

קורס 4150: ניהול השיווק ד"ר יואל אסרף

דואר אלקטרוני: glocal.phd@gmail.com

שעת קבלה: בתיאום מראש

מטרת הקורס

כיום אי אפשר להפריז בחשיבות של הצורך בחשיבה שיווקית אסטרטגית למנהלים מתחומים שונים ובמגוון רחב של חברות ותעשיות. כיוון שזה קורס ראשון בשיווק לרובכם, נלמד תחילה את שפת השיווק. בהמשך נתמקד בהקניית מיומנויות שיווקיות ופיתוח יכולות ניתוח וחשיבה בפרספקטיבה שיווקית. הקורס מתוכנן להקנות מושגים ומודלים בסיסיים בשיווק לקראת לימוד קורסים מתקדמים יותר בהמשך התואר. אני מקווה, שבמהלך הקורס תתרגלו לחשוב "שיווקית" בכל היבטי הניהול שלכם. המטרה שלי היא, שנקיים דיונים מעניינים בכיתה, ואני מצפה שתהיו פעילים ותביאו לדיון דוגמאות רלבנטיות ועדכניות ממקומות העבודה שלכם או מעולם העסקים.

תאריכי המפגשים

31/10, 7/11, 14/11, 21/11, 28/11, 5/12, 12/12, 19/12

תוכן הקורס

1 Introduction	<ul style="list-style-type: none">▪ Vision and strategy according to Playing to Win (High Level)▪ What is marketing? Why it is important?▪ What is marketing management?▪ Key markets: B2C, B2B, Global▪ Marketing in the 21st century▪ Strategic orientations▪ The marketing plan: basic framework▪ The marketing manager
2 Market Research	<ul style="list-style-type: none">▪ <u>Team Presentation #1: Limited Editions</u>▪ Collecting information▪ Market orientation▪ Needs and trends▪ PEST analysis▪ Primary and secondary data▪ Market research design: surveys and focus groups
3 Consumer Behavior	<ul style="list-style-type: none">▪ <u>Team Presentation #2: Line Extensions</u>▪ Consumer behavior▪ Cultural, social and personal factors▪ Maslow's pyramid▪ Buying decision process and irrationality▪ Cognitive dissonance

<p>4 Segmentation</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Team Presentation #3: Tradeshows</u> ▪ Bases of segmentation ▪ Harley-Davidson in Israel (class analysis) ▪ Effective targeting ▪ Mass versus tailor made offers
<p>5 Industry/ Competition</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Team Presentation #4: Private Labels</u> ▪ Market players ▪ Industry attractiveness analysis (5/6 forces) ▪ Product Life Cycle: strategies ▪ SWOT analysis
<p>6 Positioning/ Branding</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Team Presentation #5: Public Relations</u> ▪ Differentiation ▪ Positioning (perceptual map) ▪ Starbucks positioning ▪ Branding: 3 definitions ▪ Optional: the brand/product manager and the brand manual
<p>7 Marketing Mix</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Team Presentation #6: Digital Marketing</u> ▪ Place: channels, distribution ▪ Promotion: media types ▪ Summary
<p>8</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Completion of the material ▪ Instructions for the test ▪ Optional 1: Zara International Strategy ▪ Optional 2: Outside-in or Inside-out Strategy?

דרישות הקורס

1. **מבחן:** המבחן יאפשר לכם להוכיח את הידע שלכם והוא יתקיים בשיטה האמריקאית (חומר סגור). החומר למבחן כולל את כל החומר בקורס, כולל תוכני המפגשים, מצגות הקורס ומצגות סטודנטים.
2. **כיתה הפוכה:** החל מהשיעור השני אנו נפתח כל שיעור במצגת קצרה (10 דקות, מקסימום 8 שקפים) שתוצג על ידי צוות סטודנטים (3-4). מטרת הסטודנטים היא ללמד אותנו על הנושא השיווקי, בהתבסס על ספרות אקדמית והצגת 1-2 דוגמאות מפורטות ועדכניות מעולם העסקים. כל הסטודנטים בצוות חייבים להשתתף בהצגה בכיתה.

הרכב הציון הסופי

1. מבחן: 80%
2. כיתה הפוכה: 10%
3. השתתפות: 10%

חומר הקורס

1. מצגות המרצה יועמדו לרשותכם באמצעות אתר המודל. כל השקפים הינם באנגלית.
2. ספר הקורס: ניתן לקרוא במהדורה האנגלית או העברית:
Marketing Management 14rd edition – Kotler P., Keller, K. L., Prentice Hall Inc, 2012 או קוטלר והורניק (2012), ניהול השיווק-המהדורה הישראלית, ת"א, האוניברסיטה הפתוחה.
חלק מהחומר אותו אנו מכסים בקורס מתבסס על ספר זה.

ספרים ומאמרים מומלצים להעשרה:

Global Brand Strategy. World-Wise Marketing in The Age of Branding by Jan-Benedict Steenkamp (2017)

Playing to Win. A.G.Lafley and Roger Martin (2012), HBR

Asseraf, Yoel, and Aviv Shoham. "Crafting strategy for international marketing: outside-in or inside-out?." *International Marketing Review* (2019)

Asseraf, Yoel, Luis Filipe Lages, and Aviv Shoham. "Assessing the drivers and impact of international marketing agility." *International Marketing Review* 36.2 (2019): 289-315

Efrat, Kalanit, and Yoel Asseraf. "A shift in perspective? The role of emotional branding in shaping born globals' performance." *International Business Review* (2019): 101589.

מאמרים למנהלים בנושאי שיווק

מקור: *Marketing News*, American Marketing Association

למה צריך סגמנטציה בעידן השיווק הדיגיטלי?

<https://www.ama.org/publications/MarketingNews/Pages/segmentation-provides-the-roadmap-to-success.aspx>

השוואת מתודולוגיות שונות של מחקר שיווקי

<https://www.ama.org/publications/MarketingNews/Pages/market-research-uncertain-future.aspx>

מאמר בנושא היערכות לשיווק בינלאומי

<https://www.ama.org/publications/MarketingNews/Pages/using-market-research-market-overseas.aspx>

בהצלחה!