

**53116 נושאים מתקדמים בניהול השיווק**  
**Advanced Topics in Marketing Management**

נקודות זכות: 2.0, שעות: הרצאה 2.  
דרישות קדם: מבוא לשיווק

**תאור הקורס**

ניהול השיווק עוסק בתהליך זיהוי הלקוחות וצרכיהם ובגיבוש מענה שיווקי ההולם צרכים אלו. מדובר בתהליך מורכב המשלב פעילויות רב-תחומיות ועושה שימוש במודלים ותיאוריות מתחומי הכלכלה, הפסיכולוגיה, האנתרופולוגיה, הסוציולוגיה, הסטטיסטיקה והניהול. התיאוריות, אשר גובשו לאור פעילויות פירמות עסקיות בשוקים המקומיים, התפתחו והותאמו לתנאי השוק הגלובלי. הקורס יתמקד בשלושה נושאים מתקדמים העומדים על סדר היום המחקרי השוטף:

- א. "אבולוציית" הדיסציפלינה השיווקית, חסמים להטמעת התפישה השיווקית, ומודלים עכשוויים של פיתוח אוריינטציה שיווקית.
- ב. ניהול מדיניות מוצרים ובידול בתנאי תחרות מחרפה.
- ג. הגלובליזציה ומשמעותה לעניין גיבוש אסטרטגיות שיווקיות בקרב פירמות עסקיות.

**נושאי הקורס**

1. מבוא: סקירה ביקורתית - הדיסציפלינה השיווקית במבחן הזמן (בהתבסס על Levitt (T., Marketing Myopia).
2. חסמים להטמעת התפישה השיווקית.
3. אוריינטציה שיווקית של פירמות: הפרמטרים, הפונקציות וההקשרים הפנימיים המקנים לארגון כישורי הישרדות וצמיחה בזירה העסקית.
4. אסטרטגיות של יתרון תחרותי: היכולת להתמודד מול מתחרים תוך השגת עדיפות הנשענת על איכות המוצר ויעילות התהליך.
5. מדיניות מוצרים, תחרות ובידול: הצבת נקודת המבט של הלקוח בבסיס תהליכי התכנון והעיצוב של תמהיל השיווק על מרכיביו.
6. התפתחות תפישת ה-"יתרון" וביטוייה בשוק הבינלאומי: ניתוח המודלים הכלכליים-עסקיים העומדים בבסיס תופעת הגלובליזציה.

**הרכב הציון**

- קריאה עצמאית והצגה סמינריונית (40%)
- פרויקט גמר ומצגת (60%)

**ספרות**

**ספרים**

- Ball, D.A., McCulloch, W.H., Franz, P.L., Geringer, J.M. and Minor, M.S., *International Business – The Challenge of Global Competition*, McGraw-Hill/Irwin, 2006.
- Christensen, C.M., *Finding the right job for your product*, MIT Sloan Management, Spring, 2007.
- Fleisher, C.S. and Bensoussan, B.E., *Business and Competitive Analysis: Effective Application of New and Classic Methods*, Prentice Hall, 2007.
- Hooley, G., Saunders, J., Piercy N.F., Nicoulaud, B., *Marketing Strategy and Competitive Positioning (4th Edition)*, Prentice Hall, 2008.
- Johansson, J.K., *Global Marketing: Foreign Entry, Local Marketing and Global Management*, McGraw-Hill, 2009.
- Keskin H., Market Orientation, Learning Orientation and Innovation Capabilities in SME's, *European Journal of Innovation Management*, Emerald, Vol. 9 (4), 2006.

- Levitt, T., Marketing Myopia – With Retrospective Commentary, *Harvard Business Review*, Sept.-Oct., 1975.
- Maharshak, A. and Pundak, D., The Marketing Approach and Conceptual Change, *WSEAS Transactions on Systems*, Vol. 5 (3), 2006.

מאמר