



בית-הספר לניהול וכלכלה

שם הקורס בעברית	שיווק למיזמים חדשים - קורס התנסותי
שם הקורס באנגלית	Experiential - Entrepreneurial Marketing
שנה וסמסטר	תשפ"א, סמסטר ב'
היקף הקורס	2 נ"ז. 2 ש"ס.

סגל הקורס

שם המרצה ענת גולדשטיין	דוא"ל anatgo@mta.ac.il	טלפון 052-2234741	שעת קבלה ביום השיעור (בתיאום מראש)
---------------------------	---------------------------	----------------------	--

פרטי הקורס

תקציר בעברית	בקורס תכירו ותתנסו בתהליך השיווק הראשוני של מיזם חדש, תוך למידת האתגרים הייחודיים איתם מתמודד מנהל שיווק בהחדרת מיזם חדש לשוק.
תקציר באנגלית	In this course you will learn and practice early stage entrepreneurial marketing, including the various challenges that a growth-hacker faces in the course of launching a new product to the market.
דרישות קדם	קורס יסודות השיווק
מטרות/יעדי הקורס	<ul style="list-style-type: none"> סקירת שלבי השיווק הראשוניים של מיזם חדש, מנקודת מבט יזמית, תוך היכרות עם המאפיינים הייחודיים והכלים הרלוונטיים לשיווק ראשוני. התנסות בתיקוף לקוחות, פיץ רעיונות, פיץ משקיעים, וניתוח שיח בפייסבוק.
תיאור תמציתי של הקורס	<p>בקורס נבחן את שלבי השיווק הראשוניים של מיזם חדש, מנקודת מבט יזמית ונכיר את כלי השיווק המתאימים לשלבים אלו. הלימוד יעשה בחלקו בכיתה, בהרצאות פרונטליות מלוות במצגות וסרטים, תוך שילוב הרצאות מומחים מהשטח. חומר הקריאה, ההרצאות, והדיונים בכיתה יקנו ידע, הבנה וכלים לניתוח מהלכי שיווק בשלביו הראשונים של מיזם חדש.</p> <p><u>במסגרת הקורס יתקיימו 2 שיתופי פעולה מעשיים עם גורמים חיצוניים:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> האקתון רעיונות אונליין בשיתוף אוניברסיטת Ashland באוהיו ארה"ב זהו האקתון רעיונות בו יעבדו הסטודנטים מהמכללה בצוותים יחד עם סטודנטים לתואר ראשון ביזמות מאוניברסיטת Ashland באוהיו ארה"ב. ההאקתון יתקיים באנגלית על פלטפורמת אונליין MOOC של המכללה. <u>בחודש מאי הסטודנטים מארה"ב יגיעו אלינו למכללה למפגש וסדנה עם הסטודנטים איתם עבדו בצוות (במידה ולא יתבטל בשל הקורונה)</u>

<ul style="list-style-type: none"> שיתוף פעולה עם סטארט-אפים מגוגל קמפוס בשלבים מוקדמים (pre-) (seed/bootstrap) – הסטודנטים יבקרו בגוגל קמפוס וישמעו מסטארט אפים על הצרכים שלהם בתחום השיווק. הסטודנטים יסייעו להם בנייתו שיח בקהילות פייסבוק ובניית פרסונת שיווק. (במידה ולא יתאפשר ביקור בשל הקורונה – יערך המפגש באופן וירטואלי בזום. 	
<p>- הרצאות פרונטליות תוך שימוש במצגות וסרטים, ניתוח מקרים ודיון בכיתה . - למידה מעשית דרך עבודה בצוותים (3-4 בצוות) פיזיים ווירטואליים, התנסות בשטח, והצגת התוצרים בכיתה.</p>	<p>שיטת הוראה</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. מומלץ לקרוא את פרקי הקריאה לפני כל ההרצאה. 2. מטלת אמצע 1 – התנסותית בצוותים בינלאומיים - פיץ מצגת מדוברת בסיום האקתון רעיונאות אונליין (שת"פ אוניברסיטת אשלנד באוהיו, ארה"ב) 3. מטלת אמצע 2 - התנסותית בצוותים – מעורבות בקהילות ובניית פרסונה (שת"פ עם סטארטאפים מגוגל-קמפוס). 4. בחינה מסכמת -הכוללת את חומרי ההרצאות ופרקי הקריאה. <p>חובה לקרוא את תקנון הלימודים המופיע באתר המכללה</p>	<p>דרישות הקורס/מטלות</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. מטלת אמצע 1 – פיץ משקיעים וירטואלי באנגלית – 20% מהציון הסופי 2. מטלת אמצע 2 - מעורבות בקהילות ובניית פרסונה - 40% מהציון הסופי. 3. בחינה מסכמת - 40% מהציון הסופי. <p>הצלחה בקורס דורשת מעבר בחינה ומטלות האמצע בציון 60 לפחות, השתתפות פעילה בשת"פ עם הסטארטאפים ובהאקתון אונליין.</p>	<p>הרכב הציון</p>
<p>אין חובת נוכחות בשיעורים הפרונטליים בכיתה, אולם קיימת חובת נוכחות במפגשים ההתנסותיים, כפי שמפורט בתכנית הקורס להלן, לרבות ביקור בגוגל קמפוס, הרצאות אורח ואירוע משימת פיץ. מומלץ להשתתף בכל השיעורים, המהווים חלק מהותי מחומר הלימוד. אי הגעה למפגשים ההתנסותיים, הרצאות האורח ולמשימת הפיץ תגרור קבלת ציון "לא השלים חובותיו". תקשורת שוטפת עם המרצה יסייעו להצלחה.</p>	<p>נוכחות</p>

תכנית הקורס - נושאי הלימוד לפי שבועות / נושאים

* בזמן ההאקתון אונליין וחלק מהמטלה ההתנסותית בשיתוף גוגל קמפוס – לא יתקיימו שיעורים בכיתה (ראו סימון בירוק).

