

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

שם ביה"ס/המוסד: בית חינוך בן גוריון- פיינברג פתח תקוה

שם התכנית הייחודית: מנהל עסקים

תחום הדעת: מדעי החברה

מספר יחידות הלימוד: 2 יח"ל

סמל מוסד: 490052



**בית חינוך שש שנותי
בן גוריון-פיינברג**

תוכנית לימודים ייחודית במנהל עסקים

היקף התוכנית - 2 יח' לימוד

תכנית המבוססת על התכנית הייחודית של בי"ס "ראשונים" בהרצליה

תוכן עניינים:

עמודים	
3	א. הרקע לתוכנית
9 - 4	ב. התפיסה הרעיונית של התוכנית-הרציונל
10	ג. מטרות התוכנית
12 - 11	ד. עקרונות פדגוגיים- דידקטיים, דרכי הוראה והערכה
14 - 12	ה. מבנה התוכנית והנושאים שילמדו
16 - 15	ו. ביבליוגרפיה
29 - 17	<u>ז. נספחים</u> - דוגמאות לדרכי הוראה ולמידה
17	נספח 1 - עבודה אישית בהתנהגות אירגונית- ניתוח מחלקה בארגון.
20 - 19	נספח 2 - עבודה אישית בשיווק. מחקר שוק- מדידת ביקוש למוצר המשווק בקניונים בפתח – תקווה.
21	נספח 3 - עבודה אישית בניהול פרויקטים – סימולציה של פרויקט .
23 - 22	נספח 4 - דו"ח סיור במפעל הייטק בפתח תקווה.
29 - 25	נספח 5 - ניתוח פרסומות-עבודה בקבוצות
30	ח. טבלה מסכמת של נושאי הלימוד

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 לבתייהם של התלמידים. התלמידים זקוקים להדרכה במידע שמגיע אליהם ולרכישת כלים שיאפשרו להם לנתח תופעות ואירועים בעולם זה.
3. העיר פתח-תקווה משופעת במפעלי תעשיית הייטק. כתושבי העיר, חשוב שהתלמידים ילמדו על מפעלי התעשייה, על הייחוד בתעשיית ההייטק הבנויה על פרויקטים ובמיוחד פרויקטים ליצוא.
4. התוכנית המצ"ב הנלמדת בבי"ס "ראשונים" בהרצליה, זכתה להצלחה רבה וחידדה את הצורך באימוץ התכנית גם בבית ספרנו ובכך יינתן מענה לכמות התלמידים המעוניינים ללמוד דיסציפלינה זו. אימוץ התכנית אושר על ידי הנהלת בי"ס "ראשונים".
5. התכנית המקורית של בית הספר "ראשונים" הותאמה למאפייניו של בית הספר בן גוריון- פיינברג ומלבד מה שניתן לכנות "תיקונים קוסמטיים" נערך בה שינוי משמעותי אחד – היחידה העוסקת ב"מימון" הוחלפה על ידינו ליחידה העוסקת ב"התנהגות ארגונית". הוראת יחידה זו תואמת יותר את הכשרת המורים שיעסקו בהוראה ומשתלבת טוב יותר במטרות התכנית שתיכלל בסל של תכניות לימוד נוספות במסגרת מקצועות מדעי החברה הנלמדים כבר בבית הספר -לימודי פסיכולוגיה וסוציולוגיה

ב. התפיסה הרעיונית של התוכנית- הרציונל

1.ב תאור החברה

העיר פתח תקווה משופעת במפעלי הייטק הממוקמים באזורי התעשייה בעיר 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 באזורי התעשייה והמסחר בפתח תקווה.
- עבודה אישית שתיערך בקניונים שבעיר.
- ביקור בבנקים מסחריים בעיר והזמנת נציגים מגופים מסחריים להרצאות בביה"ס.

תיכון בן גוריון, סמל מוסד 490052, הוא תיכון ותיק ומוביל בעיר פתח תקווה, בית הספר הינו בית חינוך שש שנתי בו לומדים 1546 תלמידים ומתוכם בחטיבה העליונה לומדים בתשע"ח 977 תלמידים. בית הספר קולט אוכלוסייה מגוונת של העיר. בכל שכבה בחט"ע שתי כיתות מצטיינים במסלול רב תחומי ובמסלול הנדסת תכנה, 5 כיתות עיוניות, כיתת מב"ר שח"ר וכיתת מב"ר במימון עיריית פתח תקווה. בבית הספר מגוון מגמות לימוד, אחוז הזכאים לבגרות עומד על 98%. בבית הספר פועלת מזה 3 שנים תכנית ייחודית ל"לימודי איראן, בטחון ומודיעין". בשנת תשע"ז סיים המחזור הראשון של בוגרי המגמה וכיום לומדים במסגרתה 45 תלמידים בימים אלו, במקביל לתכנית זו, מפתח צוות של מורי בית הספר תכנית ייחודית נוספת בשם "סין והמרחב הסיני" בשיתוף עם אונ' בר אילן.

