

המחלקה לתקשורת

שנתון תשע"ז

המחלקה ללימודי תקשורת

ראש המחלקה

דר' לאה מנדלזיס

חברי סגל

פרופ' הלל נוסק, דר' סיגלית אולשקר, דר' גיורא גודמן, דר' מירי גל עזר.

חברי סגל במכללה

דר' עו"ד שרה פרזנטי מור

מורים מן חוץ

פרופ' דידי לין, דר' רותי אבידר, דר' ניסים כץ, דר' סוניה נרונסקי לייזן, דר' טל פבל, גבי גיתית בר-און, גבי אוקסנה גוזיקר, מר יגאל דוד, מר ערן הדס, מר יואב הראל, מר יצחק טוניק, מר אריאל מירוז, מר עמיר עירון, מר חיים פרנקל, מר יובל פלג, מר אייל צרפתי, גבי שרון רופא, מר דני רייספלד.

רכזת המחלקה

גבי קרן קרדי פניש

טל: 04-6653600

פקס: 0775653600

שעות קבלה: ימים א'-ה' בין השעות 09:00-12:00, 13:00-15:00.

אימייל: keren@kinneret.ac.il.

מיקום: בניין טריגובוף, קומה כניסה

על התואר

המחלקה לתקשורת במכללה האקדמית כנרת עוסקת ביישום מודלים, גישות ותאוריות תקשורת בסביבת לימודים מתקדמת ויצירתית. המחלקה חרטה על דיגלה חווית לימודים דינמית וחדשנית באמצעות תכניות לימוד והעשרה המעניקות שילוב של מצוינות אקדמית יחד עם מצוינות מקצועית.

אחת המטרות המרכזיות של המחלקה היא הכשרת הסטודנטים שלנו לרמת תפקוד גבוהה במערכות עבודה ועשייה תקשורתית. לסטודנטים מוענק ארגז כלים מעשיים לצד לימודים עיוניים ופיתוח יכולות אקדמיות על מנת להרחיב את הידע, המידע וההבנה בתחומי החברה, הטכנולוגיה והתרבות לעולם של תקשורת משתנה במאה ה-21.

סגל המרצים במחלקה לתקשורת מורכב מטובי המרצים בתחומם ומומחי תקשורת בעלי ניסיון מעשי העוסקים גם בהוראה, במחקר אקדמי וביצירה בתעשיית התקשורת. אנו מבטיחים לסטודנטים שלנו סביבת לימודים פורה בליווי אישי ותמיכה בכל תחום, עיוני, מקצועי ואנושי.

אני מזמינה את הסטודנטים להצטרף אלינו, ליהנות מן הרמה הגבוהה של חברי הסגל האקדמי והמקצועי, וממגוון הקורסים המוצעים בתכנית שלנו. הלימודים מתקיימים תוך כדי חוויה סטודנטאלית, ססגונית ומיוחדת שמאפיינת את הלומדים בקמפוס מדהים שממוקם על שפת הכנרת.

מבנה תכנית הלימודים

התכנית מקנה 120 נ"ז ומתפרשת על פני 6 סמסטרים במהלך 3 שנים וכוללת:

1. ליבה מרכזית של קורסי חובה עיוניים.
2. מגוון רחב של קורסים בתחומי ניו מדיה, פרסום, עיתונות, אינטרנט, שיווק ויחסי ציבור, קולנוע וטלוויזיה.
3. התנסות מעשית מודרכת במגוון תחומי התקשורת.

4. התכנית מורכבת משיעורים עיוניים, סדנאות יישומיות, סיורים מקצועיים.
5. סיורים ימי עיון וכנסים.
6. פרויקטים משותפים ומפגשים עם גורמים ואנשי מקצוע בתעשיית התקשורת.

על הסטודנטים להגיע לרמת פטור באנגלית במהלך הלימודים

התכנית בנויה כך שכל הבוגרים במחלקה לתקשורת מקבלים עד לסיום התואר את מירב הכלים המסייעים להצלחה ולהשתלבות במערכות העוסקות בעולמות תוכן מגוונות כמו האינטרנט ורשתות חברתיות, עיתונות, רדיו, פרסום, ניו מדיה, יחסי ציבור ודוברות, שיווק, בימוי, עריכה והפקות למיניהן במגזר הציבורי, העסקי והפרטי.

בוגרים רבים מהמחלקה לתקשורת ממשיכים לתארים מתקדמים באוניברסיטאות השונות בארץ ובעולם השילוב בין מצוינות אקדמית, סגל מרצים מעולה ותכנית לימודים מאתגרת הנלמדת בסביבה תומכת הופכים את הלימודים במחלקה לתקשורת שבמכללה האקדמית כנרת לחוויה ייחודית ויישומית.

תוכנית לימודים תשעז
שנה א'

קוד קורס	שם הקורס	סוג שיעור	נ"ז	ש"ס	מרצה
31211	מבוא לחקר התקשורת א' - תיאוריות ומודלים	הרצאה	4	2	פרופ' נוסק הלל
31212	מבוא לחקר התקשורת א' - תרגיל	תרגיל	2	2	מר פרנקל חיים
31121	יסודות העיתונאות	הרצאה	2	2	מר פרנקל חיים
31111	טכנולוגיות תקשורת - היסטוריה, חברה, תרבות	הרצאה	2	2	ד"ר גיורא גודמן
31141	יסודות השיווק	הרצאה	2	2	מר יגאל דוד
31308	מבוא למדיה דיגיטלית	סדנא	4	3	מר אריאל מירוז
31303	הדרכה ביבליוגרפיה וכתובה אקדמית א	הרצאה	2	2	ד"ר ניסים כץ
12000	מבוא לסטטיסטיקה תיאורית	הרצאה	3	2	ד"ר אולשקר סיגלית
31192	מבוא לסטטיסטיקה תיאורית- תרגיל	תרגיל	0	1	גב' גוזיקר אוקסנה
31101	מבוא לחקר התקשורת ב' מוסדות תקשורת	הרצאה	4	2	פרופ' נוסק הלל
31102	מבוא לחקר התקשורת ב' - תרגיל	תרגיל	2	2	מר פרנקל חיים
31223	הקסם העיתונאי	סדנא	1	2	גב' שרון רופא אופיר
31251	יסודות הפרסום	הרצאה	2	2	מר עמיר עירון
31304	יסודות השידור ברדיו	סדנא	1.5	2	מר יצחק טוניק
31305	סדנת שידור ברדיו	סדנא	1.5	2	מר יצחק טוניק
12001	מבוא לסטטיסטיקה היסקית	הרצאה	3	2	ד"ר אולשקר סיגלית
31302	מבוא לסטטיסטיקה היסקית - תרגיל	תרגיל	0	1	גב' אוקסנה גוזיקר
32121	דיני תקשורת	הרצאה	2	2	ד"ר שרה פרזנטי מור
31307	יחסי ציבור שיווקיים בעידן הרב ערוצי	הרצאה	2	2	ד"ר לאה מנדלזיס
33852	תקשורת בין תרבויות	הרצאה	2	2	ד"ר סוניה נרונסקי לייזן
33843	מבוא לתרבות המסכים	הרצאה	2	2	ד"ר סוניה נרונסקי לייזן
31151	מבוא לסוציולוגיה	הרצאה	2	2	ד"ר פישר אורית
31241	מבוא לפסיכולוגיה חברתית	הרצאה	2	2	ד"ר דולב ניבה

תנאי מעבר לשנה ב' : ממוצע ציונים 70.

