



ECOM SCHOOL

Urban Online Academy & Network

קורס DMDA

Digital Marketing Data Analyst





קורס Digital Marketing Data Analyst

קורס DMDA מיועד לכל מי שרוצה להכיר ולהיכנס לעולמות השיווק הדיגיטלי לעומק. מרגע ההקמה של הנכס הדיגיטלי עם קידום שושיאל אורגני שלו, ועד הקידום הממומן המלא בצורה נכונה ומקצועית וניתוח הנתונים כמו פרו.

הקורס מעניק ללומדים את הידע והכלים הקיימים והדרושים בענף השיווק, בצורה רחבה ומקיפה ביותר. כיום לא מספיק רק לדעת להקים קמפיין ולנהל אותו, אלא כבר קיים בשוק ביקוש אמיתי לאנשי מקצוע שיכולים גם לבצע אנליזה מתקדמת לנתוני הקמפיינים ובהתאם לכך להציב יעדים עסקיים נכונים וריאליים.

התלמידים יתמקדו בעיקר בניהול קמפיינים ממומנים בדיגיטל וניתוח הנתונים והתוצאות שלהם – החל מרגע הקמת העמודים העסקיים / בניית הנכסים הדיגיטליים (דפי נחיתה) ועיצובם, שיווק אורגני ויצירת מיתוג נכון בדיגיטל – ועד שלבי ההקמה של הקמפיינים הממומנים בצורה נכונה ומקצועית, הכולל הטעמות פיקסלים, מעקבים, קהלים, יצירת יעדים באנליטיקס וכו'.. וכמובן איסוף כל הנתונים וניתוחם בצורה מקצועית כדאטה אנליסט.

נושאי הקורס:

בקורס תלמדו את כל הכלים החשובים ביותר לשיווק נכון – כתיבת תוכן, בניית דפי נחיתה, צביעת קהלים (RMKT), הטמעות פיקסלים, יצירת איוונטים והמרות, מטרות שונות ומשפך שיווקי, טרגוט קהלי יעד, ניתוח נתונים ואנליטיקות (יצירת משפכים מורכבים, לניתוח ושיפור הקמפיינים וניתוח דפוסי ההתנהגות של הגולשים באתר, בניית אסטרטגייה מותאמת, ניתוח נתונים מתקדמים ודוחות) וכו'... בשלל הפלטפורמות החמות ביותר – פייסבוק, אינסטגרם, גוגל (אדס, אנליטיקס, טאג מנג'ר, דאטה סטודיו, מיי ביזנס, אופטימיז, פורמס וסייטס) טאבולה, רב מסר, טיקטוק, לינקדין, מיומנות אקסל SQL ועוד...

המכללה ליזמות, מקצועות הדיגיטל והייטק

איקום היא מיזם חברתי – קהילתי, שנוסדה במטרה לייצר שינוי תודעה בכל הקשור לשיטות לימוד, בדרכים קריאטיביות יוצאת דופן, אשר חלקן אפילו מעוגנות כפטנט עולמי!

הכיתות הוירטואליות, הרשת החברתית והקשר ההדוק בין המכללה לתלמידים גם לאחר סיום הקורס.

לימודי מקצועות העתיד יתנו לכם את האפשרות להשתלב בתעשיית הייטק והדיגיטל כשכירים או עצמאיים בליווי צמוד לאורך כל הדרך.

ברשותינו רישיון השמה מטעם משרד העבודה והרווחה, כמו כן אפשרות ליעוץ עסקי, בהקמת מערך אופרטיבי ראשון באינטרנט.

מכללת איקום היא היחידה בישראל אשר נמצאת במאגר תוכניות הלימוד של משרד החינוך.

אנחנו זמינים עבורכם 24/7, ONLINE & OFFLINE, לקבלת מידע מקצועי ומהימן ממיטב אנשי המקצוע בתחום הדיגיטל וההייטק המתקדם, עם כל החידושים והעדכונים בזמן אמת ומענה חי וזמין.

הרשת החברתית האקדמאית הראשונה והיחידה מסוגה בישראל עולם שלם של קהילה שלא הכרתם!

מעל 600 שיעורים דיגיטלים מעודכנים ומתעדכנים, פרופיל אישי, צ'אט עם מדריכים, הכרות עם סטודנטים באיקום, פורומים ממוקדים, פורטל ענק ועוד.