- התוכנית מסייעת לתלמיד להבין את העולם העסקי שבו הוא חי כדי לאפשר לו השתלבות בחיי החברה בעתיד כאזרח, עובד ומנהל- כלומר מובילה את התלמיד להצלחה בהתמודדות עם עולם המחר כאזרח משכיל במדינה דמוקרטית.
- התוכנית נעזרת בדרכי הוראה מגוונות כדי להיות מותאמת לכל תלמיד ולאפשר לכל תלמיד 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 ביה"ס קהילתי שבו מתקיים דיאלוג מתמיד בין כל השותפים בעשייה החינוכית.

ב.2 התלמיד וצרכיו

התוכנית מיועדת לתלמידי תיכון בן גוריון-פיינברג בשכבות 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.

לתפיסתנו, התלמיד הוא לרוב בעל מוטיבציה להישגיות המתבטאת באחוזי זכאות גבוהה לבגרות. רובם ככולם של תלמידי 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 "בן גוריון" 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, התנהגות ארגונית) 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 "בן גוריון" נלמדים כבר מספר מקצועות השייכים לאשכול מדעי החברה- פסיכולוגיה, סוציולוגיה.

תוכנית הלימודים במנהל עסקים- 2 יח"ל נלמדת בצירוף של 2 יחידות כלכלה בלבד ועבודת חקר סה"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 הסוגיה 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 בראיה 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.
- התוכנית כוללת פרקים בשיווק והתנהגות אירגונית 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 רקע בתחום ההתנהגות האירגונית. תחילה ילמדו תאוריות ומונחים בתחום ההתנהגות האירגונית גישות שונות, מבנה אירגונים, ואירגונים בישראל.

בכיתה י"ב ילמד התלמידים התנהגות אירגונית וניהול פרויקטים כחלק מניהול התפעול. בכיתה י"ב התלמיד יודע כבר פרקים נבחרים בכלכלה ולכן ניהול הפרויקטים יהיה נגישים יותר עבורו והוא יכיר את הרקע והתאוריות בארגונים ולכן יוכל ללמוד על פרקטיקות ניהוליות ותיכנון משאבי אנוש בתוך אירגון. זוהי למידה ספיראלית. 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 "בן גוריון" 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, ויבין כיצד היא בוחנת 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.

התנהגות אירגונית

למידת ההתנהגות האירגונית נועדה לפתח מסגרת התייחסות שיטתית ומעמיקה להבנת מורכבותה של ההתנהגות האנושית בארגונים. נושא זה יוכל להעניק לתלמידים את יכולת הניהול של ארגונים ואנשים בהם. הלמידה תתבסס על למידת רקע תיאורטי ואמפירי מתחומי ההתנהגות הארגונית והניהול. השיעורים יעסקו בתאוריות השוק, במבנים של אירגונים ותהליכים הקשורים בהתנהגות של הפרט והקבוצה במסגרת הארגונית. ילמדו נושאים הקשורים לאישיות הפרט, לעמדותיו ויחסיו עם הזולת, למערכת המניעים שלו וליחסיו עם הסובבים אותו בארגון. בסופו של תהליך אחרי הלמידה התאורטית התלמידים יתרגלו סימולציות בנושא.

יבחנו תהליכים אישיים ובינאישיים בקרב עובדים ומנהלים המרכיבים את הארגון, וכן הבטים של מבנים ארגוניים ושינויים. כמו כן נבחן את חייו של האדם כיצור חברתי, בתוך הקבוצה אליה הוא שייך. נלמד על דינמיקה המתרחשת בקבוצות ועל השפעתה על תהליכי העבודה. נושא נוסף שילמד במסגרת היחידה דילמות ניהוליות וקבלת החלטות ויישומן בסימולציות.

נושאי הלימוד יכללו: מבוא להתפתחות התחום, תרבות אירגונית, אישיות והבדלים בין-אישיים, עמדות ורגשות, למידה, הנעה בעבודה, יצירתיות וחדשנות של עובדים, לחץ ושחיקה בעבודה, אושר ובריאות נפשית בעבודה, איזון בין עבודה לשאר תחומי החיים, קבוצות עבודה בארגון, כוח היררכיה ואי-שוויון בארגונים, שיתופי פעולה, אינטראקציה בין אישיות ומיון ותגמול עובדים.

