

## יסודות הדוברות ויחסי הציבור

מס' הקורס: 2-3325110-2

שנה"ל תשע"ה, סמסטר א', היקף שעות: 2 ש"ש

מרצה: דנה קול-רביב, נאוה כהן-אביגדור, עו"ד אביטל רגב-קיסר

### מטרות הסדנא

עריכת היכרות טובה ליועצי התקשורת לעתיד עם מפת יחסי הציבור והדוברות בישראל, והקניית מיומנויות רלוונטיות לניהול יחסי ציבור ודוברות, הנעוצות היטב בפרקטיקה הקיימת כיום בארץ.

### תוכן הסדנא

הסדנא תתמקד בהבנה של האלמנטים המאפיינים את עולם יחסי הציבור והדוברות בישראל ומרכיביו; מושגי יסוד; "כלי העבודה" של יועץ התקשורת; אסטרטגיה וטקטיקה; תכנון וניהול קמפיין ודרכי הפעולה הרצויות, על מנת להשיג תוצאות מיטביות. נבחן וננתח במהלך הסדנא דוגמאות אקטואליות מהפרקטיקה.

### תוכנית הוראה ורשימה ביבליוגרפית

י. לימור, ב. לשם, ל. מנדליס יחסי ציבור אסטרטגיה וטקטיקה. האוניברסיטה הפתוחה 2014

### שיעור 1

מהם יחסי ציבור? ומדוע נחוצים?

### שוק יחסי הציבור, ייעוץ התקשורת והדוברות בישראל

תחומי פעילות, תחומי משרדים

מה התפקידים בתחום? במשרד, בחברה, בארגון, במגזר הציבורי

כיצד נראה יום במשרד יח"צ?

## שיעור 2

### כיצד זה עובד?

דוגמאות מתחומים שונים – סוגי לקוחות ופעילות : תרבות , בידור , פוליטיקה , רוח , צרכנות  
כיצד מודדים יחסי ציבור

## שיעור 3

### משרתם של שני אדונים

היחסים מול עיתונאים ולקוחות

### היכרות עם המדיה

כלי התקשורת, כתבים ועורכים, תאי כתבים, זמני סגירה, המדיה החדשה

## שיעורים 4-5

### לקסיקון מושגים

קומוניקט, ידיעה, כתבה, מוביל דעה, הפצה, כתבת צבע/ראיון, כתבת רוחב, סקופ, און רקורד,  
אוף רקורד, בלעדיות, שת"פ, שת"פ מסחרי, אמברגו, פוטו אופ, פולו אפ, סינק, אינסרט, כיתוב  
תמונה, מסיבת עיתונאים, מסרים

## שיעורים 6-7

### אסטרטגיה וטקטיקה ביחסי ציבור:

מטרות, קהלי יעד, מסרים, סביבה, מתחרים

גיבוש אסטרטגיה והכנת טקטיקה

לוח זמנים

הכנת תוכנית עבודה אסטרטגית ללקוח

### שיעורים 8-9-10

#### כלי העבודה ביחסי ציבור

הבסיס : יצירת הודעה לעיתונות מתוך חומר גלם, כולל ציטוט  
כתיבת הצעה אטרקטיבית לכתבה והתאמתה לכלי התקשורת השונים  
מסיבת עיתונאים / אירוע השקה  
פוטו אופ, סיורים, מאמרי דעה, תמונות  
ראיונות בטלויזיה/רדיו/עיתונות כתובה ואלקטרונית  
ניצול הזדמנויות לטובת הלקוח

בניית קמפיין יחסי ציבור למטרה ספציפית – לקוח/פרויקט  
מהו קמפיין שלילי?

### שיעורים 11-12

#### משברים תקשורתיים

שלבי המשבר  
אופן התמודדות עם משבר  
מניעת משברים והפקת לקחים

### שיעור 13

#### יחסי ציבור בעידן הדיגיטלי

פעילות מול כלי תקשורת אינטרנטיים  
פעילות ברשתות החברתיות  
עבודה מול בלוגרים

### חובות הסדנא

1. נדרשת השתתפות פעילה וביקורתית בשיעורים, המבוססת על צריכת תקשורת.
2. במהלך הסמסטר יידרשו הסטודנטים להגשת מספר מטלות. מטלות אלו תבוצענה בעבודה יחידנית בלבד!
3. **בסיום הסמסטר יש להגיש עבודת גמר מורחבת ומסכמת**, המבוססת על הנלמד בסדנא.
4. **יש לאשר מראש את הנושא** הנבחר עם המרצה, לא יאוחר מהשיעור ה-9 של הקורס.
5. לא תאושרנה שתי עבודות בכיתה אחת באותו נושא.
6. אין לערוך עבודה בשלישייה. העבודה ביחידים או בזוגות.
7. **מועד אחרון להגשת העבודה**: עפ"י קביעת ביה"ס לתקשורת.

### מרכיבי הציון

- השתתפות בשיעורים 10%
- 3 מטלות במהלך הסמסטר 30% (10% כ"א)
- עבודת גמר מסכמת 60%

**בהצלחה!**