תוכנית לימודים לסטודנטים שהחלו לימודיהם בתשעו

שנה ב'

קורסים משותפים:

קוד קורס	שם הקורס	סוג שיעור	נ"ז	ש"ס	מרצה
32101	כתיבה אקדמית ב'	הרצאה	2	2	ד"ר כץ ניסים
32111	צריכה ביקורתית של תקשורת: עיתונות, בידור, פרסומת, קולנוע, תקשורת דיגיטלית	הרצאה	6	4	ד"ר מירי גל עזר
32131	שיטות מחקר איכותניות בתקשורת	הרצאה	2	2	ד"ר כץ ניסים
32151	חדשות, תיאוריה ומחקר	הרצאה	2	2	מר פרנקל חיים
33181	סוגיות נבחרות בתקשורת	הרצאה	2	2	פרופ' נוסק הלל
32201	שיטות מחקר כמותיות בתקשורת	הרצאה	2	2	ד"ר אולשקר סיגלית
32221	מבוא לתרבות המערב	הרצאה	2	2	ד"ר גודמן גיורא
31306	תקשורת בתרבות הפנאי	הרצאה	2	2	ד"ר רוני אבידר
32231	סמינר עיוני	הרצאה	3	2	ד"ר מירי גל עזר פרופ' נוסק הלל
32793	חשיבה יצירתית והפקת תוכן לטלוויזיה	הרצאה	1	2	מר ערן הדס
32794	המרחב הגלובלי המקוון	הרצאה	2	2	ד"ר טל פבל
32800	אתיקה בפרסום ועיתונות	הרצאה	2	2	ד"ר כץ ניסים
33777	התנסות מעשית	סדנא	2	4	ד"ר מנדלזיס לאה
33753	תחקיר וראיון לתקשורת כתובה ומשודרת ודיגיטלית	סדנא	1	2	גב' שרון רופא אופיר
31151	מבוא לסוציולוגיה	הרצאה	2	2	ד"ר פישר אורית
31241	מבוא לפסיכולוגיה חברתית	הרצאה	2	2	ד"ר דולב ניבה

התמקדות בפרסום ושיווק

קוד קורס	שם הקורס	סוג שיעור	נ"ז	ש"ס	מרצה
32801	קראייטיב- פיתוח קונספט דיגיטאלי	הרצאה	2	2	גב' אסתי סגל
33846	תקשורת שיווקית בעולמות הדיגיטל	הרצאה	2	2	מר דוד יגאל
32798	פלנניג	סדנא	2	2	מר עמיר עירון
32799	מחקרי שווק ופילוח מגזרי	הרצאה	2	2	גב' גיתית בר-און
32792	יח"צ ודוברות פוליטית	הרצאה	2	3	מר פלג יובל

התמקדות בקולנוע וטלוויזיה

קוד קורס	שם הקורס	סוג שיעור	נ"ז	ש"ס	מרצה
32795	צילום וידאו למתקדמים	סדנא	2.5	3	מר הראל יואב
32795	עריכת וידאו למתקדמים	סדנא	2.5	3	מר הראל יואב
32563	בימוי ותסריט עלילתי	סדנא	2	3	מר דני רייספלד
32541	קולנוע ישראלי – היבטים חברתיים	הרצאה	2	2	ד"ר מירי גל עזר
33541	תולדות האומנות	הרצאה	2	2	ד"ר מירי גל עזר
32523	סרטים ברגע	סדנא	2	3	מר הדס ערן

תנאי מעבר לשנה ב': ממוצע ציונים 70.

תוכנית לימודים לסטודנטים שהחלו לימודיהם בתשעה שנה ג'

קוד קורס	שם קורס	סוג שיעור	נ"ז	ש"ס	שם המרצה
33171	תקשורת וזהות תרבותית	הרצאה	2	2	פרופ נוסק הלל
33848	עיתונות מקוונת	הרצאה	1	2	גב' רופא אופיר שרון
33131	הקהל בעידן התקשורת הרב ערוצית	הרצאה	2	2	פרופ' הלל נוסק
33141	תקשורת חברה ותרבות	הרצאה	2	2	ד"ר כץ ניסים
33641	סמינר מחקרי	הרצאה	6	4	ד"ר לאה מנדלזיס
33840	פרזנטציה מול קהל	סדנא	2	3	מר ערן הדס
33847	הפקת תוכן דיגיטאלי	הרצאה	1	2	גב' רופא אופיר שרון
33838	אקטואליה בתקשורת	הרצאה	2	2	ד"ר לאה מנדלזיס
33151	מפת התקשורת בישראל	הרצאה	2	2	ד"ר מירי גל עזר

התמקדות בפרסום ושיווק

קוד קורס	שם הקורס	סוג שיעור	נ"ז	ש"ס	שם המרצה
33673	תכנון קמפיין ופרוייקט גמר א	סדנא	3	2	גב' גיתית בר-און
	הערכת פרוייקט גמר ב	סדנא	3	2	ד"ר לאה מנדלזיס
32794	עיצוב מוצר חברתי	הרצאה	3	3	פרופ' דידי לין
33793	יח"צ מתקדמים באינטרנט וברשתות חברתיות	הרצאה	2	2	ד"ר רות אבידר

התמקדות בקולנוע וטלוויזיה

קוד קורס	שם הקורס	סוג שיעור	נ"ז	ש"ס	שם המרצה
33853	תסריט והפקה דקומנטרי	סדנא	1.5	2	מר אייל צרפתי
32593	מפיק במאי בקולנוע וטלוויזיה	סדנא	3	3	מר דני רייספלד
33534	אולפן טלוויזיה	סדנא	3	3	מר אייל צרפתי
32531	פרקים נבחרים בתולדות הקולנוע	הרצאה	2	2	ד"ר גיורא גודמן

*** ייתכנו שינויים בתוכנית הלימודים**
*** במהלך הלימודים יתקיימו סיורים שהינם חלק מתוכנית הלימודים והנוכחות בהם הינה חובה, הסיורים לא יתקיימו בימי לימודים, העדריות מסיור יוריד 5 נקודות מהציון במקצועות הליבה.**

שנה א'

מבוא לחקר התקשורת א', תיאוריות ומודלים – שיעור

הקניית ידע בתיאוריות השונות ובמודלים שהם הבסיס לחקר התקשורת ולהבנת השפעתה על הפרט ועל החברה. בשיעור יידונו התיאוריות השונות באופן השוואתי ותוך פיתוח יכולת הבנה ומתן כלים ביקורתיים לבחינת כל תיאוריה ומודל.

2 ש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60

א' 31211 פרופ' נוסק הלל ד' 30: 11-10:00

מבוא לחקר התקשורת א' – תרגיל

2 ש"ס / 2 נ"ז / ת' / 60

צ: 31211

א' 31212 מר חיים פרנקל ד' 30: 17-16:00

יסודות העיתונאות

הקורס יעסוק בהיבטים המעשיים של תקשורת ההמונים והתפתחותה מהמאה ה-18 ועד לעידן הפוסט-מודרני. הקורס יבחן התפתחויות של תקשורת ההמונים מתוך נקודות מבט טכנולוגיות, ערכיות, אתיות ומעשיות. הקורס יתמקד בהיבטים של התפתחות התקשורת בישראל לפני קום המדינה ואחריה ויבחן את התפתחותה של התקשורת תוך ניתוח אירועים מעשיים בהם הייתה מעורבת התקשורת בישראל

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 31121 מר חיים פרנקל ד' 30: 19-18:00

טכנולוגיות תקשורת-היסטוריה, חברה, תרבות

לימוד של התפתחות כלי התקשורת, במסגרת היסטורית רחבה המנתחת את התהליכים ההיסטוריים והטכנולוגיים שהשפיעו על התפתחותם. דגש מיוחד יושם על הדרך בהם אמצעי התקשורת מושפעים - ומשפיעים - על המרקם התרבותי של חברות שונות, בתקופות שונות.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 31111 דר' גיורא גודמן ג' 30: 13-12:00

יסודות השיווק

חשיפת הסטודנטים למושגים ותיאוריות בתחום השיווק המודרני. הצגת שיטות מתקדמות להבנת תהליכים בשיווק. הכרת המרחב השיווקי, דיון בבעיות שיווקיות ובחלופות לפתרונן. תרגול והדמיית תהליכי קבלת החלטות בניהול השיווק. פיתוח מיומנויות בסיסיות לשימוש בטכניקות שיווקיות.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 31141 מר יגאל דוד ב' 30: 11-10:00

מבוא למדיה דיגיטלית

היכרות עם שפת הקולנוע על מרכיביה השונים, והבנה במושגי יסוד קולנועיים. דגש מיוחד יושם על הקניית יסודות טכניים, תיאורטיים ותהליכיים בתהליך היצירה הקולנועית, כמו גם על התנסות מעשית בבימוי, בכתיבת תסריט, בצילום ובעריכה. בסיום הקורס הסטודנטים יוכלו לתרגם רעיון לשפה קולנועית, והבנה כיצד לפתח רעיון לסרט ולהוציאו מן הכוח אל הפועל.

