תוכנית הקורס ורשימת קריאה לקורס

סמסטר 0 שנה 2024

בית ספר: בית ספר סמי עופר לתקשורת M.A

אסטרטגיה תקשורתית: כלים חיוניים לאנשי מקצוע

מרצים/ות:

פרופ' גדי וולפספלד gwolfsfeld@runi.ac.il

פרופ' יצחק חייט tsahi.hayat@runi.ac.il

עוזרי/ות הוראה:

גב' דלית טויזר ldalit@runi.ac.il

גב' אופיר לביא ophir.lavi@post.runi.ac.il

מספר הקורס:	סוג הקורס:	שעות שבועיות:	נקודות זכות:
27058	שיעור	4	4

דרישות הקורס:	קוד קבוצה:	שפת לימוד:
עבודה מסכמת	240270580	עברית

נושאי הקורס

נושאי הקורס (מאמרי החובה מסומנים ב *)**:**

1. **מה זה תקשורת אסטרטגית ומדוע היא חשובה**

***Jenna Guarnari, You Need PR: An Approachable Guide to Public Relations for Early-Stage Companies, New York: An Inc. Introduction and Chapter 1 (pp. 11-32).**

***Ronald D. Smith (2020) 6th Edition. Strategic Planning for Public Relations. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum, Introduction (pp. 1-30).**

2. **המחקר המקדים: ניתוח הארגון**

* **Ronald D. Smith (2020) 6th Edition. Strategic Planning for Public Relations. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum, Step 2: Analyzing the Organization (pp. 58-78).**

Janis T. Page & Lawrence J. Parnell (2020). *Strategic, Digital, and Socially Responsible Communication*, Thousand Oaks, CA. Research: First Steps in the Pubic Relations Process. (pp. 76-85).

3. **פיתוח אסטרטגיות תקשורתיות**

***Jenna Guarnari, You Need PR: An Approachable Guide to Public Relations for Early-Stage Companies, New York: An Inc. Phase 2: Strategy (pp. 131-155).**

*יחיאל לימור, ברוך לשם, לאה מנדלזיס (2013). יחסי ציבור: אסטרטגיה וטקטיקה. האוניברסיטה הפתוחה. רעננה. ע' 205-226.

Janis T. Page & Lawrence J. Parnell (2020). *Strategic, Digital, and Socially Responsible Communication*, Thousand Oaks, CA. Research: First Steps in the Pubic Relations Process. Chapter 5: Strategic Communication Planning (pp. 100-113)

4. **בניית מסר – יצירת מסגרות בעלות תהודה ומותגים**

* **Jenna Guarnari (2022).** ***You Need PR: An Approachable Guide to Public Relations for Early-Stage Companies, New York: An Inc. Branding Methods (pp. 68-82).***

Daniel Rowles, Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics and Measurement, 3rd Edition (2022) London, U.K.: Kogan Introduction, Chapters 1, 2.

5. יחסי ציבור במשבר

*** Janis T. Page & Lawrence J. Parnell (2020). Strategic, Digital, and Socially Responsible Communication, Thousand Oaks, CA. Crisis Communication. (pp. 278-295).**

***יחיאל לימור, ברוך לשם, לאה מנדלזיס (2013). יחסי ציבור: אסטרטגיה וטקטיקה. האוניברסיטה הפתוחה. רעננה. ע' 390-334.**

מטרות הקורס

תאור הקורס:

הקורס נועד להקנות לסטודנטים הבנה בסיסית בתחום התקשורת האסטרטגית בעידן הדיגיטלי. התקשורת האסטרטגית מתייחסת לניסיון שיטתי של סוגים שונים של חברות, ארגונים ותנועות להתקשר עם קהלי יעד דרך ערוצים מגוונים במטרה לקדם את האינטרסים של ארגונים אלה. הקורס ידגיש עקרונות מרכזיים הניתנים ליישום במגוון רחב של ארגונים: חברות מסחריות, ארגונים ללא מטרות רווח, תנועות חברתיות ומפלגות פוליטיות. החלק הראשון של הקורס יוקדש למבוא בתחום, לתכנון וביצוע אפקטיבי של אסטרטגיה תקשורתית באמצעות התנסות ועבודה מעשית אל מול אותם ארגונים.

מבנה ציון הקורס

מטלות ודרישות:

- נוכחות בשיעורים – על פי תקנון האוניברסיטה.
- קריאת חומר ביבליוגרפי
- מבחן בית
- הצגת הפרויקט בכיתה (במהלך הסמסטר).
- הגשת פרויקט הגמר (בסיום הקורס).

מבנה ציון הקורס:

הצגת הפרויקט בכיתה (עובר/נכשל)

מבחן בית 30%

פרויקט גמר 70%

פרטי עוזר הוראה

דלית טויזר

Ldalit@runi.ac.il

054-4243823

רשימת קריאה

נושאי הקורס (מאמרי החובה מסומנים ב *)**:**

1. **מה זה תקשורת אסטרטגית ומדוע היא חשובה**

***Jenna Guarnari, You Need PR: An Approachable Guide to Public Relations for Early-Stage Companies, New York: An Inc. Introduction and Chapter 1 (pp. 11-32).**

***Ronald D. Smith (2020) 6th Edition. Strategic Planning for Public Relations. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum, Introduction (pp. 1-30).**

2. **המחקר המקדים: ניתוח הארגון**

* **Ronald D. Smith (2020) 6th Edition. Strategic Planning for Public Relations. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum, Step 2: Analyzing the Organization (pp. 58-78).**

Janis T. Page & Lawrence J. Parnell (2020). *Strategic, Digital, and Socially Responsible Communication*, Thousand Oaks, CA. Research: First Steps in the Pubic Relations Process. (pp. 76-85).

3. **פיתוח אסטרטגיות תקשורתיות**

***Jenna Guarnari, You Need PR: An Approachable Guide to Public Relations for Early-Stage Companies, New York: An Inc. Phase 2: Strategy (pp. 131-155).**

*יחיאל לימור, ברוך לשם, לאה מנדלזיס (2013). יחסי ציבור: אסטרטגיה וטקטיקה. האוניברסיטה הפתוחה. רעננה. ע' 226-205.

Janis T. Page & Lawrence J. Parnell (2020). *Strategic, Digital, and Socially Responsible Communication*, Thousand Oaks, CA. Research: First Steps in the Pubic Relations Process. Chapter 5: Strategic Communication Planning (pp. 100-113)

4. **בניית מסר – יצירת מסגרות בעלות תהודה ומותגים**

* **Jenna Guarnari (2022).** ***You Need PR: An Approachable Guide to Public Relations for Early-Stage Companies, New York: An Inc. Branding Methods (pp. 68-82).***

Daniel Rowles, Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics and Measurement, 3rd Edition (2022) London, U.K.: Kogan Introduction, Chapters 1, 2.

5. יחסי ציבור במשבר

*** Janis T. Page & Lawrence J. Parnell (2020). Strategic, Digital, and Socially Responsible Communication, Thousand Oaks, CA. Crisis Communication. (pp. 278-295).**

***יחיאל לימור, ברוך לשם, לאה מנדלזיס (2013). יחסי ציבור: אסטרטגיה וטקטיקה. האוניברסיטה הפתוחה. רעננה. ע' 390-334.**