

מנהל עסקים

בדגש על שיווק ויזמות

שם ביה"ס:
תיכון ע"ש חיים
הרצוג

ישוב:
כפר סבא

תחום הדעת:
מדעי החברה

מס' יחידות לימוד:
3 יחידות לימוד

סמל מוסד:
444117

כותבי התכנית:
יובל צבי,
מיקי בלהסן

משרד החינוך
המזכירות הפדגוגית
אגף א' לפיתוח פדגוגי

תאריך עדכון
11/6/2020



תוכן עניינים

מספר עמוד	
3	1. תיאור מאפייני בית הספר והסביבה החברתית –תרבותית שלו
3	2. סיבות והנמקות לפיתוח התוכנית וייחודיות התוכנית מול תוכניות קיימות
5	3. היקף השעות ומספר יחידות הלימוד של התוכנית
5	4. כותבי התוכנית, שותפיה והמורים המלמדים בתוכנית
6	5. תיאור קהל היעד (התלמידים) של התוכנית
7	6. התפיסה הרעיונית של התוכנית
8	7. ראשי פרקים של הנושאים הנלמדים ודרכי ארגון התוכן
9	8. פירוט המטרות הכלליות של התוכנית
11	9. דרכי הערכה של התלמידים
13	10. תוכנית לימודים מפורטת – יזמות ושיווק 2 יח"ל
20	11. תוכנית לימודים מפורטת – "עשינו עסק" – 1 יח"ל (יחידה חמישית)
21	12. נספחים – דוגמאות למטלות דרכי הערכה



כלכלה ומנהל עסקים בדגש שיווק ויזמות – תכנית לימודים מלאה

1. תיאור מאפייני בית הספר והסביבה החברתית-תרבותית שלו

בית החינוך תיכון הרצוג פועל על פי חזון בית הספר, לפיו: "בית חינוך תיכון ע"ש 'הרצוג' יכין את תלמידיו למצוינות ולחיים בחברה דינאמית במישור הלימודי, החברתי והקהילתי. בית הספר יחנך לכבוד האדם וחירותו תוך הכרת ערכי תרבות וערכי מורשת לשם השתלבות אזרחית פעילה בחברה דמוקרטית". חזון זה מושתת על שישה ערכים מרכזיים: מיצוי מצוינות, למידה משמעותית, כבוד הדדי, זהות יהודית ישראלית, טיפול אקלים בית ספרי ומעורבות בקהילה.

בית חינוך תיכון ע"ש חיים הרצוג, מחנך למצוינות בשילוב עם ערכים, תוך ראיית הפרט והקהילה. תפיסה זו מהווה ציר פדגוגי-חינוכי המאגד בתוכו למידה משמעותית, טיפוח האקלים הבית ספרי, הקניית ערכי מדינה ומורשת ושילוב ערכים ומעורבות חברתית-קהילתית. לתהליכים אלו שותפים כלל באי בית הספר - מורים, עובדים ותלמידים, במספר מעגלים: שכבתי, בכיתות החינוך ובמגמות הלימוד השונות.

תיכון הרצוג הינו תיכון תלת שנתי (כיתות י"ב-י'), אשר נוסד בשנת 1992 וכולל נכון לשנת תש"ף 686 תלמידים, מהם 231 תלמידים בשכבת י', 242 תלמידים בשכבת יא' ו-213 תלמידים בשכבת יב'. בתיכון 23 כיתות אם (7 כיתות בשכבת י"ב, 8 כיתות בשכבת י"א ו-8 כיתות בשכבת י'); 2 כיתות חינוך מיוחד; 3 כיתות מב"ר בפיקוח אגף שח"ר; 85 מורים, מתוכם 65% עם תואר שני ומעלה ו-30% שנקלטו בבית הספר בשנים האחרונות (רובם מתכניות הסבת אקדמאים).

בית הספר מציע לתלמידיו מגוון של מקצועות הרחבה כלליים, אותם ניתן להרחיב החל מכיתה יא', מתוך שאיפה כי כל תלמיד יוכל למצות את המצוינות האישית והלימודית שלו. בתחום המדעים – פיסיקה, כימיה, ביולוגיה ומדעי המחשב; במדעי החברה – כלכלה, סוציולוגיה ופסיכולוגיה; ובמדעי הרוח – היסטוריה, ספרות, ערבית, צרפתית ומחשבת ישראל. לצד מקצועות ההרחבה הכלליים, פועלות בבית הספר שתי מגמות לימוד ייחודיות נוספות, המתחילות בכיתה י' מחול והנדסת תוכנה עם התמחות בסייבר. במסמך זה אנו מציגים תכנית למגמת לימוד ייחודית חדשה, מנהל עסקים בדגש שיווק ויזמות בהיקף של 3 יחידות לימוד אשר בשילוב עם 2 יחידות כלכלה תהווה מגמה של 5 יחידות לימוד במסגרת מדעי החברה. לתלמידי מגמה ייחודית זו יתאפשר לשלב ולהרחיב מקצוע לימוד נוסף ברמה של 5 יח' לימוד, מתוך מגוון מקצועות ההרחבה הכלליים המוצעים בבית הספר כנזכר לעיל. לא ניתן יהיה לשלב מגמה זו עם ההרחבה הקיימת במדעי החברה, או עם אחת המגמות הייחודיות האחרות.

2. סיבות והנמקות לפיתוח התוכנית וייחודיות התוכנית מול תוכניות קיימות

בית הספר רואה עצמו כבעל תפקיד מרכזי בהכוונת תלמידיו ובהכנתם להשתלבות נכונה בעולם הסובב אותם. תוכנית הלימודים המוצגת כאן, המשתמשת בשיטות הוראה מגוונות תוך התייחסות מתמדת לאירועים הכלכליים והעסקיים המתרחשים במשק, מקנה לתלמיד כלי ניתוח וחשיבה רבים שיסייעו לו בעתיד בחשיבה ביקורתית ובהערכה מפוכחת יותר של המתרחש במציאות.

מלבד כלים אלה, דרכי ההוראה וההערכה המגוונות נבחרו מתוך דגש להקניה ותרגול של מיומנויות חינוכיות להשתלבות והצלחה בעולם העבודה המודרני – עבודת צוות ושיתוף פעולה, ניהול פרויקט, יכולות בניית והצגת מצגת אפקטיבית, ניהול מו"מ ועוד.

בתוכנית זאת אנו שמים דגש על השינויים האדירים שחלו בעולם העסקים המודרני - מעבר מחברות מסורתיות לחברות יזמיות, עליה במוצרי השירות' על חשבון מוצרי התעשייה וכן הפיכתם של הלקוחות עצמם והמידע אודותיהם למוצרים.

בעידן הנוכחי אין עיסוק שלא חל בו שינוי בתקופה האחרונה ואין תחום שלא התפתח בו עסק. העולם הפך להיות כפר גלובלי המאפשר למידע להיות זמין בכל מקום ועל כל דבר. עובדה זו וההתקדמות הטכנולוגית מאפשרים לנו ליצור דברים חדשים שבעבר לא התאפשרו.

חברות רבות הצליחו לגרוף רווחים גדולים עקב שינויים קיצוניים שחוללו, הלקוח החדש מוכן לשלם בעבור שירות טוב יותר, מוצר איכותי יותר ואף יהיה מוכן להקצות סכומים לא מבוטלים לחוויה שנעניק לו, במכירה, בשירות או כחלק מהמוצר הנרכש.

החשיבה הגלובלית הביאה לכך, שארגונים רבים בארץ ובעולם נוטים להרחיב את פעילותם אל מעבר לגבולות מדינתם. הפיכת כדור הארץ ל"כפר הגלובלי" כתוצאה מהתקדמות הטכנולוגיה, ובעיקר התפתחות התקשורת והאינטרנט, מביאה אנשים מתרבויות שונות וממדינות הנמצאות בקצוות שונים, לתקשר, להקים עסקים קטנים, לאפשר הזמנת מוצרים פיזית ממקומות ייצור מרוחקים, וכן לבנות שפה משותפת סביב רעיונות משותפים. היזמות העסקית וההשפעות הטכנולוגיות על העסקים המקומיים, התהליכים החברתיים הנגזרים מכל זה וההשפעות עלינו כצרכנים, מנהלים ועובדים.

מדינת ישראל הצליחה למצב את עצמה כ- Start Up Nation. השילוב בין היכולות הטכנולוגיות הגבוהות, היזמות הישראלית ואיכות האנשים, הביא למצב שישראל הפכה להיות ממובילות חברות ה'הזנק' (Start Up) בעולם וחדשות לבקרים אנו מתבשרים על רכישת חברה ישראל ע"י אחת מחברות הענק הגלובליות.

התלמידים נחשפים למציאות חדשה ומשתנה זו כבר מגיל צעיר, כצרכנים צעירים, ודרך הוריהם המועסקים בתפקידים שונים בתעשייה. **רבים מהתלמידים מביעים עניין רב בנושאים הקשורים בניהול עסקי, ויש להם שאיפה להיות יזמים ומובילים עסקיים בעתיד.**

אנו מאמינים, כי חלק מתפקידנו לאור חזון בית הספר, כפי שהוצג לעיל, הוא לתת להם את הכלים להשתלב ולהגשים את עצמם ואת חלומותיהם באופן מיטבי, ולאור זאת הקמנו מגמה ייחודית זו.

לעולם הכלכלה ה"קלאסית", בו אנו מתמקדים בעקרונות הבסיסים ביותר של כלכלת שוק, אנו מצרפים נושאים חיוניים לעולם היזמות. **חדשנות כדרך חיים עסקית, שיווק עדכני ודיגיטלי המצטרף לעקרונות השיווק והאסטרטגיה העסקית, דרך ניהול פרויקטים ובעיקר כלי יזמות בסיסיים - יסודות לניהול פיננסי, ניהול חדשנות מוצרית וכלי ניהול הדרושים לכל יזם.** המשוב המתקבל לאורך השנים מתלמידינו הלומדים כלכלה במסגרת מגמת מדעי החברה מבטא צמא וביקוש גדולים להרחבת הידע והלמידה בתחומים אלה.

התקשורת מביאה את ההתרחשויות בעולם העסקים לבתייהם של התלמידים. צעירים בני 16-25 הם הצרכנים בעלי ההשפעה הרבה ביותר ברשתות החברתיות כיום, המאמצים את האינטרנט ויישומיו, לא רק ככלי, אלא כדרך חיים.