3 ש"ס / 4 נ"ז / סד' / 60

א' 31308 מר אריאל מירוז ב' 30: 14-12:00 , 30: 17-15:00

ב' 31308 מר אריאל מירוז ב' 30: 12-10:00 , 30: 15-13:00

הדרכה ביבליוגרפית וכתובה אקדמית א'

מטרת הקורס להכשיר את הסטודנטים לכללי השיח והעבודה הנהוגים בעולם האקדמי, תוך הכרת דרכי הרישום הביבליוגרפיים. כמו כן, מטרת הקורס להוביל את הסטודנטים להיכרות עם הסוגים השונים של הכתיבה האקדמית. דגש מרכזי יושם על רכישתן של מיומנויות הכתיבה והטיעון המקובלים באקדמיה והתמודדות עם כתיבת תשובות תיאורטיות ויישומיות במבחנים ובעבודות.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 31303 ד"ר ניסים כץ ד' 30: 15-00:14

מבוא לסטטיסטיקה תיאורית – שיעור

בקורס יושם דגש על שיטות שונות לאיסוף נתונים, ארגון הנתונים ע"י טבלאות שכיחות, ניתוח הנתונים וסיכומם. ייעודו העיקרי של הקורס הינו הקניית ידע בפרוצדורות הסטטיסטיות המקובלות במדעי החברה. במסגרת הקורס נניח את אבני היסוד למחקר האמפירי, במטרה לאפשר קריאה והבנה של נתונים סטטיסטיים המופיעים במאמרים מדעיים. בין הנושאים הנלמדים בקורס: מושגי יסוד בסטטיסטיקה, סולמות מדידה, טבלאות שכיחות, הצגה גרפית, מדדי מרכז, מדדי פיזור, ציוני תקן, ההתפלגות הנורמאלית, מדגם ואוכלוסייה, בדיקת השערות, קשרים בין משתנים, מדדי קשר, רגרסיה, ניתוח שונות

2 ש"ס / 3 נ"ז / ש' / 60

א' 12000 דר' סיגלית אולשקר א' 30: 13-00:12

מבוא לסטטיסטיקה תיאורית – תרגיל

1 ש"ס / 0 נ"ז / ת' / 60

צ: 12000

א' 31192 גב' אוקסנה גוזיקר א' 45: 10-00:10, 45: 11-00:11

מבוא לחקר התקשורת ב' מוסדות תקשורת- שיעור

קורס יסוד בסוציולוגיה של התקשורת, המנתח מרכיבים מוסדיים המשותפים לאמצעי התקשורת ואלה המבחינים ביניהם, המאפשרים עיון בסוגים ודגמים של רשתות תקשורת ושל משאבי תקשורת בישראל ובעולם. נסקרים: ערכי היסוד; נורמות כלליות ופרופסיונאליות של חשיבה והפעלה; ניהול וצרכי; מרכיבים מוסדיים-פיקוח ומבנה; תפעול וארגון; מאפיינים ואילווצים של מבנה חברתי; שלטון ופוליטיקה; מסורת; אידיאולוגיה וטכנולוגיה

2 ש"ס / 4 נ"ז / ש' / 60

ב' 31101 פרופ' נוסק הלל ד' 30: 15-00:14

מבוא לחקר התקשורת ב' – תרגיל

2 ש"ס / 2 נ"ז / ת' / 60

צ: 31101

א' 31102 מר חיים פרנקל ד' 30: 17-00:16

הקסם העיתונאי

מהו סוד הקסם העיתונאי המושך אליו אנשים רבים כל כך? במהלך הקורס נחשף לגווייה השונים של העיתונות כיום על ריבוי הפלטפורמות שלה, תוך הקניית ידע בסיסי והתנסות מעשית בעבודת העיתונאי בערוצי המדיה השונים. ילמדו שיטות איסוף מידע, יחסי הכתב עם מקורות המידע, כללי כתיבת ידיעה היכרות עם המערכת העיתונאית, ומושגים בסיסיים נוספים בעבודת העיתונאי.

2 ש"ס / 1 נ"ז / סד' / 60

א' 31223 גב' שרון רופא אופיר ג' 30: 11-00:10

יסודות הפרסום

פיתוח ידע ומיומנויות בניהול הפרסום על היבטיו השונים והקניית כלים לניתוח אסטרטגיות פרסומיות והאופן בו הן משפיעות על הצרכן. במסגרת הקורס יוצגו מרכיבי הפרסומת והקשרם לקהל היעד ולקונספט השיווקי, וייבחנו שיקולים שונים המנחים את הפירמה בתכנון מסע הפרסום, והערכת תוצאותיו

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ב' 31251 מר עמיר עירון ג' 30: 11-00:10

יסודות השידור הרדיו

הכרות עם עולם הרדיו ועם תחנות הרדיו בישראל. הכרות עם אולפן הרדיו. הכרות עם התפקידים השונים ברדיו: כתב, קריין, מפיק, עורך ועורך מוסיקה וטכנאי. בשיעור נלמד ונאזין לסוגים שונים של תכניות – מוסיקה, אקטואליה וחדשות, רדיו דוקומנטרי ותכנית ראיונות.

2 ש"ס / 1.5 נ"ז / סד' / 60

א' 31304 מר טוניק יצחק ג' 30: 12:00-13:00, 30: 15:00-16:00

תקשורת בין תרבויות

קורס זה יעמוד על הזיקה שבין תקשורת בין-תרבותית לבין בניית תחושה של שייכות חברתית ותרבותית, וואו תחושה של זרות וניכור, בחברה בישראל ובעולם הרחב. תלמידים ילמדו על היחסים המורכבים המתקיימים בחברה, כגון זאת בישראל, שיש בה מגוון של קבוצות תרבותיות ואתניות שונות. בקבוצות בחברה רבגונית, יש יחסים משתנים המשפיעים על דפוסי חיים שונים במציאות היומיום של התושבים. הקורס יבהיר לתלמידים מושגים בסיסיים הנוגעים לפסיפס החברתי בתרבויות רבגוניות, ולתהליכי התקשורת ולמגעים התרבותיים שיש בין קבוצות תרבותיות שונות.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 33852 דר' סוניה נרונסקי לידן א' 30: 14:00-15:00

מבוא לתרבות המסכים

הקורס יתמקד במקומם המרכזי ובתפקידיהם המגוונים של מסכים בחיינו החברתיים בתרבות העכשווית. נערוך הכרות תחילית עם המבע החזותי של סוגי מסך שונים ונדון בהקשר החברתי של המפגשים השונים, ובחוויות הצפייה השונות העולות ממסכי הקולנוע, הטלוויזיה, והמדיה החדשה (מחשב, טלפון נייד, טאבלט ועוד). הקורס יפתח בדיון במסך הקולנוע כסוג של יחלון וירטואלי, יחשוף את מאפייניו, וידון באינטראקציה של הצופה עם מסך הקולנוע בהקשריו השונים. נתמודד עם חלק מחוויות הצפייה העולות מצפייה בסרט במרחבים שונים. בהקשר זה נעמוד גם על האופן שבו סביבת המפגש עם המסך משפיעה על חוויית הצפייה בו, ומזמינה מימושים שונים של המציאות המיוצגת בו.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ב' 33843 דר' סוניה נרונסקי לידן א' 30: 14:00-15:00

סדנת שידור ברדיו

הסדנא תקנה ידע והתנסות בהכנת תכנית רדיו – תחקיר והפקה עריכה, וקרינות ועבודה מול מיקרופון ועריכה מוסיקלית. עיקר הלימוד יתבצע באולפן הרדיו. והתוכניות שיוכנו במהלך הסדנא ישודרו ברדיו של המכללה.