ניהול פרוייקטים

ניהול פרוייקטים 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, תכנון המוצר, תכנון כוח אדם, שיפור ביצועיו והנעת עובדים, ניהול האיכות, ניהול חומרים ומלאי וניהול פרוייקטים.

תוכנית הלימודים המוצגת תעסוק בניהול פרוייקטים בלבד.

פרק זה שם דגש על תכנון וניהול עבודה שוטפת תחת לחץ זמן ובמגבלות כלכליות על המשאבים, כדוגמת שעות עבודה וציוד. בפתח תקווה תעשיות הייטק רבות שבהן עיקר העבודה היא על פרוייקטים ולכן הפרק יקנה לתלמיד הבנה בחשיבותו ובמורכבותו של ניהול פרוייקט.

ניהול פרוייקטים זהו הנושא האחרון בכיתה י"ב. במסגרתו התלמיד ילמד מהו פרוייקט, מהם השלבים העיקריים בניהולו, כיצד הפירמה קובעת לוחות זמנים, מחליטה על גודל המשאבים ובודקת את התקדמות הפרוייקט. לאחר שהתלמיד ידע ויבין מהו פרוייקט הוא יבצע את עבודת הסימולציה האישית בניהול פרוייקט שתונחה בכיתה ותיישם את הלימודים התיאורטיים בנושא.

ב.4 המורים

טלי גליקסברג - רכזת מגמת מדעי החברה בבית הספר בן גוריון. בעלת תואר ראשון בסוציולוגיה אנתרופולוגיה ובשיטות הוראה והערכה מאוניברסיטת תל אביב. מלמדת מדעי החברה בבתי ספר תיכוניים החל משנת 1990 (כלכלה, פסיכולוגיה וסוציולוגיה) ומנחה עבודות חקר במדעי החברה. בשנים 2011-2017 שימשה כמדריכה מחוזית במדעי החברה במשרד החינוך במחוז תל אביב.

טלי גליקסברג תלמד בתכנית את המקצוע המוביל כלכלה. בשנת הלימודים הנוכחית (תשע"ח) לומדת באוניברסיטה הפתוחה קורסים בתחום הכלכלה.

אפרת ששון אל-אלי - בעלת תואר ראשון מאוניברסיטת תל אביב במדעי החברה עם התמחות במדעי המדינה. בוגרת מסלול הסבת אקדמאים להוראה בבית ברל. בחמש השנים האחרונות מחנכת מב"ר ומורה לתיירות, סוציולוגיה, מגדר וחינוך תעבורתי ורכזת תיירות וריכוז חינוך תעבורתי בתיכון בן גוריון.

בעברה יועצת אירגונית, מנחת קבוצות ומאמנת עסקית בחברות גדולות במשק כגון בנקים, חברות ביטוח
חברות תקשורת ועסקים וכן (SMB (small medium business).
ניסיון נוסף מעברה- מנהלת אתר E-commerce "מגה באינטרנט", מנהלת צוות מכירות ב"אינטרנט זהב"
וכן מנהלת מחלקת הדרכה והכשרת עובדים בחטיבה העסקית של חברת "פלאפון תקשורת".
אפרת ששון אל-אני תלמד בתכנית את תחום השיווק.

הילית ברק - בעלת תואר ראשון במדעי החברה והרוח (סוציולוגיה ואנתרופולוגיה, B.A כללי עם
התמקדות בהיסטוריה) מאוניברסיטת תל אביב. בעלת תואר שני בפסיכולוגיה חברתית מאוניברסיטת בר
אילן.
מורה לאזרחות, הסטוריה ומחנכת בתיכון בשלוש וחצי שנים. משנת 2007-2015 עבדה בתחום משאבי
אנוש בשני אירגונים מרכזיים: רכזת גיוס, מנהלת גיוס, ומנהלת משאבי אנוש. העבירה בין היתר הדרכות
בנושא גיוס עובדים, קורות חיים. ניהלה כמנהלת משאבי אנוש כ- 200 עובדים (קליטת עובדים, חוזי
עובדים, שימור עובדים, דיני עבודה, פיטורי עובדים, אירועי חברה, אירועי שיווק ועוד). עבדה מול גורמים
רבים מנכ"ל, מנהלים בכירים, מנהלי פרויקטים, מחלקת שכר, המחלקה המשפטית ועוד.
הילית ברק תלמד בתכנית את תחום ההתנהגות הארגונית.