"אתה לא יכול לטפס על סולם ההצלחה עם הידיים בכיסים".
(ארנולד שוורצנגר)

(1) שיעור פתיחה - היכרות

- מה זה אומר שיווק דיגיטלי ויזמות דיגיטלית
- מהן האפשרויות שלנו בתור "יזם דיגיטלי"
- סקירה של עולם השיווק הדיגיטלי

(2) שיווק - היכרות - המשך

- היכרות עם המשפך השיווק
- מעבר על הפלטפורמות הנלמדות בקורס



DMDA

כתיבת תוכן קופירייטינג

שיעור 1

- מה זה בכלל אומר תוכן שיווקי
- הבדל בין תוכן שיווקי לפרסומת
- מושגי יסוד שחובה להכיר
- יסודות התוכן השיווקי
- דגשים
- תוכן בעל ערך
- דוגמאות
- תוכן שיווקי NATIVE
- שיווק באמצעות תוכן
- שיווי בתפיסה
- לבנות אסטרטגיה ולייצר תוכן

שיעור 2

- הגדרת מטרות עסקיות
- הגדרת קהל יעד
- פרסונה צרכנית
- מודלים של כתיבה
- AIDA
- FOMO
- PPT
- טיפים לכתיבת תוכן בצורה נכונה
- אסטרטגיית תוכן
- ביצוע מדידה ואופטימיזציה
- אפקטיביות
- כלי מדידה
- שאלות מנחות

שיעור 3

- מחקר מתחרים
- בריף
- סדר פעולות
- היררכייה נכונה
- ליצור דיון
- דגשים
- גודל / אורך
- ביטול התנגדויות
- כותרות
- דוגמאות
- ארגז מילים
- כלים לשימוש

בניית דפי נחיתה - רב מסר

שיעור 1

- הרשמה ראשונית לרב מסר
- היכרות עם המערכת - מעבר על
- הכלים והאפשרויות
- מעבר מקיף על התפריט המלא
- והפיצ'רים הקיימים
- מבט כללי על מערכת רב דף
- היכרות מקיפה רב דף
- עקרונות עריכת דף
- תבניות

שיעור 2

- עיצוב הדפים שלנו
- ניהול הקריאה לפעולה
- רספונסיביות
- שיטות פרסום
- פרסום דפים
- בחירת דומיין לפרסום הדף

שיעור 3

- ניהול דפים - העתקה, מחיקה, פבלוש ועוד..
- בניית דף מכירה
- כפתור קנייה
- סינונים ותגיות - איך לחפש,
- לתייג ולסנן את הדפים שלכם
- ניהול נכון של הדפים שלנו במערכת רב דף
- הקמת דף נחיתה בסיס לדוגמא ביחד עם הכיתה

Canva - קאנבה

שיעור 1

- היכרות עם פלטפורמת העיצוב קאנבה
- מעבר מקיף על המערכת
- היכרות עם האלמנטים והפיצ'רים הקיימים
- איך לעצב מודעות בשפה הנכונה
- קאנבה פרו

אין מעלית להצלחה...
תצטרך לקחת את המדרגות.
(זיג זיגלר)



שיעור 1

- פייסבוק - התחלה - מדיות חברתיות (10)
- היכרות עם המדיות החברתיות והתנהלות עסקית בממשק
- מה זה רשת חברתית
- מבוא לפייסבוק
- קצת היסטוריה
- חוקים ברורים
- למה פייסבוק?
- קידום ממומן אל מול קידום אורגני
- קידום אורגני (קבוצות, תיוגים, בוטים וכו')
- ניהול קבוצה
- קידום הדף העסקי בצורה אורגנית
- תוכן - על מה נכתוב בדף שלנו
- תוכן שעובד
- מודעות מוצלחות
- מחקר מתחרים ברשתות החברתיות
- תוכן מומלץ חינוכי
- להימנע מזכויות יוצרים
- תזכורת עבודה עם קאנבה
- התורה שלפני

שיעור 4

- פייסבוק - המשך (13)
- בניה והגדרות המודעות עצמן
- היכרות עם כל סוגי המודעות הקיימות
- התאמת מודעות בהתאם לפלייסמנט
- מודעה בדארק לעומת מודעה מפובלשת
- Instant Experience

שיעור 5

- פייסבוק - המשך (14)
- קמפיין לידים - יצירת טופס לידים
- קמפיין קטלוג - יצירת קמפיין קטלוג
- קמפיין המרות - יצירת קמפיין המרות
- פרקטיקת פתיחת קמפיין לידים
- מונחים שהם חובה - KPI
- מעבר על ה COLUMNS בפייסבוק
- KPI לאופטימיזציה נכונה

שיעור 6

- פייסבוק - המשך (15)
- ספריית הקהלים של פייסבוק
- סוגי מיקוד קהלים
- CUSTOM AUDIENCE
- תקציבים ותמחורים בפייסבוק
- ביד
- טסטינג A/B

