



## קורס שיווק דיגיטלי

### עם התמחות בקידום אתרים SEO

#### מטרות הקורס

- ✓ הקניית ידע וכלים מקצועיים לניצול מנועי החיפוש כאפיק שיווקי מוביל וחלק אינטגרלי במערך השיווק של ארגון.
- ✓ הכשרת למקצועות כגון: SEO, SEM, SMO
- ✓ חשיפה ויישום מעשי לשיטות השיווק הנפוצות בשוק והמתפתחות כיום.

#### כמה עובדות חשובות על הקורס

- ✓ קורס שיווק באינטרנט עם התמחות בקידום האתרים הינו קורס מקיף המקנה למשתתפים מקצוע מבוקש ונדרש.
- ✓ מכללת INT מתאימה את הקורס ואת תכנית הלימודים לדרישות השוק והמעסיקים.
- ✓ הקורס כולל תרגול מעשי לכל אורכו ומכשיר את הלומדים להתמודדות עם סוגיות בעולם האמיתי.
- ✓ מתודולוגיית הלמידה מלווה בהרצאה פרונטאלית, הדגמות וסימולציות בסביבת הלמידה ותרגול אישי ומעשי.
- ✓ למכללת INT סגל מרצים ומומחי הדרכה מהמובילים בתחום, בעלי ניסיון מעשי רב ביישום והדרכת נושאי הלימוד בתעשיית ההיי-טק הישראלית והעולמית.
- ✓ מנהל התחום והמרצה הראשי של הקורס הוא לאון דייטש, העוסק בתחום ובעליה של סוכנות שיווק ופרסום באינטרנט BestSEO

#### תאור הקורס

הקורס כולל למידה מעמיקה, תרגול ועיסוק מעשי בכל החומרים ובתחומים נרחבים של שיווק וקידום האתרים בימינו, שיווק במנועי חיפוש וקידום אתרים בתוצאות החיפוש, נחשב לאחד מאפיקי השיווק המובילים באינטרנט. זאת, בשל יתרונותיו הייחודיים פנייה לקהל יעד שמראש וביזמתו מחפש את המוצר או השירות של המשווק (עולם האפשרויות העשיר והיכולת לייצר החזר השקעה אופטימאלי בכל תחום). מרבית הארגונים שפועלים בזירות תחרותיות מכירים בעובדה שנוכחות של מנועי החיפוש האחרים היא הכרחית.



קורס קידום האתרים טומן בחובו תחומי העשרה, חידושים והתעמקות רבה. ניתן לראות זאת באמצעות שילוב בקורס תחומים כגון: קידום אתרים באמצעות וידאו, ניהול מוניטין ועוד wordpress , בניית אתרים Facebook ורשתות חברתיות. הקורס מיועד לאנשים המעוניים לעסוק בתחום בין כשכירים ובין כעצמאיים. הלימודים מספקים את כל הכלים הדרושים להצלחה ומכשירים את הלומדים לקדם ולשווק אתרים בצורה הטובה ביותר .

### [היקף הקורס](#)

200 שעות אקדמיות

### [קהל יעד](#)

קורס קידום האתרים מתאים לאנשי שיווק, אנשי פרסום, אנשי תוכן, מנהלי אתרים, מנהלי מערכות מידע, אנשים המתעסקים בתחום הדיגיטל, בעלי אתרים ובוני ומעצבי אתרים . בנוסף הקורס מתאים גם לאנשים חסרי הרקע המעוניינים להפוך את קידום האתרים למקצועם .

### [תנאי קבלה](#)

ידע תפעולי וניסיון בעבודה עם מחשב  
ידע בסיסי בשפה האנגלית.

ראיון אישי עם יועץ לימודים של מכללת INT

מבחן פנימי של מכללת INT

פרופיל FACEBOOK

תיבת דואר GMAIL

### [מתודולוגית הלמידה](#)

הרצאות פרונטאלית, הדגמות וסימולציות בסביבת הלמידה ותרגול אישי ומעשי

### [זכאות לתעודה תוענק למשתתפים שעמדו בדרישות הבאות:](#)

- נוכחות בקורס: לפחות ב-85% ממפגשי הקורס.
- הגשת כל מטלות החובה הניתנות במהלך הקורס.
- עמידה בהצלחה במבחנים כפי שיקבע על ידי מכללת INT.

