



האקדמית
עמק יזרעאל
ע"ש מקס שטרן



החוג לתקשורת

שנתון

שנה"ל תשפ"ו



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': פרופ' וימן זקס דנה
שנה ב': ד"ר אריאל ירון
שנה ג': ד"ר אבידר רות

חברי הסגל האקדמי *

פרופ' חבר:	פרופ' ויזמן זקס דנה.
מרצה בכיר:	ד"ר אבידר רות, ד"ר אלישר ורד, ד"ר אריאל ירון, ד"ר קמה עמית.
מרצה:	ד"ר וסיליו ולד.
סגל עמית**:	מר אליגור מתן, מר בלייס דותן, מר בטרל ארז, ד"ר לוי חן אילת, מר צרפתי אורי.
מורה מן החוץ:	גב' אקסינר- אמסלם נועה, גב' בן פורת גרוסמן עדי, מר גודלשטיין אבישי, מר ג'ורנו רואי, גב' גרינברג הדס, מר הורניג ירון, מר ירקוני יורם, מר נבון חזקיהו, גב' קלוג מיה, מר רובין שי, גב' רובינשטיין איריס, מר שמואלי אסף.

* יתכנו שינויים ברשימת סגל ההוראה.
** כולל סגל עמית העוסק בתרגול.

מרכזת החוג
גב' סימנוביץ אנדריאנה
טל': 04-6423459
שעות קבלה: ימים א'-ד', 10:00-12:30 בנין תקשורת, קומה 1
מענה טלפוני: ימים א'-ד' 09:00-10:30
ניתן לפנות למזכירות החוג דרך תחנת המידע.

הלימודים בחוג לתקשורת

החוג לתקשורת במכללה האקדמית 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 לסטודנטים 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 ו AI (בינה מלאכותית) ולספק הכשרה לעבודה במגוון מוסדות וארגונים.

הקורסים העיוניים מעניקים לסטודנטים ידע רחב במדיה חדשים (אינטרנט, רשתות חברתיות, עיתונות מקוונת, טלפונים חכמים) ובמדיה מסורתית (עיתון, רדיו, טלוויזיה). המרצים בחוג הם חוקרים מובילים בתחומם המלמדים מגוון רחב של קורסים ביניהם: תקשורת שיווקית, תרבות דיגיטלית, פסיכולוגיה של תקשורת, תקשורת פוליטית ותקשורת AI.

לצד הלימוד העיוני מתנסים הסטודנטים במספר רב של סדנאות: בסדנאות למתחילים מכירים הסטודנטים את תחומי העשייה השונים (עמידה מול מצלמה וקהל, פוטושופ, צילום ועריכה, יסודות ניהול הסושיאל, עיתונות וכתבייה למדיה, מקצועות TV ורדיו ויסודות ההפקה). בסדנאות המתקדמות מתנסים הסטודנטים בתחומים שמעבר לתחום התמחות שלהם מתוך מגוון סדנאות בחירה (פרסום, חדשות ויזמות, מגזין TV, יחסי ציבור, דוברות ויעוץ תקשורת, פודקאסטים, מיתוג ויזואלי, חווית משתמש ביישומי סמארטפון, קידום אתרים SEO, סדנת פרסום בגוגל בשילוב AI, ניהול סושיאל מתקדם, מערכת חדשות דיגיטלית, תחקיר עיתונאי, ועוד).

הסדנאות מועברות על ידי אנשי מקצוע מובילים ומתקיימות במרכז תקשורת משוכלל המכיל, בין היתר, אולפן טלוויזיה וחדר בקרה, אולפן קול, חדרי הפקה, 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' ומפיקים את פסטיבל התקשורת השנתי "שובר מסך". במסגרת הלימודים יוצאים הסטודנטים להתמחות מעשית (סטאז' חיצוני) המאפשרת להם לצבור ניסיון ולהתנסות בעבודה במגוון חברות וארגונים, ולקחים חלק גם בהתמחות מעשית במרכז התקשורת שלנו ובמוקדי פעילות נוספים במכללה (סטאז' פנימי). בשנה ב' יוצאים הסטודנטים למספר סיורים לימודיים.

לקראת שנת הלימודים השנייה תוצע לסטודנטים אחת משתי התמחויות: ניהול תוכן/תקשורת שיווקית ***

התמחות בניהול תוכן*

ההתמחות 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, עיתונאות 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 ופודקאסטים, מעבדות מחשבים וחדרי עריכה מהחדשים והמתקדמים בישראל. צוות המרצים אשר מגיע מחברות תקשורת ודיגיטל, וכן בוגרי החוג הרבים שנמצאים כיום בשוק העבודה, מסייעים לסטודנטים להשתלב בעבודה עם סיום הלימודים כמנהלי תוכן, מנהלי מדיה חברתית, מנהלי קמפיינים, עורכי חדשות, כתבים, עורכים ומפיקים.

*ההתמחות תצוין על גבי נספח נלווה ובגיליון הציונים.

התמחות בתקשורת שיווקית**



ההתמחות בתקשורת שיווקית (Marketing Communication) מכשירה את הסטודנטים להשתלבות בעולם השיווק הדיגיטלי, הפרסום, הייעוץ התקשורתי 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 והחדשנות, יחסי ציבור, דוברות וייעוץ תקשורתי, שיווק ומיתוג דיגיטליים, ומאפשרות השתלבות מהירה ומעבר ישיר מהלימודים האקדמיים לעולם העבודה והקריירה.

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

**ההתמחות תצוין על גבי נספח נלווה ובגיליון הציונים.

*** בהתאם לשיקול הדעת של המכללה.

מבנה הלימודים

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

חובה	התמחות	בחירה	העשרה	סה"כ
שיעורי חובה	קורסי התמחות	קורסי בחירה	התמחות מעשית	"משיב הרוח" *
78	22	9	5	6
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".

שנה א'

קוד הקורס	שם הקורס	נ"ז	שש"ס
לימודי תקשורת			
23970	מבוא לתקשורת	4	4
23175	תרבות דיגיטלית	4	4
23278	פסיכולוגיה של תקשורת	4	4
23185	תקשורת שיווקית	4	4
24112	תקשורת AI	3	3
24128	מסגרות מדיה: ארגונים ואנשים	2	2
23963	סדנת כתיבה אקדמית	2	2
סדנאות			
23977	סדנת צילום ועריכה	5	6
23581	סדנת פוטושופ	2	3

קוד הקורס	שם הקורס	נ"ז	שש"ס
24129	סדנת עיתונות וכתיבה למדיה	2	2
23527	סדנת רדיו	2	2
24130	סדנת סושיאל למתחילים	1	2
23976	סדנת מקצועות TV	2	3
24132	סדנת הפקה למדיה	1	2
24133	סדנת מדברים קהל: כישורי תקשורת בעידן המודרני	1	2
לימודי העשרה			
	קורס "משיב הרוח"	2	2
סה"כ		41	47

שנה ב'

קוד הקורס	שם הקורס	נ"ז	שש"ס
לימודי תקשורת			
24121	תקשורת שכנועית	2	2
24126	תקשורת פוליטית	4	4
23968	סוציולוגיה של תקשורת	4	4
23971	שיטות כמותיות בתקשורת	4	4
23192	מחקר איכותני בתקשורת	4	4
23287	יישומים סטטיסטיים במחשב	2	2
23068	פרוסמיניריון בתקשורת	1	2
לימודי התמחות (ניהול תוכן/תקשורת שיווקית)			
ניהול תוכן:			
24122	תוכן ומדיה חברתיים	4	4
24125	סדנת פודקאסטים ואריזת תוכן	3	3
24110	סדנת עמק TV	3	3
23831	סדנת וורדפרס לבניית אתרים	3	3
24134	סדנת יצירת תוכן	5	5
תקשורת שיווקית:			
23965	מרקום בעידן הדיגיטלי	4	4
23141	סדנת פרסום	5	5
24137	פרסום ברשתות בשילוב כלי AI	3	3
23830	סדנת עיצוב, תכנון ואפיון אפליקציה UI	3	3
24127	סדנת יעוץ תקשורתי בעידן הדיגיטלי	3	3
לימודי העשרה			
	קורס "משיב הרוח"	2	2
סה"כ		41	42

שנה ג'

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

לסטודנטים שהחלו לימודיהם בשנה"ל תשפ"ה

שנה ב'

