

הקריה האקדמית קריית אונו

הפקולטה למנהל עסקים

שם הקורס: אסטרטגיה וניהול השיווק (2 נ"ז)

סוג הקורס: קורס חובה, תואר BA

מרצים:

ד"ר איל מעוז

ד"ר גיא אדורם

שנת לימודים: תש"פ, טרימסטר 1

נקודות זכות: 2

מטרות הקורס

הקורס ניהול ואסטרטגיה שיווקית יציג בפני הסטודנטים מודל מקיף לתחום השיווק אשר ניתן ליישום על כל בעיה שיווקית בה יתקלו בהווה או בעתיד. מודל זה מפרק את השיווק ל-3 חלקים: שלב הניתוח, שלב האסטרטגיה והשלב הטקטי. הקורס נבנה על בסיס גישת "יצירת ערך" לשיווק. מטרת ספציפיות כוללות:

- (1) היכרות עם מודל פורמלי לניתוח סביבת השיווק (מודל 5 ה-C's) ועם ההשפעה של המידע שנאסף בשלב זה על התפתחות האסטרטגיה.
- (2) הדגשת הצורך בקבלת החלטות טקטיות הנובעות ישירות מהחלטות שיווקיות אסטרטגיות הכוללות פילוח, כיוון ומיצוב.
- (3) לסייע לסטודנטים ליישם את הרעיון שנלמד בקורס דרך מספר דוגמאות ומקרים.

נהלים ושיטת לימוד:

השעורים מועברים בשיטת הלמידה המתקשבת ובשילוב מפגש תמך, בו תינתן סקירה קצרה של החומר המתקשבת וינתן מענה לשאלות. על הסטודנטים לראות את כל סרטוני ההרצאה הרלוונטיים לפני שיעור התמך.

ספרות

חומרי הקורס הכוללים אירועים, קריאות ושקפים שיועלו לאתר הקורס. באתר הקורס, ניתן למצא חוברת עבודה ובה שאלות לתרגול.

מומלץ (אך לא חובה) - פיליפ קוטלר ויעקב הורניק, ניהול השיווק – המהדורה הישראלית, הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, 2000.

הספר נועד לסטודנטים הרוצים להעשיר ולהרחיב מעבר לחומר שילמד בכיתה.

Recommended Book: Strategic Marketing Management, 8th Ed. Cerebellum Press, 2014 eBook: [iTunes](#)

דרישות הקורס

עמידה במבחן המסכם בציון של לפחות 60, למען הסר ספק, מדובר במבחן המשלב 2 קורסים:
הקורס מבוא ליצירת ערך והקורס אסטרטגיה וניהול השיווק **במבחן אחד!**

דרישת הקדם לקורס היא לימוד הקורס מבוא לשיווק.
כחריג, על הסטודנטים אשר אינם מתוכננים ללמוד את הקורס מבוא לשיווק (במסלולים מסוימים),
חלה חובת צפייה בתכני הקורס באופן ממוחשב (מוקלט), עד מפגש התמך הראשון – **צפייה בלבד**
ללא חובות הקורס.

קישור להרצאות המוקלטות של הקורס מבוא לשיווק נמצא כאן ובאתר הקורס:
<http://mbaprep.co.il/moodle/course/view.php?id=39> זה הקישור:

ציונים

מבחן מסכם - **100%** (משלב את המבחן בקורס "יצירת ערך").
מבחן: המבחן כולל **25 שאלות** - נכון/לא נכון.

כללי

אם, בכל שלב במהלך בקורס, יש לך שאלה לגבי החומר הנלמד, אנא אל תהסס/י לפנות מיידית
למרצי הקורס.

לוח נושאים וקריאות

נושא: יישום מסגרת האסטרטגיה השיווקית
ניתוח: C's 5 (למשח"ה – לקוחות, מתחרים, שותפים, חברה, הקשר)
פילוח וכיוון
מיצוב
תמהיל השיווק (מוצר, מחיר, מקום, מסר).

אנא קראו:

- 5-C Framework (5-8 minutes)
- S-T-P Framework (3-5 minutes)
- 4-P Framework (4-6 minutes)

שאלות להתייחסות במהלך הקריאות: מה הערך של כל מסגרת התייחסות?

עד לשיעור התמך יש לראות את שיעורי הקורס בחלקים 3-7.