

תואר שני

1231.3435.01 – שיווק ופרסום דיגיטלי Digital Marketing and Advertising

(דרישות קדם: ניהול השיווק)

סמסטר ב' – תשפ"ז

קבוצה	יום בשבוע	שעה	מטלת סיום	מרצה	דואר אלקטרוני	טלפון
01	ו'	13:45-11:00 (מחצית שנייה)	בחינה	מר גל רביבו		0545938030

[לפירוט לוחות הבחינות](#)

שעת קבלה – בתיאום מראש

היקף הלימודים

היקף קורס: 1 י"ס.

ECTS = 4 י"ס – European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS), ערך הניקוד של הקורס במוסדות להשכלה גבוהה בעולם שהינם חלק מ"תהליך בולוניה".

תיאור הקורס

הקורס מציג לסטודנטים ולסטודנטיות את עולם השיווק והפרסום באינטרנט – משלב התיאוריה ועד לפרקטיקה המעשית. מטרתו להעניק הבנה מעמיקה של הערוצים המרכזיים ליצירת תנועת גולשים לאתרי אינטרנט, ניתוח התנהגות משתמשים ומעקב אחר ביצועים. בנוסף, הקורס חושף את המשתתפים לתמורות בעולם הדיגיטלי – מהשינויים בערוצי השיווק ועד להתפתחות בהרגלי הצרכנים והרשתות החברתיות. במהלך השיעורים ישולבו מקרי בוחן עדכניים של חברות ומותגים מובילים בארץ ובעולם, לצד תרגולים פרקטיים הממחישים את התיאוריות הנלמדות.

הקורס יתמקד בהיכרות עם הכלים והטכניקות המובילים בעולם השיווק הדיגיטלי:

- שיווק אורגני בגוגל (SEO) וקלאסי (AI-SEO)
- קידום במנועי – Geo (AI) השתלבות בתוצאות חיפוש מבוססות בינה מלאכותית
- שיווק ממומן – (PPC) דגש על פרסום בפייסבוק, אינסטגרם וגוגל
- GA4 Analytics Google – ניתוח ביצועים מתקדם
- אופטימיזציה לאתרים ושיפור יחס המרה (CRO)
- שימוש ב Web-Coding וכלים חכמים לבניית אתרים (Low-code) / (No-code)
- יצירת תוכן מותאם לעולם הדיגיטלי והרשתות החברתיות

בסיום הקורס המשתתפים יצאו עם סט כלים עדכני ורלוונטי לעולם השיווק החדש – כזה שיאפשר להם להבין, ליישם ולהוביל מהלכי שיווק ופרסום דיגיטליים בצורה מקצועית ויעילה.

תפוקות למידה

עם סיום הקורס בהצלחה יוכל הסטודנט:

1. להכיר את העקרונות לקידום אורגני בגוגל+שיטות לקידום בפועל.
2. ליצור ולנהל קמפיינים במערכת גוגל אדס.
3. להכיר את האפשרויות לקידום במנועי ai.
4. להכיר את האפשרויות לבניית אתרים ב coding web
5. לנתח ולעקוב אחרי התנהגות המשתמשים באתר + להכיר את האופציות לשיפור יחס ההמרה
6. לתכנן אסטרטגיה שיווקית אינטרנטית המתאימה לייעדי חברות עסקיות
7. ליצור ולנהל קמפיינים ממומנים בפייסבוק ואינטגרם

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

אחוז	מטלה	תאריך	הערות
100%	בחינה		

* מועד הבחינה יפורסם באתר הפקולטה- לוח בחינות.

* תלמיד, הנעדר משיעור המחייב השתתפות פעילה או שלא השתתף באורח פעיל, רשאי המורה להודיע למזכירות כי יש למחוק את שמו מרשימת המשתתפים. (התלמיד יחויב בתשלום בגין קורס זה)

פירוט המטלות בקורס

המטלה היחידה בקורס היא הבחינה.

השגת ציון "עובר" (60 לפחות) הינו תנאי הכרחי לקבלת ציון "עובר" בקורס.

