



לימודי מאסטר בשיווק ופרסום דיגיטלי

360° שיווק ופרסום דיגיטלי

מה יש לנו שאין לאחרים?

360° שיווק ופרסום דיגיטלי

רק אצלנו תלמדו בקורס אחד כל מה שאתם צריכים כדי להקים אתרי תוכן, ליצור תוכן דיגיטלי, לנהל ולנתח קמפיינים ממומנים, לבצע אופטימיזציות לאתרים, להפיק וידאו שיווקי ולכתוב כמו קופירייטרים מנוסים.



התמחות כבר במהלך המסלול

רק אצלנו תנהלו פרויקטים עם לקוחות אמיתיים ותצברו ניסיון של ממש תוך כדי הלימודים (במקום ידע תיאורטי בלבד).



אתכם לאורך כל הדרך וגם ביום שאחרי

סיימתם את המסלול? אחלה! נדאג ללוות אתכם ולספק לכם הכוונה עד שתמצאו את עבודת החלומות שלכם, נכתוב יחד אתכם קו"ח, נכין אתכם לראיונות עבודה שאנחנו נפנה אתכם. החלטתם לפצוח בקריירה עצמאית – אמיצים! נדאג ללוות אתכם בצעדים הראשונים בהקמת העסק שלכם.



אנחנו פה לפני כולם

המכללה הראשונה בישראל לדיגיטל מרקטינג, עם הכי הרבה ותק וניסיון וכמות בוגרים. מעל עשר שנות פעילות ולמעלה מ- 15,000 בוגרים ובוגרות.



למה בכלל ללכת על קריירה בדיגיטל?

תחום הפרסום והשיווק הדיגיטלי בישראל נמצא בתאוצה מטאורית, מה שאומר שמדי שנה צצות עוד ועוד משרות באתרי הדרושים. למעשה הביקוש כל כך גבוה, שאפילו אנשי דיגיטל בלי ניסיון נחטפים לשוק העבודה ונהנים משכר מפתיע כבר מהיום הראשון. ואם זה לא מספיק אז קחו בחשבון שקריירה בדיגיטל מאפשרת לכם להפוך לאדונים לעצמכם ולהתפרנס מכל מקום בעולם (ואפילו במהלך הטיול הגדול).

מה יהיה לכם בידיים כשתסיימו את הקורס?

- ✓ הסמכה מקצועית לעבודה בעולם הפרסום הדיגיטלי (בארץ ובעולם)
- ✓ ניסיון מעשי בעבודה מול לקוחות - תיק עבודות שישמש ככרטיס ביקור ללקוחות פוטנציאליים
- ✓ יכולת מעשית בתכנון וניהול קמפיינים בכל הפלטפורמות הדיגיטליות
- ✓ שליטה מלאה בכלי מדידה, ניתוח וניטור של אפיקי הפרסום השונים
- ✓ יכולת מעשית בכתיבה שיווקית וקופי דיגיטל
- ✓ יכולת מעשית ביצירה והפקת וידאו שיווקי (תסריט - צילום - עריכה)
- ✓ יכולת פיצוח בריף ובניית אסטרטגיה לקמפיין פרסום מ-א-ת

- כל הזכויות שמורות למכללה לניו-מדיה -



אז מה נלמד (בקצרה, הפירוט בהמשך) ?