קבוצה זאת מייצגת את חלוצי השיווק העדכני והיא עתידה לגדול באופן ניכר במהלך השנים הקרובות. האינטרנט הפך להיות מכלי של מידע לכלי מהותי בשיווק ובמכירות, וחלק ניכר מהפעילות השיווקית הפכה להיות נחלת חברות הדיגיטל השונות.

למרות היכרותם עם עולם האינטרנט, **התלמידים זקוקים להדרכה במידע שמגיע אליהם ולרכישת כלים שיאפשרו להם לנתח תופעות ואירועים בעולם זה.**

האסטרטגיה המודרנית משלבת אלמנטים של שיווק מסורתי בהם יתרונותיו של בידול המוצר ממשיכים להיות מודגשים, אך עם זאת, נדרשת פנייה יצירתית ליוזמות המעודדות נתינה, אחריות תאגידית חברתית ופילנתרופיה כתמיכה בבידול זה.

מצב זה מחייב אותנו לקרב את התלמידים לעולם העסקי ולהקנות להם כלים מקצועיים לדרך חשיבה שיטתית ומדעית שיאפשרו להם לנתח את המתרחש בעולמם, להכיר את המציאות העסקית, שיווקית וצרכנית שבה הם חיים, להבינה, להבחין בשינויים החלים בה ולדעת להסבירם.

3. היקף השעות ומספר יחידות הלימוד של התוכנית

תוכנית הלימודים הייחודית הינה בת 3 יחידות לימוד (270 שעות) וביחד עם 2 יחידות כלכל חיצוניות 5 יחידות לימוד (450 שעות), אשר תתפרסנה על פני שלוש שנות לימוד, כדלקמן:

שכבה	שעות הוראה	יחידות לימוד
י'	4 ש"ש	1.3
י"א	5 ש"ש	1.7
י"ב	6 ש"ש	2

4. כותבי התוכנית, שותפיה והמורים המלמדים בתוכנית

יובל צבי:

שותף בכתיבתה ובהפעלתה של תוכנית הלימודים הייחודית. בעל תואר ראשון בכלכלה ותואר שני במנהל עסקים (MBA). בעל וותק של 26 שנים בעולם העסקי בתחום השירות, המכירות, השיווק והאסטרטגיה. כ-15 שנים שימש בתפקידי שיווק בכירים. בשנים האחרונות עסק ביעוץ בתחום השיווק והאסטרטגיה. כיום מורה ומחנך בבית החינוך תיכון הרצוג בכפר סבא.

דוא"ל: yuvalzvi@gmail.com

מיקי בלהסן:

שותף בכתיבתה ובהפעלתה של תוכנית הלימודים הייחודית. בעל תואר ראשון במדע המדינה וניהול, ותואר שני בחינוך והוראה. בעל ניסיון ניהולי של מעל 20 שנה בתחום אבטחת המידע והסייבר, כיועץ לחברות גדולות בארץ ובעולם, בכל תחומי התעשייה, ומנהל אבטחת מידע של

חברות מובילות במשק הישראלי. בשנים האחרונות מתמחה בתחום ניהול סיכונים הסייבר ומוביל אותו בחברת תוכנה מובילה, ובמקביל מורה לאזרחות וכלכלה ורכז מגמת כלכלה בבית החינוך תיכון הרצוג בכפר סבא.

דוא"ל: micky.belhassen@gmail.com

5. תיאור קהל היעד (התלמידים) של התוכנית

קהל היעד של התוכנית הוא תלמידים מצטיינים מחטיבות הביניים בכפר סבא המסיימים כיתה ט'. טרם פתיחת מועדי הרישום העירוניים, תתקיים חשיפה של המגמה לתלמידי כיתות ט'.

תוכנית זאת מיועדת לתלמידים מצטיינים, מתוך הכרה כי יש צורך ביכולת תפיסה, הפשטה וניתוח וכן ביכולת עבודה עצמאית ובצוות, על מנת לעמוד בדרישות התוכנית. בנוסף, התוכנית נלמדת בצרוף עם כלכלה, מקצוע הדורש יכולת ניתוח וחשיבה לוגית, וכן יכולת ניתוח והבנה של מודלים כלכליים המוצגים בצורה גרפית – מיומנות מורכבת בפני עצמה. עובדה זו מעלה את הרמה הכללית הנדרשת במגמה ומהווה מסגרת לקבלת התלמידים. התוכנית מיועדת ללומדים בעלי מכוונות עצמית בלמידה.

חלק מהתלמידים שיגיעו למגמה באים ממשפחות בעלות עסקים מתחומים שונים (הי-טק, מסחר, תעשיה, בנקאות, שיווק וכו') ומעוניינים לרכוש ידע בתחום העסקים כדור המשך. אחרים, יבואו למגמה כי הוריהם עוסקים במקצועות שונים הקשורים לעולם העסקים. כמובן, שבמגמה נמצאים גם תלמידים שמאפיינים אלו אינם חלים עליהם ומטרתם לרכוש ידע בתחום.

תנאי הקבלה למגמה הינם:

- א. ממוצע ציונים 85 ומעלה, כפי שבא לידי ביטוי בתעודת המחצית הראשונה של כיתה ט'.
- ב. התנהגות א', כפי שבא לידי ביטוי בתעודת המחצית הראשונה של כיתה ט'.
- ג. ראיון קבלה אישי.
- ד. מבחן בכתב, הכולל ידע כללי, ניתוח גרפי וסדרת נתונים עיתית, וכתובת מכתב כוונות הכולל את סיבותיהם לרצונם ללמוד במגמה ייחודית זו.

6. התפיסה הרעיונית של התוכנית

תוכנית הלימודים היא 2 יח"ל במנהל עסקים הנלמדות בצירוף של 2 יחידות כלכלה (תוכנית ארצית) ובתוספת יחידת עבודה ייחודית (יחידה חמישית כעבודה מסכמת) כ- 5 יח"ל במדעי החברה.

כל התלמידים ילמדו במסגרת לימודיהם את התוכנית כמנהל עסקים וכלכלה, מתוך ההבנה כי קיים קשר הדוק בין שני התחומים.

על מנת ליצור רצף בין שני המקצועות שולבו בתוכנית הלימודים נושאים אשר ממחישים באופן מעשי את הקשר בין מקצוע הכלכלה לבין מקצועות השיווק, הניהול והיזמות העסקית.

המטרה היא להציג ולהדגיש בפני התלמידים, כי מאחורי המטרות השיווקיות והיזמות העסקית עומדים שיקולים כלכליים.

במסגרת היחידה העוסקת ביזמות עסקית, חוזרים ומרחיבים מושגים מתחום השיווק (מחזור חיי המוצר וכו') ומתחום המימון (עלויות ייצור ונקודת איזון) – זוהי למידה ספירלית. במסגרת פרויקט היזמות העסקית ביחידה החמישית יישם כל תלמיד את הנלמד במסגרת הפרקים התיאורטיים.

היישום יבוא לידי ביטוי בהכנת התוכנית העסקית שמשלבת הן את לימודי הכלכלה והן נושאים שלמדו, כאמור, בשיווק ובניהול פיננסי.

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 ולרכוש מיומנויות חשובות לעולם העבודה הנוכחי.

דגש יינתן לחיבור התוכן הנלמד ופעילות המגמה לעולם העסקי האמיתי, על מנת להמחיש את הרלבנטיות של החומר הנלמד לעשייה עסקית ממשית - באמצעות סיורים וביקורים בחברות מתחומי התעשייה השונים, חיבור לחברות ונתונים אמיתיים בפרויקטים השונים אותם יידרשו התלמידים לבצע (ניתוח מחלקה בארגון / חברה / שוק), ביקורים והרצאות של אנשי תעשייה במגמה, ועוד. שיאו של חיבור זה יתבצע כאשר יציגו התלמידים את המצגת המסכמת של היחידה החמישית בפני פנל של אנשי עסקים אשר ידמו הצגה למשקיעים פוטנציאליים.

הרעיון המרכזי המוביל את פיתוח תוכנית הלימודים הינו כי השילוב בין התיאורטי למעשי, היישומי והחוויתי, תוך שימת דגש על העידן הטכנולוגי הנוכחי, יוביל את התלמידים להצלחה בטווח הארוך כבוגרים.

7. ראשי פרקים של הנושאים הנלמדים ודרכי ארגון התוכן

הנושאים השונים ילמדו כקורסים שנתיים. הנושאים להלן ילוו את כותבי תוכנית הלימודים כמתווה ראשי וכחלק מחזון המגמה, וכן את תלמידי המגמה לאורך 3 שנות הלימוד. הנושאים, השזורים כחוט השני האחד בשני, נבחרו בקפידה רבה ע"י כותבי התוכנית, והם אלו שיתרמו לפיתוח מטרות התוכנית. 2 יחידות הכלכלה הן בהתאם לתכנית הלימודים של משרד החינוך ולא

תפורטנה להלן. שינויים שביקשנו לערוך במרכיב ההערכה הפנימית בלימודי הכלכלה (30%) יועברו לאישור בנפרד.

