

אישור הפעלה ומידע לאזרח

תאריך: ד' בטבת תשפ"ו / 24 בדצמבר 2025

מס' אישור הפעלה: 5115/25

תחום K: ניהול, שיווק ופיננסים (08)

אשכול K04: שיווק דיגיטלי

קבוצה K0401: ניהול קמפיינים ומדיה חברתית

מגמת לימוד 8223: ניהול קמפיינים דיגיטליים

משלח היד 2431-007: מנהל שיווק דיגיטלי

חתך: ירוק

הכשרה למקצוע / מסלול 40: הכשרות מקצועיות

מינימום 120 שעות לימוד

1	אודות המקצוע
מנהל קמפיינים דיגיטליים הוא הדמות המקצועית האחראית על תכנון, ניהול ואופטימיזציה של פרסום ממומן בפלטפורמות דיגיטליות מרכזיות, כגון Meta Ads ו-Google Ads. תפקידו המרכזי הוא השגת יעדים עסקיים מוגדרים, לרבות הגדלת מכירות, גיוס לידים או שיפור מודעות למותג.	

2	תנאי קבלה
ועדת קבלה - באחריות מוסדות ההכשרה לקיים תהליך קליטה ומיון למועמדים בהתאם לקריטריונים ותנאי הסף של מגמות הלימוד, לרבות ביצוע מבחני כניסה, ראיון אישי ותיאום ציפיות עם המועמד וזאת על מנת לוודא התאמה מיטבית להכשרה.	

כשירות בעל המקצוע

3

1. ידע:

- ✓ עקרונות השיווק והפרסום הדיגיטלי
- ✓ מערכות הפרסום המרכזיות
- ✓ שליטה גבוהה בשיטות לבניית אסטרטגיית פרסום מבוססת נתונים
- ✓ הבנה מעמיקה בכלי אנליטיקה ומדידה מתקדמים
- ✓ הבנה בסיסית ביצירת קריאייטיב ותוכן
- ✓ יסודות דפי נחיתה וחווית משתמש (UX/UI)
- ✓ ניהול תקציבים ובקרת ROI
- ✓ מדיניות, אתיקה ורגולציה בתחום הפרסום הדיגיטלי

2. מיומנויות:

- ✓ תכנון והקמת קמפיינים ממומנים בפלטפורמות דיגיטליות שונות
- ✓ תכנון והטמעת תשתיות מדידה ושימוש מעשי בכלי אוטומציה ובינה מלאכותית (AI)
- ✓ ניתוח נתונים וביצוע אופטימיזציה שוטפת לצורך הקטנת עלויות והגדלת החזר ההשקעה (ROI)
- ✓ תרגום נתונים לתובנות אופרטיביות
- ✓ קבלת החלטות תקציביות ופרסומיות
- ✓ ניהול תקציב פרסום והקצאת משאבים בין ערוצים
- ✓ תיאום ועבודה בצוות רב-תחומי
- ✓ תקשורת בין-אישית, שירותיות ויכולת הצגת תובנות מקצועיות ללקוחות או מנהלים
- ✓ למידה עצמית גבוהה והסתגלות לשינויים טכנולוגיים תכופים

3. אחריות ואוטונומיה:

א. אחריות:

- ✓ התאמה, תכנון ויישום של אסטרטגיה שיווקית לעסק
- ✓ אחריות כספית בהשגת התשואה הגבוהה ביותר על ההשקעה (ROI) עבור תקציבי הפרסום
- ✓ תכנון והכנת תשתית מדידה ואנליטיקה לצורך ניתוח נתונים מדויק ותקף
- ✓ למידה מתמדת והתעדכנות טכנולוגית לשמירה על רמה מקצועית גבוהה ורלוונטיות לשוק העבודה
- ✓ דיווח תקופתי ושוטף לגורמי ניהול בכירים או ללקוחות

ב. אוטונומיה:

