



המחלקה
לתקשורת

אוניברסיטת
בן-גוריון בנגב



גוכניג ההגמחמו
 פרקטיקום הגמחוס הגקשורג
 ה' גשפ"ג



תוכנית ההתמחות של המחלקה לתקשורת

מי יכול להתקבל?

עד 30 סטודנטים בשנה השלישית במחלקה לתקשורת, שנמצאו מתאימים (לאחר ראיון קבלה) לעבור התמחות בארגוני תקשורת. שימו לב, תנאי הקבלה לפרקטיקום הינם תחרותיים. להתמחות ייבחרו סטודנטים מצטיינים, אשר יוכיחו התאמה מרבית להצליח במסלול הייחודי. הפרקטיקום מתקיים במסגרת מיזם משותף בין המועצה להשכלה גבוהה לבין ארגון אלומה וקרן רוטשילד, בשם "אקדמיה משלבת התנסות".

מה זה אומר בפועל?

1. השתתפות בקורס שמלווה את ההתמחות, הקורס בנוי ממפגש אחד פעם בשבועיים לאורך השנה (3 נק"ז) והוא משובץ בימי שני, בין השעות 9-12 (אחת לשבועיים).
2. צבירה של שעות התמחות (3 נק"ז). מדובר בהיקף של כ-120 שעות התמחות (יוצא כ-6-8 שעות שבועיות לאורך שנת הלימודים), וחוות דעת חיובית של החונך.

מהם חובות הקורס?

מילוי מכסת השעות. נוכחות בשיעורים, מילוי משימות, וסיכום מובנה של חוויית ההתמחות שלכם באמצעות מצגת בכיתה וכתירת עבודה מסכמת לפי ההנחיות. שימו לב, השתתפות בתוכנית ההתמחות אינה מהווה תחליף לסמינר.

איך אני מגישה מועמדות?

מועמדות יש להגיש דרך הקישור הבא:

<https://forms.gle/CnFrz4ChwrMuGzus5>

עד מתי? עד י' אב תשפ"ב, ה-7 באוגוסט 2022.

מה מטרות התוכנית?

ללוות את הסטודנטים, ולסייע להם לפתח חוויית התמחות מקצועית, מעשירה ומספקת, המהווה גשר לעולם התעסוקה. להעניק לסטודנטים יסודות וכישורים להתנהלות אפקטיבית ומוערכת בתוך ארגונים ובסביבות תעסוקתיות בדגש על ארגוני מדיה. לערוך היכרות עם תפקידים שונים במדיה, ומסלולי הקידום ותנאי העסקה. ללבן יחד קשיים ושיטת התגברות עליהם. להעשיר את קורות החיים בשורת התנסות מעשית.

מי בוחר היכן כל אחד מתמחה?

- לקראת שנת הלימודים נפרסם חוברת התמחויות מפורטת ובה הצעות להתמחות בארגונים שונים עם תיאורי תפקיד מוגדרים.
- לאחר עיון בחוברת ההתמחויות, לכל סטודנטית תינתן אפשרות להציג שלוש העדפות.
- עם תחילת סמסטר א', נפיץ את קורות החיים שלכם למקומות ההתמחות שבחרתם. הם יבחרו האם ואת מי לזמן לראיון.
- מתמחה אשר זומן לראיון והתקבל – יוכל להתחיל להתמחות מיידית. מתמחה אשר יתקבל למספר מקומות, יוכל לבחור את המקום המועדף עליו, ולהחזיר תשובה שלילית למקומות אחרים. מתמחה אשר לא יזמן או לא יעבור את שלבי הראיונות, יוכל להמשיך לחפש מקום התמחות מתאים עד שמוצאים, בסיוע יועצת ההתמחות של הקורס.
- חוברת ההתמחויות תכלול את שמות המעסיקים, לצד אינפורמציה כללית על האופי של משרת ההתמחות והציפיות מן המתמחה בכל ארגון.
- שימו לב, היצע מקומות ההתמחות כולל מעסיקים גם בדרום וגם במרכז. בבחירת העדפות, קחו בחשבון את השקעתכם בזמן ועלות הנסיעות.

מה לומדים בקורס?

הקורס המלווה יעסוק בארגוני תקשורת לסוגיהם ובדרך להשתלב בהם בהצלחה. בקורס יתארחו בשיחות זום קצרות בכירי תעשיות המדיה בישראל, ששיבו לשאלותיכם. כל אחד מהם יספק לכם הצצה לתכל"ס: מגוון התפקידים באותו ענף, משרות כניסה, אופקי קידום, שגרות עבודה ותנאי העסקה מקובלים. הקורס משלב בין מפגשים כיתתיים, מפגשים אישיים, שולחנות עגולים בקבוצות קטנות, הרצאות אורח וסיור. הקורס מעניק רקע תעסוקתי, תקשורתי וארגוני. בסיום יתבקשו הסטודנטים לסכם את התנסותם באמצעות מצגת + עבודה מסכמת.

היכן מתרחשת ההתמחות?

במגוון רחב של ארגוני תקשורת ומדיה שונים באזור הדרום והמרכז. זה כולל תפקידים תקשורתיים שונים בתוך ארגוני התקשורת, עמותות חברתיות, במשרדי פרסום, דוברות יחסי ציבור. השאיפה היא לאפשר לכל אחד ואחת חוויה התנסותית בתחום עשייה ייחודי, המותאם ביותר לכישוריו.

מי צוות הקורס?

מנחה הקורס הינה מלכה שחם, שתעניק יעוץ צמוד ואישי למתמחים על סמך ניסיונה הרב בעבודה מעשית מול ובתוך תעשיות המדיה. בקורס יקח חלק פסיכולוג תעסוקתי מומחה, אשר יכין את המתמחים לעולם התעסוקה. בקורס ישתתפו מרצים אורחים, שילמדו אתכם איך חושבים ומתנהלים בתוך ארגון, איך ארגונים יצירתיים מתנהלים ועוד. בנוסף יתארחו בקורס לכל אורך השנה בכירים ממגוון תחומי תעשיית התקשורת, אשר יחשפו בפני המתמחים מידע מרתק מעולם עשייתם.

תכל"ס, מישהו מהמתמחים הצליח למצוא

עבודה?

20% ממסיימי הפרקטיקום מצאו עבודה מקצועית במקום ההתמחות. מתמחים אחרים חוו התנסות משמעותית שאפשרה להם לחדד את שאיפותיהם, בכדי למצוא את העתיד המקצועי הנכון עבורם בהמשך.

מתי מתחילה ההתמחות בפועל?

כחודש וחצי מתחילת סמסטר א'.

בוגרי ההתמחות מספרים

מבחר חוויות לדוגמה

בוגרי תוכנית ההתמחות מספרים:

נ. התמחות באגף הפודקאסטים בתאגיד השידור הציבורי "כאן":

"במסגרת ההתמחות התמחיתי בתמלולים של ראיונות עם אמנים ויוצרים בישראל. עם הזמן בצעתי גם עריכה של קטעי קריינות וראיונות, מחקרי רקע על שירים לפני ראיון וסיוע בתכנון סדרות עתידיות. למדתי מקרוב על חלוקה מקצועית ורחבה של נושאים והתמחויות, ניתוק מלוח השידורים, זמן הכנה מראש, תיקונים, מחקר מקדים ומעמיק. למדתי כיצד התאמה של התוצר ללקוח, עם מחשבה על מה מעניין, לדוגמה תכנים מיוחדים בתקופת הקורונה. כמו כן חשיבות אחריות חברתית ואהבה למקצוע – כמו משיכה אישית לרדיו ולמוזיקה".



ג. התמחות בדיגיטל של החינוכית בתאגיד השידור "כאן 11":

"במסגרת הפרקטיקום התמחיתי בחטיבת הדיגיטל תחת מחלקת הסושיאל בתאגיד השידור הציבורי, הכוללת בתוכה עשרות חשבונות בפייסבוק, אינסטגרם, טוויטר וטיקטוק. עסקתי ביצירת תוכן לרשתות החברתיות, עריכת סרטונים, יצירת ממים ושאלונים. התנסיתי ביצאה לימי צילום של התוכניות של החינוכית כדי ליצור תוכן לרשתות החברתיות יחד עם השחקנים. למדתי רשתות חברתיות חדשות כמו טיקטוק, תוך התאמה בין הפלטפורמה לבין הקהל יעד, עבודה ביצירת תוכן לקהילה של כאן "חדר המורות והמורים של כאן חינוכית".



ק. התמחות בחטיבת הרדיו. תאגיד השידור "כאן 11":

"במסגרת הפרקטיקום התמחיתי בתמלול פודקאסטים, כמו: "חיות כיס", "שיר אחד" ופודקאסטים שונים ב"כאן תרבות". כמו כן, שימשתי כעוזרת הפקה בשידורי "ג'אם 88" - הופעות חיות באולפן, אשר במקביל לשידור ברדיו מופיעות גם כשידור "לייב" בפייסבוק, עבודה על דירוג מצעד העשור, עבודה על רשימות אלבומים לפי עשורים ועבודה על רשימת שירים חדשים לפלייסט. למדתי לראות את הקול - ברדיו מסתמכים על חוש השמיעה, דרכו אפשר להעביר ערכים, נורמות ודעות מגוונות. נחשפתי שחשוב לשים לב לדברים הכי קטנים, איזה שירים מושמעים, מתי, למה וכמה, איזה אומנים מוזמנים להתארח בתוכניות. כל שרדן, מפיק או עורך עושה את התפקיד שלו בלבד, עליו להסתכל גם על התמונה הרחבה ולחשוב על ההשפעה של הכל ביחד על קהל המאזינים".

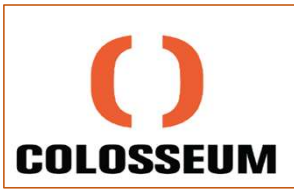


ס. התמחות ב"גלובס", אתר המשרוקית:

"במסגרת הפרקטיקום התמחיתי בפרויקט המשרוקית, אשר לוקח אמירות של פוליטיקאים, ובודק את מידת האמיתות שלהם. השלב הראשון בתהליך בדיקת העובדות הוא קשבות, האזנה לראיונות עם פוליטיקאים והוצאת חלקים שניתן לבדוק. מצאתי שלהתמחות היו עבורי שלוש נקודות חוזק עיקריות: ההתמחות ממחישה עבודה בארגון עיתונאי גדול. מה יורד בעריכה, איך מתנהל דיון על תוכן, ומי מחליט בסוף לחוות איך מנהלים ראיון, ואיך מתנהלים בראיון. בסופו של דבר, כל שבוע אתם מקשיבים לעשרה ראיונות לפחות עם מראיינים (ומרואיינים) תוקפניים, נמרצים ומנוסים. בכל ראיון יש את החלקים החשובים, ויש את ה"פילרים", ואחת המיומנויות החשובות היא לדעת לזהות את הנקודות החשובות בתוך שטף המידע. למדתי איך מסננים מידע".

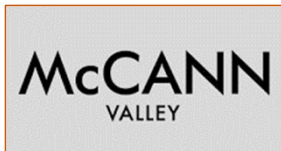
עוד בוגרי ההתמחות מספרים





ש. התמחתה בחברת "oasis media":

"לקראת שנתי האחרונה בתואר התחלתי לחשוב על לפתח קריירה בתחום הגרפיקה. כששמעתי על תוכנית הפרקטיקום, נרשמתי אליה בתקווה שאוכל למצוא התמחות בתחום - וכך היה. את ההתמחות שלי עשיתי בחברת השייוק הדיגיטלי אואזיס מדיה, שיושבת בווי וורק באר-שבע, כגרפיקאית. במסגרת השעות שהעברתי במשרד, בהדרכתה הצמודה של גרפיקאית החברה, למדתי כיצד מכינים פרסומים לרשתות החברתיות ופרסומות מונפשות. בזכות ההתמחות חוויתי את תעשיית הפרסום מבפנים, שיפרתי את הכישורים הטכניים שלי ולמדתי על עצמי שיכול מאוד להיות שזהו התחום המתאים בשבילי"



ג. התמחות ב"אולפן שישי" בחברת החדשות "ערוץ 12":

"במסגרת הפרקטיקום התמחיתי בביצוע של עריכת חומרים ותמלול לקראת שידור כתבות, השתתפות וליווי ימי צילום של כתבות בשיתוף עם הכתבים, ביצוע תחקיר דרך לידים מהמערכת, ביצוע ראיונות טלפונים לתחקירים. השתתפות בצילומי המהדורה בקונטרול וכן ביצוע עבודת הכנה לקראת מהדורה בנוה אילן. זכיתי להיכרות עם אנשי חדשות מובילים. למדתי מהם אינטרסים של מערכת מול גופים אחרים, מהי עבודת שטח של כתבים ותחקירים, סדר עדיפויות של מערכת והעורך בראשה וכן הבנה והכוונה לקהל יעד מסוים. למדתי שבמערכות קטנות בהם קשרים משפיעים מאוד על בחירת הצוות, שעבודת תחקיר היא חלק מאוד חשוב במערכת".



מ. התמחות ב"Community forward" ארגון מנהלי הקהילות של ישראל:

"במסגרת הפרקטיקום התמחיתי בכתיבת ניוזלטר על בסיס חודשי, כתיבת בלוג-פוסטים בנושאי קהילה ומה שמסביב, יצירת סקרים ושאלונים לחברי הקהילה. זכיתי להשתתף בקורס דיגיטלי לניהול קהילות של הארגון. העבודה הייתה דינאמית, ישירה והמשימות הועברו בעיקר דרך הוואטספ והאימייל. לאחר כמה חודשים בארגון, הפכתי לחברת צוות "מן המניין" שמעורבת בקבלת ההחלטות בארגון וחשופה לנתונים חסויים".



ע. התמחתה במשרד היח"צ "צבי תקשורת":

"במסגרת הפרקטיקום התמחיתי בהתחלה בעריכת ראיונות עם אנשים כדי למצוא סיפורים שעליהם חברי הצוות יוכלו לכתוב הודעות לעיתונות. עם הזמן כתבתי בעצמי הודעות לעיתונות. וכשעבר עוד קצת זמן, יצרתי קשר עם עיתונאים כדי שיפרסמו את ההודעות שכתבתי, כך שנחשפתי לכל התהליך של יחסי ציבור. לבסוף נתנו לי לקוח שאותו אנהל כיועצת תקשורת במשרד. במהלך העבודה הצוות חשף אותי לתהליכי החשיבה, הפיתוח והאסטרטגיה שלהם בזמן הישיבות בשמחה וברצון רב. למדתי שכדי לעבוד בתקשורת, יש לדעת אותה על בוריה - עיתונים, אתרים, ערוצים ורדיו. הודעה לעיתונות הכתובה ברגש ונותנת לקורא נקודת מבט אישית היא הודעה שתתפרסם בכמה מקומות עבודת צוות יכולה להביא את הרעיון הקריאטיבי הטוב ביותר. למדתי שיח"צ אחראי לרוב התוכן באתרים ובמדיה שאנחנו צורכים. והכי חשוב, למדתי שזה התחום שאני רוצה לעסוק בו".

