



משרד החינוך
המינהל למדע וטכנולוגיה
הפיקוח על מגמות ניהול עסקי והנדסת תעשייה וניהול

תכנית לימודים במקצוע השכלה כללית

”הארגון בסביבה כלכלית בעידן גלובלי”

לשנה"ל תשע"ה	30 שעות לימוד	תחום התוכן: מבוא למינהל ולכלכלה
--------------	---------------	------------------------------------

תוכן עניינים

עמ'	נושא	
3	התפיסה הרעיונית של התכנית	1
3	נושאים הנכללים בתוכנית	2
3	רציונל	3
4	מטרות	4
4	דרכי הוראה והערכה	5
5	עקרונות פדגוגיים של התוכנית	6
5	נושאי הלימוד	7
6	פירוט נושאי הלימוד	8
8	ביבליוגרפיה	9
9	מילון מונחים מרכזיים	10

התפיסה הרעיונית של התכנית

הפיקוח על מגמת ניהול עסקי והנדסת תו"נ מציע לכם, המנהלים, תוכנית בשם "הארגון בעולם כלכלי בעידן גלובלי" החושפת את הלומד לתכנים, ערכים חברתיים ולחשיבה ביקורתית בתחום.

מטרת התוכנית היא לפתח אצל הלומד הבנה מהו הארגון תוך הכרת מושגי יסוד בתחום ניהול עסקי, פיתוח מודעות לתהליכים עסקיים כלל עולמיים, הבנת סוגיות כלכליות, חברתיות והקניית ערכים לנוכח ריבוי קונפליקטים חברתיים, תרבותיים ולאומיים, במקביל להתפתחות הטכנולוגית המואצת.

התוכנית מעודדת התנסות בדיון, ניתוח וגיבוש עמדות כלפי סוגיות כלכליות וחברתיות שעל סדר היום, ומאפשרת חשיפה לתכנים על ידי לימוד באמצעות כתבות אקטואליות, סיורים לימודיים, סרטים, משחקים והדמיה.

פירוט הנושאים הנכללים בתוכנית: הארגון, מושגי יסוד בכלכלה, הגלובליזציה, מושגי יסוד בשיווק, אתיקה וערכים בעולם העסקי.

רציונל

תכנית הלימודים "הארגון בסביבה כלכלית בעידן הגלובלי", חושפת את התלמידים לשינויים הגלובליים שהתרחשו בעשורים האחרונים, והשפעתם על העולם העסקי והחברתי בכלל ועל הארגון בפרט. כיום נדרש הבוגר לארגז כלים רחב הכולל ידע הנדסי לצד יכולות ניהוליות ובינאישיות, בוגר היודע להתמודד עם האתגרים העסקיים שמציבה בפנינו המאה ה-21.

מטרת התוכנית להציג בפני הלומד מהו הארגון בסביבה כלכלית ואלו שינויים מתרחשים בו כתוצאה של השפעת כוחות של ה"כפר הגלובלי"

הלומד יבין את מורכבות תהליך ניהול הארגונים הפועלים בעולם הגלובלי, ויהיה ער לשינויים במדיניות הפנים ובמדיניות החוץ ארגונית של הארגון, תוך שימת דגש על אתיקה וערכים בעולם העסקי.

חשיפת התלמידים לאתגרים, כמו גם מתן הזדמנות לבחון את הכישורים הנדרשים לצורך השתלבות בעולם העבודה הגלובאלי, היא משימה חשובה ומאתגרת.

תהליכי הגלובליזציה משפיעים על העולם העסקי כמו גם על החברה שבה אנו חיים במגוון נושאים ביניהם: חינוך, השכלה, משפטים, יחסי עבודה, שיתופי פעולה עסקיים בינלאומיים, חברות רב לאומיות וסוגיות העסקת עובדים.

יעדי התכנית היא לחשוף את התלמידים לחברה עסקית גדולה המנהלת דיאלוג עם הסביבה העסקית והחברתית שבה היא פועלת. התלמידים יבחנו את הנושאים הנלמדים ע"י בחירת חברה רב לאומית הפועלת בישראל, יכירו את החברה, את מטרותיה, אופי עיסוקה ואת השפעות הסביבה על פעילותה. התוכנית מיועדת לכלל התלמידים הלומדים בחטיבה העליונה, במסגרת חובת לימוד להשכלה כללית.

מטרות התוכנית

1. הכרת מושגים בסיסיים מתחום תורת הארגון.
2. הבנת תהליכים המתרחשים בארגונים שונים.
3. הקניית אוריינות עסקית תוך הבנת מושגים מתחום הכלכלה.
4. הבנת יחסי הגומלין בין החברה לסביבה שבה פועל הארגון.
5. הבנת תהליכים כלכליים ובניית אבני יסוד של חשיבה כלכלית.
6. הבנת סוגיות כלכליות אישיות ולאומיות המוצגות בתקשורת.
7. הכרת ההשפעה של הגלובליזציה על תהליכים עסקיים ועל קבלת החלטות ברמה אישית, ברמה העסקית וברמה לאומית.
8. חשיפת התלמידים לשינויים המתרחשים בארגונים העסקיים בארץ ובעולם.
9. הכרת החשיבות של האתיקה והערכים להצלחת הארגון.

דרכי הוראה והערכה

1. לימוד המקצוע תוך שימוש במחשב, ברקו ולוח חכם.
2. הלמידה מבוססת על הפעלת מחשב, שימוש בסביבת "חלונות", ושימוש בסיסי ב-office.
3. שימוש נרחב באתרי אינטרנט / סרטונים.
4. עבודה בקבוצות.
5. מטלת ביצוע המבוססת על נושאי הלימוד של התוכנית.

עקרונות פדגוגיים של התוכנית

הלמידה תתבצע בעזרת שימוש בטכנולוגיה עכשווית כגון שימוש בטלפונים חכמים, עבודה עם מסמכים משותפים (כגון google docs) שילוב הלמידה עם רשתות חברתיות, שכלול יכולות עבודת הצוות בעזרת עבודה במקביל על מספר נושאים המתחברים יחד.

המטרה היא, לפתח אצל הלומד את הכלים לחקור באופן עצמאי נושא המעניין אותו ולחלוק את הידע עם חברים אחרים בקבוצה כך שכולם יוכלו ללמוד וללמד, האחד את השני. כך תיווצר הבנה מעמיקה יותר של הארגון הנחקר.

התכנית תשלב סיורים במפעלי תעשייה, שבהם יכירו התלמידים את הארגון ואת תהליכי העבודה המבוצעים בו. כל קבוצה תחקור תחום פעילות אחר של הארגון – תפעול, שיווק, משאבי אנוש, ייצור, שירות וכד'. כל תלמיד בקבוצה יחקור אספקט אחר בתוך הנושא הכולל כך שבדומה לפאזל המורכב מחלקים רבים יוכלו תלמידי הכיתה לחשוף את הארגון על מגוון הפעילויות המבוצעות בו.

נושאי הלימוד של מקצוע "הארגון בסביבה כלכלית בעידן גלובלי"

מספר	נושאי הלימוד
1	הארגון וסביבתו
2	מושגים מהעולם הכלכלי בו פועל הארגון
3	הגלובליזציה
4	פעילות עסקית בשוק הבינלאומי
5	אתיקה וערכים בעולם העסקי
30	סה"כ שעות

פירוט נושאי הלימוד

שעות	פירוט הנושאים
4	<p>1. הארגון וסביבתו</p> <p>1.1 הארגון</p> <p>1.2 סיווג על-פי מטרות, צורות בעלות, אופי פעילות ותהליכי ייצור</p> <p>1.3 מאפייני הארגון</p> <p>1.4 חברות רב לאומיות</p> <p>1.5 סביבת הארגון – מאקרו ומיקרו</p> <p>1.6 משאבי הארגון</p>
8	<p>2. מושגים מעולם הכלכלי בו פועל הארגון</p> <p>2.1 ההיסטוריה של הכסף – מסחר חליפין ועד הביטקוויין</p> <p>2.2 סוגי מטבעות ושער חליפין</p> <p>2.3 מוסדות כלכליים – בנקים, שוק ההון</p> <p>2.4 חברות ציבוריות וחברות בורסאיות</p> <p>2.5 השקעות בינלאומיות ותנועות כספים</p> <p>2.6 בעלי ההון והשפעתם על המשק</p>
6	<p>3. הגלובליזציה - סוגיות נבחרות של השפעת הגלובליזציה על הארגונים</p> <p>3.1 מעמד העובדים במשק וחוקי העבודה.</p> <p>3.2 ההתפתחות התעשייתית, הוזלת עלויות ייצור, הגדלת מגוון המוצרים הנמכרים ועלייה בתחרות בשוק המסחרי.</p> <p>3.3 השפעות הגלובליזציה על מסחר בין-לאומי.</p> <p>3.4 שוק העבודה והגירת עובדים (הנזק למשק הישראלי בבריחת מוחות).</p> <p>3.5 שינויים בשוק ההון.</p> <p>3.6 בחינת יתרונות וחסרונות של הגלובליזציה ומציאת דרכים לפעול בצורה יעילה לאור תנאי השוק המשתנים.</p>

