

---

# האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

ניהול השיווק - 71733

תאריך עדכון אחרון 03-10-2021

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](mailto:Amir.Heiman@mail.huji.ac.il)

שעות קבלה של רכז הקורס: רביעי 12:15-13:00

מורי הקורס:

תאור כללי של הקורס:

קורס ניהול השיווק בוחן את מהות פעילויות השיווק מבחינה ניהולית. ניהול השיווק מתייחס לצרכנים, יצרנים ושרשרת היצור והאספקה מתוך הבנה כי הם יוצרים ומשפיעים על ביקוש, גורמים לאימוץ מוצרים טכנולוגיות חדשות ותורמים להורדת סיכון. בקורס זה ינתן דגש מיוחד למרכיבים כלכליים ואסטרטגיים המשפיעים על שימוש יעיל ורווחי בכלי 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. הקורס יציג את תרומת השיווק והנזק האפשרי של פעולות שיווק על יעדים חברתיים.

מטרות הקורס:

הקניית ידע בנושא ניהול השיווק בראייה כלכלית. הבנה של הכלים השיווקיים והשימוש בהם. הקניית יכולת תכנון ואופטימציה של כלי השיווק בסביבות כלכליות ושווקים שונים. הבנת התפקיד של מנגנוני השיווק ביצירת ביקוש ובהורדת סיכון.

תוצרי למידה

בסיומו של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

בסופו של הקורס תלמידים יוכלו להשתלב בהצלחה בקורסים מתקדמים יותר בשיווק ובשוק העבודה כאשר נהירים להם העקרונות הבאים:  
כיצד יש לבצע ניתוח של פירמה, ענף ושוק כדי להגיע לתכנון אסטרטגי  
יכולת בחירת ואיזון כלים שיווקיים בהתאם למצב שנתח, שינויים בשוק, שינויים בטכנולוגיה ועוצמת התחרות.

דרישות נוכחות (%):

100

שיטת ההוראה בקורס: הרצאות פרונטליות  
פתרון והצגה של אירועים עך ידי התלמידים  
דיון כיתתי על אירועים ותרגילים

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

הגישה הניהולית 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 השפעת כלים שיווקיים על ביצועי הפירמה.

חומר חובה לקריאה:

---

קוטלר, קלר, עקרונות ניהול השיווק, האוניברסיטה הפתוחה 2020  
או  
קוטלר, קלר והורניק, ניהול השיווק, המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, מהדורת 2012.  
הספרים נמצאים בספרייה.

חומר לקריאה נוספת:  
*Marketing Management (14th or 15th Editions) by Philip T. Kotler and Kevin Lane Keller*

הערכת הקורס - הרכב הציון הסופי :  
מבחן מסכם בכתב/בחינה בעל פה 90 %  
הרצאה 0 %  
השתתפות 10 %  
הגשת עבודה 0 %  
הגשת תרגילים 0 %  
הגשת דו"חות 0 %  
פרויקט מחקר 0 %  
בחנים 0 %  
אחר 0 %

מידע נוסף / הערות:  
אין