

ניהול השיווק

דר' אילן ביג'אוי

מטרות הקורס (מטרות על / מטרות ספציפיות):
להקנות תהליך חשיבה שיוקי

תוכן הקורס: (רציונל, נושאים)

חשיפה לחשיבה השיווקית מחיזוי תועלת לקוח ועד לגיבוש אסטרטגיה ותכנית שיווקית. הקורס מתחילה בדגשת הצורך בחשיבה יזמית בשיווק כדי לגשר בין תועלת לקוח לתועלת פירמה לאורך זמן. הוא מציג את המודלים אשר משמשים לגיבוש פילוח לקוחות, אסטרטגית מוצרים, מחירים קידום והפצה.

מהלך השיעורים: (שיטות ההוראה, שימוש בטכנולוגיה, מרצים אורחים)
הרצאות ואירועים

תכנית

1. החשיבה היזמית ושיווק

- שיווק ומכירות
- הכוחות לחשיבה יזמית
- הצוות יזמי
- שרשרת הערך שיווק
- מנהיגות ושיווק

ביג'אוי א. (2012). ניהול השיווק. חדשנות וחשיבה יזמית, הוצאת ספרי צמרת. עמ' 15-31
פרק א: שאפתנות, שיתוף פעולה ומנהיגות בתהליך היזמות

2. הגדרות

- Vision Mission
- פילוסופיית השיווק
- תחום מוצר
- שירות כמוצר
- יכולת ייחודית

ביג'אוי א. (2012). ניהול השיווק. חדשנות וחשיבה יזמית, הוצאת ספרי צמרת. עמ' 33-49

3. הסביבה העסקית והפעילות השיווקית

- סביבת המקור
- ניתוח SWOT
- יכולת ויתרון תחרותי
- חולשות ואמצעים
- הזדמנויות וסיכונים
- תמהיל השיווק

ביג'אוי א. (2012). ניהול השיווק. חדשנות וחשיבה יזמית, הוצאת ספרי צמרת. עמ' 49-85

- יעדים ויכולות הפירמה
- צורך, רצון דרישה
- ארבעת ה P, בניית גשרים בין מוצר ללקוח
- השוני בין שיווק למכירות
- הגדרת השיווק
- תפקיד השיווק – חשיבותו היחסית

ביג'אוי א. (2012). ניהול השיווק. חדשנות וחשיבה יזמית, הוצאת ספרי צמרת. עמ' 86-100

4. הלקוח

- התפקידים השונים
- תהליך קבלת ההחלטות

- גורמים המשפיעים על תהליך קבלת ההחלטות
 - פילוח שוק
- ביג'אוי א. (2012). ניהול השיווק. חדשנות וחשיבה יזמית, הוצאת ספרי צמרת. עמ' 116-158
פרק ד: התנהגות צרכנים

Wayne D. Hoyer W. D. and Stokburger-Sauer N. E. (2012). The role of aesthetic taste in consumer behavior. J. of the Acad. Mark. Sci. 40:167–180

5. תחרות

- כוחות התחרות
 - מובילים ועוקבים
 - אסטרטגיית התקפה
- ביג'אוי א. (2012). ניהול השיווק. חדשנות וחשיבה יזמית, הוצאת ספרי צמרת. עמ' 100-110

6. המוצר

- הליבה, המעטפת והתוספות
 - סוגי מוצרי צריכה, סוגי מוצרים תעשייתיים
 - התכונות, המותג, האריזה, התווית, השירות.
 - בידול ומיצוב מוצר
 - אסטרטגיית מוצר, קו תמהיל, עומק, ANSOFF \BCG
 - מוצר לעומת שירות
- ביג'אוי א. (2012). ניהול השיווק. חדשנות וחשיבה יזמית, הוצאת ספרי צמרת. עמ' 182-251
פרק ו: אסטרטגיית מוצרים.

7. מחירים

- גישת התועלת לקוח, העלות, תחרות
 - מטרות שיווקיות וגישת מחירים
 - נקודת איזון
 - אסטרטגיית מחירים
 - התאמת מחירים
- ביג'אוי א. (2012). ניהול השיווק. חדשנות וחשיבה יזמית, הוצאת ספרי צמרת. עמ' 252-261
פרק ז: אסטרטגיית מחירים

8. קידום

- תמהיל הקידום
 - המסר
 - אסטרטגיית דחיפה-משיכה
- ביג'אוי א. (2012). ניהול השיווק. חדשנות וחשיבה יזמית, הוצאת ספרי צמרת. עמ' 262-283
פרק ח: אסטרטגיית קידום

9. צינורות שיווק

- תפקידי צינורות השיווק
 - סוגי צינורות שיווק
 - מבנה צינורות השיווק
 - חלוקת אחריות
- ביג'אוי א. (2012). ניהול השיווק. חדשנות וחשיבה יזמית, הוצאת ספרי צמרת. עמ' 284-295
פרק ט: אסטרטגיית הפצה

10. בנית תכנית שיווק והצגת