שרה שגיב- סגנית מנהלת ורכזת פדגוגית בבית הספר בן גוריון - פיינברג בפתח תקווה, בעלת תואר MA
בניהול מערכות חינוך- אוניברסיטת קלארק ארה"ב, (1996). BA בשפה וספרות ערבית ולשון עברית-
אוניברסיטת ת"א (1972).
דינה לויין – רכזת מתמטיקה בבית הספר. רכזת הערכה בית ספרית בבית הספר בן גוריון - פיינברג בפתח
תקווה.

ג. מטרות התוכנית

מטרות העל של התוכנית הן:

1. התלמידים ירכשו ידע תיאורטי רחב בתחום הדעת של מנהל עסקים, בהיבט השיווק ובהיבט ההתנהגות הארגונית.
2. התלמידים יקשרו בין התיאוריות הנלמדות לבין המציאות העסקית והארגונית.
3. התלמידים יפתחו יכולת יישומית בתחום הדעת של מנהל עסקים.
4. התלמידים יפתחו כישורי לומד עצמאי.

מטרות של התוכנית על פי תחומים :

תחום קוגניטיבי :

1. התלמיד יסביר במילותיו שלו את מושגי היסוד בהקשר של מהות הפירמה כארגון בהיבט השיווקי ובהיבט ההתנהגות הארגונית.
2. התלמיד ידון ויבקר את התנהלות הפירמה הן כיחידה עסקית והן כיחידה ארגונית.
3. התלמיד יגדיר את הסיכונים העומדים בפני הפירמה ואת הדרכים להתמודדות איתם.
4. התלמיד יפנים את האינטגרציה הנדרשת בפירמה , בין תחומי הניהול השונים על מנת להשיג את המטרות.
5. התלמיד יעריך ויבחין בין ערכים חברתיים, הכוללים סולידריות חברתית, רווחת הפרט מול רווחיות הפירמה, צרכנות נבונה מול חומרנות, רווחת החברות הלא מפותחות מול הגלובליזציה ועוד.

תחום מיומנויות :

1. התלמיד יתמודד עם קריאה, עיבוד וסיכום של חומר כתוב.
2. התלמיד יבצע חיפוש במאגרי מידע ממוחשבים ואתרי מידע. יאתר , ימייין וישלוף מידע רלוונטי.
3. התלמיד יערוך חומר ויגיש עבודות במסמכים ובמצגות . התלמיד יציג את העבודות בפני קהל.
4. התלמיד יבחן ארגונים עסקיים מהיבטים שונים. ינתח נתונים וישווה ביניהם, יסיק מסקנות , ינסח טיעונים מנומקים.
5. התלמיד יתמודד עם קבלת החלטות בתחומים של עבודה בצוות. לדוגמה, עם מי לעבוד, חלוקת משימות , בחירת בנושא ספציפי לעבודה.

תחום חברתי :

1. התלמיד יעבוד בקבוצות, יחלק תפקידים וישתתף באחריות.
2. התלמיד ירכוש כלים ליישום הנושאים שלמד במנהל עסקים בחיי היום יום שלו כתלמיד וכצרכן, כאזרח, כמנהל או משקיע.

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 בפתח תקווה, סימולציה של ניהול פרויקט, הכנת פרזנטציה והעברת לכיתה.
- **עבודות קבוצתיות** – ניתוח סרטי פרסומת, ניתוח פרסומות והשפעתן על תרבויות משנה בחברה הישראלית, התנהגות אירגונית החלטות צוותיות מוגבלות בזמן.
- **משחקי סימולציה** - הכנת תוכנית שיווקית באמצעות תמהיל שיווק, סימולציית גיוס ומיון עובדים, משחקי שוק, סימולציית מוטיבציה.
- **צפייה בסרטים** - "שופולוגיה" בנושא השיווק והכנת דו"ח צפייה בסרט, מסחר אלקטרוני בנושא שיווק, מהי עבודה "זמנים מודרניים".
- **סיורים** - סיורים במפעל הייטק באזור התעשייה בפתח תקווה.

