



החוג לתקשורת ולימודי מדיה

ראש החוג
ד"ר אבידר רות

ראשי מסלולי ההתמחות (עבור סטודנטים שהחלו לימודים בתשפ"ה – תשפ"ו)
ניהול תוכן - ד"ר וסיליו ולד
תקשורת שיווקית פרופ' וימן – זקס דנה

יועצים לענייני סטודנטים
שנה א': ד"ר אלישר ורד
שנה ב': פרופ' וימן זקס דנה
שנה ג': ד"ר אריאל ירון

חברי הסגל האקדמי *

פרופ' חבר:	פרופ' וימן זקס דנה.
מרצה בכיר:	ד"ר אבידר רות, ד"ר אלישר ורד, ד"ר אריאל ירון.
מרצה:	ד"ר וסיליו ולד.
סגל עמית**:	מר אליגור מתן, מר בלייס דותן, מר ברטל ארז, ד"ר לוי חן אילת.
מורה מן החוג:	גב' אקסינר-אמסלם נועה, גב' בן פורת גרוסמן עדי, מר גולדשטיין 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 בניין תקשורת, קומה 1
מענה טלפוני: ימים א'-ד' 09:00-10:30
ניתן לפנות למזכירות החוג דרך תחנת המידע.

הלימודים בחוג לתקשורת ולימודי מדיה

החוג לתקשורת ולימודי מדיה במכללה האקדמית עמק יזרעאל מציע תוכנית לימודים לתואר ראשון (B.A) בשנתיים (שישה סמסטרים רצופים), 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 (בינה מלאכותית, רשתות חברתיות, עיתונות מקוונת, טלפונים חכמים) ובמדיה מסורתיות (עיתון, רדיו, טלוויזיה, אינטרנט). המרצים המלמדים בקורסים אלה, 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 הגדול בישראל, פסטיבל "שובר מסך". במסגרת הלימודים יוצאים הסטודנטים להתמחות מעשית (סטאז' חיצוני) המאפשרת להם לצבור ניסיון ולהתנסות בעבודה במגוון חברות וארגונים, ולוקחים חלק גם בהתמחות מעשית במרכז התקשורת שלנו ובמוקדי פעילות נוספים במכללה (סטאז' פנימי). בשנה ב' יוצאים הסטודנטים למספר סיורים לימודיים.

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
בחירה	קורסי בחירה	15
העשרה	התמחות מעשית	5
	"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 "משיב הרוח" באתר המכללה.

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
24138	כתיבה מדעית	2	2
23965	מרקום בעידן הדיגיטלי	4	4
24139	שיטות מחקר כמותיות	4	4
23287	יישומים סטטיסטיים במחשב	2	2
23968	סוציולוגיה של תקשורת	4	4
סדנאות חובה			
23977	סדנת צילום ועריכה	5	6
24153	סדנת צילום ועריכה א'	2	3
24154	סדנת צילום ועריכה ב'	3	3
24140	סדנת קריאייטיב למדיה	2	3
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
24137	פרסום ברשתות בשילוב כלי AI	2	2
23830	סדנת עיצוב, תכנון ואפיון אפליקציה UI	2	2
לימודי העשרה			

קוד הקורס	שם הקורס	נ"ז	שש"ס
	קורס "משיב הרוח"	2	2
סה"כ		59	65

(מעודכן נכון ל- 06.10.26)

שנה ב'

קוד הקורס	שם הקורס	נ"ז	שש"ס
<u>לימודי תקשורת</u>			
24126	תקשורת פוליטית	4	4
24142	תוכן ומדיה	4	4
24141	שיטות מחקר איכותניות	4	4
23068	פרוסמינריון בתקשורת	1	2
24151	פרויקט גמר	2	2
24144	Theories in Communication	2	2
24114	אתיקה ודיני תקשורת	2	2
	2 סמינריונים	12	12
<u>סדנאות חובה</u>			
24125	סדנת פודקאסטים ואריזת תוכן	2	2
24150	סדנת הפקת ויצירת סדרת רשת	2	2
24143	סדנה לבניית אתרים בשילוב AI	2	2
	סדנאות מתקדמות לבחירה	15	15
<u>התמחות מעשית</u>			
24108	עבודה יישומית מודרכת (סטאז' פנימי)	2	2
23399	התמחות חיצונית (סטאז')	3	4
<u>לימודי העשרה</u>			
	2 קורס "משיב הרוח"	4	4
סה"כ		61	63

לסטודנטים שהחלו לימודיהם בשנה"ל תשפ"ו

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
24139	שיטות מחקר כמותיות	4	4
24141	שיטות מחקר איכותניות	4	4
23287	יישומים סטטיסטיים במחשב	2	2
23068	פרוסמינריון בתקשורת	1	2
<u>לימודי התמחות (ניהול תוכן/תקשורת שיווקית)</u>			
ניהול תוכן:			
24142	תוכן ומדיה	4	4
24125	סדנת פודקאסטים ואריזת תוכן	3	3
24110	סדנת עמק TV	3	3
24143	סדנה לבניית אתרים בשילוב AI	3	3
24149	סדנת יצירת תוכן	5	5
<u>תקשורת שיווקית:</u>			
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
סה"כ		<u>41</u>	<u>42</u>

קוד הקורס	שם הקורס	נ"ז	שש"ס
<u>לימודי תקשורת</u>			
	2 סמינריונים	12	12
24114	אתיקה ודיני תקשורת	2	2
24150	יצירה והפקה של סדרת רשת	2	2
24144	Theories in Communication	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>39</u>	<u>43</u>

לסטודנטים שהחלו לימודיהם בשנה"ל תשפ"ה

שנה ג'

קוד הקורס	שם הקורס	נ"ז	שש"ס
<u>לימודי תקשורת</u>			
	2 סמינריונים	12	12
24114	אתיקה ודיני תקשורת	2	2
24152	ניהול סושיאל	2	2
24144	Theories in Communication	2	2
24148	כוחה של קבוצה- תקשורת קבוצתית השפעה חברתית	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
סה"כ		40	41

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 [היברידי חלקית] (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

ז: 23276, 23275, 23180, 23012

א' 23970 ד"ר ורד אלישר ד' 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 ד' 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 מר כפיר אסרף ג' 10:15-13:45 (מעודכן נכון ל- 20.10.26)

סדנת כתיבה מדעית

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 היברידי]

ז: 23963

א' 24138 ד"ר ורד וסיליו ג' 08:30-10:00 קבוצה 1

א' 24138 ד"ר אילת חן לוי ג' 08:30-10:00 קבוצה 2

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. **מבוטל (מעודכן נכון ל- 27.08.26)**

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

ב' 23185 ד"ר רות אבידר ג' 16:15-19:30

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 ולד וסיליו ג' 08:30-10:45

שיטות מחקר כמותיות

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, 23971

ב' 24139 ד"ר ירון אריאל ד' 12:15-15:45

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 מרחוק]

קץ 24128 ד"ר ורד אלישר ג' 08:30-10:00 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

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 יחשפו 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

קץ 23968 ד"ר ירון אריאל ג' 08:30-11:45

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

ק"ץ 23287 ד"ר וולד וסיליו ג' 12:15-13:45 קבוצה 1 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

ק"ץ 23287 ד"ר וולד וסיליו ג' 14:15-15:45 קבוצה 3 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

ק"ץ 23287 טרם נקבע ג' 12:15-13:45 קבוצה 2 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

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

ק"ץ 23965 ד"ר רות אבידר ד' 14:45-18:15 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

שנה א' - סדנאות חובה

סדנת צילום ועריכה א' (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

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.

3 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / 60

ז: 23977, 23529, 23528

א' 24153 מר מתן אליגור ג' 14:15-16:30 קבוצה 1

א' 24153 מר מתן אליגור ג' 17:00-19:15 קבוצה 3

ב' 24153 מר מתן אליגור ג' 11:15-13:30 קבוצה 2

סדנת צילום ועריכה ב' (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

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.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ז: 23977, 23529, 23528

ב' 24154 מר מתן אליגור ג' 14:00-16:15 קבוצה 1

ק"ץ 24154 מר מתן אליגור ג' 16:15-18:30 קבוצה 3

ק"ץ 24154 מר מתן אליגור ד' 10:15-12:30 קבוצה 2

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 תכנית רדיו.

2 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / 60

א' 23527 מר חזקיהו נבון ג' 15:00-16:30 קבוצה 2 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

א' 23527 מר חזקיהו נבון ג' 17:00-18:30 קבוצה 1 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

ב' 23527 מר חזקיהו נבון ג' 14:45-16:15 קבוצה 3 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

סדנת עיתונות וכתביה 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. בסדנא 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 לכתביה תקשורתית ברמה גבוהה.

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

א' 24129 מר שי רובין ד' 08:30-10:00 קבוצה 3 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

א' 24129 מר שי רובין ד' 10:15-11:45 קבוצה 2

א' 24129 מר שי רובין ד' 12:15-13:45 קבוצה 1 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

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

ב' 24132 גב' עדי בן פורת גרוסמן ד' 08:30-10:00 קבוצה 1

ב' 24132 גב' עדי בן פורת גרוסמן ד' 10:15-11:45 קבוצה 2

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 ד' 08:30-10:00 קבוצה 1

ב' 24133 מר רואי ג'ורנו ד' 10:15-11:45 קבוצה 2

סדנת קריאטיב למדיה

בסדנה 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 [דיגיטלי מרחוק]

ז: 23524, 23955, 23581

ב' 24140 מר ארז ברטל ג' 16:30-18:45 קבוצה 3 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

ב' 24140 מר דותן בלייס ג' 16:30-18:45 קבוצה 1 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

ב' 24140 מר ארז ברטל ג' 14:00-16:15 קבוצה 2 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

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 ג' 11:15-13:30 קבוצה 1 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)
א' 23976 מר אבישי גולדשטיין ג' 17:00-19:15 קבוצה 2 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)
א' 23976 מר אבישי גולדשטיין ג' 14:15-16:30 קבוצה 3 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

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 קריאייטיבית ובשילובי שמובילים ליצירת תוכן עם פוטנציאל ויראלי.

2 שש"ס / 1 נ"ז / סד' / 60

- קיץ 24130 גב' נועה אקסינר אמסלם ד' 08:30-10:00 קבוצה 1
קיץ 24130 גב' נועה אקסינר אמסלם ד' 10:15-11:45 קבוצה 3 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)
קיץ 24130 גב' נועה אקסינר אמסלם ד' 13:00-14:30 קבוצה 2 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

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 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.

2 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / 60 [דיגיטלי מרחוק, א-סינכרוני]

- קיץ 23830 גב' איריס רובינשטיין ג' 12:15-13:45 קבוצה 3 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)
גב' איריס רובינשטיין ג' 14:15-15:45 קבוצה 1 (מעודכן נכון ל- 25.08.26)
קיץ 23830 גב' איריס רובינשטיין ג' 10:15-11:45 קבוצה 2 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

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 קמפיילים בפלטפורמות השונות ושיפור ביצועים על בסיס נתונים. כמו כן, נעסוק בשימוש בכלים מבוססי AI ליצירת תכנים: טקסטים, תמונות וסרטונים אשר יסייעו לנו לבנות קמפיילים מדויקים, יעילים ורלוונטיים.

2 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / 60

- קיץ 24137 מר ירון הורינג ד' 08:30-10:00 קבוצה 2 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)
מר ירון הורינג ד' 10:15-11:45 קבוצה 1 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)
מר ירון הורינג ד' 12:15-13:45 קבוצה 3 (מעודכן נכון ל- 06.10.26)

שנה ב' - קורסי חובה

תקשורת שכנועית

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.

2 שש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60 [דיגיטלי מרחוק]
א' 24121 ד"ר אילת חן לוי ג' 15:00-16:30

שיטות מחקר כמותיות

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, 23971
א' 24139 ד"ר ירון אריאל ד' 12:15-15:45

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
א' 23968 ד"ר ורד אלישר ב' 08:30-11:45

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 ולד וסיליו ב' 10:15-11:45 קבוצה 1
ב' 23287 פרופ' דנה וימן זקס ב' 10:15-11:45 קבוצה 2

פרו-סמינריון 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 ולד וסיליו ב' 08:30-10:00

שיטות מחקר איכותניות

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: 23162, 23192

ב' 24141 ד"ר ורד אלישר ד' 09:00-12:15

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 ב' 12:15-15:45

שנה ב' - לימודי התמחות

ניהול תוכן

תוכן ומדיה

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 קהליה בהקשר למושגים אלו. תשומת לב מיוחדת תוקדש לדינמיקה המורכבת של רשתות וקהילות, הן המסורתיות והן המקוונות, לתהליכי היווצרות 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 [דיגיטלי היברידי]

ז: 24122

א' 24142 ד"ר ירון אריאל ג' 08:30-11:45

בניית אתרים בשילוב AI

בסדנה יתנסו הסטודנטים והסטודנטיות באפיון, בנייה, עיצוב ותחזוקה שוטפת של אתר אינטרנט. הפלטפורמה המרכזית שתשמש בסדנה היא מערכת ניהול התוכן הפופולרית WordPress לצד כלי בינה מלאכותית עדכניים שיסייעו בתהליכי תכנון, יצירת תוכן, עיצוב, פיתוח, אופטימיזציה ותחזוקה. במהלך הסדנה ילמדו המשתתפים לעשות שימוש ביקורתי ומעשי בכלי AI לצורך גיבוש רעיונות, יצירת טקסטים ודימויים, תכנון מבנה האתר, הפקת רכיבי עיצוב וקוד, שיפור תהליכי עבודה וביחית איכות התוצרים.

הסדנה מטפחת תפיסה שלפיה בניית אתר אינטרנט אינה פעולה טכנית גרידא, אלא תהליך תקשורתי, עיצובי ושיווקי. הגדרת מטרות האתר, אפיונו, מבנהו, עיצובו, התכנים המופיעים בו ואופן מיקומו במרחב

הדיגיטלי ייבחנו בהקשר רחב הכולל קהלי יעד, מיתוג, עקרונות של חוויית משתמש, נגישות, התאמה למובייל ולמסכים מרובים.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ק: 23524 (סדנת אינטרנט)

ז: 23831

א' 24143 מר דותן בליס ב' 12:15-14:30

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' 12:15-14:30

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' 16:00-18:30

סדנת יצירת תוכן

הסדנה 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 ופרקטיים להפוך ליוצרים יזמים של פורמטים ייחודיים.

5 שש"ס / 5 נ"ז / סד' / 60

ז: 24134

ב' 24149 גב' מיה קלוג ד' 12:30-17:00

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 חוויית 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

שנרכוש 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' 12:15-14:30

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 ב' 12:15-14:45

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' 12:30-17:00

סדנת יעוץ תקשורתי 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' 16:30-18:45

שנה ג' - קורסי חובה

Theories in Communication (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

23994 ז:

א' 24144 ד"ר ורד אלישר ב' 12:15-13:30

סדנת ניהול סושיאל

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.

2 שש"ס / 2 נ"ז / סד' / 60 (מעודכן נכון ל-24.08.26)

24131 ז:

א' 24152 גב' נועה אקסינר אמסלם ב' 08:30-10:00 קבוצה 1
גב' נועה אקסינר אמסלם ב' 10:15-11:45 קבוצה 2 (מעודכן נכון ל- 25.08.26)

אתיקה ודיני תקשורת

במסגרת הקורס נכיר את התשתית הערכית והמשפטית-חקיקתית הקשורה לחופש העיתונות והתקשורת בישראל. נלמד את הדינים והתקדימים שמשפיעים 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

כוחה של קבוצה – תקשורת קבוצתית השפעה חברתית

מטרת הקורס ללמוד ולחקור תהליכים אישיים וקבוצתיים המתרחשים במסגרת של קבוצה. נכיר מושגים ותופעות מתחום הפסיכולוגיה החברתית המתרחשים במסגרת חברתית. נלמד על תהליכים (חיוביים ושלייליים) המתרחשים במסגרת של קבוצה, על שיתוף פעולה ועל תחרות. נלמד על הדרך בה מתקבלות החלטות בקבוצה, על דילמות חברתיות מוכרות ועל ההתמודדות עמן. נלמד גם על אינטראקציה בין-קבוצתית, על קונפליקטים בין קבוצות, ניהול מו"מ ומנהיגות.

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

ב' 24148 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 ולד וסיליו ב' 13:45-17:00

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 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 חן לוי ג' 15:00-19:15

שנה ג' - סדנאות בחירה

סדנת הפקה והכנה לפסטיבל

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

ז: 24105

א' 24145 גב' עדי בן פורת גרוסמן ד' 11:00-13:15

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) באמצעות נמחיש נראות של דף נחיתה ותוצרים נוספים.

4 שש"ס / 4 נ"ז / סד' / 60

ק: 23524 (סדנת אינטרנט)

א' 24111 מר ארז ברטל ג' 09:00-12:15

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

ב' 24135 מר שי רובין ד' 08:30-10:45

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 חנמית, 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 ב' 11:30-13:45

עריכת וידאו מתקדמת

מטרתה של סדנה מתקדמת זו להקנות הרגלי עבודה ומתודולוגיות של עורכים מקצועיים בתעשייה. במהלך המפגשים, הסטודנטים יעברו תהליך מלא של Post-Production Pipeline: החל מניהול מדיה קפדני באביד, דרך טכניקות חיתוך מתקדמות (Trim Mode), תהליך Conforming (הגשר בין התוכנות), ועד לתיקוני צבע מדעיים ואמנותיים (Color Correction+Color Grading) ופינישינג בדה-יונצ'י, תוך שילוב כלי AI מתקדמים לקיצור תהליכים. הקורס מבוסס על תרגול מעשי של חומרי גלם מקוריים שיצולמו בפורמט LOG ומיועד לסטודנטים בעלי רקע בעריכה.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ב' 24146 מר מתן אליגור ב' 09:00-11:15

סדנת ניהול משברים

סדנת ניהול משברים בעידן הבינה המלאכותית תעניק לסטודנטים כלים, תובנות והתנסות בניהול משברים תקשורתיים בעידן של דיגיטל ורשתות חברתיות. הסדנה תשלב עקרונות קלאסיים של ניהול משברים עם שימוש מושכל בכלי בינה מלאכותית לצורך איסוף מידע, אבחון אירועים, ניתוח שיח, גיבוש אסטרטגיה, בניית מסרים ופיתוח תוצרים תקשורתיים. הסטודנטים יתנסו בניתוח מקרי מבחן, בסימולציות של אירועי משבר ובתרגול תהליכי עבודה המשלבים שיקול דעת אנושי עם יכולות AI.

3 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / 60

ב' 24147 מר אסף שמואלי ב' 14:00-16:15

שנה ג' - סמינריונים

חיים ברשת

חינוך 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 חינוך. 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 ד' 13:30-15:45 (סמס' א')

ד"ר וולד וסיליו ג' 13:30-15:45 (סמס' ב') (מעודכן נכון ל- 25.08.26)

מאחורי המסכות: אנשים ורשתות – מבטל (מעודכן נכון ל- 20.10.26)

מרקום: בינה מלאכותית ומציאות רבודה (מעודכן נכון ל- 20.10.26)

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 או 23191, 23971 או 23164, 23192

ש' 24118 ד"ר רות אביר ד' 08:30-10:45

ד' 11:00-13:15

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.

6 שש"ס / 6 נ"ז / ס' / 60

ק: 23173, 23191, 23971 או 23164, 23192

ש' 24120 ד"ר אילת חן לוי ג' 12:30-14:45 (סמס' א')

ד"ר אילת חן לוי ג' 11:00-13:15 (סמס' ב') (מעודכן נכון ל- 25.08.26)

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 תעסוקתם והכרות משמעותית מבפנים עם תעשיית התקשורת. ההתמחות כוללת ליווי והנחייה חוגית ובמקום ההתנסות. היקף ההתמחות הוא 150 שעות.

4 שש"ס / 3 נ"ז / סד' / עובר

ז: 23389

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

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

עבודה יישומית 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.

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.