



החוג לתקשורת

שנתון

שנה"ל תשפ"ד



החוג לתקשורת

ראש החוג
ד"ר אלישר ורד

ראשי מסלולי ההתמחות
ניהול תוכן - ד"ר וסיליו ולד
תקשורת שיווקית - ד"ר אבידר רות

יועצים לענייני סטודנטים
שנה א': ד"ר אבידר רות
שנה ב': ד"ר וימן זקס דנה
שנה ג': ד"ר אריאל ירון

חברי הסגל האקדמי *

מרצה בכיר:	ד"ר אבידר רות, ד"ר אלישר ורד, ד"ר אריאל ירון, ד"ר גינוסר אבשלום, ד"ר וימן זקס דנה, ד"ר קמה עמית.
מרצה:	ד"ר וסיליו ולד**.
מורה בכיר:	ד"ר ניר בינה.
סגל עמית:	מר אפלבוים רוני, מר בלייס דותן, מר ברטל ארז, ד"ר לוי אילת חן, מר מלכי עמית.
מורה מן החוץ:	מר אהרוני אורן, גב' בטש ורד, גב' חדש סמדר, מר חנן אבישי, מר כהן איתן, גב' מלמד יצחקי אפרת, מר נבון חזקיהו, גב' רובינשטיין איריס, מר שפיגל אופיר.

* יתכנו שינויים ברשימת סגל ההוראה
** דרגה מוצעת

מרכזת החוג

גב' פיינשטיין איריס
טל': 04-6423459

שעות קבלה: ימים א'-ה', 10:00-12:30 בנין תקשורת, קומה 1
מענה טלפוני: ימים א'-ה' 09:00-10:30
ניתן לפנות למזכירות החוג דרך תחנת המידע.

הלימודים בחוג לתקשורת

החוג לתקשורת באקדמית עמק יזרעאל מציע תוכנית לימודים לתואר ראשון (B.A) במסלול חד חוגי. הלימודים משלבים קורסים עיוניים עם התנסות מעשית במגוון סדנאות במקצועות המדיה, השיווק והדיגיטל.

לתוכנית שתי מטרות עיקריות: הראשונה, להעניק לתלמידים ידע עיוני רחב ומגוון בחקר התקשורת, אשר יספק כלים לחשיבה עצמאית, ביקורתית ויצירתית ובסיס ללימודים לתארים מתקדמים. השנייה, לבנות באמצעות הסדנאות תשתית לעיסוק מקצועי, והזדמנויות להתנסות במקצועות המדיה, השיווק, הדיגיטל והבינה המלאכותית ולספק הכשרה לעבודה במגוון מוסדות וארגונים.

הקורסים העיוניים מעניקים לסטודנטים ידע רחב בפלטפורמות שונות של 'ניו-מדיה' - מדיה חדשים (אינטרנט, רשתות חברתיות, עיתונות מקוונת, טלפונים חכמים) ומדיה מסורתיים (עיתון, רדיו, טלוויזיה). המרצים בחוג הם חוקרים מובילים בתחומם המלמדים מגוון רחב של קורסים: תקשורת שיווקית, תרבות דיגיטלית, פסיכולוגיה של תקשורת, ניתוח רשתות, פוליטיקה ודעת קהל, תקשורת ובינה מלאכותית.

לצד הלימוד העיוני מתנסים הסטודנטים במספר רב של סדנאות: בסדנאות למתחילים מכירים הסטודנטים את תחומי העשייה השונים (פוטושופ, צילום ועריכה, שיווק דיגיטלי, כתיבה שיווקית וכתיבה למדיה, מקצועות TV ורדיו). בסדנאות המתקדמות בוחרים הסטודנטים סדנאות מתחום ההתמחות שלהם ומגוון סדנאות בחירה (פרסום, ניהול רשתות חברתיות, מגזין TV, יחסי ציבור, פודקאסטים, מיתוג ויזואלי, חווית משתמש ביישומי סמארטפון, קידום אתרים SEO).

הסדנאות מועברות על ידי אנשי מקצוע ומתקיימות במרכז תקשורת משוכלל המכיל, בין היתר, אולפן טלוויזיה וחדר בקרה, אולפן קול, חדרי איפור והפקה, אולפני רדיו, אולפן פודקאסטים, חדרי עריכה, כיתות מחשב ואולם הקרנה. הסטודנטים בחוג מתנסים בהפקת "עמק TV" - מגזין הוידאו של האקדמית עמק יזרעאל, מפעילים את תחנת השידור 'קול יזרעאל', עורכים את "הקיר" העיתון המקוון של החוג, ומפיקים את פסטיבל התקשורת השנתי "שובר מסך". במסגרת הלימודים יוצאים הסטודנטים להתמחות מעשית (סטאז') המאפשרת להם לצבור ניסיון ולהתנסות בעבודה במגוון חברות וארגונים.

לקראת שנת הלימודים השנייה בוחרים הסטודנטים באחת משתי התמחויות: ניהול תוכן/תקשורת שיווקית.

התמחות בניהול תוכן

התמחות בניהול תוכן (Content Management) מכשירה את הסטודנטים להשתלבות בייצור, הפקה וניהול של תכנים בסביבה דינאמית של פלטפורמות שידור, דיגיטל ומדיה חדשים ("ניו-מדיה"). הלימודים מתמקדים בנושאים כמו רשתות חברתיות, עיתונות מקוונת ותכנים בעידן הדיגיטלי. הסדנאות המעשיות מאפשרות להתנסות, הלכה למעשה, בהפקת התכנים וניהולם באולפנים (צילום, בימוי, עריכה והפקה) ובסביבה הדיגיטלית (פוטושופ, Figma, ניהול רשתות חברתיות).



לרשות הסטודנטים ציוד מתקדם וחדשני הכולל אולפן טלוויזיה, חדר בקרה, אולפני רדיו, מעבדות מחשבים וחדרי עריכה מהחדשים והמתקדמים בישראל. צוות המרצים והמרצות המגיע מחברות תקשורת ודיגיטל, בשילוב הבוגרים והבוגרות הרבים שנמצאים כיום בשוק העבודה, מסייעים לסטודנטים להשתלב בעבודה עם סיום הלימודים כמנהלי תוכן, מנהלי מדיה חברתית, מנהלי קמפיינים, עורכי חדשות, כתבים, עורכים ומפיקים.

התמחות תצוין על גבי נספח נלווה ובגיליון הציונים.

התמחות בתקשורת שיווקית

התמחות בתקשורת שיווקית (Marketing Communication) מכשירה את הסטודנטים להשתלבות בעולם השיווק, הפרסום ויחסי הציבור. הלימודים מקנים ידע בבניית קמפיינים תקשורתיים, דוברות, אסטרטגיות וטקטיקות למיצוב ומיתוג, חווית לקוח, תקשורת שכנועית והתנהגות צרכנים. הסדנאות המעשיות מעניקות כלים יישומיים בתחומי הפרסום, יחסי ציבור, קופירייטינג, קמפיין פוליטי, שיווק ומיתוג, ומאפשרות השתלבות מהירה ומעבר ישיר מהלימודים האקדמיים לעולם העבודה והקריירה.



בוגרי ובוגרות ההתמחות משתלבים בהצלחה רבה בתפקידי דוברים, אנשי יחסי ציבור, יועצי תקשורת, כותבי תוכן שיווקי ומנהלי מדיה במשרדי יחסי ציבור ופרסום, ומנהלי מוצר ומנהלי תקשורת שיווקית במחלקות שיווק בארגונים.

התמחות תצוין על גבי נספח נלווה ובגיליון הציונים.

מבנה הלימודים

על מנת להשלים את לימודי התואר הראשון על הסטודנט לצבור 120 נ"ז (נקודות זכות) לפי החלוקה הבאה:

חובה	שיעורי חובה	נ"ז
התמחות	קורסי התמחות	22
בחירה	קורסי בחירה	11
העשרה	התמחות מעשית	3
	"משיב הרוח" *	6
סה"כ		120 נ"ז

* על כל סטודנט ללמוד במשך לימודי התואר סך של 6 נ"ז בתוכנית "משיב הרוח" (לימודי העשרה) - בכל שנה אקדמית קורס אחד. את רשימת הקורסים ניתן למצוא בשנתון בקובץ "משיב הרוח".

תכנית הלימודים בחוג לתקשורת

שנה א'

קוד הקורס	שם הקורס	נ"ז	שש"ס
<u>לימודי תקשורת - חובה</u>			
23970	מבוא לתקשורת	6	6
23175	תרבות דיגיטלית	4	4
23278	פסיכולוגיה של תקשורת	4	4
23185	תקשורת שיווקית	4	4
24112	תקשורת AI	4	4
23280	תקשורת ומחשבה הומניסטית	2	2
23963	סדנת כתיבה אקדמית	2	2
23975	חשיבה מדעית	2	2
<u>סדנאות חובה</u>			
23977	סדנת צילום ועריכה	3	4
23581	סדנת פוטושופ	2	3
23978	סדנת כתיבה למדיה	2	2
23527	סדנת רדיו	1	2
23979	סדנת שיווק דיגיטלי	1	2
23976	סדנת מקצועות TV	1	2
23981	סדנת כתיבה שיווקית	1	2
<u>לימודי העשרה</u>			
	קורס "משיב הרוח"	2	2
סה"כ		41	47

שנה ב'

ש"ס	נ"ז	שם הקורס	קוד הקורס
			לימודי תקשורת - חובה
2	2	סדנת קופירייטינג	23598
4	4	תקשורת, תרבות ופוליטיקה	23967
4	4	סוציולוגיה של תקשורת	23968
4	4	שיטות כמותיות בתקשורת	23971
4	4	מחקר איכותני בתקשורת	23192
2	2	יישומים סטטיסטיים במחשב	23287
2	1	פרוסמינריון בתקשורת	23068
			לימודי התמחות – בחירה
			ניהול תוכן:
4	4	ניהול תוכן	23980
2	2	ניתוח רשתות ומדיה חברתיים	23193
3	3	סדנת פודקאסטים	24102
3	3	עמק TV	24110
3	3	סדנת וורדפרס לבניית אתרים	23831
3	3	סדנת עיצוב, תכנון ואפיון אפליקציה UI	23830
			תקשורת שיווקית:
4	4	תקשורת שכנועית והתנהגות צרכנים	24104
2	2	מרקום בעידן הדיגיטלי	23965
3	3	סדנת קידום אתרים מקצועי (SEO)	23982
3	3	סדנת פרסום	23141
3	3	סדנת התמחות מעשית בשיווק רשתי	23996
3	3	סדנת יחסי ציבור	23999
			לימודי העשרה
2	2	קורס "משיב הרוח"	
42	41		סה"כ

שנה ג'

ש"ס	נ"ז	שם הקורס	קוד הקורס
			לימודי תקשורת – חובה
12	12	2 סמינריונים	
2	2	אתיקה ודיני תקשורת	24114
2	2	תקשורת כתרבות	23962
2	2	תיאוריות מתקדמות בתקשורת (באנגלית)	23994
			לימודי תקשורת – בחירה
2	2	קורס בחירה מקוון	
			לימודי התמחות – בחירה
			ניהול תוכן:
4	4	פרויקט ניהול תוכן בעידן הדיגיטלי	23972
9	9	3 סדנאות בחירה	
			תקשורת שיווקית:
4	4	פרויקט העצמה חברתית באמצעות הרשת	23819
9	9	3 סדנאות בחירה	
			התמחות מעשית
2	1	עבודה יישומית מודרכת (סטאז' פנימי)	24108
4	2	סטאז' בתקשורת	23399
			לימודי העשרה
2	2	קורס "משיב הרוח"	
41	38		סה"כ

לסטודנטים שהחלו לימודיהם בשנה"ל תשפ"ג

שנה ב'

ש"ס	נ"ז	שם הקורס	קוד הקורס
			<u>לימודי תקשורת - חובה</u>
4	4	תקשורת, תרבות ופוליטיקה	23967
4	4	סוציולוגיה של תקשורת	23968
2	2	אתיקה ודיני תקשורת	24114
2	1	סדנת כתיבה שיווקית	23981
4	4	שיטות כמותיות בתקשורת	23971
4	4	מחקר איכותני בתקשורת	23192
2	2	יישומים סטטיסטיים במחשב	23287
2	1	פרוסמינריון בתקשורת	23068
			<u>לימודי התמחות – בחירה</u>
			ניהול תוכן:
4	4	ניהול תוכן	23980
2	2	ניתוח רשתות ומדיה חברתיים	23193
3	3	סדנת פודקאסטים	24102
9	9	3 סדנאות בחירה	
			תקשורת שיווקית:
4	4	תקשורת שכנועית והתנהגות צרכנים	24104
2	2	מרקום בעידן הדיגיטלי	23965
3	3	סדנת קידום אתרים מקצועי (SEO)	23982
9	9	3 סדנאות בחירה	
			<u>לימודי העשרה</u>
2	2	קורס "משיב הרוח"	
<u>44</u>	<u>42</u>		<u>סה"כ</u>

שנה ג'

שש"ס	נ"ז	שם הקורס	קוד הקורס
			לימודי תקשורת – חובה
12	12	2 סמינריונים	
2	2	תקשורת כתרבות	23962
2	2	תיאוריות מתקדמות בתקשורת (באנגלית)	23994
			לימודי תקשורת – בחירה
4	4	2 קורסי בחירה מקוון	
			לימודי התמחות – בחירה
			ניהול תוכן:
4	4	פרויקט ניהול תוכן בעידן הדיגיטלי	23972
9	9	3 סדנאות בחירה	
			תקשורת שיווקית:
4	4	פרויקט העצמה חברתית באמצעות הרשת	23819
9	9	3 סדנאות בחירה	
			התמחות מעשית
2	1	עבודה יישומית מודרכת (סטאז' פנימי)	24108
4	2	סטאז' בתקשורת	23399
			לימודי העשרה
2	2	קורס "משיב הרוח"	
41	38		סה"כ

לסטודנטים שהחלו לימודיהם בשנה"ל תשפ"ב

שנה ג'

שש"ס	נ"ז	שם הקורס	קוד הקורס
			לימודי תקשורת – חובה
12	12	2 סמינריונים	
2	2	אתיקה עיתונאית	23102
2	2	תקשורת כתרבות	23962
2	2	תיאוריות מתקדמות בתקשורת (באנגלית)	23994
			לימודי תקשורת – בחירה
2	2	קורס בחירה מקוון	
			לימודי התמחות – בחירה
			ניהול תוכן:
4	4	פרויקט ניהול תוכן בעידן הדיגיטלי	23972
9	9	3 סדנאות בחירה	
			תקשורת שיווקית:
4	4	פרויקט העצמה חברתית באמצעות הרשת	23819
9	9	3 סדנאות בחירה	
			התמחות מעשית
2	1	עבודה יישומית מודרכת (סטאז' פנימי)	24108
4	2	סטאז' בתקשורת	23399
			לימודי העשרה
2	2	קורס "משיב הרוח"	
41	38		סה"כ

מקרא קורסים מקוונים:

הסבר	מתכונת הלימודים
קורס שבו ההוראה, הלמידה וההערכה משלבות בין למידה פנים אל פנים ולמידה דיגיטלית. חלק מההרצאות יתקיימו בקמפוס וחלק יועברו מרחוק.	דיגיטלי היברידי
קורס שבו כל או חלק ניכר מההוראה, הלמידה וההערכה מועבר מרחוק. בקורס זה יתקיימו מספר בודד של מפגשים פנים אל פנים, אם בכלל.	דיגיטלי מרחוק

מבוא לתקשורת

הקורס נועד להקנות לסטודנטים ידע והבנה במושגי היסוד, התיאוריות, הגישות והמודלים המרכזיים בחקר התקשורת, מראשיתו ועד ימינו, בעולם טכנולוגי המשתנה ללא הרף. במסגרת הקורס ייחשפו הסטודנטים לא רק לחומר העיוני, אלא גם לדרכי המחקר, לכלי המחשבה, הדיון והביקורת בתחום. בנוסף, תבחנה השפעותיהן של דיסציפלינות אחרות על חקר התקשורת, בראשן סוציולוגיה, פסיכולוגיה, מדע המדינה ולימודי תרבות.

6 שש"ס / 6 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי היברידי]

ז: 23276, 23275, 23180, 23012

ש' 23970 ד"ר ורד אלישר סמסטר א' יום ב' 12:15-15:45 סמסטר ב' יום ב' 12:15-13:45

תרבות דיגיטלית

הקורס מציע הכרות ראשונית עם מושגי יסוד, תיאוריות ומחקרים העוסקים במדיה הדיגיטליים. נסקור את התפתחות רשת האינטרנט מאמצע המאה ה-20. נבחן באיזו מידה מתפקדות הטכנולוגיות הדיגיטליות כ"סוכני שינוי" בתחומים שונים של חיינו. נתייחס לשינויים הדינמיים במחקר אודות אינטראקציות מתווכת מחשב ונדון בתופעות דוגמת הזנב הארוך, חכמת ההמונים, התפלגות 20/80 ושיתופיות. הקורס יתקיים במתכונת משולבת, 30% מהשעורים יתקיימו באופן דיגיטלי באמצעות הוראה מרחוק.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי היברידי]

ז: 23295

א' 23175 ד"ר ירון אריאל ב' 08:30-11:45

פסיכולוגיה של התקשורת

מטרת הקורס להקנות לסטודנטים כלים מושגיים ומחקריים מעולם הפסיכולוגיה, באמצעותם יוכלו להבין ולנתח תופעות מרכזיות בתקשורת בינאישית, קבוצתית והמונים. הקורס ידון בין היתר במושגי יסוד בתחום כגון: תפיסה חברתית, תקשורת לא מילולית, תהליכי ייחוס, ניהול הרושם, היסק חברתי; שכנוע ושינוי עמדות, עמדות והתנהגות; עצמי וזהות חברתית; מגדר; התנהגות בקבוצות ותהליכים בין קבוצתיים. כמו כן נעסוק בתופעות פסיכולוגיות בתקשורת ההמונים כמו יחסים פארה חברתיים והצלחת תוכניות הריאליטי.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי היברידי]

א' 23278 ד"ר דנה וימן זקס ג' 08:30-11:45

תקשורת ומחשבה הומניסטית

מטרת הקורס להפגיש את הלומדים עם סוגיות יסוד בנושא טבע האדם, ערכיו והתכלית האנושית תוך שימת דגש על דמותה של הקהילה החברתית ואופני ההתקשורת העומדים ביסודה - באמצעות טקסטים גדולים של תרבות המערב. הטקסטים הגדולים שחלקם בני למעלה מאלפיים וחמש מאות שנים, מלמדים אותנו, כי שאלות מהותיות העוסקות ברוח האדם - טבעו וערכיו, הן שאלות יסוד עמוקות בתרבות המערבית.

2 שש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ז: 23186, 23095

א' 23280 ד"ר בינה ניר ד' 16:15-17:45

סדנת כתיבה אקדמית

העולם המדעי מבוסס על פרסומים מסוגות שונות, המאפשרים את הפצת הידע התיאורטי והמחקרי. פרסומים אלו נערכים במסגרת של כתיבה בעלת כללים מדויקים, שיטתיים וקפדניים. הכתיבה המדעית שונה במובהק מסוגות כתיבה אחרות (עממית, עיתונאית, ספרותית, שיווקית/פרסומית) על כל היבטיה: מבנה, מטרה וניסוח. בסדנה נלמד את מטרותיה של הכתיבה המדעית ואת הדרכים בהן היא מיושמת.

2 שש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 23963 ד"ר עמית קמה ד' 10:15-11:45

א' 23963 ד"ר עמית קמה ד' 12:15-13:45

תקשורת שיווקית

תחום התקשורת השיווקית (MARCOM) הוא תחום הכולל בתוכו מגוון אמצעי תקשורת ופעולות שמטרתם העברת מסרים תקשורתיים לצורך השגת מטרות עסקיות ארגוניות. קורס זה יתמקד בשיווק, יחסי ציבור ופרסום בעולם הדיגיטלי ויקנה למשתתפים בו ידע בסיסי והיכרות עם מושגי יסוד, שיטות ומודלים מרכזיים בתחום. הקורס יתקיים במתכונת משולבת, 30% מהשעורים יתקיימו באופן דיגיטלי באמצעות הוראה מרחוק.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי היברידי]

ב' 23185 ד"ר רות אבידר ג' 08:30-11:45

חשיבה מדעית

הקורס נועד להוות שער אל העולם האקדמי והחשיבה המדעית. בקורס נבחן את התשתיות ההגותיות והרעיוניות השונות המשמשות מדענים, הוגים וחוקרים בעבודתם ובדרכי החשיבה שלהם ונסה להבין את אופי החשיבה הזו ואת ייחודה. מטרת הקורס היא פיתוח יכולות לשם התמודדות עם טקסטים אקדמיים הן כקורא ותלמיד הן כחוקר בתחילת דרכו. הקורס יעניק כלים לשם הבנת העולם המדעי באופן כללי, וחקר התקשורת בפרט. לאחר שנתוודע לרקע הבסיסי ועל מנת להבין את המציאות התקשורתית בעידן הנוכחי, נתבונן ברקע הסוציו-היסטורי של מאגרי מידע וידע (החל מן הדיבור, דרך הכתב והדפוס וכלה בתצלומים) ובתהליכי התפתחותם, השפעותיהם והשלכותיהם.

2 שש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי מרחוק]

ז: 23177, 23182

ב' 23975 ד"ר עמית קמה

ב' 23975 ד"ר עמית קמה

תקשורת AI

הקורס נועד להקנות ידע תיאורטי וכלים מעשיים בסיסיים לפעילות בסביבה הטכנולוגית מבוססת בינה מלאכותית של ימינו. תחילה נעסוק במושגים בסיסיים בתחום המחשבים: שרתים, שירותי ענן, Streaming ותעבורת מידע. כמו כן נבצע הכרות עם תכנות, מבנה רשתות, ממשקים, מערכות הפעלה ורשתות מידע. לאחר מכן נעסוק בנושאי אבטחה, פרטיות והתגוננות מפני איומי סייבר. בחלקו האחרון של הקורס נבצע היכרות עם תוכנות שונות למודלי שפה גדולים (למידת AI) כגון GPT ו-Bard. נדגים ונתנסה בעבודה עם תוכנות AI אלו למטרות שונות (קצירת מידע, ניתוח נתונים, שיפור או/ו כתיבת תוכן, תכנות).

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60

ב' 24112 ד"ר וליד וסיליו ד' 08:30-11:45 (מעודכן נכון ל- 07.08.23)

ב' 24112 ד"ר וליד וסיליו ד' 12:15-15:45 (מעודכן נכון ל- 07.08.23)

שנה א' - סדנאות חובה

סדנת צילום ועריכה

הסדנה נועדה לרכישת כלים מעשיים לצילום ועריכת סרטי וידאו. הסטודנטים ילמדו את עקרונות צילום הוידאו, תאורה, הקלטת סאונד, כתיבה, הפקה והכנסה לעריכה. בהמשך ילמדו הסטודנטים להשתמש בתוכנת Adobe Premier - כיצד לערוך את שצילמנו והכנתו להפצה בפלטפורמות המדיה שונות.

4 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ז: 23528, 23529

א' 23977 מר אבישי חנן ד' 08:30-11:45 (מעודכן נכון ל- 18.12.23)

א' 23977 מר אבישי חנן ד' 12:15-15:45 (מעודכן נכון ל- 18.12.23)

סדנת רדיו

הסדנה נועדה להקנות למשתתפים ידע והבנה ביחס לגישות ומושגי היסוד בתחום הרדיו. הלימוד ישלב תרגול מעשי באולפני הרדיו. המשתתפים יחשפו לתהליך ההכנה ולהפקה בפועל של תוכניות רדיו, יתנסו בהכנת משדר רדיו בן שעה, תוך כדי מסע הכרות יצירתי והתנסות מעשית בתפקידים השונים והפעלת הציוד הדרושים להפקת תכנית רדיו.

2 שש"ס / 1 נ"ז / סד' / 60

א' 23527 מר חזקיהו נבון ב' 16:15-17:45

א' 23527 מר חזקיהו נבון ב' 18:15-19:45

סדנת שיווק דיגיטלי

בשנים האחרונות תופס הפרסום הדיגיטלי מקום חשוב בשיווק ופרסום של כל עסק מקטן ועד גדול. הפלטפורמות השונות מתפתחות ומדי פעם מגיעות חדשות שמציאות הגעה לקהל יעד שונה. הסדנה מעניקה חשיפה מעמיקה לעולם המרתק שאנחנו לוקחים בו חלק פעיל. נלמד להכיר את ההבדלים בין פלטפורמות שונות, נלמד להגדיר מטרות ויעדים, נגדיר תקציבים ונתנסה בכל מה שמנהל דיגיטל בארגון מתבקש לעשות. החלק המעשי בסדנה יתמקד בסביבה הדיגיטלית המתפתחת ובתפקידים החדשים שהיא מציעה, וייתן לכם את הידע הראשוני בתחום.

2 שש"ס / 1 נ"ז / סד' / 60

א' 23979 מר עמית מלכי ב' 16:15-17:45

א' 23979 מר עמית מלכי ב' 18:15-19:45

סדנת כתיבה למדיה

המגוון הגדול בעולם התקשורת המקוון מחייב את איש התקשורת לרכוש מיומנויות כתיבה המתאימות לסוגי המסרים התקשורתיים השונים ולפלטפורמות הדיגיטליות המגוונות. סדנה זו נועדה לתרגל את הסטודנטים/יות בכתיבת שלושה סוגים עיקריים של מסרים: דיווח עיתונאי (בעיקר חדשותי אך גם דעתני), מסרים שיווקיים (בעיקר לקידום מוצרים ושירותים על גבי רשתות חברתיות), וכתיבה אישית (בעיקר בבלוגים הכוללים סיפורי חיים ו/או תגובות אישיות על אירועים ציבוריים).

