

0571.4805 מבוא לשיווק

סמסטר ב' תשפ"א

תיאור הקורס ומטרותיו

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 אפשרי להרחבות וניתוחים בקורסים מתקדמים יותר בתחום. המעבר על המושגים יעשה תוך שימת דגש על מסגרת קבלת החלטות ניהולית, ובפרט קבלת החלטות הקשורות ליצירת "תוכנית שיווק".

מועד השיעור – ימי ד' 11:00-08:10

צוות הקורס

מרצה: יואל גודס yoelgods@zahav.net.il, חדר 428 בניין וולפסון.
שעות קבלה - בתיאום מראש, או במייל.

המטלות בקורס והרכב הציון - 80% מבחן

מסכם

20% 2 מטלות
(בזוגות או שלשות)

ציון מעבר בקורס מותנה בציון מעבר בבחינה.
בקורס ישולבו הרצאות אורח שיועברו ע"י מיטב העוסקים בתחום בתעשייה.
חלה חובת נוכחות בהרצאות האורח ומועדיהן ימסרו בשיעורים הראשונים.

מתכונת ההוראה

חלק מהחומר אותו אנו מכסים בקורס מתבסס על הספר של קוטלר והורניק. זהו תרגום מותאם לישראל של ספר לימוד הידוע בעולם לתלמידי MBA. אנו מכסים בקורס חומר רב בזמן קצר יחסית ולא נתעכב על כל פרט בכיתה. במקומות בהם הדבר רלבנטי ועל מנת להבין את המדובר בכתה לעומק, לנתח את האירועים ולקראת הבחינה הסופית, הסטודנטים מתבקשים לקרוא את הפרקים שהמרצה יפנה אליהם.

ספר הלימוד:

ניהול השיווק, מהדורה שישית (המהדורה הישראלית), קוטלר והורניק, הוצאת האוניברסיטה הפתוחה (הספר נמכר היום גם בשני כרכים, שמהווים יחדיו את המהדורה המלאה).
מצגות הקורס המופיעות באתר הקורס במודל.
התלמידים מתבקשים לבדוק באתר הקורס לפני כל שיעור – לגבי הודעות רלבנטיות.

תוכנית הקורס:

1	הקדמה, הגישה השיווקית, תוכנית השיווק
2	ניתוח תעשייה ומתחרים
3	פוטנציאל שוק + שווקים למוצרים חדשים
4	ניתוח צרכנים
5	ניתוח צרכנים
6	הרצאת אורח – שם האורח יינתן במהלך הקורס
7	פילוח שוק ובחירת שוק מטרה
8	הרצאת אורח - שם האורח יינתן במהלך הקורס
9	החלטות מוצר/מותג שיווק שירותים
10	בידול ומיצוב ההצעה
11	תקשורת שיווקית
12	המשך תיקשורת שיווקית
13	מודל SWOT ו-PORTER
14	שיעור השלמה – סיכום הקורס והנחיות לבחינה

התכנית הינה בסיס לשינויים.