פרקי קריאה	נושא ההרצאה	שבוע
Sarasvathy Saras "Causation & effectuation: "Marketing for Entrepreneurs" – Ch. 1	מתי מתחילים לשווק במיזם חדש? שיווק לפי שלבי התפתחות המיזם החדש. תיאוריות Causation v Effectuation	שבוע 1
הכנה לקראת האקתון אונליין על פלטפורמת MOOC של המכללה	איך מכינים פיץ משקיעים בשלב pre-seed? לפי מודל סטנפורד	שבוע 2

<p>אונליין- אין שיעורים בכיתה Global Entrepreneurship Course Ashland University, Ohio USA</p>	<p>האקתון רעיונאות בצוותים בינלאומיים – מטלת הגשה: מצגת מדוברת אונליין המדמה פיצ' משקיעים (באנגלית).</p>	<p>שבועות 3-4</p>
<p>The startup owner's manual - Ch. 3, 9 חלוקה לצוותים של 3 - לקראת שת"פ עם הסטארטאפים.</p>	<p>זיהוי ותיקוף לקוחות Customer Discovery & Validation One pager. מחקר שיווקי לגיבוש ערך לקוח נתפס</p>	<p>שבוע 5</p>
<p>בגוגל קמפוס. עד 5 סטארטאפים. מאפיינים: /pre-seed/ bootstrap. יש להם אתר אינטרנט ודף פייסבוק. שת"פ עם קהילת גוגל קמפוס. הרצאת אורח של מנהלת הקהילה.</p>	<p>התנסותי אמצע - שלב 1 – Road-Show סטארט-אפים – על הצורך, גודל שוק, הלקוח הפוטנציאלי, וכו</p>	<p>שבוע 6</p>
<p>בכיתה. הרצאת אורח – תרגול והתנסות בכלי ניתוח שיח בפייסבוק (Scrapestorm, voyant, smaply)</p>	<p>התנסותי אמצע - שלב 2 – הרצאה ותרגול – מעורבות בקהילות ובניית פרסונה</p>	<p>שבוע 7</p>
<p>עבודה עם המלווה ההתנסותי. קשר עם הסטארטאפים. אין שיעורים בכיתה</p>	<p>התנסותי אמצע - שלב 3 – עבודה בצוותים על מטלת אמצע</p>	<p>שבועות 8-10</p>
<p>במכללה. אירוע סיום מטלת אמצע התנסותית – עם הסטארט-אפים.</p>	<p>התנסותי אמצע - שלב 4 – אירוע סיום מטלת אמצע התנסותית. הצגת התוצרים לסטארט-אפים</p>	<p>שבוע 11</p>
<p>הרצאת אורח SEO ותרגול בכיתה</p>	<p>SEO – בניית עץ אתר ומילות ביטוי</p>	<p>שבוע 12</p>
<p>בכיתה</p>	<p>סיכום וחזרה לבחינה</p>	<p>שבוע 13</p>

*כיוון שמדובר בקורס התנסותי בשיתוף גורמים חיצוניים - יתכנו שינויים בלוחות הזמנים.

5. משאבים

רשימת קריאה ומקורות נוספים **חובה** :

<p>F. Crane (2013). Marketing for Entrepreneurs: Concepts and Applications for New Ventures. Sage Publications Ltd. Ch. 1-3, 8.</p>
<p>Sarasvathy, Saras D. "Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency." Academy of management Review 26.2 (2001): 243-263.</p>
<p>Blank, Steve, and Bob Dorf. "The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company." (2012). Ch. 3, 9</p>

רשימת קריאה ומקורות נוספים **רשות** :

Blank, Steve, and Bob Dorf. "The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company."

(2012). all chapters

R .Lieb (2012). Content Marketing. QUE Publishing. Part 3.

ציפ הית' & דן הית' (2008). ככה זה נדבק. פרק 6. דיונון מבית פרובוק בע"מ

J& J, Levinson (2008). Startup guide to Guerrilla Marketing. Entrepreneur Press. Ch. 11.

L. Labrecque & J. Esche & C. Mathwick & T. Novak & C. Hofacker (2013). 'Consumer Power: Evolution in the Digital Age'. Journal of Interactive Marketing 27 (2013) 257–269

C. Tice, D. Lester (2012). 'How they Started'. Crimson

Nir Eyal with Ryan Hoover (2014). 'Hooked: How to build habit-forming products'.

<http://www.hookmodel.com>