2 ש"ס / 1.5 נ"ז / סד' / 60

ב' 31305 מר טוניק יצחק ב' 30: 10:00-11:00, 30: 13:00-14:00

מבוא לסטטיסטיקה היסקית – שיעור

הקורס נועד להקנות לסטודנטים כלי יסוד בהבנת טכניקות סטטיסטיות וביישום מחקר. בקורס יושם דגש על שיטות שונות לאיסוף נתונים, ארגון הנתונים ע"י טבלאות שכיחות, ניתוח הנתונים וסיכומם. ייעודו העיקרי של הקורס הינו הקניית ידע בפרוצדורות הסטטיסטיות המקובלות במדעי החברה. במסגרת הקורס נניח את אבני היסוד למחקר האמפירי, במטרה לאפשר קריאה והבנה של נתונים סטטיסטיים המופיעים במאמרים מדעיים. בין הנושאים הנלמדים בקורס: מושגי יסוד בסטטיסטיקה, סולמות מדידה, טבלאות שכיחות, הצגה גרפית, מדדי מרכז, מדדי פיזור, ציוני תקן, ההתפלגות הנורמלית, מדגם ואוכלוסייה, בדיקת השערות, קשרים בין משתנים, מדדי קשר, רגרסיה, ניתוח שונות.

2 ש"ס / 3 נ"ז / ש' / 60

ב' 12001 דר' סיגלית אולשקר א' 30: 12:00-13:00

מבוא לסטטיסטיקה היסקית – תרגיל

1 ש"ס / 0 נ"ז / ת' / 60

צ: 12001

ב' 31302 גר' גוזיקר אוקסנה א' 45: 10:00-11:00, 45: 11:00-12:00

יחסי ציבור שיווקיים בעידן הרב ערוצי

הקורס יסודות יחסי ציבור מיועד להקנות לסטודנטים עניין בהבנת התחום וברזי תמהיל הקידום באמצעות תקשורת שיווקית. מטרת הסדנא היא להקנות למשתתפים ידע תיאורטי תוך התנסות מעשית בהכרות הכלים של

יחסי ציבור שיווקיים לצד טכניקות ומיומנויות ביצועיות ליצירת מודעות, בניית תדמית, עיצוב והעברת מסרים תקשורתיים, ותהליכי העברתם מן הארגון לציבורי יעד דרך ערוצי תקשורת רבים ומגוונים. כמו כן, נועד הקורס להקנות כלים המאפשרים לשפוט את המרכיבים השונים הקשורים בתהליכי יחסי ציבור אפקטיביים, לצד תרגול מעשי והבנת תהליכי קבלת החלטות בניהול יחסי ציבור, הערכה ובקרה. תפקידם של אנשי יחסי הציבור הוא לפתח מערכות יחסים עם הציבור באמצעות כלי המדיה השונים. העיסוק בתחום יחסי הציבור נחשב מראשית ימיו כבעל השפעה והסברה שיווקית. בשלושת העשורים האחרונים אנו עדים לשינוי מהותי שחל במקצוע זה. את השינויים ניתן לזקוף לתהליכים שהתרחשו בעת ההתפתחות הטכנולוגית שזכתה לכינוי "עידן המידע" בהם אנשי יחסי ציבור, יועצי תקשורת, דוברים, יועצים אסטרטגיים ולוביסטים נהיו לאנשי מפתח ובעלי השפעה גדולה. מטרת הקורס היא להעניק מושגים והבנה תוך כדי התנסות בתחום.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ב' 31307 דר' לאה מנדלזיס ג' 30: 15-14:00

דיני תקשורת בישראל

הכרות בסיסית עם חוקי היסוד והשפעתם על זכויות הפרט, משמעותם בהקשר התקשורתי. מעבר להכרות עם חוקי היסוד, לצייד את הסטודנטים האמורים לעסוק בהיבטים המעשיים של התקשורת, בידע מעודכן של דיני התקשורת, מה שיסייע בידם בהיבט המעשי בעתיד.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ב' 32121 דר' שרה פרזנטי מור ג' 30: 13-12:00

מבוא לסוציולוגיה

הסוציולוגיה הנה תחום ידע העוסק בחקר החברה האנושית, ובמיקומו של האדם בתוכה. הקורס יציג את היסודות התאורטיים והמתודולוגיים של החשיבה הסוציולוגית. לצד הצגתן של עקרונות החשיבה הסוציולוגית, נדון בסוגיות חברתיות עכשוויות כגון ריבוד חברתי, תרבות, חיברות, מגדר, סטייה, ארגונים ועוד.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 31151 דר' פישר אורית ב' 30: 09-08:00

מבוא לפסיכולוגיה חברתית

האדם הוא יצור חברתי ומרבית עשייתו נעשית בקונטקסט חברתי. הקורס יאפשר הכרות עם התהליכים המשפיעים על האדם בחברה והבנת האופן בו אנשים משפיעים הדדית על התפיסות, המחשבות, העמדות, הרגשות וההתנהגויות זה של זה ושל הקבוצה והחברה. הבנת משמעותם בהקשר התקשורתי תצייד את הסטודנטים בכלים להבנת המציאות החברתית הסובבת אותם, מורכבותה והשפעתה, והתהליכים והתופעות העומדות בבסיס האינטראקציות הבין אישיות השונות בהן הם צופים, מדווחים ומעורבים.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ב' 31241 דר' דולב ניבה ב' 30: 11-08:00

שנה ב'

צריכה ביקורתית של תקשורת: עיתונות, בידור, פרסומת, קולנוע, תקשורת דיגיטלית

הקורס יעסוק במרחב הציבורי, בעיתונות איכותית ועיתונות פופולארית, בפוליטיקה של זהויות ומאבקים של קבוצות מוחלשות בתקשורת, מגדר, גוף, לאומיות ופורנוגרפיה, בקשר בין טכנולוגיות לתרבות בקשר בין כלכלה לתקשורת, פרסום, סגנון חיים ומסעות הסברה, בניתוח סדרות היסטוריה ותרבות ובתקשורת טרנס לאומית ורב ערוצית.

4 ש"ס / 6 נ"ז / ש' / 60

א' 32111 דר' מירי גל עזר ב' 30: 15-14:00

ב' 32111 דר' מירי גל עזר ג' 30: 15-14:00

תקשורת תרבות ופנאי

הקורס מתמקד בקשר שבין פנאי, תקשורת ותרבות במאה ה-21. הקורס בוחן את מקומה של התקשורת בהבניית תרבות הפנאי והשלכותיה על איכות חיינו כיום. יחסי הגומלין שבין תקשורת, תרבות ופנאי נבחנים מהיבטים שונים ובכלל זה ההיבט האישי, החברתי, המקצועי, המגדרי והגלובלי. דגש מיוחד מושם על התרבות הדיגיטלית והשינויים בדפוסי צריכת המדיה הוותיקים והחדשים המתרחשים בעקבות המעבר לסביבה תקשורתית רב ערוצית ומקוונת.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 31306 דר' רות אבידר ד' 30: 11-10:00

שיטות מחקר כמותיות בתקשורת – שיעור

הקניית כלים תיאורטיים ומעשיים לביצוע מחקרים. הקורס כולל יישום כלים כמותיים (מתמטיים וסטטיסטיים) לצורך: א. עיבוד נתונים סטטיסטיים לזיהוי מגמות. ב. ביצוע סקרי שדה ועיבודם הסטטיסטי המלא.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 32201 דר' סיגלית אולשקר ב' 10: 00-11: 30

סוגיות נבחרות בתקשורת

מטרתו של הקורס לבחון סוגיות של מדיניות ועניין ציבורי המתבססים על קשר בין תופעות חברתיות לסיקור, לאופן התפקוד ולהשפעה של תקשורת ההמונים והמדיה החדשים. בקורס תיבחנה הסוגיות באמצעות גישות תיאורטיות ומחקרים אמפיריים המחברים בין הסיקור התקשורתי, הייצוג וההשפעה של התקשורת על דעת הקהל ועל קביעת המדיניות בתחומי החיים השונים. (סוגיות לדוגמא: תקשורת ובחירות, תקשורת וזהויות, תקשורת וטרור, תקשורת במלחמה, תקשורת ואלים, תקשורת ומהפכות וכדו'. (תיבחרנה סוגיות בהתאם להתפתחויות הרלוונטיות בעיתוי פתיחת הקורס).

