

**משרד החינוך  
המזכירות הפדגוגית  
אגף א' לפיתוח פדגוגי  
הפיקוח על תכניות לימודים ייחודיות**

**שם ביה"ס/המוסד: הראשונים הרצליה**

**שם התכנית הייחודית: מנהל עסקים**

**תחום הדעת: מדעי החברה**

**מספר יחידות הלימוד: 2**

**סמל מוסד: 540328**



# תכנית לימודים ייחודית במנהל עסקים

## היקף התוכנית - 2 יח' לימוד

כותבת התוכנית: גלי ברגמן

## תוכן עניינים:

עמודים	
3	א. רקע לתוכנית
4-8	ב. התפיסה הרעיונית של התוכנית-הרציונל
9	ג. מטרת התוכנית
11-10	ד. עקרונות פדגוגיים- דידקטיים, דרכי הוראה והערכה
11-13	ה. מבנה התוכנית
14-28	ו. נושאי התוכנית
29-30	ז. ביבליוגרפיה
31-43	נספחים- דוגמאות לדרכי הוראה ולמידה

1. עבודה אישית במימון
2. עבודה אישית בשיווק
3. עבודה אישית בניהול פרויקטים
4. דו"ח צפייה בסרט- "שופולוגיה"
5. עבודה בנושא פרסומות
6. עבודה בנושא ניתוח דו"חות כספיים של חברת "אוסם"

## א. הרקע לתוכנית

1. בחברה הישראלית כחלק מהעולם המודרני חלו שינויים רבים בשנים האחרונות- מחברה "סגורה" יחסית, היא הפכה לחברה פתוחה לעולם, חלק מה"כפר הגלובלי". בחברה כזו, רצוי שהפרט יבין את תרומתם והשפעתם של עסקים (פירמות) לשינוי זה.
2. התקשורת מביאה את ההתרחשויות בעולם העסקים לבתיהם של התלמידים. התלמידים זקוקים להדרכה במידע שמגיע אליהם ולרכישת כלים שיאפשרו להם לנתח תופעות ואירועים בעולם זה.
3. העיר הרצליה משופעת במפעלי תעשיית הייטק. כתושבי העיר, חשוב שהתלמידים ילמדו על מפעלי התעשייה, על הייחוד בתעשיית ההייטק הבנויה על פרויקטים ובמיוחד פרויקטים ליצוא.
4. התוכנית הקודמת, שעדיין נלמדת בביה"ס, זכתה להצלחה רבה וחיידדה את הצורך בבניית תוכנית המשך שתתן מענה לכמות התלמידים המעוניינים ללמוד דיסציפלינה זו.
5. היחידה החמישית בכלכלה המורכבת ממשחק עסקים (פרויקט ניהול משק מודרני) שבו באמצעות סימולציה התלמיד מנהל חברה ומחליט לגביה החלטות ניהוליות הנוגעות למרבית תחומי הידע במנהל עסקים והעבודה האישית שבה התלמיד מנתח תחום ניהולי מסוים שאותו בחר לנתח בחברה עסקית קיימת מחייבים ידע מעמיק בתחומי הידע של מנהל העסקים ובנוסף, מאפשרים לבעלי ידע זה יישום בחברה הוירטואלית או העסקית.
6. מנהל העסקים מתפתח מאוד בשנים האחרונות: נוספים לו תחומי ידע חדשים שאותם תנסה התוכנית החדשה להדגיש כהמשך לתוכנית הקיימת וכהרחבה שלה.

## ב. התפיסה הרעיונית של התוכנית- הרציונל

### 1.ב תאור החברה

העיר הרצליה משופעת במפעלי הייטק המייצרים ליצוא ורבים מהורי התלמידים מועסקים במפעלים אלה. כמוכן, חלק מהורי התלמידים מועסקים בתחומי הפיננסים, המסחר (קניונים), והשירותים האחרים בעיר לצורך העמקת ההבנה של התלמידים בסוגיות הניהוליות הנלמדות ולשם הכרות של התלמיד עם סביבתו העסקית, ביה"ס ייעזר במשאבים המקומיים העומדים לרשותו:

- הרצאות הורים שעוסקים בתפקידים שונים בתעשייה או בתחומים פיננסיים.
  - ביקור במפעלים הממוקמים באזור התעשייה בהרצליה.
  - עבודה אישית שתיערך בקניונים שבעיר.
  - ביקור בבנקים מסחריים בעיר והזמנת נציגים מהבנקים להרצאות בביה"ס.
- ביה"ס תיכון "הראשונים" הנו בי"ס מקיף תלת-שנתי שבו כ-11 כיתות בשכבה ברמות שונות-מכיתת מחוננים ועד לכיתת "אומץ".
- זהו בי"ס המיועד לכלל תלמידי העיר- אוכלוסייה הטרוגנית, כאשר לכיתת מנהל-עסקים יכולים להתקבל תלמידי הכיתות העיוניות, כיתת המחוננים והכיתות הרב-תחומיות. (התוכנית אינה מיועדת לכיתות המב"ר, הכללית ו"אומץ"). תלמידי הכיתות העיוניות הם תלמידים בעלי יכולות שונות ובחלקם לקויי למידה שמצריכים התייחסות מתאימה ליכולותיהם ולקשייהם. התייחסות זו באה לידי ביטוי בדרכי ההוראה המגוונות והמותאמות לכל תלמיד. בביה"ס מעבדות מחשבים המחוברות לאינטרנט והתלמידים יכולים לעשות בהם שימוש לצורך לימודיהם בתוכנית.

התוכנית מותאמת ל"אני מאמין" הבית-ספרי:

- התוכנית מסייעת לתלמיד להבין את העולם העסקי שבו הוא חי כדי לאפשר לו השתלבות בחיי החברה בעתיד כאזרח, עובד ומנהל- כלומר מובילה את תלמיד תיכון "הראשונים" להצלחה בהתמודדות עם עולם המחר כאזרח משכיל במדינה דמוקרטית.
- התוכנית נעזרת בדרכי הוראה מגוונות כדי להיות מותאמת לכל תלמיד ולאפשר לכל תלמיד של תיכון "הראשונים" למצות את יכולתו האישית.
- התוכנית מעודדת שאלות מוסריות ובחינה אישית של ערכים אוניברסליים ויהודיים כחלק מהחינוך הבית-ספרי.
- התוכנית מעודדת שילוב הורים בעשייה החינוכית כחלק מהיותו של ביה"ס בי"ס קהילתי שבו מתקיים דיאלוג מתמיד בין כל השותפים בעשייה החינוכית.

## 2.ב התלמיד וצרכיו

התוכנית מיועדת לתלמידי תיכון "הראשונים" בהרצליה בכיתות י"א ו- י"ב. מדובר בתלמידים בכיתות העיוניות של בית-הספר, הניגשים לבחינות בגרות. אוכלוסיית התלמידים הפוטנציאליים לתוכנית היא אוכלוסייה הטרוגנית- התלמידים באים משכבות סוציו-אקונומיות שונות, עולים וותיקים. תלמיד מנהל-עסקים בתיכון "הראשונים" הוא לרוב בעל מוטיבציה להישגיות המתבטאת באחוזי זכאות גבוהים לבגרות. מרבית התלמידים בביה"ס מתגייסים לצבא ופונים לאחר תום שירותם הצבאי ללימודים גבוהים.