קוד הקורס	שם הקורס	נ"ז	שש"ס
<u>לימודי תקשורת</u>			
24121	תקשורת שכנועית	2	2
24126	תקשורת פוליטית	4	4
23968	סוציולוגיה של תקשורת	4	4
23971	שיטות כמותיות בתקשורת	4	4
23192	מחקר איכותני בתקשורת	4	4
23287	יישומים סטטיסטיים במחשב	2	2
23068	פרוסמינריון בתקשורת	1	2
<u>לימודי התמחות (ניהול תוכן/תקשורת שיווקית)</u>			
ניהול תוכן:			
24122	תוכן ומדיה חברתיים	4	4
24125	סדנת פודקאסטים ואריזת תוכן	3	3
24110	סדנת עמק TV	3	3
23831	סדנת וורדפרס לבניית אתרים	3	3
24134	סדנת יצירת תוכן	5	5
תקשורת שיווקית:			
23965	מרקום בעידן הדיגיטלי	4	4
23141	סדנת פרסום	5	5
24137	פרסום ברשתות בשילוב כלי AI	3	3
23830	סדנת עיצוב, תכנון ואפיון אפליקציה UI	3	3
24127	סדנת יעוץ תקשורת בעידן הדיגיטלי	3	3
<u>לימודי העשרה</u>			
	קורס "משיב הרוח"	2	2
<u>סה"כ</u>		<u>41</u>	<u>42</u>

שנה ג'

קוד הקורס	שם הקורס	נ"ז	שש"ס
לימודי תקשורת			
	2 סמינריונים	12	12
24114	אתיקה ודיני תקשורת	2	2
23962	תקשורת כתרבות	2	2
23994	תיאוריות מתקדמות בתקשורת (באנגלית)	2	2
	קורס בחירה בתקשורת	2	2
לימודי תקשורת סדנאות בחירה			
	3 סדנאות בחירה	9	9
לימודי התמחות (ניהול תוכן/תקשורת שיווקית) ניהול תוכן:			
23972	פרויקט ניהול תוכן בעידן הדיגיטלי	4	4
תקשורת שיווקית:			
23819	פרויקט העצמה חברתית באמצעות הרשת	4	4
התמחות מעשית			
24108	עבודה יישומית מודרכת (סטאז' פנימי)	2	2
23399	סטאז' בתקשורת	3	4
לימודי העשרה			
	קורס "משיב הרוח"	2	2
סה"כ		40	41

לסטודנטים שהחלו לימודיהם בשנה"ל תשפ"ד

שנה ג'

קוד הקורס	שם הקורס	נ"ז	שש"ס
<u>לימודי תקשורת</u>			
	2 סמינריונים	12	12
24114	אתיקה ודיני תקשורת	2	2
23962	תקשורת כתרבות	2	2
23994	תיאוריות מתקדמות בתקשורת (באנגלית)	2	2
<u>לימודי תקשורת סדנאות בחירה</u>			
	3 סדנאות בחירה	9	9
<u>לימודי התמחות (ניהול תוכן/תקשורת שיווקית)</u>			
ניהול תוכן:			
23972	פרויקט ניהול תוכן בעידן הדיגיטלי	4	4
תקשורת שיווקית:			
23819	פרויקט העצמה חברתית באמצעות הרשת	4	4
<u>התמחות מעשית</u>			
24108	עבודה יישומית מודרכת (סטאז' פנימי)	2	2
23399	סטאז' בתקשורת	3	4
<u>לימודי העשרה</u>			
	קורס "משיב הרוח"	2	2
סה"כ		38	39

מקרא קורסים מקוונים:

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

שנה א' - קורסי חובה

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.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי-היברידי] מבוטל (מעודכן נכון ל- 19.08.25)

ז: 23276, 23275, 23180, 23012

א' 23970 ד"ר ורד אלישר ב' 12:15-15:45

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 מתווכות 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 ג' 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 פרופ' דנה וימן זקס ג' 14:15-17:45

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 [דיגיטלי מרחוק] (מעודכן נכון ל- 14.09.25)

א' 23963 ד"ר עמית קמה ב'

א' 23963 ד"ר עמית קמה ב'

סדנת כתיבה אקדמית - תרגיל (מעודכן נכון ל- 14.09.25)

2 שש"ס / 0 נ"ז / ת' / 60

א' 23963 מר אורי צרפתי ב' 08:30-10:00

א' 23963 מר אורי צרפתי ב' 10:15-11:45

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

מסגרות מדיה: ארגונים ואנשים

מוסד התקשורת הוא בין המוסדות החזקים והמשמעותיים ביותר במדינות דמוקרטיות. במהלך הקורס יחשפו הסטודנטים למאפייניו המרכזיים של מוסד התקשורת בישראל ובעולם: יחסיו עם מוסדות חברתיים אחרים, הארגונים הבולטים המתקיימים במסגרתו, ושחקני המפתח המעצבים אותו. תשומת לב מיוחדת תוקדש לעבודתם של עיתונאים ואנשי תקשורת נוספים, לרבות מגבלות ולחצים עמם הם נאלצים להתמודד. לאורך הקורס נדון בהשפעת הרשתות החברתיות וניצניה של מהפכת ה AI על סוגיות מרכזיות אלו.