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 33181 פרופ' נוסק הלל ד' 14: 00-15: 30

תחקיר וראיון לתקשורת כתובה ומשודרת ודיגיטאלית

מטרת הקורס – הקניית כלים לביצוע תחקיר וראיון בעיתונות המודפסת. במהלך הקורס נלמד מה היא עיתונות חוקרת ומידת חשיבותה במשטר דמוקרטי, תוך הבאת דוגמאות וניתוח מקרים ידועים ועכשוויים.

2 ש"ס / 1 נ"ז / סד' / 60

ב' 33753 גב' שרון רופא אופיר ג' 16: 00-17: 30

מבוא לתרבות המערב

הקורס יעסוק ביסודות המזרחיים של התרבות המערבית. יוון העתיקה: ערש התרבות המערבית. האימפריה הרומית: תרבות ים תיכונית. עליית הנצרות: המסר המונוליתי מופץ להמונים. לוחמים, מתפללים ועמלים: ימי הביניים באירופה המערבית. הרנסנס: לידתה מחדש של המחשבה האירופאית בראשית העת החדשה.

הרפורמציה הפרוטסטנטית: שבר ופריחה בכנסייה הנוצרית. עידן הקולוניאליזם: התרבות המערבית מתפשטת על פני ימים ויבשות. צמיחת ה"מדינה": התפתחות התרבות הפוליטית האירופאית במאות ה-17 וה-18. המהפכה התעשייתית: עיצוב של תרבות בידי תהליכים כלכליים וחברתיים. אלוהים או אבולוציה: האמונה האירופאית בקדמה המדעית במאה ה-19. התרבות המערבית במאה העשרים: שברים וזעזועים.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 32221 דר' גיורא גודמן ד' 18: 00-19: 30

חשיבה יצירתית והפקת תוכן לטלוויזיה

כיצד יוצרים תוכניות טלוויזיה ומהיכן מגיעים הרעיונות. פיתוח כלים טכניים ומעשיים בחשיבה יצירתית ולמידת יכולות בהפיכת רעיון גולמי לפורמט טלוויזיוני, תוך הענקת כלים ומיומנויות בניהול ועריכת תוכן. רכישת הכלים המקצועיים במטרה להפוך לאנשי טלוויזיה הפכה פשוטה מאי-פעם, עם הכרת המיומנויות הנכונות: מדוע 80 אחוז מתוכניות הטלוויזיה נכשלות? כיצד פועלת מחלקת התוכניות בטלוויזיה? מהן הדילמות של מנהל התוכניות כעורך ראשי וכיצד הוא בוחר תוכניות? כיצד מתבצע תכנון אסטרטגי לטווח ארוך? כך מתעצבת היצירה הטלוויזיונית על תכניה, רעיונותיה, דרכי הבעתה, מקורות השראתה והשפעתה החברתית. הקורס שם דגש על תרגול ויישום הנלמד בזמן אמת, בכפוף לאופייה ולתפקידה של הטלוויזיה בישראל.

2 ש"ס / 1 נ"ז / ס' / 60

א' 32793 מר ערן הדס ג' 08: 00-09: 30

סמינר עיוני

להכשיר סטודנטים לטפל בחומר אקדמי ומחקרי בנושא נתון, להציבו בהקשרים תיאורטיים רלבנטיים ולארגן אותו לחיבור מדעי הכולל גם התייחסות ביקורתית והצעות לחקר הנושא.

2 ש"ס / 3 נ"ז / סמ' / 60

ב' 32231 פרופ' נוסק הלל ד' 10: 00-11: 30, דר' מירי גל-עזר ג' 12: 00-13: 30

חדשות, תיאוריה ומחקר

מבוא- מה הופך אירוע לחדשה, חדשות בראיה ביקורתית וביקורת על הביקורת, חדשות כמובנות מציאות- גישת הקונפליקט, מסגרות סיקור, חדשות כסיפורים? הגישה התרבותית לחקר החדשות, ניתוח סיקור חדשות באירועים שונים על פי התיאוריות והמחקר.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ב' 32151 מר חיים פרנקל ד' 30: 15-14:00

שיטות מחקר איכותניות בתקשורת- שיעור

הקורס יעסוק בתהליך החשיבה והמחקר המדעי בתקשורת עם דגש על שיטות איכותניות. מטרת הקורס להקנות לתלמידים כישורים לקריאה ביקורתית של ספרות מקצועית, להערכת איכותם של מחקרים, כמו גם לתכנון מחקרים אמפיריים ולאיסוף וניתוח נתונים.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ב' 32131 דר' כץ ניסים ד' 30: 19-18:00

כתיבה אקדמית ב'

המשך הקורס קריאה וכתיבה אקדמית א', בדגש על כתיבת טקסט אקדמי מורכב. הסבר, הבנה, תרגול וכתיבה של טקסטים אקדמיים מסוגים שונים. הכנה מרבית לכתיבה והגשה של עבודות סמינריוניות המסכמות סמינרים סמסטריאליים ושנתיים. 'על הדרך' – גם כתיבת תשובות טובות ומשכנעות בעבודות בית וכתיבה אקדמית ורהוטה של עבודות הסטאז' עם סיום הלימודים. בקורס יינתנו כלים שישרתו גם את מי שלא ימשיכו אחר כך באקדמיה: העדפת עיקר על טפל והתבטאות בהירה

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ב' 32101 דר' ניסים כץ ד' 30: 17-16:00

המרחב הגלובלי המקוון

קורס זה עוסק באחד מהנושאים העכשוויים ביותר בתקשורת המודרנית שלו השפעה על כל תחום מחיינו; האינטרנט, הרשתות החברתיות והמרחב הקיברנטי. מטרתו של הקורס לבחון את משמעות האינטרנט כמדיית תקשורת חדשה בהשוואה לזו הישנה (רדיו, טלוויזיה ועיתונות), את השפעת מדיה זו על מגוון היבטים מחיינו ועל תרומתם העצומה, לצד הסכנות הרבות הטמונות באינטרנט כיום ואלו שילכו ויתגברו בעתיד.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ב' 32794 דר' טל פבל ב' 30: 13-10:00 (אחת לשבועיים)

אתיקה בפרסום קולנוע ועיתונות

מטרת הקורס להקנות לסטודנטים קורפוס של אתיקה למקצועות הפרסום והעיתונאות. הקורס יעסוק בסוגיות ובדילמות האתיות הקשורות בפעולתם של מקצועות הפרסום והעיתונאות הכתובה והמשודרת, ובעבודתו של הפרסומאי והעיתונאי. יידונו בו מעמדם ותפקידם של התקשורת, של הפרסומאי ושל העיתונאי בחברה, ואחריותם החברתית תוך כדי התמודדות בדילמות אתיות שונות.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 32800 דר' כץ ניסים ד' 30: 17-16:00

התנסות מעשית

התנסות מעשית/מקצועית בת 100 שעות הינה חלק מתכנית הלימודים ומהווה תנאי לקבלת תואר ראשון. במסגרת ההתנסות נחשפים הסטודנטים לעולם התעסוקה בתחום הלימודים וצוברים ניסיון בהדרכה צמודה והכוונה של מנחת הסדנא ושל בעלי התפקידים בארגונים בו הם עושים את ההתנסות המעשית. כמו כן, ההתנסות מכשירה באופן מעשי ואישי כל אחד מהסטודנטים ומאפשרת להיות חלק מתהליכים ארגוניים ולצבור ניסיון תעסוקתי אשר יהווה מרכיב משמעותי ומקדם בקורות החיים המוצגים ובראיונות אישיים. ההתנסות המעשית יכולה להתבצע במגוון תחומים וארגונים פרטיים, ציבוריים, עסקיים, עמותות, מלכ"רים ואגודות למיניהן.