- **הרצאות** - שיחה עם מנהל פרויקט, הרצאת מנהל מותג, הרצאת בנקאי בנושא השקעות בבורסה, הרצאה עם מנהל בנושא דילמות ניהוליות, הרצאת יום בחיי מנהל.
 - **תרגילים** - ניתוח אירועים בשיווק, תרגילים בניהול משאבי אנוש ותרגילים בהתנהגות אירגונית ובניהול פרויקטים.
 - **שימוש במאגרי מידע מתוקשבים** - שימוש באתרים רלוונטיים להפקת מידע על חברות. לדוגמא, aonline.co.il ועוד.
- (ההורים ישולבו בהרצאות ובסדורים בהתאמה לתפקידיהם ולנכונותם להרצות או להנחות סדור).

ה. 2. דרכי הערכה

- **מבחן הבגרות - מבחן הבגרות הייחודי יהווה 60% מהציון הסופי. הציון השנתי יתבסס על למידה שוטפת, מבחנים, תרגילים ושיעורי בית.**
 - **הערכה חלופית** – בהתאם לרפורמת הלמידה המשמעותית יינתנו מספר עבודות המייצגות דרכי הערכה חלופיות ומאפשרות לתלמיד ליישם את הידע הנרכש בשיעורים באופן פעיל. העבודות יהיו 40% מהציון הסופי. העבודות יתבצעו בקבוצות של עד ארבעה תלמידים.
- בתחום השיווק יינתנו עבודה העוסקת בחקר שוק (נספח 2), סימולציה של ניהול פרויקט (נספח 3) ודו"ח צפייה בסרט (נספח 4). בתחום ההתנהגות הארגונית יינתנו עבודה העוסקת בניתוח מחלקה בארגון (נספח 1) ודו"ח סדור במפעל (נספח 5).

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

היחידה השנייה – התנהגות ארגונית

מטרות:

התלמיד:

- א. ידע ויבין מושגי יסוד ותיאוריות בתחום התנהגות אירגונית.
- ב. יכיר אירגונים ועסקים בישראל.

נושאים שילמדו בשנה הראשונה בהתנהגות אירגונית-

1. מושגי יסוד בהתנהגות אירגונית 2 שעות
2. מהי עבודה? בעיית עבודה וערכי העבודה 4 שעות
3. העבודה כמעמד כלכלי/חברתי (מרקס ווובר) 4 שעות
4. גישת השוק – אדם סמית 6 שעות
5. מבנה אירגוני 4 שעות
6. שינויים אירגוניים 4 שעות
7. תאוריות גישות ומודלים
- (מוטיבציה והנעת עובדים) 8 שעות
8. אירגונים ועסקים בישראל 8 שעות
9. עמדות בעבודה ושימור עובדים 5 שעות
- סה"כ 45 שעות

*** רוב השיעורים יכללו למידה פרונטלית וסימולציה של התלמידים**

היחידה השנייה – כיתה י"ב- 3 ש"ש

היחידה השנייה עוסקת בהתנהגות אירגונית וניהול פרויקטים.

מטרות:

התלמיד:

- א. ירכוש כלים בקבלת החלטות ויכולת ניהוליות
- ב. ירכוש מיומנות פרזנטציה ועבודת צוות
- ג. ידע ויכיר דיני עבודה
- ד. ירכוש מיומנות של תכנון משאבי אנוש וגיוס עובדים

נושאים שילמדו בשנה השנייה בהתנהגות אירגונית:

1. עיסוקים בארגון ניתוח ועיצוב 4 שעות
2. (המשך) עמדות בעבודה ושימור עובדים 3 שעות
3. התנהגות אירגונית- מוטיבציה 4 שעות
4. תכנון משאבי אנוש 4 שעות
5. מנהיגות וניהול 4 שעות
6. קבלת החלטות 6 שעות
7. גיוס ומיון עובדים 6 שעות
8. צוותי עבודה 4 שעות
9. מיומנויות פרזנטציה 6 שעות
10. דיני עובדים 4 שעות

סה"כ 45 שעות

רוב השיעורים ב"ב' יכללו סימלוציות ותרגולים של התלמידים.

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 הפרויקט- קביעת לוחות זמנים וסדר פעולות, תזמון משאבים 10 שעות

ואיזונים, בקרת התקדמות בפרוייקט.

3 שעות

ד. עבודת סימולציה בניהול פרוייקט

24 שעות

סה"כ

ביבליוגרפיה

שיווק

- הורניק י', (2012) **ניהול השיווק - המהדורה הישראלית**, כרכים א' ב', האוניברסיטה הפתוחה.
יזרעאלי, ד' **שיווק הלכה למעשה**, צ'ריקובר, 1985.
הורניק, י., ליברמן, י., **ניהול הפרסום**, הוצאת האוניברסיטה הפתוחה.
גרונאו, ר., **הגלובליזציה-כלכלת ישראל בצל תהליכים בכלכלה העולמית**, המכון הישראלי לדמוקרטיה, 2003.
גבע, א., **התנהגות צרכנים**, כרך ג', האוניברסיטה הפתוחה, 1994.
בייט-מרום, ר., **שיטות מחקר במדעי החברה**, יחידות 1,2, האוניברסיטה הפתוחה, 1986
א. Dolan, R. The new product development process- cases and notes, Prentice hall, 1993.