- ✓ קבלת החלטות תקציביות ופרסומיות מבוססות נתונים
- ✓ ניהול הקמפיין על כל שלביו החל מחקר שוק ועד להצגת תובנות והמלצות להמשך
- ✓ אחריות כספית בהשגת התשואה הגבוהה ביותר על ההשקעה (ROI) עבור תקציבי הפרסום
- ✓ תכנון והכנת תשתית מדידה ואנליטיקה לצורך ניתוח נתונים מדויק ותקף
- ✓ ניהול לקוח, סיכום תהליך העבודה, תמחור והצעת ערך, ותקשורת שוטפת עם הלקוח/מנהל
- ✓ לעיתים תחת ביקורת ומעקב של מנהל הפרויקט

4. אפשרויות תעסוקה:

כשכיר:

- ✓ משרדי פרסום דיגיטליים ומדיה
- ✓ חברות שיווק ומיתוג
- ✓ מחלקות שיווק פנים - ארגוניות
- ✓ חברות וסטרט-אפ
- ✓ עמותות, מוסדות ציבור וגופים ממשלתיים

כעצמאי:

- ✓ מתן שירותי ניהול קמפיינים וייעוץ ללקוחות
- ✓ בניית סוכנות דיגיטלית

5. אופק קידום מקצועי:

- ✓ תפקידי ניהול בכירים כגון מנהל שיווק ראשי
- ✓ יועץ בתחום השיווק הדיגיטלי
- ✓ מרצה בתחום השיווק הדיגיטלי
- ✓ התמחות בנישה ספציפית בעולם השיווק הדיגיטלי
- ✓ בעל סוכנות פרסום ושיווק דיגיטלית

מבנה כללי של התוכנית ומקצועות הלימוד העיקריים

4

פירוט מקצועות/נושאים	הערות
מקצועות תשתית	
1. יסודות השיווק והפרסום הדיגיטלי	
תורת המקצוע - ליבה	
2. תכנון ואסטרטגיית קמפיינים	
3. ניהול קמפיינים במערכת Meta Ads	
4. TikTok Ads ומערכות פרסום נוספות	
5. ניהול קמפיינים במערכת Google Ads	
6. בניית משפכים שיווקיים ומסעות לקוח	
7. יצירת קראייטיב למודעות ממומנות ושימוש בכלי AI	
8. ניתוח נתונים ובקרת ביצועים	
9. אופטימיזציה ו-Scaling לקמפיינים	
10. ניהול תקציבים ובקרת ROI	
11. אוטומציות שיווקיות	
12. פרויקט גמר	הנחיות לפרויקט גמר - ראה נספח ב'
כישורי עבודה ולמידה	
13. אתיקה מקצועית בעולם הפרסום הדיגיטלי	
14. הכנה להשתלבות בעולם העבודה	
15. שירות נגיש לאנשים עם מוגבלות	שעתיים למידה עצמית - קורס מקוון של קמפוס IL. (ללא עלות), קישור: כלים לשירות נגיש לאנשים עם מוגבלות
16. מניעת הטרדה מינית במקום העבודה	שעה למידה עצמית - קורס מקוון של קמפוס IL. (ללא עלות), קישור: מניעת הטרדה מינית במקום העבודה
מינימום 120 שעות הכשרה	

היחידה לפיתוח תכניות לימודים

| www.gov.il | employment.labor.gov.il | אתר ממשל זמין -

רח' הצבי 15, ירושלים | טלפון: 074-7696581 | פקס: 074-7502732

בחינות גמר ותעודות	4
בחינות חיצוניות: פרויקט גמר: ניהול קמפיינים דיגיטליים, סעיף 1-11, ציון עובר - 70 בחינות פנימיות: ייתכן ציון עבר/לא עבר בכל המקצועות הנלמדים. הערה: ציון עבר הינו <u>תנאי</u> לקבלת תעודת הגמר	בחינות
תעודת גמר: ניהול קמפיינים דיגיטליים	תעודות

הערות

1. מגמה זו הינה חדשה ומחליפה את מגמה 8151 "ניהול קמפיינים ממומנים" א.ה. 4399/24.
2. תוקף אישור הפעלה זה החל מ- 01 בינואר 2026.
3. על התלמידים להדפיס את תעודות הסיום של לימודיהם המקוונים במקצועות: שירות נגיש לאנשים עם מוגבלות, מניעת הטרדה מינית במקום העבודה ולהביא עותק מהתעודות למכללות שישמר בתיק הקורס.
4. קישור לפרופיל מורים ותקן סדנה - [פרופיל מורים למגמות בתחום ניהול, שיווק ופיננסים](#)
5. תכני לימוד מומלצים - ראה נספח א'.
6. הנחיות לפרויקט גמר - ראה נספח ב'.

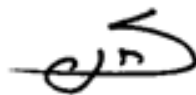
היחידה לפיתוח תכניות לימודים

www.gov.il | אתר ממשל זמין - employment.labor.gov.il

רח' הצבי 15, ירושלים | טלפון: 074-7696581 | פקס: 074-7502732

העזרת דיקטיות

1. על המורה לשלב בתוכנית הלימודים עדכונים והתפתחויות טכנולוגיות עתיות מתוך התעשייה (כלי AI, עדכוני פלטפורמות וכדומה), כדי להבטיח שהידע הנלמד יהיה רלוונטי ביותר לשוק העבודה המשתנה. יחד עם זאת, חל איסור לגרוע נושא לימוד שלם או לפגוע במהות התכנים המופיעים בתוכנית שאושרה.
2. ניתן לעשות שינויים פנימיים בתוכנית הלימודים בהיקף של עד 10% מבלי לגרוע מקצוע לימוד שלם ובאישור הפקוח המקצועי.
3. כל האמור במסמך זה מתייחס לשני המינים.
4. ייתכנו שינויים במערכת שעות או בפרטי המקצוע, המהדורה האחרונה כפי שמאושרת בעת פתיחת הקורס היא הגרסה הקובעת.



חני זוהר

מנהלת היחידה לפיתוח תכניות לימודים
מינהל הכשרות מקצועיות ופיתוח כח אדם

5115/25

נספחים

נספח א' - פירוט תכני הלימוד

(למעט נושאי הלימוד ללמידה מקוונת עצמאית סעיפים 15-16)

הערות	שעות לימוד				פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	למידה עצמית	מעשי	עיוני	
	(14)	(0)	(6)	(8)	מקצועות תשתית
מטרתו העיקרית של פרק "מקצועות תשתית" היא להניח את היסודות התיאורטיים והאסטרטגיים ולספק שפה מקצועית משותפת	(14)	(0)	(6)	(8)	1. יסודות השיווק והפרסום הדיגיטלי
✓ עולם המדיה הדיגיטלית וסוגי המודלים העסקיים הרלוונטיים ✓ תעשיית הפרסום בישראל ובעולם ✓ סוגי הקמפיינים העיקריים ✓ אסטרטגיה עסקית ותכנון קמפיין ✓ תפקידי מפתח בסוכנות פרסום ובמחלקת פרסום בארגון					1.1. הכרת עולם השיווק והפרסום הדיגיטלי
✓ כגון: SEO, SEM, PPC, CPA, ROAS ועוד ✓ כלל מומלץ לשלב את המינוחים הלועזיים לצד המושגים בעברית לצורך יצירת שפה שיווקית בינלאומית					1.2. מילון מושגים
✓ שיטות מחקר דיגיטליות לחקר מתחרים וקהלי יעד ✓ יצירת פרסונות וביצוע ניתוח התנהגויות צרכניות לצורך תכנון קמפיינים מדויקים ✓ כלים אנליטיים למחקר: שימוש מעשי בכלי AI (בינה מלאכותית) וב-Google Trends לצורך מחקר ואפיון					1.3. מחקר שוק, ניתוח מתחרים ואפיון קהלים

היחידה לפיתוח תכניות לימודים

| www.gov.il | employment.labor.gov.il | אתר ממשל זמין -

רח' הצבי 15, ירושלים | טלפון: 074-7696581 | פקס: 074-7502732

הערות	שעות לימוד				פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	למידה עצמית	מעשי	עיוני	
✓ ניתוח מסע הלקוח מחשיפה למודעות (Awareness) ועד להשלמת רכישה (Conversion) ✓ זיהוי נקודות מגע הדיגיטליות קריטיות (Touchpoints) של הלקוח עם המותג לאורך המשפך ✓ תכנון אסטרטגיית תוכן והמסרים הפרסומיים הנדרשים לכל שלב במשפך: , (Top of Funnel) TOFU , (Middle of Funnel) MOFU , (Middle Bottom of Funnel) BOFU ✓ זיהוי חסמים והזדמנויות לשיפור יחסי ההמרה (CRO Conversion Rate Optimization)					1.4. ניתוח מסע לקוח (Customer Journey)
✓ הגדרת מטרות עסקיות לקמפיינים ✓ חישוב וניתוח מדדי ביצוע מרכזיים (KPI's) ✓ קבלת החלטות תקציביות מבוססות נתונים ✓ קבלת החלטות תקציביות ופרסומיות ✓ גיבוש יעדים (SMART Goals) סופיים ומדידים התואמים את האסטרטגיה השיווקית הדיגיטלית הכוללת					1.5. הגדרת מטרות ומדדים עסקיים (KPI's)
	(132)	(0)	(74)	(58)	מקצועות ליבה
✓ יסודות הפרסום הדיגיטלי הממומן ✓ בניית תוכנית מדיה רב - ערוצית ✓ חלוקת תקציב מושכלת בין ערוצים השונים	14	0	6	8	2. תכנון אסטרטגיית קמפיינים

הערות	שעות לימוד				פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	למידה עצמית	מעשי	עיוני	
✓ התאמת המסרים והקריאייטיב לכל שלב במסע הלקוח, תוך שימוש בעקרונות כתיבה שיווקית (Copywriting) ✓ הטמעת שיטות מדידה, בקרה תקציבית וניהול סיכונים, להבטחת החזר השקעה ROI (Return Of Investment) מקסימאלי ✓ גיבוש יעדים סופיים ומדידים התואמים את התקציב ונקודת המוצא השיווקית					
✓ הקמה מעשית של קמפיינים ממומנים במערכת Meta Ads, כולל תכנון והגדרת מטרות, יעדים וקהלים מותאמים ✓ בניית סוגי קמפיינים שונים ושליטה בכל פורמט המודעות הזמינים ✓ התקנת פיקסלים וביצוע מעקב המרות מדויק ✓ ניהול אפקטיבי של קהלים מתקדמים, כגון: Remarketing ו-Lookalike ✓ ניתוח ביצועים והסקת מסקנות מעשיות לשיפור מתמיד של תוצאות הקמפיין	24	0	16	8	3. ניהול קמפיינים במערכת Meta Ads
✓ היכרות עם מערכת הפרסום של TikTok Ads, כולל מודלי קמפיין, אפשרויות מיקוד ובחירת פורמטים ✓ לימוד עקרונות בבניית Storytelling קצרים ואפקטיביים ✓ שימוש נכון בתוכן משתמשים UGC (User Generated Content) והבנת	12	0	8	4	4. TikTok Ads ומערכות פרסום נוספות

היחידה לפיתוח תכניות לימודים

| www.gov.il | אתר ממשל זמין - employment.labor.gov.il

רח' הצבי 15, ירושלים | טלפון: 074-7696581 | פקס: 074-7502732

הערות	שעות לימוד				פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	למידה עצמית	מעשי	עיוני	
תרבות הקהילה הייחודית של TikTok לצורך מקסום מעורבות ✓ יצירה וניהול של מודעות וידאו ממומנות המותאמות לדרישות הפלטפורמה ✓ היכרות בסיסית עם מערכות הפרסום של Outbrain/LinkedIn/Taboola ✓ יתרונות, חסרונות, מטרות וסוגי תוכן					
✓ הקמה וניהול קמפיינים ממומנים מתקדמים מסוג Search (חיפוש), Display (רשת המדיה), YouTube ו- Performance Max ✓ ניתוח ובניית ביטויים רלוונטיים (Keywords) וניהול מבנה קבוצות מודעות ✓ פיתוח קריאייטיב מגוון : יצירת מודעות טקסט, באנרים (Display Ads) ווידאו מותאמות ערוץ ✓ הגדרת קמפיינים בינלאומיים, היכרות עם מדיניות הפרסום של גוגל ואסטרטגיות אופטימיזציה תקציבית (Bidding Strategies)	24	0	8	16	5. ניהול קמפיינים במערכת Google Ads
✓ <u>תכנון ויישום</u> משפך שיווקי מקיף הכולל את כל השלבים (TOFU, MOFU, BOFU), הממוקד ביעדי המכירה ✓ בניית מסלול תכנים והתאמת המסרים השיווקיים לכל שלב במסע הלקוח, תוך התחשבות בנקודות המגע הרלוונטיות	10	0	4	6	6. בניית משפכים שיווקיים ומסעות לקוח