התוכנית במנהל-עסקים רלוונטית לתלמיד- היא מסייעת לתלמיד להכיר את העולם העסקי שבו חי, להבינו, להבחין בשינויים שחלים בו ולדעת להסבירם. הבנות אלה יוצרות תשתית לתפקודו ולהשתלבותו של התלמיד בחיי החברה כאזרח, עובד ומנהל לעתיד. תלמיד מנהל-עסקים בתיכון "הראשונים" הוא תלמיד בעל מוטיבציה לעסוק בניהול- מנהל עתידי זקוק לידע שיטתי ומעמיק במגוון דיסציפלינות המרכיבות יחד את המכלול הניהולי של הפירמה המודרנית. התוכנית מנסה לענות על צרכים אלה בשלבה תחומים שונים במנהל-עסקים (שיווק, מימון וניהול התפעול) יחד עם כלכלה.

במקצוע מנהל עסקים באות לידי ביטוי יכולות חשיבה שונות ומגוונות: יכולת מספרית לצד יכולת לשונית, יכולת לנתח ולהסיק מסקנות ויכולות הפשטה והכללה. מהתלמידים נדרשת שליטה במחשב בכלל ובאינטרנט בפרט- שליטה שנרכשה בשנות לימודיו הקודמות.

קיים ביקוש גבוה ללימודים במגמה בכלל ובמקצוע מנהל-עסקים בפרט.

קיימים מספר קריטריונים לקבלה למקצוע מנהל עסקים:

- תלמידי 4 יח"ל במתמטיקה לפחות.
- מידת המוטיבציה של התלמיד, יכולת השימוש שלו במחשב וביישומיו ויכולתו להבין ולנתח גרף- נבדקים באמצעות ראיון אישי.

### ב.3 תחום הדעת

- בבי"ס תיכון "הראשונים" נלמדים מספר מקצועות השייכים לאשכול מדעי החברה- כלכלה, פסיכולוגיה, סוציולוגיה, מנהל עסקים ולימודי מגדר. תוכנית הלימודים במנהל עסקים- 2 יח"ל נלמדת בצירוף של 2 יחידות כלכלה בלבד ויחידת עבודה (פנ"מ+עבודה אישית) כ- 5 יח"ל במדעי החברה.
- התוכנית נותנת תשתית ידע לתלמיד, בתחומים השונים של מנהל-העסקים וכך מאפשרת לו לדון בסוגיות הניהוליות של הפירמה כיחידה עסקית, המשווקת לשווקים מקומיים ובינלאומיים, מנהלת פרויקטים, מנפיקה מניות ואג"ח ועוד, ולנתח את תוצאות פעולותיה אלה.
- התוכנית אינטרדיסציפלינרית- קיימים קשרי גומלין הדוקים ביותר בין תחומי הניהול והכלכלה. דיון בסוגיות בתחומי הדעת של מנהל העסקים משלב היבטים כלכליים שמצטרפים להבנת הסוגייה הניהולית הנלמדת. לדוגמא, דיון שיווקי בנושא פרסום משלב היבט כלכלי הנוגע לעלויות הפרסום ולהשפעת הפרסום על טעמי הצרכן ולכן על הביקוש שלו. דיון כזה, מאפשר לתלמיד להבין ולנתח בראייה ביקורתית גם תכנים במנהל עסקים שעומדים בסתירה לתיאוריות בכלכלה ומפתח אצל התלמיד תפיסת עולם הוליסטית.
- התוכנית מדגישה נושאים ניהוליים שמעורבות בהם שאלות ערכיות כגון: "היצרן כאחראי על רווחת החברה- כן או לא?", "הקדמה הטכנולוגית והשפעתה על חברות שלא מצליחות להשתלב בעולם הגלובלי- הגדלת פערי הכנסה" וכו'. בכך היא מפתחת תפיסה ערכית אצל התלמיד.
- פיתוח התפיסות, התיאוריות והמושגים מתחום הדעת של מנהל העסקים, נעשה בהדרגה ובהקשרים שונים. כך לדוגמא, במסגרת היחידה העוסקת בניהול פרויקטים, חוזרים ומרחיבים מושגים מתחום השיווק (מחזור חיי המוצר וכו') ומתחום המימון (עלויות יצור ונקודת איזון)- זוהי למידה ספירלית.
- התוכנית כוללת פרקים בשיווק, מימון וניהול התפעול. פרקים אלו מהווים חלק ניכר מתחום הדעת של מנהל העסקים.
- מרביתה של היחידה הראשונה בשיווק תלמד בכיתה י"א. זהו נושא קל יותר להבנה לתלמיד שלא נחשף עדיין כלל לתחומי הדעת של מנהל עסקים וכלכלה. הפרק על שיווק בינלאומי ילמד בכיתה י"ב מאחר שהוא מצריך הבנה וידע במודלים כלכליים של ביקוש והיצע הכוללים סחר חוץ – נושא שנלמד בסמסטר הראשון של כיתה י"ב. במהלך כיתה י"א התלמידים ילמדו שני נושאים מתחום המימון- המבנה הארגוני של הפירמה והדו"חות הכספיים. תלמיד שלומד על פירמה המשווקת מוצרים נדרש להבין מהי פירמה ומהו המבנה הארגוני שלה. כמוכן, כדי שהתלמיד יוכל לנתח תוצאות של מהלכים שיווקיים שהפירמה

עשתה, עליו להכיר את הדו"חות הכספיים שלה וכך תתאפשר הבנה של החומר הנלמד - הפירמה המשוקת גם מרוויחה או מפסידה מפעולת השיווק.

בכיתה י"ב תלמד מרבית היחידה השניה שכוללת נושאים במימון וניהול פרויקטים כחלק מניהול התפעול. בכיתה י"ב התלמיד יודע כבר פרקים נבחרים בכלכלה ולכן נושאי המימון וניהול הפרוייקטים נגישים יותר עבורו. התלמיד ילמד ניתוח יחסים פיננסיים ובכך יוכל לשוב ולחזור על נושא הדו"חות הכספיים שנלמד בכיתה י"א. זוהי למידה ספיראלית. כמוכן, משחק הפנ"מ משתלב היטב עם לימודי המימון וניהול פרויקטים. המשחק נלמד בכיתה י"ב. בנוסף, ילמד הפרק האחרון של היחידה העוסקת בשיווק - מסחר בינלאומי.

### **שיווק**

השיווק הוא חלק בלתי נפרד מחיינו (באופן פעיל וסביל) כקונים וכמוכרים. הוא נמצא סביבנו בצורת מסרים פרסומיים, בשלטי חוצות, מודעות פרסומת בצדי אוטובוסים ובסרטוני פרסומת המשובצים בתוכניות הטלוויזיה האהובות עלינו. השיווק היעיל הוא גורם מכריע בהצלחת הפירמה. רק עסקים שלבעליהם חשיבה ומודעות שיווקית טובה יוכלו להחזיק מעמד בתנאי תחרות. היכרות עם הסוגיות השיווקיות הנפוצות תתרום להצלחת הפירמה. יחידה זו תקנה לתלמיד תיכון "הראשונים" היכרות עם כלי השיווק של הפירמה ותאפשר לו להיות גם צרכן נבון יותר.

