

תוכנית אוריינטציה קריירה לתלמידי כיתה י"א - הכנה לשוק העבודה המודרני

מטרה כוללת:

להקנות לסטודנטים את המודעות וכישורי החיים
והמקצועיים הנחוצים להשתלבות מוצלחת בעולם
העבודה המשתנה.

כיתה י"א – מיתוג אישי

מטרות:

1. הכרות בין המשתתפים לבין עצמם והכרות עם הרכז
2. הבנה של מושג המיתוג העצמי והחיבור שלו לשוק התעסוקה
3. הבנה של הרציונל של מיתוג עצמי והיכולת למתג את עצמנו באופן מדויק
4. התנסות בבניית לוגו עצמי ומיקוד המסר על עצמי

זמן

שעה וחצי

מבנה

זמן	תוכן
10 דקות	תרגיל פתיחה: של מי הלוגו
15 דקת	משמעות הלוגו והחשיבות שלו בבידול אישי
30 דקות	בניית לוגו אישי
20 דקות	עבודה בזוגות
5 דקות	סיכום

עזרים:

- דפים עבים (שמיניות בריסטול)
- כלי כתיבה וטושים
- מגזינים ודבק
- טלפונים סלולריים (אפשר גם בלי – יש ערך לאוריינות הדיגיטלית)
- דפים עם לוגואים של חברות מפורסמות

תרגיל פתיחה: של מי הלוגו

למנחה: נתלה ברחבי החדר או נציג על גבי מסך לוגואים של חברות מפורסמות ונשאל את הקבוצה:

○ מי מזהה את הלוגואים הבאים?

○ לגבי כל לוגו נשאל: מה הוא אומר לנו? מה הלוגו מייצג?

נתייחס לכל אחד מהלוגואים שראינו ונשאל: איך ידענו שהלוגו שייך לחברה הזו?

(אפשר לעשות מזה ממש משחק לוגואים, בו מריצים במצגת מספר לוגואים והכיתה צריכה לנחש הכי מהר שהיא יכולה).

לאחר שראינו כמה לוגואים מפורסמים, נתמקד בשני לוגואים: האחד של חברת נייקי והשני של חברת

מרצדס. (אפשר גם לבחור לוגואים אחרים, אבל כאלה שהם מובהקים ומייצרים אצלנו ממש דמות של אדם).

לאחר שהצגנו את שני הלוגואים הספיציפיים נבקש מכל אחד מהמשתתפים לכתוב בכמה מילים – אם

החברה שהלוגו מייצג הייתה אדם, מי היא הייתה? גבר/אישה? מה האדם לובש? איך הוא נראה? איך הוא

מתנהג? באיזה מעמד הוא? במה עובד?

לאחר שכל אחד מהמשתתפים כתב עבור עצמו – **משוים תשובות**. סבירות גבוהה שנמצא תשובות דומות בין

המשתתפים. נשאל את הקבוצה:

○ איך אנחנו יודעים כולנו שככה נראה נייקי? או ככה נראה מרצדס?

○ מה אנחנו מבינים מתוך לוגואים? מה הם מספרים לנו?

○ איך חברות גדולות משתמשות בלוגואים ולשם מה?

למנחה: לאחר שהקבוצה ענתה, נסביר: "לוגו הוא סמל שמייצג ערכים של חברה. אנחנו יודעים שנייקי היא חברה

ספורטיבית, שמדברת על עשייה, צעירה, בעוד שמרצדס היא חברה שמסדרת לנו יוקרה, בגרות והצלחה.

הערכים האלה הם חלק מאיך שאנחנו תופסים את החברה, גם אם אנחנו לא לגמרי יודעים מה זה הסמל הזה. זה

מה שגורם לנו לרצות לקנות את החברה וזה מה שמסביר לנו את הערך של החברה."

משמעות הלוגו ברמה האישית: נשאל את הקבוצה?

○ אז מה הקשר בין מיתוג אלינו?

○ איפה אנחנו צריכים מיתוג?

למנחה: לאחר שהקבוצה ענתה, נסביר: "לכל אחד מאיתנו יש ערכים וכל אחד מאיתנו נמצא בחיים במצבים

שהוא צריך להסביר מה הערך שלו. בעיקר בעולם העבודה, אבל אפילו בדייט או במפגש חברים. היום אנחנו

ניצור לעצמנו את הלוגו שלנו, שמבטא את הערכים שלנו."