היחידה לפיתוח תכניות לימודים

| employment.labor.gov.il אתר ממשל זמין - www.gov.il

רח' הצבי 15, ירושלים | טלפון: 074-7696581 | פקס: 074-7502732

הערות	שעות לימוד				פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	למידה עצמית	מעשי	עיוני	
✓ הגדרת מדדים ספציפיים ורלוונטיים (KPIs) לכל שלב במשפך, לצורך מדידה ובקרה אפקטיבית של הביצועים ✓ ניתוח תהליכי מכירה קיימים ושימור לקוחות חוזרים (כולל Cross-Upsell ו-Sell) ✓ תכנון משפכים מתקדמים עם אוטומציות נוספות					
✓ עקרונות הליבה של קריאייטיב אפקטיבי ומונע-המרה ✓ בניית סטוריטלינג (Storytelling), ניסוח כותרות "חזקות", והטמעת הנעה לפעולה (CTA) ברורה ✓ שימוש מעשי בכלי AI, כגון: Canva ו-CapCut, לצורך הפקה מהירה ואיכותית של חומרי פרסום ✓ תרגול מעשי ביצירת מודעות מילוליות, ויזואליות ווידאו	10	0	6	4	7. יצירת קריאייטיב למודעות ממומנות ושימוש בכלי AI
✓ היכרות מעמיקה ועבודה מעשית עם Google Analytics 4 (GA4) וכלים נוספים לאיסוף ומדידת נתונים ✓ איסוף וניתוח נתונים וזיהוי התנהגויות משתמשים באתר ובדפי הנחיתה ✓ הטמעת מדדי הצלחה (KPIs) מרכזיים ובדיקת התאמתם ליעדים העסקיים ✓ שימוש מעשי בדשבורדים ובכלי BI כדוגמת Looker Studio, לצורך ניתוח עומק והצגת ביצועי הקמפיין באופן חזותי ומקצועי	10	0	6	4	8. ניתוח נתונים ובקרת ביצועים

הערות	שעות לימוד				פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	למידה עצמית	מעשי	עיוני	
✓ תרגום הנתונים המנותחים לתובנות מעשיות (Insights) והמלצות להמשך הפעילות					
✓ אופטימיזציה מונעת-נתונים: ניתוח נתונים והסקת מסקנות מעשיות לצורך הקטנת עלויות והגדלת החזר ההשקעה (ROI) ✓ בקרת איכות ובדיקות: שימוש בשיטת A/B Testing (בדיקות מפוצלות) לבחינת גרסאות שונות של מודעות ודפי נחיתה ✓ ביצוע אופטימיזציה מתמדת של תוכן וקריאייטיב (מודעות וידאו, טקסט ובאנרים) ✓ Scaling אסטרטגי: ביצוע Scaling אופקי ואנכי לקמפיינים, להגדלת היקף הפעילות מבלי לפגוע ביעילות וברווחיות ✓ שימוש בכלי AI ואוטומציות לשיפור ביצועי הקמפיין (כגון: Performance Max, Smart Bidding)	6	0	4	2	9. אופטימיזציה ו-Scaling לקמפיינים
✓ ניהול לידיים ותקציבים במערכות שונות, תוך ביצוע מעקב שוטף אחר עלות לליד (CPL) ועלות למכירה (CPA) ✓ תכנון תקציב פרסום חודשי ויצירת דוחות ROI מפורטים ✓ ביצוע סימולציה של חלוקת תקציב בין ערוצים שונים לצורך מקסום ההחזר על ההשקעה	8	0	4	4	10. ניהול תקציבים ובקרת ROI