2 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / עובר

ב' 23978 מר אורן אהרוני ב' 08:30-10:00

ב' 23978 מר אורן אהרוני ב' 10:15-11:45

סדנת פוטושופ

בסדנת פוטושופ יתנסו הסטודנטים/יות בעיצוב תוכן חזותי, תוך התאמתו לפלטפורמות דיגיטליות שונות, כגון אתרי אינטרנט, רשתות חברתיות, כרזות ואפליקציות. ההיכרות עם התוכנה ולמידתה תכלול כלים וטכניקות להטמעה של אינטליגנציה מלאכותית (AI) המשולבים ישירות בתוכה. בפן התיאורטי נקיים דיון בעקרונות העיצוב (סגנון, קומפוזיציה, טיפוגרפיה), ברכישת טכניקות עבודה, תוך הצצה קלה להיסטוריה של העיצוב.

3 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / 60

ז: 23955, 23524

ב' 23581 מר ארז ברטל ד' 09:15-11:45

ב' 23581 מר דותן בלייס ד' 12:15-15:00

סדנת מקצועות TV

הסדנה תעסוק בלימוד התפקידים והפונקציות הקיימות באולפן טלוויזיה, בדגש על: צילום, תאורה, בימוי וניתוב- על מנת להכשיר את הסטודנטים לקיים בשוק העבודה באולפני טלוויזיה מקצועיים. במהלך הלימודים המעשיים הסטודנטים יתנסו ביצירת מוצרים/ אייטמים לניו מדיה ולרשתות החברתיות אשר יצולמו ויופקו במהלך הסדנה באולפן.

2 שש"ס / 1 נ"ז / סד' / עובר [דיגיטלי היברידי] (מעודכן נכון ל- 07.08.23)

ב' 23976 מר איתן כהן ג' 16:15-17:45 (מעודכן נכון ל- 21.11.23)

ב' 23976 מר איתן כהן ג' 18:15-19:45 (מעודכן נכון ל- 21.11.23)

סדנת כתיבה שיווקית

עד המהפכה התעשייתית במאה ה-19, מרבית האנשים היו אנאלפביתים. רק מיעוט מצומצם ידע לקרוא ולכתוב. היום, מרבית האנשים הם יודעי קרוא וכתוב, אבל בכל מה שקשור לכתיבה שיווקית - הם אנאלפביתים. יש הטועים לחשוב כי נושא הכתיבה השיווקית שייך לתחום המסחר. לא רק. כתיבה שיווקית נוגעת לכול נושא ועניין שבו אני - רוצה לשכנע אותך. קודם כול לשכנע אותך לקרוא ולשמוע אותי, ואז לשכנע אותך לקבל את דעתי, לפעול בדרכי, לקנות את המוצר שלי, הרעיון שלי. איך עושים את זה? עושים סוויצ' מחשבת, ולומדים לכתוב מהצד של הצרכן ולא מהצד של המוצר, מהצד של הקורא ולא מהצד של הכותב.

2 שש"ס / 1 נ"ז / ש' / 60

ב' 23981 מר רוני אפלבוים ב' 08:30-10:00

ב' 23981 מר רוני אפלבוים ב' 10:15-11:45

תקשורת, תרבות ופוליטיקה

הקורס סוקר רעיונות של הוגי דעות מרכזיים מאז ימי קדם ועד ימינו - תוך התמקדות בהשלכות אקטואליות - על דמותה של הקהילה הפוליטית והחברתית ואופני ההתקשרות וההתאגדות העומדים ביסודה. מטרת הקורס להקנות ידע והבנה של תהליכים פוליטיים וחברתיים שבמרכזם התקשורת האנושית על מגוון היבטיה האנושיים והטכנולוגיים. הקורס יעסוק במחשבה הנורמטיבית של העיסוק בתקשורת ודעת קהל כמו גם בגישה האמפירית. במהלכו יבחן הקורס בין תקשורת לסוגיות כמו: לאומיות ופטריוטיזם, טוטליטריות, עיצוב נרטיבי, זיכרון קולקטיבי, וירטואליות, אידיאולוגיות, תעמולה, הישגים מדעיים וטכנולוגיים, צמיחה של זרמים חדשניים במדע. במהלך הקורס נזהה את התופעות, נחקור את ההתפתחויות ודרכי ביטויין ונעמוד על המשמעויות לגבי הפרט, החברה, המדינה והציביליזציות.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60

ז: 23282, 23220

א' 23967 ד"ר בינה ניר ג' 14:15-17:45

סדנת כתיבה שיווקית

עד המהפכה התעשייתית במאה ה-19, מרבית האנשים היו אנאלפביתים. רק מיעוט מצומצם ידע לקרוא ולכתוב. היום, מרבית האנשים הם יודעי קרוא וכתוב, אבל בכל מה שקשור לכתיבה שיווקית - הם אנאלפביתים. יש הטועים לחשוב כי נושא הכתיבה השיווקית שייך לתחום המסחר. לא רק. כתיבה שיווקית נוגעת לכול נושא ועניין שבו אני - רוצה לשכנע אותך. קודם כול לשכנע אותך לקרוא ולשמע אותי, ואז לשכנע אותך לקבל את דעתי, לפעול בדרכי, לקנות את המוצר שלי, הרעיון שלי. איך עושים את זה? עושים סוויצ' מחשבת, ולומדים לכתוב מהצד של הצרכן ולא מהצד של המוצר, מהצד של הקורא ולא מהצד של הכותב.

2 שש"ס / 1 נ"ז / ש' / 60

א' 23981 מר רוני אפלבוים ד' 08:30-10:00

א' 23981 מר רוני אפלבוים ד' 10:15-11:45

שיטות כמותיות בתקשורת

הקורס נועד להקנות הבנה, יכולת תכנון והערכה של מחקר אמפירי כמותי בתקשורת. תוכן הקורס כולל עיון בהיבטים התיאורטיים והמעשיים של עיצוב מערכי המחקר הכמותיים ניסוי, סקר וניתוח תוכן ובמרכיבי יסוד חיוניים במחקר הכמותי (תהליך ההמשגה, שיטה, דגימה, מהימנות ותוקף). נדון גם במערכים מתקדמים של נתוני עתק (ביג דאטה) וניתוח רשתות.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60

ז: 23173

א' 23971 ד"ר ירון אריאל ב' 14:15-17:45

אתיקה ודיני תקשורת

קורס זה מציג את הבסיס המשפטי והחוקי של עקרון חופש העיתונות והתקשורת בישראל. במסגרת הקורס נלמד את הדינים והתקדימים וכן ההסדרים שמכוחם פועלת ומוגבלת התקשורת בישראל. כל זאת, תוך התייחסות למקורות הדינים ולשינויים שחלו בהם לאורך השנים. נכיר פסיקות המהוות אבני דרך בחופש העיתונות והתקשורת. בנוסף, הקורס יעסוק גם בהתפתחות כללי האתיקה של העיתונאים ובהגבלות האתיות והמשפטיות המוטלות על העיתונאים, ובכלל זה איסור פגיעה בצנעת הפרט, איסור לשון הרע והגבלות סיקור ביחס להליכי משפט.

2 שש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי היברידי] (מעודכן נכון ל- 12.09.23)

ז: 23993, 23015

א' 24114 ד"ר דנה וימן זקס ג' 12:15-13:45 (מעודכן נכון ל- 18.09.23)

יישומים סטטיסטיים במחשב

הקורס ייקנה ידע ומיומנויות בסיסיות בניתוח נתונים סטטיסטיים ותיאורם באמצעות שימוש בתוכנת המחשב SPSS. במסגרת הקורס נדגיש ארבעה מרכיבים מרכזיים: א. ההקשר התיאורטי (סטטיסטיקה תיאורית והסקתית, שיטות וכלי מחקר), ב. ביצוע בפועל של פרוצדורות סטטיסטיות בתוכנה, ג. ניתוח פלטים, ד. כתיבת הממצאים הסטטיסטיים ותיאורם בעבודה האקדמית.