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

ב' 24128 ד"ר ורד אלישר ד' 12:15-13:45

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).

3 שש"ס / 3 נ"ז / ש' / 60

ב' 24112 ד"ר ורד וסיליו ג' 14:15-17:00

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 בתכנת Adobe Premier - כיצד לערוך את שצילמנו והכנתו להפצה בפלטפורמות המדיה שונות.

6 שש"ס / 5 נ"ז / סד' / 60

ז: 23528, 23529

ש' 23977 מר מתן אליגור סמסטר א' יום ד' 09:15-11:45 וגם סמסטר ב' יום ד' 14:15-17:00

ש' 23977 מר מתן אליגור סמסטר א' יום ד' 12:15-15:00 וגם סמסטר ב' יום ד' 09:15-11:45

סדנת רדיו

הסדנה נועדה להקנות למשתתפים ידע והבנה ביחס לגישות ומושגי היסוד בתחום הרדיו. הלימוד יכלול 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 תוכנית רדיו.

2 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / 60

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

א' 23527 מר חזקיהו נבון ד' 15:30-17:00

סדנת סושיאל למתחילים

היכרות מעמיקה עם עולם הסושיאל, מהתפתחות התחום ועד לרשתות המובילות כיום. דרך מקרי בוחן וניתוחים עדכניים נבחן מה הופך תוכן למוצלח, מה ההבדל בין תוכן ממומן לאורגני, ואיך יוצרים פוסט או סרטון שעובד. בסדנה נרכוש כלים ראשוניים לכתיבה, צילום ועריכה, ניהול אסטרטגיות תוכן והתנסות באפליקציות עריכה פופולריות. נתמקד גם בחשיבה קריאטיבית ובשלבים שמובילים ליצירת תוכן עם פוטנציאל ויראלי.

2 שש"ס / 1 נ"ז / סד' / 60

א' 24130 גב' נועה אקסינר אמסלם ב' 08:30-10:00

א' 24130 גב' נועה אקסינר אמסלם ב' 10:15-11:45

סדנת הפקה למדיה

איך יוצרים תוכן שמגיע למסך – מהרעיון ועד הפריים? בסדנת הפקה למדיה נתנסה בשלבים המרכזיים של הפקת תכנים חזותיים: פיתוח רעיון, תכנון צילומים, ניהול לוחות זמנים ותקציב, תיאום צוותים, ויצירת תוצר מקצועי. נלמד מה תפקידו של המפיק, איך עובדים מול גורמים שונים, ואיך מתרגמים רעיון למציאות. הסדנה משלבת ידע עיוני עם תרגול מעשי – במטרה להקנות כלים בסיסיים בעולם ההפקה הטלוויזיונית, הדיגיטלית והחברתית.

2 שש"ס / 1 נ"ז / סד' / 60

א' 24132 גב' עדי בן פורת גרוסמן ד' 10:15-11:45

א' 24132 גב' עדי בן פורת גרוסמן ד' 12:15-13:45

סדנת עיתונות וכתיבה למדיה

מה הסוד להביא קליקים ואיך משאירים את הקורא מרותק לכתבה? במהלך סדנת כתיבה למדיה יילמדו יסודות הכתיבה העיתונאית והתאמתה לפלטפורמות שונות – מהעיתונות הכתובה המסורתית ועד המדיה הדיגיטלית והרשתות החברתיות. בסדנה נלמד לנסח את הכותרות הנכונות, לייצר פתיחים, עריכה עצמית, כתיבה מגזינית וחדשותית, תוך דגש על פיתוח קול אישי ומודעות לקהל שאליו אנחנו פונים ובאיזו פלטפורמה אנחנו פונים אליו. מטרת הסדנה להקנות בסיס פרקטי ומקצועי לכתיבה תקשורתית ברמה גבוהה.