צירת הלוגו (30 דק)

נבקש מהמשתתפים לחפש תמונות או ייצוגים שיכולים להיות מתאים לייצג אותם. ניתן כחצי שעה לעבודה, בה כל משתתף יוצר עבור עצמו לוגו. נסתובב בין המשתתפים ונדייק אותם דרך שאלות – האם הטקסט הוא חלק מהלוגו? האם הוא נפרד? האם בכלל יש טקסט? באיזו שפה בחרו לכתוב? למה דווקא בזו? לאחר שלכל משתתף יש ייצוג, מציגים את הייצוגים של הלוגואים ב"תערוכה". מאפשרים למשתתפים להסתובב בתערוכה ולהתרשם מהלוגואים.

שאלות לדין:

- איך החלטתם מה יהיה הלוגו שלכם? מה היו השיקולים שלכם בתוך התהליך של בחירת הלוגו?
- האם אתם מרגישים שהלוגו מייצג אתכם?

למנחה: בשלב זה נדבר באופן כללי על התהליך ונקיים רפלקציה ראשונית, ונאפשר למשתתפים להעמיק את החשיבה על הלוגואים שלהם בתוך העבודה בקבוצות.

שיח בזוגות

מתחלקים לזוגות ומדברים על שני הלוגואים:

- מה חשבתם כשראיתם את הלוגו של בן/בת הזוג?
- מה הלוגו עורר בכם?
- מה תפיסתכם לגבי מי שמולכם והאם הלוגו מייצג אותו/ה?
- האם השני/ה הבין/ה את הלוגו שלכם נכון? האם התחברתם למה שעורר בו הלוגו?
- מה הלוגו מייצג עבורכם? מה רציתם לבטא?

למנחה: לאחר העבודה בקבוצות, נאסוף את העבודה בקבוצות במליאה דרך שאלות כלליות:

- מה קרה בתוך הזוגות? איך הרגשתם בעבודה בזוגות?
- האם למדתם משהו חדש על בן/בת הזוג?
- האם למדתם משהו חדש על עצמכם?

סיכום:

נסכם ונחבר את המשתתפים לכך שאחד הכישורים הבולטים היום בעולם העבודה הוא מיתוג עצמי, כישור שמדבר על הצורך שלנו לייחד את עצמנו בעולם העבודה ולהגדיר את הערך הייחודי שלנו. בעצם התנסנו היום בהגדרת הערך הייחודי שלנו. נבקש מכל משתתף/ת להגיד את הערך המרכזי שהוא/היא לוקח/ת איתה לתוך עולם העבודה/ המשך החיים.

תחנת עיגון:

מטרות המשימה:

1. לחקור ולהבין את הערכים והמאפיינים האישיים שמגדירים את המותג האישי שלכם.
2. ליישם תובנות מיתוג אישי בעולם האמיתי, על ידי יצירת חומרים שיווקיים אישיים (כגון לוגו, סיסמה או הצגת ערכים).
3. לפתח יכולות של תקשורת והצגה עצמית בהקשרים שונים, כולל בעולם העבודה והחיים האישיים.

הנחיות למשימה:

חקירת ערכים אישיים:

- צרו רשימה של 10 ערכים שאתם מאמינים שמייצגים אתכם בצורה הטובה ביותר (למשל: יצירתיות, נחישות, אמינות, שיתוף פעולה).
- צרו סקר קצר ושאלו חמישה אנשים שמכירים אתכם היטב (חברים, משפחה, מורים) איזה ערכים הם מזהים אצלכם. השוו בין הרשימות.
- ציינו אילו ערכים הופיעו גם ברשימה האישית שלכם וגם במשובים מהאחרים. אילו ערכים היו מפתיעים? אילו חיזקו את מה שחשבתם על עצמכם?

בניית לוגו אישי וסיסמה:

- השתמשו בערכים והמאפיינים שאספתם כדי ליצור לוגו אישי או סמל שמייצג אתכם. זה יכול לכלול ציור, קולאז', או שימוש בכלי דיגיטלי (כמו Canva).
- בנוסף, כתבו סיסמה (מוטו) קצרה שמתארת את הערך המרכזי או המטרה שלכם, כמו מיני-משפט שמתאר אתכם. למשל, אם אתם מאוד נחושים ואוהבים לעבוד קשה, הסיסמה יכולה להיות: "עם נחישות עד הקצה".
- חשבו כיצד הלוגו והסיסמה שלכם מתקשרים לערכים שלכם ואיך הם יכולים לייצג אתכם בעולם העבודה או במצבים חברתיים.

תצוגת הערכים בעזרת תמונות:

- אספו תמונות שמייצגות את הערכים שבחרתם. צרו לוח ויזואלי (Mood Board) שבו תמונות, צבעים, וסמלים שמתקשרים לערכים ולמותג האישי שלכם.
- ניתן להשתמש בגזירי מגזינים, תמונות מהאינטרנט, ציורים, או כל דבר שיכול לעזור לכם לבנות את הלוח הוויזואלי שלכם.

שיתוף והצגה:

- הכינו מצגת קצרה (2-3 דקות) שבה תציגו את הלוגו, הסיסמה ולוח הערכים שלכם. הציגו כיצד הם מבטאים את המותג האישי שלכם. נסו לחשוב איך הייתם מציגים את זה בראיון עבודה, פגישה חברתית או בפרויקט לימודי.
- הציגו את המצגת בפני חברי משפחה, חברים, או אפילו מול הכיתה. בקשו מהם פידבק: האם הלוגו והסיסמה משקפים אתכם כפי שהם רואים אתכם? האם יש משהו שאפשר לשפר?

רפלקציה:

- כתבו תובנה מסכמת על תהליך העבודה: מה למדתם על עצמכם? מה היה מאתגר בתהליך? איך תחוו את המיתוג האישי שלכם לאחר ביצוע המשימה?
- הסבירו כיצד לדעתכם מיתוג אישי יכול לעזור לכם בעולם העבודה, בלימודים ובחיים האישיים. איך תמשיכו להשתמש בתובנות ובכלים שלמדתם במשימה הזו?

דף תצפית

תפקיד התצפיתן/ית הוא חשוב ביותר, מאחר ודרכו נרצה להבין את המקדמים והחסמים בעבודת צוות יעילה. לפניך מספר שאלות אשר יעזרו לך לנסות ולהבין איפה הצוות עובד באופן יעיל ומקדם ואיפה הוא עובד באופן שמעכב את ביצוע המשימה: מה האווירה בצוות?

האם יש משתתפים שתורמים יותר מאחרים? באיזה אופן?

האם יש חברי/ות צוות שמשתלטים על השיח ולא מאפשרים לאחרים להתבטא? כיצד זה קורה?

האם יש כאלה שמעודדים חברי צוות שקטים להתבטא? כיצד זה קורה?

כיצד הגיע הצוות לפתרונות? מה קרה כשהפתרונות לא עבדו? אלו פתרונות מוצלחים הוצעו וכיצד?

הערות ומחשבות נוספות:

נספח 2: דף סוגי שאלות

סוגי שאלות בשיחה1:

שאלת הבהרה: דוגמא: אני מצטער, לא הבנתי, אתה יכול לחזור על מה שאמרת? או "

אני לא בטוח שהבנתי, מה באמת קרה אתמול בערב?"

בקשה למידע כללי נוסף: ספר לי בבקשה, ממתי הילד לא רוצה לגעת בחביתה? או

ספר לי מה היה היום בעבודה?

שאלה שמטרתה לעזור בפיתוח והרחבה של נושא מסוים מתוך סה"כ נושאים שעלו

בשיחה עד כה: אמרת שקצת אחרת לעבודה היום, אמרת ששני עובדים חסרו והיית

צריך לעשות את כל העבודה לבדך ושגם הראש כאב- אבל מה באמת גרם לך למצב רוח

כבד כזה?

שאלת עידוד להמשך שיחה: אני מבין ממה שאמרת שלא מצאת בדיוק את השמלה

שחיפשת, אבל מה המיוחד בשמלה שאת מחפשת? (שכל כך קשה למצוא כזו?)

שאלות "למה": פעמים רבות יש לה קונוטציה מאיימת מתקופת הילדות, על כן לא מומלץ

להרבות בה. לדוגמא: למה שברת את החלון? למה אתה לא עושה מה שאומרים לך?,

יחד עם זאת אם היא נשאלת בטון נעים המצביע על עניין ובהמשך לשאלת התלבטות של

שותף השיחה האחר היא בהחלט יכולה לשמש כשאלת חקר המסייעת לפתח את

הדיאלוג.

לדוגמא: בת הזוג: אחרי מה שהיה אתמול אני ממש מרגישה שההורים כועסים עלי.....

