

שם ביה"ס:

לאו בק

ישוב:

חיפה

תחום הדעת:

מדעי החברה

מס' יחידות לימוד:

3 יח"ל

סמל מוסד:

340018

כותבי התכנית:

דני פסלר, שחר שבו
שירית טיילר (עדכון)

משרד החינוך

המזכירות הפדגוגית

אגף א' לפיתוח פדגוגי

תאריך עדכון 2020

מנהל עסקים



מנהל עסקים

יח"ל

3



תוכן העניינים

4	1. רציונל התכנית	.1
7	2. מטרות התכנית	.2
8	3. שיטת הלימוד	.3
8	4. משך הלימודים והיקפם	.4
8	5. מבנה הלימודים במגמה למינהל עסקים	.5
8	6. סיורים לימודיים	.6
9	7. תוכנית הרצאות וימי עיון	.7
10	8. פרויקט חקר	.8
11	9. הערכה	.9
12	10 פריסת תוכניות הלימודים	
16	11 ביבליוגרפיה	
18	12 נספח	

1. רציונל

בעידן הגלובליזציה, מדינת ישראל, כמו רבות כמוה בעולם, מתמודדת עם משברים כלכליים וחברתיים. משברים אלה נובעים ומשפיעים בזמנית על מצבה הביטחוני, כלכלי פוליטי, חברתי וטכנולוגי. את השינויים הללו היטיב לתאר הפובליציסט תומס פרידמן בספרו "העולם הוא שטוח" (עמ' 17):

"הגלובליזציה עלתה שלב.... יש מאחורינו כבר שלושה עידנים חשובים של גלובליזציה. הראשון נמשך מ-1492 (כשקולומבוס יצא למסעו, ופתח נתיב מסחר בין העולם הישן לחדש) ועד סביבות 1800. הייתי קורא לו גלובליזציה 1.0. עידן זה צמצם את העולם ממידה לארג' למדיום... מילת המפתח הייתה "עוצמה"...

העידן השני, גלובליזציה 2.0, נמשך פחות או יותר מ-1800 ועד 2000.... בעידן זה הצטמצם העולם ממידה מדיום לסמול. מילת המפתח הייתה "רב-לאומיות". זה היה הכוח שהניע את תהליך האינטגרציה... וציפנו בלידתה ובהתבגרותה של כלכלה גלובלית אמיתית - תנועת סחורות ומידע מיבשת אחת לאחרת, בהיקף גדול דיו שאפשר את ביסוסו של שוק גלובלי, עם תחרות אמיתית במוצרים ובכוח העבודה. הכוחות הדינאמיים... היו פריצות הדרך בתחום החומרה - מספינות קיטור ורכבות בשנים הראשונות, ועד טלפונים ומחשבים מרכזיים בשנים האחרונות.

...בסביבות שנת 2000 נכנסנו לעידן חדש לגמרי: גלובליזציה 3.0. והתקופה הזו כיווצה את העולם עוד יותר, מסמול לפצפון... ושטוח.... את גלובליזציה 3.0 מאפיינת רמת המיקרו - התעצמותם של יחידים, שיכולים לשתף פעולה או להתחרות זה בזה במגרש הגלובלי. זהו המאפיין הייחודי של העידן השלישי. והמנוף שמאפשר ליחידים ולקבוצות להפוך לגלובליים איננו כוחות סוס, וגם לא חומרה, כי אם תוכנה - כל מיני יישומים חדשים. נצרף לזה את הקמתה של רשת כלל-עולמית של כבלי סיבים אופטיים ונבין מהו הכוח שהופך את כולנו לשכנים קרובים. כעת, כל אדם יכול לשאול את עצמו: כיצד אני משתלב בתחרות הגלובלית ובשפע ההזדמנויות שמעניק לי העולם. כיצד אוכל, אני לבדי, לשתף פעולה עם אחרים באופן גלובלי?... " (תומס ל. פרידמן, "העולם שטוח", עמ' 17)

ניכר כי ישראל נדרשת ליצירת תנאים שיאפשרו התמודדות ותחרותיות בעולם הדינאמי שנוצר כדי לשמור על שגשוג כלכלי וצמיחה. לשם כך היא נדרשת לקדם חדשנות ופיתוח עסקי ובד בבד לדאוג ליצירת מקורות תעסוקה והכשרה, שיהלמו את הצרכים של שוק העבודה והעסקים בעתיד.

כחלק מתהליך ההשתלבות בעולם הגלובלי נדרשת היום ממנהלים הבנה מעמיקה, ראייה רחבה ומנהיגות. המנהל המודרני מתמודד עם דילמות של ניהול ידע עדכני והצורך לתרגמו למהלכים עסקיים שיביאו לכדי צמיחה.

אחת הבעיות המרכזיות של מנהלים היא מחסור במיומנויות ניהוליות. מנהלים ויזמים בעלי רעיון מתקשים לתרגמו למוצר מוביל בשוק.

