

תכנית לימודים
תיירות
כמקצוע מוביל עיוני
(5 יח"ל)

תיירות בישראל
מאפיינים תיירותיים
(תיירות נכנסת לישראל וניהול השיווק התיירותי)
לימודי הפנאי

תיירות בישראל ומאפיינים תיירותיים

תיירות בישראל

מטרות התנהגותיות

1. התלמיד יכיר את מושגי התיירות - תיירות נכנסת, תיירות פנים, תיירות יוצאת. התלמיד יבין את חשיבותם ויכיר את ההבדלים שביניהם.
2. התלמיד יבין את חשיבות ענף התיירות לכלכלת המדינה וליצירת תדמית לאומית חיובית.
3. התלמיד יכיר את הגורמים המשפיעים על היקף תנועת התיירותלישראל.
4. התלמיד יכיר את המוסדות, הגופים והארגונים המרכיבים את ענף התיירות והאופן שבו הם פועלים.
5. התלמיד יכיר את האזורים הגיאוגרפים השונים של הארץ, והדגשת הייחוד התיירותי של כל אזור על האטרקציות המוצעות בו.
6. התלמיד יפתח מיומנויות שימוש במאגרי מידע תיירותיים ויישומי אינטרנט בתיירות.

תכנית הלימודים

1. **רקע היסטורי ומגמות בהתפתחות התיירות בעולם**
 - 1.1 בעת העתיקה
 - 1.2 בימי הביניים
 - 1.3 בעת החדשה
2. **חשיבותה של התיירות לישראל**
 - 2.1 חשיבות כלכלית כמקור חשוב להכנסת מטבע זר, כבעל ערך מוסף למשק, כמחולל תעסוקה וכמעודד פיזור אוכלוסייה
 - 2.2 חשיבות ליצירת תדמית לאומית, כאמצעי הסברה וככלי ליצירת קשר עם יהודי התפוצות ועידוד עלייה
3. **הגופים הפועלים בתחום התיירות והפעלתה בישראל**
 - 3.1 המישור הממלכתי - מבנה משרד התיירות על אגפיו, בדגש על אותם אגפים הקשורים ישירות לענף
 - 3.2 במישור המוסדי - היכרות עם גופים מוסדיים המביאים מבקרים לארץ, אופי פעילותם ותרומתם לענף

3.3 במישור המסחרי - היכרות עם לשכת מארגני תיירות ולשכת מארגני תיירות פנים, דרכי הפעילות של מארגני התיירות בקשרי העבודה עם הסיטונאים בחו"ל ועם ספקי שירותים בארץ

4. הכרת החבלים הגאוגרפים של ישראל

- 4.1 רמת הגולן
- 4.2 גליל וסובב כנרת
- 4.3 העמקים
- 4.4 מישור החוף
- 4.5 ירושלים וסביבותיה
- 4.6 ים המלח ומדבר יהודה
- 4.7 הנגב והערבה

מקורות ללימוד

כהן, מ' (2006). **תיירות בישראל** (חלק א), משרד החינוך, מפ"ט עמל.

מפת א"י בקנה מידה 1: 250,000 בהוצאת המרכז למיפוי ישראל.

מאפיינים תיירותיים

מטרות התנהגותיות

1. התלמיד יכיר את הגורמים המשפיעים על היקף תנועת התיירות הנכנסת לישראל, ויבין מהי משמעותם.
2. התלמיד יבין מהו ייחודה של ישראל כארץ תיירות :
 - א. תולדות התיירות בראי הדורות : בעת העתיקה, בימי הביניים ובעת החדשה
 - ב. מוקדי המשיכה השונים לתיירות בישראל
 - ג. סוגי התיירות על פי מטרת הביקור
 - ד. מגזרי תיירות, הנבדלים זה מזה באופן הארגון הפיזי והרעיוני
3. התלמיד יכיר את פילוחי שוק התיירות בישראל על פי קריטריונים שונים (הלימוד ייעשה באמצעות ניתוח נתונים סטטיסטיים לפי קריטריונים שונים).
4. התלמיד יכיר את מגוון שירותי התיירות הקיימים בישראל ואת מאפייניהם, ואת דרך ההתקשרות בין מארגן התיירות לשירות מסוים.
5. התלמיד יכיר את ההיצע הקיים לתייר במשך שהותו בארץ המבוססת על סוגי סיורים שונים : קבועים (regular tours), סיור ותיור ברכב (רכב אשכול), סיורים ברכב שכור לנהיגה עצמית, וסיורי מדף אחרים הנמצאים בשוק.
6. התלמיד יבין מה הם העקרונות המנחים בתכנון סיורים לקבוצות תיירים מאורגנות : שיבוץ אתרים שיש בהם עניין מיוחד בהתאם לסוג המבקרים ואפיוניהם.
7. התלמיד יפתח מיומנויות לשימוש באתרי אינטרנט ובמאגרי מידע בתיירות.