הנושאים בחלוקה לפי שעות לימוד :

שעות לימוד	נושאי משנה	נושא ראשי	כיתה
7 5 3	מיומנות מחשב ליזם המתחיל (אקסל, פאוור פוינט) פרזנטציה אפקטיבית סיפורי הצלחה וכשלון בעסקים	מיומנויות יסוד	י'
15		סה"כ מיומנויות	
5 8 7 12 13	מבוא, מהות השיווק והתפישות השיווקיות התנהגות צרכנים המידע השיווקי אסטרטגיות עסקיות מוצרים ומותגים	שיווק	
45		סה"כ שיווק	
60	סה"כ י'		
10 3	מבוא לניהול פרויקטים סיפורי הצלחה וכשלון	יזמות וחדשנות	יא'
13		סה"כ יזמות	
8 8 16 15	ערוצי שיווק מחירים והמחרה אסטרטגיה תחרותית תקשורת שיווקית	שיווק	
47		סה"כ שיווק	
60	סה"כ יא'		
2 16 6	סיפורי הצלחה וכשלון מודלים של חדשנות ויזמות קבלת החלטות בתנאי תחרות	יזמות וחדשנות	יב'
4	יזמות חברתית – מגזר שלישי ורביעי		
14	דוחות כספיים	ניהול פיננסי	
10	שוק ההון, גיוס הון ומקורות מימון		
8	היוון, נקודת איזון והחזר השקעה		
60	סה"כ יזמות חדשנות וניהול פיננסי		
15	הצגת המוצר	"עשינו עסק" – יחידה חמישית	
15	ניתוח שוק ותחרות		
10	ניהול פרויקט		
25	תוכנית עסקית		
15	תוכנית שיווקית		
10	פורום "כרישים"		
90	סה"כ יחידה חמישית		
150	סה"כ יב'		
270	סה"כ מנהל עסקים		

8. פירוט המטרות הכלליות של התוכנית

[מטרת העל:](#)

התלמיד בוגר התכנית כיכר את העקרונות לפיהם פועל העולם העסקי היזמי, ויידע ליישם עקרונות אלה באמצעות כלים ומיומנויות מעשיים שירכוש, לתרגםם לכדי תכנית עסקית של מוצר ולהציגו באופן אפקטיבי לקבוצת משקיעים.

מטרות בתחום הידע

- התלמיד יבין את תחום הדעת מנהל העסקים ויוכל ליישם תיאוריות רלבנטיות.
- התלמיד יכיר מודלים שיווקיים, יבין את מגבלותיהם ויידע ליישם אותם לניתוח סיטואציות כלכליות.
- התלמיד יבין מושגים ארגוניים ויוכל לעשות שימוש בהם.
- התלמיד יכיר דרכי ניהול יעילות של מערכות החליפין לתועלת הצרכן והארגון.
- התלמיד ילמד לנתח תהליכים עסקיים אקטואליים ורלוונטיים
- התלמיד ידע לנתח את המדיה התקשורתית – שיווקית ולהבין את אופן פעולתה כיום, וכצרכן ביקורתי.

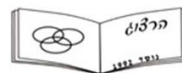
מטרות בתחום המיומנויות

מיומנויות קוגניטיביות:

- התלמיד יפתח יכולת חשיבה שיטתית ויצירתית.
- התלמיד יפתח יכולת לנתח תופעות ארגוניות ולהשוות בין חלופות.
- התלמיד יידע ליישם מודלים תאורטיים לניתוח פעילויות עסקיות.
- התלמיד יפתח כלי חשיבה לדיון מושכל בסוגיות הניהוליות של הפירמה כיחידה עסקית.
- התלמיד יידע לנתח נתונים מתוך גרפים וטבלאות, ולהסיק מתוכם מסקנות.
- התלמיד יוכל ליישם את הידע הנלמד לחייו היומיומיים כגון ניהול תקציב, החלטה על השקעות, צרכנות נבונה ועוד.

מיומנויות אישיות:

- התלמיד יבין תהליכי קבלת החלטות ויפתח יכולת לקבלת החלטות מושכלת.
- התלמיד יפתח כישורי לומד עצמאי, המסוגל להבנות ידע באמצעות חקר תופעות ודיון בסוגיות הנלמדות תוך כדי שימוש במגוון מקורות מידע.



- התלמיד יפתח יכולת הצגת נושא, העברת מסר וטיעון אפקטיבי, בע"פ, בכתב, ובאמצעות מצגת.
- התלמיד יפתח יכולות אוריינות דיגיטלית וירכוש שליטה בכלים בסיסיים כולל אקסל, פאוארפוינט, פלטפורמות שיתופיות וחיפוש באינטרנט.
- התלמיד יפתח יכולת עמידה והצגה מול קהל.

מיומנויות בין אישיות:

- התלמיד יטפח כישורים לעבודת צוות ויבין את חשיבות עבודת הצוות בפירמה עסקית.
- התלמיד יידע לנהל משא ומתן פורה.
- התלמיד יידע להשתתף ולנהל דיון בקבוצה ובכיתה באופן משכנע ומכבד.

מטרות בתחום הערכים:

- התלמיד יפנים את הערכים המאפיינים את עולם העסקים המודרני (איכות, אחריות, אמינות, יצירתיות, יעילות, הישגיות, תחרותיות).
- התלמיד יבין את חשיבות הערכים הללו להצלחה של חברה בטווח הארוך.
- התלמיד יפתח מודעות לגבי חשיבותה של צמיחה כלכלית עסקית של המשק כערך קיומי המהווה בסיס לעוצמתה של המדינה והחברה.
- התלמיד יפנים את ערך המצוינות ויהפכו לאורח חיים.
- התלמיד יבין את האחריות החברתית של היזם העסקי.

9. דרכי הערכה של התלמידים

"עניינה של ההוראה הוא פחות במה שהמורים עושים ויותר במה שהם גורמים לתלמידים לעשות" (דיויד פרקינס, "תפוח עץ הדעת לחינוך- הוראה ולמידה לשם הבנה")

כטבעה של תוכנית הלימודים הייחודית הרב תחומית, כך גם דרכי הערכה יהיו מגוונים ורב תחומיים, ויתמקדו בהערכות חלופיות מסוגים שונים. המטרה העיקרית של דרכי הערכה בתוכנית זו הינה לפתח לומד בעל מכוונות עצמית ללמידה, לחקר, לגיבוש עמדות אישיות ולחשיבה ביקורתית. הסיבות העיקריות לכך הינן:

- א. חיבור לחיי התלמיד.
 - ב. מתן הזדמנות למגוון סגנונות למידה.
 - ג. הערכת תהליך הלמידה ולא רק של התוצר.
 - ד. מתן ביטוי לריבוי אינטליגנציות.
- ההיבטים המרכזיים בהם תעסוק הערכת התלמידים:

- א. פיתוח לומד חושב בעל הכוונה עצמית.
- ב. חקירה, שימוש בידע, והבניית משמעות.
- ג. מדידה איכותית הקשרית.
- ד. דיפרנציאציה המביאה לידי ביטוי את השונות בין התלמידים.
- ה. אינטגרציה בין הוראה, למידה והערכה.

סביבת הלמידה תאפשר דרכי הערכה מגוונים, על ידי שימוש בדרכי הוראה מגוונים, אשר יעניקו הזדמנויות שונות ללמידה, טיפוח הערכה עצמית, עידוד דיונים ותרבות חשיבה, עידוד מוטיבציה פנימית, ניצול מקורות מחוץ לבית הספר וטיפוח שיתופיות ועבודת צוות.

דרכי הערכה המגוונים בתוכנית ייחודית זו יעודדו את התלמידים לשלב בין התיאוריה למעשה ולחקר, תוך למידה ספיראלית ושימוש במודלים, במושגים ובמיומנויות שנרכשו במהלך שנות הלימוד במגמה.

להלן תוכנית דרכי הערכה, בחלוקה על פי יחידות הלימוד ושנות הלימוד:

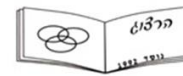
כיתה	משקל בהרכב לציון סופי	מס"ד	דרכי הערכה	משקל ציון הערכה
י'		1	פרזנטציה (בשילוב EXCEL ופאוורפוינט)	15%
		2	תצפיות וסקרים - מוצרים וחקר שוק	25%
		3	מטלת ביצוע - אסטרטגיה עסקית – SWOT	35%
		4	בחנים - שיווק	25%
	25%			100%
יא'		5	ניתוח – השוואת אתרי סחר	15%
		6	איסוף וניתוח - פעילויות תקשורת שיווקית	15%
		7	מטלת ביצוע – אסטרטגיה תחרותית ומודל פורטר	30%
		8	תמחור/המחירה – הצגת ניתוחי אירוע	15%
		9	בחנים - שיווק	25%
	30%			100%
יב'	20%	10	חדשנות – הצגת פתרונות חדשניים לבעיות עסקיות	25%
		11	תצפית וראיון – יזמות ושיווק חברתי	20%
		12	מבחן מסכם - ניהול פיננסי	30%
		13	בחנים	25%
	25%	14	יחידה חמישית – פרויקט מסכם – כתיבת תוכנית עסקית	85%
		15	הצגת התוכנית	15%
	45%			100%

פינת אקטואליה שבועית - איתור כתבה מהתקשורת המדגימה סוגיות שנלמדו והצגתה בכיתה.
דרך הערכה זו תהיה רלבנטית לאורך כל השנה – כל זוג יציג נושאים שונים בהתאם להתפתחות החומר).

תכנית לימוד מפורטת – יזמות ושיווק – 2 יחידות לימוד

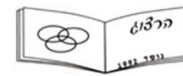
* המספרים בדרכי ההערכה מפנים לטבלת דרכי הערכה לעיל

