



המרכז האקדמי פרס

התוכנית לתואר ראשון במנהל עסקים

שם הקורס: אסטרטגיית שיווק באמצעות תוכן Strategy for Content Marketing

שם המרצה: גיל מרטנס

קוד הקורס: 1079

סוג הקורס: קורס בחירה

שיטת ההוראה: הרצאות, התנסות מעשית ומצגת.

שנה וסמסטר: תשפ"ג, סמסטר א/ב/ קיץ

היקף: 3 נ"ז

דרישת קדם: מבוא לשיווק

תיאור ומטרות:

בעולם העבודה החדש, התוכן הוא המלך. השיווק עבר להיות כמעט רק שיווק באמצעות תוכן, הלמידה מבוססת תוכן, התקשורת שלנו מורכבת ממסרים כתובים, ההשפעה מיוצרת באמצעות תוכן ואפילו מיתוג של חברות נעשה ע"י תוכן.

בקורס זה, יקבלו הסטודנטים הצצה לעולם המרתק של התוכן דיגיטלי, השפעותיו על חיינו, וכלים לשימוש בתוכן כדי לשווק, ליזום, להניע אנשים לפעולה, למידה והתפתחות אישית ומקצועית. הם יקבלו כלים לכתיבה אפקטיבית, שיווקית, מקצועית.

הקורס הוא אחד מבין שניים (שיווק ופרסום דיגיטלי + אסטרטגיית שיווק באמצעות תוכן) במסגרת תכנית תואר פלוס בשיווק דיגיטלי. כדי לסיים בהצלחה את התכנית ולקבל תעודת בוגר התכנית, נדרשים הסטודנטים לעבור בהצלחה את שני הקורסים בציון ממוצע של 75 לפחות.

תוצרי הלמידה:

עם סיום הקורס בהצלחה יוכל הסטודנט:

1. להבין את התמורות שחלו בעולם השיווק הדיגיטלי, בדגש על שיווק באמצעות תוכן.
2. להבין את השימוש הנרחב בתוכן בעולם השיווק.
3. לדעת מהם הכלים הבסיסיים לכתיבת תוכן שיווקי.
4. לבנות אסטרטגיית תוכן ראשונית לעסק או מותג.
5. להכיר כלים שיווקיים נוספים העושים שימוש בתוכן, כגון קהילות דיגיטליות ומשפיעני רשת.
6. לחשוב בצורה ביקורתית על תכנים ברשת, ולבחון אותם בצורה בהירה יותר.

דרישות הקורס והרכב הציון:

- נוכחות בהתאם לתקנון.
- עבודת הגשה אישית – 30%
- עבודה קבוצתית – 50%
- מצגת סופית – 20%

ציון עובר בקורס – 60, **חובת מעבר בכל אחד מהמרכיבים**

תכנית הקורס - נושאי הלימוד (יתכנו שינויים)