3 ש"ס / 2 נ"ז / סד' / 60

ש' 33777 דר' לאה מנדלזיס – מפגשים ופגישות אישיות יתואמו מראש

מבוא לסוציולוגיה

הסוציולוגיה הנה תחום ידע העוסק בחקר החברה האנושית, ובמיקומו של האדם בתוכה. הקורס יציג את היסודות התאורטיים והמתודולוגיים של החשיבה הסוציולוגית. לצד הצגתן של עקרונות החשיבה הסוציולוגית, נדון בסוגיות חברתיות עכשוויות כגון ריבוד חברתי, תרבות, חיברות, מגדר, סטייה, ארגונים ועוד.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60
א' 31151 דר' פישר אורית ב' 30: 09-08:00

מבוא לפסיכולוגיה חברתית

האדם הוא יצור חברתי ומרבית עשייתו נעשית בקונטקסט חברתי. הקורס יאפשר הכרות עם התהליכים המשפיעים על האדם בחברה והבנת האופן בו אנשים משפיעים הדדית על התפיסות, המחשבות, העמדות, הרגשות וההתנהגויות זה של זה ושל הקבוצה והחברה. הבנת משמעותם בהקשר התקשורתי תצייד את הסטודנטים בכלים להבנת המציאות החברתית הסובבת אותם, מורכבותה והשפעתה, והתהליכים והתופעות העומדות בבסיס האינטראקציות הבין אישיות השונות בהן הם צופים, מדווחים ומעורבים.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60
ב' 31241 דר' דולב ניבה ב' 30: 11-08:00

התמקדות בפרסום

יח"צ ודוברות פוליטית

משקלם של יועצי התקשורת והתדמית במערכות הפוליטיות הולך וגדל ונוצרה מערכת יחסי גומלין חדשה בין הפוליטיקאים, התקשורת ואנשי היח"צ. הסדנה תסקור את התהליכים, האסטרטגיות השונות, שיטות הפעולה ובניית הקמפיינים של הפוליטיקאים, ההתנהלות היומיומית מול אמצעי התקשורת השונים ותנתח את עבודתם של יועצי התקשורת, כותבי הנאומים, העוזרים הפרלמנטרים, מנהלי דפי הפיסבוק ושאר היועצים הצמודים לשרים, חברי הכנסת וראשי הערים בישראל.

3 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60
א' 32792 מר פלג יובל ג' 30: 12-10:00

קראייטיב – פיתוח קונספט דיגיטאלי

מה זה קראייטיב? איך עושים קראייטיב? האם אפשר ללמוד להיות קראייטיבים? ולמה קראייטיב כל כך חשוב? שיעור מעשי על שיווק, פרסום, תוכן, בידור ומה שמחבר ביניהם.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ס' / 60
ב' 32801 מר אסתי סגל ב' 30: 13-10:00 (אחת לשבועיים)

תקשורת שיווקית במנועי חיפוש וברשתות חברתיות

בתוך עשורים בודדים, האינטרנט הפך למדיום תקשורת דומיננטי הבולע אל תוכו את טכנולוגיות התקשורת שקדמו לו. הנגישות הגלובלית הגוברת של אזרחים וצרכנים לרשת האינטרנט קורצת כמובן גם למשווקים, והאינטרנט משמש כמרחב מסחרי מוביל המאפשר קידום וצריכה של מגוון מסרים, שירותים ומוצרים. כיצד ניתן לשווק באינטרנט באופן יעיל? אלו כלי שיווק ייחודיים עומדים לרשות המפרסמים באינטרנט? הקורס יעמיק את הידע של המשתתפים באספקטים השיווקיים של רשת האינטרנט ויקנה כלים יישומיים לשיווק מקוון.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60
א' 33846 מר יגאל דוד ב' 30: 13-12:00

מחקרי שוק ופילוח מגזרי

חקר שווקים הינו מרכיב מרכזי בתהליך השיווק, וחשיבותו גוברת בעידן שבו מידע נאסף ונצבר בהקשרים שונים, בהיקפים הולכים וגדלים. לצד זה הופך גם פילוח השוק לשלב קריטי בתהליך השיווק לאור ההבנה שקבוצות שונות באוכלוסייה נבדלות זו מזו בתהליכי קבלת החלטות, בצרכים ובהעדפות שלהן, ולכן חשוב להבין לעומק את מאפייניהן השונים. לפיכך מטרת הקורס להכיר לסטודנטים מושגים וכלים עיקריים בהם נעשה שימוש כיום למטרות איסוף מידע ומחקר בעולם השיווק. בעיקר יושם הדגש על הבנת התפקיד של חקר שווקים בעולם העסקי כיום, ועל היכרות עם אסטרטגיות מחקר וכלי מחקר שונים שמסייעים לזיהוי ולאתור קהלי מטרות שונים, כאמצעי לפילוח מגזרי.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60
א' 32799 גב' גיתית בר-און ד' 00: 12-08:30

סדנת פלנינג

הפלנינג הוא התהליך המרכזי המוביל ליצירת הקמפיין הפרסומי, במסגרתו מתגבשת ונוצקת התשתית האסטרטגית לקמפיין. מטרת הסדנה היא להציג לסטודנטים את השלבים השונים הכרוכים בתהליך זה של תכנון הפרסום ולהתנסות בו בגוף ראשון. הסדנה נועדה להוות חוליה מקשרת בין הידע התיאורטי שנרכש בקורסים יסודות השיווק, יסודות התקשורת השיווקית ויסודות הפרסום, לבין עבודה מעשית כחלק מצוות התקציבאות או

הפלנינג במשרד פרסום. הסטודנטים בסדנא יתרגלו את תהליך גיבוש האסטרטגיה הפרסומית, על רקע הבנת ההקשר השיווקי והעמקת התובנות על קהל המטרה, שוק המטרה, המותג והמוצר ובכלל זה כל שלבי העבודה שמתבצעת במחלקת הפלנינג: החל משלב איסוף המידע וניתוחו, דרך כתיבת הבריף למחלקה הקריאטיבית, מתן הנחיות שיווקיות, פרסומיות ותקשורתיות, ניסוח האסטרטגיה הפרסומית כולל הגדרת אסטרטגיית המסר ואסטרטגיית המדיה, ולסיים כתיבת תכנית הפרסום.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

ב' 32798 מר עמיר עירון ג' 30: 12:00-13:00

התמקדות בקולנוע וטלוויזיה

צילום ועריכת וידאו למתקדמים

השיעור עוסק בצד המעשי והתאורטי של צילום וידאו ועריכה. מטרת השיעור היא להפגיש את הסטודנטים עם המערכות העכשוויות בתחום המדיה החדשה ולעשות בהם שימוש יצירתי אפקטיבי. הסטודנטים יערכו הכרות מעמיקה עם סגנונות צילום ועריכה, ילמדו טכנולוגיות חדשות, יצלמו ויערכו, עם דגש לעידוד חשיבה יצירתית.

3 ש"ס / 5 נ"ז / ס' / 60

ש' 32513 מר יואב הראל ג' סמ' א' 30: 10:00-12:00, סמ' ב' 30: 09:00-11:00

תולדות האומנות

מוקד השיעור הוא לימוד וניתוח ציוני דרך מרכזיים באמנות מודרנית במערב, החל ממחצית המאה ה-19, עת נולד האוונגרד בצרפת ועד ימינו אלה. ההתבוננות ביצירות האמנות תשולב בסרטים תיעודיים ולימודיים ובקריאת טקסטים מכוננים בתרבות ובאמנות של המאה ה-20 כגון וולטר בנימין, פרדריק גיימסון וקלמנט גרינברג. יערך ניתוח מבחין בין תרבות פופולאריות ותרבות גבוהה, ידונו מקומם של מרכזי האמנות במערב, המוזיאונים וירידי האמנות הגדולים ושאלות של מרכז ופריפריה, סגנון חיים של אמנים, ושאלות של פטרונות על האמנות ודרכי מימונה, ואמנות כ"הבחנה חברתית". נקודות ציון יהיו האוונגרד האימפרסיוניסטי, קונסטרוקטיביזם רוסי, אקספרסיוניזם, אמנות פופ, אמנות פמיניסטית, מיצב, אמנות וידאו, "אמנות בזבל" ועוד.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 33541 דר' מירי גל-עזר ב' 30: 12:00-13:00