לפיכך, החינוך למנהל עסקים, שיאפשר הבנה של השוק הגלובלי, ניצול היתרונות היחסיים והתמודדות עם איזמים וחולשות, חייב להתחיל כבר מגיל התיכון, עבור אלה אשר רואים עצמם עומדים בראש העולם העסקי העתידי.

בד בבד, אנו מאמינים כי תלמיד המעוניין לרכוש השכלה בתחום הניהול, חייב לרכוש גם מיומנויות רחבות וכלליות בתהליך הלימוד. בין אלה ראוי למנות מיומנויות של חשיבה ביקורתית, חשיבה יצירתית ופתרון בעיות, רכישת כלים לראייה רחבה ומערכתית, הבנה מעמיקה של תהליכי קבלת החלטות, דרכי התמודדות עם אופני פעולה חלופיים למצבים נתונים, ועוד.

מרכז חינוך ליאו באק הממוקם בחיפה, חרט על דגלו ובחזונו בניית מערך קשרים בינלאומיים עם תרבויות וקהילות שונות בעולם, על מנת להרחיב את האופק של תלמידיו ולהכשירם לעולם גלובלי רב-תרבותי. המרכז מקיים תכניות בינלאומיות עם מדינות מזרח אסיה- סין ותאילנד, וכן עם שווייץ, גרמניה, בריטניה, ארצות הברית, מקסיקו, הולנד ועוד. במסגרת זו מתקיימים חילופי משלחות של בני נוער.

סמיכותו הפיזית של מרכז חינוך ליאו באק לסביבה העסקית מהמובילות בעולם - הן ברמה הטכנולוגית (כדוגמת מרכז מת"ם, הכולל בתוכו חברות טכנולוגיות מובילות כגון אלביט, אינטל, גוגל וכד'), והן ברמה האקדמית (טכניון, אוניברסיטת חיפה), מעלה את הצורך לנסות ולהבהיר באמצעות תכנית הלימודים את ההקשר העסקי הגלובלי שלנו כפרטים, כעובדים בארגונים וכישראלים לכלכלה העולמית.

תכנית הלימודים הייחודית במינהל עסקים המשולבת עם לימודי כלכלה וחשבונאות פיננסית, נועדה לשמש כבסיס חינוכי לפיתוח של דור צעירים שלו כה זקוקה מדינת ישראל. כך במסגרת עבודת החקר של היחידה החמישית, נלמדים נושאי הלימוד החופפים לכל תחומי הלימוד כגון כלכלה (לדוג' עקומות היצע וביקוש ביחס למוצרים הנחקרים), שיווק (לדוג' תמהיל השיווק, תפקידי מנהל שיווק, ערוצי שיווק), וכן ניהול (תפקידי המנכ"ל, חלוקת תפקידים בארגון, ערוצי הפצה); התלמידים מיישמים את התכנים הללו במחקר פרי יצירתם. זאת כאמור, תוך הקניית מיומנויות רחבות וכלליות לתלמידים כגון יכולת חשיבה ביקורתית, עבודה בצוות, הובלת תהליכים, יכולת רטורית מול קהל, קבלת החלטות, עבודה בתנאי לחץ, ועוד.

התכנית מיועדת לתלמידים בכיתות יוד, יא' יב' בבית ספר עיוני והיא משלבת יסודות חיוניים לפיתוחה של מנהיגות. אוסף התכנים התיאורטיים לצד הפעילות היישומית – חווייתית, יש בהם בכדי לפתח בקרב הלומדים הצעירים רמת מודעות גבוהה ליכולתם ולאמנם בפיתוח מיומנויות אישיות אשר יתורגמו לעשייה בעתיד.

התלמידים עוברים תהליכי סינון למגמה, הכוללים סינון על פי ציונים במקצועות רלוונטיים כגון מתמטיקה, אנגלית ולשון, וכן ראיונות אישיים לפי הצורך.

אי לכך, רמת הלימודים בתכנית זו היא גבוהה מאד ודרישותיה האקדמיות נועדו לפתח אצל הצעירה והצעיר יכולת חשיבה עצמאית, ביקורתית ומקורית, לצד ראייה רחבה ויכולות קבלת החלטות, שהם תנאי הכרחי ליזמות ולניהול מוצלחים. לצד ההיבט האקדמי מבקשת התכנית לחשוף את התלמיד למאפייני המשק והכלכלה בישראל, להיכרות עם התעשייה ועולם העסקים ולטעת בתלמידים, את היסודות החיוניים לפיתוחה של מנהיגות צעירה מעורבת ואחראית. נושאי הלימוד הנלמדים בתוכנית זו, נשענים על ספרות ביבליוגרפית אקדמית ברמה גבוהה. התלמידים נדרשים לקרוא, לנתח ולהתמודד עם גישות תיאורטיות מורכבות, ומכאן שהם מצופים לפיתוח חשיבה תיאורטית מופשטת מחד ולניתוח יישומי של בעיות ומקרים מן המציאות הניהולית – שיווקית – עסקית מאידך.

2. מטרות התכנית

א. במישור הקוגניטיבי

1. התלמיד יכיר את מאפייני תחום הדעת של מקצוע הניהול, יזהה את הפרדיגמות הבסיסיות של המקצוע ויעשה בהן שימוש בניתוח בעיות ודילמות.
2. התלמיד יכיר כלי מחקר בסיסיים המקובלים בתחום הדעת ויעשה בהם שימוש בעת כתיבת דוחות ועבודות.
3. התלמיד יכיר את המערכת הארגונית המודרנית וידע לזהות את מרכיביה השונים.
4. התלמיד ייחשף למשק הישראלי ויכיר מגוון ארגוני תעשייה, שירותים וקהילה.
5. התלמיד יכיר את מאפייני הכלכלה המודרנית והשוק החופשי המקומי והגלובאלי, ויעשה בהם שימוש בניתוח בעיות ודילמות.
6. התלמיד יכיר וייחשף למערכת השיקולים ולראייה הרחבה הנדרשת ממנהל בעידן המודרני.

ב. במישור הרגשי – ערכי

1. התלמיד יפתח מודעות לערכי הניהול והתרבות הארגונית המאפיינים את הקהילה העסקית בישראל, באמצעות ניתוחי אירוע, סיורים במפעלים והרצאות אורח.
2. התלמיד יפתח מודעות למערכת השיקולים וקבלת החלטות בסביבה הניהולית בעידן המודרני הגלובאלי.
3. התלמיד יפתח מודעות לשימוש בכלים ניהוליים מודרניים בסביבה ממוחשבת ואינטראקטיבית, בין השאר ע"י עבודה בכלי גוגל והכנת מצגת.
4. התלמיד יבין את המשמעות החברתית הנגזרת מההחלטות הניהוליות.
5. התלמיד יפתח מודעות לראייה עסקית רחבה מלאה ורחבה, באמצעות עבודת החקר.
6. התלמיד יפתח מודעות לדרכי התמודדות שונות עם מצבים נתונים, תוך ניתוח כשלים ורפלקציה של תהליכים שעבר.
7. התלמיד יפתח מודעות והבנה לשימוש במושגי ניהול עסקי כגון אסטרטגיה, טקטיקה, שיווק, ניהול פיננסי, ועוד.

ג. במישור הקניית מיומנויות

1. התלמיד ירכוש כלים בתחומי מיומנויות היסוד בניהול: דוחות כספיים, התנהגות שוק, זיהוי התנהגות צרכנים, מצגות בעל פה ובכתב, שימוש במערכות ניהול ממוחשבות, וכו'.
2. התלמיד ירכוש כלים ומיומנויות בניתוח אירועים כלכליים מקומיים וגלובאליים (case studies).
3. התלמיד יתנסה ויטמיע חשיבה ביקורתית בתהליכי הלימוד.
4. התלמיד ירכוש כלים לעבודה בצוות ובתהליכים קבוצתיים.
5. התלמיד ירכוש כלים לראייה מערכתית רחבה, בין שאר ע"י סיורים במפעלי תעשייה, הרצאות אורח של מנהלים ויישום הנלמד בעבודת החקר.
6. התלמיד יתנסה בתהליך של למידה מתמשכת, עצמאות, גמישות ואחריות ללמידה.

3. שיטת הלימוד

הלימודים במסגרת התכנית הייחודית הינם בעלי אוריינטציה אקדמית ויישומית כאחד.

שיטת ההוראה והלימוד הנגזרות מאופי הלימודים הינן:

1. שיעורים פרונטאליים.
2. הרצאות אורח של אנשי תעשייה, מנהלים ויזמים.
3. סיורים לימודיים בתעשייה ובארגוני שירותים.
4. PBL פרויקט הפעלת סקר שוק ובניית תוכנית שיווק לארגון.
5. הגשת מצגות בעל פה ובכתב.
6. ניתוחי אירועים (Case Studies).

4. משך הלימודים והיקפם

1. לימודי התכנית נמשכים שלוש שנים בכיתה יוד בכיתה י"א ובכיתה י"ב.
2. בכיתה יוד לומדים התלמידים 2 ש"ש ובסה"כ בכיתה י"א לומדים התלמידים 5 ש"ש ובסה"כ 140 שעות לימוד בתוכנית הייחודית. בכיתה יב' לומדים התלמידים 6 ש"ש ובסה"כ 170 שעות לימוד בתוכנית הייחודית.

