

## יסודות ניהול השיווק לגיל השלישי

### Marketing Management

### החוג לגרונטולוגיה – מדעי הזקנה

**שם המרצה:** ד"ר להט אמיר.

**זמני קורס:** תשפ"א, סמסטר ב'.

**כיתת הקורס:** .:

**דרישות קדם להשתתפות בקורס:** אין.

**סוג קורס:** 2 נ"ז.

**שעות קבלה:** תאום מראש באמצעות "פניות למרצה" באתר הקורס.

#### **מטרות הקורס:**

הקניית ידע בסיסי על מהות התפיסה השיווקית המודרנית, לימוד מושגים ועקרונות שיווקים, ופיתוח כלים לקבלת החלטות שיווקיות.

#### **נושאי הלימוד:**

חשיבות השיווק, מושגי יסוד, תפיסות שיווקיות, פיתוח אסטרטגיות ותוכניות שיווק, יצירת ערך לקוח, התנהגות צרכנים, פילוח שוק, אסטרטגיות מיתוג, אסטרטגיות תחרותיות, אסטרטגיית המוצר, אסטרטגיות המחרה, ניהול ערוצי שיווק, ניהול תקשורת המונים, ניהול שיווק ישיר, שיווק בינלאומי.

#### **שיטת ההוראה:**

שילוב הרצאה ודיון פתוח, במהלך השיעורים ילמדו הכלים השיווקיים של הארגון העסקי, באמצעות המחשת סרטוני שיווק וכתבות מערוצי הטלוויזיה השונים.

#### **דרישות הקורס:**

קריאה חובה, מטלות ובחינת סיום הקורס.

נוכחות חובה ב – 80% מהשיעורים.

היעדרות ביותר מ – 20% מהשיעורים תמנע השתתפות בבחינת תום הקורס.

#### **הרכב הציון:**

ציון הקורס יתבסס על בחינה בסיום הקורס (100%).

תנאי לקבלת ציון בקורס הוא הגשת מטלות במועד וקבלת ציון עובר בבחינה (60).

### תוכנית הקורס

מפגש מס'	נושא	מקור קריאה לשיעור	שיטת הלמידה
1	חשיבות השיווק, מושגי יסוד, תפיסות שיווקיות, מטלות ניהול השיווק.	עמודים 17 עד 50 בכרך א.	חובת קריאה
2	חשיבות השיווק, מושגי יסוד, תפיסות שיווקיות, מטלות ניהול השיווק.	עמודים 17 עד 50 בכרך א.	חובת קריאה
3	פיתוח אסטרטגיות ותוכניות שיווק, שיווק וערך ללקוח.	עמודים 56 עד 98 בכרך א.	חובת קריאה
4	פיתוח אסטרטגיות ותוכניות שיווק, שיווק וערך ללקוח.	עמודים 56 עד 98 בכרך א.	חובת קריאה
5	יצירת ערך לקוח, שביעות רצון ונאמנות, טיפוח קשרי לקוחות.	עמודים 160 עד 192 בכרך א.	רשות
6	יצירת ערך לקוח, שביעות רצון ונאמנות, טיפוח קשרי לקוחות.	עמודים 160 עד 192 בכרך א.	רשות
7	התנהגות צרכנים, תהליך קבלת החלטת הקנייה, מודל חמשת הלשבים.	עמודים 197 עד 233 בכרך א.	רשות
8	התנהגות צרכנים, תהליך קבלת החלטת הקנייה, מודל חמשת הלשבים.	עמודים 197 עד 233 בכרך א.	רשות
9	פילוח שוק, פילוח שוקי צרכנים, פילוח שווקים עסקיים, סימון שוק המטרה.	עמודים 270 עד 306 בכרך א.	רשות
10	אסטרטגיות מיתוג, בנייה וניהול ערך מותג, מיצוב ובידול המותג.	עמודים 310 עד 393 בכרך א.	רשות
11	אסטרטגיות מיתוג, בנייה וניהול ערך מותג, מיצוב ובידול המותג.	עמודים 310 עד 393 בכרך א.	רשות
12	ניתוח מתחרים, אסטרטגיות תחרותיות.	עמודים 398 עד 430 בכרך א.	רשות
13	ניתוח מתחרים, אסטרטגיות תחרותיות.	עמודים 398 עד 430 בכרך א.	רשות

## מקורות קריאה לקורס:

### קריאת חובה

קוטלר, הורניק, י. (2012) ניהול השיווק - מהדורה חדשה, האוניברסיטה הפתוחה.

### קריאה מומלצת

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15, global edition.). Boston: Pearson.

Kotler, Philip and Gary Armstrong, (2012), Principles of Marketing, 9<sup>th</sup> ed. Englewood cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Keegan, W. and Green, M., (2011), Global Marketing, 6<sup>th</sup> ed. Englewood cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Belch E. G. and M.A. Blech, (2011) Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective, 7<sup>th</sup> ed. McGraw-Hill.

Chaudhuri, Arjun and Morris B. Holbrook (2001), "The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty," *Journal of Marketing*, 65 (2), 81-93.

Constantinides, Efthymios (2006), "The Marketing Mix Revisited: Towards the 21st Century Luxton, Sandra, Mike Reid, and Felix Mavondo (2015), "Integrated Marketing Communication Capability and Brand Performance," *Journal of Advertising*, 44 (1), 37-46.

Marketing," *Journal of Marketing Management*, 22 (3-4), 407-38.

Gruen, Thomas W., John O. Summers, and Frank Acito (2000), "Relationship Marketing Activities, Commitment, and Membership Behaviors in Professional Associations," *Journal of Marketing*, 64 (3), 34-49.

Keller, Kevin L. and Donald R. Lehmann (2003), "How do Brands Create Value?" *Marketing Management*, 12 (3), 26-31.

Koo, Kyong R., Sang J. Kim, and Kyung H. Kim (2016), "The Effects of Internal Marketing Capability on Export Marketing Strategy, B2B Marketing Mix and Export Performance," *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 26 (1), 51-65.

Reinartz, Werner J. and Vita Kumar (2003), "The Impact of Customer Relationship Characteristics on Profitable Lifetime Duration," *Journal of Marketing*, 67 (1), 77-99.

Vargo, Stephen L. and Robert F. Lusch (2004), "Evolving to a New Dominant Logic for Marketing," *Journal of Marketing*, 68 (1), 1-17.