



הקריה האקדמית אונו
הפקולטה למנהל עסקים
תוכנית ה-MBA
שם הקורס: מבוא לשיווק
סוג הקורס: קורס השלמה
הכנה ומחקר: מר אורן תורג'מן
עריכה והרצאה: ד"ר איל מעוז

מטרות הקורס:

ברוכים הבאים לקורס מבוא לשיווק שהנו אחד מסדרת קורסי השלמה לקראת תואר ה-MBA בקריה האקדמית אונו.

מה שדרוש לכם בקורס זה הם חוברת הקורס שאותה תוכלו להוריד באתר קורסי ההשלמה ויכולת לראות את סרטוני הקורס במערכת המתוקשבת. הדרך המומלצת היא לצפות בסרטונים תוך כדי עיון וקריאה בחוברת הקורס.

מי שמעוניין גם לייצר סיכומים שלו, יכול להוריד מהאתר ולהדפיס גם את חוברת השקפים אשר עוצבה ספציפית למטרה זו.

בקורס קיימים שמונה פרקים וכל פרק מחולק לתתי נושאים. אחרי כל תת-נושא תדרשו לענות על בוחן קצר. מענה נכון על הבוחן יאפשר לכם לעבור לנושא (או לפרק) הבא בתור. קיימים שלושה בחנים לכל נושא, ואם טעיתם בשאלה כלשהי באחד הבחנים יינתן לכם בוחן אחר. שימו לב שכישלון בשני בחנים בנושא מסוים דורש שיחה שלכם עם מרכז הקורס ורק הם יכולים להחליט, אם שוכנעו שאתם מוכנים, לפתוח לכם את הבוחן השלישי. כישלון בשלושה בחנים באותו נושא הוא כישלון בקורס כולו!.

שימו לב, קורס זה אינו מנסה ללמד אתכם שיווק – זה יקרה בקורסים בתואר עצמו, כמו הקורס באסטרטגיה וניהול השיווק. לפיכך **מטרת הקורס היא לתת לכם שפה ולהכיר לכם את המושגים החשובים מעולם השיווק וחלק מהמודלים בהם אנו משתמשים לנתח, להחליט ולבצע פעולות בעולם זה.** אנו ננסה גם לתת לכם תשתית לקורסי ההתמחות בשיווק: קורסים כמו שיווק גלובלי, תקשורת ופרסום, מחקרי שוק, התנהגות צרכנים, פיתוח מוצרים חדשים ועוד.

מרכז הקורס הוא מר אורן תורג'מן אשר גם עסק במחקר וכתב את הגרסה הראשונית של הקורס. ניתן ליצור אתו קשר בכל נושא ועניין הקשורים לקורס, דרך אתר הקורסים המתוקשבים.

נושאי לימוד :

1. מושגי יסוד בשיווק - שיווק, צורך, רצון, מוצר, מותג, פילוח, כיוון מיצוב ונתח שוק.
2. מחקרי שוק – מהם מחקרי שוק?, מחקר גישושי, מחקר כמותי, מחקר סיבתי.
3. התנהגות צרכנים – למה הצרכן חושב כפי שהוא חושב?, תפיסות ועמדות, מודל פישביין.
4. שיווק גלובאלי/בינ"ל – אסטרטגיות בשיווק גלובלי
5. ניהול מותגים – זהות ותדמית מותגית, מותג פרטי, מותג לבן, המדינה כמותג, מתיחות מותג.
6. ניהול ופיתוח מוצרים – מושגי יסוד בניהול תמהיל מוצרים, מודל BCG, מודל מחזור חיי המוצר, פיתוח מוצרים חדשים.
7. תמהיל השיווק (ארבעת המ"מים) – מוצר ואריזה, מחיר (שטות וגישות), נושאים נוספים בהמחרה שיווקית, מסר (תקשורת שיווקית, פרסום וקידום מכירות, יחסי ציבור שיווק ישיר ומכירה אישית, מקום).
8. שיווק דיגיטלי – V.M.S, מה זה שיווק דיגיטלי, יתרונות השיווק הדיגיטלי, מושגי בסיס בשיווק הדיגיטלי, מסחר אלקטרוני, פרסום באינטרנט, מדידת אפקטיביות.