



משרד החינוך

מערכת שידורים לאומית

פרסום בעידן הניו מדיה

תקשורת – חטיבת ביניים

מורן פנרסקי

מה נלמד היום

- מה זאת פרסומת
- מסר פרסומי
- צריכת פרסומות בעידן הניו מדיה
- פרסום בעולם החדש
- פעילות BTL (קד"מ)
- שימוש בנייד (mobile)

זהו גודל החלון בו יוצג הוידאו שלכם
בצד ימין למטה – נסו לא לשים מידע
חשוב בחלק זה של השקופית
(לכל אורך המצגת)
(תוכלו למחוק ריבוע זה לאחר הקריאה)



מה זה מסר פרסומי?

• טקסט



לחם נעים ורך



משימה:

- חפשו ברשת את הפרסומת "ישראל מתייבשת", צפו בה וחישבו:
- מה הפרסומת הזאת גורמת לכם להרגיש?

קהל יעד



פרסומת ציבורית – פרסומת לטובת הקהילה, ללא מטרת רווח



תקשורת – חטיבת ביניים

חלק ב'

פרסום בעידן הניו מדיה

מורן פנרסקי



תוכן שיווקי – פרסום סמוי



פרסום שטח

- כיצד ניתן להניע לפעולה בעידן המובייל?



שלפת – ניצחת!

- אנחנו צריכים לגרום לקהל להוציא את הטלפון מהכיס
- מי ששולף את הטלפון – מצלם
- מי שמצלם - משתף





מדוע פרסום רגיל בטלוויזיה כבר לא מספיק?

- תחשבו: במה אתם צופים בטלוויזיה?
- באילו תוכניות?
- באיזה מכשירים?



משימה:

• חפשו ברשת את הפרסומת: "פרסומת לילי כלבלבים לנייר טואלט"

<https://youtu.be/UUhfxUwvldY> •

מה זאת הנעה לפעולה?

- פעילות btl
- קד"מ







פרסומת מסחרית

• פרסומת למטרת רווח





בריו – מסמך שמרכז את כל המידע ואת כל מה שצריך לעשות.

- מה נדרש?
- מי קהל היעד?
- מה האסטרטגיה הפרסומית?
- מסר פרסומי
- טון
- טכניקות שכנוע



משרד החינוך

תודה שהשתתפתם



נוהל שימוש ביצירות מוגנות בזכויות יוצרים ואיתור בעלי זכויות

השימוש ביצירות במהלך שידור זה נעשה לפי סעיף 27א לחוק זכות יוצרים, תשס"ח-2007. אם הינך בעל הזכויות באחת היצירות, באפשרותך לבקש מאיתנו לחדול מהשימוש ביצירה, זאת באמצעות פנייה לדוא"ל rights@education.gov.il