



החוג לניהול / Dept. of Management

תואר ראשון, החוג לניהול

1221.4301 יסודות השיווק

Principles of Marketing

סמטר ב' – שנה"ל תשפ"א

דרישות קדם: (1) השתתפות בשעות ניסוי מעבדה (2) כלכלת עסקים א' או מיקרו כלכלה א' (3) שימוש במאגרי מידע

פרטי הקבוצות בקורס

קבוצה	יום בשבוע	שעה	תאריך בחינה	מרצה	דואר אלקטרוני	טלפון
03	ב'	10:00-14:00	בקורס זה לא מתקיימת בחינה	ד"ר רינת שאנן-סצ'י	rinatsatchi@gmail.com	03-6438937
04	ה'	14:00-18:00	בקורס זה לא מתקיימת בחינה	ד"ר ליאת הדר	lhadar@tauex.tau.ac.il	03-6405892

שעת קבלה – בתיאום מראש במייל.

עוזרי הוראה: קבוצה 03 – הדר גרינפלד hadarikolo@gmail.com

קבוצה 04 – מתן בנבנישתי matanben555@gmail.com

היקף הלימודים

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

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

תיאור הקורס

הקורס סוקר את תחום השיווק מנקודת מבט ניהולית. במהלך הקורס תוצג "השפה השיווקית" באמצעות סקירה של מושגי היסוד והתפיסות הבסיסיות בתחום השיווק. מושגים ותפיסות אלו מהווים בסיס להרחבות וניתוחים בקורסים מתקדמים יותר בתחום. לימוד המושגים יעשה תוך שימת דגש על מסגרת קבלת החלטות שיווקיות ניהוליות, בעידן הדיגיטלי.

תפוקות למידה

מטרות קורס זה הינן:

1. להציג את תפקיד השיווק בחברה ותרומתו לפיתוח אסטרטגיה עסקית.
2. לפתח את החשיבה המדעית (העמקה תיאורטית וחשיבה ביקורתית) לגבי הלכה ומעשה בניהול השיווק
3. לפתח את היכולת לעצב וליישם החלטות שיווקיות על ידי:
 1. הקניית מושגים, תיאוריות וכלים הדרושים לניתוח, תיכנון, יישום ובקרה של אסטרטגיות שיווקיות.
 2. תירגול תהליכים וכלים אלו באמצעות ניתוח בכתב ובע"פ של מצבים והחלטות בשיווק.

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

אחוז	מטלה	תאריך	הערות
20%	– תרגיל הגשה יחידי להלך שיווקי מסעיר	22.4.21	הנחיות יועלו לאתר הקורס
20%	– תרגיל הגשה יחידי ביקורת על מהלך שיווקי	3.6.21	הנחיות יועלו לאתר הקורס
7%	מטלות כיתה יחידניות	בכל שיעור רלוונטי	ינתנו ויוגשו במהלך השיעור
53%	עבודה מסכמת – כתיבת תכנית שיווק	4.7.21	העבודה תוגש בצוותי עבודה של 4 סטודנטים. הנחיות מפורטות יועלו לאתר הקורס.

* עפ"י תקנון האוניברסיטה תלמיד חייב להיות נוכח בכל השיעורים.
* תלמיד הנעדר 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)

פירוט המטלות בקורס

תרגילי הגשה יחידניים

במהלך הקורס הסטודנטים יגישו שני תרגילים יחידניים. מועדי ההגשה ודרישות כל תרגיל יועלו לאתר הקורס.

עבודה מסכמת – כתיבת תכנית שיווק

העבודה תבוצע ותוגש בקבוצות של 3-4 סטודנטים (איוש הקבוצות באחריות הסטודנטים), ותכלול כתיבת תוכנית שיווק למוצר מסויים. הנחיות מפורטות לגבי תכנית השיווק יוצגו בכיתה ויועלו לאתר הקורס. התוכנית תתבסס על חומר הלימוד שנכסה במהלך הסמסטר בכיתה, ועל נתונים, שייאספו וינתחו על ידי כל קבוצה. גיבוש וכתיבה של תוכנית שיווק דורש זמן ומאמץ לא מבוטלים. הסטודנטים יידרשו להפגין בצורה ברורה ומשכנעת, ידיעה ושליטה במונחי היסוד, בשיטות, ובמסגרות שיימדו בקורס (בהרצאות ובקריאות), וכן חשיבה מקורית לגבי מה צריך, רצוי, ועדיף לעשות. לאור היקף העבודה מומלץ מאוד לעבוד על העבודה המסכמת במהלך הסמסטר, עם ההתקדמות בחומר בכיתה. ציון עובר (מעל 60) בעבודה זו הינו תנאי לקבלת ציון עובר בקורס.

מטלות כיתה

במהלך השיעורים ינתנו ויוגשו מטלות כיתה לתרגול החומר הנלמד. יש להגיש לפחות 7 מתוך מטלות אלו. משקל כל מטלה 1% מהציון הכללי. הציון במטלות אלו הנו עובר/לא עובר.

הערה הנוגעת לכלל העבודות בקורס

הציון שינתן לעבודות שיוגשו מבוסס (בין היתר) על איכות ובהירות הכתיבה, ועל העצמאות המחשבתית, אותה יפגינו כותבי העבודה. שימוש בלתי ראוי בחומרים של סטודנטים אחרים (בין אם משנים קודמות ובין אם מחברים לקורס) ובכלל זה התייעצות עם סטודנטים מקבוצות אחרות, יחשב כהעתקה. לא ניתן להגיש תיקון לעבודה שכבר הוגשה ונבדקה (אין מועד ב' בהגשת עבודות). ערעור על ציון העבודות ניתן להגיש על גבי הטופס הייעודי (אותו ניתן לקבל במזכירות או באתר הפקולטה). יש להגיש ערעור מנומק, תוך הכוונה לסעיפים הספיציפיים שבהם, להערכתכם, הציון שניתן אינו משקף את איכות העבודה שהגשתם. יש לצרף את העבודה הבדוקה. יש לציין על גבי הטופס את תעודות הזהות של כל חברי הקבוצה המערערים.

כל אי עמידה במי ממטלות הקורס מחיבת הודעה מראש (במייל) לעוזר ההוראה של הקבוצה הרלוונטית

מדיניות שמירה על טווח ציונים

בחוג 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 הוא המקום המרכזי בו ימסרו הודעות לסטודנטים, לפיכך מומלץ להתעדכן בו מדי שבוע, לפני השיעור, ובכלל – גם בתום הסמסטר. רוב חומרי הלימוד, ובכלל זה הפניות לסרטונים, מאמרים, וכן שקפי הקורס יועלו לאתר הקורס. בנוסף – באתר הקורס תינתן גישה (לינק) לספר הקורס באנגלית. לתשומת לבכם - בכיתה ידונו נושאים רבים שאינם מופיעים בשקפים או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הינם חלק בלתי נפרד מחומר הקורס.

תכנית הקורס*

נושא	הפרקים בספר
מבוא לניהול השיווק	
איסוף מידע שיווקי וניתוח הסביבה העסקית מחקרי שוק, סקירת הסביבה העסקית, ניתוח התחרות	1,2,3,10
ניתוח צרכנים התנהגות צרכנים הצרכן המוסדי ניהול קשרי לקוחות (CRM)	4,5 6
קבלת החלטות ניהוליות אסטרטגיות בתכנית השיווק פילוח לקוחות (Segmentation) בחירת שוק מטרה (Targeting), אסטרטגיות מיצוב (Positioning) ניהול מותגים	7 7,8 9
תכנון והוצאה לפועל של תכנית השיווק Product – תמהיל מוצרים ומחזור חיי מוצר Promotion – תקשורת שיווקית משולבת Pricing – אסטרטגית תמחור + Place – ניהול ערוצי הפצה אינטגרטיביים	11,12 15-18 13-14
שימור הצלחה שיווקית לאורך זמן סיכום קורס	20

*התכנית הינה בסיס לשינויים.

קריאה

ספר הקורס:

Marketing Management (15th Edition), by Philip T. Kotler and Kevin Lane Keller

עותק אלקטרוני קיים בספרייה. לינק לעותק נמצא באתר הקורס. הגרסה הישראלית של ספר זה - **ניהול השיווק, המהדורה הישראלית (החדשה) / קוטלר והורניק**, הוצאת האוניברסיטה הפתוחה. עותקים של הספר מצויים בספרייה, ואם יתאפשר נפרסם באתר הקורס גישה אלקטרונית גם לספר זה. חלק מהחומר אותו אנו מכסים בקורס מתבסס על ספר זה. זהו תרגום מותאם לישראל של ספר לימוד ידוע בעולם. אנו מכסים בקורס חומר רב בזמן קצר יחסית ולכן לא נתעכב על כל פרט בכיתה. הפרקים התואמים ליחידות הלימוד מפורסמים בטבלה מעלה. הסטודנטים מתבקשים לקרוא את הפרקים הרלבנטיים (המצויינים בטבלה מעלה). קריאה זו תסייע בהבנה עמוקה יותר של המדובר בכתה ובהכנת העבודה המסכמת.

הרצאות אורחים

בקורס תשולבנה 3 הרצאות אורח בימי שישי בשעות 9:00-10:30, בתאריכים הבאים (נתון לשינויים):

23.4.21, 7.5.21, 28.5.21

ההרצאות תועברנה ע"י מיטב המנהלים העוסקים בתחום בתעשייה. מטרתן להפגיש את הסטודנטים עם האתגרים שמזמן עולם השיווק לאנשי השיווק, ולתת להם לחוות מקרוב תהליכי קבלת החלטות שיווקיות ומהלכים אסטרטגיים של חברות ישראליות.

חלה חובת נוכחות בהרצאות האורח (אי הגעה להרצאות האורח תגרור הורדה בציון הסופי), ותוכנן מהווה חלק מחומר הלימוד בקורס, עליו תיבחנו.