

בית הספר למוסמכים במינהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי

1231.3435 שיווק ופרסום דיגיטלי
Internet marketing and advertising
דרישות קדם: ניהול השיווק (ציון 78 לפחות)
סמסטר א' – תשפ"ב (מחצית שניה)

פרטי הקבוצות בקורס

קבוצה	יום בשבוע	שעה	מרצה	דואר אלקטרוני	טלפון	תאריך בחינה
01	ו'	11:00-13:45	ד"ר רוני הורוביץ	ronihorowitz@gmail.com	052-2551076	כמפורט בלוח הבחינות

שעת קבלה – בתיאום מראש

היקף הלימודים

היקף הי"ס לקורס 1 י"ס

ECTS 1 = 8 ECTS – (European Credit Transfer and Accumulation System), ערך הניקוד של הקורס במוסדות להשכלה גבוהה בעולם שהינם חלק מ"תהליך בולוניה".

תיאור הקורס

הקורס מציג את התיאוריה והפרקטיקה של הפרסום והשיווק ברשת האינטרנט בדגש על עולם ה lead generation (אם כי חלק גדול מהנושאים רלוונטיים גם לעולם ה e-commerce). הקורס מתחלק לשלושה חלקים עיקריים: כיצד מגייסים תנועה לנכסים אינטרנטיים, כיצד מניעים את התנועה לפעולה (למשל גורמים למבקרים באתר לרכוש או לפנות), כיצד בונים משפך שיווקי, מטפחים מערכת יחסים עם לקוחות ומתעניינים ובונים מותג מצליח ברשת האינטרנט. הקורס יינתן בדגש מעשי וכמותי ויהיה מבוסס בעיקר על דוגמאות מתוך מציאות עסקית ומקרי בוחן.

חשוב לציין שהדגש של הקורס אינו בהפעלת הכלים הדיגיטליים השונים (למשל מערכת הפרסום של גוגל) אלא בהבנה של תפקידם במערכת השיווק, המגבלות שלהם ופרמטרים העיקריים להפעלתם האופטימלית. עם זאת, לאחר הבנת התמונה הגדולה של השיווק הדיגיטלי כפי שתילמד בקורס, לימוד הכלים יהיה יעיל הרבה יותר.

תפוקות למידה

- עם סיום הקורס בהצלחה יוכל הסטודנט:
1. להבין את יסודות קידום האתרים בגוגל
 2. לנהל קמפיין פרסום בגוגל ובפייסבוק
 3. להכיר את המרכיבים העיצוביים והפסיכולוגיים ליצירת הנעה לפעולה בדפי אינטרנט, ברשתות חברתיות ובמייל
 4. להכיר את הטכנולוגיות והכלים לשיווק באינטרנט
 5. לנהל מותג ברשת האינטרנט
 6. לעצב אסטרטגיית שיווקית אינטרנטית המתאימה למיצוב ולתקציב של חברה עסקית

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

אחוז	מטלה	תאריך	גודל קבוצה/ הערות
100%	בחינה		

פירוט המטלות בקורס

המטלה היחידה בקורס היא הבחינה

כל אי עמידה במי ממטלות הקורס מחיבת הודעה מראש (במייל) למרצה הקורס

מדיניות שמירה על טווח ציונים

החל משנה"ל תשס"ט מונהגת בפקולטה מדיניות שמירה על טווח ציונים בקורסי התואר השני. עקרונות השיטה חלים על כל קורסי התואר השני, ומדיניות השמירה על טווח הציונים תיושם לגבי הציון הסופי בקורס זה. בהתאם לכך, ממוצע הציונים בקורס יהיה בטווח בין 83 ל 87. מידע נוסף בנושא זה מתפרסם בהרחבה באתר הפקולטה.

<http://recanati.tau.ac.il/masters/yedion/2015-16/mba-rules-tests>

הערכת הקורס ע"י הסטודנטים

בסיומו של הקורס הסטודנטים ישתתפו בסקר הוראה על מנת להסיק מסקנות לטובת צרכי הסטודנטים והאוניברסיטה.

אתר הקורס

אתר הקורס יהווה המקום המרכזי בו ימסרו הודעות לסטודנטים, לפיכך מומלץ להתעדכן בו מדי שבוע, לפני השיעור, ובכלל – גם בתום הסמסטר. (לצורך תיאום עינייני הבחינה למשל).

שקפי הקורס יהיו באתר הקורס באתר.

לתשומת לבכם - בכיתה ידונו גם נושאים (ובפרט דוגמאות) שאינם מופיעים בשקפים או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הינם חלק בלתי נפרד מחומר הקורס.

תכנית הקורס *

שבוע	תאריך	נושאים	קריאת חובה	הגשות	הערות
1		- מבוא לשיווק באינטרנט - מבוא טכנולוגי - מושגי יסוד בשיווק באינטרנט - קידום אורגני: אופן הפעולה של מנועי חיפוש			
2		- קידום אורגני: מחקר מילות מפתח - קידום אורגני: אין מקדמים דפים למקומות גבוהים בדרוג עבור ביטויים רלוונטיים			
3		פרסום ברשת החיפוש של גוגל באמצעות Google Ads			
4		- תורת ההמרה ודפי נחיתה - A/B testing - כתיבה שיווקית			
5		- כלי מדידה לביצועי אתרי אינטרנט ודפי נחיתה Google Analytics - פרסום באמצעות רשת הדיספלי של גוגל Google Display Network			
6		- שיווק בדואר אלקטרוני - אוטומציה שיווקית			
7		- שיווק במדיה חברתית - ניהול מותג באינטרנט - סיכום ואסטרטגיה כוללת			

* התכנית הינה בסיס לשינויים.

קריאת חובה

רוני הורוביץ שחר לארי. "שיווק באינטרנט" הוצרת מנטור (הספר הוא משנת 2011 ולכן חלק מהתכנים שלו כבר לא רלוונטיים) באופן טבעי בתחום דינמי כמו שיווק ופרסום באינטרנט לא קיים טקסטבוק עדכני וחומרי הקורס נאספים על ידי המרצה, כך שהתכנים יהיו העדכניים ביותר האפשריים

קריאת רשות

Search engine watch אתר עשיר בחומר מעודכן בנושאים של שיווק דיגיטלי
אתרי אינטרנט וחומרים נוספים יוזכרו במהלך השיעורים