שיעור 2

- פייסבוק - המשך (11)
- ביזנס מנג'ר (הסבר מקיף מה הוא ומה תפקידו)
- פתיחת ביזנס מנג'ר
- מעבר מקיף על המערכת
- פירוט חיבור משתמשים
- פירוט חיבור נכסים תחת הביזנס שלנו
- דף עסקי - איך לפתוח ולהגדיר בצורה הנכונה
- תוכן מומלץ להעלות לדפים עסקיים בפייסבוק
- איך כדאי לעצב את עמוד הפייסבוק בצורה 'מניעה'
- ניהול הדף
- ניהול הקשר אל מול הלקוחות
- בניית גאנט ותזמונים
- PAGE POST
- Creator Studio - הסטודיו ליוצרים

שיעור 7

- Event Manager - היכרות עם מנהל האירועים
- פיקסל פייסבוק - Pixel
- מה זה פיקסל ולמה הוא משמש אותנו
- סוגי הפיקסלים הקיימים
- מה זה איוונט - סוגי האיוונטים הקיימים
- כיצד פייסבוק עוקבת אחרי פעולות הגולש
- באתר בעזרת הפיקסל
- פיקסל המרות - פתיחת פיקסל ראשוני
- הטמעת הפיקסל בנכסים הדיגיטליים
- למטרות מעקב RMKT
- בדיקת הטמעת פיקסל (facebook pixel helper).
- יצירת המרה מותאמת אישית
- בניית קהלים מבוססי האיוונטים שלנו

שיעור 8

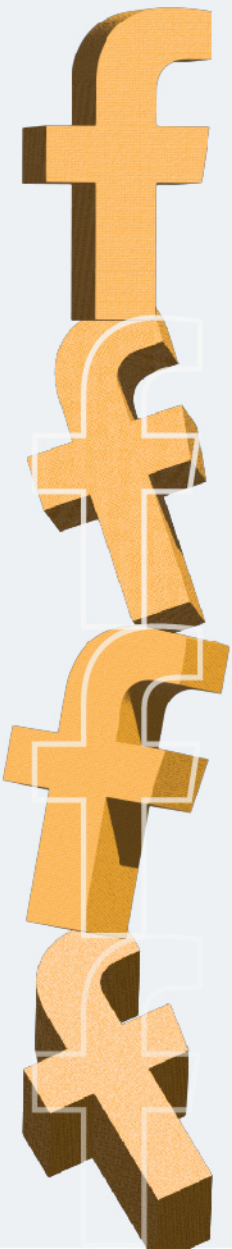
- דוחות מסכמים ללקוח
- על איזו פרמטרים צריך להסתכל
- כיצד לבנות דוח מקצועי ומסודר ללקוח
- Billing
- היכרות עם מערכת החשבוניות של פייסבוק
- איך מוציאים חשבונית עבור הלקוח/בעל העסק
- סוגי חשבוניות
- איך מגדירים אמצעי תשלום
- Brand collabs Manager
- עבודה עם מותגים ומשפיענים בפייסבוק

שיעור 9

- תפריט הביזנס
- מעבר מפורט על תפריט הביזנס בפייסבוק
- סיכום עיקרי הדברים

שיעור 3

- פייסבוק - המשך (12)
- רגע לפני תחילת הקמפיין הראשון - מה חשוב להכיר
- היכרות מעמיקה עם מערכת ADS MANAGER
- היכרות עם סוגי הקמפיינים השונים בפייסבוק
- פתיחה + מבנה הקמפיינים
- יצירת קמפיין
- הבנה של מהו המשפך השיווקי
- סוגי המיקומים (פלייסמנטים) שונים
- סוגי אופטימיזציה
- (Budget optimization, הגבלת תקציב ...)
- שיטות תמחור bid
- טרגוט
- סוגי טרגוטים בפייסבוק
- עקרונות הטרגוט: איך מגדירים את קהל היעד שלנו
- Audience insights



שיעור 1

- מבוא לאינסטגרם
- הסבר קצר על ההיסטוריה, מה הייעוד של הרשת, על ההשתלבות עם פייסבוק וכו'
- נתונים וסטטיסטיקות
- קהל היעד באינסטגרם והשפה ברשת זו
- הסבר מקיף על הקהל הצעיר, שפה שמדברת ויז'ואל, פחות טקסט, דגש על הסטורי, מסרים קצרים ואפקטיביים
- האלגוריתמים של אינסטגרם
- פיד האקספולרר EXPLORE - איך להגיע
- היכרות עם הכלים והפילטרים של אינסטגרם ושימוש נכון
- כלים מובילים באינסטגרם
- כלי הרילס
- כלי הסטורי והפיצ'רים שבו
- איך תהפכו את הסטורי לדבר הכי חם אצלכם ואיך הוא יכול לקדם אתכם.
- טיפים לסטורי מוצלח

