



תאריך עדכון: 5/09

סימולציה שיווקית

70-788-01

מרצה: ד"ר שרון הורסקי

סוג הקורס: סדנה

היקף שעות: 2 ש"ס

סמסטר: א'

שנת לימודים: תש"ע

אתר הקורס באינטרנט: <http://hl2.biu.ac.il/>

א. מטרת הסדנה

הסדנה עוסקת בתהליכי קבלת החלטות אסטרטגיות בתחום השיווק. שיטת הלימוד היא דרך **משחק סימולציה מחשב** ייחודי המיושם בתוכניות מבי"ע המובילות בעולם.

מטרת הסדנה לשלב את כל הידע הנלמד בקורסי השיווק ולהקנות לסטודנט(ית) כלים לתיכנון, ניתוח והבנה מעמיקה של כל תהליכי השיווק, ובפרט פעילות מערכות השיווק בחברות. הסדנה מקנה לסטודנט(ית) נסיון יישומי בתפקיד מנהל(ת) מוצר/מותג.

סימולציה המחשב מהווה כלי אפקטיבי לפיתוח אורנטציה ניהולית תוך כדי התמקדות בנושאים אסטרטגיים שיווקיים, כגון:

- פילוח שוק ובחירת קהל המטרה.
- ניתוח מתחרים.
- ניתוח מחקרי שוק שונים הניתנים לעריכה או הזמנה מחברות חיצוניות.
- ניהול והרחבת קו מוצרים באמצעות שינויים במותגים קיימים ופיתוח מותגים חדשים.
- קביעת מדיניות מחירים.
- הקצאת תקציבים לתמהיל התקשורת השיווקית, כולל פרסום.
- קבלת החלטות בסביבה דינמית ארוכת טווח המאופיינת במחזור חיי מוצר ואינפלציה.

במהלך הסדנה סטודנטים יתחלקו לחברות שיתמודדו ויתחרו בסביבה דינמית. כל שלב בסימולציה מאפיין תקופה שבה החברות מתחרות על צרכנים וכמובן על רווחיות. כל חברה תצטרך לקבל החלטות אסטרטגיות שיווקיות תוך כדי התייחסות לשיקולים פיננסיים. אתם תחליטו איך "להלחם" במתחרים – במובן של עיצוב מוצרים, פילוח שוק, מיצוב באמצעות מחקר ופיתוח מוצרים ופירסום, מלחמת מחירים, וכו'. החלטותיכם יתבססו בין היתר על מחקרי שוק שתרכשו שישפקו מידע על תפיסות צרכנים, העדפות צרכנים, מגמות בשוק, מצב מתחרים, וכו'.

ההחלטות השיווקיות מתבצעות לאורך כל הסמסטר. הסדנה יישומית ביותר ונדרשת מודעות שהסדנה מתבצעת באמצעות תוכנת מחשב והנוכחות בלפחות 75% מהשיעורים חובה. השיעורים יכללו הרצאות, דיונים, אירועים, קבלת החלטות, הסקת מסקנות וניתוח תוכניות שיווקיות.

איך הסימולציה עובדת? כל סטודנט יקבל סיסמה לתוכנה. ברגע שיש לסטודנט סיסמה ניתן לקבל החלטות (כמעט) בכל שעה. סטודנטים יכולים לקבל החלטות ביחד (רצוי) או להעביר ביניהם את קבצי החלטות עד שמתגבשת החלטה סופית שאותה מעבירים דרך הרשת למרצה. המרצה מריצה את הסימולציה של כל החברות יחדיו ומעבירה חזרה לכל הקבוצות את תוצאותיה. בהתאם לתוצאות ההרצה, הקבוצה תקבל החלטה חדשה, וכך הלאה.

למידע נוסף על הסימולציה ניתן לעיין באתר :

http://www.stratxsimulations.com/markstrat_online_home.htm

ב. תוכן הקורס :

תוכנית שבועית לסדנה "אסטרטגיה שיווקית"

*יתכנו שינויים בתוכנית

שבוע	נושא	הרצת סימולציה	עבודות וקריאה
1	סקירת נושאי אסטרטגיה שיווקית		פרקים 3-4
2	הקדמה למרקסטרט	חלוקה לקבוצות הסימולציה	פרקים 1-2
3	הכרת תוכנת מרקסטרט הקצאת מצב התחלתי לקבוצות וסיסמאות פרטיות	הרצה מס' 1	פרקים 5-6, 8-9
4	תוצאות הרצה 1 לענף כולו ולחברה דוחות פלט כתיבת תוכנית אסטרטגית שיווקית לחברה	הרצה מס' 2	פרקים 7
5	מחקרי שוק לקבלת החלטות אסטרטגיות שיווקיות	הרצה מס' 3	הגשת תוכנית אסטרטגית ראשונית
6	המשך מחקרי שוק וניתוחם	הרצה מס' 4	
7	פילוח, מיצוב ומפות תפיסתיות סיכום ביניים של תוצאות הסימולציה	הרצה מס' 5	
8	מו"פ וניהול מוצרים חדשים וקיימים הקצאת משאבים לחברות בעלות קוי מוצרים פרוטפוליו המוצרים	הרצה מס' 6	
9	אסטרטגיות לחברות חדשות תהליך שיווק אסטרטגי והדינמיות בניהול אסטרטגי והקצאת משאבים	הרצה מס' 7	
10	תוכניות אסטרטגיות שיווקיות בסביבה תחרותית	הרצה מס' 8	
11	ניתוחי נקודות איזון הכנת מצגות ניהוליות	הרצה מס' 9	
12	מסקנות וסיכום תוצאות הסימולציה מצגות סיום וניתוח חברות I		הגשת תוכנית שיווקית
13	מצגות סיום וניתוח חברות II		

ג. חובות הקורס:

דרישות ונהלים:

- קריאה של ספרות החובה.
- השתתפות פעילה במשחק סימולציה שבועי. נוכחות בלפחות 75% מהשיעורים.
- חובת הגשת תרגילים ומצגת.

מרכיבי הציון:

- סימולציה 70%
מורכב מציון אישי וציון קבוצתי.

מרכיבי הציון אישי: נוכחות והשתתפות בסימולציה שבועית, ודעת חברי קבוצתך על תרומתך.

מרכיבי הציון קבוצתי: המצב הסופי של הקבוצה לעומת מצבי קבוצות מתחרות ובהתפתחות מהמצב ההתחלתי לסופי.

- שני תרגילים ומצגת קבוצתית 30%

ד. ביבליוגרפיה: (חובה)

ספר לימוד חובה:

ניתן להוריד מהאתר עם הסיסמה

The MarkStrat Student Handbook, StratX. Authors: Profs Jean-Claude Larréché & Hubert Gatignon

Strategic Market Management,
David A. Aaker

ספר מומלץ: