

שיווק בינלאומי

מטרות הקורס (מטרות על / מטרות ספציפיות):

הקורס יעסוק בהטמעת החשיבה השיווקית הבינלאומית בפרט, ובפיתוח כלים לחשיבה אסטרטגית בתחום זה. בקורס יילמדו התהליכים הדרושים לפיתוח תכנון שיווק בינלאומי הכוללים, נחיצות ההשתלבות העסקית במישור הבינלאומי, ניתוח סביבה עסקית, תהליך קבלת החלטות של הלקוח, פילוח שוק, מחקרי שוק ומודיעין שיווקי, מיצוב וערכי המותג, אסטרטגית קידום והפצה, הבנת הסביבה הרב תרבותית, ובנית אסטרטגיה עסקית במרחב הבינלאומי.

תוכנית הקורס

1. למה פעילות עסקית בינלאומית? עמ' 83-85

- מענה לבעיה
- תכנון צמיחה

2. המאצים לגלובליזציה עמ' 86-94

- מאצים שיווקיים
- מאיצי עלויות
- ממשלות במאיץ
- התחרות כמאיץ
- המאיץ הטכנולוגי

3. המשך

4. אסטרטגית חדירה עמ' 94-109

- אסטרטגיות חדירה
- מידת מעורבות הפירמה ורמת סוכונים
- וולמרט בגרמניה
- אסטרטגית זארה

5. המשך

6. תרגיל אסטרטגית חדירה

7. תרבותית צרכנית עמ' 151-157

- הגדרות
- מאפייני תרבות צריכה
- תרבות צריכה סין יפאן
- מגמות בינלאומיות

8. תרבות עסקית עמ' 157-170

- שורשים של תרבות עסקית
- High context Low context
- תרבות עסקית לפי Hofstede

9. אסטרטגית שיווקית

- פילוח לקוחות
- אסטרטגימוצרים
- אסטרטגית מחירים

10. אסטרטגית תחרות עמ' 124-133

- כוחות התחרות
- אוקיאנוס כחול- אדום
- אירועים

11. הצגת תוכנית שיווק בינלאומית לעסק

ביג'אוי א. (2013) שיווק ועסקים בינלאומיים, חדשנות ופיתוח אזורי. אופיר ביקורים