
האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

יסודות השיווק - 55804

תאריך עדכון אחרון 11-08-2022

נקודות זכות באוניברסיטה העברית: 3

תואר: בוגר

היחידה האקדמית שאחראית על הקורס: מנהל עסקים

השנה הראשונה בתואר בה ניתן ללמוד את הקורס: 0

סמסטר: סמסטר א' או ו' ב'

שפת ההוראה: עברית

קמפוס: הר הצופים

מורה אחראי על הקורס (רכז): ד"ר יניב דובר

דוא"ל של המורה האחראי על הקורס: yaniv.dover@mail.huji.ac.il

שעות קבלה של רכז הקורס: לפי תיאום מראש

מורי הקורס:

ד"ר יניב דובר,
ד"ר אסנת כותן ניר

תאור כללי של הקורס:

הקורס סוקר את תחום השיווק מנקודת מבט ניהולית, במטרה לפתח ידע ומיומנות ראשוניים באספקטים הניהוליים של השיווק. במהלך הקורס תוצג "השפה השיווקית" באמצעות סקירה של מושגי היסוד והתפיסות הבסיסיות בתחום השיווק, ותוך הסתכלות על שיווק כבסיס לקבלת החלטות ניהוליות וכמסגרת לניתוח סיטואציות עסקיות.

מטרות הקורס:

- להציג מונחים מרכזיים וטרמינולוגיה בסיסית של אסטרטגיה שיווקית
- להציג את תהליכי התכנון ואת הכלים והטכניקות האנליטיים שבהם משתמשים על מנת לקבל החלטות שיווקיות
- לסקור את סוגי המידע שבהם משתמשים כדי לקבל החלטות שיווקיות
- להבין ולתרגל את האמצעים בעזרתם חברות מתרגמות את מטרותיהן לתוכנית שיווקית, המעוצבת כך שתמשוך צרכנים ותשיג יתרון תחרותי בשוק
- מושגי היסוד והתפיסות הבסיסיות בתחום השיווק, הנלמדים במסגרת הקורס, מהווים בסיס להרחבות וניתוחים בקורסים מתקדמים יותר בתחום, ויופיעו שוב ושוב במהלך לימודיכם. לכן, אחת ממטרות הקורס היא להפנים את אותם המושגים והתיאוריות.

תוצרי למידה

בסיומו של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

- (1) להבין כיצד חברות נתרמות מהגדרה ויצירה של ערך ללקוחות, באופן שוטף ולאורך זמן.
- (2) לפתח מיומנויות יישום וניתוח של סיטואציות שיווקיות תוך שימוש במגוון כלים ותיאוריות.
- (3) לשפר יכולות בקבלת החלטות שיווקיות בפועל, על ידי עיסוק בתיאורי מקרה של אירועים שיווקיים אמיתיים של חברות בעולם.
- (4) לתרגל מיומנויות של הבעה בכתב והצגת טיעונים בעל פה דרך הדיונים הכיתתיים.
- (5) לפתח יכולת לחשיבה אינטגרטיבית על ידי שילוב עם החומר הנלמד בקורסים אחרים במנהל עסקים, כמו מימון, התנהגות ארגונית, ואסטרטגיה.

דרישות נוכחות (%) :
80%

- שיטת ההוראה בקורס: 1. הרצאות בכיתה
2. דיונים כיתתיים מעמיקים.
3. כתיבת ניתוחי אירוע ודיון בהם.
4. כתיבת תכנית שיווקית.
5. מבחן מסכם.

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

מושג הערך
התנהגות צרכנים
B2B marketing
ניתוח תחרות
חישובי CLV ושווי הלקוח לחברה
פילוח שוק
בחירת שוק מטר
מיצוב
מיתוג וניהול מוצר
המחירה
ערוצי הפצה
תקשורת שיווקית

חומר חובה לקריאה:

פרקים מספר הקורס, שינתנו בתחילת השנה.
אירועי Harvard אותם יתבקשו הסטודנטים לרכוש בתחילת השנה.

חומר לקריאה נוספת:

אין.

הערכת הקורס - הרכב הציון הסופי :

מבחן מסכם בכתב/בחינה בעל פה 70 %
הרצאה 15 %
השתתפות 0 %
הגשת עבודה 15 %
הגשת תרגילים 0 %
הגשת דו"חות 0 %
פרויקט מחקר 0 %
בחנים 0 %
אחר 0 %

מידע נוסף / הערות:

אירועי הארוורד נרכשים ישירות על ידי הסטודנטים מאתר School Business Harvard. העלות המשוערת היא כ 15\$ לכל החבילה.