

שם הקורס: ניהול השיווק

מספר הקורס: 209.6206

שם המרצה: ד"ר גיל שרוני

פרטי התקשרות עם המרצה: kilsharon@013.net ; נייד: 052-2736015

מועד ההרצאה: ימי ג', שעות 18:00-21:00

שעות קבלה: בתיאום אישי במייל

סוג הקורס: שיעור/הרצאה

דרישות הקורס כפי שהן מופיעות בסילבוס עשויות להשתנות בהתאם להחלטות משרד הבריאות והנהלת אוניברסיטת חיפה באשר לאופי הלמידה בשנת **תשפ"ב**.

מחזור י"ב - כיתת לבנית

תקופה מס' 1: אוקטובר-דצמבר, '21

מטרת הקורס:

הקורס סוקר את תחום השיווק מנקודת מבט ניהולית. במהלך הקורס תוצג "השפה השיווקית" באמצעות סקירה של מושגי היסוד והתפיסות הבסיסיות בתחום השיווק. המעבר על המושגים יעשה תוך שימת דגש על מסגרת קבלת החלטות ניהולית, ובפרט קבלת החלטות הקשורות ליצירת "תוכנית שיווק".

המטלות בקורס והרכב הציון: 60% בחינה

30% עבודה בצוותים (4 סטודנטים בצוות)

10% נוכחות פעילה במפגשים מקוונים

ציון מעבר בקורס מותנה בציון עובר (ציון משוקלל 65 ומעלה) ונוכחות פעילה ב-75% מהמפגשים או יותר כתנאי לגשת לבחינה.

יישום החומר התיאורטי:

הקורס משלב מגוון רחב של דוגמאות המאפשרות ניתוח והבנה מעמיקה של החומר הנלמד בהרצאות. בנוסף, יידרשו הסטודנטים להכין עבודה מסכמת המבוססת על הנושאים שנלמדו במהלך הקורס ולהציגה במפגש האחרון של הקורס.

תוצרי למידה:

- הכרת מושגי בסיס ותיאוריות בתחום השיווק.
- כלים להבנה וניתוח של הסביבה העסקית והשיווקית.
- ידע להתמודדות עם בעיות שיווקיות ולהערכת חלופות אפשריות לפתרון.
- התנסות בקבלת החלטות בניהול השיווק (נושאים אקטואליים בתחום השיווקי).
- יכולת הבנה ושימוש בטכניקות שיווקיות.

בחינה:

הבחינה המסכמת תתבסס על כל היקף החומר שילמד בכיתה, השקפים והפרקים הרלוונטיים. בבחינה לא יותר שימוש בחומרי עזר כלשהם. פרטים נוספים על הבחינה, המבנה שלה, סגנון השאלות וכיוצ"ב - יימסרו במהלך הקורס.

עבודה בצוותים:

מטרת העבודה לאפשר לסטודנטים ליישם הלכה למעשה את החומר הנלמד. הסטודנטים יתבקשו לבחור חברה פעילה פרטית או ציבורית, לבחון ולנתח את סביבת הפעולה (פנימית וחיצונית), הצגת חוזקות/חולשות/הזדמנויות/איומים, הצגת חלופות אפשריות לצמיחת העסק, בחירת חלופה מועדפת והצגת תוכנית שיווקית מפורטת. הנחיות מפורטות יינתנו במהלך הקורס.

ספר הקורס:

קוטלר, פ. קלר ק. והורניק י. (2012). ניהול השיווק. בית ההוצאה לאור של האוניברסיטה הפתוחה. הספר מורכב משני כרכים המהווים יחד את המהדורה המלאה.

חומרי עזר נוספים:

חברת הקורס - השקפים יועלו לאתר הקורס ב-Moodle באופן מרוכז בתחילת הקורס.

תוכנית הקורס*:

מס' שיעור	נושא השיעור	קריאה נדרשת
1.	הקדמה, מושגי יסוד, ניהול ביקושים, גישות שיווקיות	פרק 1
2.	תכנון אסטרטגי, ניתוח סביבה פנימית וחיצונית, ניתוח מתחרים	פרקים 2,3,10
3.	נתונים ומחקרים בשיווק	פרק 3
4.	יצירת ערך ללקוח, שביעות רצון ונאמנות	פרק 4
5.	התנהגות צרכנים	פרק 5
6.	זיהוי פלחי מטרה ושוקי מטרה	פרק 7
7.	מדיניות מוצרים	פרק 11
8.	מיצוב ובידול המותג	פרקים 8, 9

*התוכנית הינה בסיס לשינויים

כללי התנהגות בכיתה מקוונת:

- הסטודנטים חייבים להיות נוכחים במהלך השיעור המקוון באמצעות חיבור זמין למצלמה ומיקרופון.
- הסטודנטים מתבקשים להתחבר לממשק הזום כחמש דקות לפני תחילת השיעור, וזאת על מנת לבדוק כי החיבור תקין וכי אין כשל התחברות שעלול לגרום לעיכוב בניהול השוטף של השיעור.
- הסטודנטים ייצאו להפסקות של 15 דקות לאחר כל 45 דקות של שיעור מקוון. הסטודנטים מתבקשים לחזור בדיוק בזמן.
- במהלך כל שיעור יתקיים רישום שמי של הנוכחים. לא יתקבלו בקשות לרישום מאוחר של נוכחות. סטודנטים שלא יציגו נוכחות במועד, ייחשבו כנעדרים מאותו השיעור.
- הסטודנטים מתבקשים לשתף פעולה במהלך הדיונים שיתקיימו בשיעור המקוון.
- ניתן ליצור קשר עם המרצה בכל עניין הקשור לקורס באמצעות הודעות למייל או הודעות WhatsApp/SMS.

אתרי אינטרנט שימושיים בשיווק:

www.superbrands.co.il

www.effie.org.il

www.themarker.com

www.bizportal.co.il

www.marketing-strategy.co.il

סדנת הדרכת שיווק דיגיטלי של גוגל:

<https://learndigital.withgoogle.com/digitalworkshop-eu/courses>

לקות למידה / מוגבלות רפואית:

אם הנכם בעלי לקות למידה או מוגבלות/בעיה רפואית שעשויה להשפיע על לימודיכם ושבגינה אתם זקוקים להתאמות, אנא פנו לדיקנאט הסטודנטים למדור נגישות ולקויות למידה:
דוא"ל LDA@univ.haifa.ac.il טל: 04-8249265

לאבחון והתאמות בגין לקות למידה ו/או הפרעת קשב, יש לפנות ליה"ל:
דוא"ל mhait@univ.haifa.ac.il טל: 04-8249022

סטודנטים שיש ברשותם מכתב התאמות מהאוניברסיטה זקוקים להנגשה בקורס, מוזמנים לפנות אל המרצה בקורס בשעות הקבלה או במייל סמוך לתחילת הקורס.