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| ✦ בניית אתרים ודפי נחיתה | ✦ יצירה ועריכת וידאו שיווקי |
| ✦ אופטימיזציה לאתרים | ✦ צילום סטילס + וידאו בסמארטפון |
| ✦ קידום ופרסום ממומן (PPC) | ✦ אסטרטגיה תקשורתית ודיגיטלית |
| ✦ מיתוג ועיצוב דיגיטלי | ✦ ניהול לקוחות ותקציבים |
| ✦ ניהול קהילות ומדיה חברתית | ✦ כתיבה ועריכת תוכן שיווקי |
| ✦ אנליזה ומחקר שיווקי | ✦ קופירייטינג וקריאטיב |

הזדמנויות תעסוקה

מסלול המאסטר מספק לבוגרים מגוון רחב של אופציות תעסוקה הן בתור שכירים והן בתור עצמאיים. הבוגרים יוכלו להשתלב במשרדי פרסום בתפקידי ביצוע בעזרת הניסיון שרכשו, או בתפקידים ניהוליים בעזרת הידע הרחב שאספו ביחידות הלימוד המגוונות. בוגרים שיחליטו לבחור בדרך עצמאית יצאו לדרך עם בסיס והבנה בניהול לקוחות, חשבונאות, מכירות ופרזנטציות שילמדו במסלול.

חלק מהתפקידים האופציונליים בתעשייה לבוגרי המסלול:



- מנהלי קמפיינים דיגיטליים מבוססי תוצאות
- מנהלי רשתות חברתיות וקהילות ברשת
- מנהלי פרויקטים דיגיטל
- מנהלי אסטרטגיה שיווקית דיגיטלית
- אנליסטים דיגיטליים

תנאי קבלה:

מסלול המאסטר הינו מסלול הכשרה ייעודי למקצועות השיווק הדיגיטלי, אין דרישה לידיע מוקדם בשיווק ופרסום בכלל ודיגיטלי בפרט. עם זאת, כתנאי מוקדם להצטרף למסלול, על הסטודנט להוכיח ידע ושימוש בסיסי במחשב, תוכנות אופיס (אקסל, וורד, פאואר פוינט), ידע ושימוש ברמה סבירה בגלישה ברשת, עבודה בסיסית עם סמארטפונים. בנוסף, הסטודנט יידרש לרמת קריאה באנגלית ברמה סבירה. את אלו נמדוד בעזרת:

- מבדק התאמה אישי להערכת הבנה בעולם הדיגיטל והאינטרנט
- ראיון אישי לבחינה אישיותית, מוטיבציה ופוטנציאל להשתלבות בתעשייה הדיגיטלית

מבנה הקורס

המסלול מורכב ממפגשי לימוד פרונטליים בכיתת מחשבים לצד עבודה עצמית בבית על משימות אישיות ופרויקט גמר קבוצתי.

- היקף שעות למידה בכיתת לימוד: 325 שעות אקדמיות (61 מפגשי כיתה, 4 שעות למפגש)
 - היקף שעות עבודה עצמית על משימות אישיות ופרויקט גמר קבוצתי: 115 שעות אקדמיות
- בכל תקופת הקורס, הסטודנטים יקבלו תמיכה מקצועית וליווי ממרצי המסלול בקבוצת פייסבוק כיתתית, קבוצת ווטסאפ, שעות אישיות במייל/פגישות פרונטליות והתנסויות מודרכות בכיתה במהלך שעות הלימוד.



תוכנית הקורס (נושאים מרכזיים)

נושאים
<p>מבוא ויסודות שיווק</p> <ul style="list-style-type: none"> • יסודות שיווק ופרסום • סקירה של שוק הדיגיטל • סקירה של זירות הדיגיטל המרכזיות • מושגים חשובים בעולם השיווק והפרסום הדיגיטלי • משתמשים וקהלים – מאפיינים ושימושים
<p>תחקיר לקוח ומחקר שוק</p> <ul style="list-style-type: none"> • הגדרת מטרות ותחקיר לקוח • איסוף ממצאים • פיצוח בריף והגדרת מטרות • ניתוח ממצאים והכנת תוכנית עבודה
<p>בניית אתר ודף נחיתה בוורדפרס</p> <ul style="list-style-type: none"> • יסודות בניית אתרים, התקנת דומיין ושרת אחסון • אפיון מסמך אתר לקוח ותוכנית פעולה • פיתוח אתר לקוח • התקנת אלמנטור פרו • עבודה עם מערכת הניהול • עבודה עם תוספים חשובים • הזנת תוכן לאתר • התאמה למסכים (מובייל/טאבלט) • יצירת בלוג תוכן
<p>אופטימיזציה לאתרים וקידום אורגני (SEO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • מבוא ל SEO ומנועי חיפוש • מחקר ביטויים-קהלים- מתחרים • תוכנית קידום לאתר • אסטרטגיית תוכן • כתיבת תוכן ל – SEO • אופטימיזציה On Page - תוכן, מבנה , YOAST , קונסול • קידום פסול ועונשים • אופטימיזציה Off Page - קישורים • מגמות עתידיות ב SEO



