



הקורס, בן שישה מפגשים, נותן רקע מקיף ומעמיק בתחום הדיגיטל והמיומנויות הנדרשות במאה ה-21 ובתקופת הקורונה בפרט. החל מנוכחות ברשת, שיווק, סטוריטלינג, בניית עמודי אינטרנט, מיתוג אישי ועוד ועוד. המפגשים מועברים כולם בזום, משלבים התנסות מעשית ומועברים על ידי טובי המרצים ואנשי המקצוע בתחומים הנלמדים.

מפגש ראשון: להיות נוכחים ברשת – למה זה חשוב? איפה צריך להיות? איך עושים את זה? עם רן לוצקי, קמפיינר ומעצב בולט. רן חתום על כמה מהקמפיינים הגדולים שהיו בישראל בשנים האחרונות. הוא עוסק בפיתוח תדמית מסחרית ופוליטית ומומחה בהנעת דעת קהל ושינוי עמדות בעזרת קמפיינים במדיות השונות וברשת החברתית בפרט.

מה נלמד? המפגש מניח אצל המשתתפים את היסודות לעולם הדיגיטל. על ידי שימוש בדוגמאות של הצלחות רשת ומתוך הניסיון האישי, רן מסביר איך יוצרים נוכחות ברשת, איך מטפחים אותה ומה אפשר להרוויח ממנה.

מפגש שני: סטוריטלינג – מבוא לשיווק – איך לזהות את הקהל שרלוונטי לי ברשת ולהתאים לו את המסרים הכי מדויקים? עם אדם בני, פרסומאי מהשורה הראשונה שעשה כנראה חלק ניכר מהפרסומות שאתם זוכרים. בשנים האחרונות אדם הקים ומנהל את בית הספר שלו שמכין צעירים וצעירות לעבוד במשרדי הפרסום בישראל.

מה נלמד? בסדנה של אדם נחשפים המשתתפים למאחורי הקלעים של עולם הפרסום. אדם עונה על השאלה למה כל כך קל לעבוד עלינו? ומתרגל יחד עם המשתתפים סטוריטלינג ויצירת מסרים שיווקיים מנצחים.

מפגש שלישי: רשתות חברתיות, איך עושים את זה נכון? עם אליה גרינפלד, יוצר תוכן שעובד עם גופים כמו עיריית ירושלים, עיריית תל אביב יפו, בזק, לובי 99 ואחרים. מוכר ככתב דיגיטלי של תאגיד השידור "כאן" וזוכה פעמיים בפרס האקדמיה לטלוויזיה עבור כתיבתו בתכנית 'גלילאו'.

מה נלמד? אליה גרינפלד עובר עם המשתתפים על כל הסודות של הרשתות החברתיות: איזה רשתות יש? מי קהלי היעד השונים שלהן? אלו כלים עומדים לרשותנו בכל אחת מהרשתות ואיך מייצרים מסרים שעובדים ברשתות השונות לפי קהל היעד שלי?

מפגש רביעי: מיתוג אישי, איך עושים את זה? עם לינדה ששון, יעצה בשנים האחרונות לקמפיינים של כמה מהפוליטיקאים המוכרים ביותר בישראל, עובדת עם גופים ציבוריים וממשלתיים, מנחת טקסים בארגון "הויה" ומרצה מקצועית. בעברה הייתה לינדה יועצת שר התיירות, דוברת השלטון המקומי והיא מומחית לפרסום, שיווק ומיתוג עצמי.

מה נלמד? לינדה ששון מסבירה למשתתפים על חשיבות המותג האישי, על ההבדל בינו לבין האדם שמאחורי המותג ועל הקשר בין השניים. לינדה מלווה את המשתתפים בתרגול אישי של בניית מותג שמותאם להם ועוזרת להבין איך לוקחים את המותג, משלבים אותו בעולם הוירטואלי ומקדמים אותו מול לקוחות או מעסיקים פוטנציאליים.





מפגש חמישי: בניית קהילות כמנוע לצמיחה ברשת – איך בונים קהילה ברשת? איך מתחזקים אותה ואיך עושים מזה כסף? עם נאור נרקיס, יזם ומומחה לניהול קהילות דיגיטליות שעובד עם הלקוחות הגדולים במשק, כמו בנק הפועלים, כללית וחברות הייטק שונות. נאור הוא מרצה אורח באוניברסיטת תל אביב ובמרכז הבינתחומי בהרצליה. נאור מוביל קהילה של 15,000 בעלי עסקים קטנים ומתפרנס מזה.

מה נלמד? הרשת כולה עוברת למודלים של קהילות: בפייסבוק, בווטסאפ וברשתות השונות. איך בונים קהילה מתפקדת ברשת? איך לזהות את קהל היעד הרלוונטי לקהילה שלי? איך אפשר להרוויח מזה כסף?

מפגש שישי: מקצוענות טכנולוגית למתחילים – איך לבנות אתר או עמוד נחיתה בלי שורת קוד אחת? מגוון כלים לעבודה ברשת שיהפכו כל חובבן למקצוען. עם שרון גונן, לשעבר בכירה במייקרוסופט ומנהלת שיווק במגוון חברות בינלאומיות מהגדולות בעולם. בשנים האחרונות שרון פיתחה ומעבירה מערכים לימודיים במיומנויות המאה ה-21 באוניברסיטה העברית, במכללה למנהל, למנהלים בכירים, סטודנטים מצטיינים ועוד רבים בארגונים הגדולים בישראל.

מה נלמד? איזה כלים עומדים לרשותנו באינטרנט כדי למצוא בדיוק את מה שאנחנו מחפשים, לבנות אתרים, עמודי נחיתה, סקרים ומערכות מידע של מקצוענים בקליק. המפגש מיועד למתחילים וחסרי ניסיון ומותאם לכל לומד.

*קישור לכיתת ההרצאה ישלח ביומן לפני כל מפגש

*סדר ההרצאות עשוי להשתנות בהתאם לנסיבות

*המרכז יבטיח את קיומם של כל המפגשים ומרצה חלופי לפי הצורך

*כל השיעורים מוקלטים ונשמרים אצלנו לצפייה חוזרת של המשתתפים

עלות הקורס כוללת – בניית הסילבוס – איתור ותיאום המרצים והספקים –מעקב אחרי התחייבויות המרצים לפני ואחרי המפגשים – תיאום מרצה חלופי במידת הצורך –תיווך התשלומים– פלטפורמת ZOOM פרימיום לקיום המפגשים – הקלטה ושמירת המפגשים לטובת צפייה חוזרת של המשתתפים.

