

# תוכנית הקורס ורשימת קריאה לקורס



סמסטר 0 שנה 2023

**בית ספר:** בית ספר סמי עופר לתקשורת B.A.

רשתות חברתיות בעידן השיווק הדיגיטלי

**מרצים/ות:**

פרופ' טל סמואל-עזרן [tazran@runi.ac.il](mailto:tazran@runi.ac.il)

---

<b>מספר הקורס:</b>	3081	<b>סוג הקורס:</b>	סמינריון	<b>שעות שבועיות:</b>	6	<b>נקודות זכות:</b>	6
<b>דרישות הקורס:</b>	עבודה מסכמת	<b>קוד קבוצה:</b>	230308100	<b>שפת לימוד:</b>	עברית		

---

נושאי הקורס 

**נושאי הקורס:**

שעור ראשון: רכישת מיומנות בכתיבת סמינר אקדמית

שעור שני ושלישי: מהלוקלי אל הגלובלי

Robertson, R. (1990). Mapping the global condition: Globalization as the central concept. *Theory, Culture and Society*, 7(2-3), 15-30

שעורים רביעי עד שביעי: אבולוציה ורבולוציה של אמצעי תקשורת:

- (Der Name der Rose 1986) סרט

Shifman, L. & Blondheim, M. (2008). From the spider to the web: Innis' ecological approach to the evolution of communication technologies. In: M. Blondheim & R. Watson (Eds.), *The Toronto school of communication theory: Interpretations, extensions, applications* (pp. 339-356). Toronto: University of Toronto Press

שיעורים שמיני עד עשירי

הרשתות החברתיות: אבולוציה ורבולוציה

שיעור עשירי עד 12

השיווק הדיגיטלי בעידן הרשתות החברתיות

## סמס' ב'

הצגת הרפרטים ודיון בנושאים אקטואליים העולים מעבודות המחקר

**בהערכת העבודה הסמינריונית, שתוגש עד 1/9/2023, יובאו בחשבון הקריטריונים הבאים:**

דרך הצגת הידע שנרכש בתחום התכנים שבעבודה.

המיומנות וכלי המחקר הבאים לכלל ביטוי בעבודה.

היחס שבין הנחות העבודה לבין מסקנותיה – אמינותן וביסוסן.

ניסוח העבודה ועריכתה.

היקף הביבליוגרפיה, טיבה וניצולה.

## מטרות הקורס

### תיאור הקורס:

תוך שימוש בלמידה היברידית (מקוונת לצד פגישות כיתתיות ואישיות), הקורס יעסוק בתמורות והתפתחויות הרשתות הדיגיטליות הגלובליות המשפיעות על מגמות בחברה, כלכלה, והפוליטיקה העולמית לצד תהליכים הנוגעים בתרבות פופולרית (מוזיקה, ספורט וכו'), מגדר ועוד. הקורס דן באופן השימוש, השימוש והשיווק התוכן הדיגיטלי לצד הצגת תהליכים ומגמות שעיצבו ומעצבים את חיי החברה המודרנית.

הערה: דף ההנחיה מתוכנן כך שיתאים לשינויים הדרושים בשל משבר הקורונה, גם לשינויים הצפויים וגם לשינויים עתידיים במהלך הסמסטר, כאשר ידוע שהסמסטר הקרוב יהיה בקורסים מסוימים בהוראה מרחוק בלבד בפלטפורמת זום, וקורסים מסוימים בשילוב של הוראה בזום והוראה בקבוצות קטנות בצורה היברידית. התאמת יחידות התוכן נעשתה ע"פ הנסיון שנצבר במרכז הבינתחומי בסמסטר ב' וסימסטר קיץ של שנת תש"פ: לדוג': שבירת ההרצאה ליחידות תוכן קצרות יותר, שימוש בחומרים ויזואליים, שימוש בסרטונים, שילוב דיון וכו'.

### מטרות הקורס:

במקביל לרכישת מיומנות בכתיבת עבודה מדעית מטרות הסמינר הן:

חשיפה לתיאוריות מרכזיות בחקר התקשורת, הפוליטיקה והחברה;

ניתוח מאמרים מדעיים;

---

## מבנה ציון הקורס

### מטלות ודרישות:

נוכחות, הצגת רפרט והגשת עבודת סמינר (למידה היברידית הכוללת הרצאות זום, רפרטים ופגישות אישיות פרונטליות).

### מבנה ציון הקורס:

20% הצגת רפרט

80% עבודת סמינר

---

## רשימת קריאה

### ביבליוגרפיה:

Bickart, B., Fournier, S., & Nisenholtz, M. (2017). What Trump understands about using social media to drive attention. *Harvard Business Review*.

De, P., Hu, Y. J., & Rahman, M. S. (2018). Avoid These Five Digital Retailing Mistakes. *MIT Sloan Management Review*, 59(3), 1-4.

John, L. K., Kim, T., & Barasz, K. (2018). Ads that don't overstep. *Harvard Business Review*, 96(1), 62-69.

Klein, N., Marinescu, I., Chamberlain, A., & Smart, M. (2018). Online Reviews Are Biased. Here's How to Fix Them. *Harvard Business Review* ([https://goo. gl/CZSa5B](https://goo.gl/CZSa5B)).

Nagle, F. (2018). Capturing Value From Free Digital Goods. *MIT Sloan Management Review*, 59(3), 16-18.

Shifman, L. & Blondheim, M. (2008). From the spider to the web: Innis' ecological approach to the evolution of communication technologies. In: M. Blondheim & R. Watson (Eds.), *The Toronto school of communication theory: Interpretations, extensions, applications* (pp. 339-356). Toronto: University of Toronto Press

Westerman, G. (2018). Your Company Doesn't Need a Digital Strategy. *MIT Sloan Management Review*, 59(3), 1-5.