

# הקריה האקדמית קריית אונו הפקולטה למנהל עסקים

**שם הקורס: מבוא ליצירת ערך (2 נ"ז)**

סוג הקורס: קורס חובה, תואר BA

**מרצים:**

ד"ר איל מעוז, 050-5561736, eyalm@ono.ac.il

ד"ר גיא אדורם, 052 – 8300081, guy.adoram@ono.ac.il

**שנת לימודים:** תש"פ

**נקודות זכות: 2**

## מטרות ותיאור הקורסים

הקורס "מבוא ליצירת ערך" מציג את אחד המושגים החשובים ביותר בעולם העסקים – יצירת ערך ללקוחות, לשותפים האסטרטגיים ולחברה עצמה. יצירת ערך הינה, בעצם, המטרה העליונה של כל פירמה עסקית.

נחקר את התפתחות המושג מהימים הראשונים של השיווק עד להווה. בנוסף, נבחן את הרעיון של "הצעת הערך האופטימלית" – אשר ממקסמת את הערך לכל אחד מבעלי ענין אלו. שני אירועים עסקיים מפורטים יתנו הזדמנות ליישום הנלמד בקורס בעולם האמיתי.

## נהלים ושיטת לימוד:

השעורים מועברים בשיטת הלמידה המתקשבת. הסטודנטים נדרשים לצפות בסרטוני הווידאו ובחומרים התומכים (קיים קישור לסרטוני הווידאו באתר הקורס). זאת בשילוב עם מפגש תמך, שיועבר על די גיא אדורם בהם יוכלו הסטודנטים לשאול לגבי החומרים בהם צפו ואותם קראו. על הסטודנטים לראות את כל סרטוני ההרצאה הרלוונטיים לפני שיעור התמך.

## חומרים וספרות

**חומרי הקורס** הכוללים אירועים, קישורים, קריאות ושקפים שיועלו לאתר הקורס.

הספר **אינו חובה** ונועד לסטודנטים הרוצים להעשיר ולהרחיב מעבר לחומר שילמד בכיתה.

*Strategic Marketing Management, Alexander Chernev, 8<sup>th</sup> ed. (2014)*

► Buy eBook: [iTunes](#) | [GoogleBooks](#) | [e-Book mall](#) |

## דרישות הקורס

עמידה במבחן מסכם אחד לשני הקורסים בציון של לפחות 60. 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:

זה הקישור: <http://mbaprep.co.il/moodle/course/view.php?id=39>

"כניסה למערכת MBA-Prep לצפייה בתכנים. **שם משתמש:** student, **סיסמה:** student"

בנוסף, מומלץ לקרוא עיתון עסקי יומי או מקוון. שתי אפשרויות הן:  
 Globes: <http://www.globes.co.il/>  
 The Marker: <https://www.themarker.com/>

## ציונים

מבחן מסכם - 100%  
 (למען הסר ספק – מדובר במבחן משולב עם המבחן בקורס "אסטרטגיה וניהול השיווק")

## כללי

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

## לוח נושאים וקריאות

נושא: מבוא ליצירת ערך  
 שלושת חוקי השיווק

אנא קראו:

### • 3-V Marketing Value Framework

שאלות להתייחסות במהלך הקריאות: מה הערך של מסגרת התייחסות הנ"ל? מה מגבלותיה?

נושא: גישה ליצירת ערך לשיווק: הערכה היסטורית  
 תפיסת השיווק המודרני  
 צרכים ורצונות  
 חילופין של מוצרים וערך: הקשר למיקרו-כלכלה

משאב לכל הקורס

: <https://personalmba.com/chapter/value-creation/>

נושא: יישום שלושת חוקי השיווק (I)  
 אירוע: Universal Press Pricing Dilemma

לפני הצפייה באירוע, קראו את האירוע הנ"ל!!!

נושא: יישום שלושת חוקי השיווק (II)  
 אירוע: Duramax: The product improvement nobody wanted

לפני הצפייה באירוע, קראו את האירוע הנ"ל!!!

נושא: אינטגרציה ורעיון הצעת הערך האופטימלית  
 מבוא לקורס "אסטרטגיה וניהול השיווק"

## עד למפגש התמך יש:

לראות את הסרטונים בחלק 1 (כל הפרקים) של הקורס, ראו קישור באתר הקורס.

מומלץ (אך לא חובה) לראות גם את חלק 2 (חלק זה אינו חובה ולא ייכלל במבחן) אך נותן רקע מעניין וחשוב לנושא הניתוח הכמותי של השיווק)

לקרוא את אירוע Universal ולראות את הסרטון של פתרון האירוע .

לקרוא את אירוע Duramax ולראות את הסרטון של פתרון האירוע .