



כ"ב באייר תשע"ח
07 במאי 2018
מס' אישור: 3515/18

אישור הפעלת תכנית לימודים

הנני לאשר את הפעלת תכנית הלימודים המפורטת להלן:

ענף:	מגמת הלימוד:	מסגרת:	מסלול:
מחשבים (3)	כתיבת תוכן וניהול מדיה חברתית (Social Media & Content)	מבוגרים	הכשרת יום וערב (27 / 01)
	סמל מגמה: 3487		

שעות עיוני: 60
שעות מעשי: 48
סה"כ שעות: 108

משך הקורס:

פירוט מקצועות/נושאים	שעות לימוד			הערות
	עיוני	מעשי	סה"כ	
מקצועות תשתית	(9)	(--)	(9)	
1. מבוא לקורס + שיווק דיגיטלי	9	--	9	
תורת המקצוע - ליבה	(41)	(38)	(79)	
2. מדיה חברתית	18	18	36	
3. קריאטיב ¹	8	3	11	¹ סדנה מעשית - יצירת תוכן: מודעה + דף נחיתה
4. וידאו	4	5	9	
5. שיווק בדוא"ל ²	4	5	9	² סדנה מעשית - עבור כל תת נושא.
6. קידום אורגני SEO	4	5	9	
7. Google Analytics ³	3	2	5	³ סדנה מעשית
מקצועות תומכים	(10)	(10)	(20)	
8. מיומנויות רכות	10	10	20	
סה"כ שעות	60	48	108	



דרישות כניסה:

1. בוגרי 12 שנות לימוד
2. בגרות באנגלית ומתמטיקה ברמת 4 יח"ל או מבחן ידע ברמה זהה או ביצוע מכינה ברמה זהה

בחינות גמר:

בחינות גמר חיצוניות:

1. פרויקט גמר: עבודת הגשה הכוללת שיווק ברשתות חברתיות ואת כל תתי הסעיפים שמופיעים בסילבוס כגון: תוכן, וידאו, קריאטיב, ניוזטר וכו.

בחינות גמר פנימיות:

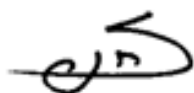
1. בחינה עיונית כללית:
 - ייערך בשיעור הראשון
 - נושא הבחינה- ידע ומושגים של שיווק דיגיטלי.
 - הבחינה תורכב מ- 12-13 שאלות אמריקאיות על מושגים מרכזיים בשיווק דיגיטלי
 - תאריך כחצי שעה.
2. חובת הגשה: כל המטלות הניתנות במהלך הקורס

תעודות:

1. תעודת גמר- כתיבת תוכן וניהול מדיה חברתית (Social Media & Content)

הערות:

1. מגמה זו חדשה והיא עשויה להתעדכן לאחר קורס אחד לפחות.
2. תוקף אישור הפעלה זה החל מ- 1 במאי 2018
3. פירוט מקצועות הלימוד – ר' נספח א'
4. נספח ב'- פרופיל מרצים
5. נספח ג'- תקן סדנה



חני זוהר
מנהלת היחידה לתכנ"ל

3515/18



נספח א' - פירוט מקצועות לימוד

הערות	שעות לימוד			פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	מעשי	עיוני	
	(9)	(--)	(9)	מקצועות תשתית
	(9) 4	(--) --	(9) 4	1. מבוא לקורס + שיווק דיגיטלי 1.1. מבוא לקורס + מושגי יסוד בעולם השיווק הדיגיטלי: 1.1.1. הכרת הקורס- מה תלמדו, מה תדעו לעשות בסיום הקורס. 1.1.2. שיווק- היבטים בסיסיים : מוטיבציות, טרגוט קהלים, להעביר את המסר. 1.1.3. שיווק דיגיטלי- היבטים בסיסיים 1.1.4. להבין מהו פרסום דיגיטלי במכלול השיווק הדיגיטלי. 1.1.5. ללמוד ולזהות מושגי מפתח של שיווק דיגיטלי 1.2. שיווק דיגיטלי: 1.2.1. היתרונות של השיווק הדיגיטלי (אונליין מול אופליין, יסודות הפרסום המקוון, פוש, פול, ווב, מובייל וכו.) 1.2.2. מטרות, Google יוזרים, משפכים, קהלים, סוגי עסקים, שיווק תוכן) 1.2.3. טירגוט קהלי היעד - עם מי אתם מדברים? 1.2.4. גמישות ועדכונים מהירים 1.2.5. אסטרטגיות מובייל / אפליקציות 1.2.6. חשיבות נתונים 1.2.7. מסע לקוח
	(74)	(36)	(38)	תורת המקצוע - ליבה
	(18)	(18)	(18)	2. מדיה חברתית 2.1. היכרות - שיווק מדיה חברתית: 2.1.1. סוגי פלטפורמות שונות ומטרותיהן - פייסבוק, טוויטר, לינקאדין, סנאפצ'אט ואינסטגרם. 2.1.2. מדוע אנו משתמשים בפלטפורמות מדיה חברתית? וכיצד בוחרים את ה"נכונה"? 2.1.3. תוכן חברתי - מעורבות גבוהה, יכולת לשתף (ויראלי), משפיעים וחשיפה (מיתוג), תנועה (טראפיק), לידים, קידום אורגני יעיל, סקרים, פידבקים, בחנים (PlayBuzz). 2.1.4. מיתוג חברתי- בניית תוכן שיווקי, מקרה מחקר (ממומן ואורגני). 2.2. שיווק מדיה חברתית - פייסבוק :

הערות	שעות לימוד			פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	מעשי	עיוני	
סדנה מעשית - יצירת תוכן: מודעה + דף נחיתה	(11)	(3)	(8)	2.2.1. פלטפורמת פייסבוק - יסודות ומטרות. 2.2.2. ניהול קהילתי וניהול עמוד 2.2.3. פייסבוק ממומן יסודות + מתקדם 2.3. שיווק מדיה חברתית- אינסטגרם- "דור האינסטנט": 2.3.1. מטרות, מיתוג, שיטות עבודה מומלצות, קידום אורגני וממומן (boosts) + דוגמאות. 2.4. שיווק מדיה חברתית - תרגול 3. קריאטיב²
				3.1. כיצד יוצרים תוכן? 3.1.1. חיפוש טקטיקות כדי לסייע ביצירת תוכן. 3.1.2. היכן ניתן למצוא מידע נוסף על יצירת סוגי תוכן ספציפיים? 3.1.3. חשיבותם של משאבים ומקורות טובים. 3.1.4. הגדרת קהל יעד. 3.1.5. הצגת דוגמאות של תוכן איכותי 3.2. סדנה מעשית - תרגול יצירת תוכן - פיתוח קריאטיב (מודעה): 3.2.1. פיתוח מודעה ל"חיפוש" (search). 3.2.2. פיתוח מודעה לרשת ה- Display. 3.2.3. פיתוח מודעה לפייסבוק. 3.3. גו קריאטיב- יסודות & שיטות עבודה מומלצות: 3.3.1. קהלים מותאמים אישית - גיל, מגדר, מיקום גאוגרפי, מכשירים וכו'. 3.3.2. סוגי תוכן מותאמים אישית - תמונות, אינפוגרפים, טקסט, סרטונים, טפסים, סקרים ועוד. 3.3.3. הודעות מותאמות אישית - קניה, הרשמה, מילוי פרטים וכו'. 3.3.4. העשרת התוכן שלך - הומור, ממים, רגש, אירועים עכשוויים וכו'. 3.3.5. יסודות של UX. 4. וידאו 4.1. יסודות שיווק וידאו - חלק 1: 4.1.1. בניית תסריט / סיפור. 4.1.2. אפקטיביות הווידאו: ליצור חווית כיף, משהו אישי או מקצועי, רגשי ונגיש לכולם. 4.1.3. עקביות וסדירות.
	(9)	(5)	(4)	



