

תואר שני

1231.2413.06 - ניהול השיווק

Marketing Management

סמסטר ב' – תשפ"ו

קבוצה	יום	שעה	מטלת סיום	מרצה	דואר אלקטרוני	טלפון
06	ד'	18:45-21:30	בחינה	פרופ' ליאת הדר	lhadar@tauex.tau.ac.il	

[לפירוט לוחות הבחינות](#)

שעת קבלה – בתיאום מראש במייל

עוזרת הוראה: טל אלטר-גליק, מייל: talalter1@gmail.com

היקף הלימודים

היקף הקורס: 2 י"ס

ECTS 1 = 4 ECTS – 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, מתודות ומודלי עבודה בסיסיים בתחום השיווק. מושגים ומתודות אלה מהווים בסיס הכרחי להרחבות וניתוחים בקורסים מתקדמים יותר בתחום השיווק. הקורס מאפשר הכרות והתנסות מעשית עם כלי בינה מלאכותית (AI), עם דגש על שימוש מושכל וביקורתי. כלים אלה יוצגו כמשאבים תומכי החלטה אך אינם מהווים תחליף לשיקול דעת של המנהל, שגורם הגורם המכריע בקבלת החלטות שיווקיות ובבניית "תכנית שיווק".

תפוקות למידה

1. הבנת תפקיד השיווק בחברה ותרומתו לפיתוח אסטרטגיה עסקית
2. פיתוח חשיבה מדעית (העמקה תיאורטית וחשיבה ביקורתית) לגבי הלכה ומעשה בניהול השיווק
3. פיתוח היכולת לעצב וליישם החלטות שיווקיות על ידי:
 1. הקניית מושגים, תיאוריות וכלים הדרושים לניתוח ובקרה של אסטרטגיות שיווקיות.
 2. התנסות בשילוב כלי בינה מלאכותית עם מתודות עבודה מסורתיות לצורך ניתוח מצבים עסקיים וקבלת החלטות שיווקיות, תוך הפעלת שיקול דעת ביקורתי ותרגול קבלת החלטות עצמאית.

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

אחוז	מטלה	אופי מטלה	מועד הגשה	חובת הגשה וציון עובר כזכאות לציון סופי
5%	שקלול הגשת תרגילי כיתה	אישי	במהלך השיעור	לא
5%	ניתוח אירוע –מבדק אונליין	אישי	במהלך השיעור	לא
50%	כתיבת תכנית שיווקית	צוותי (3-4 סטודנטים)	19.07.2026	כן
40%	מבחן אמריקאי	אישי	כמפורסם בלוח הבחינות	כן

- * מועד הבחינה יפורסם באתר הפקולטה- לוח בחינות.
- * חובה להגיש את המטלה הסופית ולקבל ציון עובר (מעל 60) על מנת להיות זכאים לציון סופי בקורס.
- * אין הגשות באיחור, ללא אישור מראש ממרצה הקורס.
- * ישנה חובת נוכחות בכל השיעורים, כולל הרצאות האורח.
- * תלמיד, הנעדר משיעור המחייב השתתפות פעילה או שלא השתתף באורח פעיל, רשאי המרצה להודיע למזכירות שהתלמיד לא זכאי להיבחן או להגיש עבודה. (התלמיד יחויב בתשלום בגין קורס זה)

פירוט המטלות בקורס

תרגילי כיתה: במהלך השיעורים ינתנו תרגילים כיתתיים להגשה אישית בזמן השיעור, התרגילים ישמשו ליישום החומר ודיונים כיתתיים. חובה להגיע לכיתה עם לפטופ או טאבלט. התרגילים יהיו זמינים להגשה באתר הקורס. הגשת תרגיל תיחשב כציון עובר באותו תרגיל. ציון התרגילים שווה למספר התרגילים שיוגשו במערכת.

ניתוח אירוע: תכנית הקורס כוללת ניתוח אירוע. האירוע ידון בכיתה, בתחילת השיעור בו נדון בניתוח האירוע יועבר מבדק עם שאלות אמריקאיות על האירוע (עם חומר סגור). יש לקרוא את האירוע לפני השיעור ולהגיע מוכנים למבדק.

כתיבת תכנית שיווקית: עליכם לכתוב תכנית שיווק למוצר שינתן לכם מראש. התוכנית תתבסס על חומר הלימוד שנכסה במהלך הסמסטר בכיתה ועל נתונים שייאספו וינתחו על ידי חברי הצוות. כתיבת תכנית שיווק מועילה דורשת זמן ומאמץ לא מבוטלים. הסטודנטים יידרשו להפגין בצורה ברורה ומשכנעת, ידיעה ושליטה במונחי היסוד, בשיטות, ובמסגרות שילמדו בקורס, וכן חשיבה מקורית לגבי מה צריך, רצוי, ועדיף לעשות. לאור היקף העבודה מומלץ מאוד לעבוד על העבודה המסכמת במהלך הסמסטר, עם ההתקדמות בחומר בכיתה.

הערה: תוכנית השיווק מבוססת (בין היתר) על איכות ובהירות הכתיבה, ועל העצמאות המחשבתית. שימוש בלתי ראוי בחומרים של סטודנטים אחרים (בין אם משנים קודמות ובין אם מחברים לקורס) ובכלל זה התייעצות עם סטודנטים מקבוצות אחרות, וכן הסתמכות על חומרים מאתרי אינטרנט ללא הבאת סימוכין **יחשב כהעתקה**. סטודנטים מוזמנים לעשות שימוש במקורות מידע שונים, כולל מערכות AI, אולם חשוב מאוד להפעיל שיקול דעת, לוודא שהמקורות מהימנים ולהביא סימוכין לכל מקור (כולל שימוש ב AI לסוגיהם). כל המטלות יעברו בדיקה של תוכנת אורגי'נליטי ויקבלו ציון מקוריות.