תכנית הלימודים

1. הגורמים המשפיעים על היקף התיירות הנכנסת לישראל ועל תיירות הפנים
 - 1.1 המצב הגיאופוליטי באזור
 - 1.2 מגמות פוליטיות כלפי ישראל
 - 1.3 המצב הכלכלי בשווקים הפוטנציאליים לתיירות בישראל
 - 1.4 מידת ההשקעה בשיווק התיירות לישראל בעולם
 - 1.5 רמת מחירי השירותים יחסית לאותם שירותים בארצות תיירות אחרות בעולם
 - 1.6 מדיניות תעופה
 - 1.7 מדיניות הממשלה בנושאים חברתיים המשפיעים על היקף התיירות הנכנסת
 - 1.8 פיתוח מבוקר :
 - 1.8.1 שימור ושיקום כפתרון לפיתוח תיירות מבוקר - תיירות בת קיימא
 - 1.8.2 תשתיות מתאימות לקליטת תיירות בהיקפים גדולים יותר מהקיימים
 - 1.9 מודעות ורמת שירות של העוסקים בענף התיירות בישראל ; מודעות לאירוח ולהסברת פנים של ציבור האזרחים במדינה
 - 1.10 אירוע בקנה מידה לאומי או בינלאומי המתרחש בארץ.
 - 1.11 תמריצים לעידוד תיירות פנים.
2. ייחודה של ישראל כארץ תיירות
 - 2.1 תולדות התיירות לארץ ישראל בראי הדורות
 - 2.2 מוקדי המשיכה השונים לתיירות בישראל :
 - 2.2.1 קדושתה של הארץ לדתות השונות, הבסיס ההיסטורי למשיכה זו, והאתרים המיוחדים לכל דת
 - 2.2.2 התנאים הפיזיים המיוחדים את ארץ ישראל ומעוררים עניין בתיירות : המיקום המיוחד על מפת העולם, תופעות גיאולוגיות, אקלים על כל רבדיו, נוף מתחלף, תכונות מרפא, תופעת נדידת הציפורים (ישראל היא מוקד חשוב ביותר בקנה מידה עולמי)
 - 2.2.3 חברה המתפתחת בקצב דינמי
 - 2.3 סוגי התיירות השונים על פי מטרת הביקור :
 - 2.3.1 תיירות עסקים : נסיעת עסקים, כנסים, תערוכות וירידים, נסיעת תמרץ, סיור לימודי, סיור מקצועי, תיירות בתעשייה
 - 2.3.2 תיירות להנאה : ביקור משפחות, טיול משפחות, נופש פעיל, גיל הזהב, נופש חופים (SSS), ספורט, טיולי אתגר, שיט חופים, תיירות תרבות, מרפא
 - 2.4 מגזרי תיירות שונים באופיים הארגוני, הפיזי או הרעיוני :
 - 2.4.1 תיירות כפרית
 - 2.4.2 תיירות עירונית
 - 2.4.3 תיירות אקולוגית

3. **פילוח שוק התיירות לישראל (תיירות במספרים)**
- 3.1 כניסות תיירים לישראל על פי חלוקה לארצות
 - 3.2 כניסות תיירים לישראל על פי השתייכות דתית
 - 3.3 כניסות תיירים לישראל על פי מטרת הביקור
 - 3.4 כניסות תיירים לישראל על פי סוג הביקור (ראשון או חוזר)
 - 3.5 כניסות תיירים לישראל על פי אזורי הביקור
 - 3.6 חלוקה סטטיסטית של פעילויות תיירים על פי ביקור באתרים חשובים
 - 3.7 כניסות תיירים לישראל על פי דרך הכניסה לארץ (לא כולל שיט)
 - 3.8 כניסות תיירים לישראל על פי הגיל
 - 3.9 מאפייני ההחלטה לבקר בישראל ורשמים מהביקור
 - 3.10 מאפייני התיירים לפי ארגון הסיור בארץ

4. **שירותי התיירות בישראל**
- 4.1 שירותי אכסון
 - 4.2 שירותי תחבורה
 - 4.2.1 תחבורה אווירית
 - 4.2.2 תחבורה יבשתית
 - 4.2.3 תחבורה מסילתית
 - 4.2.4 תחבורה ימית
 - 4.3 שירותי הסעדה
 - 4.4 שירותי פנאי ובילוי
 - 4.4.1 אטרקציות טבעיות
 - 4.4.2 אטרקציות מלאכותיות
 - 4.5 שירותי תיור
 - 4.5.1 הסיורים הרגולריים
 - 4.5.2 סיורי רכב אשכול
 - 4.5.3 שירותי מדף אחרים

מקורות ללימוד

כהן, מ' (2006). **תיירות בישראל** (חלק ב). משרד החינוך, מפ"ט עמל.

