

סוגיות בשיווק עדכני

מרצה: ד"ר יניב לויתן yaniv@levyatan.co.il

תיאור הקורס: השיווק הינו אחד המרכיבים החשובים לפעילותו של כל ארגון. עולם השיווק עובר מהפכה משמעותית במעבר משיווק קלאסי, לשיווק דיגיטלי. במהלך הקורס נבחן שינויים ומגמות בתחום השיווק בכלל ובדגש מיוחד על תחום השיווק הדיגיטלי. ננתח שימוש בכלים הדיגיטליים על ידי המותגים הגדולים ונלמד כיצד מתמודדים מול אתגרים בתחום תוך ניצול ההזדמנויות החדשות.

נקודות זיכוי: 2

היקף שעות שבועיות: 4

נושאי הקורס:

| נושא | קריאת חובה |
|--|--|
| 1. המעבר לעולם השיווק החדש, השלכות המהפכה הדיגיטלית על עולם השיווק | י. לויתן, לחץ כאן!, פרק 2 |
| 2. אסטרטגיה דיגיטלית: היכן לפעול, כיצד לפעול, דרכים למדידת הפעילות הדיגיטלית | D. Scott, <i>The new rules of marketing and PR</i> , Chapter 3 |
| 3. אתרים ודפי נחיתה: כיצד לתכנן אתר בצורה נכונה, אתגרי השיווק במובייל | T. Ash, <i>Landing page optimisation</i> , Chapter 1 |
| 4. קידום אורגני וקידום ממומן | A. Kaushik, <i>Web Analytics 2.0</i> , Chapter 7 |
| 5. רשתות חברתיות, האתגר השיווקי, דוגמאות לשימושים מוצלחים, מרכיבי ההתמכרות לרשתות החברתיות | י. לויתן, לחץ כאן!, פרק 7 |

דרכי הערכה בקורס - הרכב הציון הסופי:

הציון הסופי מורכב מפרויקט גמר אותו יציגו הסטודנטים בכיתה (20% מהציון ולאחר מכן ישלחו עבודה מורחבת לבדיקה 80% מהציון)

לוח זמנים:

הסטודנטים יציגו את הפרויקט ב 2 המפגשים המסכמים

חובות הקורס:

נוכחות 80%

ספרי לימוד וחומר קריאה:

1. שם המחבר: A. Kaushik
שם הספר: Web Analytics 2.0
מו"ל: Wiley שנת הוצאה 2012
2. שם המחבר D. Scott
שם הספר: The new rules of marketing and PR
מו"ל: Wiley שנת הוצאה 2013
3. שם המחבר: T. Ash
שם הספר: Landing page optimisation
מו"ל: Wiley שנת הוצאה 2013
4. שם המחבר: J. Nielsen and A. Budiu
שם הספר: Mobile Usability
מו"ל: New riders שנת הוצאה 2013
5. שם המחבר י. לויתן
שם הספר: לחץ כאן! סודות ההשפעה העסקית באינטרנט
מו"ל: עם עובד שנת הוצאה 2013

תוצאות למידה:

בסיום הקורס הסטודנט יהיה מסוגל:

1. לתכנן פעילות בתחום השיווק הדיגיטלי
2. למדוד אפקטיביות של קמפיינים ברשת
3. לאפיין אתגרים בתחומי הפעילות הדיגיטליים
4. לזהות הזדמנויות בתחומים כגון: קידום אורגני וקידום ממומן
5. להבין כיצד פועלים בצורה נכונה ברשתות החברתיות
6. למצוא מקורות להמשך עדכון ולמידת התחום בעתיד