



אוניברסיטת בן גוריון בנגב
הפקולטה לניהול ע"ש גילפורד גלייזר
המחלקה למנהל עסקים

שם הקורס: ניהול השיווק
מס' קורס: 68725631

מטרת הקורס: יצירת מסגרת מושגית להבנת עקרונות היסוד בתהליך ניהול השיווק על שלביו השונים; תכנון, ניתוח, גיבוש אסטרטגיה ויצירת תוכנית שיווקית.

מטלות הקורס: מבחן סופי (70% מהציון), הגשת פרויקט (25% מהציון), השתתפות ותרגילי כיתה (5%).
לתשומת לבכם- תרגילים בכיתה, נוכחות פעילה בשיעורים והשתתפות בדיונים מהווים חלק ממטלות הקורס.

דרישות קדם:

סטודנטים שמתחילים את לימודיהם בשנת תשע"ט מחוייבים בדרישות קדם בהתאם למערכת השעות המובנית. דרישות אלה מפורטות בשנתון בטבלאות של כל מגמה.

ביבליוגרפיה:

קוטלר פיליפ ויעקב הורניק: **ניהול השיווק** במהדורה הישראלית, 2011, אוניברסיטה פתוחה, תל אביב.
חומרי עזר, מאמרים וכתבות שיפורסמו במהלך הקורס

הערה: אין חפיפה מלאה בין חומר הקריאה וחומר ההרצאה והנכם נדרשים לשלוט בשניהם. זאת ועוד: לא כל החומר התיאורטי יועבר בהרצאה ועל-כן את החלקים הנותרים הנכם מתבקשים להשלים בקריאה עצמית.

חומר קריאה על פי חלוקה לנושאים:

נושאים	תתי נושאים	חומר קריאה
מבוא לניהול השיווק	התהליך השיווקי, גישות בניהול השיווק, ניהול ביקושים והתמהיל השיווקי	פרק 1
ניהול השיווק- שלב תכנון אסטרטגי עסקי מכוון שוק	אופי העסק וניתוח תהליכים בחברה, הקצאת משאבים בין יחידות אסטרטגיות עסקיות, מבנה התכנית השיווקית	פרק 2
ניהול השיווק- שלב הניתוח	מחקר שווקים, הסביבה השיווקית במבט מאקרו ומיקרו, התנהגות צרכנים וניתוח מתחרים	פרקים 5,6 ו-10
ניהול השיווק- שלב גיבוש האסטרטגיה	פילוח שוק וזיהוי שווקי מטרה, מיצוב ומיתוג.	פרקים 7,8 ו-9
ניהול השיווק - שלב הטקטיקה, התמהיל השיווקי	מדיניות מוצרים: ניהול קווי מוצר, מדיניות המחרה, בחירת ערוצי שיווק וניהולם, פרסום קידום מכירות ויחסי ציבור.	פרקים 11, 12, 13, 16 ו-17