2 שש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ז: 23049

א' 23287 ד"ר ולד וסיליו ד' 08:30-10:00

א' 23287 ד"ר ולד וסיליו ד' 17:15-18:45

סוציולוגיה של תקשורת

הקורס יעסוק בנקודות ההשקה בין הדיסציפלינה הסוציולוגית לעולם התקשורת, הן כתחום הגות ומחקר אינטרדיסציפלינרי, והן כתחום של עשייה ויצירה שיש לו השלכות חברתיות-תרבותיות עמוקות ומרחיקות לכת. במסגרת הקורס ייחשפו הסטודנטים למושגי היסוד בסוציולוגיה ולדרכים השונות בהן ניתן ליישם חשיבה וניתוח סוציולוגיים על שדה התקשורת. החברה הישראלית - על מאפייניה השונים - תשמש מקרה בוחן מרכזי לאורך הקורס.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי היברידי]

ז: 23284

ב' 23968 ד"ר ורד אלישר ד' 10:15-13:45

פרוסמינריון בתקשורת

מטרת הקורס להכין את הסטודנטים העולים לשנה ג' למחקר ולכתיבה בפועל של חיבור אקדמי בקורס סמינריוני. המפגשים יתמקדו בהכרת שלבי העבודה המחקרית בקורס סמינריוני והכרות עם מבנה העבודה; עבודה מול מנחה; הצגה אפקטיבית של מצגת; יישום של כללי כתיבה וסגנון מקובלים בפרקי העבודה השונים. כל זוג סטודנטים יכתוב עבודה המכילה את כל מרכיבי הסמינריון בהיקף מצומצם.

2 שש"ס / 1 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי היברידי]

ב' 23068 ד"ר ירון אריאל ג' 14:15-15:45

מחקר איכותני בתקשורת

הקורס נועד לערוך היכרות בסיסית עם שיטות המחקר האיכותניות, בדגש על יישומן בקשת רחבה של מחקרי תקשורת פוטנציאליים. במסגרת הקורס יוצגו תפיסות העולם וההיגיון האמפירי העומדים מאחורי המחקר האיכותני, מושגי היסוד הרווחים בו, ושיטות המחקר המרכזיות עצמן, תוך הקניית מיומנויות בסיסיות בשימוש בהן. הדיון יבחין בין שיטות לניתוח שדה המחקר האנושי (בראשן ראיונות ותצפיות) לשיטות לניתוח שדה המחקר הטקסטואלי (דוגמת ניתוח תוכן איכותני, ניתוח שיח וניתוח נרטיבי).

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60

ז: 23164

ב' 23192 ד"ר ורד אלישר ב' 08:30-11:45

שנה ב' - לימודי התמחות

ניהול תוכן

ניהול תוכן

מטרת הקורס היא להציג מרכיבים מרכזיים של תוכן דיגיטלי על גבי פלטפורמות תקשורתיות שונות. הקורס יעסוק בשלושה נושאים עיקריים: (א) סוגי תוכן דיגיטלי תקשורתי: תוכן עיתונאי, תוכן פרסומי, ותוכן אישי; (ב) הקשר בין הפלטפורמות לסוגי התוכן: פלטפורמות מסורתיות (טלוויזיה ורדיו) מצד אחד ופלטפורמות דיגיטליות (אתרים, אפליקציות, ורשתות חברתיות) מן הצד האחר; ו- (ג) בעיות שמנהלי תוכן ברמות שונות נדרשים לעסוק בהן: בעיות אתיות, בעיות חוקיות ובעיות רגולטוריות.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60

א' 23980 ד"ר אבשלום גינוסר ד' 10:15-13:45

סדנת וורדפרס לבניית אתרים

מערכת וורדפרס WordPress היא מהכלים הפופולאריים בשוק לבניית אתרים. כ-30% מכלל האתרים ו-42% מכלל אתרי ה-e-commerce יושבים על מערכת זו. וורדפרס נותנת מענה לכל סוגי האתרים: אתרים עסקיים, תדמיתיים, דפי נחיתה, פורטפוליו, גלריות, אתרי פרלקס, אתרי מכירות מקוונות ומערכות מותאמות אישית. במסגרת הסדנה נלמד את המערכת על שלל יכולותיה והתוספים אשר הופכים את העיצוב והבנייה לחוויה מהנה: תוסף לגרסה רספונסיבית (מותאמת ניידים), תוספי צור קשר, תוספי נגישות, תוספי קידום אורגני לאתרים ותוספים אחרים.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ק: 23524 (סדנת אינטרנט)

א' 23831 מר דותן בלייס ד' 14:15-17:00

עמק TV - ValleyTV

סדנה מתקדמת בה נתנסה בהפקת תוכן איכותי באולפן הטלוויזיה ובמרחבים פתוחים. הסדנה כוללת התנסות בניהול אולפן, שימוש בקונטרולר, ניתוב, מצלמות, עבודה עם טלפרומפטר, שימוש במסך ירוק, סאונד. במסגרת הסדנה יתנסו הסטודנטים בתפקידים השונים של יצירת כתבות וידאו בפורמטים שונים: צילום ועריכה של כתבות פנים וחץ, הגשה לשידור, ראיונות אולפן וחץ, פינות תוכן. תוצרי הסדנה מיועדים לפרסום במונות השונות (יוטיוב/רשתות חברתיות) במגזין 'זמן יזרעאל' ולהכנת הסטודנטים לעבודת מערכת עצמאית בה יצרו תכנים עבור המגזין.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

א' 24110 מר אורן אהרוני ב' 11:15-13:45 (מעודכן נכון ל- 18.09.23)

ניתוח רשתות ומדיה חברתיים

במסגרת קורס זה נבחן את מגמות התפתחותם של מדיה חברתיים על הטכנולוגיות, המחקר והתיאוריות הרלוונטיות להערכתן. נדון בתרומתם האפשרית של מדיה חברתיים (קהילות מקוונות, בלוגים ורשתות חברתיות מקוונות דוגמת פייסבוק, אינסטגרם וטוויטר) לשכנוע, שיווק, שינוי חברתי, תהליכים פוליטיים ודינמיקה חברתית. נכיר כלים ומושגי יסוד בניית רשתות המשמשים כיום חוקרים ובעלי אינטרסים שונים בשוק החופשי ובמוקדי קבלת החלטות.

2 שש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ב' 23193 ד"ר ירון אריאל ד' 14:15-15:45

סדנת עיצוב תכנון ואפיון אפליקציה UI

UI/UX עיצוב ותכנון חווית המשתמש, זו אחת הדרישות הכי חמות בשוק העבודה. בסדנה הזו נלמד להגדיר צורך חברתי/אישי שמתוכנן יוצר הצורך לאפליקציה, להגדיר קהל יעד, להבין את צרכי קהל היעד ולתכנן עבורו אפליקציה שתסייע בפעילות כלשהי. כל התהליך ילמד בתוכנת FIGMA מהגדרת הרעיון דרך יצירת תרשים הזרימה של המסכים ועד שלב עיצוב המסכים ברמה גבוהה תוך שימוש בכלים שנרכשו תוך כדי לימוד תוכנה. פיגמה היא התוכנה השולטת בשוק העולמי ליצירת הדמיה לפני פיתוח. התוכנה חנימית, מה שמקל על עבודה בבית בנוסף לעבודה הכיתתית.

התוכנה ידידותית למשתמש, לא נדרש כל רקע קודם. הכרת התוכנה על שלל כליה הידידותיים והמתקדמים תוך כדי פיתוח הרעיון ועיצוב מסכי האפליקציה, בדגש על חווית משתמש פשוטה קליטה ועיצוב עדכני. בסיום פיתוח (הרעיון), הגדרת קהל היעד ועיצוב האפליקציה, נלמד לחבר את המסכים ליצירת הדמיה מושלמת של האפליקציה לצפייה בנייד האישי. בסדנה נלמד, לפתח רעיון לידי אפיון של אפליקציה, לעצב את האפליקציה ולהטמיע את העיצוב בדמו אינטראקטיבי.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ב' 23830 גב' איריס רובינשטיין ב' 12:15-15:00

סדנת פודקאסטים

הסדנה נועדה להקנות ידע והתנסות פרקטית בתחום הצומח של הפקת פודקאסטים. נלמד על המגמות הנוכחיות בעולם הפודקאסטים, ניהול ראיונות וכתובת תסריטים לתכניות אישיות ושיווקן. נתנסה בהפקת תכנים מותאמים לפורמטים השונים (כתבות, ג'ינגלים, פרומואים, הגשה ויצירת קונספטים רדיופונים ייחודיים).

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ב' 24102 מר חזקיהו נבון ג' 16:15-19:00

תקשורת שיווקית

תקשורת שכנועית והתנהגות צרכנים

מטרת הקורס היא להרחיב את הידע של הסטודנטים לגבי מושגים מרכזיים, מסגרות תיאורטיות וכלים מחקרניים מתחום הפסיכולוגיה החברתית וחקר התקשורת אשר ייסעו לנו לדון במנגנונים הקשורים לפעולת השכנוע ולהתנהגות הצרכן. נדון, בין היתר, בתהליכים התפיסתיים וההתנהגותיים אשר משפיעים על הפרט בתפקידו כצרכן. נעמיק במחקר על ה"משולש" המרכיב את מערך התקשורת: המקור, המסר והמקבל. נלמד על תהליכי שכנוע של צרכן, על תמריצים לצריכה, על תחבולות מכירה, על שכנוע שלאחר הקניה ועל התנהגות של צרכן במעורבות נמוכה ("הקנייה הלא נחשבת"). נכיר מושגים מתחום הפסיכולוגיה, מדעי ההתנהגות והשיווק כמו: פילוח, מיצוב, מוטיבציה, תפיסה וקשב, זיכרון, למידה וקבלת החלטות.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי מרחוק]

ז: 23964, 23196

א' 24104 ד"ר אילת חן לוי ג' 08:30-11:45

סדנת התמחות מעשית בשיווק רשתי

שיווק דיגיטלי הוא כלי עבודה מרכזי לכל עסק באשר הוא. מעסקים בראשית דרכם ועד ארגונים בינלאומיים, נוכחות במרחב הרשתות החברתיות מהווה נדבך משמעותי ממערך השיווק הכולל. בסדנת ההתמחות המעשית נצלול אל "העולם האמיתי" ונלווה עסק לבחירתכם בבניית אסטרטגיית השיווק שלו בסושיאל. הסדנה משלבת ליווי מעשי יישומי של עסק פעיל, שיעורים עיוניים, תרגולים בכיתה ופגישות קבוצתיות-אישיות בהן נדון באופן פרטני בכל אחד מן הפרויקטים.

3 שש"ס / 3 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי היברידי] (מעודכן נכון ל- 07.08.23)
א' 23996 גב' סמדר חדש ב' 11:15-13:45 (מעודכן נכון ל- 18.09.23)

מקום בעידן הדיגיטלי

בקורס נעמיק את ידיעותינו בתחום התקשורת השיווקית ובאופנים שבהם עסקים, עמותות וארגונים ממשלתיים מציגים את עצמם ואת מותגיהם בפני הציבור בעידן המקוון. נעסוק בהתפתחות תחום התקשורת השיווקית ובתיאוריות מובילות בתחום, נסקור אסטרטגיות למיתוג ולניהול תדמית ברשת, נעסוק בנייתוח קמפיינים בתחום יחסי הציבור, השיווק והפרסום, בטקטיקות לקידום מכירות.

2 שש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי היברידי]

ז: 23195

ב' 23965 ד"ר רות אבידר ג' 16:30-18:00 (מעודכן נכון ל- 24.08.23)

סדנת קידום אתרים מקצועי SEO

כולנו משתמשים במנוע החיפוש הגדול בעולם כמה וכמה פעמים ביום, אך לא עצרנו לרגע לחשוב כיצד הוא פועל. בסדנה נלמד איך המערכת המתוחכמת הזאת פועלת ומדרגת את האתרים ונלמד כיצד אנחנו יכולים להשפיע על דירוג האתרים בתוצאות. נלמד מה תפקידו של מקדם אתרים בגוגל, מקצוע נדרש בתעשיית הדיגיטל ונתרגל בפועל את ביצוע משימות הקידום. מלבד אתרים נלמד לקדם סרטוני וידאו, תמונות, מסמכים, נלמד גם טיפול באזכורים שליליים בתוצאות החיפוש "שיימינג". מקצוע נדרש ומבוקש מאוד בתעשיית הדיגיטל.

3 שש"ס / 3 נ"ז / ש' / 60

ב' 23982 מר עמית מלכי ד' 14:15-17:00 (מעודכן נכון ל- 28.08.23)

סדנת פרסום

הסדנה תשמש כסימולציה למשרד פרסום על מחלקותיו השונות ותקנה למשתתפים ידע והכרות בסיסיים עם הפן המעשי של עולם הפרסום. במהלך הסדנה יכירו המשתתפים את מושגי היסוד המקובלים בעולם הפרסום, מבנה משרד הפרסום, תהליכי העבודה השונים ויתנסו בהפקת קמפיין פרסום שיכלול את גיבוש האסטרטגיה הפרסומית, כתיבת הברייף, בניית תמהיל מדיה, והפקות קריאטיביות.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ב' 23141 גב' ורד בטש ב' 14:15-17:00

סדנת יחסי ציבור

בסדנה ילמדו הסטודנטים את הכלים השונים המשמשים איש יחסי ציבור: שילוב של קשרי עיתונות וניו מדיה, כתיבה עיתונאית ומרכיביה השונים, עבודה מול עיתונאים, ניהול משברים תקשורתיים, ושיח מול קהלים שונים בכלים השונים. הסטודנטים יכירו את הצרכים השונים של כלי התקשורת השונים והדרך לתת את המענה האפקטיבי ביותר עבורם לצד מתן מענה ללקוחות. הסטודנטים יתנסו בכתיבת טקסטים ניסוח ועריכה שלהם ובחירת פלטפורמות ייעודיות. בסדנה יינתן דגש על מחשבה יצירתית ומתן מענה נכון המותאם לצרכי הלקוח תוך שילוב צרכי התקשורת.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ב' 23999 מר אופיר שפיגל ב' 15:30-18:15

שנה ג' - קורסי חובה

אתיקה עיתונאית

הקורס נועד לאפשר לסטודנטים לצרוך ולנתח תכנים תקשורתיים מנקודת מבט ביקורתית ומתוך ראיית עולם דמוקרטית. השיעורים יעסקו בדרכים לזיהוי וחשיפה של בעיות אתיות, בניתוח הסיבות לבעיות אלה, ובקשר שבין מטרת התקשורת לבין מושגים כמו "אי תלות", "אמת", "אובייקטיביות", "צנעת הפרט" ו"אינטרס הרווח". במהלך הקורס, ייחשפו הסטודנטים לגישות פילוסופיות ומקצועיות מגוונות לטיפול בסוגיות אתיות בתקשורת. נדון בבעיות אתיות-תקשורתיות ספציפיות, כמו הטיפול התקשורתי בסלבריטאים או התנגשות בין אינטרסים מקצועיים לאינטרסים ממלכתיים, ארגוניים ואישיים.

2 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / 60

א' 23993 ד"ר אבשלום גינוסר ב' 16:15-17:45

תיאוריות מתקדמות בתקשורת (קורס תוכן באנגלית)

הקורס יוקדש לבחינתן של תיאוריות עכשוויות בתקשורת, בהתבסס על היסודות התיאורטיים שהונחו במסגרת קורסי המבוא. לצד ההיכרות עם אותן תיאוריות חדשות, נבחן באופן ביקורתי תיאוריות ותיקות יותר, ונראה האם ובאילו אופנים ניתן להתאימן למציאות בת ימינו.

2 שש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 23994 ד"ר ורד אלישר ד' 10:15-11:45

א' 23994 ד"ר ורד אלישר ד' 12:15-13:45

תקשורת כתרבות

בשנות השישים של המאה העשרים התרחש מהפך בעקבות הקמתו של Centre for Contemporary Cultural Studies באוניברסיטת בירמינגהם, שתרומותיו - בעיקר תפיסת התקשורת כחלק בלתי-נפרד מן המארג התרבותי - חלחלו אל שדה המחקר וההגות התקשורתית ועיצבו אותו מחדש. נבין מהי תרבות ונעמוד על השינויים בחקר התקשורת בעקבות המהפך התרבותי; נבחן את דחיית הרעיון שישנן תרבויות גבוהות ונמוכות לטובת התייחסות שוויונית לכל טקסט; נתבונן בתפיסה של טקסט כמגלם מאבקי כוח פוליטיים; נראה מדוע ואיך חקר התקשורת יכול לשמש מאיץ של שינויים חברתיים ואת תרומתו של הפרויקט הפמיניסטי; נבחן את "רגע המגע" בין הצרכן לבין הטקסט; נתבונן בהתהוות של קהילות פרשניות ותפקידיהן וכדומה.