בנושא השיווק התלמיד ילמד להבחין בין צרכן ליצרן במערכת השיווקית. התלמיד יכיר את התפיסות השיווקיות שבהן הפירמה יכולה לנקוט, לאחר מכן יבין מהם הגורמים המשפיעים על הצרכן בבואו לרכוש מוצרים (בדגש החברתי- סביבתי), בהמשך התלמיד יכיר את האסטרטגיות השיווקיות של הפירמה - כיצד היא מפלחת את השוק, מהן נקודות החוזק והתורפה שלה ועוד ויבין כיצד היא בוחרת את הביקוש למוצר שלה באמצעות מחקרי שוק. לאחר בחינת הביקוש וקביעת האסטרטגיה השיווקית, הפירמה מכינה תוכנית ניהולית. התלמיד ילמד כיצד הפירמה מנהלת את תמהיל המוצר (מיצוב ומיתוג), תמהיל ההמחרה (קביעת המחיר ושיטות המחרה) ותמהיל התקשורת השיווקית (פרסום, קידום מכירות). בסוף היחידה, התלמיד ידע כיצד הפירמה בונה תוכנית ניהולית לשיווק מוצריה לחו"ל. סדר הנושאים ביחידה זו יוצר הרחבת זווית הראייה של התלמיד - הסתכלות על צרכי הצרכן ולאחר מכן על צרכי היצרן ופעולותיו. בנוסף, התוכנית בשיווק בנויה מהכלל אל הפרט - מהתפיסה השיווקית הכוללת של הפירמה, דרך האסטרטגיות השיווקיות ועד לתמהילי המשנה והשיווק לחו"ל.

### **מימון**

המערכות הפיננסיות והחשבונאיות הן חלק מכלל פעילותה של הפירמה. מערכות אלה מהוות את אחד הכלים העיקריים בידי המנהל לשליטה ביעדי הארגון ובפעילותו היומיומית ולניהול אפקטיבי ויעיל יותר של הפירמה.

יחידה זו תקנה לתלמיד ידע בסיסי במימון באמצעות כלי הניתוח העיקריים לקבלת החלטות בתחום זה. דגש מיוחד יינתן ליישומים במציאות הישראלית.



התלמיד מתחיל את יחידת המימון בהכרת סוגי פירמות והמבנה הארגוני שלהן. בהמשך התלמיד יכיר את הדו"חות הכספיים של הפירמה- מאזן, דו"ח רווח והפסד ודו"ח יעוד רווחים המיועדים למשקיע הפוטנציאלי, וידע לנתחם באמצעות היחסים הפיננסיים. כאשר התלמיד מבין ויכול לנתח את מצבה הפיננסי של הפירמה, ניתן ללמדו על שוק ההון שבאמצעותו הפירמות מגייסות כסף למימון פעולותיהן. לאחר מכן, התלמיד ילמד על כלים חשבונאיים שבעזרתם הפירמה מקבלת החלטות לגבי פעולותיה- חשבונאות ניהולית. במסגרת נושא זה, התלמיד ידע לבצע תכנון פיננסי באמצעות חישוב נקודת האיזון. בסופה של היחידה, התלמיד יוכל להשוות בין השקעות שונות של הפירמה מבחינת רווחיותן.

### **ניהול פרויקטים**

ניהול פרויקטים הוא חלק מתחום שנקרא ניהול התפעול. ניהול התפעול עוסק בתכנון ובבקרה של כל הפעילויות והתהליכים הדרושים לשם המרה של תשומות לתפוקות בדרך האפשרית הטובה ביותר. ניהול התפעול כולל בתוכו נושאים רבים כגון בקרה, תיכון המוצר, תכנון כוח אדם- שיפור ביצועיו והנעת עובדים, ניהול האיכות, ניהול חומרים ומלאי וניהול פרויקטים. תוכנית הלימודים המוצגת תעסוק בניהול פרויקטים בלבד. פרק זה שם דגש על תכנון וניהול עבודה שוטפת תחת לחץ זמן ובמגבלות כלכליות על המשאבים, כדוגמת שעות עבודה וציוד. בהרצליה תעשיות הייטק רבות שבהן עיקר העבודה היא על פרויקטים ולכן הפרק יקנה לתלמיד הבנה בחשיבותו ובמורכבותו של ניהול פרויקט. ניהול פרויקטים זהו הנושא האחרון בכיתה י"ב. במסגרתו התלמיד ילמד מהו פרויקט, מהם השלבים העיקריים בניהולו, כיצד הפירמה קובעת לוחות זמנים, מחליטה על גודל המשאבים ובודקת את התקדמות הפרוייקט. לאחר שהתלמיד ידע ויבין מהו פרויקט הוא יבצע את עבודת הסימולציה האישיית בניהול פרויקט שתונחה בכיתה ותיישם את הלימודים התיאורטיים בנושא.

### **ב.4 המורה**

המורה למנהל-עסקים וכלכלה, הגב' גלי ברגמן, בעלת תואר B.A בכלכלה מורחב מאוניברסיטת ת"א. למדה לתואר שני במנהל-עסקים באוניברסיטת ת"א וכיום, לומדת לתואר שני בפיתוח מערכות למידה באוניברסיטה הפתוחה. בנוסף לכך, השתלמה בנושאים מתחום מנהל העסקים בהשתלמויות רבות: השתלמות בשיווק ומימון של האוניברסיטה הפתוחה בשנת 2001, השתלמות בנושא ניתוח דו"חות כספיים והיבטים שיווקיים בניהול פירמה במסגרת פרויקט ניהול משק מודרני של המרכז הישראלי לניהול. המורה לימדה מנהל-עסקים בשלוש השנים האחרונות (תוכנית גב' קרני שגב) שבמהלכן השתתפה באופן קבוע בהשתלמויות שנערכו ואף השתתפה בכתיבת בחינת הבגרות במקצוע זה. המורה השתתפה בצוות שכתב את תוכנית הלימודים הארצית החדשה בכלכלה (5 יח"ל) וכמוכן, היא

משתתפת בצוות תוכנית הניסוי בכלכלה וכותבת במשך שנים רבות בחינות בגרות בכלכלה. המורה השתתפה במסגרת תיכון "הראשונים" בפרוייקט 22- הערכה חלופית והכינה תוכנית בכלכלה שנלמדה והוערכה בדרכי הוראה והערכה חלופיות. המורה מלמדת בתיכון "הראשונים" ב- 15 השנים האחרונות כלכלה, פנ"מ, מנהל עסקים, בעבר אזרחות, מחנכת בביה"ס וחברה בצוות הערכה בית-ספרית.

מורה נוסף שהצטרף לתוכנית בשנת תשס"ז הוא מר גישרמו אולמר. מר אולמר בעל תואר BA בסוציולוגיה ומנהל החינוך ותואר MA בסוציולוגיה. הוא בעל תעודת הוראה במדעי החברה מאוניברסיטת ת"א ולמד בקורסים רבים בתחומי המנהל, פרסום ותקשורת. לימד בשנים האחרונות במכללה למנהל ובבית הספר החקלאי בפרדס חנה.

### ג. מטרות התוכנית

ניתן להבחין בין מטרות העל של התוכנית כולה, הנגזרות מהרציונל שלה לבין המטרות האופרטיביות המייחדות את נושאי הלימוד השונים. המטרות המוצגות כאן הן מטרות העל. המטרות האופרטיביות יוצגו בטבלה בהמשך. המטרות משלבות היבטים קוגניטיביים, אפקטיביים והתנהגותיים אלה באלה ואינן מציגות אותן בנפרד. מטרות העל של התוכנית הן:

#### **התלמיד:**

1. ידע ויבין את תחום הדעת של מנהל העסקים ויוכל ליישם תיאוריות שילמד להבנת המציאות.
2. יפתח כלי חשיבה לדיון מושכל בסוגיות הניהוליות של הפירמה כיחידה עסקית ויוכל לבקר ולהעריך סוגיות אלה.
3. יוכל להסביר ולנתח מגמות כלל- עולמיות גלובליות המשפיעות על הפירמה הישראלית שצריכה להתמודד בעולם זה.
4. יבין את הצורך של קבלת החלטות במצבי לחץ בחברות תעשייתיות ואת דרכי ההתמודדות של חברות עם ניהול פרויקטים.
5. יעריך ויבחין בין ערכים חברתיים, הכוללים סולידריות חברתית, רווחת הפרט מול רווחיות הפירמה, צרכנות נבונה מול חומרנות, רווחת החברות הלא מפותחות מול הגלובליזציה ועוד.

6. יפתח כישורי לומד עצמאי, המסוגל להבנות ידע באמצעות חקר תופעות ודיון בסוגיות הנלמדות תוך כדי שימוש במגוון מקורות מידע.

7. יטפח כישורים לעבודת צוות ויבין את חשיבות עבודת הצוות בפירמה עסקית.

8. יוכל ליישם את הידע הנלמד לחייו היומיומיים כגון ניהול תקציב, החלטה על השקעות, צרכנות נבונה ועוד.

### ד. עקרונות פדגוגיים-דידקטיים להפעלת התוכנית

1. **גיוון דרכי ההוראה**- על מנת לענות על הצרכים המתאימים לתלמידים שונים ולאפשר לתלמיד להטמיע את החומר הנלמד גם מתוך התנסות אישית, יש להיעזר במגוון דרכי הוראה שיאפשרו לכל תלמיד למצוא דרך אופטימלית עבורו. דרכי ההוראה יפורטו בהמשך.
2. **פיתוח מודעותו של התלמיד למושגיו הספונטניים**- ידע חדש נבנה על סמך הידע הספונטני הקודם של התלמיד שנרכש מתוך ההתנסויות של התלמיד כצרכן, אזרח ובן-משפחה.
3. **למידה ספירלית**-הוראת חומר חדש תתבסס על חומר שנלמד בעבר ותוסיף לו היבטים חדשים.

### ה. דרכי הוראה והערכה

#### ה.1 דרכי הוראה:

- **הוראה פרונטלית**
- **עבודות אישיות**- מחקר שוק בקניונים בהרצליה, ניתוח שערי מניות של חברה בהשוואה לרווחיותה, סימולציה של ניהול פרוייקט.
- **עבודות קבוצתיות** – ניתוח סרטי פרסומת, ניתוח פרסומות והשפעתן על תרבויות משנה בחברה הישראלית, ניתוח דו"חות כספיים (חברת "אוסם").
- **משחקי סימולציה**- הכנת תוכנית שיווקית באמצעות תמהיל שיווק.
- **צפייה בסרטים**- "שופולוגיה" בנושא השיווק והכנת דו"ח צפייה בסרט, "וולסטריט" בנושא הבורסה, מסחר אלקטרוני בנושא שיווק.
- **סיורים** - סיור במפעל הייטק באזור התעשייה בהרצליה.
- **הרצאות**- שיחה עם מנהל פרוייקט, הרצאת מנהל מותג, הרצאת בנקאי בנושא השקעות בבורסה.
- **תרגילים**- ניתוח אירועים בשיווק, תרגילים במימון ובניהול פרוייקטים.
- **שימוש במאגרי מידע מתוקשבים**- שימוש באתרים רלוונטיים להפקת מידע על חברות. לדוגמא, [aonline.co.il](http://aonline.co.il) ועוד.

(ההורים ישולבו בהרצאות ובסיוורים בהתאמה לתפקידיהם ולנכונותם להרצות או להנחות סיוור).

## ה. 2. דרכי הערכה

- **מבחן הבגרות** - מבחן הבגרות הייחודי יהווה 80% מהציון הסופי.
- **עבודות אישיות** - ניתנות 3 עבודות אישיות - אחת לכל נושא מרכזי - מחקר שוק בשיווק - 7%, ניתוח שערי מניות של חברה במימון - 7%, ניהול פרויקט - 6% - סה"כ עבודות אישיות מוערכות ב- 20% מהציון שניתן לתלמיד. העבודות שניתנות לתלמידים הן קבועות במטלות שלהן, אולם הן אישיות יישומיות - אקטואליות ולכן לא ניתנות למיחזור. העבודה בשיווק נעשית בקניות בהרצליה באופן אישי לגבי מוצרים שנמכרים ביום הכנת העבודה, העבודה במימון - מנתחת שערי מניות של חברה שנסחרת בבורסה בזמן הכנת העבודה והעבודה בניהול פרויקטים נעשית על סמך נתונים שניתנים על-ידי לתלמיד.

דרכי ההערכה מבטאות את אופי ההוראה המותאם לכישוריו הייחודיים של כל תלמיד ולכן מבחן הבגרות מהווה 80% מהציון הסופי ודרכי ההערכה הנוספות מהוות 20% מהציון הסופי. המטלות שנכללו בהערכה הסופית לא נלקחו במסגרת שקלול של ציונים אחרים.

## ו. מבנה התוכנית

### היחידה הראשונה - שיווק (כיתה י"א)

מטרות:

התלמיד:

1. ידע ויבין מושגי יסוד ותיאוריות בתחום השיווק המשמשים ככלי ניתוח מרכזיים בשיווק.
2. ינתח אירועים בתחום ניהול השיווק.
3. יבין את משמעות השיווק לפירמות ישראליות המשווקות לשוק המקומי וליצוא.
4. ידע מהן שיטות המחקר ומהם כלי המחקר השיווקיים שנועדו לעריכת מחקר שיווקי ויעריך באמצעותם ביקוש למוצרים.

