

מס' קורס: 32117
שם קורס: מבוא לחשיבה שיווקית למעצבים תעשייתיים
שם קורס אנגלית: An Introduction of Marketing Thinking for Industrial Designers
אופן ההוראה: שיעור
שעות שבועיות: 3
נקודות זכות: 3
דרישת קדם: אין

מטרת הקורס:

- הכירות עם השפה ועולם המושגים השיווקי: מהשיווק המסורתי (ניהול מוכון ייצור), עד השיווק העכשווי (ניהול מוכון לקוח).
- שיפור היכולת ליצור מפגש סינרגטי בין המעצב התעשייתי למנהל השיווק.
- הקניית מיומנויות טרום-יסוד בחקר שוק ובמיתוג.

תכני הקורס:

- שיווק כתפיסת ניהול
- תמהיל השיווק
- התבוננות והבנת הלקוח
- יצירת ערך
- אסטרטגיה ועצירת מותגים

Course name: An Introduction of Marketing Thinking for Industrial Designers

Hours: 3

Credit : 3

The aim of the course:

- The language Sales and marketing concepts: traditional marketing (production-oriented management), to contemporary marketing (customer-oriented management).
- The improvement in the ability to create synergistic meeting between the industrial designer marketing manager.
- The acquisition of basic skills in pre-market research and branding

ביבליוגרפיה:

אלירון טובי ויסמין וינוגרד, קסם השיווק – לכבוש את לב הלקוח. לתמיד! אלירון טובי 2010

Best K., Design Management – Managing Design Strategy, Process and Implementation.

AVA Publishing SA 2006

Kelley T., The Ten Faces of Innovation. Doubleday (a division of Random House, Inc.)

2005

Peters T., Re-Imagine! - Business Excellence in a Disruptive Age. Dorling Kindersley

Limited 2003