

בית הספר למוסמכים במינהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי

תואר שני

עסקים ותקשורת בעידן השקיפות- 1231.3669 Journalism, Communication & Business in the Era of Transparency

סמסטר ב מחצית שניה תשפ"ג

| קבוצה | יום בשבוע | שעה | מטלת סיום | מרצה | דואר אלקטרוני | טלפון |
|-------|--------------|-------------|-----------|-------------|-----------------------|-------|
| 01 | ב | 18:45-21:30 | עבודה | אלונה בראון | Alona.baron@gmail.com | |

שעת קבלה – על מועד ומיקום שעות הקבלה יינתנו פרטים בהמשך.

היקף הלימודים

היקף הקורס: 1 י"ס

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

תיאור הקורס

בשנים האחרונות הפכה התקשורת לשחקן בעל השפעה מהותית על התהליכים הכלכליים בכלל ועל המגזר העסקי בפרט. הקורס נועד להקנות למנהלים ולמקבלי החלטות הבנה מעמיקה וכלים להתמודדות עם שחקן משמעותי זה. הוא יעסוק בדרכי ההשפעה על ניהול חברות וינתח את גורמי הסיכון והסיכוי אליהם נחשפים מנהלים בדרגים שונים בהיררכיה האירגונית.

חלקו הראשון של הקורס יספק היכרות מעמיקה עם השחקנים השונים בעולם התקשורת, שכולל תקשורת מסורתית (עיתונות, טלוויזיה, רדיו), לצד עיתונות עצמאית, רשתות חברתיות, ותקשורת פנים ארגונית. בהמשך ינתחו דרכי ההשפעה של התקשורת על התהליך העסקי בדגש על היבטים שונים, כגון מערכות יחסים של החברה עם ספקים ולקוחות, התנהלות בעלי עניין, גיוסי הון, גיוסי עובדים וכד'.

בחלקו השני של הקורס ישולבו מרצים אורחים בעלי מומחיות וניסיון, שיציגו נקודות מבט מגוונות על מערכת היחסים שבין התקשורת והעולם העסקי (עיתונאים, דוברים, סמנכ"ל"י רגולציה, רגולטורים, מנהלים, מומחי אחריות תאגידית, אנשי יח"צ, מנהלי משברים, לוביסטים, פרסומאים ומפרסמים). במהלך השיעורים ינתחו מקרי מבחן ויתקיימו דיונים בפאנלים בהם ישתתפו הסטודנטים לצד אנשי מקצוע המייצגים אסכולות תקשורתיות שונות.

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

| אחוז | מטלה | תאריך | גודל קבוצה/ הערות |
|------|------------------|-------|-------------------|
| 60% | עבודה מסכמת | | |
| 40% | השתתפות בשיעורים | | |

פירוט המטלות בקורס

תינתן עבודה קצרה להגשה על מקרה מבחן.

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). שקפי הקורס יהיו באתר הקורס באתר הפקולטה. לתשומת לבכם - בכיתה ידונו גם נושאים (ובפרט דוגמאות) שאינם מופיעים בשקפים או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הנם חלק בלתי-נפרד מחומר הקורס.

| שבוע | תאריך | נושאים | קריאת חובה | הגשות | הערות |
|------|-------|---|------------|-------|-------|
| 1 | | מבוא לניהול יחסים עם תקשורת: מושגים בסיסיים; מעגלי התקשורת ובעלי העניין; התפקידים בתקשורת; החברות; המנהלים; משרדי פרסום; לובינג; יח"צ + מעגלי התקשורת + תיבת התהודה התקשורתית; תקשורת בעידן האחריות התאגידית; | | | |
| 2 | | מבנה התקשורת הכלכלית; החלוקה לגופים + למדורים + הענפים השונים; הכלכלה החדשה. ניהול תקשורת בחזית הבינלאומית: התמודדות עם כיסוי תקשורת זר. | | | |
| 3 | | תוכן שיווקי; עולם הפרסום; מקומם של משפיענים. מדריך לקריאה ביקורתית של העיתונות הכלכלית; משבר האמון בעיתונות; אתיקה ורגולציה של התקשורת. | | | |
| 4 | | מקרי מבחן: הצגת כיסוי תקשורת מסוגים שונים בחברות שונות. השפעת התקשורת על מדיניות מקרו כלכלית; תפקיד התקשורת בקידום רפורמות. | | | |
| 5 | | סיכונים וחשיפות ביחסים עם תקשורת: ניהול משברים; התמודדות עם שיימינג ברשתות החברתיות. מערכת היחסים: בתי משפט- עיתונות- עסקים. | | | |
| 6 | | ניהול מערכת היחסים עם תקשורת במסגרת תהליכי רגולציה, רפורמות ושינויים מבניים. | | | |
| 7 | | שקיפות ואמון: מה הערך שניתן להפיק מהתקשורת? איך תראה מערכת היחסים העתידית בין החברה העסקית לבין התקשורת? סיכום הקורס והכנה למבחן. | | | |

*התכנית הינה בסיס לשינויים.

1. ברומטר האמון של ריצ'רד אדלמן 2020: מותגים במשבר
<https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2020-11/Brands%20Amidst%20Crisis.pdf>
2. המכתבים השנתיים של לארי פינק, מנכ"ל BlackRock, למנכ"לים בחברות המושקעות שלו – 2018, 2019:
<https://www.blackrock.com/corporate/investor-relations/larry-fink-ceo-letter>
3. דוח האמון של גלובס, יוני 2020
<https://www.globes.co.il/news/home.aspx?responsive=true&fid=11770>
4. מפת הבעלויות בתקשורת הישראלית, העין השביעית, 31/7/2018
<https://cdn.the7eye.org.il/uploads/2018/07/the-7th-eye-israel-media-ownership-map72018.jpg>
5. הספקן בחדר החדשות, מאת צבי רייך ויגאל גודלר, בהוצאת עם עובד והמכון הישראלי לדמוקרטיה
<https://www.idi.org.il/media/4029/%D7%94%D7%A1%D7%A4%D7%A7%D7%9F-%D7%91%D7%97%D7%93%D7%A8-%D7%94%D7%97%D7%93%D7%A9%D7%95%D7%AA.pdf>
6. הסדרת הפיקוח על עמלות היתר בשוק הפרסום, תהילה שוורץ אלטשולר, נדיב מרדכי, ינואר 2013, המכון הישראלי לדמוקרטיה,
https://www.idi.org.il/media/5068/seder_02.pdf
7. הסדרת השתדלנות בישראל, מרדכי קרמניצר, אסף שפירא, חנן סידור, ינואר 2013, המכון הישראלי לדמוקרטיה,
<https://www.idi.org.il/media/4454/shadlanut.pdf>
8. רולניק מציג את המטריקס, דה מרקר 26/5/2019, <https://www.themarker.com/markerweek/1.4124965>
9. הסדנה להנדסת תודעה, חנן עמיאור, הוצאת סלע מאיר, 2020
10. מאמרי ביקורת תקשורת, העין השביעית:
 - <https://www.the7eye.org.il/373781> - גופי העיתונות הפופולריים בישראל, הפכו לבמות פרסום של הערוצים המסחריים
 - <https://www.themarker.com/markerweek/1.4124965> - "רולניק מציג את המטריקס" דה מרקר, 26/5/2017
 - <https://www.the7eye.org.il/232643> רוח "גלובס", מאת אורן פרסיקו וגיא מרגלית, 24/1/2017, העין השביעית
 - <https://www.the7eye.org.il/145729> - לבקשת נוחי, "כך שלט איש העסקים נוחי דנקנר ב"מעריב", מאת אורן פרסיקו, 4/2/2015, העין השביעית
 - <https://www.the7eye.org.il/200851> - "אתם הנזק ההיקפי של התוכן השיווקי", מאת ענת באליונט, 19/4/2016, העין השביעית