התנהגות אירגונית

- אדם סמית, **עושר העמים** 95-107, 137-152, 161—91 (תרגום לעברית בהוצאת האוניברסיטה הפתוחה)
בר-חיים, א' (2002) **התנהגות ארגונית – מקרו** האוניברסיטה הפתוחה (מהדורה זמנית)
בר חיים א' (2014) **ניהול משאבי אנוש**, יחידות 4-1, 5-7, האוניברסיטה הפתוחה.
בר חיים א', **פרקטיקות ניהול משאבי אנוש וצמיחה ארגונית נתפסת** (מאמר מתורגם) בתוך ניהול משאבי אנוש לקט מאמרים, האוניברסיטה הפתוחה, 2009.
בר שלמה ש' (1991), **השפעת משתנים אישיים וארגוניים על תוכן עבודתו של המנהל בארגון**. עבודת מ.א. אוניברסיטת תל אביב.
גלוברזון ש', גלוברזון א' (1990), **בקרה והערכה בארגונים** : ניהול על-פי מדידה, הוצאת רמות אוניברסיטת תל אביב.
גלוברזון ש', עדן ד' (1992) **תימרוץ והנעת עובדים**, ירחון משאבי אנוש, ת"א.

ובר מקס (1975). 'מעמד, סטטוס ומפלגה'. בתוך: משה ליסק (עורך) סוגיות בסוציולוגיה - מקראה לסוציולוגיה. ירושלים.

וסרמן ורדה (2018) **התנהגות ארגונית – מיקרו יחידות 1 – 3** האוניברסיטה הפתוחה (מהדורה זמנית) ליבוביץ נחשון ז"ל (1993), **האצלת סמכויות ומוטיבציית העובד** : עבודת גמר במנהל. הוצאה עצמית ליבר, תומר (1997), **הכנסת שינוי בארגון**. הוצאה פרטית.

משולם א' הרפז י' (2015), **ניהול משאבי אנוש, הגישה האסטרטגית**. הוצאת הספרים של אוניברסיטת חיפה.

סמואל, י. (1996), **ארגונים: מאפיינים, מבנים, תהליכים** (הוצאה שנייה) זמורה-ביתן. פרק 4: מבנים ארגוניים, עמ' 73-106.

קהנמן, ד. (2013). **לחשוב מהר, לחשוב לאט** (פרקים 11-15) מטר

קונדה, גדעון (2002). "מהנדסים תרבות: שליטה ומסירות בחברת היי-טק." הוצאת חרגול. פרקים 1,2,3

קרל מרקס, פרידריך אנגלס, "מניפסט של המפלגה הקומוניסטית", מתוך: המניפסט הקומוניסטי במבחן הזמן, ער. בנימין כהן, תל אביב: הקיבוץ המאוחד, 1998, או מתוך: מבחר כתבים פוליטיים, עמ' 161 – 179.

קרל, מרקס, "עבודה שכירה והון", כתבים נבחרים, כרך א', עמ' 36 – 62

רז אביעד (2004) **תרבות ארגונית ככלי ניהולי: אפקטיביות ארגונית וניהול משאבי אנוש**. האוניברסיטה הפתוחה.

שנהב יהודה, מכונת הארגון (1995), 179-192 (הפסיכולוגיה התעשייתית)

ניהול פרויקטים

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

גלברזון, ש. שטוב, א. **ניהול פרויקטים**, צ'ריקובר, 1992.

גלברזון ש', שטוב א', צביקאל ע' (2009) **ניהול פרויקטים, תכנון ביצוע ובקרה** הוצאת דיונון.

