

אוניברסיטת בן-גוריון בנגב  
הפקולטה לניהול ע"ש גילפורד גלייזר  
תוכניות מנהלים  
סמסטר ב' תשפ"ג

**שם הקורס:** שיווק למנהלים

**מס' הקורס:** 68720068-09

**מרצה:** ענבל אלוני אופיר

**דואר אלקטרוני:** Inbal@goodmarketing.co.il

**שעת קבלה:** בתאום מראש

**עוזרת הוראה:** : כליל אוליאל

**תקציר הקורס:**

הקורס יעסוק בהחלטות השיווקיות הכרוכות בניהול פירמה ובעקרונות המנחים קבלת החלטות אלה. הקורס יעניק לסטודנטים סקירה של מגוון ההחלטות הרחב המתקבלות על ידי מנהלים ומשווקים כאשר הם מנסים לייצר ערך ללקוחותיהם, לחזות ביקושים ולמלא אותם, ולבסס את מערכת היחסים של הפירמה עם הצרכנים. דגש מיוחד יושם על עקרונות התכנון, ארגון, בקרה וקבלת החלטות כפי שהם מיושמים בניהול השיווק.

**מטרת הקורס:**

מטרת העל של הקורס הנה לפתח מיומנות בתכנון ויישום אסטרטגיה שיווקית של מוצרים ושירותים, ולהעניק לסטודנטים יכולות לקבל החלטות טובות יותר בשווקים התחרותיים בהתחשבות במגמות הנוכחיות בשווקים.

**דרישות הקורס:**

**1. מבחן סופי – 100% מהציון הסופי**

קבלת ציון עובר בבחינה (65 ומעלה) הינה תנאי הכרחי לקבלת ציון עובר בקורס. הערה לגבי חומר עזר (מצגות): מצגות השיעורים יהיו זמינות לרשות הסטודנטים באתר הקורס. עם זאת, הן אינן מכסות (ולא נועדו לכסות) את כלל החומר המועבר בכיתה. באחריות הסטודנטים להשתתף בשיעורים ולכתוב הערות או להשלים את החומר במקרה של החסרת שיעור.

**2. נוכחות חובה בהרצאות מרצים אורחים**

## נושאי הקורס:

מספר יחידה לימוד	נושא	קריאות (פרקים מספר הלימוד של ארמסטרונג וקוטלר)
1	סקירה. מה זה שיווק? הכירות מושגים בשיווק, תמהיל השיווק, עולם השיווק הדיגיטלי	פרק 1
2	אסטרטגיה שיווקית תהליך בניית אסטרטגיה שיווקית, הכירות עם מודלים מרכזיים Ansoff וכלי ניתוח Swot	פרקים: 2,3,6
3	התנהגות צרכנים תהליך הרכישה, שווקי B2C מול שווקי B2B, ניהול קשרי לקוחות ושוי לקוח	פרק 5
4	חקרי שוק וניתוח שוק כלים לאיסוף נתונים, ניתוח תחרות, מדידת תוצאות	פרק 4
5	מדיניות מוצרים מותגים מול מוצרים, חדשנות במוצרים, השקת מוצרים, שיווק וניהול שירותים	פרקים 7,8
6	המחרה התמודדות בתחרות מחירים, כלים ואסטרטגיות	פרק 9
7	תקשורת שיווקית תמהיל התקשורת השיווקית, כלים דיגיטליים בניית תקציב שיווק	פרק 7,12
8	ערוצי הפצה עקרונות ומודלים בבניית ערוצי הפצה עולם ה-E-commerce, דגש מיוחד על אמזון	פרק 10
9	שיווק בינלאומי סוד הצלחתן של חברות ישראליות בשווקים בינלאומיים	

## ספר הקורס

Armstrong, Gary and Philip Kotler (2011), Marketing: An Introduction (Global Edition), 11th edition. Pearson.

ניתן להעזר בגרסה העברית של הספר – קוטלר והורניק – ניהול השיווק, המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, 2000.

בנוסף יפורסמו במהלך הקורס מאמרים וכתבות לקריאה ולדיון בכיתה

## קריאות רשות

- 1) Keegan Warren, and Mark Green. Global Marketing, 2010 (7th edition), Pearson International.
- 2) Lovelock C. and Wirtz, J. Services marketing People, Technology, Strategy, 2011. Prentice Hall
- 3) Kent B. Monroe. Pricing – Making Profitable Decisions, 2003. New York: Mcgraw-Hill/Irwin.