

התמחות בניהול אסטרטגי של משאבי אנוש

שם הקורס: ניהול השיווק

מספר הקורס: 209.6206

שם המרצה: ד"ר גיל שרוני

מועד ההרצאה: ימי ג' 18:00 - 21:00

שעות קבלה: בתיאום אישי

דואר אלקטרוני: [kilsharon@013.net](mailto:kilsharon@013.net)

מחזור ז' - כיתת זמיר

תקופה 1 - נובמבר-דצמבר 2016

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 ייעשה תוך שימת דגש על מסגרת קבלת החלטות ניהוליות, ובפרט קבלת החלטות הקשורות ליצירת "תוכנית שיווק".

המטלות בקורס והרכב הציון: 70% בחינה

20% עבודה בצוותים (2 סטודנטים בצוות)

10% נוכחות פעילה

ציון מעבר בקורס מותנה בציון עובר (60 ומעלה) בבחינה ובעבודה, ונוכחות פעילה ב-80% מהמפגשים או יותר.

יישום החומר התיאורטי

הקורס משלב מגוון רחב של דוגמאות המאפשרות ניתוח והבנה מעמיקה של החומר הנלמד בהרצאות. בנוסף, יידרשו הסטודנטים להגיש עבודה מסכמת הכוללת ניתוח של אחד מהנושאים שנלמדו במהלך הקורס.

התמחות בניהול אסטרטגי של משאבי אנוש

### בחינה

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

### עבודה בצוותים

מטרת העבודה לאפשר לסטודנטים ליישם הלכה למעשה את החומר הנלמד. הסטודנטים יתבקשו לבחור באחד מהנושאים או תתי-הנושאים שיוצגו במהלך הקורס וליישם את התיאוריה באמצעות דוגמאות מעשיות. על חברי הצוות לציין בתחילת העבודה אלו פרקים בעבודה הוכנו ע"י כל אחד משני השותפים. הנחיות נוספות תינתנה בהמשך.

### ספר הקורס:

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

### חומרי עזר נוספים:

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 ושווקי מטרה	פרק 7
7.	מדיניות מוצרים	פרק 11
8.	מיצוב ובידול המותג	פרק 9
9.	אסטרטגיות מיתוג	פרק 8

\*התוכנית הינה בסיס לשינויים

התמחות בניהול אסטרטגי של משאבי אנוש

**כללי התנהגות בכיתה:**

**השתתפות פעילה** - הקורס מעודד השתתפות פעילה בשיעור והעלאת שאלות. השתתפות שכזאת חייבת להתקיים בהנחיית המרצה. לטובת שטף השיעור והעברתו באופן תקין, יש להימנע משיח והפרעות במהלך השיעור. שיח רצוף או הפרעה יגררו הפסקת השיעור.

**יציאה וכניסה במהלך השיעור** - לא תורשה יציאה וכניסה במהלך ההרצאות, אלא במקרים דחופים בלבד.

**שימוש במחשבים אישיים** - השימוש במחשבים אישיים מותר לטובת צורכי השיעור בלבד. אין לגלוש באתרים שאינם קשורים לשיעור ואין להשתמש בדואר אלקטרוני במהלך השיעור.

**שימוש בטלפונים סלולאריים** - הטלפון הסלולארי יהיה כבוי במהלך כל זמן השיעור, ולא ייעשה בו שימוש לטובת תקשורת קולית או כתובה במהלך השיעור.

**פנייה בבקשות מיוחדות** - כל פנייה תתבצע בכתב לכתובת הדוא"ל של המרצה.

**אתרי אינטרנט שימושיים בשיווק:**

[www.superbrands.co.il](http://www.superbrands.co.il)

[www.effie.org.il](http://www.effie.org.il)

[www.themarker.com](http://www.themarker.com)

[www.bizportal.co.il](http://www.bizportal.co.il)

[www.marketing-strategy.co.il](http://www.marketing-strategy.co.il)