

# סילבוס - תוכנית הוראה לקורס סטוריטלינג, מיתוג אישי ותקשורת בין אישית

ד"ר כלילה מגן | הפקולטה למדעי הרוח

Storytelling, Self-Branding and Interpersonal Communications | 36-420-40

סוג הקורס:	סדנה
היקף נ"ז:	2 נ"ז
שנת לימודים:	תשפ"ה
סמסטר:	א'
יום ושעה	14:00-12:00
שעת קבלה:	יום ראשון, 12:00-11:00 (בתיאום מראש)
מייל מרצה:	<a href="mailto:Clila.magen@biu.ac.il">Clila.magen@biu.ac.il</a>
קישור לאתר למדה:	_____

## תיאור הקורס ומטרות למידה

### תקציר הקורס

נעסוק בשני תחומים הקשורים האחד בשני. התחום האחד הוא סטוריטלינג ומיתוג אישי. בעזרת הבנה מעמיקה של הנושאים הללו נוכל לשכלל את האופן שבו אנו מציגים את עצמנו בנסיבות משתנות, בדגש על עולמות התעסוקה והקריירה. נבין איך ניתן "לספר את הסיפור" שלנו באופן משכנע – ראשית לעצמנו ולאחר מכן לאנשים סביבנו. התחום השני, אח בתוך אותה המשפחה, עוסק במיומנויות התקשורת הבין אישית. כיצד אנחנו מתקשרים ואיך אפשר לעשות זאת טוב יותר? איך אנו פותרים מחלוקות ומצבים של אי הסכמה ומה הקשר בין הקשבה לשגשוג מקצועי?

## מטרות/תוצרי הלמידה

### ידע

1. הלומדים יכירו את עקרונות התקשורת הבין אישית, הסטוריטלינג והמיתוג אישי.
2. הלומדים יבחנו דרך מקרי בוחן את האתגרים והדילמות שבתחומים הנלמדים ויכירו פתרונות לאתגרים ולדילמות הללו.

### מיומנויות

1. הלומדים ינתחו סיטואציות בין אישיות של אחרים ושל עצמם בסביבות משתנות בעזרת שימוש במקרי בוחן ובתצפיות.
2. הלומדים יתנסו בהעברת פיץ' (Pitch) שיתבסס על עקרונות הסטוריטלינג והמיתוג האישי.

### תפיסות עולם וערכים

1. הלומדים יתרגלו חשיבה סובלנית של "הליכה בנעלי האחר" ויחשפו למתודות לא אלימות לפתרון קונפליקטים.



## למידה פעילה - תכנון מהלך השיעורים:

מס' השיעור	נושא השיעור	למידה פעילה	הערכה תהליכית/מעצבת
1	מבוא ופתיחה לקורס: היכרות ראשונית עם הנושאים ועם קבוצת הקורס.	סרטון היכרות, מתודות היכרות פעילות ותיאום ציפיות	
2	תוכן.מילים.סיפור: אומנות ה- <i>Storytelling</i> כיצד אנו מספרים לעולם את סיפורינו?	סימולציות כיתתיות וניתוח מקרי בוחן	
3	שפת גוף – לדבר בלי לדבר: על שיגור וקליטת מסרים בלתי מילוליים	סימולציות כיתתיות וניתוח מקרי בוחן	משוב עמיתים באמצעות תיעוד וצפייה בתיעוד
4	איך בונים פיץ' (Pitch) מנצח? – חלק א'	כתיבת בריף בזוגות	
5	איך אורזים פיץ' (Pitch) מנצח? – חלק ב'	עבודה בזוגות על הפרזנטציה	שאלון רענון
6	איך מגישים פיץ' מנצח? – חלק ג'	סימולציות והדגמות כיתתיות בעזרת צילום, צפייה ומשוב עמיתות ועמיתים.	שאלון רענון
7	פרזנטציות נושאיות	הצגת הפרזנטציות	משוב עמיתים
8	אני? מותג? – מה הסיפור של מיתוג אישי?	סימולציות כיתתיות וניתוח מקרי בוחן	
9	בניית פרזנטציות אישיות	הדרכה וליווי אישי	
10	הצגת פרזנטציות אישיות	הצגת הפרזנטציות	משוב עמיתים
11	תקשורת בין אישית – למי זה טוב ולמה זה חשוב?	סימולציות כיתתיות וניתוח מקרי בוחן	

	סימולציות כיתתיות, עבודה בזוגות וניתוח מקרי בוחן	משקפיים, מציאות ומה שביניהם	12
שאלון רענון	סימולציות כיתתיות, עבודה בזוגות וניתוח מקרי בוחן	על קצרים בתקשורת – סיבות, נסיבות ופתרונות	13
סרטון סיכום ומשוב קורס		סיכום קורס - מבט אחורה, מבט קדימה	14

\*ייתכנו שינויים בסילבוס בהתאם לקצב ההתקדמות ואפקטיביות הלמידה



## ציון סופי

ציון הקורס - עובר/לא עובר  
רכיבי הציון – ראו טבלה מצ"ב

משקל בציון הסופי	תיאור התוצר
30 % מהציון הסופי	פרזנטציה נושאית
30 % מהציון הסופי	פרזנטציה אישית
40 % מהציון הסופי	השתתפות פעילה בקורס, בסימולציות, בדיונים וכיוב'



## דרישות הקורס

**מטלות** – על הסטודנטים להכין 2 פרזנטציות במהלך הקורס ולהציגן למשתתפות ולמשתתפי הקורס. פרזנטציה אחת היא משימה בזוגות והשנייה היא משימה אישית. פרטים מלאים יוצגו בשיעור הראשון בקורס.

