
האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

אסטרטגיה שיווקית ב' - 55529

תאריך עדכון אחרון 01-06-2014

נקודות זכות באוניברסיטה העברית: 4

תואר: בוגר

היחידה האקדמית שאחראית על הקורס: מנהל עסקים

השנה הראשונה בתואר בה ניתן ללמוד את הקורס: 0

סמסטר: סמסטר ב'

שפת ההוראה: עברית ואנגלית

קמפוס: הר הצופים

מורה אחראי על הקורס (רכז): פרופ' חזי אופיר

דוא"ל של המורה האחראי על הקורס: msofir@huji.ac.il

שעות קבלה של רכז הקורס:

מורי הקורס:

תאור כללי של הקורס:

הקורס נועד לתת לסטודנטים התנסות בתכנון וניהול של מותג אמיתי הקשור לחברת "לוריאל". הקורס הינו חלק מתחרות בינלאומית של חברת "לוריאל" הנערכת ב - 68 ארצות בעולם. התחרות מאפשרת לסטודנטים להיות בתפקיד מנהלי מותג של אחד מהמותגים או קווי המוצרים של החברה. לחברה 4 חטיבות והרבה מאד מותגים. לסטודנטים תוצג בעיה של מותג גלובלי.

מטרות הקורס:

במסגרת סמסטר ב' תתקיים השתלמות מעשית בהכנת מצגת עסקית: בסיס ורקע וכן תרגול ע"י חברה חיצונית. בסמסטר ב' עיקר הדגש יושם על פיתוח אסטרטגיות הנוגעות לגידול ופיתוח המותג הכוללות זיהוי צרכים ייחודיים, פיתוח מוצר או קו מוצרים חדש, שיאפשר לחברה לגדול משמעותית. המשימה הממוקדת תינתן ע"י החברה. במהלך שני הסמסטרים תיערך סדרת מצגות של הקבוצות. לקראת סוף סמסטר ב' תיערך סדרת מצגות לפני הנהלת "לוריאל" ישראל ונציגים מחו"ל. קבוצה (ות) מהאוניברסיטה העברית תעלה/נה לגמר, ותתחרה/ינה בקבוצות מהמרכז הבינתחומי הרצליה (IDC).

תוצרי למידה

בסיומו של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

לקראת סוף סמסטר ב' תיערך סדרת מצגות לפני הנהלת "לוריאל" ישראל ונציגים מחו"ל. קבוצה (ות) מהאוניברסיטה העברית תעלה/נה לגמר, ותתחרה/ינה בקבוצות מהמרכז הבינתחומי הרצליה (IDC). הקבוצה הנבחרת תטוס לפריס לתחרות מול קבוצות מ - 68 ארצות. האירוח והטיסה ע"י החברה.

דרישות נוכחות (%) :

100

שיטת ההוראה בקורס: 70% - המצגת והפרויקט הסמסטריאלי
30% - השתתפות בכיתה ופעילויות רלוונטיות

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

חומר חובה לקריאה:

Keller, Kevin Lane. (2012), Strategic Brand Management, 4th Edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall 2008
Kotler, P., Keller, K.L., and Hornik, J. (2012), Marketing management, 14th Edition.

חומר לקריאה נוספת:

1. Brand Presentation Final
2. Euromonitor - GLOBAL Men's Grooming Sales by Market - MASS + PREMIUM
3. Euromonitor - GLOBAL Men's Grooming Sales by Market - PREMIUM
4. Euromonitor - GLOBAL Men's Grooming Share by Market - MASS vs. PREMIUM
5. Euromonitor - GLOBAL Men's Shave Sales by Market - MASS + PREMIUM
6. Euromonitor - GLOBAL Men's Shave Share by Market - MASS + PREMIUM
7. Euromonitor Trend Report - Evolution in Men's Grooming Products - NOV 2009
8. Euromonitor Trend Report - South Korea - Men's Grooming Report - JUL 2013
9. FACIAL FUEL HEAVY LIFTING
10. FF Heavy Lift Europe Email Ingredients
11. FF HeavyLift Europe Email Intro
12. FF HeavyLift Europe Email Results
13. FF HeavyLift Europe Homepage Carousel
14. HONG KONG - Men's Grooming Shopping Study 2011
15. Ipsos - KOREA Men's Skincare Attitude & Usage Report 2011
16. Ipsos - USA Men's Grooming Attitude & Usage Report 2012
17. KHL Heavy-Lifting Press-Release Final 2013
18. Kiehl's Mens Presentation - FINAL
19. Kline - USA Cosmetics and Toiletries Report 2013
20. Kline - USA Men's Grooming Report 2012
21. Men's Grooming - France
22. Men's Grooming - Hong Kong
23. Men's Grooming - UK
24. Men's Grooming - USA
25. NPD Europe (UK, France, Spain, Italy) - FY 2012 Sales Data
26. NPD USA - FY 2012 Men's Sales Data
27. NPD USA - FY 2012 Total Skincare
28. USA - Men's Grooming Segmentation Report 2013

הערכת הקורס - הרכב הציון הסופי :

- מבחן מסכם בכתב/בחינה בעל פה 0 %
הרצאה 0 %
השתתפות 30 %
הגשת עבודה 70 %
הגשת תרגילים 0 %
הגשת דו"חות 0 %
פרויקט מחקר 0 %
בחנים 0 %
אחר 0 %

מידע נוסף / הערות: