

שיווק ומיתוג דיגיטלי ברשתות חברתיות

Digital Branding and Marketing

מספר קורס: 27-9190-01

שם המרצה: יונית צוק

סוג הקורס: סדנה

היקף: 1 ש"ס

סמסטר: א'

שנת לימודים: תשפ"ג

אתר הקורס באינטרנט: מודל

א. מטרות הקורס ותוצרי למידה

מטרת הסדנה – להבין מהו שיווק דיגיטלי בעידן המודרני ואיך אפשר לבנות אסטרטגיות נכונות לטובת מיתוג דיגיטלי של הפרויקטים המעשיים של הסטודנטיות למגדר. במהלך הסדנה הסטודנטיות יבינו מה זה שיווק דיגיטלי ואיך אפשר להפוך אותו לכלי עבודה פרקטי, משמעותי והכרחי לטובת הקמת במה ראויה לפרויקטים ויצירת הזדמנויות ושיתופי פעולה רלוונטים.

תוצרי הלמידה:

למידת שפת שיווק חדשה שמתאימה לעולם החדש.

בניית אסטרטגיות פעולה הקשורות לעולמות השיווק הדיגיטליים.

יצירת שיח בעולמות וירטואלים וחיבור כוחות נוספים לאינטרס משותף.

הבאת הזדמנויות של שיח, שיתופי פעולה וטראפיק.

ב. תוכן הקורס:

הקורס מתחיל מהרחב לפרטי פרטים, נתחיל בהבנה היסודות של השיווק הדיגיטלי, מה זה שיווק דיגיטלי, איך הוא קשור לעולמות של מיתוג, מה זה מיתוג, איך עושים מיתוג בדיגיטל, נעבור לפירוט הפלטפורמות השונות ואיזה פלטפורמה מתאימה לצרכים של הפרויקטים.

לאחר מכן נתחיל לבנות את אסטרטגית התוכן המתאימה לפרויקטים, תוך התאמה מירבית לצרכים כגון: מטרה, נושא, קהל יעד ועוד.
בניית המסרים בפועל – סרטונים, תכנים, תמונות, תוך שימוש בתוכנות גרפיות שמיועדות ל"לא מעצבים" ונבנה תכנית שנתית מסודרת לטובת העלאת הפרויקט לאוויר והפיכתו לאבן דרך משמעותית בשנה הקרובה.

מהלך השיעורים:

במהלך שני מפגשים נלמד את השיטה לבניית מותג בדיגיטל ונתרגל כתיבה, צילום, העלאה לפלטפורמות. הסדנה הינה מעשית.

תכנית הוראה מפורטת לכל השיעורים:

מס' השיעור	נושא השיעור	קריאה נדרשת	הערות
1	לעשות סדר ברשת - הבנה מה זה שיווק בדיגיטל, מיתוג דיגיטלי ומדוע הם הכרחיים ליזמים.	Zook, Ze, and P. R. Smith. <i>Marketing communications: offline and online integration, engagement and analytics</i> . Kogan Page Publishers, 2016. שובר שוויון (2022) מורד שטרן יוצרים צמיחה (2021) ערן גפן	



	Malmén, W. E. (2019). The Rise of Influencers: And The Importance of Them in Marketing And PR. Johnson, K. M. (2017). The importance of personal branding in social media: educating students to create and manage their personal brand. <i>International journal of education and social science</i>, 4(1), 21-27.	פירוט הרשתות החברתיות, מה ההבדל בין בלוג לאתר, פייסבוק לטיקטוק, לינקדאין ליוטיוב, אינסטגרם לפודקאסט.	2
	Hennessy, B. (2018). <i>Influencer: Building your personal brand in the age of social media</i>. Citadel Press.	כתיבת ספר מותג ואפיון היזמות על פי פרמטרים של מיתוג: קהל יעד, מטרה, שפה, פלטפורמה	3
	Sheridan, M. (2019). <i>They Ask, You Answer: A</i>	כתיבה דיגטלית: חוקי הכתיבה ויצירת רעיונות ותכנית פעולה	4



	<i>Revolutionary Approach to Inbound Sales, Content Marketing, and Today's Digital Consumer.</i> John Wiley & Sons.	לנוכחות דיגיטלית ראשונית	
--	---	--------------------------	--

ג. דרישות קדם:

אין

ד. חובות / דרישות / מטלות:

השתתפות במפגשים, הכנת משימות בין שני המפגשים, מטלת סיכום – הכנת אסטרטגית תוכן לפעילות ברשתות

ה. מרכיבי הציון הסופי:

הגשת בריף מסודר במטלת הסיכום

ו. ביבליוגרפיה:

- גפן, ערן. (2020). יוצרים צמיחה: כך הופכים יצירות עסקית לתוכנית עבודה. ערן גפן.
שטרן, מורד. (2022). שובר שיוויין. הקריה האקדמית אונו.
- Hennessy, B. (2018). Influencer: Building your personal brand in the age of social media. Citadel Press.
- Johnson, K. M. (2017). The importance of personal branding in social media: educating students to create and manage their personal brand. International journal of education and social science, 4(1), 21-27.
- Malmén, W. E. (2019). The rise of influencers: And the importance of them in marketing and PR. BA Thesis: Savonia University of Applied Sciences.

- Sheridan, M. (2019). They ask, you answer: A revolutionary approach to inbound sales, content marketing, and today's digital consumer. John Wiley & Sons.
- Zook, Ze, and P. R. Smith. (2016). Marketing communications: Offline and online integration, engagement and analytics. Kogan Page Publishers.