2 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / 60

ב' 24129 מר שי רובין ב' 08:30-10:00

ב' 24129 מר שי רובין ב' 10:15-11:45

סדנת מדברים קהל: כישורי תקשורת בעולם המודרני

היכולת לתקשר בצורה ברורה, חדה ואותנטית הפכה למיומנות חיונית בעידן שבו המסר שלך יכול להגיע לעשרות, מאות ואף מיליוני אנשים – בלחיצת כפתור אחת. קורס זה מעניק כלים פרקטיים ומעמיקים לפיתוח כישורי תקשורת אפקטיביים מול מגוון סוגי קהלים, בשטח ובזירות הדיגיטליות. נתרגל עמידה ודיבור מול קהל – נלמד איך לבנות מסר, להתמודד עם פחד במה ולשמור על נוכחות משכנעת. נתנסה בדיבור מול מצלמה ונלמד כיצד להעביר מסר מדויק גם כשהקהל אינו נוכח פיזית. כמו כן נעבור במהלך הקורס סדנת ריאיון שבה נכין עצמנו לראיונות עיתונאיים, תעסוקתיים ועוד – תוך התמקדות בניהול שיחה, מיקוד, טון הדיבור והתמודדות עם שאלות מאתגרות ובנוסף, נבין כיצד שפת הגוף שלנו אכן משפיעה על הדרך שבה המסר מועבר. הקורס משלב תרגול מעשי, משוב אישי, ניתוחי מקרה מעולם המדיה והתקשורת וכן, טכניקות שונות להעברת מסר.

2 שש"ס / 1 נ"ז / סד' / 60

ב' 24133 מר רואי ג'ורנו ב' 08:30-10:00

ב' 24133 מר רואי ג'ורנו ב' 10:15-11:45

סדנת פוטושופ

בסדנת פוטושופ יתנסו הסטודנטים/ות 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: 23524, 23955

ב' 23581 מר ארז ברטל ב' 12:15-15:00

ב' 23581 מר דותן בלייס ב' 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.

3 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / 60

ב' 23976 מר אבישי גולדשטיין ד' 09:15-11:45 (מעודכן נכון ל- 14.01.26)

ב' 23976 מר אבישי גולדשטיין ד' 14:15-17:00 (מעודכן נכון ל- 14.01.26)

שנה ב' - קורסי חובה

תקשורת שכנועית

מטרת הקורס היא להרחיב את הידע של הסטודנטים לגבי מושגים מרכזיים, מסגרות תיאורטיות וכלים מחקריים 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.

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

א' 24121 ד"ר אילת חן לוי

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' 12:15-15:45

סוציולוגיה של תקשורת

הקורס יעסוק בנקודות ההשקפה 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 מרחוק] (מעודכן נכון ל- 01.09.25)

ז: 23284

א' 23968 ד"ר עמית קמה ד' 10:15-13:45 מבוטל (מעודכן נכון ל- 19.08.25)

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

ב' 23287 ד"ר וילד וסיליו ב' 14:15-15:45

ב' 23287 ד"ר וילד וסיליו ד' 12:15-13:45

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 וילד וסיליו ב' 12:15-13:45

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 [דיגיטלי היברידי]

ז: 23164

ב' 23192 ד"ר ורד אלישר ב' 08:30-11:45

תקשורת פוליטית

קשרי הגומלין בין מוסד התקשורת למוסד הפוליטי ענפים ודינמיים, והשלכותיהם ניכרות כמעט בכל היבט של חיינו. מאז הפכו אמצעי התקשורת לשחקן פוליטי מרכזי, לא ניתן עוד להבין את העולם הפוליטי ואת תהליכי קבלת ההחלטות המתרחשים במסגרתו, במנותק מהמציאות התקשורתית. במסגרת הקורס נלמד על קשרי הגומלין תקשורת-פוליטיקה הן ברמה המוסדית והארגונית, והן ברמה הבינאישית. נתייחס למקרי בוחן בולטים בארץ ובעולם, ונבחן את השינויים המתחוללים בזירה הפוליטית מאז כניסתן של הרשתות החברתיות לחיינו.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60

ב' 24126 ד"ר ורד אלישר ד' 08:30-11:45

שנה ב' - לימודי התמחות

ניהול תוכן

תוכן ומדיה חברתיים

מטרת קורס זה היא לבחון את ההתפתחויות בתחום יצירת התוכן בסביבה הדיגיטלית, בדגש על מדיה חברתיים, תוך התמקדות בהיבטים תיאורטיים ומעשיים. במהלך הקורס נעסוק בתהליך התפתחות המושג 'ז'אנר' (סוגה) במגוון פלטפורמות ונלמד על יישומו במחקר ובפורמטים קולנועיים, טלוויזיוניים ודיגיטליים. בנוסף, נעסוק במושגי מפתח הרלוונטיים ליצירת תוכן בסביבה זו, בהם 'עיתונות אזרחית', המעניקה לפרטים כוח ליצור תוכן משמעותי; 'משפיעני רשת', המעצבים את דעת הקהל בעידן הדיגיטלי; ו'בינה מלאכותית יוצרת', הפורצת גבולות חדשים ביצירתיות ובדרכי עיצוב התוכן. השיעורים יתמקדו בשינויים המשמעותיים המתרחשים בזירת המדיה ובקרב קהיליה בהקשר למושגים אלו. תשומת לב מיוחדת תוקדש לדינמיקה המורכבת של רשתות וקהילות, הן המסורתיות והן המקוונות, לתהליכי ההיווצרות שלהן, אופן תפקודן ותפקידיהן המשתנים בחברה. נלמד מושגי יסוד בניתוח ובמיפוי של 'שחקנים' ותכנים ברשתות חברתיות (ניתוח רשתות) כדי לפתח הבנה ביחס לאתגרים העכשוויים והמתעוררים בעקבות ההתפתחויות התכופות בתחומי התוכן והמדיה החברתיים.

4 שש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60

א' 24122 ד"ר ירון אריאל ב' 08:30-11:45

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 ג' 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 בבמות 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 גב' הדס גרינברג ג' 10:00-12:30

סדנת פודקאסטים ואריזת תוכן

הסדנה נועדה להקנות ידע והתנסות פרקטית עם עולם הניו-מדיה בדגש על פודקאסטים ואריזת תוכן בפלטפורמות השונות. ממלכת הדיגיטל הולכת ומתחזקת וכך גם הצורך לא רק ביצירת תוכן מקורי ומעניין, אלא גם בהפקתו ובאריזתו ובהגשתו של התוצר הסופי. הסדנה תקנה ידע ותפגיש את הסטודנטים עם הפודקאסטים ותוכן בעידן הדיגיטל ותעניק להם ארגז כלים עיוני ומעשי שיאפשר להם לפתח מוצר שלם מקורי וייחודי ולהפוך בעצמם ליזמים של יצירה מקורית. משלב הרעיון ועד לשלב העריכות של הטיזרים, הג'ינגלים הפרומואים ויתר האלמנטים הרלוונטיים לעידן הניו-מדיה.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ב' 24125 מר חזקיהו נבון ב' 16:15-19:00

הפורמט הראשון שלי- סדנת יצירת תוכן

סדנת "הפורמט הראשון שלי" מכשירה אתכם לפיתוח פורמטים מקוריים לטלוויזיה ולרשת. בעידן רווי תוכן ויזואלי, היכולת לייצר פורמטים מקוריים היא קריטית. נלמד את עקרונות תהליך הפיתוח של פורמטים, משלב הרעיון, דרך בניית הקונספט ועד להכנת מסמכי הפקה. תקבלו כלים יצירתיים תיאורטיים ופרקטיים להפוך ליוצרים יזמים של פורמטים ייחודיים.

5 שש"ס / 5 נ"ז / סד' / 60

ב' 24134 גב' מיה קלוג ד' 12:15-17:00

תקשורת שיווקית

מרקום 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 בניתוח קמפיינים בתחום יחסי הציבור, השיווק והפרסום, בטקטיקות לקידום מכירות.

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

ז: 23195

א' 23965 ד"ר רות אביר ג' 08:30-11:45

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 הכיתית.

התוכנה ידידותית למשתמש, לא נדרש כל רקע קודם. הכרת התוכנה על שלל כלים 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

א' 23830 גב' איריס רובינשטיין ג' 14:15-17:00

סדנת פרסום ברשתות בשילוב AI

בסדנה זו נלמד כיצד להשתמש בכלים של קידום ממומן ברשתות החברתיות בשילוב יכולות בינה מלאכותית. נתמקד בהבנת עקרונות הפרסום הממומן, אפיון קהלי יעד, בניית קמפיינים בפלטפורמות השונות ושיפור ביצועים על בסיס נתונים. כמו כן, נעסוק בשימוש בכלים מבוססי AI ליצירת תכנים: טקסטים, תמונות וסרטונים אשר יסייעו לנו לבנות קמפיינים מדויקים, יעילים ורלוונטיים.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

א' 24137 מר ירון הורניג ד' 09:15-11:45 (מעודכן נכון ל- 24.08.25)

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 הברף, בניית תמהיל מדיה, והפקות קריאטיביות.