קולנוע ישראלי היבטים חברתיים

תחילתו של הקולנוע העברי-ציוני היא בשנת 1902, עם זאת, הקורס ברובו יתמקד בקולנוע ובטלוויזיה בשנות המדינה. בקורס ייערך מסע מוצלב בין מעגל החיים של אזרחי ישראל והניסיון החוזר ונשנה ל"נירמול" שלבי החיים לבין השאלות הכלכליות והחברתיות הנכבדות ודרכי הייצוג האידיאולוגיים של חזון החברה והמדינה והמתחים ביניהם, המוסדות (ערכים), המשימות, הבעיות והקשיים המרכזיים של החברה הישראלית. כך שמעגל החיים: אהבה ויחסי מגדר בחברה הישראלית; מקומה של המשפחה והילדים בחברה הישראלית, נעורים, הזדקנות ועוד, יצטלב ויבחן לאור היבטים חברתיים של התיישבות, עלייה וקליטה; שואה, פליטות ורדיפות, הכאב, השכול והזכרון; והמעמדות השונים בחברה - העניים, מעמד הפועלים, הבורגנות, האליטות; ודחויי החברה: פועלים זרים, ערבים, זונות.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 32541 דר' מירי גל-עזר ב' 30: 16:00-17:00

בימוי ותסריט עלילתי

הקורס יעסוק ויעביר את הנושאים של כתיבת תסריט בסיסית ובימוי עלילתי כולל עבודה עם שחקנים, תחקיר כתיבה ובימוי הדגש בקורס על סדנאות מעשיות אשר יעבירו את החומר בפעילות השמה בשטח ועל ידי כך יכשירו את הסטודנטים לתפקידי הבימוי השונים.

3 ש"ס / 2 נ"ז / ס' / 60

ב' 32563 מר רייספלד דני ג' 30: 18:00-20:00

סרטים ברגע

סרטונים קצרים, עם הברקה, חיבור רגשי לצופים ומערכת יעילה של שיווק בזמן הנכון. כך מייצרים תכני וידאו לרשת. הענקת כלים ומיומנויות תוך היכרות עמוקה עם עולם הווידאו והטלוויזיה בניו מדיה, חשיבה יצירתית והעמקת הידע המקצועי בתכני סדרות ברשת, תוכן וידאו וחשיבת תוכן לניו מדיה ומובייל. כיצד ניתן לפתח כלים מעשיים ליצירת תוכן דיגיטאלי מקורי. הקורס שם דגש על יצירת תוכן אישי ותרגול בהעלאת והפצת חומרי וידאו אישיים לניו מדיה.

3 ש"ס / 2 נ"ז / ס' / 60

שנה ג'

הקהל בעידן התקשורת הרב ערוצית

הקורס מתמקד בקהל כמושג מפתח בחקר התקשורת ובתעשיית התקשורת גם יחד. בקורס נדון בהתפתחויות בהגדרת הקהל מעידן תקשורת ההמונים לעידן התקשורת החדשה ובהשלכות של השינויים במאפייני הקהל לתהליכים הפוליטיים, החברתיים והתרבותיים בעולם המערבי בכלל ובישראל בפרט. כמו כן, נעסוק ביישום של התיאוריה והמחקר והמשמעויות הכלכליות והמקצועיות של ההתפתחויות בקהל להתנהלות תעשיית התקשורת.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 33131 פרופ' הלל נוסק ד' 16:00-17:30

תקשורת חברה ותרבות

להכיר ולהבין את התהליכים, המגמות ויחסי הגומלין בין החברה, התרבות לתקשורת בישראל מאז הקמתה של מדינת ישראל ועד היום

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60

א' 33141 דר' ניסים כץ ד' 18:00-19:30

פרזנטציה מול קהל

כך נופיע מול קהל ובטלוויזיה: הקניית כלים וידע מעשי להופעה מקצועית בתקשורת - מול מצלמה וקהל. הלימוד יעסוק במגוון של תפקידים - מראיינים, כתבים, מנחים וקריינים, ובסגנונות הגשה בתחומי חדשות ואקטואליה, בידור, ספורט, לייף סטייל, מוסיקה וניו מדיה. הסדנה תכלול עבודה באולפן, הופעה מול מצלמה, כללי הופעה נכונה בטלוויזיה, מיומנויות בעבודה על טקסט, הגייה נכונה, תרגול מצבי אילתור, תורת הראיון ומיומנויות מתקדמות אודות הדרך המקצועית 'להחזיק' שידור.

3 ש"ס / 2 נ"ז / ס' / 60

א' 32800 מר ערן הדס ג' 10:00-12:30

סמינר מחקרי

הסמינר יעסוק בשיח סכסוכים לאומיים בתקשורת ויתמקד בסכסוך הישראלי-פלשתיני - ערבי. במהלך הסמינר נעמיק בהבנת הכלים היישומיים של חקר וניתוח תפקידה של התקשורת בעת סיקור סכסוכים באמצעות ניתוח השיח. מטרת הסמינר היא להקנות לסטודנטים מושגים וכלים מחקריים לקריאה ביקורתית ולניתוח טקסטים לשם הבנת משמעויות הנובעות מתוך השיח העיתונאי. נעסוק בטקסטים המתייחסים, ו/או מסקרים את הסכסוך הישראלי - פלשתיני ערבי לדורותיו והניסיונות השונים לפתרונות שהוצגו בדיווח התקשורת. במהלך הסמינר יתקיימו דיונים על השפעתה של התקשורת בעיצוב וייצוג דימויים של שחקנים ואפיונם של מוטיבים מרכזיים המעורבים בתרבות, בהיסטוריה, בסכסוך ובמדיה. בין היתר נרצה לשאול מה מאפיין את שיח התקשורת בישראל, ולנתח את נקודות המפגש שבין השיח הפוליטי/מדיני, שיח התקשורת ודעת קהל. כמו כן, נאתר את האידיאולוגיה המשתקפת במבנה העיתונאי ובשפת החדשות בשיח התקשורת ובשיח הציבורי.

4 ש"ס / 6 נ"ז / סמ' / 60

ש' 33641 דר' לאה מנדלזיס סמסטר א', ג' 15:00-16:30 סמסטר ב', ד' 10:00-11:30

אקטואליה בתקשורת

סיקור התרחשויות ואירועי אקטואליה רלבנטיים לזמן ולתקופה מקבלים ביטוי באמצעי תקשורת ההמונים לה מיוחסת חשיבות דמוקרטית ותרבותית רבה. הנושאים שעולים לדיון כחלק מסדר היום הציבורי זוכים לחשיפת מידע המבוסס על תחקירים ממקורות, מסמכים ומחקרים לאורך זמן, כדי לספק לנו מידע רב ומגוון ככל שניתן. הקורס יעסוק בניתוח סיקור אירועי אקטואליה בתקשורת, באופן הסיקור של פרשיות שונות כמו גם המגבלות והאילווצים האתיים והמקצועיים הנגזרים מכך. ניתוח הסיקור של אירועים, התרחשויות ופרשנותם מדגיש את היכולות של התקשורת החוקרת ואת ההבחנה בין גילוי עיתונאי חשוב ובלעדי המבוסס על מקור יחיד לבין תחקיר אמתי המבוסס על מקורות ומסמכים רבים. במהלך הקורס יוצגו הישגים עיתונאיים שחושפים מעשים ומחדלים של מוסדות ממשל וביטחון, התרחשויות כגון המחאה החברתית, פיתוח עולמות תוכן ייחודיים, תפקיד הניו מדיה בשינוי ההווה התקשורתית בארץ ובמדינות המזרח התיכון, הזירה המדינית והבינלאומית, והזירה הפוליטית והביטחונית בארץ ובעולם. דרך טיפולה של התקשורת בדיווח על אירועים והתרחשויות בדיסציפלינות מגוונות יוצגו במהלך הקורס על ידי קטעי סרטים, עיתונאים, אנשי תקשורת וחוקרים מהאקדמיה

שיוזמנו להציג בפני משתתפי הקורס את דרך עבודתם עם דגש אל מול מערכות התקשורת השונות ובמבט אל עבודת התקשורת. כל זה יתנהל לצד דיונים וניתוח בדרכי עבודתם של העיתונאים אל מול המערכות השונות.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש" / 60

א' 33838 דר' לאה מנדלזיס ד' 15: 14-15: 45

עיתונות מקוונת

הקורס יעסוק בהתפתחות עולם החדשות המקוון ומעמדו בעולם התקשורת כיום, האם הוא מאיים על התקשורת המסורתית?