קריאת חובה	נושא ההרצאה
<ul style="list-style-type: none"> אחר, י', שפיבק, א' (2016). שיווק (בעידן) דיגיטלי (עמ' 20-51, 268-307). תל אביב: קיוון אחר 	<p>מבוא ל"עולם החדש" – עולם התוכן ושילובו בעולם המקצועי כיום. נכסים דיגיטליים ונוכחות דיגיטלית. התנהלות ברב ערוציות של תוכן (Omni-Channel) כחלק מטרנספורמציה דיגיטלית.</p> <p>שינויים בעולם עם כניסת הדיגיטל, עולם התוכן הדיגיטלי. רב ערוציות כחלק מאסטרטגיה מותגית. נכסים דיגיטליים - בלוגים, אתרי תוכן, רשתות חברתיות, פלטפורמות מיקרו בלוגינג וכד'.</p>
<ul style="list-style-type: none"> https://yazamnik.com/what-is-content-marketing/ http://www.blocal.co.il/Digital-Properties 	<p>מהו שיווק באמצעות תוכן? סוגי התוכן הקיימים, ניהול תוכן, מגמות ושינויים בצריכת תוכן בעולם. אוצרות תוכן.</p> <p>היכרות עם שיטת השיווק באמצעות תוכן, היכרות עם סוגי תכנים - וידאו, טקסטים, אינפוגרפיקה, פודקאסטים וכד'. ניהול תוכן מקצועי, אופן צריכת תוכן בעולם. מהי אוצרות תוכן ולמה כדאי להשתמש בה?</p>
<ul style="list-style-type: none"> https://www.microcopy.co.il/what-is-microcopy https://www.grammarly.com/blog/voice/ 	<p>שימוש בתוכן בחוויית משתמש. מיקרוקופי. אפיון שפה למותג/עסק.</p> <p>תוכן בשירותים דיגיטליים, שימוש בצ'אטבוטים, מיקרוקופי באתרים ושירותים. חשיבות ותהליך אפיון שפה למותג.</p>
<ul style="list-style-type: none"> צ'אלדיני, ר' (2021). השפעה – תיאוריה ופרקטיקה (עמ' 11-351). מטר. 	<p>השפעה ברשת וקהילות דיגיטליות. מינוף תוכן כדי לייצר השפעה.</p> <p>היכרות עם עולם משפיעני הרשת ועולם הקהילות הדיגיטליות. שימוש של חברות מסחריות במשפיענים ובקהילות, השפעה ברשת באמצעות תוכן. תוכן בקהילות דיגיטליות.</p>
<ul style="list-style-type: none"> https://juliacameronlive.com/basic-tools/morning-pages/ 	<p>כתיבת תוכן אפקטיבי, שיווקי ומניע לפעולה.</p> <p>כללים לכתיבת תוכן שעובד, מציאת כותרות מתאימות לתוכן, עריכת תוכן. פיתוח יצירתיות דרך כתיבה, מציאת רעיונות לכתיבה.</p>
<ul style="list-style-type: none"> http://www.blocal.co.il/Employer-Branding-via-Content 	<p>מיתוג באמצעות תוכן, בניית אוטוריטה מקצועית ברשת.</p> <p>כללים לבניית אוטוריטה ברשת, תוך בניית נכסים דיגיטליים ושימוש נכון בתוכן מקצועי. מיתוג מעסיק באמצעות תוכן.</p>
<ul style="list-style-type: none"> https://blog.hubspot.com/marketing/content-marketing-plan 	<p>אסטרטגיית תוכן לשילוב בתכנית העסקית והשיווקית של עסק/מותג</p> <p>בניית אסטרטגייה הכוללת תכנים מקצועיים ונגישים כחלק מתהליך מיתוג ושיווק של מותגים, עסקים ומיזמים.</p>
<ul style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=sh1-9xMZIfQ 	<p>סטוריטלינג ברשת</p> <p>כוחם של סיפורים. איך כותבים סיפור? שימוש בסטוריטלינג למיתוג והעברת מסרים שיווקיים.</p>
<ul style="list-style-type: none"> https://www.blocal.co.il/Content-Marketing-Measurement 	<p>הפצה ומדידת אפקטיביות של תוכן דיגיטלי, זכויות יוצרים על תוכן ברשת.</p> <p>שיטות להפצת תוכן – אורגני וממומן, מדידת השפעה והצלחה של תוכן ברשת. מה חשוב לדעת על זכויות יוצרים של תוכן ברשת?</p>
<ul style="list-style-type: none"> https://hamashberist.co.il/132/ <p>דרור, י' (2019). קוד סמוי (עמ' 267-312). מודיעין: כנרת, זמורה, דביר</p>	<p>הצד האפל של התוכן. לא כל הנוצץ זהב בעולם התוכן.</p> <p>תופעות כמו שיימינג, ניהול מוניטין של חברות ברשת, התמודדויות עם משברים ברשת, פייק ניוז. כלים לבחינת מהימנות של תוכן.</p>
<ul style="list-style-type: none"> https://www.blocal.co.il/Our-Technologies-of-the-Digital-Transformation 	<p>מגמות עתידיות והקשר שלהן לעולם השיווק והתוכן, וניתוח פוסטים עסקיים</p> <p>טכנולוגיות חדשות ומגמות בעולם השיווק. ניתוח פוסטים של הסטודנטים ושל מותגים</p>
	<p align="center">פרזנטציות סופיות של פרויקט הקורס ע"י הסטודנטים</p>

רשימת קריאה

חובה

אחר, י', שפיבק, א' (2016). *שיווק (בעידן) דיגיטלי*. תל אביב: קיוון אחר
דרור, י' (2019). *קוד סמוי*. מודיעין: כנרת, זמורה, דביר
ציאלדיני, ר' (2021) *השפעה – תיאוריה ופרקטיקה*. מטר.

רשות

גולדברג, נ. (2016). *עצם הכתיבה*. פראג
עידן, א' (2014). *הכוח החמישי*. תל אביב: ידיעות ספרים.

Handley, A. (2014). *Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content*. Wiley

Hennessy, B. (2018). *Influencer: Building Your Personal Brand in the Age of Social Media*. Citadel Press

Miller, D. (2017). *Building a StoryBrand: Clarify Your Message So Customers Will Listen*. Harper Collins.

Schaefer, M. (2019). *Marketing Rebellion*. Schaefer Marketing

SurfApp, J. (2014). *Creativity For Sale: How I Made \$1,000,000 Wearing T-Shirts and How You Can Turn Your Passion Into Profit, Too*. The Rebel Within Us