<p>קידום ממומן בגוגל (Google Ads)</p> <ul style="list-style-type: none"> • מבוא לקידום ממומן בגוגל • מחקר ביטויים לקידום ממומן • אסטרטגיית קידום מבוסס תוצאות • דגשי תוכן למודעות חיפוש • הקמת קמפיין חיפוש - A-Z • עבודה והטמעת פיקסלים (קודי מעקב) • היכרות עם מערכת הדוחות של גוגל אדס + ניתוח דוחות + אינטגרציה • הקמת קמפיין ברשת המדיה – דגשי תוכן וקריאטיב, סוגי באנרים • הקמת קמפיין יו טיוב • קמפיין רימרקטינג ברשת המדיה וברשת החיפוש • אופטימיזציות מתקדמות לקמפיין וביצוע אופטימיזציה לקמפיין אמת • הכנה למבחן הסמכה בגוגל יסודות + חיפוש
<p>ניתוח נתוני קמפיין - Google Analytics</p> <ul style="list-style-type: none"> • עבודה עם Google Tag Manager • הטמעת GTM באתר ובדף הנחיתה • מבוא לניתוח ומדידה • הגדרות יעדים ומשפכים. • התקנה והיכרות עם מערכת גוגל אנליטיקס • סימון מסעות פרסום / תיוג קישורים. • הפקת דוחות מיוחדים ולוחות בקרה • היכרות ועבודה עם גוגל דאטה סטודיו • עבודה מול גוגל אדס • אופטימיזציות לקמפיינים ובניית קהלים
<p>בניית סיפור מותג - Storytelling</p> <ul style="list-style-type: none"> • עקרונות הסיפור - מהו סיפור? כיצד מעבירים מסרים דרך סיפור? • היסטוריה של סיפורים - מה הפוך סיפור לסיפור טוב? • ניכוס עולמות תוכן ומבוא לאסטרטגיית תוכן • ניתוח מקרי בוחן ודוגמאות • דגשים בבניית גאנט תוכן ללקוח • דגשים לפי זירות פייסבוק, אינסטגרם, יו טיוב, לינקדאין
<p>הברף</p> <ul style="list-style-type: none"> • תחקיר לקוח • גיבוש ברף - איסוף ממצאים ומחקר • פיצוח ברף • דוגמאות וניתוחי מקרה בוחן
<p>קופירייטינג – כתיבה שיווקית – קריאטיב</p> <ul style="list-style-type: none"> • לחשוב בכותרות - איך אומרים הרבה בפחות? • סוגי וסגנונות תוכן • כתיבה שיווקית – עקרונות מנחים וטכניקות כתיבה (4 סגנונות כתיבה) • פיתוח החשיבה היצירתית • מפגש עם מאגרי תמונות וסרטונים חינוכיים • ברף, תחקיר לקוח, בחירת קונספט והפיתוח שלו • כתיבת תוכן מותאם זירות-מטרות-קהלים



