
האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

דוברות פוליטית - 50795

תאריך עדכון אחרון 10-11-2019

נקודות זכות באוניברסיטה העברית: 2

תואר: בוגר

היחידה האקדמית שאחראית על הקורס: תקשורת ועיתונאות

השנה הראשונה בתואר בה ניתן ללמוד את הקורס: 0

סמסטר: סמסטר א'

שפת ההוראה: עברית

קמפוס: הר הצופים

מורה אחראי על הקורס (רכז): ד"ר ברוך לשם

דוא"ל של המורה האחראי על הקורס: leshem_baruch@hotmail.com

שעות קבלה של רכז הקורס: ימי חמישי - שעה 12.00-12.45 (בתיאום מראש)

מורי הקורס:

ד"ר ברוך לשם-ליפשיץ

תאור כללי של הקורס:

הסדנה תתמקד בטכניקות שונות המשמשות דוברים בתחום הפוליטי לקדם רעיונות, ארגונים ואישים פוליטיים בכנסת, בממשלה ובתקשורת.

במסגרת הסדנה תלמד הטכניקה לניתוח תדמיתי של פוליטיקאים, לבניית מסרים רעיוניים ואישיים ולגיבוש דרכי פעולה פוליטיים ותקשורתיים הנדרשים להעברת המסר.

בסדנה יתורגלו השיטות להעברת המסר הפוליטי לכלי התקשורת ובכלל זה הכנת אישים לראיונות בעיתונות, ברדיו ובטלוויזיה.

מטרות הקורס:

להבין את עקרונות העבודה של דובר פוליטי. ללמוד כיצד להכין תכנית של בניית תדמית לפוליטיקאי.

תוצרי למידה

בסיומו של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

1. להכיר את תחום השיווק הפוליטי.
2. לדעת כיצד לבצע הערכת מצבו התדמיתי של פוליטיקאי.
3. לדעת כיצד לבנות תכנית אסטרטגית למועמד פוליטי.
4. לדעת כיצד מייצרים מסרים פוליטיים.
5. לדעת כיצד להשתמש בכלים טקטיים.
6. להכין תכנית קמפיין לפוליטיקאי המתמודד בבחירות.

דרישות נוכחות (%):

נוכחות חובה בכל השיעורים.

שיטת ההוראה בקורס: לימוד פרונטלי ותרגול.

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

שיעור 1. מקומו של הדובר הפוליטי במערכת הפוליטית.

שיעור 2. עימות קנדי ניקסון - 1960

שיעור 3. מודל ייעוץ תקשורתי - קמפיין קלינטון- 1992.

שיעור 4. מודל ייעוץ תקשורתי- קמפינים בישראל בבחירות 2006 ו-2009.

-
- שיעור 5. בניית תכנית תקשורת פוליטית- תיאוריה.
- שיעור 6. בניית תכנית התקשורת- תרגול מעשי.
- שיעור 7. ארגז הכלים של הדובר - ההודעה לעיתונות, הודעה ברשתות החברתיות
- שיעור 8. ארגז הכלים של הדובר - תרגול בכיתה
- שיעור 9. ארגז הכלים של הדובר - מסיבת עיתונאים.
- שיעור 10. הכנת פוליטיקאים להופעה בפני כלי התקשורת-תיאוריה.
- שיעור 11. תרגול מעשי בווידיאו של הכנת ריאיון בטלוויזיה.
- שיעור 12. ניתוח הראיונות המצולמים.
- שיעור 13. סיכום והצגת מבנה עבודת הסיום.

חומר חובה לקריאה:

לימור, יחיאל, ברוך לשם ולאחיה מנדלזיס. (2014). יחסי ציבור - אסטרטגיה וטקטיקה. רעננה. האוניברסיטה הפתוחה.

לימור, יחיאל וברוך לשם (2017). איך להפוך צפרדע לנסיך - אלף טיפים ביחסי ציבור. ת"א: ידיעות ספרים.

חומר לקריאה נוספת:

בן צור, נעמי. (1987). ענין של תדמית. ת"א. זמורה ביתן-מודן.

כץ, ירון. (1999). מוכרים בלבד - שיווק פוליטיקאים בכלי התקשורת. תל אביב. ספריית הפועלים.

לשם, ברוך (2017). נתניהו, בית ספר לשיווק פוליטי. בני ברק: הוצ' מטר.

Maarek, Philippe (2011). Campaign Communication and Political Marketing. Chichester, UK: Wiley-Blackwell.

Trent, Judith and Robert Friedenberg (2008). Political Campaign Communication: Principles & Practices (6th ed.). Rowman & Littlefield: London

הערכת הקורס - הרכב הציון הסופי :
מבחן מסכם בכתב/בחינה בעל פה 0 %
הרצאה 0 %
השתתפות 0 %
הגשת עבודה 0 %

הגשת תרגילים 0 %
הגשת דו"חות 0 %
פרויקט מחקר 0 %
בחנים 0 %
אחר 100 %
ראו פירוט במידע נוסף

מידע נוסף / הערות:
הציון בקורס ינתן עבור פרויקט גמר