
האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

מיתוג עסקי ופוליטי ברשתות החברתיות - 50942

תאריך עדכון אחרון 07-11-2019

נקודות זכות באוניברסיטה העברית: 2

תואר: מוסמך

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): יורי גנקין

דוא"ל של המורה האחראי על הקורס: ygankin@gmail.com

שעות קבלה של רכז הקורס: יום ב' - 17:00-18:00

מורי הקורס:

תאור כללי של הקורס:

עידן המדיה החברתית שנמצא כיום בעיצומו שינה לחלוטין את דפוסי ההתנהלות שלנו: בין אם מדובר על חיינו האישיים, על נבחר הציבור שלנו או על המותגים ובעלי המקצוע המקיפים אותנו תמונת המצב ברורה - אם אתה לא שם - אתה פשוט לא קיים. העניין הוא שגם אם אתם שם - עליכם לעשות זאת נכון - כי בעידן הדיגיטלי כל טעות יכולה להפוך למשבר בין רגע.

השליש הראשון של הסדנה יוקדש להקניית מיומנויות המיתוג העסקי והפוליטי ותרגולם בכיתה הלכה למעשה. השליש השני יוקדש לתחום ניהול המשברים ולשיקום האמון לאחר סיומם וכמובן ילווה גם הוא בתרגול מעשי ואילו השליש האחרון יעסוק במספר סוגיות נבחרות ובהן מיתוג מדיני ברשתות החברתיות, מיתוג אישי בעידן הדיגיטלי וכן עבודה עם שגרירי מותג. בכל אחד מהשיעורים נתמקד בנייתו של מקרי מבחן מקומיים ובינלאומיים כאחד - וזאת באופן שיאפשר לכם לקבל תמונה מקיפה ועדכנית ככל הניתן.

מטרות הקורס:

הסדנה תאפשר לסטודנטים להכיר ולהתנסות במכלול הכלים והשיטות המשמשים למיתוג העסקי, הפוליטי ולניהול המשברים ברשתות החברתיות - ותקנה להם את המיומנות המעשית שאותה יוכלו למנף לטובת עיסוק בתחום ביום שאחרי סיום התואר.

תוצרי למידה

בסיומו של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

בסיומו של הקורס יוכלו הסטודנטים לייצר קמפיינים טקסטואליים וויזואליים בעלי צביון מסחרי או ציבורי ברשתות החברתיות כאשר מטרת העל היא להפוך את תרגילי ההגשה ותרגילי הכיתה לבסיסו של תיק העבודות שלהם ביום שלאחר התואר.

דרישות נוכחות (%):

80%

שיטת ההוראה בקורס:

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

- שבוע ראשון: מבוא לנו-מדיה בעידן הדיגיטלי
- ההבדל בין פרסום מסורתי לשיווק דיגיטלי
- בין מיתוג לניהול משברים
- מבוא לניתוח מקרי מבחן - ניהול משברים ומיתוג ברשתות החברתיות

שבוע שני ושלישי: מיתוג עסקי ברשתות החברתיות + תרגול מעשי

- יסודות תכנית המיתוג האסטרטגית
- מיפוי היתרונות היחסיים של המותג

-
- מיפוי וניתוח קהל היעד של המותג
 - עקרונות מנחים למיתוג עסקי נכון בעולם הדיגיטלי

שבוע רביעי: הצגת תוצרי התרגול העסקי בכיתה וקבלת פידבקים

- שבוע חמישי ושישי: מיתוג פוליטי ברשתות החברתיות + תרגול מעשי
- עשרת הדברות לניהולו של הקמפיין הפוליטי ברשת
 - מיתוג ושיווק פוליטי בבחירות 2015
 - ניהול הקמפיין בזירה הלאומית אל מול ניהול הקמפיין בזירה המקומית
 - קידום סדר יום פוליטי-אזרחי באמצעות הרשתות החברתיות

שבוע שביעי: הצגת תוצרי התרגול הפוליטי בכיתה וקבלת פידבקים

- שבוע שמיני: ניהול משברים בזירה העסקית
- מהו משבר וכיצד הוא נוצר?
 - מדוע לא כל ביקורת היא משבר?
 - ארבעת השלבים בתהליך ניהול המשברים

- שבוע תשיעי: ניהול משברים בזירה הפוליטית-ציבורית
- ניהול המשברים בבחירות 2013 ו-2015 בישראל
 - ניהול המשבר תוך הפיכת החיסרון ליתרון - מקצוענות היא שם המשחק
 - יציאה מהמשבר ושיקום האמון של הבוחרים

- שבוע עשירי: תרגול מעשי בנושא ניהול משברים עסקיים וציבוריים והצגת התוצרים בכיתה
- התמודדות בזמן אמת עם תרחישים אותנטיים
 - התמודדות בזמן אמת עם תרחישים המוצגים על ידי המרצה

- שבוע אחד-עשר: מיתוג מדיני ברשתות החברתיות
- מיתוג מדיני ברשתות החברתיות
 - דיפלומטיה ציבורית בעידן המדיה החברתית
 - הסברה ברשתות החברתיות

- שבוע שניים-עשר מיתוג אישי ברשתות החברתיות + תרגול מעשי
- מיפוי היתרונות היחסיים שלנו
 - ה-"אני" כמותג
 - נאום המעלית

- שבוע שלושה-עשר: איתור, טיפוח שגרירי מותג והנעתם לפעולה - וסיכום הקורס
- איתור וזיהוי שגרירי המותג
 - פנייה אל שגרירי המותג וגיוסם לקמפיין המיתוג
 - הדבר הבא ברשתות החברתיות

חומר חובה לקריאה:

-
1. Seth Godin's Blog - <http://sethgodin.typepad.com/>
 2. Kissmetrics Blog - <https://blog.kissmetrics.com/>
 3. Hubspot's Blog - <https://blog.hubspot.com/>
 4. Marketing Land Blog - <http://marketingland.com/>
 5. Marketing Week Blog - <https://www.marketingweek.com/>

חומר לקריאה נוספת:

הערכת הקורס - הרכב הציון הסופי :

מבחן מסכם בכתב/בחינה בעל פה 0 %
הרצאה 0 %
השתתפות 0 %
הגשת עבודה 80 %
הגשת תרגילים 20 %
הגשת דו"חות 0 %
פרויקט מחקר 0 %
בחנים 0 %
אחר 0 %

מידע נוסף / הערות: