

תוכנית הקורס ורשימת קריאה לקורס



סמסטר 2 שנה 2024

בית ספר: בית ספר אריסון למנהל עסקים B.A.

סמינר שיווק בתעשיית הספורט

מרצים/ות:

עו"ד ניר ענבר nir.inbar@post.runi.ac.il

עוזרי/ות הוראה:


מר יאיר שר yairscher@gmail.com

מספר הקורס:	2209	סוג הקורס:	סמינריון	שעות שבועיות:	2	נקודות זכות:	2
דרישות הקורס:	עבודה מסכמת	קוד קבוצה:	242220901	שפת לימוד:	עברית		

תנאי קדם

קדם:

43 - יסודות ניהול השיווק **או** 2346 - שיווק בעולם משתנה

נושאי הקורס 

אירועי ספורט, קבוצות ספורט וספורטאים משמשים במקרים רבים כפלטפורמות שיווקיות למותגים, שירותים ומוצרי צריכה. הספורט מייצר קשר אמוציונאלי לא רק בין אוהדים לספורטאים אלא גם בין צרכנים למותגים. חסויות בספורט הפכו בשנים האחרונות לחלק בלתי נפרד מהאסטרטגיה השיווקית של חברות רבות, אם כחלק מפעילות BTL או ATL.

מטרות הקורס

מטרת הקורס היא להציג בפני מנהלי השיווק העתידיים את עולם שיווק הספורט יחד עם עקרונות הבסיס של עולם הספורט המקצועני.

מבנה ציון הקורס

במהלך הסמסטר יגיעו לכיתה מומחים מארגוני ספורט מובילים אשר יציגו את הארגון בפני הכיתה ואתגר או אתגרים שיווקיים העומדים בפניהם בהקשר של שיווק ספורט.

הסטודנטים יתחלקו לקבוצות ויבחרו נושא לעבודת גמר מבין האתגרים שהציגו המומחים בשיעור. את העבודות והמצגות ניתן לעשות בקבוצות של עד 4 סטודנטים.

העבודה הסופית תורכב משני חלקים:

1. עבודה של עד 12 עמודים שתסקור את האתגר שהציגו המומחים, תציג את הפתרון ודרכי הפעולה המוצעים על ידי הסטודנט תוך כדי הסתמכות על החומר התיאורטי שנלמד בכיתה ובביליוגרפיית הקורס.

2. מצגת של 7 שקופיות שתתמצת את העבודה. על הסטודנטים להתייחס למצגת כהצעה עסקית/שיווקית למקבלי ההחלטות בארגון.

מבנה ציון:

10% נוכחות והשתתפות

30% מצגת

60% עבודת גמר

רשימת קריאה

1. **Sports Marketing**

Bernard Mullin, Stephen Hardy & William Sutton (eds.),
Champaign, Illinois, 2007. [127481 2c
בספריה]

Chapter 1: The special nature of sport marketing. pp. 1-26. -

- Chapter 13: Promotional Licensing and Sponsorship. pp. 313-340.

2. **Handbook on the Economics of Sport**

Wladimir Andreff & Stefan Szymanski Stefan, 2006.

- Chapter 28: The European model of sport, p. 299.

- Chapter 29: The Anglo-American model of sport, p. 304

3. **Does sponsorship pay off?**

International Journal of Sports Marketing & Sponsorship, Volume 12, Number 4, July

2011: An examination of the relationship between investment in sponsorship and
;business performance Authors: Jonathan A. Jensen, Columbia College Chicago, USA