בן הזוג: למה בעצם?

1. בנבנישתי אמי (1984) האזנה ודיבוב בראיון- פרסומי מועצת בתי הספר לעבודה סוציאלית בישראל. (עמודים: 60-72) רעם גבריאלי (2003) אומנות השיחה - מלהג ופטפוט עד הידברות ודיאלוג הוצאת ידיעות אחרונות - ספרי חמד.

שאלות סגורות מול שאלות פתוחות

שאלות סגורות בדרך כלל מגדירות נושא ומגבילות את שותף השיח למילים ספורות: כן, לא, וכד'. שאלות אלו מתאימות בעיקר להשגת תוכן עובדתי ופחות רגשי.

דוגמא לשאלות סגורות: באיזה שעה עזבת היום את העבודה? מתי את חוזרת הביתה? וכד'.

שאלות פתוחות: שאלות המזמינות תשובות מפורטות יותר משותף השיחה ומאפשרות בחירה והתמקדות במה שהוא רוצה. מתאימות לסיטואציות רגשיות השמות דגש על ביטוי רגשי.

דוגמא לשאלה פתוחה: ספרי לי על ההרגשה שלך במקום העבודה החדש?

שאלת שילוב (בין סגורה לפתוחה): הזכרת אתמול את התסכול שהיה לך באופן שבו המנהל הישיר פנה אליך: איך הרגשת היום אתו?

שאלות מסוג "רשימת כביסה": לעיתים שאלות פתוחות אינן נותנות את התשובה המלאה המקווה. או ששותף השיחה לא מבין למה הכוונה או שעונה בתשובה מצטמצמת כמו "לא יודע" או כל תשובה קצרה אחרת המראה על קושי לזרום עם השיחה. במקרה זה ניתן לנסות את השימוש "ברשימת כביסה" כלומר להציע לשותף השיחה רשימת תשובות אפשריות. לדוגמא: שותף השיחה נשאל על יד בת זוגו מה דעתו על ההצעה שקיבל ממקום העבודה, להירשם להנדסת מכונות?

מתקבלת תשובה מינימליסטית כמו: "לא יודע". גם התשובות הנוספות הן מינימליסטיות.

כעת בת הזוג עוברת לטכניקה של רשימת הכביסה:

-עברת על שנתון הלימודים?

- בדקת אם ניתן לדחוס את הלימודים ליומיים מרוכזים?

- בדקת אם ישמרו לך את התפקיד הנוכחי? (במקום העבודה)

- בדקת כמה זה עולה?

טכניקה זו לא מומלצת אלא אם אין כל דרך אחרת לדיבוב לשיחה.

שאלה של בדיקת הבנה (של המקשיב): (ומאליו היא גם משוב- הקשבה פעילה) דוגמא: האם אמרת שלא ימך יש ביקורת קשה על איך שהבית שלנו ניראה?

שאלה של בדיקת מושגים לא מובנים. דוגמא: אני לא בטוחה שאני מבינה למה את מתכוון כשאתה אומר שהוא אכזר? אתה יכול להסביר לי?

שאלה ישירה ושאלה עקיפה:

שאלה ישירה: זוהי שאלה היכולה להיות סגורה או פתוחה, אך מה שברור הוא שיש לענות עליה מבלי ללכת סחור סחור. לדוגמא: חשוב לי לשמוע ממך ישירות, האם....?

שאלה עקיפה: זוהי שאלה שאינה נגמרת בסימן שאלה, אך גם לא בסימן קריאה. היא מיחסת למשהו שרצוי שהשומע יגיב עליו, אך אין פה הפנייה ברורה לכך, אלא זה מוגש בצורה כזו שאם הנשאל לא יענה, זה לא יראה כחוסר נימוס. לדוגמא: אם מתאים אותך לשתף אותי, אני אשמח לדעת...

שאלת משוב: זו שאלה המכוונת לשם קבלת מידע מסוג מסוים המשמש כמשוב. לדוגמא: "אתה חושב שהתקשורת בינינו השתפרה בזמן האחרון?"

שאלה אמפטית (עם דגש רגשי): מכוונת לחוש ולזהות את רגשותיו של שותף השיחה ולהמחיש לו זאת. דוגמא: זה בוודאי נורא כואב שהוא כל פעם צועק עליך מבלי לשאול על הסיבות שהביאו לכך.... או איך אתה מרגיש עם ?...