

שם הקורס: דיגיטל מאסטר סה"כ שעות: 120 שעות אקדמאיות

שם האחראי על הקורס: ליאור רוזנבלט הכשרתו: מנהל מדיה וסוכנות פרסום בדיגיטל

תמצית תיאור הקורס:

תחומי ידע ויסודות המקצוע

במסגרת לימודי קידום ופרסום ממומן (קורס PPC) של דיגיטל מאסטר, תרכשו מיומנות מקצועית להקמה וניהול מסעות פרסום מבוססי תוצאות בזירות הדיגיטליות המרכזיות כיום: גוגל אדוורדס, רשת הפרסום של פייסבוק, אינסטגרם, לינקדאין, אוטברין וטאבולה, תהיה לכם היכולת לבצע ניתוח ומדידה של מסעות הפרסום (קמפיינים) באמצעות כלי מדידה מתקדמים בראשם- גוגל אנליטיקס וביצוע אופטימיזציות מתקדמות לשיפור הפעילות השיווקית והתוצאות העסקיות.

תפקידים ותחומי עיסוק

- מנהלי קמפיין PPC
- מנהלי מדיה חברתית וניו מדיה
- מנהלי קהילות בארגונים/חברות
- יועצי שיווק דיגיטלי
- סוכנות פרסום עצמאית

נספח 1 מוסף
ב'

להלן פירוט שעות נושאי הלימוד לקורס – דיגיטל מאסטר

נושאי לימוד				שעות לימוד		שם המרצה
				סה"כ	עיוני	מעשי
תורת המקצוע	- יסודות שיווק ואסטרטגיה דיגיטלית	6	6	-		
	- קופי דיגיטל – כתיבת תוכן לקמפיינים	9	9	-		
	- קידום ממומן בגוגל אדוורדס (Google AdWords)	18	18	-		
	- מדידה וניתוח DATA באמצעות גוגל אנליטיקס	5	5	-		
	- קידום ופרסום ממומן בפייסבוק ואינסטגרם	30	30	-		
	- קידום תוכן במערכות Outbrain ו-Taboola	10	10	-		
	- בניית אתרי ONESITE	10	10	-		
	-שיווק אלקטרוני וניהול רשימות תפוצה	10	10	-		

	0	98	98	סה"כ תורת המקצוע: 98	תרגול והתנסות מעשית מודרכת
	3	-	3	- תרגול כתיבת תוכן לקמפיין	
	6	-	6	- תרגול הקמת קמפיין פרסום בגוגל	
	1	-	1	- הקמת חשבון GOOGLE ANALYTICS	
	6	-	6	- תרגול הקמת קמפיין ממומן בפייסבוק ואינסטגרם	
	2	-	2	- תרגול יצירת תוכן בקמפיין TABOOLA	
	2	-	2	- הקמת אתר ONESITE	
	2	-	2	-הקמת רשימת דיור ומשלוח ניוזלטר	
	22		22	סה"כ התנסות מעשית: 22	
	22	98	120	סה"כ הכשרה	

מוסף ב' יוגש מודפס.

נספח 1
מוסף ג'

להלן פירוט פרק בתכנית לימודים לקורס – דיגיטל מאסטר

שם הפרק: יסודות שיווק ואסטרטגיה דיגיטלית

מטרות בתחום העיוני:
התלמידה:
א. ידע והבנה בנושא מיתוג במדיה

מס'	נושאי לימוד עיוני-פירוט	שעות	הערות

	1	מה זה מיתוג, ולמה אנחנו צריכים את זה?	1.
	2	כיצד בונים מותג במדיה?	2.
	1	מה זה פרמיית המותג?	3.
	2	איך יוצרים הבטחת מותג ואיך שומרים על הערכים שלו?	4.

הערה : כדוגמת פירוט פרק זה יפורטו שאר הפרקים, בקשות שלא יפורטו בהתאם לנספח 1 מוספים א,ב,ג, יוחזרו ולא יטופלו (מוסף ג' יוגש מודפס).