### הנושאים שילמדו ביחידה הראשונה - ניהול השיווק

1. מבוא לשיווק - תפיסות שיווקיות 6 שעות
2. התנהגות צרכנים - השפעות הסביבה 8 שעות
3. אסטרטגיות שיווק 19 שעות

16 שעות	4. מדידת הביקוש באמצעות מחקרי שוק
12 שעות	5. ניהול המוצר
9 שעות	6. אסטרטגיות המחרה
10 שעות	7. תקשורת שיווקית- ניהול הפרסום, קידום מכירות
16 שעות	8. שיווק בינלאומי
96 שעות	סה"כ

- הנושא שיווק בינלאומי ילמד בכיתה י"ב ואילו שני הנושאים הראשונים במימון- מבוא למימון ודו"חות כספיים ילמדו בסוף כיתה י"א.

### **היחידה השניה – כיתה י"ב- 3 ש"ש**

היחידה השניה עוסקת במימון ובניהול פרויקטים.

#### **תורת המימון**

**מטרות:**

**התלמיד:**

- ידע ויבין מושגי יסוד ותיאוריות בתחום המימון המשמשים כלי ניתוח עיקריים בניתוח מצבה הפיננסי של פירמה.
- יוכל לנתח את מצבה הפיננסי של פירמה.
- ירכוש כלים לקבלת החלטות בתחום המימון (חישוב נקודת איזון וכו').
- ידע מהו שוק ההון ויבין את הדרכים לגיוס הון.

#### **הנושאים שילמדו בתורת המימון:**

3 שעות	א. מבוא למימון- הפירמה- מטרות ומבנה ארגוני
11 שעות	ב. דו"חות כספיים של הפירמה
10 שעות	ג. ניתוח דו"חות כספיים
14 שעות	ד. שוק ההון- דרכי גיוס הון, הבורסה- שוק לניירות ערך
12 שעות	ה. תכנון פיננסי
10 שעות	ו. ניתוח כדאיות השקעות
60 שעות.	סה"כ

#### **ניהול פרויקטים**

**מטרות:**

התלמיד יבין כיצד מנהלים פרויקט תוך מגבלות משאבים וזמן.

## נושאים מרכזיים:

- א. פרויקט מהו? 1 שעה
- ב. השלבים העיקריים בניהול פרויקט- ייזום, תכנון, ביצוע, סיום 10 שעות
- ג. תזמון הפרוייקט- קביעת לוחות זמנים וסדר פעולות, תזמון משאבים ואיזונים, בקרת התקדמות בפרוייקט. 10 שעות
- ד. עבודת סימולציה בניהול פרויקט 3 שעות
- סה"כ 24 שעות

## ביבליוגרפיה

### שיווק

- א. הורניק, י. ניהול השיווק, כרכים א', ב', ג', הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, 1985.
- ב. קוטלר, פ., הורניק, י., ניהול השיווק-המהדורה הישראלית, כרכים א', ב', הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, 2002.
- ג. יזרעאלי, ד., שיווק הלכה למעשה, צ'ריקובר, 1985.
- ד. הורניק, י., ליברמן, י., ניהול הפרסום, הוצאת האוניברסיטה הפתוחה.
- ה. גרונאו, ר., הגלובליזציה-כלכלת ישראל בצל תהליכים בכלכלה העולמית, המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2003.
- ו. גבע, א., התנהגות צרכנים, כרך ג', האוניברסיטה הפתוחה, 1994.
- ז. בייט- מרום, ר., שיטות מחקר במדעי החברה, יחידות 1,2, האוניברסיטה הפתוחה, 1986.
- ח. Dolan, R. The new product development process- cases and notes, Prentice hall, 1993.

### מימון

- נחמיאס, א., תורת המימון, חלקים א', ב', ג', ד', ה', הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, 1998.
- בר-יוסף, ש., יסודות החשבונאות, יחידות 2, 10, הוצאת האוניברסיטה הפתוחה.
- נחמיאס, א., מהון להון על שוק ההון, חלקים א', ב', הוצאת האוניברסיטה הפתוחה, 2000.
- אורון, י., מארק, ג., עופר, א., מבוא לכלכלה-מאקרו, פרק 8, ע"מ 129-136, 481-482, עמ"ח, 2002.

גלוברזון, ש., ניהול התפעול ושיפור ביצועים, ע"מ 213-219, צ'ריקובר,  
2000.

אתרי אינטרנט [aonline.co.il](http://aonline.co.il); [walla.co.il](http://walla.co.il) עסקים, אתרי עיתונים כגון גלובס  
והארץ ועוד.

### ניהול פרויקטים

גלוברזון, ש., ניהול התפעול ושיפור ביצועים, ע"מ 417-445, צ'ריקובר,  
2000.

גלוברזון, ש., שטוב, א., ניהול פרויקטים, צ'ריקובר, 1992.

קדם, י., ניהול הייצור, הוצאת דקל, 1985.

**נספחים: דוגמאות לדרכי הוראה ולמידה**

עבודה אישית במימון

עבודה אישית בשיווק

עבודה אישית בניהול פרויקטים

דו"ח צפייה בסרט- "שופולוגיה"

עבודה בנושא פרסומות

ניתוח דו"חות כספיים של חברת "אוסם"



נספח 1: **עבודה במימון- הקשר בין רווחיות**  
**החברה לבין שערי המניה שלה**  
**בבורסה**

הנחיות לתלמיד:

- א. בחר חברה שנסחרת בבורסה הישראלית. אסוף חומר על אותה חברה- 7 כתבות מהעיתונות היומית או מהאינטרנט.
- ב. כתוב רקע על החברה ( מה מייצרת, מספר עובדים וכו'). ניתן להעזר באתרי האינטרנט-אנליסט און ליין, וואלה עסקים, גלובס, הארץ כלכלה ועוד.
- ג. סכם את הכתבות, הוצא מושגים ניהוליים/כלכליים ופרשם באמצעות לקסיקון לכלכלה/ניהול – 10 מושגים. הצג את מצבה הפיננסי של החברה שבחרת על סמך הכתבות ( פרט על משתנים כרווחיות, מכירות, הוצאות תפעול, הוצאות מימון, נכסים וכו') ובאמצעות כלי המחשה כגרפים.
- ד. עקוב אחר שערי המניות של החברה בה בחרת במשך 5 שבועות ושרטט גרף של שערי המניות בתקופה זו.
- ה. נתח את הסיבות לשינוי בשער המניות תוך כדי התייחסות למצב החברה, כפי שמשקף בכתבות שקראת. האם קיים קשר בין רווחיות החברה לבין מחיר המניה שלה?

## מטרות:

- התלמיד ידע ויבין תכנים ומושגים הקשורים לשוק ההון ולניהול הפיננסי של פירמות.
- התלמיד ינתח השפעות כלכליות ועסקיות של מצב הפירמה על שערי המניה שלה בתקופת זמן.
- התלמיד יפתח מיומנויות סיכום חומר.
- התלמיד יפתח מיומנויות לומד עצמאי.