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

עבודה בהתנהגות אירגונית - ניתוח מחלקה באירגון

נספח 1:

הנחיות לתלמיד:

1. בחר אירגון בו אתה מועסק , או שעוסקת בעבר , שיש לך גישה עליו.
2. תאר בקצרה את הארגון. תאר את המחלקה/קבוצת עבודה בו אתה בוחר להתמקד.
3. אסוף מידע על האירגון על ידי ראיונות ממנהלים/עובדים/מחלקת משאבי אנוש.
4. התמקד באחד מהנושאים שלמדנו ובחן אותו (תהליך הגיוס, שימור העובדים, ישיבות פרזנטציה וכן הלאה ותאר כיצד הוא מתנהל , באיזה מחלקה, מה היעילות שלו, האם יש עלויות וכו').
5. נתח את מה שקורה בארגון על פי החומר שלמדנו. יש לשלב על פי התאוריות והמודלים שנלמדו. (למשל על פי איזו גישה המחלקה עובדת, האם זה תואם את הגישה כפי שלמדנו, האם זה מקצועי בעינכם ועוד).

מטרות:

- התלמיד יכיר אירגון והתנהלות אירגונית באופן עצמאי.
- התלמיד יישם את הלמידה התאורטית באירגון .
- התלמיד יפתח מיומנויות סיכום חומר.
- התלמיד יפתח מיומנויות לומד עצמאי.

תהליך הכנת העבודה:

העבודה תערך לאחר שהתלמידים למדו על תאוריות וגישות בתחום משאבי אנוש הם בקיאים במבנה האירגונים , מחלקות ועיסוקים שונים לצורך הכנת העבודה יוקדשו 2 שעות הנחיה בכיתה ובחדר מחשב.

התלמידים יביאו לכיתה נתונים וראיונות על האירגון שהם חקרו. העבודה תעשה בזוגות והתלמידים יתחילו 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:

חלק ראשון של העבודה	
תיאור כללי של האירגון	10 נקודות
תיאור של המחלקה ובחינה שלה	20 נקודות
שימוש בראיונות וציטוטים	20 נקודות
חלק שני של העבודה	
שימוש בתאוריות ומודלים	35 נקודות
שילוב דיעה אישית מבוססת	15 נקודות

מחווין לעבודה- ניתוח מחלקה באירגון

קריטריונים/סטנדרטים	10	7	נכשל
תיאור כללי של הארגון	תיאור מלא ומבוסס, מהי החברה מהי עוסקת, כמות עובדים, כמות מחלקות. העבר שלה – שינויים, רכישות.	תיאור חלקי על החברה. תיאור חלקי על עברה.	תיאור קצר ביותר ללא רקע על החברה.
בחינת המחלקה	תיאור המחלקה, שיטת העבודה, יעילות, העבודה בפועל	תיאורים חלקים שלא נותנים תמונה שלמה על המחלקה	תיאור דל שלא מתאר שיטת עבודה והעבודה בפועל
ראיונות	ציטוטים מראיונות ממספר עובדים, דעתם על המחלקה ויעילותה	ציטוט רק מעובד אחד. שימוש לא מתאים מנתונים שנאספו	העדר ראיונות
תיאוריות ומודלים	שימוש רחב ב-3 תאוריות או מודלים שניתן לקשר למחלקה	שימוש ב-2 תאוריות או מודלים.	שימוש במודל או תיאוריה אחת ביסוס דל מהתאוריות
דיעה אישית	דעתם מנומקת האם התאוריות יישמו היטב, 3 הבטים לשיפור או שימור במחלקה	דיעה דלה לגבי יישומם התאוריות. נכתב נתון אחד לשיפור או שימור	דיעה לא מנומקת

למוצר המשווק בקניונים

בפתח - תקווה

הנחיות לתלמיד:

1. בחר מוצר המשווק באחת מהחנויות בקניון הגדול בפ"ת או בקניון אחר בעיר 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	כתיבה מדעית מדויקת	כתיבת שאלת מחקר והשערות מחקר לא	חסרות שאלת מחקר ו/או השערות מחקר.

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

מהלך העבודה:

העבודה תתבצע במשך מספר ימים בקניון בפתח תקווה. 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 בפתח תקווה. אתה הוא זה שמציע את המוצר או השירות שייצרו ומהם המשאבים שאתה נזקק להם. לפרויקט מוקצות x שעות, y עובדים (ניתן לסווג לסוגים שונים של עובדים לבחירתך) ו- z שקלים. מטרותיו של הפרויקט ידועות וניתנות למדידה. הלקוח שאותו אתה משרת, תובע ממך להספיק לסיים את הפרויקט 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 הפרויקט על כל שלביו (כולל תרשים גנט), הצג את המכשולים שבדרך ודרכי ההתמודדות שלך אתם.

מהלך העבודה:

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

קריטריונים להערכת העבודה:

75 נקודות.

1. תכנון הפרויקט-

סטנדרטים: תכנון נכון על-פי השלבים שנלמדו + תרשים

גנט מלא- 100%

תכנון חלקי +תרשים גנט- 70%

תכנון הפרוייקט ללא תרשים

גנט- 60%

2. ציון המכשולים- 5 נקודות.

