



אוניברסיטת בר-אילן

ניהול מערכות בריאות

עקרונות השיווק

(Introduction to Marketing)

686-1-0008

מירב ויס-סידי

סמסטר א' תשפ"א - יום ה' 08:00-10:00

תאור הקורס:

הקורס סוקר את עולם השיווק מנקודת מבט ניהולית, ונועד לספק לסטודנטים ידע רחב על מושגי היסוד, התפיסות וה"שפה השיווקית" בתחום השיווק. ידע זה יהווה בסיס לקבלת החלטות ניהוליות בתחום השיווק, גם במערכות הבריאות. בקורס יילמדו עקרונות השיווק במסגרת התכנון. התכנון, היישום והבקרה האסטרטגית של ארגונים שונים בכלל וארגוני בריאות בפרט. אפיון השירות בבריאות, אפיון ותכנון לעידוד מניעה וקידום הבריאות, וצמצום עלויות דרך שינוי התנהגות לקוחות. כמו כן ינתחו אירועים מתחום הבריאות בישראל ובעולם.

The course reviews the world of marketing from a managerial point of view and is designed to provide students a broad knowledge, concepts, and "marketing language" in the domain of marketing. The course will teach the doctrine of marketing as part of planning. The planning, implementation, and strategic monitoring of organizations in general and health organizations in particular. Characterization of the health service, programs' design and planning to encourage prevention and promotion of health, and reduction of costs through changing customer behavior. Also, we will discuss and analyze case studies in health organizations in Israel and all over the world.

מטרות הקורס:

- א. ללמד מושגי יסוד וטרמינולוגיה בסיסית המשמשים ככלי ניתוח בניהול בכלל ובשיווק בפרט
- ב. להציג את תהליכי התכנון, כלי הניתוח והמודלים המקובלים כדי לקבל החלטות שיווקיות
- ג. הבניית תשתית תיאורטית להבנת תהליכים שיווקיים והבנת הערך במחקר שיווקי
- ד. לזהות ולנתח החלטות מפתח שניצבות בפני מנהלי שיווק
- ה. להתנסות בתהליך של ניתוח תמונת מצב שיווקית, ולנסח אסטרטגיה שיווקית
- ו. לכתוב תכנית שיווק מתאימה

תוצרי למידה:

על הסטודנטים להיות מסוגלים:

- לדעת להשתמש באופן תקני ונכון במושגי היסוד, להפנים ולהבין את ה"שפה השיווקית".
- לפתח מיומנות של ניתוח מקרה שיווקי תוך שימוש בכלים ובתיאוריות שנלמדו.
- לפתח חשיבה ביקורתית על-ידי אינטגרציה של הכלים התכנוניים, שימוש בכלי המחקר ובניית תכנית שיווקית.
- לתרגל מיומנות ניתוח ויישום על-ידי מקרי-בוחר מהעולם, ובאמצעות הדיונים המשותפים.

שיטת הלימוד: הרצאות, דיונים וניתוח מקרי בוחר.

דרישות קדם: אין



אוניברסיטת בן-גוריון

ניהול מערכות בריאות

מבנה ציון הקורס:

70% מהציון הסופי מהווה מבחן בית* - הבחינה תכלול את חומר ההרצאות, המצגות שיוצגו בכיתה והקריאות שיינתנו במהלך הסמסטר. יש לקבל בבחינה לפחות ציון עובר (65), בכדי לעבור את הקורס.

* במידה ולפי החלטת האוניברסיטה והפקולטה, תתאפשר בחינה בקמפוס, בחינת הבית תוחלף בבחינה רגילה בקמפוס.

30% השתתפות פעילה בפעילויות הקורס בסביבה הדיגיטאלית, דיונים בשיעורים והשתתפות פעילה בפורום ובסקרים ומחקרים במoodle. כמו-כן השתתפות בדיונים מהווה חלק ממטלות הקורס.

פרטי המרצה: מירב ויס-סידי

שעות קבלה: יום ה', 10:00-11:00, בתאום מראש במייל

דואר אלקטרוני: weissid@post.bgu.ac.il

פרוט הנושאים:

פרקים בספר הקורס	נושאי הקורס	
פרק 1	מהו שיווק? גישות בשיווק, והיכרות עם הסיבה השיווקית	1
פרקים 5,8	ניתוח שוק ומתחרים, ניתוח ענפי, מערכות מידע שיווקיות	2
פרק 4	ניהול המידע, חקר שווקים	3
פרקים 6,7,9	פילוח שוק, ניתוח צרכים, שווקי צרכנים, שווקים עסקיים והתנהגות קנייה מוסדית	4
פרקים 12,13,14	אסטרטגיה: מבנה התכנית השיווקית, אסטרטגיות שיווק, ניהול מוצר, ערך לקוח	5
פרקים 9,10	אסטרטגיה: פיתוח מוצר, בידול מוצר ומיצובו	6
פרק 17	טקטיקה שיווקית: תכנון המחרה	7
פרקים 20,21	טקטיקה שיווקית: בחירת ערוצי שיווק ותקשורת שיווקית	8
פרקים 19,21,23	טקטיקה שיווקית: ניהול קימעונאות, סיטונאות ולוגיסטיקה שיווקית	9

רשימת ספרות:

א. ספר הקורס:

קוטלר, פ. והורניק, י. (2012). ניהול השיווק המהדורה הישראלית. אוניברסיטה פתוחה, תל אביב.

ב. מקורות נוספים:

סרטונים, מאמרים וכתבות שיפורסמו במהלך הסמסטר ויועלו לסביבת הקורס ב-moodle.