כל אי עמידה במי ממטלות הקורס מחייבת הודעה מראש (במייל) למרצה

עקרונות לשימוש ראוי בכלי בינה מלאכותית

1. **אתיקה ויושרה אקדמית:** יש להקפיד על כללי אתיקה ושמירה על יושרה אקדמית בעת שימוש בכלים אלו.
2. **הסתמכות על הבנה אישית:** אין להסתמך באופן מופרז על תכנים שנוצרו באמצעות AI שימוש בכלי AI מותר לצורך חיפוש מידע, עיבוד נתונים, יצירת טיוטות ראשוניות והשראה לכתיבה, אך חל איסור להשתמש בכלים אלו ליצירת קטעים שלמים בעבודה ולהציגם כעבודה מקורית.
3. **שקיפות ושימוש נכון:** יש לציין במפורש מתי וכיצד נעשה שימוש בכלי AI, ולהסביר כיצד הם תרמו לתהליך הלמידה. זאת יש לעשות בפסקה ייעודית שתכתב בסוף העבודה.
4. **ביקורת ואחריות:** כתיבה לא מדויקת או כללית מדי עלולה להוביל להורדת ציונים, במיוחד כאשר התוכן אינו תואם את הנלמד בקורס.
5. **שמירה על זכויות יוצרים:** יש להקפיד שלא להזין לתוכנות AI קבצים מוגנים כמו מאמרים שחולקו בשיעור, מצגות של המרצה, או מסמכים אחרים מתוך הקורס, ללא אישור מפורש מהמרצה. הזנה של מסמכים אלו לכלי AI מהווה עבירה משמעתית חמורה, מכיוון שהיא עלולה לחשוף את התוכן לאינטרנט ולחברות צד ג' ללא אישור.

מדיניות שמירה על טווח ציונים

החל משנה"ל תשס"ט מונהגת בפקולטה מדיניות שמירה על טווח ציונים בקורסי התואר השני. עקרונות השיטה חלים על כל קורסי התואר השני, ומדיניות השמירה על טווח הציונים תיושם לגבי הציון הסופי בקורס זה.

מידע נוסף בנושא זה מתפרסם בהרחבה באתר הפקולטה.

[לתקנוני מדיניות שמירת טווח ציונים](#)

הערכת הקורס ע"י הסטודנטים

בסיומו של הקורס הסטודנטים ישתתפו בסקר הוראה על מנת להסיק מסקנות לטובת צרכי הסטודנטים והאוניברסיטה.

אתר הקורס

אתר הקורס יהווה המקום המרכזי בו ימסרו הודעות לסטודנטים, לפיכך מומלץ להתעדכן בו מדי שבוע, לפני השיעור, ובכלל – גם בתום הסמסטר. (לצורך תיאום ענייני הבחינה למשל).

מצגות הקורס יהיו באתר הקורס במודל.

לתשומת לבכם - בכיתה ידונו גם נושאים (ובפרט דוגמאות) שאינם מופיעים במצגות או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הינם חלק בלתי נפרד מחומר הקורס.

תכנית הקורס *

שיעור	תאריך	נושאים
1		• מבוא לשיווק דיגיטלי • מושגי יסוד בשיווק באינטרנט • מבוא לקידום אורגני בגוגל
2		• מחקר וטרגוט מילות מפתח באינדקס □ כללי מפתח ליצירת תוכן לאתר □ קישורים חיצוניים □ אופטימיזציה טכנית לאתר אינטרנט □ קידום אורגני בגוגל בעולם הבינה המלאכותית
3		• מבוא לקידום ממומן בגוגל אדס □ הכרות עם מערכת הפרסום □ סוגי קמפיינים □ ניתוח, מעקב ויצירת המרות באמצעות GTM
4		• קידום במנועי – Geo(AI) מה זה ולמה זה חשוב • הבדלים בין SEO קלאסי ל-AI-SEO • טכניקות פרקטיות להתברגות בתשובות AI □ דוגמאות ChatGPT, Perplexity, Gemini, Claude
5		• Analytics Google ניתוח נתונים • הגדרות בסיסיות + מעקב אירועים • בניית דוחות מותאמים אישית • ניתוח Funnel ומסעות לקוח (Customer Journey) • חיבור בין GA4 ל-GTM ולפרסום ממומן □ CRO שיפור יחס המרה ודפי נחיתה
□	•	• שימוש ב Web Coding וכלים חכמים לבניית אתרים • Low-code / No-code platforms • יתרונות וחסרונות □ ושימור UX שילוב מערכות חכמות לשיפור
•		

שיעור	תאריך	נושאים
7		• שיווק ברשתות החברתיות פייסבוק ואינסטגרם, דגש על ממומן • סקירה: פייסבוק ואינסטגרם ככלי פרסום מרכזיים • פרסום ממומן בפייסבוק ואינסטגרם • ניהול תקציב פרסומי • כלים לטרגוט ובניית קהלים • A/B Testing לקמפיינים □ ROI ניתוח ביצועים ושיפור
8		• סיכום הקורס • חזרה על נושאים מרכזיים (SEO, PPC, GA4, CRO, Web) • רשתות חברתיות (Coding) • חיבור בין הערוצים והבנת האסטרטגיה הכוללת • מיפוי מגמות עכשוויות בשיווק דיגיטלי □ הכנה למבחן

*התכנית הינה בסיס לשינויים.

חומרי הקורס

אתרי מידע מקיפים לשיווק דיגיטלי -
<https://www.searchenginejournal.com/>
<https://rego.co.il/academy/>
<https://searchengineland.com/>

מקורות מידע נוספים יוזכרו במהלך השיעורים