נספח 1
מוסף ג'

להלן פירוט פרק בתכנית לימודים לקורס – דיגיטל מאסטר

שם הפרק: קופי דיגיטל – כתיבת תוכן לקמפיינים

מטרות בתחום העיוני :	
התלמידה :	
א. מיומנות לכתיבה שיווקית (קופי דיגיטל) משכנעת למודעות פרסום ממומנות	
ב. אפיון דפי נחיתה	

מס'	נושאי לימוד עיוני-פירוט	שעות	הערות

1.	כתיבת מסרים שיווקיים	1	
2.	מיקוד הלקוח ליתרונות המוצר	1	
3.	כתיבה במילים פשוטות	1	
4.	ויזואליה במודעות פרסום	2	
5.	מבוא לדפי נחיתה	1	
6.	מבנה דף נחיתה אפקטיבי	2	
7.	אופטימיזציה של דפי נחיתה באמצעות ביצוע מבחני B/A	1	

הערה : כדוגמת פירוט פרק זה יפורטו שאר הפרקים, בקשות שלא יפורטו בהתאם לנספח 1 מוספים א,ב,ג, יוחזרו ולא יטופלו (מוסף ג' יוגש מודפס).

נספח 1
מוסף ג'

להלן פירוט פרק בתכנית לימודים לקורס – דיגיטל מאסטר

שם הפרק: קידום ממומן בגוגל אדוורדס (Google AdWords)

מטרות בתחום העיוני :
התלמידה :
א. ידע בניהול קמפיינים בגוגל
ב. ניתוח קמפיינים ותוצאות
ג. טירגוט קהלים חדשים וקיימים

--

מס'	נושאי לימוד עיוני-פירוט	שעות	הערות
1.	כיצד עובד הפרסום ב Adwords	1	
2.	תהליך פרסום אפקטיבי - מילה, מודעה, דף נחיתה, המרה	1	
3.	כיצד בוחרים את ביטויי החיפוש?	1	
4.	כיצד כותבים מודעות?	2	
5.	ביצוע מחקר מתחרים מהיר	1	
6.	פתיחת מסע פרסום בגוגל Adwords	2	
7.	הגדרות מתאימות של מסע הפרסום	1	
8.	בניה של מסע הפרסום והשקתו	2	
9.	רשת החיפוש, המדיה וגוגל פלייס	1	
10.	שיטות מיקוד שונות: מיקומים, מילות חיפוש, קהלים	1	
11.	בניית באנרים עם כלי גוגל	1	
12.	שימוש בשיווק מחדש (רדיפה אחר	1	
13.	הלקוח).	1	
14.	אסטרטגיות מתקדמות ליצירת לידים	2	
	בניה והשקה של מסע פרסום ברשת התוכן		

הערה: כדוגמת פירוט פרק זה יפורטו שאר הפרקים, בקשות שלא יפורטו בהתאם לנספח 1 מוספים א,ב,ג, יוחזרו ולא יטופלו (מוסף ג' יוגש מודפס).

נספח 1
מוסף ג'

להלן פירוט פרק בתכנית לימודים לקורס – דיגיטל מאסטר

שם הפרק: מדידה וניתוח DATA באמצעות גוגל אנליטיקס

מטרות בתחום העיוני:
התלמידה:
א. הבנה מעשית של מדידה ואיסוף נתונים מעולם השיווק והפרסום
ב. היכרות מקצועית מעמיקה עם גוגל אנליטיקס
ג. חיבור בין הקמפיינים ומערכות ניהול לקוח (CRM)

מס'	נושאי לימוד עיוני-פירוט	שעות	הערות
-----	-------------------------	------	-------

1.	מה זה ANALYTICS?	1	
2.	ניתוח תוצאות קמפיינים	1	
3.	יצירת קהלים באנליטיקס	2	
4.	חיבור אנליטיקס לגוגל אדוורדס	1	

הערה: כדוגמת פירוט פרק זה יפורטו שאר הפרקים, בקשות שלא יפורטו בהתאם לנספח 1 מוספים א, ב, ג, יוחזרו ולא יטופלו (מוסף ג' יוגש מודפס).

נספח 1
מוסף ג'

להלן פירוט פרק בתכנית לימודים לקורס – דיגיטל מאסטר

שם הפרק: קידום ופרסום ממומן בפייסבוק ואינסטגרם

<u>מטרות בתחום העיוני:</u>	
<u>התלמידה:</u>	
א.	ידע בניהול נוכחות עסקית ופרסומית בפייסבוק
ב.	ידע בניהול נוכחות עסקית ופרסומית באינסטגרם

מס'	נושאי לימוד עיוני-פירוט	שעות	הערות
-----	-------------------------	------	-------

1.	דף הבית, טיים ליין ומושגים נוספים	1	
2.	יתרונות וחסרונות של כל אחת מהפלטפורמות בפייסבוק	1	
3.	נטווקרינג וסמול טוק בפייסבוק	1	
4.	כיצד כותבים מודעות?	1	
5.	מיטוב חברים וקשרים	1	
6.	הגדרות פרטיות בחשבון- מה לחשוף ומה להסתיר	2	
7.	סוגי סטטוסים ותדירות תזמון פוסטים	1	
8.	פתיחת דף עסקי בשלושה צעדים	1	
9.	ניהול דף אוהדים – תוכן, תוכן, תוכן	2	
10.	המלצות לאפליקציות שונות	1	
11.	ניתוח סטטיסטיקות	1	
12.	מערכת הפרסום של פייסבוק	3	
13.	הקמה ותמחור מודעות לפי מטרה	2	
14.	פילוח קהל היעד במדויק	3	
15.	ניסוח מודעה	3	
16.	שיפור ואופטימיזציה לקמפיין	1	
17.	מבוא לאינסטגרם	1	
18.	שימוש ואפקטיביות של האשטאג (#) בפרסום ממומן	2	
19.	חיזוק המותג באמצעות אינסטגרם	1	
20.	גיוס לקוחות חדשים	1	
21.	קריאטיב באינסטגרם	1	
22.	סיכום פייסבוק אינסטגרם	2	

הערה: כדוגמת פירוט פרק זה יפורטו שאר הפרקים, בקשות שלא יפורטו בהתאם לנספח 1 מוספים א,ב,ג, יוחזרו ולא יטופלו (מוסף ג' יוגש מודפס).

נספח 1
מוסף ג'

להלן פירוט פרק בתכנית לימודים לקורס – דיגיטל מאסטר

שם הפרק: קידום תוכן במערכות Outbrain ו-Taboola

מטרות בתחום העיוני:
התלמידה:
א. הקמת תוכן שיווקי בשטחי פרסום רלוונטיים

מס'	נושאי לימוד עיוני-פירוט	שעות	הערות
1.	מי הם אוטברייך וטאבולה?	1	
2.	יצירת חשבונות שיווק בפלטפורמות הרלוונטיות	1	
3.	תמחור פרסום מול קהלי יעד	2	
4.	יצירת תוכן מיתוגי בעל ערך	3	
5.	עיצוב התוכן במדיות השונות	3	

הערה: כדוגמת פירוט פרק זה יפורטו שאר הפרקים, בקשות שלא יפורטו בהתאם לנספח 1 מוספים א, ב, ג, יוחזרו ולא יטופלו (מוסף ג' יוגש מודפס).

נספח 1

מוסף ג'

להלן פירוט פרק בתכנית לימודים לקורס – דיגיטל מאסטר

שם הפרק: בניית אתרי ONESITE

מטרות בתחום העיוני:

התלמידה :
א. ידע בהקמת אתרי מיני-סייט
ב. ידע בהקמת אתרים מבוססי WIX

מס'	נושאי לימוד עיוני-פירוט	שעות	הערות
1.	למה חשוב שיהיה אתר מיני סייט?	1	
2.	מערכות לבניית אתרי מיני סייט	2	
3.	מבוא ל-WIX	2	
4.	ההבדל בין WIX לוורדפרס	2	
5.	הקמת דפי מידע ב-WIX	3	

הערה : כדוגמת פירוט פרק זה יפורטו שאר הפרקים, בקשות שלא יפורטו בהתאם לנספח 1 מוספים א,ב,ג, יוחזרו ולא יטופלו (מוסף ג' יוגש מודפס).

נספח 1
מוסף ג'

להלן פירוט פרק בתכנית לימודים לקורס – דיגיטל מאסטר

שם הפרק : שיווק אלקטרוני וניהול רשימות תפוצה

מטרות בתחום העיוני :	
התלמידה :	
א. ידע בניהול מערכות דיוור מתקדמות	
ב. ידע בהקמת משפך שיווקי אפקטיבי דרך מערכות דיוור	

מס'	נושאי לימוד עיוני-פירוט	שעות	הערות
1.	מהי מערכת דיוור אלקטרונית?	1	
2.	מערכות דיוור פופולריות	1	
3.	כיצד יוצרים דיוור נכון?	2	
4.	בניית משפך שיווקי ואוטומציות מתקדמות	3	
5.	סוגי המסרים בדיוור אלקטרוני	1	
6.	יצירת קמפיין דיוור חכם	2	

הערה : כדוגמת פירוט פרק זה יפורטו שאר הפרקים, בקשות שלא יפורטו בהתאם לנספח 1 מוספים א,ב,ג, יוחזרו ולא יטופלו (מוסף ג' יוגש מודפס).