שיעור 2

- אינסטגרם VS פייסבוק
- למה דווקא אינסטגרם
- מה זה קריאייטיב נכון
- פסיכולוגיית הצבעים
- פרופיל
- סוגי פרופילים - פרופיל ציבורי או פרטי? אישי או עסקי?
- הסבר על ההבדלים בין כל אחד מהסוגים
- איך לפתוח / להפוך להיות חשבון עסקי / מותג לאינסטגרם?!
- איסטגרם תובנות
- איך לקשר בין חשבונות עסקיים פייסבוק ואינסטגרם
- טיפים לפרופיל עסקי מוצלח
- האשטגים
- תווית מיקום
- לחצני קריאה לפעולה
- אימות הפרופיל - תג כחול

שיעור 3

- אינסטגרם שופינג - איך לפתוח
- איך למכור מוצרים בשופינג
- איך להבין את הקהל שלך ולהשיג תוצאות באינסטגרם
- נטוורקינג באינסטגרם
- משפיענות באינסטגרם
- תוכן ממותג
- Brand Collabs Manager
- SOCIAL BLADE

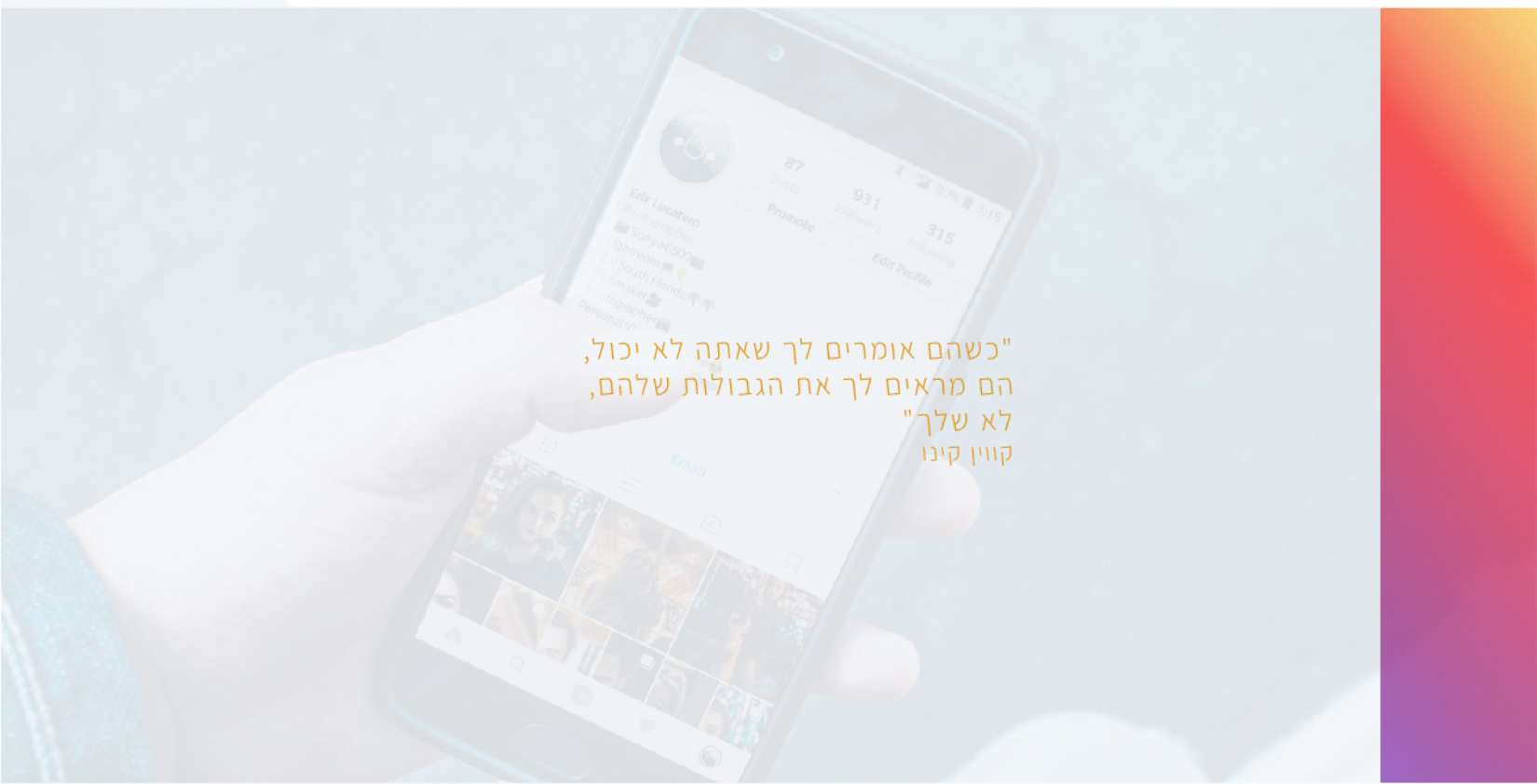
שיעור 4

- הסבר על פרסום באינסטגרם מול פרסום באינסטגרם דרך הביזנס פייסבוק
- קמפיינים ממומנים באינסטגרם
- קמפיין עוקבים
- התאמת מודעות בהתאם לפלייסמנט
- סטורי + רילס - מיקומים מיוחדים - עיצוב המודעה
- הממומנת בהתאם
- קהלי אינסטגרם
- איך לטרגט נכון בקמפיין ממומן