5. מבנה הלימודים במגמה למנהל עסקים – סה"כ 5 יח"ל

המקצוע	כיתה יוד	כיתה יא'	כיתה יב'
מנהל עסקים כולל פרויקט חקר – 3 יח"ל	2 ש"ש	3 ש"ש	6 ש"ש
כלכלה – 2 יח"ל		3 ש"ש	3 ש"ש
<u>סה"כ שעות בכל שנת לימוד</u>	<u>2 ש"ש</u>	<u>6 ש"ש</u>	<u>9 ש"ש</u>

6. סיורים לימודיים

מטרות: לאפשר לתלמידים להכיר מקרוב מגוון ארגונים וחברות במשק הישראלי, לחוות אקלים עסקי ולחוש את קווי הדמיון והשוני בין ארגונים מסוגים שונים. כהמשך וכהשלמה ללמידה התיאורטית. כמו כן, אפשרות למידה והפנמה של ערכים כגון ניהול עסקי הוגן, חשיבה ביקורתית, ראייה רחבה, ועוד.

תכנים ודגשים: מאפיינים, מבנים ותהליכים ארגוניים כגון - תרבות ארגונית, עבודת צוות, קו ייצור, חלוקת עבודה, צינורות שיווק, מסר הפרסומי, הקמפיין פרסומי.

יוד+י"א - יתקיימו שלושה סיורים לימודיים מרוכזים על פי הפירוט הבא:

- סיור מס' 1 - מפעלי הייטק: אינטל, גוגל, ג'נרל אלקטריק.
- סיור מס' 2 - מפעלים עתירי ידיים וארגונים נותני שירותים: מרכבים, נטפים, החברה לפיתוח קיסריה, גולף קיסריה.
- סיור מס' 3 - מפעלים ממשלתיים: חברת חשמל, בתי זיקוק.
- י"ב - יתקיימו שלושה סיורים לימודיים מרוכזים על פי הפירוט הבא :
- סיור מס' 1 - בנק ישראל – ירושלים.
- סיור מס' 2 - קרלסברג (אשקלון), עשות אשקלון תעשיות בע"מ.
- סיור מס' 3 - משרד פרסום (ראובני פרידן), הבורסה בת"א / מוזיאון הרצל ללינבלום.
- *תכנית הסיורים ניתנת לשינויים.

7. הרצאות, העשרה וימי עיון* כיתה יוד או יא

1. יום עיון בתפן (פארק התעשייה) בנושא: יזמות עסקית.
 2. הרצאות העשרה בנושאים:
 1. מקומה של מערכת הבנקאות בישראל ותפקידיה במשק הכלכלי.
 2. יזמות צעירה: ניהול עסק קטן ומקומי.
- כיתה יב
1. סדרת הרצאות (מיני סמינר) בנושא: ניהול חברות גלובליות.
 2. הרצאות העשרה בנושאים:
 1. אתגרי ניהול משאבי אנוש בארגוני הייטק, התמודדות עם בריחת מוחות.
 2. מאפייני שוק העבודה העתידי, בדגש על נייודות עובדים ומומחיות.
 3. משק התיירות הישראלי – אתגרים, שינויים ותמורות.
- (מרצים: אנשי אקדמיה, יועצים ארגוניים, יזמים ומנהלים מהשטח).
- * תכנית ההרצאות וימי העיון ניתנת לשינויים.

8. פרויקט חקר PBL סקר שוק ותוכנית שיווק – כיתה יב'

א. התכנית נלמדת בכיתה יב' בהיקף של 3 ש"ש, ובס"ה 90 שעות לימוד (פירוט השעות בהמשך).

ב. רציונל היחידה:

אחת הבעיות המרכזיות של מנהלים בעידן המודרני היא מחסור במיומנויות ניהוליות ובהתמודדות עם דילמות אמיתיות בעולם העסקי כגון קבלת החלטות בזמן אמת. המנהל המודרני יוצא לחייו העסקיים מבלי שהצליח להתמודד ולו פעם אחת עם דילמה אמיתית שבה נדרש ליישם את מה שלמד. לפיכך, חינוך לניהול עסקי חייב לאפשר התמודדות עם מושגים מעולם הניהול, חשיבה מערכתית וקבלת החלטות, תוך יישומם במסגרת תהליך למידה מתמשך, המדמה עד כמה שניתן מסגרת עסקית אמיתית.

במסגרת פרויקט החקר יוכלו התלמידים להתמודד עם בנייה של תכנית אסטרטגית ארוכת טווח לארגון, תוך איסוף נתונים, ניתוחם וקבלת החלטות-המלצות, בסביבה תחרותית ובזמן אמת. בסיום התהליך מציגים התלמידים את תוצריהם האישיים, ובמסגרת זו נדרשים התלמידים לשקף את התהליך שעברו, הן בתחום למידה ברמה האישית והצוותית והן ברמה התוכנית המקצועית.