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות בדגש על חשיבה	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך הערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
מהות השיווק והתפישות השיווקיות	5	התלמיד יכיר את התפישות השיווקיות השונות: יצור, מוצר, מכירות, שיווקית, שיווקית חברתית, התלמיד יבין את ההבדל בין רצון לצורך, התלמיד יבין מהו שיווק וכיצד הוא משמש כלי ניהולי בידי הפירמה	סקרנות והתפתחות, יכולת ניתוח, אוריינות מידע	שיווק, רצון, צורך, מוצר, שירות, ביקוש והיצע, מערכת חליפין, תפיסת יצור, תפיסת מוצר, תפיסת מכירות, תפיסת שיווקית, תפיסת שיווקיות חברתית	הוראה פרונטלית ניתוח חברות שונות והבנת התפישות השיווקיות שלהן ניתוח כתבות עסקיות ודיון פעיל	3	ניהול השיווק, פרק 1, עמ' 17-50
התנהגות צרכנים: גורמים תרבותיים, חברתיים ופסיכולוגיים	6	התלמיד יכיר את גורמי הסביבה השונים והשפעתם על התנהגות הצרכן, התלמיד יכיר את הגורמים החברתיים המשפיעים על התנהגות הצרכנים, התלמיד יכיר את המודל המיקרו-כלכלי, המודל הפסיכו אנליטי, המשפך השיווקי וסולם הצרכים של מסלאו, התלמיד יבין כיצד האופן בו צרכנים מרגישים, חושבים, מעריכים, בוחרים וצורכים מוצרים ושירותים משפיע על הצלחת הפירמה	הסקה, חדשנות, חשיבה ביקורתית	תרבות, מעמד חברתי-כלכלי, קבוצה, קבוצת התייחסות, מנהיג דעה, תא משפחה, סגנון חיים, מצבי קנייה, מודל מיקרו כלכלי, מודל פסיכואנליטי, המשפך השיווקי, סולם הצרכים של מסלאו	הוראה פרונטלית ניתוח פרסומות שליחת התלמידים לקניון וניתוח בכיתה של ההתנהגות בנקודות מכירה ניתוח פעילות ברשתות חברתיות דיו פעיל בכיתה לגבי הצרכים המניעים אותנו סקר בכיתה על מספר מותגים לגבי מיקום התלמידים במשפך השיווקי	3 בוהן	ניהול השיווק, פרק 5, עמ' 197-208, 214-228
התנהגות צרכנים: תרבויות משנה בישראל	2	התלמיד ידע מהם תרבויות המשנה בחברה הישראלית, התלמיד יכיר את מאפייני החברה הערבית והחברה החרדית, התלמיד יבין את הצורך בפעילויות שיווק נפרדות לתרבויות משנה	פתיחות, יכולת לנהל דיאלוג ושיח	תרבות משנה, חברה חרדית, חברה ערבית	ניתוח פרסומות הפונות למגזר הערבי ולמגזר החרדי תוך דיון מה ההבדל בין הפנייה השיווקית אליהם ולמגזר הכללי	4	ניהול השיווק – פרק 7 – עמ' 282-287
מידע שיווקי: מבוא ומחקרי שוק	5	התלמיד יכיר את שיטות המחקר השונות – מחקר ראשוני ומשני, מחקר איכותני וכמותי, התלמיד ידע מהו מחקר איכותני – קבוצות מיקוד וראיונות ומהו מחקר כמותי – ראיונות וסקרים, התלמיד יכיר את שלבי תכנון תהליך המחקר השיווקי, התלמיד יבין את חשיבות המידע השיווקי לפירמה, התלמיד ידע לבחור מחקר שיווקי מתאים לבעיה,	יכולת ניתוח נתונים שהתקבלו באמצעות כלי המחקר השונים, הסקת מסקנות	סוגי מחקר שיווקי, תכנון מחקר, מחקר ראשוני, מחקר משני, מחקר איכותני, מחקר כמותי, קבוצות מיקוד, ראיונות, סקר, מחקר כמותי	מידע ראשוני – תחרות כיתתית – כמה מידע ניתן להוציא על חברה מסוימת תוך רבע שעה, הוראה פרונטלית, צפייה בקבוצות מיקוד והבנת מטרותיה,	6	ניהול השיווק, פרק 3, עמ' 123-141



הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות בדגש על חשיבה	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך הערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
		התלמיד ידע להגדיר את יעדי המחקר			ניתוח תוצאות סקרים מתוך סקר אותנטי ודיון פעיל מה ניתן לעשות עם תוצאות סקרים		
מידע שיווקי: מידע פנימי	2	התלמיד יכיר את מקורות המידע הפנימיים של הפירמה, התלמיד יבין את חשיבות השימוש בנתונים הארגוניים	מיומנות למידה עצמאית, הערכת מקורות והסקת מסקנות	CRM, מחקר פנימי, ביג דאטה	קריאת מאמר בנושא של Big Data וכריית מידע ודיון פעיל בנושא הוראה פרונטלית	2	מצגות
אסטרטגיות עסקיות: מבוא ופילוח שוק	2	התלמיד יבין מהי אסטרטגיה וכיצד היא משפיעה על החלטות, התלמיד יבין כיצד פירמות מצליחות באמצעות אסטרטגיה מתאימה להסתגל לשוק משתנה, התלמיד יכיר את תהליך פילוח השוק ויבין את חשיבותו	חשיבה ביקורתית, הסקת מסקנות	אסטרטגיה, ניתוח מצב ופילוח שוק, שוק מטר	ביקור בחברה עסקית מובילה הוראה פרונטלית סימולציות ניתוח אירועים	3	ניהול השיווק, פרק 7, עמ' 270-280
אסטרטגיות עסקיות: ניתוח סביבה חיצונית ופנימית ומודל SWOT	7	התלמיד יזהה את הכוחות השונים המשפיעים על הפעילות העסקית של החברה, התלמיד ידע לנתח את הסביבה החיצונית של הפירמה, התלמיד יבין את חשיבות ניתוח הסביבה החיצונית והפנימית על החלטות אסטרטגיות, התלמיד יכיר איומים והזדמנויות, חזקות וחולשות של החברה, התלמיד יכיר את מודל SWOT	יכולת ניתוח, הסקת מסקנות, חשיבה ביקורתית, למידה עצמאית	ניתוח סביבה חיצונית, PEST, ניתוח חוזקות וחולשות של הפירמה, SWOT	ביקור בחברה עסקית מובילה הוראה פרונטלית ניתוח חברה לדוגמא בכיתה	3	ניהול השיווק, פרק 2, עמ' 79-83
אסטרטגיות עסקיות: תמהיל השיווק	3	התלמיד יכיר את תמהיל השיווק, התלמיד יבין כיצד מתכננים את תמהיל השיווק, התלמיד יישם בניית תוכנית שיווקית	הערכת אפשרויות וחלופות, קבלת החלטות, חדשנות	תמהיל השיווק, 4Ps, מקום, מחיר, מוצר, פרסום, 7Ps, 11Ps	הוראה פרונטלית סימולציות של תמהילי שיווק של חברות מענפים שונים	3	ניהול השיווק, פרק 2, עמ' 90-100
מוצרים ומותגים: מחזור חיי מוצר	2	התלמיד ילמד כיצד הפירמה מנהלת את תמהיל המוצר, התלמיד יבין את התנהגות הלקוחות בכניסת מוצר חדש, התלמיד יכיר סוגי מוצרים, התלמיד יבין את אסטרטגיית חיי המוצר	חשיבה ביקורתית, יכולת ניתוח	מחזור חיי מוצר, תמהיל מוצרים, Innovators, Early Adopters, Early Majority, Late Majority, Laggards	הוראה פרונטלית דיון פעיל לגבי אימוץ מוצרים ע"י הכיתה	2	ניהול השיווק, פרק 9, עמ' 479-485
מוצרים ומותגים: בידול מוצר ומיצוב	4	התלמיד ידע את הדרכים לבידול שייצור יתרון תחרותי התלמיד יבין כיצד פירמה יכולה לבחור מיצוב מתאים, התלמיד ידע לנתח את המיצוב התחרותי של המוצר	יכולת ניתוח, הסקת מסקנות	מודל BCG, בידול המוצר, מיצוב	הוראה פרונטלית ניתוח מוצרים שונים והבנת הבידול	2	ניהול השיווק, פרק 9, עמ' 360-372, פרק 13, עמ' 438-452

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות בדגש על חשיבה	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך הערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
מוצרים ומותגים: שלבי פיתוח מוצר	2	התלמיד ידע את השלבים בפיתוח מוצר, התלמיד יבין מהו מותג וכיצד הפירמה ממתגת	הסקת מסקנות, חדשנות	שלבי פיתוח מוצר חדש, פיתוח מוצר טכנולוגי	הרצאה - מנהל פיתוח הוראה פרונטלית סימולציה	14	ניהול השיווק, פרק 13, עמ' 461-478
מוצרים ומותגים: המותג	5	התלמיד ידע מהו מותג, התלמיד יבין את חשיבות המותג, התלמיד ידע לזהות סוגי משפחות מותגים	יכולת ניתוח, חשיבה ביקורתית, דיון פעיל	מיתוג, היררכיית מותגים	הרצאה – מנהל מותג הוראה פרונטלית ניתוח של משפחות מותגים צפייה בפרסומות והבנת המסר המותגי	2	ניהול השיווק, פרק 9, עמ'
ערוצי שיווק: רמות וסוגים	3	התלמיד יכיר את אסטרטגיות להפצת המוצר, התלמיד יכיר את ערוצי השיווק השונים ומשימותיהם, התלמיד ידע לתכנן ערוצי שיווק מתאימים לקהל היעד ולמוצר	יכולת ניתוח, יכולת חיבור בין ידע ישן לחדש	רמות וסוגי ערוצי שיווק, הפצה בלעדית, סיטונאי, קמעונאי, זכיון, שיווק ישיר, שיווק עקיף	משימה בכיתה – איתור ערוצי הפצה הוראה פרונטלית דיון פעיל - ניתוח חברות וענפים בחתך ערוצי הפצה	9	ניהול השיווק, פרק 14, עמ' 564-585
ערוצי שיווק: אתרי סחר	5	התלמיד יכיר את העקרונות להקמת אתר סחר מצליח, התלמיד יבין מהו אתר סחר אפקטיבי, התלמיד ידע לתכנן מסעות לקוח בסיסיים	אוריינות דיגיטלית, יכולת השוואה והסקת מסקנות, חשיבה ביקורתית	נכסים דיגיטליים, אתר אינטרנט, אתר מותאם, אפליקציה, ממשק משתמש, e-Commerce, UI/UX, לקוח, Omni Channels	כיתה הפוכה - קריאת מאמר לגבי מאפייני אתרי סחר וניתוח אתר אמזון בכיתה כולל מסעות הלקוח שלהם	5	ניהול השיווק, פרק 14, עמ' 590-593 מצגות
מחירים והמחרה	8	התלמיד ילמד כיצד הפירמה קובעת את מחירי המוצרים והשירותים, התלמיד יכיר את שיטות ההמחרה השונות, התלמיד ידע לזהות את סוגי ההמחרה השונים, התלמיד ידע להתאים את שיטת ההמחרה לסוג המוצר	הפקת רעיונות חדשים, הסקה	מטרות המחרה (הישרדות, רווחים, מכירות), שיטות להמחרה (מרווח, ערך נתפש, מחיר מקובל, פסיכולוגית, יוקרה, טור מחירים, מספרים לא מעוגלים), התאמות מחיר	הוראה פרונטלית ניתוח אירועי המחרה של מוצרים שונים איסוף דוגמאות לכל שיטה בעולם האונליין	8 14	ניהול השיווק, פרק 13, עמ' 523-556
אסטרטגיה תחרותית: תחרות בענפים שונים	6	התלמיד יבין מהי תחרות וכיצד היא משפיעה על הפירמה, התלמיד ידע לזהות את האסטרטגיה התחרותית של חברות, התלמיד ידע לזהות את סוגי התחרויות השונות, התלמיד ידע להתאים את פעילות הפירמה לתחרות	מיומנות לימוד עצמי, סקרנות	תחרות, תחרות מותגים, תחרות ענפית, תחרות צורה, תחרות כללית, אסטרטגיה תחרותית בענפים שונים (עולים, במעבר לבגרות, דועכים), משפחות של אסטרטגיות תחרותיות, דרכי פעולה	כיתה הפוכה: לימוד עצמי של אסטרטגיות תחרותיות וניתוח אירועים של תחרות בכיתה הוראה פרונטלית	7	ניהול השיווק, פרק 10, עמ' 399-408
אסטרטגיה תחרותית: מודל פורטר	6	התלמיד יכיר את מודל רמת התחרות של פורטר, התלמיד ידע לנתח תחרות לקוחות וספקים,	חשיבה מסדר גבוה, הסקה, אוריינות	ניתוח מבני של ענפים, חסם כניסה, חסם יציאה, מודל פורטר, כוח מיקוח ספקים,	הוראה פרונטלית ניתוח אירועים	7	ניהול השיווק, פרק 10, עמ' 398-399



הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות בדגש על חשיבה	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך הערכה ומסקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
		התלמיד ידע לנתח את הכוחות המשפיעים על רמת התחרותיות בענף, התלמיד ידע לזהות את מיקום הפירמה בתחרות		מוצרים תחליפיים, כוח מיקוח קונים			
אסטרטגיה תחרותית: אסטרטגיות תחרותיות ודרכי פעולה	4	התלמיד יכיר את משפחות האסטרטגיות התחרותיות, התלמיד ידע לזהות את האסטרטגיה התחרותית של הפירמות השונות, התלמיד יבין מהן דרכי הפעולה האפשרויות לאור התחרות הקיימת		אסטרטגיית מנהיגות בעלויות הכוללות, אסטרטגיית בידול, אסטרטגיית התמקדות	ביקור בחברה עסקית מובילה הוראה פרונטלית ניתוח אירועים	7	ניהול השיווק, פרק 10, עמ' 408-424
תקשורת שיווקית: תמהיל תקשורת שיווקית	3	התלמיד ילמד כיצד הפירמה מנהלת את תמהיל התקשורת השיווקית, התלמיד יבין כיצד קובעים יעדים לתקשורת השיווקית, התלמיד יבין את היתרונות היחסיים של כל אמצעי מדיה	חשיבה מסדר גבוה, התנהלות בעולם דיגיטלי, הסתגלות לשינויים	תמהיל התקשורת השיווקית, BTL, ATL, פרסום online ו-offline, תוכן שיווקי	הוראה פרונטלית ניתוח מסעות פרסום סימולציות	6	ניהול השיווק, פרק 16, עמ' 670-685
תקשורת שיווקית: פרסום	3	התלמיד יכיר את השלבים השונים בתכנון פרסום, התלמיד ידע לנסח בריף שיווקי, התלמיד יבין כיצד לקבוע תקציב פרסום		תקציב פרסום, עלויות, פרסום, מסר	הרצאה – מנהל משרד פרסום הוראה פרונטלית תרגול כתיבת בריף ומסר	עבודה - ניסוח בריף שיווקי	ניהול השיווק, פרק 16, עמ' 685-695
תקשורת שיווקית: קידום מכירות ויחסי ציבור	2	התלמיד יכיר את השימוש בשיווק בנקודות המכירה, התלמיד יכיר מושגי יסוד ביחסי ציבור, התלמיד יבין כיצד לקבל החלטות בקידום מכירות, התלמיד יבין כיצד יכולה הפירמה לנצל את יחסי הציבור	יצירתיות, יזמות	שיווק בנקודות מכירה, כלי קידום מכירות, יחסי ציבור שיווקיים, משרד יח"צ	הוראה פרונטלית סימולציות	6	ניהול השיווק, פרק 17, עמ' 706-712, 717-721685
תקשורת שיווקית: העולם הדיגיטלי	5	התלמיד יכיר את עקרונות היסוד של הפרסום הדיגיטלי, התלמיד יכיר כיצד להשתמש באתרים הפרסום הדיגיטלי, התלמיד ידע למדוד הצלחת הפרסום בעולם הדיגיטלי, התלמיד יבין את ההבדלים בין פרסום מקוון לפרסום רגיל	אוריינות ICT, הסקה, חשיבה מסדר גבוה	סוגי פרסום דיגיטלי – SEM, SEO, כלי 'טירגוט', פרפורמנס, CPC, CPM, CPL, מסעות לקוח	הוראה פרונטלית ניתוח מסעות פרסום דיגיטליים	6	מצגות
תקשורת שיווקית: מדידה	2	התלמיד יכיר את הדרכים למדידת השפעת הפרסום, התלמיד יבחין בין תגובות שונות של הצרכן לפרסום, התלמיד יבין את ההבדל בין שינוי עמדות לבין בקרת התנהגות	הסקה	הערכת יעילות הפרסום, מחקר מודעות – חשיפה, זיהוי וזכירה, הבנת המסר, אהדה, הנעה לפעולה, מדדי ביצוע דיגיטליים – צפייה מלאה, צפייה חלקית, הקלקה, שיטוט, רכישה/ליד, AB Testing, ROI	ניתוח מחקר הוראה פרונטלית ניתוח פרסומות	6	ניהול השיווק, פרק 3, 141-143





יזמות וחדשנות

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות בדגש על חשיבה	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך הערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
EXCEL	4	התלמיד יכיר שימושים בסיסים בתוכנת האקסל	התלמיד יבין כיצד להשתמש באקסל לצרכי ניהול הפירמה	חוברת עבודה וגיליון עבודה, הפניות לתאים, שימוש בנוסחאות, קיבוע יחסי, מוחלט וחלקי, גרף	לימוד עצמי חדר מחשב תרגול	1	אתר excelist
Power Point	3	התלמיד יכיר שימוש בתוכנת הפאוור פוינט, התלמיד יבין להשתמש בתוכנה לצרכים של מצגות אפקטיביות	לימוד עצמי אוריינות מידע	יצירת מצגת, הוספת שקופיות, כותרות, אנימציות, תמונות, אפשרויות עיצוב, לינקים והפניות במצגת	לימוד עצמי בחדר מחשב תרגול	1	
פרזנטציה	5	התלמיד ידע את עקרונות הפרזנטציה האפקטיבית, התלמיד יבין כיצד להכין פרזנטציה מבחינת העברת מסר ושימוש בעזרים	כישורי שפה, התנהלות בעולם הדיגיטלי	העברת מסרים, עמידה מול קהל, עזרים ויזואליים	סדנת עמידה מול קהל סימולציות	1	מצגות
מבוא ליזמות	2	התלמיד ידע מהי יזמות עסקית, התלמיד ידע מה נדרש כדי להיות יזם, התלמיד יבין את סוגי היזמויות השונות ויבין כיצד הוא עשוי להשתלב	הסקה	יזמות, יזמות עסקית, יזמות טכנולוגית, יזמות בינלאומית	הוראה פרונטלית ניתוח דוגמאות של יזמויות שונות	14	
מבוא ליזמות: שלבי הקמת עסק	6	התלמיד יכיר את השלבים העיקריים בהקמת עסק, התלמיד יבין את חשיבות התוכנית העסקית ליזם, התלמיד ידע לבנות תכנית עסקית בסיסית לעסק חדש	ניהול עצמי, תכנון וניהול קריירה, סקרנות	שלבי היזום, בניית תכנית עסקית, עיבוד רעיון עסקי והגדרת אסטרטגיה, תחזיות ארוכות טווח	הרצאה - יזם עסקי הוראה פרונטלית סימולציות תכנית עסקית	14	
מבוא ליזמות: יזמות חברתית	6	התלמיד יבין את הצורך החברתי ביזמות חברתית, התלמיד יבין את ההבדל בין יזמות חברתית ליזמות עסקית, התלמיד יכיר היבטי ניהול שונים בגופים העוסקים בפעילות תרומה לקהילה, התלמיד יכיר את הפלטפורמות השיווקיות המתאימות ליזם חברתי		יזם חברתי, תיאוריית 3 המגזרים	הוראה פרונטלית ניתוח יזמויות חברתיות דיון – מהו יזם ולמי מתאים להיות יזם		
מבוא לחדשנות: מבוא ורמות של חדשנות	3	התלמיד ידע מהי חדשנות, התלמיד יכיר את מודל החדשנות של בוז, אלן והמילטון, התלמיד ידע לנתח את רמת החדשנות של חברות עסקיות	יזמות, חדשנות, חשיבה פורצת גבולות	חדשנות, המצאה,	הוראה פרונטלית ניתוח בכיתה וחקירת חברות חדשניות	10	מצגות
מבוא לחדשנות: חשיבה יצירתית שיטתית	5	התלמיד יבין כי חדשנות אינה רק נחלת אנשים יצירתיים אלא ניתנת לפיתוח, התלמיד יכיר שיטות לחשיבה יצירתית שיטתית,	יצירתיות, חדשנות, יזמות,	הכפלה, החסרה, חלוקה, חיבור, סיעור מוחות, 6 כובעים של בונו	סדנה חווייתית לתרגול חשיבה יצירתית הוראה פרונטלית	10	מצגות