- בוגרי הקורס העומדים בהצלחה בדרישות הקורס יהיו זכאים לתעודת הסמכה של קורס שיווק באינטרנט עם התמחות בקידום האתרים מטעם מכללת INT

## תוכנת לימודים מפורטת

### מודול 1 – מבוא לבניית אתרים ו-WordPress (45 ש"ל)

#### מבוא לבניית אתרים

- מה זה מחשב
- רשת מחשבים.
- שרתים - דרישה משרת, זמינות שרת, זמן טעינת שרת, שכנות רעה, בחירת שרת.
- קליינטים.
- דומיין - סוגים, רכישה, ניהול ואכסון, DNS וניהול DNS.
- פרוטוקול TCP/IP.
- פרוטוקולי אינטרנט נוספים שעובדים עם דומיין (אתר, מייל, FTP).
- אתרי אינטרנט (טקסט, תמונות, מוזיקה, קישורים).
- שפות תכנות באינטרנט – HTML, CSS
- קוד פתוח וקוד סגור.
- תיקיות.
- עמודים.
- קישורים (רלאטיביים, אבסולוטיים).
- בסיס נתונים
- קריאת וכתובת קוד בסיסית.
- שרת לינוקס
- WHM
- יצירת חבילת אכסון עם חשבון CPANEL.
- יצירת חשבון FTP ב-CPANEL.
- פייל זילה – התקנה, הגדרות, התחברות לשרת.
- חשבונות דוא"ל
- בסיסי נתונים: יצירת בסיס נתונים, יצירת משתמש, קישורים, הרשאות, עבודה עם קובץ HOSTS

## בניית אתרי WordPress

- רקע והסבר על המערכת.
- הדגמת אתרי WordPress.
- התקנת WordPress ידנית.
- העלאת קבצי התקנה לשרת דרך CPANEL ודרך FILEZILA.
- קובץ wp-config.php
- חיבור ידני של בסיס הנתונים לקבצי האתר.
- התקנת WordPress דרך SOFTACULAS שב-CPANEL.
- מערכת ניהול: הגדרות, הקמת וניהול משתמשים, עריכת קבצים: footer, header, CSS.
- עמוד (הקמה, טיוטה, עריכה, מחיקה ושחזור, תצוגה מקדימה).
- פוסטים.
- קטגוריות.
- טקסט.
- כותרות H.
- תמונות.
- סרטונים.
- וידגטים (תפריט, חיפוש, לוח שנה, קטגוריות, קישורים, טקסט, HTML).
- תפריטים (ראשי, צד, פוטר)
- תוספים (display widgets, חיבור גוגל אנליטיקס, צור קשר, חיבור דף פייסבוק, כפתורי שיתוף, קוד HTML, פונטים, הפניות 301, יואסט, WOOCOMMERCE לחנויות).
- דרישות מערכת עיצוב (מקשל, תמיכה בעברית, תמיכה בתפריטי צד, תמיכה ב-WOOCOMMERCE).
- עבודה עם ערכת עיצוב בסיסית ועם ערכת עיצוב פרמיום.
- כללים לרכישת ערכת עיצוב.
- ניהול שרתים
- תגיות HTML + עיצוב בעזרת CSS
- התקנת WordPress.
- שימוש במערכת הניהול
- הקמת אתר וורדפרס מבוסס תבנית (משולב פעילות בכיתה ובבית)
- הקמת דפי נחיתה
- הקמת תשתיות תמיכה (אתרי לוויין)

## ☑ מודול 2 קידום אתרים SEO

### קידום אתרים בסיסי

- מנועי חיפוש.
- Google: דף החיפוש, תוצאות ממומנות, ותוצאות אורגניות, תוצאות מותאמות אישית.
- אופן העבודה של google (הזחלן, זיהוי אתרים / דפים חדשים, קצב סריקה).
- פוטנציאל של עסק שנמצא ב-google.
- מה זה קידום אתרים.
- המטרה של קידום אתרים.
- Google - שיטת התשלום לקליק, כללים, עונשים.
- גורמי השפעה על קידום אתרים (מבנה האתר, וותק האתר, גודל האתר, קישורים נכנסים לאתר, תוכן, חווית הגולשים, זמן גלישה, כמות עמודים בהם ביקרו הגולשים, אחוזי נטישה).
- תהליך קידום האתר (חקר מילות מפתח וחקר מתחרים).
- אופטימיזציה למבנה האתר.
- אתרים מותאמים למובייל.
- הנגשת אתרי אינטרנט לבעלי מוגבלויות.
- אופטימיזציה לתוכן האתר.
- כתיבת תוכן חדש לאתר

### קישורים:

- קישורים (חיצוניים ופנימיים).
- כללים לבניית קישורים.
- PR
- מיץ קישורים (Link Juice)
- חלוקת כח של הקישורים.