## תהליך הכנת העבודה:

העבודה תערך לאחר שהתלמידים למדו על שוק ההון ועל הדוחות הכספיים של הפירמה. הם בקיאים בשרטוט גרף של מניה ובהשפעות משתנים פיננסיים שונים על מחיר המניה. לצורך הכנת העבודה יוקדשו 2 שעות הנחיה בכיתה ובחדר מחשב. התלמידים יביאו לכיתה כתבות שמצאו, נכיר את אתרי האינטרנט הרלבנטיים, וכל תלמיד יתחיל את הכנת העבודה במהלך השיעור כאשר ניתנת לו הדרכה אישית על-ידי המורה. נקדיש לכך שעה נוספת במהלך 5 השבועות שבהם התלמידים צריכים להכין עבודה זו.

## קריטריונים להערכת ראשי הפרקים:

הוצאת מושגים ופירושים – כמות המושגים (לפחות 10 מושגים), דיוק בפירוש (7 דיוק + 8 כמות = 15 נק').

רקע על החברה – אינפורמציה מלאה ומבוססת (10 נק').

הפעילות העסקית של החברה - אינפורמציה מלאה ומבוססת (35 נק').

שרטוט של גרף המניה לאורך תקופה – אינפורמציה ודיוק (5 נק').

ניתוח הקשר שבין הדו"חות והפעילות העסקית לבין שערי המניה (25 יכולת לבסס את הטיעונים – ניתוח לוגי + 5 כמות הטענות והרעיונות המועלים + 5 יצירתיות = 35 נק').

## מחווך לעבודה- הבורסה

נכשל	6	8	10	קריטריונים/סטנדרטים
פחות מ-6 מושגים	6	8	10	1. כמות מושגים
הגדרה לא כלכלית	הגדרה מילונית לחלק מהמושגים		כל המושגים מוגדרים במינוח כלכלי	דיוק בפירוש המושגים
2 משתנים	4 משתנים	6 משתנים	8 משתני רקע + מקור אותנטי	2. רקע על החברה- אינפורמציה מלאה ומבוססת
	התייחסות ל- 2 משתנים+	התייחסות ל- 3 משתנים+	התייחסות למשתני הפעילות העסקית המשמעותיים ביותר- 4 משתנים+ מקור אותנטי	3. הפעילות העסקית של החברה- אינפורמציה מלאה ומבוססת
שרטוט לא נכון- לא שרטט			שרטוט נכון	4. שרטוט גרף המניה
				5. ניתוח הקשר בין הרווחיות לבין שערי המניה- ניתוח לוגי
אין ביסוס לוגי לטענות	ביסוס לוגי של חלק קטן מהטענות	ביסוס לוגי של חלק גדול מהטענות	העלאת טענות תוך ביסוס לוגי מעמיק	ניתוח לוגי
	2	3	מעל 4	כמות הטענות יצירתיות
			ניסיון ליצור תיאוריה עצמאית	

**עבודה בשיווק- מחקר שוק- מדידת ביקוש****למוצר המשווק בקניונים****בהרצליה**

הנחיות לתלמיד:

1. בחר מוצר המשווק באחת מהחנויות בקניון שבעת הכוכבים או בקניון ארנה. בחר שאלת מחקר הקשורה להשפעות משתנה שתבחר על הביקוש למוצר שבחרת (לדוגמא- השפעת מבצעים, פרסום למוצר על חלון החנות וכו'). נסח השערת/השערות מחקר וכתוב מהם המשתנה התלוי והבלתי-תלוי.
2. בחר את אחת משיטות איסוף הנתונים שנלמדו בכיתה ונמק את בחירתך.
3. מדוד את הביקוש למוצר באמצעות השיטה שבחרת. הצג את נתוניך.
4. הסק מסקנות לגבי הקשר בין המשתנה שבחרת לבין הביקוש למוצר.

**קריטריונים להערכת העבודה:**

- |   |            |
|---|------------|
| א. כתיבה נכונה של שאלת המחקר והשערת/השערות המחקר- | 20 נקודות  |
| ב. מציאת משתנים-                                  | 10 נקודות  |
| ג. שיטת איסוף נתונים- נימוק נכון-                 | 20 נקודות  |
| ד. מדידת הביקוש על-פי שיטת איסוף הנתונים+ הצגה-   | 25 נקודות  |
| ה. הסקת מסקנות לגבי הקשר בין המשתנים-             | 25 נקודות  |
| סה"כ  | 100 נקודות |

מחווך לעבודת ניתוח הביקוש:

קריטריונים/סטנדרטים	10	7	נכשל
כתיבה נכונה של שאלת המחקר והשערות המחקר	כתיבה מדעית מדויקת	כתיבת שאלת מחקר והשערות מחקר לא מדויקות מבחינה מדעית	חסרות שאלת מחקר ו/או השערות מחקר.

מציאת משתנים ללא ניסוח נכון של משתנה תלוי ובלתי תלוי.		ניסוח נכון של משתנה תלוי ובלתי תלוי	מציאת משתנים
נימוק לא נכון	בחירה נכונה אך לא מנומקת בצורה מבוססת	נימוק נכון ומבוסס	שיטות איסוף נתונים
כתיבה חלקית של הנתונים	כתיבת הנתונים ללא שימוש בגרפים	שימוש בגרפים לצורך המחשת הנתונים	מדידת הביקוש- הצגת הנתונים
מסקנה מנומקת אחת	2 מסקנות מנומקות	מעל 3 מסקנות מנומקות	הסקת מסקנות על הקשר בין המשתנים

### מהלך העבודה:

העבודה תבצע במשך מספר ימים בקניון בהרצליה. קודם לכן, התלמידים יציגו למורה את שאלת המחקר שלהם המקשרת בין משתנה בלתי-תלוי כלשהוא לבין הביקוש למוצר שבחרו. לאחר מכן, הם ילכו לבצע את מחקר השוק שלהם. לסיום, יגישו עבודה כתובה.

## עבודה בניהול פרויקטים-סימולציה

נספח 3:

### של פרויקט

מטרות:

- התלמיד ידע את השלבים בתכנון וניהול פרויקט.
- התלמיד יישם את המושגים שנלמדו בנושא זה, במשחק הסימולציה.
- התלמיד יפתח מיומנויות ניהול תחת לחץ.

הנחיות לתלמיד:

מונית למנהל פרויקט בפירמה בהרצליה. אתה הוא זה שמציע את המוצר או השירות שיווצרו ומהם המשאבים שאתה נזקק להם.. לפרוייקט מוקצבות x שעות, y עובדים (ניתן לסווג לסוגים שונים של עובדים לבחירתך) ו-z שקלים. מטרתו של הפרוייקט ידועות וניתנות למדידה. הלקוח שאותו אתה משרת, תובע ממך להספיק לסיים את הפרוייקט לפני הביקורת הקרובה (בעוד כחודש), בדרך הטובה ביותר והמנהלים רוצים חיסכון בעלויות וצריכים אותך לפעילויות נוספות במפעל.

המצא נתונים ומהלך עבודה שיאפשר לך תמרון בין הדרישות. רשום את תכנון הפרוייקט על כל שלביו (כולל תרשים גנט), הצג את המכשולים שבדרך ודרכי ההתמודדות שלך אתם.