3. דרכי ההתמודדות ושיקולים בבחירתם- 15 נקודות

כמות הדרכים- 8 נקודות

שיקולים מנומקים היטב- 7 נקודות

4. יצירתיות- 5 נקודות

סה"כ 100 נקודות

נספח 4 - דו"ח סיור במפעל הייטק בפתח תקווה

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.

התנהגות אירגונית- משאבי האנוש באירגון, הקשר עם הניהול והעובדים, שימור עובדים, מוטיבציה של עובדים.

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

עבודה קבוצתית-ניתוח פרסומות

נספח 5:

מהלך התרגיל:

- התרגיל יעשה בקבוצות של 4-5 תלמידים.
- הקבוצה תבחר פרסומת מהמדיה האלקטרונית (אינטרנט, טלוויזיה וכד')
- הקבוצה תצלם/תקליט את הפרסומת שנבחרה.
- הקבוצה תנתח את המסר הפרסומי בפרסומת שבחרה ותנמק את הניתוח בעבודה ובפני הכיתה.
(לדוגמה, האם במסר יש פניה רגשית או שכלית ואם כן – מהו הנימוק לכך, האם המסר מיני/מפחיד/ קונדסי, האם במסר יש פנייה שכלית, האם המסר חד צדדי/ דו צדדי/ משווה בין נתונים).
- הקבוצה תשאל את תלמידי הכיתה לגבי הצלחת העברת המסר על ידי הפרסומת, בכמה רמות ותנתח את התוצאות.

קריטריון	גבוה	בינוני	נמוך
1. הצגת הפרסומת (10 נק')	הציג באופן מלא ומפורט את הפרסומת 8-10 נק'	הציג באופן חלקי את הפרסומת 4-7 נק'	הציג ללא פירוט את הפרסומת 0-3 נק'
2. ניתוח ערוץ הפרסום (10 נק')	ניתוח מלא כולל תיאור מלא של יתרונות וחסרונות 8-10 נק'	ניתוח חלקי מבחינת התאור, היתרונות והחסרונות 4-7 נק'	ניתוח ללא התייחסות לתיאור או יתרונות וחסרונות 0-3 נק'
3. הסבר סוג המסר באופן שוטף ומעמיק. (10 נק')	הסבר מקיף ומעמיק 8-10 נק'	הסבר חלקי 4-7 נק'	הסבר בלתי מספק 0-3 נק'
4. בידול ומיצוב המוצר, התייחסות למתחרים, מנהיגי דעה וכו' (10 נק')	הציג באופן מפורט את כל המושגים ויישם אותם לגבי הפרסומת הנבחרת באופן מלא 8-10 נק'	הציג באופן חלקי את המושגים ויישם את חלקם לגבי הפרסומת הנבחרת. 4-7 נק'	הציג רק חלק מהמושגים ובצורה שאינה בהכרח מתאימה לפרסומת הנבחרת 0-3 נק'
5. מצגת (20 נק')	המצגת ממצה, מעניינת ומקיפה את עיקרי הנושאים 15-20 נק'	המצגת חלקית מבחינת היקף הנושאים או אינה מספיק מעניינת 5-14 נק'	המצגת לא הוגשה או שהוגשה בצורה מרושלת 0-4 נק'
6. רפלקציה אישית)	הציג את חלקו בהכנת	הציג באופן חלקי את	לא כתב רפלקציה או

העבודה ותרומתו לקבוצה, את הקשיים בהם נתקל, את התובנות האישיות שלו בתחום עבודת הצוות ובנושאי העבודה בצורה מלאה ומקיפה. 20 - 15 נק'	חלקו בהכנת העבודה ותרומתו לקבוצה. תאר באופן חלקי את הקשיים בהם נתקל ואת התובנות האישיות שלו. 14 - 5 נק'	הציג אמירה כללית בלבד 0 - 4 נק'	20 נק')
עמידה בפני קהל (20 נק') עמידה בטוחה ומשכנעת, דיבור רהוט וממוקד, שיתפו את התלמידים והשיבו לשאלות התלמידים בצורה מלאה. 12 - 20 נק'	ענידה לא בטוחה ולא משכנעת, דיבור שאינו רהוט וממוקד, שיתוף לא מספק של התלמידים ומענה חלקי לשאלותיהם. 0 - 10 נק'	לא השתתף 0 נק'	7. עמידה בפני קהל (20 נק')