שיעור 5

- יצירת אסטרטגייה מותאמת
- instagram business creator studio
- כלים לשימוש (פלטפורמות ותוכנות נלוות)
- טיפים לדרך
- גדלים ורזולוציות למודעות
- אפליקציות תומכות
- עובדות מהנות

"כשהם אומרים לך שאתה לא יכול, הם מראים לך את הגבולות שלהם, לא שלך" קווין קיני



שיעור 1

- היכרות מקיפה עם הפלטפורמה החמה ביותר בשוק
- קצת נתונים והיסטוריה
- מה זה בכלל טיקטוק ומה יש בה
- אלגוריתמים טיקטוק
- למה בכלל טיקטוק
- מה צריך וחשוב להכיר - מאפייני הפלטפורמה
- קהל היעד
- תוכן שנוצר על ידי משתמשים
- אתגרים, אתגרי Hashtag
- טיקטוק אורגני
- פילטרים
- מוזיקה
- תיוגים, האשטגים
- איך מתמקדים בטרנדים כדי למקסם את התוכן
- איך להגיע לדף הפורו יו

שיעור 2

- בעלי עסקים בטיקטוק
- שיווק משפיענים
- עמידה בדרישות הפרסום
- תקציבי פרסום
- סוגי פרופילים בטיקטוק
- חשבון עסקי
- איך להחליף פרופילים
- אוטומציה בTIKTOK
- קידום בטיקטוק - TikTok ADS
- סוגי המודעות הקיימות בטיקטוק
- היכרות עם הביזנס טיקטוק
- דאשבורד
- יצירת הקמפיין הממומן הראשון
- מעבר על המטרות הקיימות

שיעור 3

- סוגי הנכסים שיש לטיקטוק ביזנס
- פיקסלים - איוונט מנג'ר
- מעבר מקיף על ספריית הקהלים
- ספריית הקריאייטיב
- קטלוג
- תגובות
- חוויה מיידית + טופס לידיים

שיעור 4

- פרקטיקת פתיחת קמפיינים נוספים
- ניתוח נתונים בטיקטוק
- דוחות ללקוח
- התנך להצלחה בטיקטוק
- אפליקציות תומכות
- סיכום עבודה עם פלטפורמת הטיקטוק

שיעור 1

- אז מה זה בכלל טאבולה
- מבוא ראשוני לטאבולה - פרסום מבוסס תוכן
- קידום תכנים בדיגיטל
- טאבולה VS אאוטבריין
- מעבר מלמעלה על הפלטפורמה
- מקורות טאבולה - בסט פרקטיס וקריאטיב טרנדים
- איך להכין מודעה מוצלחת העומדת בתנאים ובמדיניות של טאבולה
- הגדרות דף הנחיתה המומלצות בטאבולה
- תוכן מומלץ להעלות לקידום בטאבולה
- איך כדאי לעצב את דף הנחיתה בצורה 'מניעה לפעולה'
- סודות וטיפים לבניית תוכן עסקי מוצלח וממיר בטאבולה
- חשבון עסקי טאבולה - כל מה שצריך לדעת
- חשבון עסקי טאבולה - איך לפתוח ולהגדיר בצורה הנכונה
- הגדרה ראשונית של חשבון הפרסום טאבולה בפועל
- התנהלות עסקית בממשק התוכן

שיעור 2

- מעבר מקיף על הממשק באקסטייג'
- היכרות מעמיקה עם תפריט טאבולה
- הגדרות ראשוניות והטמעות פיקסלים
- הטמעות פיקסלים (פירוט סוגי הפיקסלים + חיבור לנכסים \ אתרים \ דפי נחיתה הרלוונטיים)
- הגדרת המרות ראשוניות
- ספריית קהלים
- יצירת קהלים ראשוניים על בסיס הפיקסל של טאבולה
- הגדרות הקמפיינים הראשוניים בטאבולה

שיעור 3

- קמפיינים - (פרקטיקה פתיחת קמפיינים)
- הגדרת יעדים ראשוניים לפעילות באונליין בהתאם למשפך הרצוי
- פתיחה + מבנה הקמפיינים
- סוגי הטרגוטים בטאבולה
- עקרונות הטרגוט בטאבולה
- אקסקלודים קהלים חשובים
- בניית מודעות בטאבולה
- סוגי המודעות הקיימות בטאבולה
- סוגי הקמפיינים הקיימים בטאבולה

שיעור 4

- ניהול ואופטימיזציה - סוגי אופטימיזציה
- לקמפיין בטאבולה
- סקירת ניהול קמפיינים
- הגדרה והסתכלות נכונה על מדדי KPI
- אופטימיזציית מודעות
- סוגי בידיים קיימים במערכת
- התאמת אסטרטגיית הביד שלך
- מדיניות טאבולה - איזה תכנים אסורים לקידום
- הפקת דוחות של הפלטפורמה
- Billing היכרות עם מערכת החשבוניות של טאבולה
- איך מגדירים אמצעי תשלום
- איך מוציאים חשבונית עבור הלקוח/בעל העסק
- סוגי חשבוניות - חיובי חשבון
- סיכום נושא הנלמד
- נקודות חשובות ביותר לשינון
- תחילת עבודה עם הפלטפורמה בפועל

שיעור 1

- אז מה זה בכלל לינקדאין
- לינקדאין ישראל – נתונים וסטטיסטיקות.
- מה השימושים העיקריים ברשת לינקדאין: קהלי יעד, גיוס, פעילויות B2B
- למה לינקדאין יכולה לשמש אותנו בתור מתחילים?
- מחקר מילות מפתח בלינקדאין

שיעור 2

- למה כדאי לנו להגדיל את רשת הקשרים שלנו בלינקדאין?
- איך להכפיל את רשת הקשרים בלינקדאין
- תוך שבוע בלבד?
- חברות: כיצד משתמשים בממשק חיפוש חברות
- בניית פרופיל אישי בלינקדאין

שיעור 3

- נטוורקינג: כיצד ואיך לבצע נטוורקינג עסקי, יעיל ואפקטיבי בלינקדאין
- איתור פרופילי לינקדאין שנרצה לקבל מהם השראה וידע
- היכרות עם הלינקדאין premium : למה הוא משמש?
- סוגי פרימיום : קריירה אל מול ביזנס
- היכרות עם הלינקדאין marketplace
- סוגי הנכסים הקיימים ברשת

שיעור 4

- קבוצות בלינקדאין: סודות השימוש בקבוצות לינקדאין, אסטרטגיה וחישיבות בחירת הקבוצות
- ממשק החיפוש בלינקדאין: כיצד ניתן לאתר בעלי תפקיד, לקוחות פוטנציאליים, חברות, עובדים ועוד
- איך למצוא עבודה בתור שכיר בלינקדאין
- איך למשוך לקוחות חדשים בתור עצמאי בלינקדאין
- איך להתכונן לראיון עבודה עם הכלים של לינקדאין
- מיומנויות לינקדאין - skill assessments

שיעור 5

- דף חברה: כיצד פותחים דף עסקי בלינקדאין
- דגשים לניהול עמוד עסקי
- מחקר מתחרים של עמודים עסקיים ברשת
- מהו הביטוי האופטימלי לעמוד הלינקדאין שלך?
- האשטגים
- עמודי showcase
- אסטרטגיות לגידול עוקבים
- בניית גאנט תכנים לעמוד העסקי

שיעור 6

- היכרות עם לינקדאין ביזנס ופתיחת חשבון עסקי
- ההבדל בין לינקדאין ביזנס ללינקדאין קמפיין מנג'ר
- היכרות עם סוגי הקמפינים והמודעות בקידום הממומן
- היכרות עם ממשק ה-testing

שיעור 7

- היכרות עם הלינקדאין פיקסל ואיך לתפעל אותו
- היכרות עם מדיניות הפרטיות והפרסום של לינקדאין.
- היכרות עם ממשק החשבונות של הקמפיין מנג'ר
- דגשים לפתיחת טופס לידים בלינקדאין

שיעור 8

- איך להעלות פוסטים אשר יעוררו עניין בנישה שלנו - השאטגים, תוכן, מילות מפתח ועוד.
- איך לחפש אנשים חופשי-חודשי למרות המגבלה של לינקדאין על כמות חיפושים?
- היכרות עם ה-LinkedIn learning
- סיכום ועיקרי הדברים.



שיעור 1

- היכרות מערכת הגוגל אדס ופתיחת חשבון
- היכרות עם סוגי הקמפיינים והמטרות הקיימות
- בתוך הגוגל אדס
- היכרות עם Google Adsense
- פתיחת חשבון GMB
- היכרות עם ה-google search console
- מה הפרמטרים שהאלגוריתם של גוגל (google crawler) סורק וכיצד הוא מדרג אתרים
- וחשבונות גוגל אדס

שיעור 2

- היכרות עם ה Google Optimize
- היכרות ציון האיכות של גוגל
- וכלל תשתיות גוגל חיפוש
- מילות מפתח שליליות בגוגל אדס

שיעור 3

- היכרות עם סוגי המודעות הפעילות בגוגל חיפוש
- סוגי התוספים הקיימים במערכת גוגל אדס
- ולמה הם משמשים
- סוגי ביד (Bid)
- למידת אסטרטגיות ביד ידניות ואוטומטיות
- ולמה הן משמשות אותנו
- איך לנסח הצעת מכר מנצחת בגוגל - USP
- ניתוח חוויית משתמש בדפי נחיתה/אתרים - עקרונות ה-UX וה-UI.