### הודאו באינטרנט VSEO:

- יצירת סרטונים באמצעות הטלפון.
- כללים ליצירת וידאו
- אביזרים ליצירת וידאו.
- העלאת סרטון ביוטיוב.
- העלאת סרטון במספר פלטפורמות.
- קידום סרטון ביוטיוב ובתוצאות החיפוש של גוגל.
- הוצאת קישור מהסרטון לאתר.

## ניהול מוניטין ברשת:

- מי צריך ניהול מוניטין ברשת.
- ההבדל בין ניהול מוניטין לחברה לבין ניהול מוניטין לבן אדם פרטי.
- הדחקת איזכורים שליליים בתוצאות החיפוש של גוגל.
- תהליך ניהול המוניטין.
- תמחור פרויקט ניהול מוניטין.

## Google Analytics - 3 מודול

- הסבר על הממשק, על החשבון ועל הפרופיל.
- יצירת חשבון חדש.
- הוספת אתר חדש.
- הטמעה של Google Analytics באתר WordPress.
- בדיקת תקינות.
- צפייה בזמן אמת.
- הוספת משתמשים
- יצירת דוחות וניתוח נתונים (נתוני גולשים, מקורות התנועה לאתר, עמודים).
- חיבור בין Google Analytics ובין Google AdWords, כלי מנהל האתרים ובין Google AdSense.

## Google AdWords - 4 מודול

- חשיפה.
- קליק ואחוזי הקלקה.
- החזר השקעה.
- מבנה Google AdWords בכל הרמות (חשבון Google, השוואה מול חשבון MCC, קמפיין, קבוצת מודעות, מודעות מול מילות מפתח)
- יצירת חשבון MCC.
- יצירת חשבון Google AdWords (הלקוח, אמצעי תשלום, אזור זמן ומטבע, קישור משתמשים, תמיכה).
- חיבור והסרת חשבונות Google AdWords לחשבון מנהל קמפיינים MCC.
- Google Partners (הרשמה, יצירת סוכנות פרסום חדשה, התחברות לסוכנות פרסום קיימת).
- פרסום ממומן (אסטרטגיות של הצעות המחיר, דוחות, בדיקת מתחרים, כלי תצוגה מקדימה).
- הסבר על ההסמכה, אזור הבחינות, הכנה לבחינה.

## הקמפיין ומילות המפתח:

- פרמטרים לדף נחיתה איכותי.
- חשיבות הרלוונטיות של מילות המפתח.
- מילות מפתח: כלי מחקר, בחינה ובחירה נכונה, התאמת מילות מפתח (רחבה, מדויקת, התאמה לביטוי, מונחי חיפוש, מילות מפתח שליליות).
- סוגי קמפיינים (ברשת החיפוש ו/או המדיה, וידאו, אונברסלי, קניות, רימרקטינג).
- יצירת קמפיין ברשת החיפוש.
- הגדרות (רשת חיפוש, תוכניות שותפים, מיקומים ורדיוס, שפות, מועדים - תחילה וסיום קמפיין וזמני הצגה, אסטרטגיית הצעת מחיר ותקציבים).
- מודעות: שיטות הצגה (רגילה ומואצת), סבבים, קבוצות, מודעות טקסט רלוונטיות, מילות מפתח, גודל, עיצוב, מיקום, קהל יעד.
- יצירת מודעות באגרים.

## תוספים למודעות:

- SITELINKS
- הסבר
- שיחות.
- הודעות טקסט.
- מיקום.
- מחיר.
- אפליקציה.
- המרה (מעקב, הבדל בין המרת הרשמה להמרת רכישה, כיצד סופרים המרות, המרת שיחת טלפון).

## מודול 5 - רשתות חברתיות

### פייסבוק

- פרופיל אישי (מותר ואסור).
- קבוצות (הרשאות, מותר ואסור).
- דף עסקי (הרשאות, מותר ואסור).
- כלי פרסום.
- קמפיין Awareness (הגברת מודעות): Reach, Local awareness, Brand awareness.
- קמפיין Consideration (שיקול): Video views, App installs, Engagement, Traffic.
- Lead generation.
- קמפיין Conversion (המרה): Store visits, Product catalog sales, Conversions.



[+Google](#)

- הקמת דף עסקי.
- הקמת קהילה.
- רישום במפות
- קידום לוקאלי.

מובהר כי המכללה שומרת לעצמה את הזכות לערוך מעת לעת, לפי שיקול דעתה, שינויים בתכנית הלימודים, היקף שעות הלימוד, סגל המדריכים וכד', ולא יראו בכל מידע המפורט בדפי מידע של המכללה כהתחייבות כלשהי מצד המכללה