הערות	שעות לימוד			פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	מעשי	עיוני	
3 סדנה מעשית - עבור כל תת נושא.	(9)	(5)	(4)	4.1.4. ויראליות וטרנדים. 4.1.5. קצר ופשוט 4.1.6. הכרת פלטפורמות וידאו שונות- סנאפצ'אט, יוטיוב, טוויטר ועוד. 4.1.7. כלי וידאו Fiverr, Powtoon וכו' 4.2. יסודות שיווק וידאו - חלק 2: 4.2.1. הקמת ערוץ יוטיוב. 4.2.2. קידום וידאו. 5. ד. שיווק בדוא"ל³
			(4)	5.1. מהו שיווק בדוא"ל? 5.2. למה להשתמש בדוא"ל שיווק? 5.3. יצירת תוכנית שיווק דוא"ל - מחקר & מטרות. 5.4. יצירת תבנית ופריסה. 5.5. יצירת תוכן משכנע. 5.6. שיטות עבודה מומלצות - הודעה, תדירות, כותרות, העתקה. 5.7. פילוח וטרגוט. 6. קידום אורגני SEO 6.1. קידום אורגני - שיטות עבודה מומלצות עבור תוכן: 6.1.1. עקרונות בסיסיים מעל האתר ומחוץ לאתר. 6.1.2. זיהוי מילות מפתח / אשכולות. 6.1.3. ייחודיות. 6.1.4. הרצה + נייד. 6.1.5. התאמת תוכן. 6.1.6. מדידת תוצאות + כלי קידום אורגני (SEO) 6.1.7. חישוב ציון רלוונטי. 6.1.8. יצירת רלוונטיות בפייסבוק. 6.2. פיתוח תוכן לדף הנחיתה 6.2.1. יסודות דפי נחיתה -מיקום ותוכן (פריסה), כותרות, קריאה לפעולה, העתקה, עיצוב, טפסים, אינדיקטורים לאמון. 6.2.2. כיצד לפתח תוכן לדף נחיתה - הגדרת מטרות, סוגים שונים של דף נחיתה, גורמי הצלחה של דפי נחיתה, שיטות עבודה מומלצות. 6.2.3. A/B בדיקות- הבהרה A/B, כלי בדיקה, דוגמאות, אתרי אינטרנט כמקורות ללמידה.



הערות	שעות לימוד			פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	מעשי	עיוני	
סדנה מעשית ¹	(5)	(2)	(3)	6.2.4. כלי אופטימיזציה להמרות, Heatmaps, hotjar, crazyegg, clicktale, Google Analytics, סרטוני משתמשים. 6.3. פלטפורמות הפצת תוכן: 6.3.1. פיתוח תוכן להפצה. 6.3.2. מערכות תוכן של - Taboola/Outbrain שיטות תרגול 6.4. קידום אורגני - שיטות עבודה מומלצות עבור תוכן: 6.4.1. עקרונות בסיסיים מעל האתר ומחוץ לאתר. 6.4.2. זיהוי מילות מפתח / אשכולות. 6.4.3. ייחודיות. 7. Google Analytics¹ 7.1. יסודות: 7.1.1. רכישה - התנהגות - המרה. 7.1.2. מטריקות מבוססות תוכן, יעדים ודוחות. 7.1.3. כיצד לפקח על תוכן ולמצוא תובנות תוכן הניתנות לפעולה.
				מקצועות תומכים 8. מיומנויות רכות 8.1. ניתוח אישי לפי מודל SWOT 8.2. כתיבת קורות חיים 8.3. סימולציית Pitch 8.4. לינקדאין 8.5. סימולציית ראיונות 8.6. ניהול לקוח 8.7. ניהול זמן וניהול פרויקטים 8.8. הקמת לקוח חדש
	108	48	60	סה"כ שעות



נספח ב' - פרופיל מרצים:

- בעלי ותק של לפחות שנתיים בתחום ניהול קמפיינים.
- בעלי ניסיון בתחום, עבודתם השוטפת בפועל של המרצים תהיה בתחום ההוראה שלהם, ויהיו מחוברים לעשייה ולתעשייה (כלומר, מרצה חייב לעסוק בתחום בפועל).
- על המכללה להכיר היטב את טיב העבודה המקצועית בתחום של המרצה (או על ידי פרויקט משותף או על ידי המלצות איכותיות).
- ראיון אישי על ידי המכללה

נספח ג' - תקן סדנה:

- מחשבים עם חיבור לאינטרנט שמותקנת עליהם מערכת הפעלה ו-Office.
- כל שאר המערכות שיש לעבוד עליהם בקורס נמצאות באינטרנט ולא דורשות התקנה מיוחדת.