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות בדגש על חשיבה	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך הערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
		התלמיד יכיר את מודל 6 הכובעים של בונו	תקשורת ושיתוף פעולה	סימולציות מהעולם העסקי יומי			
מבוא לניהול פרויקטים	10	התלמיד ידע מהו פרויקט, התלמיד ילמד כיצד הפירמה קובעת לוחות זמנים, מחליטה על גודל המשאבים ובודקת את התקדמות בפעילות העסקית של העסק החדש	הפרדה בין עיקר לתפל, תכנון	שלבי פרויקט - ייזום, תכנון, ביצוע, סיום, תזמון פרויקט - קביעת לוחות זמנים וסדר פעולות, תזמון משאבים ואיזונים, בקרת התקדמות בפרויקט	הוראה פרונטלית סימולציות	14	מצגות
סיפורי הצלחה וכשלון	8	התלמיד יכיר סיפורי יזמות ויסיק מה	התלמיד יבין את הקישור בין חומר הלימוד לבין העולם האמיתי	צפייה בסרטים ניתוח כיתתי לאחר הכנה ביתית	ניתוח והוצאת מסקנות בהקשר יזמות ומנהל עסקים	"הרשת החברתית" "המייסד" "סטיב ג'ובס" "פסטיבל Fire"	
קבלת החלטות בתנאי תחרות	6	התלמיד ידע מהי תורת המשחקים, התלמיד יכיר את דילמת האסיר, התלמיד יבין כיצד דילמת האסיר באה לידי ביטוי בעולם העסקי	הסקה, יצירתיות ויזמות	תורת המשחקים, דילמת האסיר, Win-Win Situation, שיווי משקל נאש	הוראה פרונטלית ניתוח סיטואציות עסקיות	13	ניהול השיווק, פרק 10, עמ' 424-428 שיחות על תורת המשחקים
דוחות כספיים: מאזן, דו"ח רווח והפסד ותזרים	7	התלמיד יכיר את הדו"חות הכספיים של הפירמה מאזן, דו"ח רווח והפסד, תזרים	התלמיד יבין את הצורך בדוחות כספיים, התלמיד ינתח דו"חות כספיים של פירמה	מאזן, דו"ח רווח והפסד, תזרים	הוראה פרונטלית ניתוח כיתתי של דו"חות כספיים של חברות	12	ניהול עסקי, פרק 3-4, עמ' 14-31
דוחות כספיים: יחסים פיננסים	7	התלמיד יכיר את היחסים הפיננסים השונים, התלמיד יכיר את דרך החישוב של היחסים הפיננסים, התלמיד יחשב את היחסים הפיננסים, התלמיד יסיק מסקנות לגבי מצבה הפיננסי של הפירמה	הסקת מסקנות, יכולת ניתוח, פתרון בעיות, הכרת מקורות	יחסי נזילות – יחס שוטף, יחס מהיר, הון חוזר, יחסי רווחיות – שיעור רווח גולמי, שיעור רווח תפעולי, שיעור רווח נקי, שיעור תשואה על ההון העצמי, מכפיל הון, מכפיל רווח, יחס מבנה הון – מנוף פיננסי, יחסי יעילות – ימי לקוחות, ימי ספקים, ימי מלאי	הוראה פרונטלית ניתוח כיתתי של דו"חות כספיים של חברות	12	ניהול עסקי, פרק 8, עמ' 67-80
גיוס הון: מבוא	4	התלמיד יכיר את תהליך גיוס ההון, התלמיד יכיר את הדרכים לגיוס הון, התלמיד יבין את המגוון הרחב של אפשרויות גיוס הון מהמערכת החיצונית וההשפעה על הארגונים העסקיים, התלמיד יבין את חשיבות גיוס ההון לפירמה צומחת,	הכרת מקורות ויכולת הגישה אליהם, יכולת השוואה, מיזוג ידע	ריבית, ריבית נומינלית, ריבית אפקטיבית, מקורות מימון, הערכת שווי, מכפיל, שוק ההון, בנק, קרנות גידור, אנג'ל, המדען הראשי	הוראה פרונטלית	14	מצגות



הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות בדגש על חשיבה	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך הערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
		התלמיד יבין מה העדיפות עבור החברה לגיוס הון					
גיוס הון: שוק ההון	6	התלמיד ידע מהו שוק ההון, התלמיד יכיר את האפשרויות השונות לגיוס מימון בשוק ההון, התלמיד יכיר מושגים בסיסיים משוק ההון, התלמיד יבין את היתרונות והחסרונות הגלומים במוצרי שוק ההון השונים	מיוזוג ידע, ניסוח שאלות, חשיבה ביקורתית	מניות, אג"ח, בורסה, שיעור תשואה, ניירות ערך, בית השקעות	הרצאה – אנליסט בית השקעות הוראה פרונטלית	14	מצגות
ניתוח כדאיות השקעה: היוון, החזר השקעה ונקודת איזון	8	התלמיד יבין שכסף משנה את ערכו על פני הזמן, התלמיד ידע לבצע ניתוח נקודת האיזון ותקופת החזר ההשקעה, התלמיד יכיר את הגורמים המשפיעים על חישוב נקודת האיזון, התלמיד יבין כיצד להשוות בין השקעות שונות של הפירמה מבחינת רווחיותן	ניתוח, פתרון בעיות, הסקת מסקנות	ערך נוכחי, ערך עתידי, בדיקת כדאיות פרויקטים, שיעור תשואה פנימי השקעה, ריבית, החזר השקעה, תקופת החזר השקעה, נקודת איזון	הוראה פרונטלית תרגול וניתוח דוגמאות	13	ניהול עסקי, פרק 3, עמ' 163-189

ביבליוגרפיה :

- י. הורניק, פ. קוטלר, ק. קלר, **ניהול השיווק**, כרכים א'-ב', האוניברסיטה הפתוחה, 2012.
- א. גבע, **התנהגות צרכנים - החלטות קניה**, האוניברסיטה הפתוחה, 2012.
- ע. ברגינר, ח. בשן, **ניהול עסקי** – חשבונאות, מימון, תמחיר וניתוחי כדאיות, הוצאת לוגיק
- ד. מאיר לירז **מדריך השלם לניהול עסק עצמאי** הוצאת לירז 2006
- דן גלאי, ליאור הלל, **תהליך התוכנית העסקית: המדריך המוסמך למנהלים, יזמים, משקיעים ולמשווקים**, מטר, תל אביב, 2003.
- נחמיאס, לרמן (2008) **תורת המימון** (חלקים א', ב', ג', ו') האוניברסיטה הפתוחה.
- מ. היט, ר. איירלנד, ר. הוסקיסון, **ניהול אסטרטגי – תחרותיות וגלובליזציה**, האוניברסיטה הפתוחה 2005
- ד. שלפר, **הבורסה לניירות ערך ושוק ההון בישראל**, גלובס.
- ח. שפירא (2008), **שיחות על תורת המשחקים**, כנרת
- ש. זמיר, מ. משלר, א. סולן, **תורת המשחקים**, האוניברסיטה הפתוחה, כרכים א'-ב', 2118

תוכנית לימוד מפורטת – "עשינו עסק" – 1 יחידות לימוד (יחידה חמישית)

הנושא	משקל /שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות בדגש על חשיבה	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך ההערכה ומשקלה
הצגת המוצר והצורך עליו עונה – בחירת המוצר	10	התלמידים ישתפו פעולה עם תלמידים ממגמת הסייבר וייחשפו לפרויקטי פיתוח תוכנה. התלמידים יתרגלו יישום של זיהוי צורך עסקי, אוכלוסיית יעד והזדמנות עסקית, ומושגים שנלמדו בנושא חדשנות ויזמות. התלמידים יחוו את נקודת המבט של משקיע בעת בחירת מוצר / מיזם להשקיע בו. התלמידים יהיו שותפים באפיון המוצר. התלמידים יתרגלו יצירת שיתוף פעולה (עם צוות במגמת הסייבר) ובמקביל תחרות (עם צוותים אחרים ממגמת מנהל עסקים).	שיתוף פעולה, דיאלוג, קבלת החלטות, מו"מ,	צורך עסקי, הזדמנות, קהל יעד, חדשנות,	סימולציה של כנס משקיעים, בו יוכלו הצוותים משתי המגמות להיפגש, להכיר וללמוד אלה על פעילותם של אלה, לקבל החלטות	הגשת עבודה כתובה המציגה את המוצר והצורך העסקי. יינתן מרכיב בציון לתהליך העבודה בצוות. (10%)
ניתוח שוק ותחרות – פילוח שוק וזיהוי קהל היעד	15	התלמידים יבצעו ניתוח שוק באמצעות מקורות אינטרנטיים, זיהוי קהלי היעד הרלבנטיים ופילוחם. התלמידים יציגו באמצעות תרשים SWOT את נקודות החוזק, החולשה, ההזדמנויות והאיומים של המוצר והחברה ביחס לשוק. התלמידים יקבעו מהו קהל המטרה של המוצר ויאפיינו אותו.	חיפוש מקורות ומיצוי מידע מרשת האינטרנט, ניתוח נתונים.	קהל יעד, פילוח, ניתוח צרכים, סקרים, קבוצות מיקוד.	עבודה בקבוצות, בכיתה ובבית. מפגשי הנחיה קבוצתיים עם מורה מנחה.	עבודה בכתב – פרק ניתוח השוק והתחרות (15%)
ניהול פרויקט	15	התלמידים יבנו גאנט עבודה לפרויקט במתודולוגיה של ניהול פרויקט	ניתוח נתונים והסקת מסקנות, חשיבה ביקורתית.	סיכון, הסתברות, נקודת חוזק, נקודת חולשה, איום, הזדמנות.	עבודה בקבוצות, בכיתה ובבית. מפגשי הנחיה קבוצתיים עם מורה מנחה.	עבודה בכתב – ניתוח SWOT וגורמים קריטיים להצלחה (15%)
תכנית עסקית	30	התלמידים יגדירו את המודל העסקי של החברה – חזון, מטרות אסטרטגיות, ערוצי שיווק ומכירה, אסטרטגיית חדירה לשוק, אסטרטגיה להגעה לרווחיות (ברמת על – הנפקה, רכישה / exit, שיתופי פעולה). התלמידים יתמחרו את המוצר ואת הביקוש לאורך זמן של המוצר (זרם הכנסות) התלמידים ינתחו את ההוצאות הכרוכות בהקמת החברה ותפעולה עבור סעיפי הוצאה עיקריים לאורך זמן התלמידים יפרטו את מקורות המימון שיעמדו לרשות העסק מרגע הקמתו, עד ולאחר יצירת הכנסות שוטפות התלמידים יכתבו תכנית עסקית לפירמה	חשיבה קבוצתית, ניתוח מקורות כתובים, יישום מעשי של חומר תאורטי שנלמד	מודל עסקי, אסטרטגיה מול טקטיקה, מטרות ויעדים, חדירה לשוק, רווחיות,	עבודה בקבוצות, בכיתה ובבית. מפגשי הנחיה קבוצתיים עם מורה מנחה.	עבודה בכתב – מודל עסקי מלא (30%)
תכנית שיווקית	15	התלמידים יכתבו תכנית שיווקית על סמך ותוך יישום של החומר שלמדו ביחידת השיווק. התלמידים יתארו את תמהיל השיווק של החברה (4P – מוצר, מחיר, מיקום, קידום ומכירות). התלמידים יגדירו את עיקרי התכנית השיווקית – ערוצי הפצה ומכירה, ערוצי פרסום, יעדים שיווקיים בשלבי החיים השונים של צמיחת החברה.	חשיבה קבוצתית, ניתוח מקורות כתובים, יישום מעשי של חומר תאורטי שנלמד	מודל עסקי, אסטרטגיה מול טקטיקה, מטרות ויעדים, חדירה לשוק, רווחיות,	עבודה בקבוצות, בכיתה ובבית. מפגשי הנחיה קבוצתיים עם מורה מנחה.	עבודה בכתב – תכנית שיווקית (40%)
פורום "כרישים"	15	התלמידים יכינו מצגת המציגה את עיקרי כל הפרקים לעיל. התלמידים יציגו את המוצר והמצגת בפני פורום נציגים מהתעשייה.	כתיבת מצגת, הבחנה בין עיקר וטפל, יכולת עמידה והצגה מול קהל	עבודה בקבוצות, בכיתה ובבית. מפגשי הנחיה קבוצתיים עם מורה מנחה. כנס	הכנת מצגת והצגתה בפני משקיעים פוטנציאליים (15%)	