כל אי עמידה במי ממטלות הקורס מחייבת הודעה מראש (במייל) למרצה

עקרונות לשימוש ראוי בכלי בינה מלאכותית

1. **אתיקה ויושרה אקדמית:** יש להקפיד על כללי אתיקה ושמירה על יושרה אקדמית בעת שימוש בכלים אלו.
2. **הסתמכות על הבנה אישית:** אין להסתמך באופן מופרז על תכנים שנוצרו באמצעות AI שימוש בכלי AI מותר לצורך חיפוש מידע, עיבוד נתונים, יצירת טיוטות ראשוניות והשראה לכתיבה, אך חל איסור להשתמש בכלים אלו ליצירת קטעים שלמים בעבודה ולהציגם כעבודה מקורית.
3. **שקיפות ושימוש נכון:** יש לציין במפורש מתי וכיצד נעשה שימוש בכלי AI, ולהסביר כיצד הם תרמו לתהליך הלמידה. זאת יש לעשות בפסקה ייעודית שתכתב בסוף העבודה.
4. **ביקורת ואחריות:** כתיבה לא מדויקת או כללית מדי עלולה להוביל להורדת ציונים, במיוחד כאשר התוכן אינו תואם את הנלמד בקורס.
5. **שמירה על זכויות יוצרים:** יש להקפיד שלא להזין לתוכנות AI קבצים מוגנים כמו מאמרים שחולקו בשיעור, מצגות של המרצה, או מסמכים אחרים מתוך הקורס, ללא אישור מפורש מהמרצה. הזנה של מסמכים אלו לכלי AI מהווה עבירה משמעתית חמורה, מכיוון שהיא עלולה לחשוף את התוכן לאינטרנט ולחברות צד ג' ללא אישור.

מדיניות שמירה על טווח ציונים

החל משנה"ל תשס"ט מונהגת בפקולטה מדיניות שמירה על טווח ציונים בקורסי התואר השני. עקרונות השיטה חלים על כל קורסי התואר השני, ומדיניות השמירה על טווח הציונים תיושם לגבי הציון הסופי בקורס זה. מידע נוסף בנושא זה מתפרסם בהרחבה באתר הפקולטה.

[לתקנוני מדיניות שמירת טווח ציונים](#)

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. (לצורך תיאום ענייני הבחינה למשל).
מצגות הקורס יהיו באתר הקורס במודל.
לתשומת לבכם – בכיתה ידונו גם נושאים (ובפרט דוגמאות) שאינם מופיעים במצגות או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הינם חלק בלתי נפרד מחומר הקורס.

נושאים הקשורים לאתיקה בעסקים

הפקולטה לניהול רואה חשיבות גבוהה בשילוב נושאים הקשורים לאתיקה בעסקים כחלק אינטגרלי מקורסי החובה. בקורס נדון כיצד אתיקה בעסקים קשורה לשיווק ונסקור באמצעות דוגמאות כיצד אתיקה בעסקים משפיעה על תפיסת המותג, מערכת היחסים עם הצרכנים והמחרת מוצר.

תכנית הקורס *

נושא	פרקים בספר	תאריכים	
1 מבוא לניהול השיווק		18.3	
איסוף מידע שיווקי וניתוח הסביבה העסקית			
2 סקירת הסביבה העסקית, ניתוח התחרות	1-3	25.3	
אין שיעורים (חופשת פסח)		1.4, 8.4	
3 ניתוח צרכנים: הצרכן הפרטי	5,6	15.4	
אין שיעור (חופשת יום העצמאות)		22.4	
4 ניתוח צרכנים: הצרכן המוסדי וניהול קשרי לקוחות	7	29.4	
קבלת החלטות ניהוליות בתוכנית השיווק (S-T-P)			
5 פילוח שוק	9	6.5	
6 בחירת שוק מטרה + הרצאת אורח		13.5	
7 מיצוב	10	20.5	
8 מיתוג	11	27.5	
תכנון ההוצאה לפועל של תכנית השיווק (תמהיל השיווק 4P)			
אין שיעור (יקבע שיעור השלמה במידת הצורך)		3.6	
9 פתרון קיים + הרצאת אורח		10.6	
10 Product: חדשנות ופיתוח מוצרים + Pricing: אסטרטגיות ושיקולי המחרה	13-15	17.6	
11 Promotion: תקשורת שיווקית	19-22	24.6	
12 Place: ערוצי הפצה + הרצאת אורח	16,17	1.7	
שימור הצלחה שיווקית לאורך זמן			
13 משברי מוצר, תלונות ואחריות תאגידית		8.7	

התוכנית טנטטיבית ועשויה להשתנות במהלך הקורס.

קריאת חובה

חשוב: כל שיעור ילווה בחומר חובה להשלמה עצמית (קריאה+סרטונים). החומר יופיע באתר הקורס בתחילת כל שבוע. חובה להתעדכן ולהשלים את החומר בהתאם להנחיות באתר.

ספר הקורס:

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

קיים עותק אלקטרוני בספרייה. לינק לעותק נמצא באתר הקורס.

קיים סטאדי שידון בכיתה:

Barbie: Reviving a Cultural Icon at Mattel (Abridged)

הורדה בתשלום בלינק: [1319572/https://hbsp.harvard.edu/import](https://hbsp.harvard.edu/import/1319572)

השלמה עצמית מומלצת:

Strategic marketing problems, 13th edition, Roger A. Kerin and Robert A. Peterson

Chapter 2 **Financial aspects of marketing management.**

עותק אלקטרוני מצוי באתר הקורס. מאוד מומלץ לפתור את התרגילים בסוף הפרק כתרגול.