### **מהלך העבודה:**

התלמידים יכינו את הסימולציה בביתם ויגיעו אתה כתובה לכיתה. בכיתה, יערך משחק סימולציה שבו התלמיד שכתב את הפרוייקט יציג אותו כמנהל הפרוייקט, תלמיד אחר יהיה הלקוח ואחר-המנהל. העבודה תיבדק ותוערך על-ידי המורה.

### **קריטריונים להערכת העבודה:**

1. תכנון הפרוייקט- 75 נקודות.

סטנדרטים: תכנון נכון על-פי השלבים שנלמדו + תרשים

גנט מלא- 100%

תכנון חלקי + תרשים גנט- 70%

תכנון הפרוייקט ללא תרשים

60% גנט-

5 נקודות.	2. ציון המכשולים-
15 נקודות	3. דרכי ההתמודדות ושיקולים בבחירתם-
	כמות הדרכים- 8 נקודות
	שיקולים מנומקים היטב- 7 נקודות
5 נקודות	4. יצירתיות-
100 נקודות	סה"כ

**מטרות :**

1. התלמיד ידע ויבין מושגים ותיאוריות בשיווק.
2. התלמיד יוכל לנתח ולהסביר את הסרט באמצעות המושגים והתיאוריות  שנלמדו.
3. התלמיד יישם את אחד המושגים המוצגים בסרט באמצעות דוגמא מניסיונו האישי.

**הסבר על העבודה**

1. לשיעור תוקדשנה 2 שעות לימוד. בשעה הראשונה תוצג המטלה (דף הצפייה) לתלמיד, ויוקרן הסרט (יוקרנו החלקים הרלבנטיים לנושאי הלימוד).
2. במהלך הצפייה התלמידים ירשמו לעצמם הערות.
3. לאחר הצפייה כל תלמיד יענה על השאלות בדף הצפייה שניתן לו ויוכל להיעזר  בחומר הלימוד.
- (התלמידים יתבקשו להביא את חומר הלימוד של השנה כולה).
4. הגשת העבודה - בתום השיעור השני התלמידים יגישו את דף העבודה.

**תכני הסרט**

הסרט עוסק בנושאים הבאים:

**1 המחרה** (המחרה פסיכולוגית, מבצעים)

**2. גורמי סביבה חיצוניים** - משפחה

- קבוצת התייחסות

- קבוצת שייכות

- מנהיגי דעה

- מעמד סוציו-כלכלי

- תרבות, תרבות משנה

**3. מיתוג** - בחירת מותג

נאמנות למותג

מיתוג באמצעות אריזה



## דף הצפייה

הנחיות לתלמיד: קרא את השאלות בדו"ח הצפייה לפני הסרט. רשום בראשי פרקים נקודות המתייחסות לשאלות שקראת.

לאחר הצפייה ענה על דף הצפייה והגש למורה.

### 1 המחרה

א. בסרט באות לידי ביטוי שתי שיטות המחרה. ציין את השיטות, הסבר אותן והדגם כיצד הן באות לידי ביטוי בסרט.

ב. כיצד השפיעו שיטות המחרה  אלו על המכירות? הסבר והדגם מתוך הסרט.

### 2 גורמי סביבה

א. מהם גורמי הסביבה המשפיעים על החלטת הקניה  של הצרכנים.

ב. הבא דוגמא מהסרט ל - 3 השפעות סביבה והשפעתן על הרכישה.

### 3 מיתוג

א. מהו מותג ומה חשיבות המיתוג ליצרן? הסבר והדגם על פי הסרט.

ב. מהי נאמנות למותג וכיצד באה לידי ביטוי בסרט?

ג. מהי חשיבות רכישת המותג לצרכן על פי הסרט?

ד. הבא דוגמא למותג שרכשת והתייחס לנושאים הבאים:

השפעת הסביבה שגרמה לרכישה.

המחרת המותג

חשיבות המיתוג

## **קריטריונים להערכת ראשי הפרקים:**

המחרה- 25 נקודות

שיטות המחרה- ציון השיטות – 4 נקודות (2 נקודות לכל שיטה), הסבר השיטות- 6 נקודות, ביטוי בסרט- 5 נקודות.

השפעת שיטות המחרה על המכירות- הדגמה- 5 נקודות, ניתוח והסבר- 5 נקודות.

גורמי סביבה- 20 נקודות.

גורמי סביבה- ציון חמשת גורמי הסביבה- 8 נקודות.

דוגמא לשלוש השפעות סביבה- 12 נקודות- 4 נקודות לכל דוגמא.

מיתוג- 55 נקודות.

מהו מותג- 2 נקודות, חשיבותו ליצרן- 2 נקודות, הדגמה בסרט- 6 נקודות.

נאמנות למותג- 4 נקודות, הדגמה בסרט- 6 נקודות.

חשיבות רכישת המותג לצרכן- 15 נקודות (ניתוח של לפחות 4 אפיונות שונות שבהן נצפתה חשיבות המותג לצרכן).

דוגמא למותג: השפעת סביבה- 8 נקודות. ניתוח והסבר מעמיק. המחרת המותג- 6 נקודות,

חשיבות המיתוג- 6 נקודות. טיעון מבוסס.

## חלק ראשון

### מידע כללי אודות הסיור

המורה תציג לתלמידים את תוכנית הסיור, מטרותיו והנושאים העיקריים בהם הסיור יתמקד. (זהו סיור המבוצע בכיתה י"ב לאחר שהתלמידים סיימו ללמוד את חומר הלימודים במנהל עסקים במהלכו יפגשו עם מנהל שיווק ומנהל פרוייקט).

## חלק שני

הנחיות לתלמידים לפני הסיור:

חפש מידע אודות החברה בה נבקר והכן דף מידע אודות החברה הכולל את הפרטים הבאים: שם החברה, תחום פעילות - ענף (יש לציין קווי מוצר ומוצרים עיקריים), וותק בענף, מספר מועסקים, פריסה ארצית ואו עולמית, שווקים וקהלי יעד עיקריים בארץ ו/או בחו"ל, נתח השוק של החברה ומתחרים עיקריים.

חפש כתבה שהתפרסמה אודות החברה (אינטרנט, עיתונות ומדיה). סכם בקצרה את הכתבה והצג את הסוגיה העיקרית בה עוסקת הכתבה.

על סמך המידע המוקדם שאספת אודות החברה, נסח לפחות שלוש שאלות אותן ניתן יהיה לשאול את נציגי החברה שנפגוש במהלך הסיור.

## דו"ח סיור

סכם בקצרה את המאפיינים העיקריים של הפירמה ואת דרכי ניהול הפרוייקט שעליו שמענו בהתבסס על המידע שהועבר במהלך הסיור (יש להציג מידע נוסף על המידע המוקדם שאספת במטלה המקדימה לסיור).

בהתבסס על המידע ועל התרשמותך במהלך הסיור הצג ניתוח S.W.O.T הכולל התייחסות לסביבה החיצונית - ניתוח הזדמנויות ואיומים והתייחסות לסביבה הפנימית- ניתוח נקודות חוזק וחולשה. בניתוח יש להתייחס לנושאים הבאים:

שיווק - מוניטין, נתח שוק, איכות מוצרים, המחרה, קידום מכירות, הפצה, חדשנות.