בית חינוך ע"ש הרצוג כפר-סבא



הנושא	משקל / שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות בדגש על חשיבה	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך ההערכה ומשקלה
					משקיעים בנוכחות כל תלמידי המגמה	



נספחים

דוגמאות למטלות דרכי הערכה

נספח א' - יחידה חמישית ("עשינו עסק") - בניית תוכנית עסקית

תלמידים יקרים,

הגעתם לרגע, בחרתם את המוצר אותו תייצרו, וכעת העבודה הקשה לפניכם.

לפני שתקימו את החברה ותכבשו את השוק, עליכם לגייס מימון, להקים צוות, ולפני הכל, כמו בכל פרויקט, לגבש תכנית. תכנית עסקית. למרבה המזל, החומר שלמדתם לאורך השנתיים האחרונות ישמש אתכם נאמנה.

הנחיות לעבודה:

- העבודה תתבצע בשלבים, בהנחיה צמודה של מורי המגמה.
- העבודה על כל פרק תתחיל במספר מפגשים בהם יוצגו התכנים הנדרשים, ניוזכר במושגים ופרקים רלבנטיים שלמדנו וישמשו אתכם בכתיבת הפרק וננתח דוגמאות של פרקים דומים מתכניות עסקיות אמיתיות.
- חלק מהעבודה עצמה יתבצע במפגשים וזמן עבודה בכיתות מחשבים בבית הספר, וחלקו יתבצע בבית.
- בסיומו של כל שלב תגישו בכתב פרק בתכנית העסקית שלכם ותגבשו עליו משוב, בסיום העבודה כולה, תגישו את העבודה מלאה ומתוקנת, ועליה תקבלו את הציון הסופי.
- העבודה היא קבוצתית, ההערכה והציון מתייחסים גם לתהליך העבודה.
- בסיום – תציגו את המוצר והתכנית שלכם בפני המורים, התלמידים ופורום מנהלים מהתעשייה.

אנחנו לרשותכם לכל התייעצות או שאלה לאורך הדרך.

צוות מגמת מנהל עסקים.

בהצלחה !

כל מסע גדול מתחיל בצעד אחד קטן...

הנחיות לפרק 1 – הצגת המוצר:

(במסמך זה מוצגות הנחיות לפרק ראשון לדוגמא, הנחיות דומות תימסרנה לתלמידים לקראת כל פרק ובמקביל יערכו מפגשי הנחיה כיתתיים ולאחר מכן עבודה בקבוצות בהנחיה של מורה מלווה לכל קבוצה).

- בפרק הנוכחי, עליכם להציג את המוצר אותו בחרתם לייצר ולשווק.
- אורך הפרק לא יעלה על 3 עמודים.
- בנוסף, עליכם להיערך להצגת המוצר שבחרתם בכיתה במצגת שאורכה 10 דקות. הניחו שקהל היעד למצגת הוא פורום של משקיעים פוטנציאליים.
- להלן עיקרי הנושאים אשר עליכם לכלול בפרק זה:

- תיאור המוצר או השרות מנקודת מבטו של הלקוח ;
 - תיאור הצורך עליו עונה המוצר, והתאמתו כמענה לצורך זה ;
 - הערך המוסף (added value) שיהיה ללקוחות הפוטנציאליים מהמוצר ;
 - מאפייני איכות המוצר ותרומתו לגורמים השונים : לקוחות, ספקים, בעלי ברית אסטרטגיים וכדומה ;
 - תאור קצר של והטכנולוגיה : במידה והטכנולוגיה ייחודית לחברה, יש לפרט אמצעי הגנה חוקיים כמו זכויות יוצרים, פטנט, הגנה על תוכנה באמצעות סיסמה וכדומה ;
 - תיאור קצר של תהליך הייצור - אמצעי הייצור הנדרשים ועלותם.
- כל חבר צוות יגיש בנפרד רפלקציה (כחצי עמוד) בה יתאר את חווית העבודה, חלקו בתהליך, עבודת הצוות, ולקחים אישיים וקבוצתיים להמשך התהליך.

מחנן להערכה – יחידה חמישית ("עשינו עסק")

נושא / פרק	ניקוד	רמת ביצוע: גבוהה	רמת ביצוע: בינונית	רמת ביצוע: נמוכה
הצגת המוצר	10%	התייחסות מלאה וברורה לכל הנקודות הנדרשות, המוצר מוצג באופן ברור, הצורך העסקי והאופן בו מקבל מענה על ידי המוצר, הערך המוסף שהוא מספק, הטכנולוגיה ותהליך הייצור, תוך יישום נכון של החומר התאורטי ומושגים שנלמדו. ניכרת עבודת צוות טובה וחשיבה יצירתית ומקורית בתוך מסגרת הדרישות. נקודות 7-10	התייחסות לא מלאה או תיאור לא ברור מספיק של חלק מהסעיפים הנדרשים בפרק. שימוש לא מספק או לא מדויק במושגים מתוך חומר הלימוד. 4-7 נקודות	חסרים סעיפים נדרשים, או תיאור לא ברור של המוצר, או של האופן בו ממלא צורך ממשי, שימוש שגוי במושגים. ליקויים בתהליך עבודה (עמידה בלוחות זמנים, עבודת צוות). 0-3 נקודות
ניתוח שוק ותחרות	15%	בוצע ניתוח שוק בהתבסס על מגוון מקורות נתונים אמנים, יש הגדרה ותיחום ברורים של השוק הרלבנטי, וזהו מתחרים ושחקנים מרכזים, מופו מוצרים משלימים ותחליפיים. יש יישום נכון של החומר התאורטי והמושגים שנלמדו. בוצע ניתוח איכותי, מקיף ומפורט של נקודות חוזק וחולשה, איומים והזדמנויות (SWOT), יישום נכון של המודל, שימוש נכון במושגים שנלמדו. ניכרת עבודת צוות טובה וחשיבה יצירתית ומקורית בתוך מסגרת הדרישות. נקודות 15-13	ניתוח השוק מתבסס על מספר מקורות קטן (1-2), התייחסות לא מלאה או תיאור לא ברור מספיק של חלק מהסעיפים הנדרשים בפרק. שימוש לא מספק או לא מדויק במושגים מתוך חומר הלימוד. ניתוח מקיף אך לא מדויק (למשל, ערבוב בין איומים וחולשות) או ניתוח לא מספיק מקיף של SWOT, שימוש לא מספק או לא מדויק במושגים מתוך חומר הלימוד. 9-12 נקודות	חסרים סעיפים נדרשים, ניתוח חסר של השוק, לא זוהו שחקנים משמעותיים בשוק, שימוש שגוי במושגים. ליקויים חמורים בתהליך עבודה (עמידה בלוחות זמנים, עבודת צוות). יישום שגוי של המודל, או ניתוח דל בהיקפו, התעלמות מנתונים שעלו בניתוח השוק, שימוש שגוי במושגים. ליקויים חמורים בתהליך עבודה (עמידה בלוחות זמנים, עבודת צוות). 0-8 נקודות
ניהול פרויקט	15%	בוצע תכנון איכותי, מקיף ומפורט בהתבסס על ניתוח השוק שבוצע, הבנת המשאבים הקיימים והנדרשים תוך התייחסות לנושא העבודה במקביל. שימוש במתודולוגיית ניהול פרויקטים	תכנון הכולל את כל הנושאים אך אינו מדויק מבחינת המשאבים והזמן. שימוש לא מספק או לא מדויק במושגים מתוך	יישום דל של הפרויקט תוך התעלמות מנתונים שעלו בניתוח השוק. אי שימוש בנתונים חיצוניים ובהבנה מה נדרש