במהלכו נלמד על השלבים שהובילו להקמתו, ונעמוד על ההבדלים בין המודלים השונים, תוך הקניית כלים לעבודה ככתב שטח הנדרש לעמוד בזמני עבודה של כלי תקשורת המשדר און ליין.

2 ש"ס / 1 נ"ז / ס" / 60

א' 33848 גב' שרון רופא אופיר ג' 14: 13-00: 30

הפקת תוכן דיגיטאלי

הקניית ידע מעשי לסטודנט בתחום יצירת כתבות וידיאו המדווחות מהשטח ומועלות לאתרי התוכן השונים. במהלך הקורס נעמוד על ההבדלים בין הכתבות השונות החל מכתבות יזומות עובר לכתבות "מונחתות", ושידורים חיים.

נלמד את תפקיד הכתב וכיצד העובדות הנאספות בשטח הופכות לסיפור עיתונאי שחושף עובדות ונוגע בליבם של קהל היעד.

2 ש"ס / 1 נ"ז / ס" / 60

ב' 33847 גב' שרון רופא אופיר ג' 15: 14-00: 30

תקשורת וזהות תרבותית

הקורס יתמקד בקשר שבין צריכת תקשורת לזהות בכלל ולזהות קהילתית ולאומית בפרט. הנחת היסוד של הקורס היא שצריכת תכנים מובחנים במדיה מוגדרת משמשת בדרך כלל לחיזוק של זהויות לאומיות אתנו-תרבותיות, גם בעידן התקשורת החדשה. בקורס נדון בהגדרות של זהות ומה תפקידם של אמצעי התקשורת בגיבוש וחיזוק של זהויות או להחלשתן. האם זהויות מסוימות מתחזקות ואחרות נחלשות כתוצאה מההיצע והחשיפה לסוגים שונים של תקשורת וכל זאת על בסיס מחקרים אמפיריים עדכניים הבודקים שאלות אלה באירופה ובישראל.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש" / 60

ב' 33171 פרופ' נוסק הלל ד' 17: 16-00: 30

מפת התקשורת בישראל

סקירת אמצעי התקשורת ההמונים בישראל, מפת התקשורת ישראל, דילמות ויחסי גומלין.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש" / 60

ב' 33151 דר' מירי גל עזר ג' 17: 16-00: 30

התמקדות בפרסום

תכנון קמפיין ופרוייקט גמר א'

רכישת ידע בסיסי בבניית קמפיין פרסומי על מרכיביו השונים תוך שימוש במדיות פרסום שונות עבור לקוח ספציפי. זאת במסגרת הדמיה של עבודת משרד הפרסום

2 ש"ס / 3 נ"ז / ש" / 60

א' 33673 גב' גיתית בר-און ד' 12: 10-30: 00

הערכת פרויקט גמר ב'

קורס זה עוסק בבחינת מושגי יסוד ומודלים בתחום ההערכה וביישומם הלכה למעשה. במסגרת הקורס נבחן גישות להערכת תוצאות ותהליכי שינוי המתחוללים בסביבות תקשורת מגוונות בהם ניו מדיה, תקשורת שיווקית ועוד. נלמד להבחין בין הערכה מעצבת להערכה מסכמת ולהכיר את התרומות והמגבלות של הערכה מעצבת המשולבת בתהליכי תכנון ופיתוח של סוגות תקשורתיות שונות. במהלך הסמסטר תתקיים הכרות עם דגמים מתוך הספרות התאורטית והמחקרית. נתמקד בבחינת מודלים של תהליכי פעולה והדגמת יישומם האמפירי. נלמד שיטות לאיסוף וניתוח נתונים רלוונטיים להערכה בהם גם ראיונות עומק וקבוצות מיקוד, וכן, יושם דגש על המרכיב המעשי של המשך פיתוח פרויקטים שיוצגו במהלך השיעורים.

2 ש"ס / 3 נ"ז / ש' / 60
ב' 33552 דר' לאה מנדלזיס ד' 45: 15-15: 14:

שיווק באינטרנט

עידן התקשורת המקוונת והרשתות החברתיות הביא עמו שינויים וחידושים גם לתחומי השיווק ויחסי הציבור. קורס זה יעסוק בהיבטים התיאורטיים והמעשיים של יחסי הציבור ואמצעי השיווק החדשים, הידועים גם בשם PR 2.0. בקורס נכיר מושגי יסוד ביחסי ציבור מקוונים; נעקוב אחר התפתחות התיאוריה והפרקטיקה של התחום במהלך העשורים האחרונים; נסקור את השפעת האינטרנט והמדיה החברתיים על עבודת השיווק ויחסי הציבור; נלמד כיצד לבנות אסטרטגיה וטקטיקה באמצעים מקוונים, כיצד להתמודד עם משברים וכן כיצד להתמודד עם סוגיות אתיות בעידן המקוון.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ש' / 60
א' 33793 דר' רות אבידר ד' 30: 00-09: 08:

עיצוב מוצר חברתי

הקורס מובנה עבור סטודנטים מתקדמים בשיווק ופרסום, הקורס יכלול הכרות עם עולם עיצוב המוצר, כיום מוצרים חדשים דורשים עוד בשלבי התכנון חשיבה ועבודת צוות של אנשי שיווק ופרסום, עיצוב והנדסה. במסגרת הקורס נתנסה בפיתוח רעיון למוצר חדש.

3 ש"ס / 3 נ"ז / ש' / 60
ש' 32794 פרופ' דידי לין סמסטר א, ג' 30: 17: 00-18: 13: 00-13: 45: 13:

התמקדות בקולנוע וטלוויזיה

בימוי ותסריט דוקומנטרי

הקולנוע הדוקומנטרי והדוקוראליסטי תופס מקום מכובד בתעשיית הקולנוע והטלוויזיה הקורס יעניק את הכלים והידע הדרושים להפקת סרט דוקומנטרי, שההתמודדות העיקרית בו היא היכולת להיות גמיש ודינמי ו לקבל את העובדה שביצירה זו, המציאות משנה את התסריט כל רגע ...

2 ש"ס / 1.5 נ"ז / ס' / 60
א' 33853 מר אייל צרפתי ג' 30: 00-09: 08:

מפיק במאי בקולנוע וטלוויזיה

תעשיית הקולנוע כשמה כן היא תעשייה, עולם שלם של כספים, מישרות וקריירות, קורס במאי מפיק ילמד את הכללים בהם הקולנוען ידע ויכיר את התעשייה, מפות הכספים, הערוצים, קרנות הקולנוע והטלוויזיה, עולם סדרות הרשת והניו מדיה על מנת שיהפוך את הידע והכלים שרכש בזמן הלימודים למקצוע.

3 ש"ס / 3 נ"ז / ס' / 60
א' 32593 מר דני רייספלד ג' 30: 17: 00-20: 17:

אולפן טלוויזיה

בימוי "מולטי קאם" (ריבוי מצלמות) והכרות עם סוגי בעלי התפקידים באולפן במאי, צלם, נתב, מקליט, מנהל אולפן, תפאורן, מתאם הפקה הכרות עם סוגי הפקה שונים - חדשות, טוק שואו, סיטקום, ספיישל אפקט ועוד... והתנסות מעשית בכל אחד מהתפקידים

3 ש"ס / 3 נ"ז / ס' / 60
ב' 33534 מר אייל צרפתי ג' 30: 11: 00-13: 11:

פרקים נבחרים בתולדות הקולנוע

מטרת קורס זה היא הצגת פרקים נבחרים מתוך תולדות הקולנוע: תוך שימת דגש על הדרך בה הקולנוע שימש ומשמש אמצעי בידור להמון. עם זאת: הדיון התמטי וההיסטורי יבחן בהרחבה גם התפתחות הקולנוע כאמצעי ביטוי אומנותי, ואת הזרמים בולטים והמרכזיים שבו.

2 ש"ס / 2 נ"ז / ס' / 60
ב' 33534 דר' גודמן גיורא ד' 30: 14: 00-15: 14: