

אקדמיה
משלבת
התנסות
K בהובלת המל"ג

אנלומה
גשר לתעסוקה

המדריך לשיווק התכנית לסטודנט.ית

אקדמיה משלבת התנסות



אפריל 2023

תכנית "אקדמיה משלב התנסות" פועלת למעלה מעשור ופעילה ב-23 מוסדות אקדמיים. התכנית משלבת אלפי סטודנטים וסטודנטיות בפריסה ארצית.

מטרת התכנית היא לגשר על הפער בין עולם האקדמיה לבין עולם העבודה, ולאפשר לכל סטודנט.ית התנסות מקצועית במסגרת הלימודים האקדמיים.

באחריות סגל התכנית במוסד האקדמי להגדיל את החשיפה לתכנית ולשווק אותה בקרב הסטודנטים והסטודנטיות.

במדריך הבא נסקור קווים מנחים, המלצות וכלים לשיווק תוכנית אקדמיה משלבת התנסות בארבעה שלבים:

שלב 1 חיבור למטרות ותועלות התכנית

שלב 2 מיפוי מצב קיים וחיבור ליעדי התכנית

שלב 3 הכנת תשתית לשיווק התכנית

שלב 4 כלים ופעולות שיווק

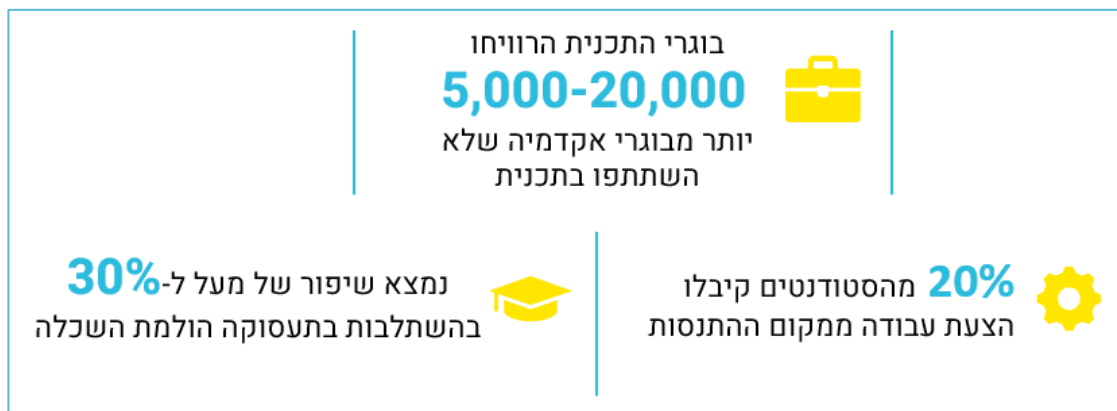
שלב 1 חיבור למטרות ותועלות התכנית

1 מטרת התכנית

- לסייע לסטודנטים. יות לצבור ניסיון מקצועי אמיתי כבר במהלך התואר ובכך להעלות את סיכוייהם להשתלב בעבודה תואמת השכלה אקדמית.
- שיפור המסוגלות התעסוקתית של צעירים אקדמאיים בישראל.
- להטמיע את תרבות ההתמחויות בתחומי לימוד אקדמיים בהם אין התמחות מובנית, ככלי לצבירת ניסיון וכערוך כניסה מרכזי לעולם העבודה.

2 התועלות לסטודנטים למה לי להתנסות או מה יוצא לי מזה?

- צבירת ניסיון רלוונטי.
- בניית קשרים משמעותיים עם אנשים בעולם העבודה.
- רכישת ניסיון בתהליכי מיון.
- חיזוק הביטחון העצמי ותחושת המסוגלות.
- היכרות עם תרבות ארגונית.
- חידוד מטרות ושאיפות מקצועיות.
- הכרה ביכולות אישיות – אילו מיומנויות יש לי? אילו עלי לחזק?
- נתונים מספריים:



3 חומרים רלוונטיים לשימוש/להפצה

[סרטון תועלות](#)

[מצגת תועלות](#)

[אתר התכנית](#)

[דוח אימפקט](#)

שלב 2 מיפוי מצב קיים וחיבור ליעדי התכנית

1

היכרות עם מבנה המערך בתוך המוסד האקדמי

מיפוי חוגים, קורסים, צרכים ומחלקות:

- מי עומד בראש מערך אמ"ה במוסד האקדמי?
- באיזה חוגים מופעלת התכנית, ומי מפעיל את הקורסים?
- מי מלמד בקורסים? מי מרכז?
- למי מיועדים הקורסים (האם פתוח לכלל הסטודנטים, לחוגים מסוימים, לשנה מסוימת)?

2

היכרות עם יעדי המל"ג

מל"ג קבע יעדים מספריים בהתאם לגודל המוסד האקדמי- **מהם היעדים שלכם?**
* מומלץ להיעזר בראש מערך אמ"ה הממונה על התוכנית אצלכם במוסד.

3

גיבוש תכנית עבודה לשיווק התכנית

יש לבנות תוכנית עבודה שיווקית בהתאם ליעדי המל"ג והלו"ז האקדמי.
* מומלץ להיעזר בראש מערך אמ"ה הממונה על התוכנית אצלכם במוסד.
* מומלץ להטמיע את החשיבות והאפשרויות כבר מתחילת התואר האקדמי.

4

רתימה של אנשי סגל אקדמי ומקצועי לתועלות ויעדי התוכנית

חשוב לרתום את אנשי הסגל האקדמי ולחשוף אותם לתועלות וליעדי התכנית,
בין אם דרך שיתוף החלק הראשון של המדריך והקישורים הרלוונטים,
ובין אם דרך הפצת מצגות וסרטונים מקומיים שתוכלו ליצור.

דוגמה למצגת למרצים - המכללה האקדמית כנרת

שלב 3 הכנת תשתית לשיווק התכנית

1

יצירת חומרי שיווק יחודיים של המוסד האקדמי

- מומלץ למתג את התכנית כחלק ממערך "אקדמיה משלבת התנסות" המוכרת כתכנית לאומית ורחבה.
- עיצוב פלייר שיווקי של התכנית במוסד (ניתן להשתמש בפלייר של אלומה המאפשר הוספת לוגו ופרטים של המוסד האקדמי-מצורף קישור מטה)
 - יצירת סרטון תדמית.
 - בניית פורמט ממותג לסיפורי הצלחה לשיתוף ברשתות חברתיות ואיסוף סיפורי הצלחה מבוגרי התוכנית/ארגונים חונכים וסגל אקדמי.
- מומלץ להדגיש חשיבות של נגישות/גיוון ולהוסיף לכל פלייר טקסט לשליחה במייל לטובת המשתמשים בתוכנות הקראה.

חומרי השיווק של התכנית לשימושכם:

[סיפורי הצלחה](#)

[סרטונים](#)

[לוגו ועיצוב](#)

[פליירים](#)

2

יצירת רשת שותפים

- מומלץ לייצר רשת שותפים פנימית התומכת את התכנית. להלן שותפים אפשריים:
- מזכירות החוג
 - מרכזי קריירה
 - דיקנט הסטודנטים
 - אגודת הסטודנטים
 - מרכז נגישות
 - רכזי אוכלוסיות גיוון
- *יש לפנות לאוכלוסיות גיוון דרך הממונים על כך במוסד או דרך תוכניות לאוכלוסיות גיוון הפועלות במוסד (אייסף, פוירשטיין, שגרירי רוטשילד, תעסוקה שווה, נתן ועוד).

3

הכנת תשתית לדרכי תקשורת עם הסטודנטים

חשוב להנגיש את פרטי ההתקשרות עם סגל מערך אמ"ה במוסד האקדמי דרך פתיחת קבוצת ווטסאפ /כתובת מייל ייעודית ופרסום פרטי ההתקשרות והתכנים הרלוונטיים.

שלב 4 כלים ופעולות שיווק

1

פעולות שיווק ממוקדות להגברת מודעות ויצירת נוכחות בשטח

- **כניסה לכיתות:**
מומלץ לבצע חשיפה של הסטודנטים לתכנית כבר בסמסטר ב'. חשוב לשתף עם הסטודנטים את הנתונים והתועלות של התכנית, ואף להיכנס לכיתות יחד עם בוגר של התכנית שיוכל להעיד על כך בפניהם ולענות על שאלות.
- **דיוור המידע הרלוונטי על התכנית לסטודנטים:**
 - דרך המוסד האקדמי או דרך מחלקות הלימוד בהם ישנם קורסי אמ"ה פעילים.
 - דרך שותפי התכנית הפועלים במוסד האקדמי.
- **פרסום התכנית באתר של המוסד האקדמי:**
[פרסום התכנית באתר האוניברסיטה הפתוחה](#)
- **פרסום על גבי התשתיות והמדיה של המוסד האקדמי, מחלקת הלימוד או התכנית:**
מומלץ לפרסם סיפורי הצלחה של בוגרים.
- **פרסום דרך הודעות ווטסאפ:**
בקבוצת מחלקת הלימוד/ אגודת הסטודנטים/ קבוצות רלוונטיות אחרות.
- **פרסום התכנית דרך מרכז קריירה הפועל במוסד האקדמי.**
- **פרסום בלוחות המודעות של הקמפוס.**
- **פרסום דרך כל גורם נוסף ברשת השותפים של התכנית.**

2

פעולות שיווק רוחביות ואסטרטגיות להגברת מודעות ויצירת נוכחות בשטח

- **השתלבות בכל האירועים בתוך המוסד האקדמי** לצורך העלאת מודעות בקרב סטודנטים החל משנה א': ימים פתוחים, ירידי תעסוקה, ימי סטודנט, זרקור, וכד'.
- **יזום אירועי חשיפה (זום או פרונטלי)** הכוללים: מפגש עם בוגרי התכנית, מפגש עם ארגונים חונכים, שילוב מרצים מהאקדמיה בהעברת המסרים.

[קישור למפגש חשיפה לסטודנטים](#)

- ***במידה ורלוונטי רצוי לקיים מפגש חשיפה בשפה הערבית.**
- **יצירת תחושת יוקרה בקרב סטודנטים בוגרים** דרך הענקת תעודות סיום לסטודנטים.ות, עריכת טקס סיום חגיגי לבוגרי התכנית, חלוקת פרס מצטיין וכד'.

[קישור לדוגמאות](#)

אקדמיה
משלבת
התנסות
K בהובלת המל"ג

אנלומה
גשר לתעסוקה

המדריך לשיווק התכנית לסטודנט.ית

אקדמיה משלבת התנסות

יש לכם.ן רעיונות נוספים שתרצו לשתף?
צריכים עזרה והכוונה בגיבוש התכנית?

אנחנו לשירותכם.ן תמיד:
מטה התכנית



אפריל 2023