

יסודות וניהול השיווק סיליבוס

מרצה: ד"ר מוטי גרוס
דוא"ל: mgross@motil.com
טל: 08-9973473
אתר הקורס: www.motil.com

מטרת הקורס

הקורס הינו קורס בסיסי אשר מטרתו לחשוף את הסטודנטים ליסודות הבסיסים של שיווק וניהול השיווק ולצייד אותם בכלים ומשוגים אשר יאפשרו להם להשתתף בתהליך קבלת החלטות שיווקיות בעתיד.

עד סוף הקורס הסטודנטים ייפתחו הבנה כללית של החלקים השונים בתהליך השיווק והיכולת לפתור בעיות שיווקיות, לנתח ולסכם החלטות שיווקיות ולבחור באסטרטגיה השיקויות המתאימה ביותר.

נושאים אשר ילמדו בקורס:

- מושגים שיווקיים וקישורים להצעת שירותים ומוצרים, רעיונות, אנשים ומקומות בהקשרם למיזמים עסקיים ולא עסקיים.
- זיהוי היחסים בין השיווק לפונקציות עסקיות אחרות.
- פיתוח הבנה של המשתנים החברתיים, תרבותיים, פוליטיים, אתיים, טכנולוגיים וכלכליים אשר משפיעים על קבלת החלטות אצל הצרכנים ומשווקים.
- השתתפות בפרויקט קבוצתי אשר יתמקד על יסודות עקרוניים ומושגים שיווקיים בעולם האמיתי.

ספרות

1. "יסודות השיווק" פילפ קוטלר.
2. מאמרים שונים
3. חומר רקע אשר ימסר במהלך הקורס

ציון סופי

משקל בציון סופי	פעילות
25%	ניתוח אירועים
15%	תוכנית שיווקית קבוצתית
60%	מבחן סופי
100%	ציון סופי

תוכנית שיווקית קבוצתית

בעבודת צוות, הקבוצה תכין תוכנית שיווקית למוצר חדש. המטרה של פעילות זו הינה ליישם את המושגים הנלמדים למצב שיווקי אמיתי. התוכנית תהיה בעיקרה תוכנית בכתב. עד השיעור השלישי יגישו לי את שמות החברים בקבוצה (לא יותר משלושה) ואת המוצר החדשני אשר מעוניינים ליצור תוכנית שיווקית עבורה.

תוכנית השיווקית תחולק ל- 4 חלקים.

(1) כללי

- הצגה כללית של הקבוצה, המוצר, הרעיון מאחורי המוצר, הצורך אותו מוצר אמור למלאות ועוד פרטים כלליים.

(2) ניתוח

- ניתוח סביבתי
- ניתוח מתחרים
- פילוח שוק ופרופיל פלח מטרר

(3) אסטרטגיה ופיתוח מוצר

- מיצוב המוצר
- מוצר (לב, אריזה, תוספות)
- אסטרטגיה (יעדים, הקצאת משאבים, מיקום ועיצוב המוצר)
- ניתוח התנהגות צרכנית

(4) תמהיל השיווק

- מוצר
- מחיר
- הפצה
- קידום
- שרות

התכנית תהיה מורכבת מדוח ניתוח, מצגת קבוצתית והתרומה של כל חבר למאמץ הקבוצתי.

ניתוח אירועים

ייתכן הסבר מדויק והנחיות כתובות לניתוח אירועים בכיתה.

נושאים נלמדים

שעור	נושא	קריאה	הערות
1	נושאים אדמיניסטרטיביים, הנחיות לניתוח אירועים שיווק בעולם משתנה	פרק 1	
2	תכנון אסטרטגי ושיווק הסביבה השיווקית	פרק 2 פרק 3	
3	חקר שוק פילוח שווקים	פרק 4 פרק 7	
4	שוק צרכנים	פרק 5	
5	שוק עסקי אסטרטגיות למוצרים ושירותים	פרק 6 פרק 8	
6	פיתוח מוצרים חדשים	פרק 9	
7	אסטרטגיות המחרה צנורות שיווק / הפצה	פרק 10 פרק 11	
8	קמעונאות וסיטונאות	פרק 12	
9	פרסום ומכירות (כולל פרסום ושיווק באיטרנט) מכירה אישית	פרק 14 פרק 15	חומר כיתתי
10	שווקים אינטגרטיבים אסטרטגיות תקשורתיות	פרק 13	
11	שיווק גלובאלי שיווק והחברה	פרק 17 פרק 18	חומר כיתתי

שעור	נושא	קריאה	הערות
12	הצגת תוכניות שיווק קבוצתיות השלמת נושאים		
13	הצגת תוכניות שיווק קבוצתיות השלמת נושאים		

בהצלחה ולימודים מהנים!