היחידה לפיתוח תכניות לימודים

| www.gov.il | אתר ממשל זמין - employment.labor.gov.il

רח' הצבי 15, ירושלים | טלפון: 074-7696581 | פקס: 074-7502732

הערות	שעות לימוד				פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	למידה עצמית	מעשי	עיוני	
✓ ניהול פיננסי: ניהול סיכונים ובקרת ROI לשמירה על יציבות ורווחיות הקמפיינים					
✓ יסודות האוטומציה השיווקית ומושגים מרכזיים, כגון : לידים, טריגרים, משפכי שיווק, מסע לקוח, ניטור מדדי ביצוע מרכזיים (KPIs) היכרות מעשית ובניית תרחישי אוטומציה מותאמים לקמפיינים באמצעות כלי אוטומציה, כדוגמת Make	4	0	2	2	11. אוטומציות שיווקיות
✓ תכנון רצף אוטומטי מלא, כולל התאמת מסרים לתקשורת עם לקוחות					
✓ היכרות עם פלטפורמות מסרים מתקדמות, כדוגמת WhatsApp Green API					
✓ שימוש בכלי AI (בתוך GA4 או כלים חיצוניים) לזיהוי חריגים (Anomalies) בביצועי הקמפיין					
ראה הנחיות לפרויקט גמר – נספח ב'	10	0	10	0	12. פרויקט גמר
	(11)	(3)	(8)	(0)	כישורי עבודה ולמידה
✓ היכרות מעמיקה עם מדיניות הפרסום והכללים של הפלטפורמות הגדולות (כגון: Google Ads ו-Meta Ads)	2	0	2	0	13. אתיקה מקצועית בעולם הפרסום הדיגיטלי
✓ אתיקה מקצועית ונושאי רגולציה מרכזיים, לרבות הגבלות פרסום בחוק הישראלי (כגון פרסום לילדים, פרסום תחומים אסורים ועוד)					

הערות	שעות לימוד				פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	למידה עצמית	מעשי	עיוני	
✓ הגנת פרטיות (GDPR/CCPA): הבנת עקרונות הגנת הפרטיות ואופן הטיפול בנתוני משתמשים (Data Privacy) בעידן הדיגיטלי ✓ שקיפות ואמינות בתוכן המודעות, הימנעות מהטעיה ושימוש נאות בכלי איסוף נתונים ✓ דרישות הנגישות הדיגיטלית (כפי שנדרש בחוק) והטמעתן בחומרי פרסום ובדפי נחיתה					
מיומנויות קריירה והכנה לתעסוקה: ✓ בניית תיק עבודות דיגיטלי ופיתוח פרופיל LinkedIn מקצועי ✓ הכנה לראיון עבודה מקצועי ✓ טיפים לעבודה בסוכנות או להקמת סוכנות דיגיטלית עצמאית ✓ פיתוח חוסן אישי וכלים להצלחה ✓ כלים מעשיים לחשיבה חיובית, מיקוד מטרות, וניהול זמן ואנרגיה ✓ פיתוח משמעת עצמית והתמודדות עם אתגרים ✓ איזון בריא בין קריירה, משפחה והתפתחות אישית	2	0	2	0	14. הכנה להשתלבות בעולם העבודה
יילמד באופן סדנאי	2	0	2	0	15. אתיקה מקצועית בעולם הפרסום הדיגיטלי
יילמד באופן סדנאי	2	0	2	0	16. הכנה להשתלבות בעולם העבודה
למידה עצמית - קורס מקוון של קמפוס IL. (ללא עלות). קישור: כלים לשירות נגיש לאנשים עם מוגבלות	2	2	0	0	17. שירות נגיש לאנשים עם מוגבלות