בכך משתלבות מטרות עבודת החקר עם המטרות הכלליות של תכנית הלימודים הייחודית, ומאפשרות לתלמיד לחוות התנסות משלימה, שתאפשר לו לפתח מודעות לערכי הניהול המודרני, תוך פיתוח חשיבה יצירתית וראייה רחבה, כל זאת תוך התנסות בתהליך למידה מתמשך.

היחידה השלישית של עבודת החקר, מיועדת לתלמידי התכנית הייחודית במסגרת השנה השלישית ללימודיהם במגמה, קרי תלמידי שכבה יב'. התכנית משלבת תכנים שנלמדו במהלך כיתה יוד ויא' במסגרת המגמה, לצד תכנים חדשים הנלמדים במסגרת כיתה יב', והיא משלבת יסודות חינוכיים לפיתוחה של מנהיגות. היחידה השלישית מטרתה להרחיב את לימודי המגמה ולאפשר לתלמידים להתנסות בחשיבה מערכתית ארגונית רחבה, לצד העצמה ניהולית, קבלת החלטות מחושבות בזמן אמת, עבודת צוות, ניתוח מצבים ופתרון בעיות, יצירתיות וחשיבה ביקורתית, "יציאה אל השדה האמיתי" והפנמת הידע שנצבר בעמידה מול קהל. אוסף התכנים התיאורטיים לצד הפעילות היישומית – חוויתית, יש בהם בכדי לפתח בקרב הלומדים הצעירים רמת מודעות גבוהה ליכולתם ולאמנם בפיתוח מיומנויות אישיות אשר יתורגמו לעשייה בעתיד.

9. הערכה – תכנית ייחודית 3 יח"ל

50%	מבחנים בכתב (3 מבחנים בשנה)
12%	בחנים, עבודות בית ותרגילים
8%	השתתפות פעילה בשיעורים
30%	פרויקט חקר PBL תוכנית שיווקית

10. פירוט תוכנית הלימודים

א. תכנית הלימודים בכתה יוד.

בכתה יוד תלמד התכנית בהיקף 2 ש"ש (בס"ה 56 שעות שנתיות)

נושא השיעור ומושגי יסוד	מס' שעות	מושגי יסוד
1. מהות תורת הניהול- מבוא, הגדרות לניהול, יעילות ואפקטיביות, מאפייני תורת המנהל המודרנית	6	ניהול, ארגון, שוק, יעילות, אפקטיביות
2. יסודות הארגון הפורמלי- הבחנה בין מבנה ותהליך, מאפייני הארגון הפורמלי והבלתי פורמלי. חלוקת עבודה, ביזור וריכוזיות בארגונים.	8	ארגון פורמלי, ארגון בלתי פורמלי, חלוקת עבודה, ביזור, מרכז
3. גישות ואסכולות במחשבה הניהולית- גישת הניהול המדעי (טיילור), הגישה המבנית פורמלית (פאיוול), המודל הבירוקרטי (וובר), אסכולת יחסי האנוש, ניסויי האותורן, גישת המערכות, יחסי ארגון סביבה.	22	נורמה, פרמייה, ניהול הייצור, מחקר זמן- תנועה, מחקרי האותורן, תיאורית Y ו X , מערכת, סינרגיזם
4. תרבות ארגונית- מרכיבי התרבות בארגון, תיאוריה A ו Z, תרבות הניהול בישראל	2	תרבות ארגונית, סינרגיזם
5. תקשורת בארגון- צינורות התקשורת בארגון, תקשורת פורמלית ובלתי פורמלית, שימוש במערכות מידע ורשתות חברתיות ארגוניות, עיצורי תקשורת.	7	תקשורת, עיצורים בתקשורת, הוראה, דיווח, שרשרת הפיקוד
6. גלובליזציה- המשמעות של הגלובליזציה והשפעתה על הארגונים והכלכלה, העולם השטוח	5	גלובליזציה

ב. תכנית הלימודים בכיתה יא.

בכיתה י"א תלמד התכנית בהיקף 5 ש"ש (בס"ה 140 שעות שנתיות)

