



כ' בחשון תשפ"ב
 26 באוקטובר 2021
 מס' אישור: 4398/21

אישור הפעלת מגמת לימוד

הנני לאשר את הפעלת מגמת הלימוד המפורטת להלן:

מסלול:	מסגרת:	מגמת הלימוד:	ענף:
הכשרה במימון המדינה (01) הכשרה במימון עצמי (27)	מבוגרים	ניהול ושיווק מדיה חברתית סמל מגמה: 8150	ניהול, שיווק ופיננסים (08)

שעות עיוני: 36

משך הקורס:

שעות מעשי: 88

סה"כ שעות: 124

הערות	שעות לימוד			פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	מעשי	עיוני	
	(20)	(8)	(12)	שלב א' - יחידת הבסיס
¹ ראה נספח א'	12	--	12	1. מבוא לשיווק ופרסום ¹ 1.1. אסטרטגיה שיווקית 1.2. מילון מושגים ומונחים בעולם השיווק הדיגיטלי 1.3. מאפייני השיווק בעידן הדיגיטלי 1.4. משפך השיווק הדיגיטלי 1.5. עקרונות בבניית דפי נחיתה 1.6. עקרונות בכתיבה שיווקית 1.7. מערכת השיווק והפרסום ב-Google 1.8. פלטפורמות מובילות במדיה חברתית 1.9. כלים נוספים לשיווק דיגיטלי
	8	8	--	2. כישורי עבודה ולמידה 2.1. קורות חיים, ניתוח אישי, סימולציות ראיונות, נאום הצגה עצמית



הערות	שעות לימוד			פירוט מקצועות/נושאים
	סה"כ	מעשי	עיוני	
				2.2 שלבי הקמת עסק עצמאי, התנהלות פיננסית נבונה התנהלות מול מוסדות ובנקים 2.3 תמחור והגשת הצעת מחיר, עבודה מול לקוחות
	(104)	(80)	(24)	שלב ב' - התמחות
2 בריף לקוח, אסטרטגיה מול טקטיקה, בניית יעדי KPI תוכן כתוב, עריכת תמונות וסרטונים Facebook, YouTube, Instagram, TikTok ³ 4 קמפיין מעורבות, קמפיין תנועה, קמפיין לידים, פיקסל המרות, קמפיין המרות 5 פרויקט גמר על סעיף 3	84	60	24	3. ניהול ושיווק מדיה חברתית 3.1 תפקיד מנהל המדיה החברתית 3.2 תכנון אסטרטגיית שיווקית לרשתות חברתיות, ניתוח צרכנים ומתחרים ² 3.3 בניית אסטרטגיית תוכן (תמהיל / גאנט / תקצוב) 3.4 כתיבה שיווקית 3.5 יצירת תוכן וקראטיב 3.6 בניית רשת חברים, אינטראקציה עם גולשים 3.7 בניית בלוג, פרסום ופוסטים 3.8 ניהול תוכן לפי זירות ³ 3.9 קידום תוכן אורגני של רשתות חברתיות 3.10 כלי מדידה ואופטימיזציה לניהול קמפיינים 3.11 ניהול משברים 3.12 שיווק באמצעות משפיעים 3.13 קידום ממומן Facebook - Instagram ⁴ 3.14 אתיקה, זכויות יוצרים והיבטים משפטיים 3.15 הפקת דוחות ללקוח 3.16 סדנת העשרה והרחבה לבחירת המרצה 4 פרויקט גמר ⁵
	124	88	36	סה"כ שעות



דרישות כניסה:

1. 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 ע"מ לוודא התאמה מיטבית להכשרה.

בחינות גמר:

בחינות גמר פנימיות:

1. בחינה עיונית: מבוא לשיווק ופרסום, סעיף 1, ציון עובר- 60.
2. פרויקט גמר: ניהול ושיווק מדיה חברתית, סעיף 3, ציון עובר- 70.

תעודות:

1. תעודת גמר: ניהול ושיווק מדיה חברתית.

הערות:

1. מגמה זו מחליפה את מגמה 3516 (אישור הפעלה 4185/20) והוחזרה לענף ניהול, שיווק ופיננסים.
2. תוקף אישור הפעלה זה מייד, מ- 26 באוקטובר 2021. (אין שינוי בתכנים מלבד העברתה לענף 8).
3. תעודת הגמר תינתן רק למי שעומד/ת בבחינות גמר פנימיות.
4. פטור מלימודי יחידת הבסיס יינתן למועמד/ת שיש בידו/ה תעודת גמר הכוללת את יחידת הבסיס.
5. פירוט מקצועות הלימוד לשלב א', יחידת הבסיס "מבוא לשיווק ופרסום"- ר' נספח א'.

חני זוהר

מנהלת היחידה לפיתוח תכניות לימודים

4398/21



נספח א' – פירוט מקצועות הלימוד יחידת הבסיס חלק א' - תורת המקצוע

מטרות והערות	מקצוע הלימוד/נושא	מס'
"סל תועלות" ללקוח, מיתוג ובידול, תמהיל שיווקי, התנהגות צרכנים.	מבוא לשיווק ופרסום	.1
פילוח שוק, תמחור, לוגיסטיקה, פרסום ושיווק, תפעול מערך מכירות. ניתוח SWOT	אסטרטגיה שיווקית	.1.1
מונחים מקצועיים מתוך "שפת הדיגיטל", במטרה ל"יישר קו" עם אוכלוסיית התלמידים ההטרוגנית, ועל מנת להקל על הסברי התכנים במהלך הקורס	מילון מושגים ומונחים בעולם השיווק הדיגיטלי	.1.2
ההבדלים בין השיווק המסורתי לשיווק הדיגיטאלי, מאפייני דור ה Z ופער הדורות	מאפייני השיווק בעידן הדיגיטלי	.1.3
מטרות המשפך השיווקי, מבנה המשפך השיווקי, משפך שיווקי עוצמתי	משפך השיווק הדיגיטלי	.1.4
מטרת דפי הנחיתה, מסר ישיר וברור, הצגת יתרונות, הצגת הטבות, הנעה לפעולה, מבנה הדף ונראות	עקרונות בבניית דפי נחיתה	.1.5
כתיבת תוכן והצגה ויזואלית	עקרונות בכתיבה שיווקית	.1.6
אלגוריתם של Google, ציון איכות, מנוע החיפוש, הקמת קמפיין, עקרונות לקידום אורגני, קידום ממומן.	מערכת השיווק והפרסום ב-Google	.1.7
חשיבות הפרסום במדיות החברתיות, בחינת המאפיינים הייחודיים של כל אחת מהמדיות: Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, Pinterest, Messenger, YouTube וכו'.	פלטפורמות מובילות במדיה חברתית	.1.8
- Outbrain (אוטבריין) ו-(Taboola טאבולה) - שיווק מדוור, ניוולטר - שיווק באמצעות ווידאו - שיווק שותפים - שיווק ב-SMS - שיווק ב-Mobile - סחר אלקטרוני.	כלים נוספים לשיווק דיגיטלי	.1.9