5 שש"ס / 5 נ"ז / סד' / 60

ב' 23141 מר יורם ירקוני ד' 14:15-19:00

סדנת יעוץ תקשורת בעידן הדיגיטלי

ייעוץ תקשורת הוא מקצוע הבסיס בעבודה של ארגונים ומותגים עם כלי התקשורת. במקור הוא מכיל דוברות, יחסי ציבור וניהול משברים, ודורש יכולת תקשורת בין אישית והתמקצעות ביכולת לספר סיפור. התפתחות הטכנולוגיה והשינויים בעולם התקשורת מחייבים שינויים נוספים, כמו מיפוי, מיקוד מסרים, שימוש באפליקציות וברשתות חברתיות, ויצירתיות. סדנת ייעוץ תקשורת בעידן הדיגיטלי תעניק למשתתפיה את יסודות מקצועות הייעוץ התקשורתי באופן המותאם לשיטות העבודה הנהוגות כיום.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ב' 24127 מר אסף שמואלי ב' 14:15-17:00

שנה ג' - קורסי חובה

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 ב' 09:45-11:15

תקשורת כתרבות

בשנות השישים של המאה העשרים התרחש מהפך בעקבות הקמתו של Centre for Contemporary Cultural Studies באוניברסיטת בירמינגהם, שתומותיו - 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 [דיגיטלי מרחוק] (מעודכן נכון ל- 01.09.25)
א' 23962 ד"ר עמית קמה ד' 16:15-17:45 מבוטל (מעודכן נכון ל- 19.08.25)

אתיקה ודיני תקשורת

במסגרת הקורס נכיר את התשתית הערכית והמשפטית-חקיקתית הקשורה לחופש העיתונות והתקשורת בישראל. נלמד את הדינים והתקדימים שמספיעים על התקשורת ומגבילים אותה במדינתנו. נעסוק במקורות הדינים, בשינויים שחלו בהם לאורך השנים, ובפסיקות המשמעותיות לחופש העיתונות והתקשורת. בנוסף, נבחן את התפתחות האתיקה העיתונאית, השלכות המצב הביטחוני על התקשורת הישראלית ושאלת תקפות עקרון החיסיון העיתונאי. נלמד על ההגבלות האתיות והמשפטיות שמוטלות על העיתונאים, כולל איסור פגיעה בצנעת הפרט, איסור לשון הרע והגבלות בסיקור משפטי לבסוף, נבחן את השלכות המדיה החדשה על ההיבטים המשפטיים.

2 שש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי מרחוק]
ב' 24114 פרופ' דנה וימן זקס

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 יתכן 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 וולד וסיליו ד' 12:15-15:45

פרויקט העצמה חברתית באמצעות הרשת

קורס זה נועד לאפשר לסטודנטים להביא לידי ביטוי מעשי את אשר למדו בשיעורים ובסדנאות הרלבנטיות להתמחות. כל זוג סטודנטים יתכן ויבצע פרויקט העושה שימוש בידע התיאורטי והמעשי שרכש 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 ד' 12:15-15:45

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').

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60 (הקבלה מותנת בראיון אישי) מבוטל (מעודכן נכון ל- 31.08.25)
א' 24105 גב' מיה קלוג ד' 09:15-11:45 (מעודכן נכון ל- 10.09.25)

סדנת מערכת חדשות דיגיטלית

News room - גרסת המציאות: בסדנת מערכת חדשות דיגיטלית נלמד לנהל ולהפעיל מערכת חדשות אמיתית בסביבה דיגיטלית. הסטודנטים יתחלקו לתפקידי כתבים, עורכים, מפקים ותחקירנים – ויחוו את הדינמיקה והאדרנלין של יצירת מהדורת חדשות עדכנית בזמן אמת. נלמד עקרונות עריכה, הפקת תכנים מותאמים לפלטפורמות שונות, ניהול לוח זמנים עיתונאי, והתמודדות עם חדשות מתפתחות. מטרת הסדנה לפתח מיומנויות מערכתיות, מהירות תגובה וחשיבה מערכתית-עיתונאית.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60
א' 24135 מר שי רובין ב' 11:45-14:15