נושא השיעור ומושגי יסוד	מס' שעות	מושגי יסוד
1. מבוא לניהול השיווק- מהות השיווק ותפיסות עסקיות: תפיסת הייצור, המוצר, המכירות, השיווקית והתפיסה השיווקית החברתית. ההבדלים בין שיווק ומכירות.	6	מהות השיווק, מכירות, שיווק חברתי
2. מושגי יסוד בשיווק: צרכים ורצונות, ביקוש והיצע, עיקרון השירות במוצר, מוצרים, תועלות מהמערכת השיווקית	6	צורך ורצון, ביקוש והיצע, מוצר, שירות, תועלות.
3. התנהגות צרכנים- מושג התפיסה, מודל הקניה לפי אנגל, בלקוול וקולט, תועלות הקנייה, פסיכולוגיה של הקניה: דיסוננס- קוגניטיבי, מעורבות בתהליך הקנייה	30	תפיסה, תועלות, דיסוננס קוגניטיבי, מעורבות בתהליך הקנייה.
4. שיווק מטרה- יסודות בפילוח שוק, מדדי פילוח שוק, רשת הרחבת המוצר. ניתוח הסביבה השיווקית סביבה לוקאלית וגלובלית. אסטרטגיה וטקטיקה בשיווק. מודלים: SWOT, PEST, PORTER	20	שוק מטרה, נתח שוק, פילוח שוק, תועלות לצרכן, סביבת הארגון (מיקרו ומאקרו), אסטרטגיה וטקטיקה, מודלים.
5. תמהיל השיווק- תת תמהיל מוצר: מודל ה- 4P החלטות תמהיל, סוגי מוצרים ושווקים, מחזור חיי המוצר ומודל אימוץ מוצרים חדשים.	18	סיווג מוצרים, שוק, מחזור חיי המוצר, ותהליך אימוץ מוצרים
6. תמהיל השיווק- תת תמהיל המחיר: יעדי המחרה, שיטות המחרה, המחרה פסיכולוגית	20	מחיר, הגורמים המשפיעים על קביעת המחיר, יעדי המחרה, שיטות המחרה, המחרה פסיכולוגית
7. תמהיל השיווק- תת תמהיל הפצה: צינורות הפצה, סוגי גורמי ביניים, הפצה ישירה ועקיפה, קונפליקט ושיתוף פעולה בצינורות ההפצה, אסטרטגיות לכיסוי שוק	15	הפצה, גורמי ביניים, קונפליקט ושיתוף פעולה בצינור ההפצה, כיסוי שוק
8. תמהיל השיווק- תת תמהיל תקשורת שיווקית: יחסי ציבור, מכירה אישית, שיווק ישיר, פרסום המוני, קידום מכירות, שיווק דיגיטלי	25	תקשורת, יחסי ציבור, מכירה אישית, פרסום, קידום מכירות, שיווק דיגיטלי

ג. תכנית הלימודים בכתה יב.

בכתה י"ב תלמד התכנית בהיקף 5 ש"ש (בס"ה 140 שעות שנתיות)

נושא השיעור ומושגי יסוד	מס' שעות	מושגי יסוד
1. חשבונאות פיננסית ומימון- מהות החשבונאות הפיננסית והניהולית, מושגי יסוד – היוון, ריבית נומינלית וריאלית, מדד מאזן בוחן ומאזן תוצאתי, סיווג הסעיפים הכרת הדוחות הכספיים של הפירמה: בניית מאזן, דו"ח רו"ה, כללי נזילות, מלאי וניהול מלאי, רכוש קבוע, פחת, ניתוח דוחות כספיים ויחסים פיננסיים	30	חשבונאות, ריביות, מאזן, דו"ח רווח והפסד, מלאי וניהול מלאי, נזילות
2. מושגי יסוד בהתנהגות ארגונית	20	הגדרת היחסים עובד- מעביד, תפקיד, אחריות וסמכות, תפקידי המנהל
3. תיאוריות הנעת עובדים- מאסלו, אלדרפר (ERG) הרצברג, אדמס וורום. התמודדות עם נידות עובדים, בריחת מוחות והשלכותיה.	29	הנעת עובדים, הנעה פנימית וחיצונית, תגמולים, נידות עובדים, בריחת מוחות
4. לחץ ומתח בעבודה- הבנת הגורמים ללחץ ומתח בעבודה ודרכי התמודדות מנקודת מבטו של הארגון והפרט	12	לחץ, מתח, אקלים ארגוני, עבודה מהבית
5. גיוס והשמת עובדים- גיוס עובדים, הכשרת עובדים, גיוס השמת עובדים, ניווד עובדים\ סיום העסקה, דיני עבודה	14	גיוס והכשרת עובדים, ניווד עובדים, צורות העסקה
6. דיני עסקים ודיני חוזים	8	סוגי התאגדויות: מלכרי"ם, חברות בע"מ, אגודות שיתופיות, כדאיות ההתאגדות. עקרון האישיות המשפטית, 'הרמת מסך', יסוד חברה בע"מ, אסיפת בעלי המניות, זכויות הצבעה, מנהלים בחברות בע"מ, בעלות ושליטה בחברות בע"מ, השתלטות על חברות, מיזוגים, פירוק חברות, עקרונות דיני חוזים, כריתת חוזה, דרכים לכריתת חוזה, עקרון חופש החוזים, סייגים

לחופש החוזים, פגמים בכריתת חוזה, סעדים ותרופות, הפרת חוזה		
מבוא כללי להכרת שוק ההון בישראל: המסחר בבורסה לניירות ערך: שיטות המסחר, סוגי ני"ע, השפעת שוק ההון על הכלכלה בישראל, גורמים המשפיעים על התנהגות שוק ההון (ריבית, שער מט"ח וכו').	8	9. שוק ההון בישראל
היכרות עם עולם גיוס השקעות משקיעים פרטיים, חברות גיוס הון בניית תכנית עסקית, כלים ודרכים להכנת מצגות, הכנה והצגה של מצגת למשקיעים	18	10. חשיבה עסקית ובניית תוכנית עסקית

