



מציגים:

מודל קורס: "מהתיאוריה לפרקטיקה - מפגש עם התעשייה"

המודל המוצג מבוסס על קורס בחוג לכימיה באוניברסיטת בר אילן
בהובלתה של ד"ר תמר טראוב שנערך במסגרת מיזם
אקדמיה-תעסוקה.





הקורס "מהתיאוריה לפרקטיקה – מפגש עם התעשייה" נועד לקרב בין הידע האקדמי לבין אתגרי העולם המקצועי. במהלכו פוגשים הסטודנטים אנשי מפתח מהתעשייה, לומדים על מסלולי קריירה, נחשפים לפיתוחים אמיתיים ולומדים כיצד הידע שרכשו באקדמיה בא לידי ביטוי בשטח. הקורס משלב הרצאות אורח, מטלות חקר ויצירה, ומסתיים באירוע פוסטרים חגיגי בו הסטודנטים מציגים תוצרים המשקפים הבנה, יישום וחשיבה חדשנית ומקבלים משוב ישיר מאנשי התעשייה הרלוונטיים ומהסגל האקדמי. זוהי הזדמנות לפתח מיומנויות רכות, להבין את הדרישות בשוק ולבנות גשרים בין הלימודים לעולם התעסוקה.



מטרות הקורס:

- לחשוף סטודנטים לסקטורים הרלוונטיים לתחום הלימודים שלהם ולתפקידים קיימים בשוק.
- להכיר מקרוב תהליכי פיתוח וחדשנות בתעשייה.
- לאפשר לסטודנטים לתקשר ישירות עם בעלי תפקידים ולהבין מהן הדרישות להשתלבות תעסוקתית.
- לחזק את תחושת הערך והיישומיות של הידע האקדמי עבור הסטודנטים.
- לעודד חשיבה יצירתית ויזמות דרך מטלות המבוססות על אתגרי אמת מהשטח.
- ליצור הזדמנויות לתרגול מיומנויות תעסוקתיות, כגון עמידה מול קהל, העברת מסר והצגה עצמית, יצירת רישות networking ועוד.





מבנה הקורס:

משך:

13 מפגשים - פעם בשבוע, 90 דקות.

קהל יעד:

סטודנטים בשנת האחרונה ללימודיהם.



מבנה כל מפגש:

**מרצה-אורח מהתעשייה הרלוונטית בכל מפגש
(בחוג לכימיה לדוגמא: בבכירים ובכירות מתחום
המו"פ, החדשנות, ניהול הפיתוח).**

**המרצים האורחים התבקשו להכין את הרצאתם
לפי פורמט קבוע:**

1. הצגה עצמית: רקע לימודי ומסלול הקריירה.
2. הצגת החברה והתפקיד הנוכחי.
3. תיאור מקרה של פיתוח/מוצר בחברה - וכיצד ידע אקדמי יושם בתהליך.
4. שאלות מהסטודנטים, עם דגש על אפשרויות תעסוקה והשתלבות בחברה ובתחום.





מטלות הקורס:

1. מטלת אמצע - מיפוי קריירה:

הסטודנטים התבקשו:

- לבחור חברה אמיתית בתחום העיסוק שלהם (לאו דווקא שהשתתפה בקורס).
- לבצע מחקר קצר שיתייחס לתחום פעילות החברה, המוצרים שלה, תפקידים רלוונטיים לבוגרי החוג באותה חברה.
- לכתוב רפלקציה: מדוע החברה הזו מעניינת אותי? אילו מיומנויות יש לי/חסרות לי על מנת להשתלב בה.



2. מטלת סיום - פוסטר קבוצתי להצגה בכנס בתום הקורס:

הסטודנטים התחלקו לזוגות.

- כל קבוצה בחרה חברה שהציגה את עצמה במהלך הקורס.
- כל קבוצה הכינה פוסטר על מוצר של אותה חברה שהוצג באחת מהרצאות.



המחונן למבנה הפוסטר:

- תיאור החברה והמוצר.
 - יישום הידע האקדמי במוצר שפותח.
 - יתרונות וחסרונות המוצר.
 - מתחרים בשוק למוצר.
 - חלק יצירתי: הצעה לפיתוח עתידי של אותו מוצר או מוצרים דומים לו.
-
- הסטודנטים נדרשו להשתמש בחומרים מההרצאות שניתנו בשיעורים ומאמרים אקדמיים ומקצועיים.

אירוע שיא – כנס פוסטרים

- הצגת הפוסטרים באירוע פתוח עם נוכחות הנהלת האקדמיה, אנשי סגל ונציגי החברות.
- כל פוסטר מוערך ע"י שני שופטים:
 - מרצה אקדמי.
 - נציג מהחברה בה עוסק הפוסטר.
- השופטים קיבלו מחוון קבוע לפיו שפטו כל פרזנטציה.





שיפוט הפוסטר

השופטים קיבלו מחוון קבוע שכלל את השאלות הבאות:

- באיזה מידה הסטודנטים ידעו להסביר על הפיתוח שאותו הם מציגים בהיבטים של מטרת הפיתוח, לשם מה פותח ומנגנון הפעולה שלו?
- באיזה מידה הסטודנטים ידעו להסביר על היתרונות והחסרונות של הפיתוח שאותו הציגו בפוסטר?
- אינטרפרטציה של הסטודנטים המציגים - באיזה מידה הסטודנטים ידעו להביע את דעתם על הפיתוח המוצג וידעו להסביר לאן ניתן להתקדם בעתיד?
- באיזה מידה הפוסטר היה מוצג באופן מאורגן וברור (ויזואלי)?
- כיצד היית מעריך את הפוסטר ואת הצגתו ע"י הסטודנטים?
 - A מעולה
 - B טוב מאוד
 - C טוב
 - D בינוני
- כתבו במשפט קצר את חוות דעתכם על הפוסטר.





יתרונות ותועלות

- חוויה משמעותית של הצגה מול קהל – לעיתים ראשונה עבור הסטודנטים.
- בניית קשרים בלתי אמצעיים ומשמעותיים עם התעשייה, בעיקר בכנס בו הציגו הסטודנטים את הפוסטרים ויכלו להציג את החוזקות שלהם וליצור רושם מתמשך.
- חשיפה לאפשרויות תעסוקתיות אמיתיות.
- הגברת תחושת הרלוונטיות של התואר והבנת האפשרויות התעסוקתיות הקיימות.

תובנות מהשטח וטיפים ליישום:

- מומלץ מאוד לחייב נוכחות בקורס – באופן שמבטיח כיתה מלאה ומכובדת מול אורחים מהתעשייה.
- אתגר גיוס המרצים מהתעשייה – מדובר בעבודה לא קלה, שדורשת פרו-אקטיביות מצד המרצה: זיהוי חברות לפי תחומי התמחות, פנייה אישית, גיוס דרך קשרים.
- פגישות להכנה מוקדמת עם המרצים האורחים – יש צורך לבצע תיאום ציפיות, להתאים את ההרצאה לרמת הסטודנטים ולמה שנלמד בקורס ובתואר.
- ניהול אישי מול המרצים האורחים – באמצעות תקשורת בטלפון, בוואטסאפ או במייל, פגישות מקדימות, מתן תחושת הערכה על ידי הענקת תעודת הוקרה בכנס.
- שימור קשרים לשנים הבאות – שמירה על קשר אישי בין המרצה לאורחים מהתעשייה, שליחת ברכות בחגים, שליחת תמונות של הפוסטרים, מכתבי תודה והערכה.
- השקעה בכנס הסיום – הכנס הוא נקודת השיא של הקורס כולו, הרגע המחבר והמכונן של הקורס – לא לוותר עליו.
- תקציב מוערך נדרש – בין 10,000 ל 15,000 ₪, בעיקר לטובת הכנס (הדפסת הפוסטרים של הסטודנטים, רכישת מעמדים לפוסטרים, כיבוד לקהל).



דרישות להפעלת הקורס במחלקה:

- מרצה מחוייב ומסור/ה לקידום הקשר בין האקדמיה לתעשייה ובעל/ת קשרים או נכונות לרקמם.
- סיוע לוגיסטי להדפסת פוסטרים ואירוע הסיום.
- גיבוי מהמחלקה לתפעול הקורס (פרסום, תקציב, אישור לחיוב נוכחות חובה של הסטודנטים בקורס).



מרכז אדמונד דה רופשילד
למיבור השכלה גבוהה-תעסוקה

ליצירת קשר איתנו

www.merkaz-edr.org.il 

office@merkaz-edr.org.il 