סדנת סושיאל למתקדמים

התמחות מעשית בניהול סושיאל עבור מי שרוצה להעמיק ולהפוך את הסושיאל למקצוע. נעסוק בהקמה, ניהול ותחזוק של נכסים ברשתות החברתיות, תוך הסתכלות אסטרטגית על תכנון תוכן, ניהול שוטף, הבנה מה באמת עובד ובניית תהליכי עבודה. חלק מרכזי מהסדנה יוקדש להתמקצעות ביצירת סרטוני סושיאל, תרגול של כתיבת תסריטים, צילום ועריכה, זיהוי טרנדים וניתוח נתוני צפייה.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ב' 24131 גב' נועה אקסינר אמסלם ב' 12:15-15:00 (מעודכן נכון ל- 14.01.26)

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

ב' 24109 גב' הדס גרינברג ד' 11:00-13:30 (מעודכן נכון ל- 15.09.25)

סדנת עיצוב, תכנון ואפיון אתר + חנות (ecommerce)

אפיון אתר ועיצובו 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 הכיתית.

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

ב' 23995 גב' איריס רובינשטיין ד' 14:00-16:45

נכה 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) באמצעות נמחיש נראות של דף נחיתה ותוצרים נוספים.

4 שש"ס / 4 נ"ז / סד' / 60

ק: 23524 (סדנת אינטרנט)

ב' 24111 מר ארז ברטל ב' 08:30-11:45

סדנת פרסום ברשתות באמצעות AI

בסדנה זו נלמד כיצד להשתמש בכלים של קידום ממומן ברשתות החברתיות בשילוב יכולות בינה מלאכותית. נתמקד בהבנת עקרונות הפרסום הממומן, אפיון קהלי יעד, בניית קמפיינים בפלטפורמות השונות ושיפור ביצועים על בסיס נתונים. כמו כן, נעסוק בשימוש בכלים מבוססי AI ליצירת תכנים: טקסטים, תמונות וסרטונים אשר יסייעו לנו לבנות קמפיינים מדויקים, יעילים ורלוונטיים.

3 שש"ס / 3 נ"ז / ש' / 60

ב' 24137 מר ירון הורינג ב' 15:30-18:00 (מעודכן נכון ל- 14.01.26)

מה התקשורת מלמדת אותנו על בריאות וחולי? מבטל (מעודכן נכון ל- 20.10.25)

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: 23173 או 23191, 23164 או 23192, 10047

ש' 24116 ד"ר וולד וסיליו ג' 10:00-12:15

מרקום: 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: 23173, 23191, 23971 או 23164, 23192

ש' 24118 ד"ר רות אביר ג' 14:00-16:15

מאחורי המסכות: אנשים ורשתות

"כל העולם במה ואנחנו שחקנים" (וויליאם שייקספיר) היא מטאפורה המוכרת מעולם התיאטרון המתארת את מאמצי ניהול הרושם שאנו מבצעים בחיי היומיום ומשווה אותם להצגה בתיאטרון עם מסכות, תלבושות ותפקידים. רשתות חברתיות הן פלטפורמה אידאלית לניהול רושם, מכיוון שהן מאפשרות לאנשים לתכנן ולהתאים את התכנים המוצגים, לערוך ולמחוק אותם. במסגרת סמינריון זה נכיר מושגים ותיאוריות הלוקחים מתחום הפסיכולוגיה החברתית – ניהול רושם, הצגת העצמי, שינוי עמדות ונסה להתאים אותם לסביבה הדיגיטאלית. במסגרת הסמינריון הסטודנטים יכתבו עבודת מחקר אקדמית בהנחיית המרצה בנושא ששייך לעולם התוכן שנלמד בסמינריון.

6 שש"ס / 6 נ"ז / ס' / 60

ק: 23173, 23191, 23971 או 23164, 23192

ש' 23984 פרופ' דנה וימן זקס ג' 10:00-12:15

ניהול מוצרי תוכן

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.

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 150 שעות. (מעודכן נכון ל-19.08.25)

4 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / עובר (מעודכן נכון ל-19.08.25)

ז: 23389

א' 23399 ד"ר אילת חן לוי (מפגשים אישיים)

ב' 23399 ד"ר אילת חן לוי (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 80 שעות. (מעודכן נכון ל-19.08.25)

2 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / עובר

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

*למכללה שמורה הזכות לשנות את תוכנית הלימודים, להוסיף או לגרוע קורסים. טל"ח.