11. ביבליוגרפיה חובה לתלמיד:

1. מקראה ואסופת מאמרים בעריכת דני פסלר .
2. סמואל יצחק (1996) , ארגונים: מאפיינים, מבנים, תהליכים, זמורה ביתן, ת"א.
3. פרידמן, ל. תומס (2006) , העולם הוא שטוח, אריה ניר, ת"א.
4. הרפורד, טים, הכלכלן הסמוי, כנרת זמורה ביתן, ת"א

ביבליוגרפיה רשות / הרחבה : ספרים אלה עומדים לרשות התלמידים לטובת הרחבה, העמקה ולימוד עצמי.

1. גזיאל, חיים (1990) , מחשבה מינהלית בת זמננו, רמות, ת"א
2. בר-חיים, אביעד (2002), התנהגות ארגונית, האוניברסיטה הפתוחה, ת"א.
3. רז, אביעד (2004) , תרבות ארגונית, האוניברסיטה הפתוחה, ת"א.
4. גלוברזון, שלמה , עדן, דב (1992), תימרוץ והנעת עובדים, ירחון משאבי אנוש, ת"א.
5. קוטלר, פיליפ, הורניק, יעקב (2000), ניהול השיווק, האוניברסיטה הפתוחה, ת"א.
6. אסטרטגיה ליחידה עסקית, מחברים: שגב, עלי;גריי, פול.
7. אסטרטגיה עסקית, מחברים: אהרונ, יאיר
8. בקרה והערכה בארגונים : ניהול על-פי מדידה, מחברים: גלוברזון, שלמה;גלוברזון, אריה
9. ג'אמינג : מדריך לטיפוח היצירתיות בארגון, מחברים: קאו, ג'ון
10. גישות יצירתיות לאסטרטגיה שיווקית, מחברים: ברודניץ, גדעון מאיר
11. גלגל התנופה : משוב למצויין, מחברים: קולינס, ג'ימס ס.
12. האצלת סמכויות ומוטיבציית העובד : עבודת גמר במנהל (1 יח'), מחברים: ליבוביץ, נחשון ז"ל
13. הגירוי הפרסומי והשפעותיו : המקרה של ערוץ הקניות, מחברים: קירמאיר, אסתי
14. הכנסת שינוי בארגון, מחברים: ליבר, תומר
15. המיתוג המודרני - גישות שיווקיות בניהול מותגים, מחברים: הרשטיין, רם
16. המטרה, מחברים: גולדרט, אליהו מ.;קוקס, ג'ף, מחבר שותף
17. הסוד : מה שמנהלים מצטיינים יודעים ועושים, מחברים: בלנצ'רד, קן;מילר, מארק
18. הנהגת זמן גמיש כמנוף להגדלת שביעות רצון בעבודה, מחברים: שחר, אייל
19. הצלחה בניהול, מחברים: אלן, ג'ון
20. השיווק המפתח כאסטרטגית חדירה שיווקית, מחברים: ברמק, מורן
21. חוכמת היזמות - המדריך המעשי לכל יזם - בכל תחום, מחברים: קוואסאקי, גאי
22. טי קיו אם - השיטה ויישומה, מחברים: בנק, ג'ון
23. טלמרקטינג כמנוף שיווקי בחברת "שיא" סוכנות ביטוח, מחברים: אלול, אלירן

24. טראמפ - להישד בצמרת, מחברים: טראמפ, דונאלד ג'.
25. יזמים יוצאים לדרך, מחברים: ארזי, חוה; דנינו, מלי, מחברת שותפה; עשות, מירי, מחברת שותפה
26. יסודות הניהול והתנהגות ארגונית, מחברים: פסלר, דני, עורך
27. כיצד להצטיין בניהול, מחברים: פיטרס, תומס ג'; וטרמן, רוברט ה., מחבר שותף
28. להוביל ולנצח, מחברים: וולץ', ג'ק; וולץ', סוזי
29. לנצח נבנו : 18 חברות מופת, מחברים: קולינס, ג'ימס ס.; פורס, ג'רי א.
30. לקט אירועים ומאמרים במינהל השיווק, מחברים: פסלר, דני, עורך
31. מדריך להקמת עסק - כל מה שאתה צריך לדעת כדי להצליח בהקמת עסק משלך, מחברים: לירז, מאיר
32. מחשבה מינהלית בת-זמננו, מחברים: גזיאל, חיים
33. מינהל עסקים וסחר בינלאומי, מחברים: פסלר, דני, עורך
34. ניהול ארגונים קטנים בסביבה תחרותית : חקר מקרה מוניות קסטרא(יח' 1), מחברים: כהן, לירן
35. ניהול בשנות האלפיים : מה שהיה הוא לא מה שיהיה, מחברים: רוזן, אביבה
36. ניהול הלכה למעשה, מחברים: דרוקר, פיטר פרדיננד
37. ניהול לקוי - סיבות וטיפול, מחברים: אדיג'ס, יצחק
38. ניהולוגיה ניהול - תיאוריה ויישום, מחברים: שילוני, איתי; רבינוביץ', גלעד
39. סטנלי גולד - הרצאה בליאו באק (DVD), מחברים: גולד, סטנלי; GOLD, STANLEY
40. עבודת צוות והשפעתה על תהליכי תכנון(יח' 1), מחברים: פישר, מאיר
41. על מנהלים כמנהיגים, מחברים: פופר, מיכה
42. פו הדוב על מינהל עסקים : ובו דוב חשוב מאוד וחבריו מתוודעים לנושא חשוב מאוד, מחברים: אלן, רוג'ר א.
43. צמיחה והתחדשות בארגונים, מחברים: אדיג'ס, יצחק
44. קבלת אסטרטגיית המיזוג "אסם" - "נסטלה" והשפעתה על שתי החברות, מחברים: צינקלר, ינה
45. שיטות שכר ותמריץ כבסיס להעלאת שביעות רצון, מחברים: פרץ, ערן
46. תיאוריה : Z עיקרי הניהול היפני - אתגר למערב, מחברים: אוצ'י, ויליאם

<u>פרק</u>	<u>משקל</u>	<u>רכיבי הערכה</u>
תקציר	8	סקירה קצרה על מהות הארגון הנבחר, המוצר הנבחר, הבעיה הנחקרת, תמצית מהלך המחקר, הצגת מסקנות והמלצות עיקריות דיון וסיכום הממצאים.
הקדמה	2	פירוט מסגרת הכתיבה פירוט חברי הצוות
מבוא	11	הצגת שאלת המחקר, הגדרה ברורה של משתני המחקר הנבחרים, הצגת השערות המחקר, הגדרת המושגים הקשורים לנושא העבודה תוך ביסוס תיאורטי
תיאור הארגון והמוצר הנחקר	15	מהות החברה, תולדות ותחומי העיסוק תיאור המשאב האנושי בארגון תוך ציון כמות, תנאי העסקה ניתוח SWOT הצגת דו"חות (מאזן ודו"ח רווח והפסד) תיאור השלב בו נמצא המוצר/ הארגון במחזור חייו, פירוט התועלות הניתנות לצרכן
פירוט תמהיל השיווק	15	סיווג המוצר תועלות צרכן פירוט יעד ההמחרה, פירוט מדיניות ההנחות (אפליית מחיר) פירוט צינור ההפצה ופירוט גורמי הביניים המשתתפים בו, תיאור קונפליקט בצינור, הצגת שרטוט. פירוט ודוגמא ל: פרסום, קידום מכירות, יחסי ציבור, שיווק ישיר ואינטרנטי, מכירה אישית,

פירוט המסר, ציון פניית המסר וסגנונו.		
פירוט סוג הצרכנים (פרטי/מוסדי) פירוט סוג המעורבות שיש לצרכן בקניית המוצר, תיאור סוג הקנייה	4	התנהגות צרכנים
תיאור הענף אליו משתייך הארגון תיאור המתחרים העיקריים והגדרת התחרות (מבנה השוק),	6	תיאור הענף והסביבה
פירוט שלבי המחקר (הגדרת הבעיה, ניסוח שאלת המחקר, המשתנים וההשערות, בחירת כלי המחקר והרציונל בבחירתו), הצגת כלי המחקר ורציונל מרכיביו (מס' שאלות 12 +2 תיאוריות) הצגת תהליך הפעלת המחקר והרציונל, פירוט רציונל בחירת המדגם לנושא החקר (20=N) פירוט רציונל ההצלבות	8	מהלך המחקר
פירוט לכל מרכיב בכלי החקר באמצעות : טבלה, גרף רלוונטי, וביאור מילולי, הצגת מס' ההצלבות הדרוש (2)	6	הצגת הממצאים
העלאת מסקנות נאותה ומבוססת על הנתונים שנתקבלו במחקר, הצגת המלצות אופרטיביות המבוססות על נתוני המחקר, דיון בממצאים תוך קישור לבסיס הידע התיאורטי	8	דו"ח מסקנות והמלצות
הצגת הארגון הצגת בעיית המחקר הצגת פתרון- המלצות לארגון PITCH	8	תוכנית שיווקית
התייחסות לתהליך שעבר התלמיד	4	רפלקציה אישית
ע"פ קריטריונים	3	ביבליוגרפיה

שאלון וכל חומר רלוונטי אחר	2	נספחים
	<u>100%</u>	<u>סה"כ</u>