

שם החוג: לימודים רב תחומיים - אשכול

שם המרצה: ד"ר יניב לויתן

שעת קבלה: בתיאום מראש

חדר:

טלפון:

דואר אלקטרוני: yanivl@research.haifa.ac.il

שם הקורס: מבוא לשיווק

מטרת הקורס: מטרת הקורס היא להקנות מושגי יסוד ותיאוריות בסיסיות בעולם השיווק.

תאור הקורס: השיווק הינו אחד המרכיבים החשובים ביותר בפעילות העסקית: נניח שאתה מציע את המוצר או השירות הטובים בעולם, אם לא תדע כיצד להציגם לפני הלקוחות בצורה נכונה, תהיה בבעיה. במסגרת הקורס נלמד כיצד מנהלים את מערך השיווק בארגון תוך התמקדות במוצר, בלקוחות במתחרים ובשוק. נבחן את חשיבותם של הלקוחות ודרך קבלת ההחלטות שלהם. נבין כיצד ומדוע עוסקים אנשי השיווק באיסוף מידע (מודיעין עסקי) ורתימתו לצורך ייעול הפעילות העסקית. כמו כן, נסקור את המעבר מעולם השיווק הקלאסי לסביבה הדיגיטלית והשלכות הנושא על עתיד השיווק.

דרישות הקורס:

- נוכחות 80%

- קריאה שוטפת במקורות הנדרשים

- מטלת קריאה

- מבחן בסיום הקורס

מהלך הקורס:

נושאים בהם יעסוק הקורס: במהלך הסמסטר יידונו בשיעורים הנושאים הבאים, ייתכן כי נושאים מסוימים יפותחו ביותר משיעור אחד.

1. מבוא: מאפייני הגישה השיווקית, תפיסת השיווק

2. ניהול השיווק: תכנון ואסטרטגיה

3. בידול: גישות ליצירת בידול למוצר או לשירות

4. מותג: מיתוג ומיתוג מחדש

5. מוצרים: תמהיל מוצרים, חיי המוצר

6. תקשורת שיווקית ועולם הפרסום

7. הקונים: מי הם ומדוע הם שם?

8. שיווק מטרה: פילוח שוק ולמי נרצה למכור?

9. לוחמת שיווק

10. ניתוח התחרות ומודיעין תחרותי

11. המחרה: שיטות המחרה

12. שיווק דיגיטלי

13. סיכום ומגמות בנוגע לעתיד השיווק

רשימה ביבליוגרפית:

אביבה נטע, התנהגות צרכנים החלטות קניה, האוניברסיטה הפתוחה

דוב יזרעאלי, שיווק הלכה למעשה, צ'ריקובר

יניב לויתן, לחץ כאן! סודות ההשפעה העסקית באינטרנט, עם עובד

מייקאל מוקיאן, הכול על שיווק, מטר

פיליפ קוטלר ויעקב הורניק, ניהול השיווק, האוניברסיטה הפתוחה

יעקב הורניק ויהושע ליברמן, ניהול הפרסום, האוניברסיטה הפתוחה

Youngme Moon, "Ikea Invades America", Harvard Business School, September 2004