8	<p>4. פעילות עסקית בשוק הבינלאומי</p> <p>4.1 יבוא ויצוא מוצרים ושירותים.</p> <p>4.2 חברות רב לאומיות.</p> <p>4.3 היכרות עם חברות רב לאומיות הפועלות בישראל.</p> <p>4.5 הבדלים בין חברות מקומיות לחברות רב לאומיות.</p> <p>4.6 השפעת השינויים הגלובאליים על הצרכנים.</p> <p>4.7 השפעת הפעילות הגלובאלית על התפתחותן של מדינות.</p> <p>4.8 השפעת הפעילות הגלובאלית על העסקת עובדים והצבה מחדש של עובדים במדינות בהן פועלת החברה</p> <p>4.9 הפיקוח על החברות הרב לאומיות.</p>
4	<p>5. אתיקה וערכים בעולם העסקי</p> <p>5.1 מושגי יסוד : מוסר, אתיקה, ערכים, קוד אתי.</p> <p>5.2 קניין רוחני וזכויות יוצרים – חוקים ועקרונות.</p> <p>5.3 דילמות מוסריות בעסקים.</p> <p>5.4 זכויות הפרט מול החברה.</p> <p>5.5 גילוי נאות וחשיפת מידע.</p> <p>5.6 זכויות הפרט.</p>
30	<p>סה"כ שעות לימוד</p>

ביבליוגרפיה

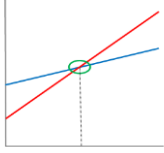
1. מייקל א. היט. ר' דיואן איירלנד, רוברט א. רוסקיסון. 2005
ניהול אסטרטגי, תחרותיות וגלובליזציה, הוצאת האוניברסיטה הפתוחה.
2. מרחב לימודי מתקשב בניהול התפעול – מקצוע: מערכות תפעול בארגון
yeda.amalnet.k12.il\minhal
3. הקווים המנחים של ה OECD לחברות רב לאומיות
http://www.industry.org.il/_UploadsCI/dbsAttachedFiles/MNE_GL_heb.pdf
4. פרידמן, תומס ל'. (1999). "הלקסוס ועץ הזית: הגלובליזציה - מבט אל עולם משתנה." אור יהודה: הד
ארצי.
5. רם, א. (2005). הגלובליזציה של ישראל: מקוורלד בתל-אביב, ג'יהאד בירושלים. תל-אביב: רסלינג
6. דב חנין, גלובליזציה, ספריית האוניברסיטה המשודרת, הוצאת משרד הביטחון, (יולי, 2007).
7. "תכנית לעידוד הקמת מרכזי פרויקטים במדינת ישראל של חברות רב-לאומיות" (הוראת מנכ"ל משרד
הכלכלה 8.13) - <http://www.moital.gov.il/NR/exeres/8B82234C-3350-4255-9081-B6194EF67C51.htm>
8. נירית תושב אייכנר, "שינוי חוקי המשחק בעולם העבודה – סקירה ספרותית, פברואר 2009 -
<http://www.moital.gov.il/NR/ronlyres/160C5B05-4808-4FEB-BE9F-358F8294BEFE/0/X9010.pdf>

מילון מונחים מרכזיים

פירוש / הסבר	המושג	
--------------	-------	--

פירוש / הסבר	המושג		
כל גורם, תנאי או תכונה המצמצמים את כושר הפעולה של המערכת ומונעים ממנה השגת מלוא המטרות שנקבעו.	Constraint	אילוץ	1.
קביעת המטרות ארוכות הטווח של הפירמה, קביעת קווי הפעולה והקצאת המשאבים להשגת מטרות אלה.	Strategy	אסטרטגיה	2.
תכנית פעולה הקובעת את יעדי הפירמה הכוללת את תפיסת עולמה העסקית, מטרות קיומה, דרכי הישרדותה ופיתוחה.	Business Strategy	אסטרטגיה עסקית	3.
קבוצת אנשים בעלי מטרה משותפת, הפועלים בתיאום ובמשותף, ולרשותם המשאבים הדרושים להשגת המטרה.	Organization	ארגון	4.
ארגון כלכלי שתפוקותיו הם מוצרים מוחשיים, המיועדים למכירה.	Products Organization	ארגון ייצור (יצרני)	5.
ארגון הפועל למטרות רווח.	Business Organization	ארגון עסקי	6.
ארגון כלכלי שתפוקותיו הם שירותים. כגון: שירותי בנקים, ביטוח.	Service Organization	ארגון שירות	7.
רצונות למוצרים ייחודיים שנתמכים במוכנות וביכולת לקנות אותם.	Demands	ביקושים	8.
תהליך עיבוד של תשומות (חומרים, עובדים, מכונות) לצורך קבלת תפוקות (מוצרים ושירותים).	Transformation	המרה	9.
חלוקת המקורות השונים (שכמותם מוגבלת) העומדים לרשות הארגון, בין הפונקציות השונות במטרה להשיג יעד מסוים.	Resources Allocation	הקצאת משאבים	10.
פעולה של השגת מוצר רצוי מאדם אחר באמצעות הצעת דבר אחר תמורתו. פעולה שבה מוחלפים נכסים כלכליים כלשהם בנכסים כלכליים אחרים שווי ערך.	Exchange	חליפין	11.
ידע, כלים, מכונות וטכניקות המשמשים בתהליך ההמרה של תשומות למוצרים או לשירותים.	Technology	טכנולוגיה	12.
תהליך שבו ייצור אדם (יזם) קשר בין בעל צורך, בעל רעיון (העונה על הצורך) ובעל אמצעים (היכול לממן	Entrepreneurship	יזמות	13.

פירוש / הסבר	המושג		
את מימוש הרעיון). יזמות עסקית יכלה להיות רעיון להקמת עסק חדש, הרחבת פעילות בעסק קיים, שינוי שיטות ותהליכים ועוד.			
מדד ביצוע המודד את יעילות הניצול של המשאבים, כגון: מספר יחידות התפוקה שמייצרת יחידת תשומה.	Productivity Index	מדד פרויון	.14
סחורה או שירות שהם תוצאה של פעילות או סדרת פעילויות הממירות חומרים ותשומות לתוצר המתאים לשימוש הצרכן. תוצר של תהליך המרה.	Product	מוצר	.15
מטרות המקיפות את יעדי הארגון כולו (לעומת: מטרות של יחידות המשנה בו).	Organization Objectives	מטרות כלל ארגוניות	.16
עסקת מיקור חוץ היא עסקה שבמסגרתה מעביר גוף (הלקוח) לצד שלישי (ספק השירות) – ביצוע נמשך של אחריות ניהולית ותפעולית למתן שירותים מסוימים המהווים חלק חשוב מן המערך העסקי אך לא מליבת עסקיו.	Outsourcing	מיקור חוץ	.17
חומרים בבעלות העסק המשמשים אותו לצורך פעילותו. יש ארבעה סוגי מלאים: מלאי חומרי גלם, מלאי חומרי עזר, מלאי בתהליך ומלאי מוצרים מוגמרים.	Inventory	מלאי	.18
שם כולל לכל הגורמים הנדרשים לשם ייצור מוצרים ושירותים (נקרא גם: תשומות - input).	Resources	משאבים	.19
תהליך תכנון וביצוע של פיתוח, המחרה, קידום מכירות והפצה של מוצרים (סחורות שירותים, רעיונות) לשם יצירת חליפין העונים על יעדי פרטים וארגונים.	Marketing Management	ניהול השיווק	.20
מונח הבא במקום ניהול הייצור ומבטא את העובדה כי הטכניקות השונות הכלולות בו חלות גם על ארגוני שירות ולא רק על מפעלי תעשייה.	Operation Management	ניהול התפעול	.21