**נוכחות** - כיוון שמדובר קורס תהליכי שבו נבנים הידע והמיומנויות כנדבכים, הנוכחות של הסטודנטיות והסטודנטים **קריטית להצלחתם**. על המשתתפים בקורס להקפיד להיות נוכחים ב- 85% מהקורס לפחות, ולהימנע ככל האפשר מהיעדרויות.



## דרישות קדם

### מיון וקבלה על ידי המחלקה.

קורסים ולימודים שיש להשלים לפני הרשמה לקורס. מידע זה צריך להיות מתואם עם מזכירות המחלקה. (לחילופין ניתן לציין ידע או מיומנויות בהם קיימת שליטה מלאה לפני ההרשמה לקורס)

שם הקורס	מס' הקורס

## ביבליוגרפיה: המלצות לתכנים לקריאה, צפיה והאזנה



Floyd, K. (2021). *Interpersonal Communication, fourth edition*. New York: McGraw Hill, 21-25.

Solomon, D. and Theiss, J. (2022). *Interpersonal Communication – Putting Theory into Practice*, 5-16.

אנדרסון, כ' (2016). **המדריך הרשמי של TED לדיבור בפני קהל**. בן שמן: מודן, 79-87.

פיינהולץ, נ' (2022). **חמש שאלות בדרך לסיפור מדויק**  
<https://www.youtube.com/watch?v=NluNs0GaHaw&t=9s>

גואז, א' (2017). התחילו לספר – סטוריטלינג אפקטיבי לקידום אישי, עסקי וארגוני. פופרייט, 57-76.

מאיירס, ד' ג' (2012). שכנוע, פסיכולוגיה חברתית, כרך א', 272-297.

אנדרסון, כ' (2016). **המדריך הרשמי של TED לדיבור בפני קהל**. בן שמן: מודן, 19-27.

גסטון דרוגר מתרגל פיץ' מעלית, כאן דיגיטל, <https://www.youtube.com/watch?v=800iO2A6zsY>

שולם, י'. (2013). **בין המילים: תקשורת בין אישית, כוח הדיבור ואמנות ההקשבה**. ירושלים: הוצאת ספרים פלדהיים.

קלייר, ג' (2021). **הרגלים אטומיים – שיטה קלה ומוכחת להטמעת הרגלים טובים ולשבירת הרגלים גרועים**. מטר, 23-29.

Whitmer, J. M. (2019). You are your brand: Self-branding and the marketization of self. *Sociology Compass*, 13(3), e12662.

גולמן, ד' (2007). **אינטלגנציה חברתית – המדע החדש של יחסי אנוש**. תל-אביב: ידיעות ספרים, 13-25.

Wood, J. T. (2020). *Interpersonal Communication*. Australia: Cengage, 180-184, 189-195.

Ansari, A. (2021). The role of interpersonal communication skills in human resource and management. *International Journal of Science and Research*, 10(11), 916-922.

סטון, ד', פטון, ב', הין, ש', צור, מ', ארלנדור אוקון, מ' (2004). **שיחות קשות: איך לדבר על מה שחשוב באמת: בעסקים, בחיים הפרטיים ובמקום העבודה**. מודן.

מאירס, ד' ג' (2012). **פסיכולוגיה חברתית, כרך א'**, 92-101.

שריג, נ' (2021). פרשנות סובייקטיבית. מכון אדלר,

<https://machon-adler.co.il/%d7%a4%d7%95%d7%a1%d7%98-%d7%9e%d7%90%d7%9e%d7%a8/%d7%a4%d7%a8%d7%a9%d7%a0%d7%95%d7%aa-%d7%a1%d7%95%d7%91%d7%99%d7%99%d7%a7%d7%98%d7%99%d7%91%d7%99%d7%aa>

רוזנברג, מ' (2009). **תקשורת לא אלימה – תקשורת מקרבת, שפה לחיים**. רמת גן: הוצאת פוקוס, פרק 10, 141-157.

אריקסון, ת' (2019). **מוקף באדיוטים – איך להבין את מי שאינם ניתנים להבנה**. חבל מודיעין: כנרת-זמורה-דביר, 210-229.

גודמן, מ' (2021). **מהפכת הקשב: העידן הדיגיטלי – השבר והתיקון**. חבל מודיעין: כנרת-זמורה-דביר, 83-102.