<p>סיפור ויזואלי</p> <ul style="list-style-type: none"> • תוכן לפי זירות ומשתמשים • בניית הסיפור הוויזואלי - פירוק לפי שלבים <p>הפקת וידאו</p> <ul style="list-style-type: none"> • ליקוט חומרי גלם ויזואליים • סטוקים, מרקטס, ארכיונים • ראיון ככלי ויזואלי: הכנה לראיון, מטרת הראיון, תנאים סביבתיים, יחסים עם המראיין <p>תסריט שוטינג ליסט</p> <ul style="list-style-type: none"> • סודות התסריט • פרמוט קונספט המיתוג לכדי תסריט • יצירת שוטינג ליסט
<p>צילום סטילס + וידאו בנייד</p> <ul style="list-style-type: none"> • יסודות צילום לדיגיטל • צילום סטילס בסמארטפון - למידה + התנסות • צילום וידאו בסמארטפון - למידה + התנסות • הכל כלול: סיפור, צילום, עריכה ואפטר
<p>עיצוב תוכן ויזואלי</p> <ul style="list-style-type: none"> • עקרונות ודגשים בעיצוב דיגיטלי • עריכה בתוכנת (Adobe Premiere Rush) • התנסות מודרכת בכיתה - עיצוב תמונות וסרטונים
<p>יו טיוב – You Tube</p> <ul style="list-style-type: none"> • ערוצי תוכן ויוטיוברים • סוגי תוכן ביוטיוב • היכרות עם משתמשים • יצירה והשפעה דרך תכנים ויזואליים • הפצה וקידום של תוכן ויזואלי ברשתות החברתיות • היכרות עם כלי מדידה וקידום לקמפיינים
<p>אינסטגרם</p> <ul style="list-style-type: none"> • אינסטגרם - מאפיינים של זירה דיגיטלית-תרבותית • עקרונות האינסטגרם - דרכים ליצירת תמונה מנצחת • סטורי ככלי צילום - שימוש והתאמה של הוויזואל לפלטפורמה • היכרות עם המשתמשים • הפצה וקידום של תוכן ויזואלי ברשתות החברתיות • היכרות עם כלי מדידה וקידום לקמפיינים



<p>פייסבוק</p> <ul style="list-style-type: none"> • הגדרת מטרות לפייסבוק • ויזואל בעולם דיגיטלי - תכני וידיאו בפייסבוק • צילום מכוון לפייסבוק - היכרות עם הפלטפורמה • כתיבת תוכן ובניית סיפור בפייסבוק • הפצה וקידום של תוכן בפייסבוק • מדידה ובקרה ואיסוף מידע • עבודה בקבוצות וקהילות • ניהול שיח ברשת • ניהול מוניטין ומשברים • עבודה מול משפיענים
<p>פרסום ממומן בפייסבוק (Facebook Ads Manager)</p> <ul style="list-style-type: none"> • הגדרת מטרות ובניית קהלים ואסטרטגיה לקמפיין ממומן מכוון לקוח/עמותה • היכרות עם צורת הפרסום של פייסבוק, בניית קמפיין ב- ads manager • הקמת קמפיין מרובה קהלים ועבודה עם סוגי קמפיינים (פייס+אינסט') • הקמת קמפיינים מסוג - מיקומים, וידאו, המרות, טופס לידיים, הטמעת פיקסלים • למידה תיאורטית לצד הדגמה טכנית של הקמת 4 סוגי קמפיינים • הקמת קמפיינים מסוג - A/B טסטינג, רימרקטינג וקהלים מתקדמים • הקמת קמפיינים מסוג מסנג'ר ווטסאפ ועבודה עם canvas • פייסבוק אנליטיקס + דוחות ואופטימיזציה • מדידה ובקרה, דוחות חשובים, קהלים ואופטימיזציה • היכרות עם Business Manager
<p>לינקדאין עסקי</p> <ul style="list-style-type: none"> • לינקדאין כזירת עסקים חברתית • נטוורקינג ובניית קשרים • מיתוג אישי כמנוף למיתוג העסק/המותג • הגדרות מתקדמות בחשבון אישי ועסקי בלינקדאין • דגשי תוכן ללינקדאין לפי מטרות ומשתמשים • דיוור ממומן בלינקדאין • קידום ממומן בלינקדאין – היכרות
<p>קידום תוכן ממומן – Outbrain & Taboola</p> <ul style="list-style-type: none"> • קידום תוכן ממומן ברשת - מבוא • מאפיינים והבדלים בין המערכות • דגשי תוכן בניהול קמפיין תוכן ממומן • קרוסינג עם קמפיינים בזירות מקבילות • בקרה ומדידה וחיבור לאנליטיקס
<p>זירות מסנג'ר – פייסבוק/טוויטר/ווטסאפ</p> <ul style="list-style-type: none"> • מאפיינים והבדלים בין הזירות • קהלים ומשתמשים - מאפיינים ושימושים • דגשי תוכן לכל זירה • היכרות עם עולם הבוטים - יתרונות, שימושים, סכנות, החוק

