

---

האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

אסטרטגיה שיווקית - 71983

תאריך עדכון אחרון 10-04-2024

נקודות זכות באוניברסיטה העברית: 3

תואר: מוסמך

היחידה האקדמית שאחראית על הקורס: כלכלת סביבה וניהול

השנה הראשונה בתואר בה ניתן ללמוד את הקורס: 0

סמסטר: סמסטר ב'

שפת ההוראה: אנגלית

קמפוס: רחובות

מורה אחראי על הקורס (רכז): פרופסור 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: יום ד 1215-1300

מורי הקורס:

תאור כללי של הקורס:

אסטרטגיה שיווקית מתייחסת למגוון הפעילויות השיווקיות שמטרתן לזהות שווקים, להגדיר לקוחות, לבחור שווקים, ולקוחות, לתכנן מוצרים ולשפר מוצרים קיימים, ליצור יתרון תחרותי, לנהל את תמהיל השיווק וכל שאר הפעילויות שמטרתן להשיא את הרווח של המשווק של בעלי המניות של הפירמה כאשר מדובר בפירמות למטרות רווח. ההבדל בין רווח לטווח קצר ובין רווח לטווח ארוך ומדדי רווח שונים מגדירים את האסטרטגיה של הפירמה המושפעת מאי ודאות, מתחרות, מאופי המוצר ומהאופי הלקוחות ומהסביבה העסקית בה פועלת החברה.

תכנון מדיניות שיווקית מתחיל בניתוח סביבה חיצונית ובניתוח פנימי שמטרתם לזהות את היתרונות והחסרונות של החברה ולהגדיר אלו חסרונות מהווים איום אסטרטגי לעומת אותם יתרונות שיכולים להוות נכס אסטרטגי.

מטרות הקורס:

בקורס נסקור מספר שיטות לאנליזה עסקית ובניהם ניתוחי SWOT, Portfolio Customer, החלטות של ניתוח, מוצרים קו ניתוח, ביקושים ניתוח, שוק ניתוח ממשיך התכנון. Product Portfolio באי ודאות, ניתוח של מדיניות דינאמית, וההשפעה של גורמים אלו על מדיניות השיווקית הכוללת בידול, מיצוב, מחירים, עיתוי כניסה לשוק, תכנון מוצרים, תכנון מכירות על פני זמן תגובה תחרותית.

תוצרי למידה

בסיומו של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

בסופו של הקורס תלמידים יהיו מסוגלים לנתח פירמה, שוק, סביבה עסקית ולזהות יתרונות חסרונות איומים והזדמנויות עיצוב ובחירת אסטרטגיות בהתבסס על הניתוח האסטרטגי

דרישות נוכחות (%) :

100%

שיטת ההוראה בקורס: במהלך הקורס יינתנו מספר אירועים. הסטודנטים יצוו לקבוצות של שלשה סטודנטים וכל קבוצה תתמודד עם שלשה אירועים, אותם יציגו בכיתה. על הצגת האירועים והשתתפות בקורס יינתן ציון של 30%. 70% הנותרים יקבעו בהתאם לציון העבודה. שליטה בחומר כולל קריאה היא תנאי מוקדם להצלחה.

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

מבנה הקורס:

מבוא- מהי אסטרטגיה עסקית  
מה בין אסטרטגיה צבאית ואסטרטגיה ניהולית.  
ניתוח ענפי, ניתוח חיצוני וניתוח לקוחות

---

ניתוח מתחרים  
ניתוח שוק  
ניתוח סביבה  
ניתוח עצמי  
כיצד יוצרים יתרון תחרותי?  
כיצד יוצרים ערך?  
בניית מותג וניהולו  
מוצרים - ניהול, תחזית והשקה  
חדשנות  
מבנה ענפי והשלכות אסטרטגיות

חומר חובה לקריאה:

David A. Aaker, *Strategic Market Management, Eight Edition*, John Wiley and sons, Inc, New York

חומר לקריאה נוספת:

שעור 1 - Aaker - chapter 1 מאמר -  
What the Hell is "Market-Orientation"  
What the Hell Is 'Market Oriented'?  
File Format: PDF/Adobe Acrobat - View as HTML  
What the Hell Is 'Market Oriented'? by Benson

שעור 2 - Aaker - chapter מאמר  
The Fall and Rise of strategic planning  
[www.tamarackcommunity.ca/downloads/CCI\\_downloads/fall\\_rise\\_Strat\\_plan.pdf](http://www.tamarackcommunity.ca/downloads/CCI_downloads/fall_rise_Strat_plan.pdf)

שעור 3 - פרק 3, מאמר  
Hardball: Five Killer strategies of Touncing competition  
Off With the Gloves: The Hardball Approach to Business: Knowledge@Wharton  
<http://knowledge.wharton.upenn.edu/article.cfm?articleid&eq;1094>

שעור 4 פרק 4, מאמר  
Blue Ocean Strategy  
[www.courtenayhr.com/images/Blue%20Ocean%20Strategy.pdf](http://www.courtenayhr.com/images/Blue%20Ocean%20Strategy.pdf)

שעור 5 פרק 5 +5 מאמר  
The art of standard wars  
The art of standard wars  
The art of standard wars. Carl Shapiro; Hal R Varian. California Management Review; Winter 1999; 41, 2; ABI/INFORM Complete ...  
[www2.sa.unibo.it/~andrea.lipparini/Seminari/Prof.%20Robert%20GRANT%20.../Materiali%20di%20Studio](http://www2.sa.unibo.it/~andrea.lipparini/Seminari/Prof.%20Robert%20GRANT%20.../Materiali%20di%20Studio)

---

שעור 6 פרק 6 +מאמר  
*Market Segmentation, Product Differentiation, and Marketing Strategy*  
שעור 7 פרק 7 +מאמר  
שעור 8 פרק 8  
*The lure of Global Branding*  
שעור 9 פרק 9 +מאמר  
*First to market, first to fail*

מרכיבי הציון הסופי :  
הגשת עבודה מסכמת / פרויקט גמר / מטלת סיכום / מבחן בית / רפרט 20 %  
השתתפות פעילה / עבודת צוות 80 %

מידע נוסף / הערות:  
במהלך הסמסטר יחולקו בכל שיעור מטלות לשבוע העוקב. מטלות אלו כוללת קריאת מאמרים, ופתרון אירועים. כל תלמיד יגיש לפני השיעור בכתב סיכון מאמר ו/או פתרון ארוע. בכל שיעור יהיה דיון על המאמרים והאירועים והצגת הסיכום או הפתרון תיעשה בסבב בין התלמידים. השתתפות בדיון מצד כל המשתתפים היא חובה.  
פרויקט הגמר כולל ניתוח ענף או שינוי בענף. רשימת הנושאים תחולק במהלך הסמסטר.