ניהול השיווק התיירותי

מטרות התנהגותיות

1. התלמיד יכיר תהליכים שיווקיים כלליים ואת יישומם בתהליכים של שיווק תיירותי.
2. התלמיד ירכוש ידע בסיסי בשיווק, ויבין את העקרונות והפונקציות של השיווק ושל השיווק התיירותי.
3. התלמיד יבין את התהליכים השיווקיים המשפיעים על צרכן התיירות.
4. התלמיד יבין את התהליכים המחייבים את הארגון התיירותי בשיווק.
5. התלמיד יכיר התנהגות של צרכנים ושל קונים בשוק התיירותי והמלונאי.
6. התלמיד ילמד ממה מורכב התמהיל התיירותי והמלונאי.
7. התלמיד יזהה את שוקי המטרה וילמד לפלח את השוק התיירותי בארץ ובעולם.
8. התלמיד יכיר סוגי מוצרים תיירותיים הנמצאים בשוק, מחזור של חיי מוצר ותמהיל של מוצרים.
9. התלמיד יכיר את מאפייני המוצר התיירותי ואת השפעותיו על שוק הצרכנים.

תכנית הלימודים

1. **עקרונות הגישה השיווקית**
 - 1.1 מהות השיווק
 - 1.2 מושגי יסוד בתיירות
 - 1.3 מושגי יסוד בשיווק: שוק - תקשורת וחליפין, ביקוש והיצע, שיווי משקל, צרכים, רצונות, מוצרים
 - 1.4 מהות השיווק התיירותי
2. **שיווק מטרה**
 - 2.1 הגדרה
 - 2.2 פילוח שוק (בכלל ובשוק התיירותי בפרט: פילוח דמוגרפי, פילוח גיאוגרפי, פילוח על פי מטרת הנסיעה, פילוח התנהגותי, פילוח פסיכוגרפי, פילוח לפי תועלת)
 - 2.3 שיקולים לפילוח שוק
 - 2.3.1 שיווק אחיד - יתרונות וחסרונות
 - 2.3.2 שיווק מבודל - יתרונות וחסרונות
 - 2.3.3 שיווק מרוכז - יתרונות וחסרונות
 - 2.4 נישות (גומחות)
 - 2.5 שווקי מטרה של אזור/יעד תיירות

3. אסטרטגיית המוצר

- 3.1 סיווג מוצרים
- 3.2 המוצר התיירותי
 - 3.2.1 לפי מגוון
 - 3.2.2 לפי סוג לקוחות
 - 3.2.3 לפי התנהגות הקנייה של הלקוחות
- 3.3 תמהיל המוצרים
- 3.4 תיירות אזורית כמוצר תיירותי
- 3.5 מיתוג
- 3.6 שלבים בחיי מוצר
- 3.7 מיצוב מוצרים

4. תקשורת בשיווק

- 4.1 עקרונות התקשורת השיווקית
- 4.2 מטרות התקשורת ויעדיה
 - 4.2.1 ציבור המטרה
 - 4.2.2 סוג ההשפעה
 - 4.2.3 רמת ההישגים
- 4.3 תמהיל התקשורת
- 4.4 מרכיבים בתמהיל התקשורת
- 4.5 שלבי התקשורת בשיווק
 - 4.5.1 זיהוי קהל המטרה
 - 4.5.2 הגדרת התגובה המבוקשת
 - 4.5.3 בחירת המסר ועיצובו
 - 4.5.4 בחירת הערוץ
 - 4.5.5 בחירת מקור המסר
 - 4.5.6 הערכת הקמפיין על ידי משוב
- 4.6 שיטות התקשורת המקובלות
 - 4.6.1 מפה לאוזן
 - 4.6.2 אפיקי פרסום
 - 4.6.3 קידום מכירות
 - 4.6.4 יחסי ציבור
 - 4.6.5 החלטות עיקריות ביחסי ציבור
 - 4.6.6 תקשורת אישית
 - 4.6.7 שיווק ישיר
 - 4.6.8 דיוור ישיר בדואר רגיל
 - 4.6.9 טלמרקטינג
 - 4.6.10 דיוור אלקטרוני
 - 4.6.11 מכירה באמצעות האינטרנט

מקורות ללימוד

כהן, מרים (2003). **ניהול השיווק התיירותי**, משרד החינוך, מפ"ט עמל.