- כל הזכויות שמורות למכללה לניו-מדיה -



<p>רשימות תפוצה – אי מייל מרקטינג</p> <ul style="list-style-type: none"> ניהול ובניית רשימת תפוצה מטרות לדיוור מייל, סוגי דיוור (אי מייל, סמס) חוק הספאם כלים לניהול והפצה של רשימות תפוצה דגשי תוכן ובניית ניוזלטר מוכוון מטרות הפצה ואוטומציה של ניוזלטרים, זמני הפצה אוטמציות, איסוף נתונים ואופטימיזציה לדיוור
<p>הכנה לעולם העבודה</p> <ul style="list-style-type: none"> עצמאות דיגיטלית - הקמת סוכנות דיגיטל עצמאית/אתר מכירה ברשת/אפליאציה - ההבדלים, דגשים מקצועיים ועסקיים, הכוונה וטיפים, אתגרים מול הזדמנויות. להיות שכיר דיגיטלי - עבודה בסוכנות/בארגון, ניהול לקוחות, ניהול ספקים/ממשקים, הכוונה תעסוקתית וטיפים לכתיבת קו"ח וראיון עבודה
<p>לכל סיום יש התחלה חדשה</p> <ul style="list-style-type: none"> זמן סיכום – הצגת פרויקטי גמר של הקבוצות דיון משותף בפורום סטודנטים, נציגי הלקוח/העמותה של כל קבוצה ושופטים אורחים זמן תעודה -- חלוקת תעודות, סיכום ותמונת סיום צידה לדרך

***** המסלול הינו הכשרת יסוד לאנשים ללא רקע המעוניינים לרכוש מקצוע בתחום השיווק והפרסום הדיגיטלי *****

מרצי התוכנית:

צוות ההוראה במסלול כולל מרצים מובילים מתעשיית הפרסום והדיגיטל בארץ, בעלי ניסיון עשיר בהדרכת התוכן המקצועי וליווי בוגרים להשתלבותם בתעשייה.

דניאל שטרית
Digital Marketing
Specialist



ליאור נויפלד
מנהל תוכן
וקריאטיב



עמית ליכטמן
יועץ לשיווק B2B
ודיגיטל



יואל דורון
מומחה ויועץ לשיווק
דיגיטלי



תום דיבון
"אינסטגרמר" וחוקר
תרבות דיגיטלית



עפר זיו
פיתוח וניהול
אתרים בוורדפרס



אנידור חקק
אופטימיזציה למנועי
חיפוש (SEO)



עופר אלוני
שיווק ויזואלי, וידאו
וצילום בדיגיטל



**תאיר מיטרני
קסלר**
מיתוג אישי וקידום
ברשתות חברתיות



**** ייתכנו שינויים בתכני / מרצי הקורס ****

צור קשר לקבלת ייעוץ לימודים אישי ותתחיל קריירה מבטיחה!

- כל הזכויות שמורות למכללה לניו-מדיה -