נושא / פרק	ניקוד	רמת ביצוע: גבוהה	רמת ביצוע: בינונית	רמת ביצוע: נמוכה
		שנלמדה בכיתה. בניית גאנט פרויקט המתייחס היטב למשאבים ולתזמון. 13-15 נקודות	חומר הלימוד. קיים גאנט אך הוא חלקי. 9-12 נקודות	מפרויקט בסדרי גודל אלו. שימוש שגוי או חלקי במושגים מעולם ניהול הפרויקטים. גאנט חלקי מאוד. ליקויים חמורים בתהליך עבודה (עמידה בלוחות זמנים, עבודת צוות). 0-8 נקודות
תכנית עסקית	30%	הוגדרו באופן ברור חזון החברה, מטרות אסטרטגיות, ערוצי שיווק ומכירה, אסטרטגיית החדירה לשוק, אסטרטגיית להגעה לרווחיות, תוך יישום נכון של החומר התאורטי והמושגים שנלמדו. יש התייחסות ברורה לסעיפי הוצאה מרכזיים, מקורות מימון אפשריים, תחזית הכנסות, ושילוב של כל אלה לתכנית עסקית עד הגעה לנקודת איזון, כולל דוחות מאזן ורוו"ה. יש יישום נכון של החומר התאורטי ומושגים שנלמדו. ניכרת עבודת צוות טובה וחשיבה יצירתית ומקורית בתוך מסגרת הדרישות. 20-30 נקודות	יש התייחסות לכל המרכיבים אך בחלקם ההתייחסות לא ברורה מספיק או חלקית, יש ערבוב / בלבול בין מרכיבים, שימוש לא מספק או לא מדויק במושגים מתוך חומר הלימוד. תחזית הכנסות ותחזית הוצאות שטחית ו/או אינה מסתמכת על נתונים. 4-7 נקודות	אין התייחסות לחלק מהמרכיבים שנדרשו או שיש התייחסות דלה תוך שימוש שגוי במושגים. חסרים סעיפים נדרשים, התעלמות מסעיפי הוצאה מרכזיים. ליקויים חמורים בתהליך עבודה (עמידה בלוחות זמנים, עבודת צוות). 0-3 נקודות
תוכנית שיווקית	15%	יש תיאור מקיף ואיכותי של מרכיבי תמהיל השיווק של החברה (מוצר, מחיר, מיקום, קידום ומכירות). יש תיאור של מרכיבי התכנית השיווקית, כולל ערוצי הפצה ומכירה, ערוצי פרסום, יעדים שיווקיים בשלבי החיים השונים של צמיחת החברה- תוך יישום נכון של החומר התאורטי ומושגים שנלמדו. ניכרת עבודת צוות טובה וחשיבה יצירתית ומקורית בתוך מסגרת הדרישות. 15-13 נקודות	התייחסות לא מלאה או תיאור לא ברור מספיק של חלק מהסעיפים הנדרשים בפרק. שימוש לא מספק או לא מדויק במושגים מתוך חומר הלימוד. ליקויים בעבודת הצוות. 9-12 נקודות	חסרים סעיפים נדרשים, או תיאור לא ברור של חלק ממרכיבי התכנית השיווקית, שימוש שגוי במושגים. ליקויים חמורים בתהליך עבודה, עמידה בלוחות זמנים, עבודת צוות. 0-8 נקודות
"פורום כרישים"	15%	הצגה מקורית, משכנעת ומקצועית של התכנית. הצגת עיקרי התכנית באופן מתמציתי וברור תוך עמידה בלוחות הזמנים. השתתפות פעילה של חברי הצוות. 15-13 נקודות	המצגת אינה מעבירה את עיקרי התכנית באופן תמציתי וברור (יש עודף / חוסר בפרטים בחלק מהפרקים), אופן ההצגה אינו רהוט ומשכנע, השתתפות חלקית של חברי הצוות. 9-12 נקודות	אין התייחסות או התייחסות דלה לחלק מהפרקים הנדרשים במצגת, ליקויים בתהליך עבודה, עמידה בלוחות זמנים, עבודת צוות (אין השתתפות של כל חברי הצוות). 0-8 נקודות

נספח ב' - פרזנטציה מול קהל (כולל הערכת עמיתים)

- המטלה תתבצע במהלך כיתה י' לאחר סיום לימוד Excel, Power Point וסדנת פרזנטציה אפקטיבית.
- המטלה תתבצע בזוגות.
- על כל זוג להכין פרזנטציה של עד 7 דקות שתוצג בפני בכיתה בנושא עסקי כלשהו על פי בחירת התלמידים.
- על הפרזנטציה לכלול שימוש בכלי האקסל להצגת נתונים וביכולות הכלים שנלמדו.
- התלמידים האחרים בכיתה יעריכו את איכות ההצגה וההערכה תהיה שקלול הערכתם של התלמידים והמורה.

מחווה להערכה – פרזנטציה מול קהל

קריטריון	ניקוד	מצטיין (100%)	בינוני (70%)	רע (30%)
נראות המצגת	10	אסתטית וברורה	נראות סבירה	נראות בסיסית בלבד
העברת המסר	20	מסר בהיר ומתומצת	סיכום בלשון עצמאית באופן חלקי + סוגיה עיקרית	מסר מסורבל ולא ברור
שימוש ביכולות האקסל והפאזר פוינט	30	מקצוענים. השתמשו את כל יכולות הכלים	השתמשו בחלק מהיכולות שנלמדו	שימוש בסיסי בלבד בכלים אלו
איכות ההצגה	30	העברת מסרים מתוזמנת, בביטחון ומעניינת	הצגה סבירה	הסתבכו בהצגה. היה משעמם
יצירתיות	10	סופר יצירתיים	מאוד השתדלו להיות יצירתיים	סטנדרטי
סה"כ	100			

נספח ג' - מטלת ביצוע - אסטרטגיה עסקית – SWOT

- המטלה תתבצע על החברה בה יתבצע סיור בכיתה י'.
- המטלה תתבצע בקבוצות של 3-4 תלמידים.
- המורה יציג בפני התלמידים את מטרות הביקור:
 - איסוף מידע ראשוני
 - איסוף מידע פנימי
 - תרגול ניתוח SWOT של חברה
 - הכרות עם חברה עסקית
- המורה יציג עם מי ומה הם התלמידים אמורים לראות בסיור.
- המטלה תוגש בפורמט Google slides / Power point.
- החלק הראשון יינתן שבועיים לפני הסיור ויוגש עד יומיים לפני הסיור והחלק השני יוגש עד שבועיים לאחר הסיור.

חלק I - מידע ראשוני אודות החברה והערכות לסיור

- חפשו מידע אודות החברה בה נבקר והכינו מצגת מידע קצרה אודות החברה הכוללת:

- תחומי פעילות החברה (יש לציין קווי מוצר ומוצרים עיקריים), וותק בענף, מחזור הכנסות שנתי, רווח שנתי, מספר מועסקים, פריסה ארצית ו/או עולמית, שווקים וקהלי יעד עיקריים בארץ ו/או בחו"ל, נתח השוק של החברה ומתחרים עיקריים.
- חפשו כתבה שהתפרסמה אודות החברה. סכמו בקצרה את הכתבה והציגו את הסוגייה העיקרית בה עוסקת הכתבה.
- על סמך המידע המוקדם שאספתם אודות החברה, נסחו לפחות שלוש שאלות אותן ניתן יהיה לשאול את נציגי החברה שנפגוש במהלך הסיור.

חלק II - דו"ח סיור :

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

חלק III – ניתוח SWOT

בהתבסס על המידע ועל התרשמותכם 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 הפרויקט שעליו שמענו בחברה.
- בהתבסס על הניתוח שערכת הציגו והציגו פתרון אפשרי לאחת מנקודות החולשה המאפיינות את הפירמה.

מחנן להערכה אסטרטגיה עסקית – SWOT

קריטריון	ניקוד	מצטיין (100%)	בינוני (70%)	רע (30%)
רקע מידע ראשוני על החברה	25	המידע מתבסס על למעלה מ-5 מקורות. האינפורמציה מלאה ומבוססת	המידע מתבסס על 2-4 מקורות. אינפורמציה חלקית	מתבסס על מקור אחד בלבד. אינפורמציה בסיסית מאוד
סיכום הכתבה + סוגיה	10	סיכום בלשון עצמאית + סוגיה עצמאית המנותחת לעומק	סיכום בלשון עצמאית באופן חלקי + סוגיה עיקרית	העתקת חלקים מהכתבה. ללא הצגת סוגיה.
ניתוח SWOT	40	ניתוח מעמיק של החברה המבוססת על כל הנושאים שעלו בסיור ושעלו במהלך המחקר הראשוני, תוך מענה על כל הנושאים. 3 נושאים ומעלה בכל קטגוריה	ניתוח של החברה המבוסס באופן חלקי על המידע שנאסף. 1-2 נושאים בכל קטגוריה.	ניתוח בסיסי בלבד המבוסס על מידע חלקי מאוד. נושא אחד בכל קטגוריה.
פתרון לאחת מנקודות החולשה	15	העלאות טענות תוך ביסוס לוגי מעמיק המתבסס על המחקר שנעשה	טיעון המתבסס על מאמר ללא ניתוח מעמיק	טענה שטחית ללא ביסוס לוגי
נראות ויצירתיות	10	מצגת בהירה, מנוסחת היטב, בה החומר מועבר בצורה מושכת ומעניינת.	מצגת ברורה אך ללא השראה	מצגת בסיסית
סה"כ	100			

נספח ד' - ניתוח והשוואה - אתרי סחר

- המטלה תתבצע בכיתה יא' לאחר שהתלמידים למדו על ערוצי השיווק ועל אתרי סחר.
- המטלה תתבצע בקבוצות של 2-3 תלמידים.
- כל קבוצה תבחר 3 אתרי סחר ישראלים מענפים שונים (אחד מהם לפחות בעל חנויות פיזיות בנוסף).
- בשלב ראשון יאושרו 3 האתרים להשוואה ע"י המורה.
- הניתוח יתבצע על אלמנטים שונים שעליהם דובר בכיתה :
 - "טכנולוגיה" : אתר, אתר מותאם, אפליקציה, כרום/אקספלורר, אנדרואיד/אייפון
 - ממשק : UX/UI - קלות התהליך והנעה לפעולה, שימוש במיקרו קופי
 - משלוח וחיוב
 - קשר לחנויות הפיזיות
- על התלמידים להעריך את האתרים השונים ולבצע השוואה והערכה של כל אתר.
- בסיום עליהם לבחור ולנמק את הבחירה באתר הסחר הטוב ביותר.
- המטלה תוגש בפורמט Google slides / Power point.

מחנך להערכה – ניתוח והשוואה - אתרי סחר

קריטריון	ניקוד	מצטיין (100%)	בינוני (70%)	רע (30%)
איכות ההשוואה	15	השוואת כל הפרמטרים	השוואה חלקית	השוואת 1-2 פרמטרים בלבד
עומק הניתוח	40	ניתוח איכותי של כל אתר על יתרונותיו וחסרונותיו	ניתוח חלקי של האתרים	ניתוח שטחי בלבד
איכות ההצגה	20	הצגה איכותית ובהירה	הצגה טובה	הצגה
בחירת האתר הטוב ביותר	15	טיעונים מנומקים	בחירה מנומקת חלקית	בחירה ללא נימוק
נראות ויצירתיות	10	מצגת יפה ויצירתית	מצגת יפה	מצגת "בסדר"
סה"כ	100			