הנכונה) את השערת האפס וכי המשמעות היא:

ישנא לא השפעת הווארס H_0 ונמצאה כי ישפעת החוקר H_1 - גימלילת - אין הבדל בין רמות הכנסה שונות (נמוכה, ממוצעת, גבוהה) במוכנות לשלם עבור כניסה לפארק מים.

מס' הקורס: 682.1.0017

סמסטר ב' 2013

מרצה: גיל פלג

מתרגלת: לי חסידים

אנא סמן תשובתך במקום המתאים. מלא אך ורק תשובה אחת לכל שאלה במקום המסומן.
שאלה בה תופיע יותר מתשובה אחת, תפסל.

שאלה	א	ב	ג	ד
1			X	
2	X			
3				
4				X
5				X
6				X
7		X		
8		X		
9	X			
10				X
11	X			

✓
✓

✓
✓
✓
✓
✓
✓
✓
✓
✓
✓

יפה!