
האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

ניהול השיווק - 71733

תאריך עדכון אחרון 07-10-2015

נקודות זכות באוניברסיטה העברית: 3

תואר: בוגר

היחידה האקדמית שאחראית על הקורס: כלכלת סביבה וניהול

השנה הראשונה בתואר בה ניתן ללמוד את הקורס: 0

סמסטר: סמסטר א'

שפת ההוראה: עברית

קמפוס: רחובות

מורה אחראי על הקורס (רכז): פרופ אמיר היימן

דוא"ל של המורה האחראי על הקורס: Amir.Heiman@mail.huji.ac.il

שעות קבלה של רכז הקורס: יום ראשון 12:00-13:00

מורי הקורס:

תאור כללי של הקורס:

קורס זה יעסוק בעקרו בהגדרת וניתוח פעילויות שיווק ותפקידם בשווקים ובתעשיות. יבדקו היבטים מנהליים וחברתיים של השיווק, יובהרו מושגי יסוד ויסקרו תיאוריות בסיסיות. מושגי היסוד ותיאוריות ישולבו במסגרת הדיונים, התרגילים והאירועים. דגש מיוחד יינתן למרכיבים כלכליים ואסטרטגיים המשפיעים על שימוש יעיל ורווחי של כלי השיווק השונים. תיבחן תגובת הפירמה, לתחרות ולשינויים טכנולוגיים. יושוו תגובות של התאמת מחירים לתחרות שאינה במחירים. בתוך כך יבחנו מערכות ואסטרטגיות שיווקיות בפירמות המייצרות מוצרי מדף, מוצרים תעשייתיים, שירותים ומלכ"רים.

מטרות הקורס:

הקניית ידע בנושא ניהול השיווק בראייה כלכלית. הבנה של הכלים השיווקיים והשימוש בהם ויכולת תכנון ואופטימציה של כלי השיווק בסביבות כלכליות ושווקים שונים

תוצרי למידה

בסיומו של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

בסופו של הקורס תלמידים יוכלו להשתלב בהצלחה בקורסים מתקדמים יותר בשיווק כאשר נהירת להם העקרונות הבאים:
כיצד יש לבצע ניתוח של פירמה, ענף ושוק בכדי להגיע לתכנון אסטרטגי יכולת בחירת ואיזון כלים שיווקיים בהתאם למצב שנתח, תכנון מדיניות מוצרים ומחירים

דרישות נוכחות (%) :
100

שיטת ההוראה בקורס: הרצאות פרונטליות
פתרון והצגה של ארועים
דיון כיתתי על ארועים ותרגילים

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

הגישה המנהלית לנושא השיווק. התפיסה השיווקית. קביעת אסטרטגיות שיווקיות וניתוח השווקים. קביעת התמהיל השיווקי בנושאי מדיניות מוצר, תקשורת, מחירים והפצה. בקרה, מעקב ומבוא לשימוש בכלי המחקר השיווקי. דגש על יישום כלי הניהול ובניתוח השיווקי לבעיות האופייניות בשוק. ניתוח אירועים, תרגיל מסכם, ומבחן.

חומר חובה לקריאה:

פיליפ קוטלר ויעקב הורניק, ניהול השיווק - המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, מהדורה 2012, או מהדורה 2002. הספר נמצא בספרייה.

חומר לקריאה נוספת:

Thaler Richard H. and Sunstien Cass R. Nudge Improving decisions about health wealth and happiness, Penguin Books 2009 ISBN 978-014-3115267
018525-6-Kotler Philip A Framework for marketing management Prentice Hall 2001
(shorter book) ISBN 0-13

הערכת הקורס - הרכב הציון הסופי :

מבחן מסכם בכתב/בחינה בעל פה 60 %
הרצאה 0 %
השתתפות 0 %
הגשת עבודה 0 %
הגשת תרגילים 40 %
הגשת דו"חות 0 %
פרויקט מחקר 0 %
בחנים 0 %
אחר 0 %

מידע נוסף / הערות:

אין