היחידה לפיתוח תכניות לימודים

| www.gov.il | אתר ממשל זמין - employment.labor.gov.il

רח' הצבי 15, ירושלים | טלפון: 074-7696581 | פקס: 074-7502732

הערות	שעות לימוד				פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	למידה עצמית	מעשי	עיוני	
למידה עצמית- קורס מקוון של קמפוס IL. (ללא עלות), קישור: מניעת הטרדה מינית במקום העבודה	1	1	0	0	18. מניעת הטרדה מינית במקום העבודה
לא כולל שעות למידה עצמית	154	0	88	66	סה"כ שעות ההכשרה במוסד הלימודים
כולל שעות למידה עצמית	157	3	88	66	סה"כ שעות ההכשרה

נספח ב' - הנחיות לפרויקט גמר

מטרת הפרויקט

יישום מעשי ומקיף של הידע והכלים שנרכשו במסגרת תוכנית הלימודים בניהול קמפיינים דיגיטליים, תוך הפגנת חשיבה אסטרטגית, יכולת ניתוח, תכנון, הפעלה, אופטימיזציה ומדידה של קמפיין דיגיטלי ממומן.

הערות פדגוגיות ומקצועיות

- ✓ מקוריות ואותנטיות - הפרויקט צריך להיות פרי יצירתו ודמיונו האותנטי של הסטודנט, כאשר המטרה היא למצוא פתרון ייחודי ומנומק לבעיה מורכבת.
- ✓ "האתגר" - יש לבחור נושא מאתגר, מורכב ובעל פוטנציאל עשיר מבחינה ויזואלית, מחשבתי ואסטרטגית, המצריך עבודת עומק ניכרת.
- ✓ AI ככלי עזר - השימוש בבינה מלאכותית (AI) מותר ומקובל ככלי עזר בלבד. לדוגמה: יצירת וריאציות קריאייטיב, שיפור ניסוחים או חיפוש השראה' אין להסתמך על AI לצורך ניסוח הרעיון האסטרטגי המרכזי, ניתוח הנתונים או קבלת ההחלטות הקריטיות הנוגעות ל KPI's ותקציבים. הפרויקט צריך לשקף חשיבה אנושית עצמאית ומושכלת.
- ✓ אחריות חברתית ואתיקה מקצועית - יש לבחור נושא מכבד בעל השפעה חיובית, ניטרלית או מקדמת בלבד.
- ✓ איסור מוחלט על פגיעה - אין לבחור, בשום אופן, נושא או קמפיין שעלולים לפגוע, להשפיל, להפלות לרעה, להדיר או לעודד שיח שלילי ואלים כנגד ציבור, קבוצה או אדם כלשהם.

יעדי הפרויקט

- ✓ ניתוח מעמיק: ביצוע מחקר שוק ומתחרים מקיף, והגדרת קהל יעד ומסרים שיווקיים (B2C/B2B/B2G)
- ✓ בניית אסטרטגיה Data-Driven: גיבוש אסטרטגיה שיווקית דיגיטלית כוללת, המבוססת על נתונים והגדרות SMART Goals ותקציב
- ✓ תכנון והקמת תשתיות מדידה: תכנון משפך השיווק הדיגיטלי, הכנת דפי נחיתה והגדרת עקרונות בכתיבה שיווקית (AIDA) והכנת תשתית אנליטיקה (ROI & GTM, GA4, KPI)
- ✓ הקמה וניהול קמפיינים: הקמה וניהול קמפיינים בפלטפורמות רלוונטיות (Meta Ads ו-Google Ads) בהתאם למטרות

- ✓ אופטימיזציה ושימוש ב-AI: ביצוע אופטימיזציה שוטפת, שימוש בכלי אוטומציה ובינה מלאכותית (Performance Max, Smart Bidding, כלי AI ליצירת קריאייטיב/תוכן)
- ✓ מדידה והצגת תובנות: ניתוח ביצועים באמצעות כלי אנליטיקה ו-BI (GA4, Looker Studio) ובניית דוחות מקיפים ללקוח עם מדדי ביצוע מרכזיים (KPIs).

