



תאריך עדכון: 15.1.2017

שם ומספר הקורס:

יסודות השיווק

מספר קורס: 93-739-01

סוג הקורס: (הרצאה)

היקף שעות: 2 ש"ס

מסטר: א

שנת לימודים: תשע"ח

מרצה: יאיר אורבך

א. מטרת הקורס (מטרות על / מטרות ספציפיות):

הקורס "יסודות השיווק" מהווה מבוא לקורסים מתקדמים בשיווק. הקורס סוקר את התחומים השונים בתחום המחקר והפרקטיקה של ניהול השיווק, את האתגרים השיווקיים, עולם המושגים, ההגדרות והדרכים השונות להתמודד איתם ומקנה לסטודנטים היכרות בסיסית עם מגוון רחב של נושאים מעולם השיווק.

ב. תוכן הקורס:

הקורס "יסודות השיווק" מקנה לסטודנטים היכרות בסיסית בתחומים של ניהול השיווק, מטרות, כלים לניהול אסטרטגיה, מודלים להתנהגות השוק, לפילוח, להערכת מיצוב, מדיניות פרסום, מחירים ומוצרים ונושאים נוספים. דגש מיוחד יינתן להבנת העקרונות הבסיסיים. הקורס משלב בין שיטות כמותיות ואיכותיות לפתרון בעיות שיווקיות.

מהלך השיעורים: (הרצאה ודין בכתה)

תכנית הוראה:

1. הגדרות בסיסיות: שיווק, פעילות שיווקית, התפיסה השיווקית.
2. הגדרת העסק, שלבים בפיתוח תוכנית שיווקית, כלים למציאת הזדמנויות שוק, כלים לתכנון אסטרטגי של חברה.
3. התנהגות הצרכן, מודלים להחלטות קניה.
4. פילוח וכיסוי שוק
5. מיצוב המוצר
6. מדיניות מוצרים
7. מדיניות מוצרים חדשים
8. מחזור חיי מוצר
9. מדיניות מחירים
10. מדיניות פרסום
11. שיווק באינטרנט
12. ערוצי שיווק
13. חקר שוק ואסטרטגיה שיווקית

ג. חובות הקורס:

דרישות קדם: אין

חובות / דרישות / מטלות:

מרכיבי הציון הסופי (ציון מספרי / ציון עובר):

בהיננה: 100% :

ד. ביבליוגרפיה:

ספרי הלימוד (textbooks) וספרי עזר נוספים:

1. P. Kotler, Marketing Management, The Millennium, 2000, Ed. Prentice Hall Inc.
2. Gary L. Lilien, Arvind Rangaswamy, and Arnaud De Bruyn, Principles of Marketing Engineering Marketing Engineering, 2007, Trafford Publishing

חומר מחייב למבחנים: תוכן ההרצאות, המצגות והדיונים בכיתה.