



21/05/2009

אסטרטגיה שיווקית: 01 – 920 - 70

סוג הקורס: הרצאה

שנת לימודים: תש"ע סמסטר: א' היקף שעות: 2 ש"ס

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

א. מטרת הקורס

אסטרטגיה הינה סדרה של החלטות המתווה את מקומה וכיוון התקדמותה של הפירמה בסביבה בה היא פועלת. בקורס זה נדון בשאלות המרכזיות בגיבוש האסטרטגיה השיווקית, נבחן כיצד ראוי לענות על שאלות אלה, כיצד ענו על השאלות הללו פירמות שונות בארץ ובעולם וכיצד ניתן לשפר את תהליך תכנון האסטרטגיה השיווקית.

ב. תוכן הקורס

מהלך השיעורים: הוראה פרונטאלית, שימוש בדוגמאות רבות מהשטח, מרצים אורחים, דיונים.

תכנית הוראה

נושאים	
הבנת התהליך האסטרטגי	1
ניתוח מצב לקראת תכנון האסטרטגיה השיווקית	2
הגדרת המטרות והיעדים של האסטרטגיה השיווקית	3
גיבוש האסטרטגיה השיווקית וניהול אסטרטגי	4
אסטרטגית מוצרים	5
אסטרטגית מחירים	6
אסטרטגית קידום	7
אסטרטגית הפצה	8
יישום האסטרטגיה השיווקית, מעקב ובקרה	9

ג. חובות הקורס:

דרישות קדם: קורס עקרונות השיווק

דרישות: בחינה מסכמת בסופו של הסמסטר

מרכיבי הציון הסופי: 100% בחינה

ד. ביבליוגרפיה:

Ferrel, O.C. and Hartline, M. D. (2005). *Marketing Strategy*, Ohio: Thomson South Western (Third Edition).

Jain, S. C. (2004). *Marketing: Planning and Strategy*, Ohio: Thomson South Western (Seventh Edition).

Wilson, R. and Gilligan, C. (2005). *Strategic Marketing Management – Planning, Implementation and Control*, UK: Elsevier.