מבנה הדו"ח

מס'	שם הפרק	פירוט
1	מבוא	תיאור קצר של הלקוח/העסק, הרקע והצורך העסקי, הצגת מטרת ויעדי הפרויקט
2	ניתוח ואסטרטגיה	מחקר שוק, מתחרים, הגדרת קהל יעד ומסרים (B2C/B2B/B2G), ניתוח נקודת המוצא השיווקית, הגדרת יעדים (SMART Goals) ותקציב, אסטרטגיה דיגיטלית מונעת-נתונים (Data-Driven)
3	תכנון תשתית והכנה	תכנון משפך שיווקי, אפיון דפי נחיתה (עקרונות, מבנה), תכנון עקרונות בכתיבה שיווקית, תכנון מערך אנליטיקה ומדידה (KPI & ROI) והטמעה (GTM, GA4)
4	תכנון והקמת קמפיינים	תכנון מבנה הקמפיינים: פלטפורמות (Google Ads, Meta Ads) סוגי קמפיינים (Search, Display, PMAx) וכול' ובניית קהלים ומיקוד (GEO)
5	ביצוע ואופטימיזציה	תיאור שלבי ההקמה והביצוע, תהליכי אופטימיזציה שבוצעו בפועל, שימוש בכלי AI ובאוטומציות, ניהול לידים (CRM, SLA) ואינטגרציות
6	תוצאות, ניתוח ומסקנות	הצגת ביצועי הקמפיין (דשבורד/דוחות), ניתוח עומק של הנתונים, הצגת תובנות (Insights) והמלצות להמשך
7	ניהול לקוח ומיתוג אישי	סיכום תהליך העבודה, תמחור והצעת ערך, תקשורת וניהול לקוחות
8	נספחים	חומרי קריאייטיב, דפי נחיתה, צילומי מסך מהמערכות, Google Ads, Meta Ads, דוחות ביצועים (Looker Studio)

תוצרים נלווים לפרזנטציה

1. מסמך פרויקט גמר מלא (הדו"ח הכתוב)
2. מצגת הגנה/פרזנטציה
3. דשבורד ביצועים דיגיטלי (Looker Studio או כלי BI אחר) המציג את המדדים המרכזיים
4. תיקיית נספחים דיגיטלית (חומרי גלם, צילומי מסך מערכות)

אופן הגשת הפרויקט

- ✓ הגשת הפרויקט הכתוב: יוגש בפורמט דיגיטלי (PDF/Word)
- ✓ הגנת הפרויקט (פרזנטציה): הצגה פרונטלית של עיקרי הפרויקט (כ-20-15 דקות)
- ✓ בחינה בעל-פה: מענה על שאלות הועדה בנוגע לתכנון, יישום ושיקולים מקצועיים

דוגמאות ל"אתגרים" – נושאים לקמפיינים דיגיטליים, אופציונליים, לביצוע פרויקט הגמר

- ✓ הנחיות לאורח חיים בריא – תמריצים לקהל יעד לאמץ אורח חיים בריא הכולל פעילות גופנית אורח ותזונה מאוזנת.
- ✓ מיתוג אישי – הצגת דמות ציבורית, או בעל עסק באופן מקצועי לציבור הרחב.
- ✓ מחקר למען סביבה ירוקה וקיימות – עידוד שינוי התנהגות סביבתית, לדוגמה הפחתת ייצור פסולת, מיחזור וצריכה נבונה, הגברת השימוש בתחבורה ציבורית ועוד...
- ✓ חיזוק ערכים חינוכיים בקרב בני נוער – לדוגמה, סובלנות, קבלת האחר, אחריות חברתית, אכפתיות ועוד...
- ✓ עידוד תרומות לארגוני צדקה וחסד – בעיקר בתקופות של משברים (מגפות, מלחמות), חגים וכדו'...
- ✓ הגברת המודעות לזהירות בדרכים -עידוד נהיגה זהירה ואדיבה למניעת תאונות דרכים...
- ✓ קידום קניות אונליין בתקופות של מכירות, כמו BLACK FRIDAY
- ✓ עידוד ספורט אתגרי – כמו טיפוס הרים, גלישת רוח, סנפלינג ועוד...
- ✓ מכירת קורסים דיגיטליים – להסבה מקצועית לבני +50
- ✓ נושא דמיוני כמו: "קבוצת מטיילים לירח", "פתיחת מלון מתחת למים", "מנהרת הזמן", "שיקוי נעורים" ועוד...

ב ה צ ל ח ה !