כספים - הון וגיוס הון, יציבות פיננסית

ייצור - מתקנים, טכנולוגיה, כושר ייצור, דרכי ניהול הפרוייקט שעליו שמענו בחברה.

בהתבסס על הניתוח שערכת הציעו והציגו פתרון אפשרי לאחת מנקודות החולשה המאפיינות את הפירמה.

### קריטריונים להערכת דו"ח הסיור:

רקע על החברה- אינפורמציה מלאה ומבוססת ממידע מוקדם ומהסיור- 30 נקודות.

סיכום הכתבה- סיכום + סוגיה עיקרית- 10 נקודות.

ניתוח swot – כמות הנתונים- 10 נקודות + ניתוח לוגי- 30 נקודות= 40 נקודות.

פתרון לאחת מנקודות החולשה- ניתוח לוגי- 15 נקודות+ יצירתיות- 5 נקודות= 20 נקודות.

קריטריונים/סטנדרטים	10	7	נכשל
רקע על החברה- אינפורמציה מלאה ומבוססת	7 משתני רקע	5 משתנים	3 משתנים
כתבה- סיכום + סוגיה עיקרית	סיכום בלשון עצמאית + סוגיה עיקרית מוצגת	סיכום בלשון עצמאית באופן חלקי + סוגיה עיקרית	העתקת חלקים מהכתבה. לא מוצגת סוגיה עיקרית.
ניתוח swot – כמות המשתנים ניתוח לוגי	ניתוח כל הנושאים שהוצגו בעבודה העלאת טענות תוך ביסוס לוגי מעמיק	ניתוח 80% מהנושאים ביסוס לוגי של חלק מהטענות	ניתוח 50% מהנושאים אין ביסוס לוגי לטענות

אין ביסוס לוגי לטענות	ביסוס לוגי של חלק מהטענות	העלאת טענות תוך ביסוס לוגי מעמיק פתרון יצירתי	הצעת הפתרון לאחת מנקודות החולשה- ניתוח לוגי פתרון יצירתי
-----------------------	------------------------------	---	---

## עבודה קבוצתית-ניתוח פרסומות

נספח 5:

מהלך התרגיל:

התרגיל יעשה בקבוצות של 4-5 תלמידים.

הקבוצה תבחר פרסומות מהעיתונות הכתובה או פרסומות/תשדירי שירות המוקרנים בטלביזיה המייצגים גישות מסר שונות.

הקבוצה תצלם/תקליט את הפרסומות שנבחרו.

הקבוצה תציג את החומר בפני הכיתה (כל קבוצה תציג תרגיל אחד במהלך שנת הלימודים).

הקבוצה תכין לתלמידי הכיתה דף עבודה בו יצטרכו למיין את גישת המסר המתאימה ולנמק החלטתם.

לדוגמא:

שם הפרסומת	גישת המסר	הנימוק
פרסום למקרר אמקור	<u>פנייה שכלית</u> גישת ההבטחות צדדיות המסר פירסום משווה	העברת מידע על פעולתו של המוצר, התועלת ממנו ויתרונותיו הברורים. מסר חד צדדי או דו צדדי. מתן נתונים השוואתיים.

שימוש בילדים.	<u>פנייה רגשית</u>	פרסום למטרנה פרימיום
קשר בין בני זוג.	פרסום הומוריסטי	חלב סויה
שימוש בעירום, ארוטיקה	מסר מיני	סיידר הגליל
	מסר מאיים	

התלמידים יסבירו את בחירתם בכיתה

שאלות אפשריות נוספות לדיון בכיתה:

\*האם המסר מעורר עניין?

\*האם הפרסומת מבדלת את המוצר או השירות?

\*האם הפרסומת מתייחסת למתחרים?

\*האם הפרסומת אמינה?

\*לאיזה סגנון חיים מכון המסר?

\*האם יש שימוש באישיות מפורסמת או מנהיג דעה?

\*מהו ערוץ הפרסום שנבחר?

\*האם הפרסומת הצליחה להעביר את המסר?

עבודה קבוצתית- ניתוח דו"חות כספייםחברת "אוסם"מטרות:

- התלמיד ידע ויבין תכנים ומושגים הקשורים לדוחות עסקיים, יחסים פיננסיים ומצבה העסקי של פירמה.
- התלמיד ידע להוציא דוחות פיננסיים של פירמות מהאינטרנט – אתר Aonline .
- התלמיד ידע לקרוא דוחות פיננסיים ולהוציא את הנתונים הרלבנטיים.
- התלמיד ידע להשוות נתונים של פירמה עם נתוני פירמות אחרות ועם נתוני הענף ולהסיק מסקנות לגבי מצבה של הפירמה.
- התלמיד יפתח מיומנות של עבודת צוות.

תהליך הכנת העבודה:

- היכנסו לאתר Aonline והוציאו את דו"ח רווח והפסד ומאזן של חברת אוסם.
- הוציאו את דו"ח החוסן הפיננסי של ענף המזון.
- הוציאו מדו"ח רווח והפסד שנתי של אוסם שנת 2001 את הנתונים הבאים: מכירות ורווח נקי.
- חשבו לפי נתוני המאזן של אוסם את היחס השוטף והסבירו על פי נתון זה מה מצב הנזילות בחברה.
- השוו את נתון היחס השוטף של אוסם לממוצע המשוקלל בענף המזון (דו"ח חוסן פיננסי) ונתחו עתה את מצב הנזילות בחברה.
- חשבו את היחס המהיר לשנת 2001, השוו את התוצאה ליחס השוטף באותה שנה, הסבירו את התוצאות השונות.
- חשבו יחסי מנוף פיננסי לשנים 2002 ו- 1998, השוו את התוצאות לממוצע המשוקלל בענף המזון ונתחו את הממצאים.
- התייחסו לנתוני חברת "מן" בדו"ח החוסן הפיננסי של ענף המזון ובדקו את: ההון העצמי וסה"כ הנכסים. חשבו עלפי נתונים אלו מהן סה"כ התחייבויות של החברה.
- היחס השוטף בחברת "מן" = 0.07 . הנכסים השוטפים הם..... מה גודל ההתחייבויות השוטפות?.
- נתחו את מצב הנזילות של חברת "מן" תוך השוואת הנתון לממוצע הרגיל בענף.
- חשבו את היחס: חוב/ הון עצמי של חברת "מן", הסבירו את משמעותו.
- חשבו את המנוף הפיננסי של חברת "מן" והסבירו את משמעותו.

- סידרה עיתית: הכינו סדרות עיתיות של מכירות ורווח נקי לפי נתונים כספיים של חברת "אוסם" בשנים 1997 – 2001 (התייחסו לשנת 1997 כשנת בסיס) וחשבו סדרה עיתית לכל סעיף. הסיקו מסקנות מתאימות לגבי מגמת המכירות והרווח בשנים הנ"ל.

				שנים
				מכירות
				סידרה עיתית
				רווח נקי
				סדרה עיתית