לימודי הפנאי

מטרות התנהגותיות

1. לחשוף את התלמיד להיבטים שונים הקשורים בזמן הפנוי ובפעילויות הפנאי, ובהשלכותיהם על הפרט, החברה והסביבה הפיזית.
2. להקנות לתלמיד עולם מושגים רחב הנגזר מהיבטי הפנאי השונים.
3. להקנות לתלמיד מסר תאורטי שיאפשר לו להבין את התהליכים ואת האינטראקציה שבין הגורמים המשפיעים על פעילויות הפנאי והמושפעים ממנה.
4. להקנות לתלמיד כלים לניתוח אינטרדיסציפלינרי ללימוד תופעות הפנאי.
5. לבנות מסגרת להבנת נושאי הפנאי אשר תאפשר לתלמיד הסתכלות רחבה ומעמיקה על פעילויות פנאי שונות בכלל, ועל פעילויות התיירות בפרט.
6. לחשוף את התלמיד לכל הגורמים המעצבים את תופעת הפנאי ואת הפעילות הקשורה בה - ברמת הפרט והקבוצה כאחד.
7. לנתח תופעות הקשורות בפעילות הפנאי באופן רב-תחומי, ולאפיין את התרומה השולית של כל תחום לאופי הפעילות הנוצרת.

תכנית הלימודים

פרק א': הגדרת הפנאי והבנת חשיבותו בחינוך

- 1.1 הגדרה מילונית
- 1.2 חלוקה לקטגוריות פנאי : פנאי-תיירות-נופש
- 1.3 חשיבות הפנאי במשמעותו העולמית

פרק ב': הפנאי כראי לתרבות

- 2.1 משמעות המושג תרבות
- 2.2 מאפייני תרבות
- 2.3 גורמים המשפיעים על דפוסי תרבות הפנאי
- 2.4 פנאי והתפתחות תרבותית
- 2.5 תיוג תרבות

פרק ג': משמעות הפנאי לאורך התקופות

- 3.1 הפנאי בחברה הפרה היסטורית
- 3.2 יוון העתיקה - הפנאי בראייה פילוסופית
- 3.3 הפנאי בסין העתיקה - איזון והרמוניה
- 3.4 הפנאי ברומי העתיקה - פנאי כהפקה פוליטית
- 3.5 הפנאי באירופה של ימי הביניים
- 3.6 הפנאי בתקופת הרנסנס - הפנאי כביטוי להומניזם
- 3.7 השפעת הרפורמציה הפרוטסטנטית על הפנאי
- 3.8 פנאי בעולם החדש - אמריקה
- 3.9 פנאי במאות השמונה עשרה והתשע עשרה באירופה ובארצות הברית
- 3.10 ההשפעה של התפתחות התחבורה על הפנאי, הנופש והתיירות במאה ה-20

פרק ד': המאפיינים והמשמעויות של הפנאי בימינו

- 4.1 פנאי כזמן
- 4.2 פנאי כפעילות
- 4.3 פנאי כמשמעות
- 4.4 רמות מעורבות בפעילויות הפנאי
- 4.5 מאפייני הפנאי
- 4.6 הגורמים המייחדים את מגוון הפנאי
- 4.7 שלושה מודלים לסגנון הפנאי על פי Kely
- 4.8 פנאי רציני - פנאי אקראי
- 4.9 נופש
- 4.10 תיירות

פרק ה': תפישת הפנאי בהיבט החברתי-כלכלי

- 5.1 הפנאי והשיטה הכלכלית
- 5.2 עבודה ופנאי

פרק ו': פנאי בהיבט ההתנהגותי

- 6.1 ההניעה (המוטיבציה) לבחירת פעילות הפנאי
- 6.2 תיאוריות המסבירות את משמעות הפנאי לאדם
- 6.3 הפנאי במחזור החיים
- 6.4 הרגלי פנאי במחזור החיים
- 6.5 פנאי במספרים

פרק ז': פנאי בישראל

- 7.1 סגנון הפנאי הישראלי
- 7.2 הגורמים המשפיעים על גיוון צריכת הפנאי של הישראלי

מקורות ללימוד

כהן, מרים (עורכת) (2010). **תיירות בעידן הפנאי**, משרד החינוך, מפ"ט עמל.