פירוש / הסבר	המושג		
<p>כלי לקבלת ההחלטה באיזה כמות עדיף לייצר ובאיזה כמות עדיף לקנות.</p> <p>בנקודת האיזון קיימת אדישות בבחירה בין ייצור וקנייה</p> 	Break-even Point analysis	ניתוח נקודת איזון	.22
<p>הערך הכספי שהוצע כדי להשיג מוצר כלשהו או להשתמש בו.</p>	Cost	עלות	.23
<p>הערכת הצרכן את יכולתו הכוללת של המוצר לספק את צרכיו.</p>	Value	ערך	.24
<p>תהליך המורכב משישה שלבים: העלאת רעיונות, ניפוי, ניתוח עסקי, פיתוח דגם, מבחני שוק. פעילות זו זוכה ברוב המדינות להשתתפות ולעידוד הממשלה. בישראל, אחראי על הנושא המדען הראשי במשרד המסחר והתעשייה.</p>	New Product Development (NPD)	פיתוח מוצר חדש	.25
<p>הכמות המרבית של יחידות שאפשר לייצר (או מספר מקבלי השירות המקסימלי) בתקופת זמן מסוימת במגבלת המשאבים הקיימים.</p>	Capacity	קיבולת	.26
<p>הכמות שיוצרה על ידי גורם ייצור (קרקע, עבודה, או הון) ליחידת מדידה (שעת עבודה, שעת מכונה וכדומה), המשמשת מדד ליעילות.</p>	Productivity	פריון	.27
<p>תהליך ההופך תשומות שונות כגון חומרי גלם, משאבי אנוש והון לתפוקות רצויות (מוצרים ו/או שירותים). (סוג של תהליך המרה).</p>	Production Process	תהליך ייצור	.28
<p>תהליך הקביעה מראש של הגורמים הדרושים כדי להשיג סדרה של מטרות, במגמה להגיע אליהן בדרך היעילה ביותר על ידי הקצאה אופטימלית של מקורות מוגבלים.</p>	Planning	תכנון	.29
<p>מסמך המציג את הדרישות הטכניות החלות על מוצר כדי שיתאים ליעודו.</p> <p>מדד משווה המשמש להערכת ביצועים, איכות וכדומה.</p>	Standard	תקן	.30

פירוש / הסבר	המושג	
אסטרטגיה בידול היא מערך של פעולות משולבות שנועדו לייצר או לספק סחורות או שירותים הנתפסים בעיני הלקוחות כשונים בתכונותיהם החשובות בעבורם.	אסטרטגיה בידול	31.
היא מערך של מחויבויות ופעולות משולבות ומתואמות שנועדו לספק ערך ללקוחות ולהשיג יתרון תחרותי, על ידי ניצול יכולת הליבה בשוקים של תוצר יחיד.	אסטרטגיה ברמת העסק	32.
היא אסטרטגיה שבה מוצרים אחדים מוצעים במדינות שונות והאסטרטגיה התחרותית מוכתבת בידי התאגיד במדינת האם .	אסטרטגיה גלובלית	33.
היא מערך של פעולות משולבות שנועדו ליצור/לספק סחורות/שירותים העונים על צרכי פלח תחרותי מסוים.	אסטרטגיה ממוקדת	34.
יעד אסטרטגי – הוא הצהרת החברה על מטרתה הייחודית ועל היקף פעילותה במונחי שוק מוצר.	יעד אסטרטגי	35.
משאבים ויכולות המשמשים מקור ליתרון תחרותי של החברה על מתחריה.	יכולת ליבה	36.
היא סוג של כלכלה בה סחורות שירותים ואנשים, כישורים ורעיונות נעים בחופשיות מעבר לגבולות הגיאוגרפים.	כלכלה גלובאלית	37.
היא קבוצה של חברות בענף מסוים, המשתמשות באסטרטגיה דומה , לגבי משתנים אסטרטגיים דומים.	קבוצה אסטרטגית	38.