2 שש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ב' 23962 ד"ר עמית קמה ד' 12:15-13:45

ב' 23962 ד"ר עמית קמה ד' 14:15-15:45

שנה ג' - לימודי התמחות

ניהול תוכן

פרויקט ניהול תוכן בעידן הדיגיטלי

קורס זה נועד לאפשר לסטודנטים להביא לידי ביטוי מעשי את אשר למדו בשיעורים ובסדנאות הרלבנטיות להתמחות. כל זוג סטודנטים יתכנן ויבצע פרויקט העושה שימוש בידע התיאורטי והמעשי שרכשו (למשל, יצירת סרט וידיאו, תכנית רדיו, אתר אינטרנט, תיק הפקה) על תופעות מתקדמות של שידור והפקה, כדוגמת הזרמת תכנים ישירה (streaming), צריכת תכנים רציפה (binge-watching), או תכנון פורמטים טלוויזיוניים.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי היברידי]

א' 23972 ד"ר אבשלום גינוסר ב' 12:15-15:45

תקשורת שיווקית

פרויקט העצמה חברתית באמצעות הרשת

קורס זה נועד לאפשר לסטודנטים להביא לידי ביטוי מעשי את אשר למדו בשיעורים ובסדנאות הרלבנטיות להתמחות. כל זוג סטודנטים יתכנן ויבצע פרויקט העושה שימוש בידע התיאורטי והמעשי שרכשו ויישמו בעבודה מעשית (סרט וידיאו, תכנית רדיו, אתר אינטרנט, תיק הפקה) על תופעות הרלוונטיות לנושאים מתקדמים של בניית תכנית לתקשורת אסטרטגית לארגוני המגזר השלישי והרביעי ובכלל זה שימוש ברשת לצרכי העצמה ארגונית-חברתית ובניית יחסים בין ארגונים וציבורים.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי היברידי]

א' 23819 ד"ר אילת לוי חן ב' 12:15-15:45

שנה ג' - קורס בחירה בתקשורת

חיים בקריסה: מולטיטסקינג והיצף מידע

אנו חיים בסביבה מרובת גירויים ומתמודדים כיחידים וכרבים עם 'היצף מידע', הפרעות מתמשכות ו'תפקוד רב משימתי'. הקורס יעסוק בהיבטים השונים של התופעות בהקשר של טכנולוגיות תקשורת ותיקות וחדשות ויבחן, בין היתר, מהן השלכות חלוקת הקשב בצריכת תכנים מקבילה, בדגש על מקומו של הטלפון הנייד? כיצד מושפע תהליך קבלת החלטות והביצוע של העובד בארגון מהפרעות ועומס המידע? מהן ההשפעות קצרות וארוכות הטווח על רווחתנו האישית? והאם ניתן להציע פתרונות לניהול היצף המידע.

2 שש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי מרחוק]
ב' 23828 ד"ר אילת חן לוי

שנה ג' - סדנאות בחירה

סדנת הפקה

בסדנה נלמד ונתנסה הלכה למעשה בבניית רעיון, תכנון, ניהול, תפעול והפקה בפועל של אירוע מרובה משתתפים ותכנים. נלמד לתכנן לוח זמנים ותקציב, עבודה מול ספקים ולקוחות והכנת תיק הפקה. נכיר ונתנסה במגוון התפקידים בצוות ההפקה בסוגי אירועים שונים (ימי עיון, פסטיבל 'שובר מסך').

4 שש"ס / 4 נ"ז / סד' / 60

א' 24105 גב' אפרת יצחקי מלמד ג' 16:30-19:15 (מעודכן נכון ל- 07.09.23)

סדנת חופר לעומק: תחקיר עיתונאי

התחקיר העיתונאי כבר הוגדר ככזה שמהווה את אבן היסוד לכתבה עיתונאית השואפת לשלמות. כל תחקיר כולל שלבים רבים החל מהגדרת הנושא, איסוף המידע ועד אימות העובדות ובדיקת התגובה. גם אם הנושא מלהיב והכוונה טובה לבסוף דרך ביצוע התחקיר היא זו שתקבע את גורל הכתבה, את מה שאפשר לפרסם ועל מה ניאלץ לוותר. הסדנה נועדה להקנות כלים ליצירת כתבות וידאו הכוללות סיפור עיתונאי שראוי לתחקיר מעמיק, חקירת הסיפור אחרי צבירת מידע עובדתי מגוון, פיתוח מקורות ודרכי שיתוף הפעולה עימם, סינון מידע והבדלה בין עיקר לטפל, הצלבת מידע ושימוש בתגובה לשם ביסוס התחקיר והיצמדות לעובדות.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

א' 24109 מר אורן אהרוני ב' 08:30-11:00

ככה אתם נראים: מיתוג ויזואלי ברשתות

בסדנה זו נלמד להשתמש בתוכנות Adobe Photoshop ו Adobe Illustrator בכדי לחקור ולאפיין מותג ולפתח עבורו קונספט ופרשנות ויזואלית. בין היתר, נתמקד ביצירת השפה העיצובית של המותג אשר תכלול: מחקר השראות, לוגו, קמפיין מודעות דיגיטלי, והדמיות (מוקאפים) באמצעותן נמחיש נראות של דף נחיתה ותוצרים נוספים.

4 שש"ס / 4 נ"ז / סד' / 60

ק: 23524 (סדנת אינטרנט)

א' 24111 מר ארז ברטל ד' 12:15-15:45

סדנת עיצוב, תכנון ואפיון אתר + חנות (ecommerce)

אפיון אתר ועיצוב הם דרישות חמות בשוק העבודה היום. בסדנה הזו נלמד את הכלים העדכניים מפיתוח הרעיון ועד עיצוב אתר מכירה בדגש על דפי קטגוריות, דפי מוצר, דפי הזמנה, תוך כדי יצירה של חווית משתמש פשוטה מושכת ומוכרת. עיצוב ובניית מסכי האתר ע"י לימוד ושימוש בתוכנת FIGMA שהיא התוכנה השולטת בשוק העולמי ליצירת הדמיה לפני פיתוח. התוכנה חנימית, מה שמקל על עבודה בבית בנוסף על העבודה הכיתתית. התוכנה ידידותית למשתמש, לא נדרש כל רקע קודם. הכרת התוכנה על שלל כליה הידידותיים והמתקדמים תוך כדי פיתוח הרעיון ועיצוב מסכי האתר, בדגש על חווית משתמש פשוטה ועיצוב עדכני. בסיום פיתוח (הרעיון) ועיצוב האתר, נלמד לחבר את המסכים ליצירת הדמיה מושלמת של האתר בהתאמה לדסקטופ ולסמארטפון. בסדנה נלמד, לאפיין את האתר, לעצב אותו ולהטמיע אותו בדמו אינטראקטיבי.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

א' 23995 גב' איריס רובינשטיין ד' 14:15-17:00

סדנת ניהול קריירה בעולם השיווק והתקשורת

איך שני אנשים עם אותו התואר, האחד חי חיים מוגשמים והשני חיים בינוניים? איך הופכים להיות היזמים של עצמכם? איך מדייקים את מקום העבודה לכישורים שלכם? איך מייצרים תקשורת אישית בתוך הארגון? איך עושים ספיצ' שלא ישאיר אף אחד אדיש לנוכחות שלכם? איך בונים מותג אישי? איך משתמשים בטכנולוגיה לטובת הקריירה שלכם? ולפני הכל איך עוברים ראיונות עבודה? אתם מוזמנים לסדנה ייחודית שבה תקבלו כלים, תפגשו בעלי מקצוע רלוונטיים שיתנו לכם טיפים רבים. תבצעו סימולציות שיכינו אתכם "לצאת לעולם" בטוחים ומדויקים יותר. רגע לפני שיוצאים לעולם התעסוקה המתגבר בואו ללמוד ולתרגל כיצד לנהל את הקריירה שלכם בעולם השיווק והתקשורת.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ב' 23998 גב' ורד בטש ב' 09:15-11:45

סדנת קופירייטינג

משתתפי הסדנה ילמדו את העקרונות התיאורטיים והמעשיים של יצירת תכנים פרסומיים במגוון אמצעי הפרסום. הלימוד יתבצע תוך עבודה מעשית בהתנסות אישית וקבוצתית במגוון תחומים של עבודת הקופירייטר: חשיבה יצירתית, יצירת מסרים פרסומיים חדים וקולעים, יצירת שמות מותג, סיסמאות, טקסטים שיווקיים, מודעות פרסום, תסריטי טלוויזיה, פרסום באינטרנט.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ז: 23586

ב' 23598 מר רוני אפלבוים ב' 12:15-15:00

סדנת פרסום בגוגל בשילוב AI

במהלך הסדנה יילמדו יסודות הפרסום ב-Google Ads תוך שילוב פרקטיקה וכלים מתקדמים העומדים לרשות המפרסמים, אשר מטרתם להוביל לשיפור בתוצאות הפרסום. נלמד כיצד נפרסם דרך המערכת את הלקוח שלנו באתרי אינטרנט, וידאו, תוצאות החיפוש של גוגל ואפליקציות. נשלב בסדנה כלי AI (בינה מלאכותית) מתקדמים שיעזרו לנו בניהול הקמפיין ברמה היום יומית, יצירת מדיה, בניית קהלי יעד, כלי מחקר AI. מטרת הסדנה לתת את הכלים להתחיל את הדרך כמנהלי קמפיינים ממונים באמצעות מערכת Google Ads.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ב' 24119 מר עמית מלכי ד' 09:15-11:45

שנה ג' - סמינריונים

מציאות מדומה

סמינר זה בוחן את השינויים בתפיסת המציאות שלנו עקב הופעתן של טכנולוגיות אימרסיביות כמו מציאות מדומה (VR), מציאות רבודה (AR) ומציאות משולבת (MR). הקורס מציע בחינה של הדרכים בהן צורות חדשות של "מציאות מתווכת" בשילוב בינה מלאכותית (AI) ועולמות סינתטיים (דוגמת משחקי מחשב ורשת) מגדירות מחדש את דפוסי האינטראקציה בין השחקנים השונים בתהליך. נתמקד באופן בו מישחוק (Gamification), זרימה (Flow) וצריכת מדיה בסביבה זו תורמות לאופן בו אנו מעצבים, מתקשרים, מבינים וחווים את האינטראקציה. נחקור את ההקשרים וההשפעות הפסיכולוגיות, החברתיות והתרבותיות של חוויות אלה.