שיעור 4

- מחקר מילות מפתח מקצועי - Google Keyword Planner
- כלים לריגול מתחרים בגוגל
- סוגי אופטימציות בגוגל חיפוש - מאיפה מתחילים?
- גוגל חשבונות, דוחות ועדכון אמצעי תשלום

שיעור 5

- היכרות עם הגוגל אדס פיקסל ואיך מחברים אותו לטאג מנג'ר
- יצירת אירועים והמרות באמצעות גוגל אדס וגוגל טאג מנג'ר
- היכרות עם ספריית הקהלים של גוגל
- בניית קהלי רימרקטינג וקהלים מותאמים אישית

שיעור 6

- גוגל GDN - איך מקימים קמפיין מדיה בגוגל אדס
- סוגי מודעות GDN - כולל היכרות עם google web designer
- אופטימציות GDN
- קמפיין מדיה חכם - כללים וקווים מנחים
- קמפיין דיסקוברי - איך ומתי נשתמש בו

שיעור 13

- עולמות ה-UTM - יצירת לינקים מקודדים ייחודיים לגוגל.
- היכרות עם עולמות ה-enhanced conversions
- חיבור ה-search console
- היכרות עם ניהול ה-search console

שיעור 14

- היכרות עם גוגל sites
- היכרות עם גוגל Forms
- היכרות עם גוגל data studio

שיעור 15

- בניית אסטרטגיה שיווקית בגוגל
- הגדרת יעדים ומשפכים בגוגל
- היכרות עם מבחני ההסמכה של גוגל: google marketing platform
- קמפיין אופליין - הפנית תנועה פרונטלית לבית העסק
- קמפיין קידום אפליקציות - היכרות ודגשים

שיעור 10

- היכרות עם חשבון ה-Merchant center של גוגל
- חיבור ה-Merchant center לאתר המכירות ולגוגל אדס
- סוגי מודעות גוגל שופינג
- הקמת קמפיין גוגל שופינג - דגשים ופרקטיקה
- הבדל עיקרי בין שופינג רגיל לחכם וכיצד משלבים ביניהם
- אופטימציות גוגל שופינג
- קמפיין PMAX - היכרות, דגשים וסוגי טרגוטים
- שילוב עולמות ה-PMAX עם קמפיין חכם

שיעור 11

- היכרות עם גוגל אנליטיקס - גרסה ישנה
- חיבור הגוגל אנליטיקס לכל הנכסים
- יצירת קהלים ומטרות בגוגל אנליטיקס
- ניתוח נתונים מקיף - איך ואיפה מנתחים את דפוס ההתנהגות של הגולשים באתר?

שיעור 12

- היכרות עם גוגל אנליטיקס - גרסה חדשה GA4
- חיבור הגוגל אנליטיקס לכל הנכסים
- יצירת קהלים ומטרות בגוגל אנליטיקס החדש
- ניתוח נתונים מקיף - איך ואיפה מנתחים את דפוס ההתנהגות של הגולשים באתר?

שיעור 7

- יוטיוב - דגשים ועובדות לכל משווק מתחיל
- כיצד מניעים לפעולה בוידאו ומתי
- פתיחת ערוץ יוטיוב - עקרונות SEO, מבנה נכון של ערוץ היוטיוב והכנתו לקראת הקידום הממומן
- חיבור ערוץ היוטיוב לחשבון הגוגל אדס
- דוגמאות של ערוצי יוטיוב מובילים - איך ומה אפשר ללמוד מהם?

שיעור 8

- סוגי קמפיינים וסוגי מודעות יוטיוב ממומן
- אופטימציות קמפיין וידאו בגוגל אדס
- היכרות עם ה-reach planner

שיעור 9

- היכרות עם חוקים וסקריפטים בגוגל אדס - google developers
- קמפיין PMAX - היכרות, דגשים וסוגי טרגוטים
- שילוב עולמות ה-PMAX עם קמפיין חכם

שיעור 1

- הסבר על מהות התפקיד והמצב בשוק
- היכרות עם מונחים ומושגים הרלוונטים לתפקיד דאטה אנליסט, הצגת יתרונות המקצוע והביקוש שלו בשוק העבודה.
- מה זה בסיס נתונים ו-RDBMS
- מה זה מסד נתונים, היכרות עם מערכת DBMS כיצד מאחסנים ושומרים דאטה בעידן הדיגיטלי
- התקנה של SQL SEVER + STUDIO MANAGMENT
- התקנה של מערכת DBMS לצורך עבודה על נתונים והורדה של Database ללמידה
- היררכיה של SQL הסבר מה זה Server DataBase Tables, Columns, Rows, Fields
- ארכיטקטורה של מערכת DBMS וכיצד שומרים נתונים בטבלאות ומה המשמעות של השדות
- DataTypes
- שליפת נתונים מ- Data Bases בעזרת טכניקות תשאול יעילות, הבנה כיצד נראית טבלה ונתונים ב-DataBase.
- Logical Query & Query Order | Case Sensitivity | Comments
- Go | פקודת Select | תרגול | Alias | Comments Select Alias
- Distinct | Arithmetic Operations | Top / Percent
- תרגול Distinct Arithmetic Operations Top

שיעור 2

- מיומנויות אנליטיות: ניקוי נתונים, ניתוח נתונים והדמיית נתונים.
- סינון ומיון נתונים בשליפה בעזרת יצירת תנאים בוליאנים כדי לקבל את הדאטה שרלוונטי לניתוח שלנו
- Where Clause | Wild Cards | Order By
- תרגול בכיתה שליפת נתונים

שיעור 3

- שימוש בנסחאות לצורך ביצוע מניפולציות בתוך השליפה ושימוש בפונקציות אגרגטיביות לצורך ניתוח והיכרות מעמיקה עם הדאטה.
- Scalar Functions | Case When | Aggregate Functions

שיעור 4

- סינון הדאטה עם פונקציות אגרגטיביות ויצירת סיכומי ביניים וטוטאל לצורך חישובי אנליטיים
- Having Clause | Cube /Rollup/Grouping Sets | Join Tables - Inner Left Right Outer

שיעור 5

- שליפה ממספר של טבלאות בעזרת פקודת Join הדבר מקנה יכולת לחבר נתונים ממספר רב של טבלאות ולהשתמש בכל מאגר הנתונים.
- שימוש בתתי שאילות לצורך שיפורי זמני ריצה ושליפה מורכבת של נתונים.
- Self Join / Cross Join | SubQueries
- חיבור של שתי שאילות ויותר - Union / Union all
- פקודות לצורך עדכון מחיקה והכנסת רשומות לתוך טבלאות - Data Manipulation Language

שיעור 6

- ארכיטקטורה של SQL הבנה של מסד נתונים לעומק, מבנה רציונלי קישוריות בין טבלאות
- יכולת ליצור מאגר נתונים .
- הסבר כיצד יוצרים טבלאות / ארכיטקטורה / אינדוקס נתונים / מפתחות PK ו-FK
- מבוא לאקסל - טבלאות DataTypes עיצוב נתונים נוסחאות בסיסיות.
- כיצד משתמשים באקסל, ניקוי הדאטה פילטור
- נוסחאות שחייבים להכיר כדי להבין את הבסיס והמהות של אקסל

שיעור 7

- טכניקות תשאול יעילות שיכולות לסייע בניתוח נתונים, השגת והבנה של קבלת החלטות על בסיס נתונים וכיצד מציגים ממצאים
- המשך נוסחאות באקסל
- if vlookup hlookup pivot table
- עמודות מחושבות
- גרפים
- ניתוח קובץ אקסל בעזרת מה שלמדנו

שיעור 8

- היכרות עם כלי PBI כיצד טוענים SOURCE יוצרים גרפים Query Editor Data Sources Dashboards
- כלי PBI לצורך ביצוע דוחות ויזואליים, כיצד מכילים המון דאטה בדשבורד ומצליחים לבצע מעקב אחר הביצועים שלנו כדי להבין האם הפרוייקט הצליח או לא הצליח

שיעור אחרון

סיכום הקורס והכנה למבחן



שעות אקדמיות (ש"א) בחלוקה לשבעה מודולים

מודול 1 - הכירות עם עולם היזמות והשיווק הדיגיטלי - 10 ש"א

מודול 2 - כתיבת תוכן קופירייטינג - 15 ש"א

מודול 3 - בניית דפי נחיתה באמצעות רב מסר - 15 ש"א

מודול 4 - עיצוב באמצעות מערכות CANVA - קאנבה - 5 ש"א

מודול 5 - שיווק בפלטפורמות פייסבוק ואינסטגרם - 60 ש"א

מודול 6 - שיווק בפלטפורמת TIKTOK - טיקטוק - 25 ש"א

מודול 7 - שיווק במערכת TABOOLA - טאבולה - 25 ש"א

מודול 8 - LINKEDIN + LEARNING LINKEDIN לינקדין - 40 ש"א

מודול 9 - שיווק באמצעות GOOGLE ADS גוגל אדס - 75 ש"א

מודול 10 - Data Analyst - אנליזה וניתוח נתונים - 50 ש"א

320

סה"כ שעות לימוד אקדמיות

*3952 📞

info@ecomschool.co.il ✉



ecom school 📌

ecom school 📷

053-722-2921 📞



רמת החייל
ראול ולנברג 22