

סילבוס  
**פרקטיקום שיווק דיגיטלי: יישום מעשי בארגונים**

בית הספר לניהול

מרצה ומלווה מקצועית: ד"ר לימור זיו  
מרכזת הפרקטיקום: ד"ר יעל להב

פרקטיקום	סוג הקורס:
2	היקף נק"ז:
תשפ"ו	שנת לימודים:
ב'	סמסטר:
יקבע בהמשך (בתיאום, כדי לוודא פניות)	יום ושעה:
בתיאום מראש	שעת קבלה:
limor@limorziv.com	מייל מרצה:



## תיאור הסדנה ותוצרי למידה

### תקציר הסדנה

קורס הפרקטיקום בשיווק דיגיטלי מעניק לסטודנטים הזדמנות ליישם את הידע והכלים שנרכשו במהלך לימודיהם, באמצעות השתלבות מעשית בסביבת עבודה בחברה/ארגון לבחירתם. במסגרת הקורס יתנסו הסטודנטים בפעילות שיווקית דיגיטלית בארגונים, בתחומים כגון ניהול תוכן, קידום אורגני וממומן, ניהול רשתות חברתיות, אופטימיזציה למנועי חיפוש, הפקת קמפיינים ועוד.

הפרקטיקום נועד לגשר בין העולם האקדמי לבין הדרישות המקצועיות בתעשייה, ולאפשר לסטודנטים לצבור ניסיון מעשי, לפתח מיומנויות רלוונטיות ולהיחשף לתהליכים שיווקיים בזמן אמת. הסדנה מלווה בהנחיה מקצועית ואקדמית, וכוללת פגישות ליווי אישיות וקבוצתיות. הפרקטיקום מהווה שלב נוסף בהכשרת הסטודנטים לקראת השתלבות מקצועית בעולם השיווק הדיגיטלי, ומספק תשתית לפיתוח אישי ומקצועי כאחד.

#### א. ידע

עם סיום הפרקטיקום, הסטודנטים ירכשו:

1. הבנה של אסטרטגיות שיווק דיגיטלי כפי שהן מיושמות בפועל בארגונים, משלב התכנון ועד שלב הביצוע והמדידה.
2. היכרות עם תהליכי עבודה, כלי ניתוח, פלטפורמות פרסום וניהול תוכן המשמשים אנשי מקצוע בתעשייה.
3. חשיפה לדילמות מקצועיות, קבלת החלטות בזמן אמת והתאמת מהלכים שיווקיים לצרכים משתנים של הארגון ולקוחותיו.

#### ב. מיומנויות

במהלך הפרקטיקום, הסטודנטים יפתחו:

1. יכולת ליישם אסטרטגיית שיווק דיגיטלית בסביבה מקצועית: ניהול תוכן, הפעלת קמפיינים, אופטימיזציה וניתוח ביצועים.
2. כישורי עבודה בצוות ובתקשורת מקצועית עם גורמים בארגון.
3. יכולת לבצע רפלקציה על מהלכים שיווקיים ולנסח תובנות מקצועיות.
4. הסטודנטים יוכלו לנמק את גישות השיווק הנבחרות בהתבסס על הבנה תיאורטית מוצקה.



## למידה פעילה - תכנון מהלך השיעורים:

הקורס יתקיים במתכונת של פרקטיקום מודרך. ההתנסות המעשית תלווה בלמידה פעילה הכוללת:

- פגישות ליווי אישיות בזום: כל סטודנט/ית יקיים אחת לשבועיים פגישת מעקב והכוונה עם המרצה, לצורך שיתוף בתהליך, קבלת משוב, והתמודדות עם אתגרים מהשטח (מועדי הפגישות מוגדרות מראש בתחילת הסמסטר).
- מפגשי כיתה: שלוש פעמים במהלך הסמסטר יתקיימו מפגשים של כלל הסטודנטים בקורס, לצורך שיח קבוצתי, שיתוף, ניתוחי פעילות ולמידה הדדית. נוכחות במפגשים אלה היא חובה ומהווה חלק בלתי נפרד מהקורס.
- עבודה עצמאית שוטפת: בין המפגשים יתבקשו הסטודנטים לנהל יומן רפלקטיבי, להגדיר ולבחון מדדי הצלחה (KPIs) מול הארגון, ולתעד את התקדמותם.



### ציון סופי

משקל בציון	מרכיבי הערכה
15%	ניהול יומן מעקב שבועי: תיעוד תובנות, אתגרים ותהליכי עבודה
20%	השתתפות בפגישות אישיות וקבוצתיות, ושיתוף בתהליך העבודה
15%	הגדרת מדדי הצלחה (KPIs) ובחינת יישומם לאורך ההתנסות
50%	עבודה מסכמת: ניתוח רפלקטיבי ומקצועי של תהליך הפרקטיקום



## דרישות הקורס

- פגישות אישיות, אחת לשבועיים, עם המרצה (בזום).
- שלושה מפגשים קבוצתיים (פרונטליים / זום) לאורך הסמסטר (המועדים יקבעו מראש).
- השתלבות בפעילות השיווקית של הארגון אליו שובץ/ה הסטודנט/ית, בהתאם להיקף ולמטרות שנקבעו מראש.
- ניהול שוטף של יומן מעקב רפלקטיבי: תיעוד הפעילות, אתגרים, תובנות, והתקדמות.
- מעקב אחר מדדי ההצלחה: בתיאום עם המרצה ובשיתוף הארגון. אחריות אחר מעקב וביצועם.
- הגשת עבודה מסכמת.



## דרישות קדם

- מעל ציון 86 בקורס "שיווק דיגיטלי" (סמסטר א')

ביבליוגרפיה (בהמשך) 