6 שש"ס / 6 נ"ז / ס' / 60

ק: 10047, 23173 או 23191, 23971 או 23164, 23192

ש' 24115 ד"ר ירון אריאל ג' 09:45-12:00 (מעודכן נכון ל-24.08.23)

חיים ברשת

חיינו כיום מתקיימים במידה רבה במרחב המקוון, החל מתקשורת בינאישית בין פרטים, שימוש ברשתות חברתיות מקוונות המאפשרות ליצור ולקיים אינטראקציות באופנים שונים וכלה צריכת מידע אקטואלי ובידורי. ביכולתה של הרשת להעצים את הפרט ברמה המקומית והגלובלית, ומאידך לגרום לנזקים פיזיים ונפשיים חמורים, בין אם ברמת הפרט או ברמת הסביבה. במסגרת הסמינר נכיר ונתייחס לממשקים השונים בין המרחב הלא מקוון לזה המקוון וכיצד אלו משפיעים על חיינו. נדון בין היתר במדדים לניתוח רשתות; בולטות ומנהיגות דעה; דפוסי אישיות ודפוסי שימוש; חשיפה ופרטיות; שיתופיות ומעורבות; מציאות מדומה ורבודה; למידת מכונה; שיווק גלוי וסמוי ברשת; ויראליות וממטיקה.

6 שש"ס / 6 נ"ז / ס' / 60

ק: 10047, 23192 או 23164, 23191

ש' 24116 ד"ר ורד וסיליו ג' 09:45-12:00 (מעודכן נכון ל-24.08.23)

מי הכי יפה בכל העיר: גוף, תרבות ותקשורת

נבחן את המקורות התרבותיים, החברתיים והתקשורתיים של היופי. נטען כי יופי איננו טבעי או אובייקטיבי, אלא תוצר של הסכמים חברתיים תלויי מקום וזמן, המשפיעים על האופנים בהם אנחנו תופסים את היופי שלנו ושל אחרים. התקשורת מהווה מנגנון מרכזי בהנחלת אידיאל היופי, ובעזרתה אנחנו לומדים את מהו הגוף הרצוי וכיצד נחוץ לטפחו. התקשורת מאלפת אותנו לעצב את הגוף הביולוגי על מנת לכונן גוף, האמור לענות על קני מידה נשגבים של יופי. נתבונן כיצד התקשורת משמשת כסוכנת מְיָשֵׁטֶר של ההבניות התרבותיות בנוגע לממדים שונים של הגוף.

6 שש"ס / 6 נ"ז / ס' / 60

ק: 10047, 23173 או 23191, 23971 או 23164, 23192

ש' 24117 ד"ר עמית קמה ג' 14:15-16:30 (מעודכן נכון ל- 24.08.23)

מרום: בינה מלאכותית ומציאות רבודה

סמינר זה עוסק בנוף המתפתח של תקשורת שיווקית בעידן הבינה המלאכותית, המציאות הרבודה והביג דאטה. מטרת הסמינר היא לחקור את האסטרטגיות והטכנולוגיות החדשניות המעצבות את תעשיית יחסי הציבור, הפרסום והשיווק. עם כניסתן של פלטפורמות הטכנולוגיות המתפתחות, עומדים אנשי שיווק, פרסום ויחסי ציבור בפני אתגרים והזדמנויות בהגעה לקהלי היעד שלהם באופן מהיר ויעיל. סמינר זה יעסוק בתקשורת שיווקית במובנה הרחב ויתמקד בנושאים כגון הבנת השפעת הטכנולוגיות על תקשורת שיווקית, אסטרטגיות מתקדמות לשילוב ציבורים, שיווק תוכן וקמפיינים חווייתיים, דיאלוג ואינטראקציה בין ארגונים וציבורים ברשתות חברתיות, תוכן משתמשים ובניית מותג, חקר השילוב של מציאות רבודה (AR), מדומה (VR) ומעורבת (MR) בקמפיינים תקשורתיים. הבנת הפוטנציאל של בינה מלאכותית (AI) ולמידת מכונה (ML) בשיפור חוויות לקוח, ניתוח ההשפעה של צ'אטבוטים, עוזרים קוליים וממשקי שיחה על אינטראקציות עם לקוחות. נדון גם בשיקולים אתיים הקשורים לפרטיות, אבטחת מידע, פרסונליזציה ומעקב התנהגותי בתקשורת שיווקית חדשנית.

6 שש"ס / 6 נ"ז / ס' / 60

ק: 10047, 23173 או 23191, 23971 או 23164, 23192

ש' 24118 ד"ר רות אבידר ג' 14:15-16:30 (מעודכן נכון ל- 24.08.23)

ניהול מוצרי תוכן (מעודכן נכון ל- 28.08.23)

מהות עבודתו של מנהל תוכן בתעשיית התקשורת מאופיינת בהבנה ובראייה כוללת של מחזור החיים של המוצר. בסמינר זה נדון במחזור החיים של מוצרי תוכן בפלטפורמות טכנולוגיות שונות, מסורתיות וחדשות. נבחן את שלבי התכנון והניהול של מוצרי התוכן תוך היכרות עם המגמות העכשוויות בפיתוח תהליכים, משלב הרעיון ועד פיתוח מוצר חדש, חקר שוק והשקת המוצר. ידע זה יאפשר לסטודנטים לבחור תוצר אחד או יותר למחקר אמפירי של ניהול מוצרי תוכן בביטוי השונים בקרב מנהלים, יצרני תוכן, משווקים וקהלים-צרכנים.

6 שש"ס / 6 נ"ז / ס' / 60

ק: 10047, 23173 או 23191, 23971 או 23164, 23192

ש' 24120 ד"ר לוי חן אילת ג' 12:00-14:15

שנה ג' - התמחות מעשית

התמחות מעשית (סטאז')

ההתמחות החיצונית מהווה הזדמנות לחוות עשייה מקצועית בתוך ארגוני תקשורת. במסגרת ההתמחות יתנסו הסטודנטים בעשייה ממשית, בתחום הקרוב לליבם, מחוץ לכותלי המכללה. בתוך כך יצרו לעצמם הזדמנות להמשך תעסוקתי והכרות משמעותית מבפנים עם תעשיית התקשורת. ההתמחות כוללת ליווי והנחייה חוגית ובמקום ההתנסות. היקף ההתמחות הוא 120 שעות.

4 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / 60 (מעודכן נכון ל- 03.09.23)

ז: 23389

א' 23399 ד"ר ולד וסיליו (מפגשים אישיים)

ב' 23399 ד"ר ולד וסיליו (מפגשים אישיים)

עבודה מעשית מודרכת (סטאז' פנימי)

במסגרת הסטאז' - התמחות פנימית בוחרים הסטודנטים תחום בו ירצו להתנסות במסגרת הפעילויות במכללה ובחוג: שיווק חוגי בפייסבוק, אינסטגרם וטיק-טוק; עבודה במחלקת השיווק המכללתי; באולפני השידור, כתיבה והגשת תוכניות, הפקת אירועים מיוחדים באולפנים, בניית פלייליסטים. התנסות בעיתון "הקיר", העיתון הדיגיטלי של החוג לתקשורת המפרסם מהדורות עם כתבות סטודנטים בנושאים שונים ובתפקידים שונים של הפקה, עריכה, כתיבה וצילום. היקף ההתמחות הוא 60 שעות.

2 שש"ס / 1 נ"ז / סד' / עובר

ב' 24108 ד"ר ולד וסיליו (מפגשים אישיים)