

מנהל עסקים ויזמות

שם ביה"ס
מנח"י

שם הישוב:
ירושלים

תחום הדעת:
מנהל עסקים

מס' יחידות לימוד:
2 יחידות

כותבי התכנית:
ד"ר שי הראל
מתן שפריר
רוחמה וילשטיין

משרד החינוך
המזכירות הפדגוגית
אגף א' לפיתוח
פדגוגי

תאריך אישור
יוני 2019



תוכן העניינים

2	רקע על מסגרת התכנית
3	ייחודיותה של התכנית
3	מספר יחידות הלימוד בתכנית
4	כותבי התכנית ושותפיה
4	התלמיד וצרכיו
5	החברה וצרכיה
6	התפיסה הרעיונית של התכנית (הרציונל)
7	מטרות התכנית
7	מטרת העל
7	מטרות תוכן בתחום הדעת
7	מטרות ערכיות - חברתיות - תרבותיות
7	מטרות בתחום המיומנויות כלליות
8	דרכי הוראה - למידה - הערכה
8	דרכי ההוראה-למידה :
8	דרכי הערכה :
8	מפרט התכנים
8	שיווק- הנושא ילמד בכתה י'
9	אסטרטגיה וארגונים- הנושא ילמד בכתה י"א
9	יזמות- הנושא ילמד בכתה י"ב
10	שיווק
13	אסטרטגיה וארגונים
16	יזמות עסקית
19	ביבליוגרפיה כללית
20	נספח : עבודה מסכמת באסטרטגיה

רקע על מסגרת התכנית

התכנית המוצעת נועדה להיות חלק מתכנית הכיתות האזוריות שמפעילה מנח"י בירושלים מזה 17 שנה. בתכנית לומדים כאלף תלמידים מבתי"ס שונים בירושלים (ומחוצה לה), מה שמאפשר מפגש מיוחד בין תלמידים ממגזרים שונים (ממלכתי, ממ"ד, ממלכתי-ערבי), ומזמן עבור התלמידים הכרות בין תרבויות שונות ומגוונות. בכיתות האזוריות פועלות מידי שנה למעלה מעשרים מגמות בתחומים דעת שונים, בהם מדעי הרוח, מדעי החברה, מדעי הטבע, אומנויות, שפות ומגמות במסלול הטכנולוגי.

כל המגמות פועלות ע"פ דרישות משרד החינוך ובתיאום עם בתי הספר מהם מגיעים התלמידים. מטרת תכנית הכיתות האזוריות היא לאפשר לתלמידים בחירה גדולה יותר בכל הקשור להעמקה מקצועית במגמה, לקדם תכניות לימודים חדשניות, לנצל לטובת תלמידי העיר את המשאבים הייחודיים לה, כמו האוניברסיטה העברית, בית החולים הדסה, מוזיאון ישראל ועוד. כמו כן, לאפשר את המפגש הייחודי בין תלמידים ממגזרים שונים ובעלי גוון חברתי-כלכלי שונה.

ייחודיותה של התכנית

התפיסה החינוכית של מנח"י המבקשת לפתח כישורי לומד של המאה ה-21 ולחבר את תלמידי העיר עם מרכזי האיכות הרבים המצויים בה. מגמת כלכלה ומנהל עסקים עונה לתפיסה זו, היות שאין למצוא בבתי ספר בעיר ירושלים (מחוץ מנח"י) מגמה זו, הוחלט לפתח תכנית שתיתן מענה אזורי. התכנית הייחודית נכתבה בשיתוף מרכז היזמות של ביה"ס למינהל עסקים באוניברסיטה העברית. בימים אלה מתקיימים הליכים להכרה בתכנית לצורך קבלת נקודות זכות אוניברסיטאיות במסגרת זו.

המגמה האזורית מזמנת מפגשים בין תלמידים מבתי ספר שונים, בעלי רקע מגזרי, חברתי וכלכלי שונה. מפגש זה מאפשר לתלמידים להכיר טוב יותר את המנעד הייחודי לעיר ומאפשר שיתופי פעולה ביניהם.

מטרת התכנית היא לעודד תלמידים לחשיבה יזמית-עסקית ולהקנות להם כלים לתכנון ולביצוע יוזמות טכנולוגיות עסקיות (סטארט אפ) במסגרת של מגמה לבגרות.

התקופה בה אנו חיים, הידע האנושי הוא נחלת הכלל, כ"כפר גלובלי" בו אמצעי התקשורת המשוכללים הפכו את כדור הארץ לסביבה אחת. כל אלה ועוד שינו את דרכי החשיבה ואת סוגי התעסוקה בעולם. בהתאם לכך, ייעוד המגמה היא לטפח בבוגרים את התכונות והמיומנויות החדשות להם הם נדרשים, ולהקנות להם את הכלים להשתלבות בעולם זה. בכלל זאת, איתור צרכים והזדמנויות חדשות, התמודדות עם אתגרים בלתי צפויים וכל זאת בתנאים של אי-וודאות.

מספר יחידות הלימוד בתכנית

התכנית הייחודית של מנהל עסקים ויזמות תהיה בהיקף של 2 יחידות לימוד (180 ש"ש) וזאת בנוסף ל- 2 יחידות לימוד כלכלה ו- 1 יחידת לימוד פרויקט שאינן נכלל בתכנית הייחודית. כך שהלימודים יקנו לתלמידים זכות ל-5 יחידות לימוד במדעי החברה.

2 יחידות הלימוד במנהל עסקים ויזמות (סה"כ 180 שש"י) יחולקו בין שלושת הנושאים: יזמות, אסטרטגיה ושיווק, כפי שיוצג בתכנית המפורטת.

כותבי התכנית ושותפיה

מתן שפיר – כותב התכנית ומורה המגמה: בעל תואר B.A בכלכלה ובמנהל עסקים מהאוניברסיטה העברית ותואר B.ED בחינוך ממכללת ליפשיץ. בשלוש השנים האחרונות מתן עובד ככלכלן בחברת יעוץ כלכלי "קבוצת פארטו" ומעניק יעוץ כלכלי-אסטרטגי בנושאי מדיניות ציבורית והשפעות רגולציה לגופים ציבוריים ומשרדי ממשלה. כמו גם שותפות בגיבוש תכניות אסטרטגיות לגופים ציבוריים שונים, ובהם משרד הכלכלה, משרד הפנים, משרד החינוך והמשרד להגנת הסביבה. בעברו מתן עסק בתחום החינוך וההדרכה במסגרת עמותות "מסע ישראלי" ו"גשר".

ד"ר שי הראל ליווה ביעוץ ובכתיבת התכנית וילווה את התכנית מבחינה מדעית. ד"ר שי הראל הוא בעל דוקטורט מהאוניברסיטה העברית. את הפוסט דוקטורט שלו ביצע ב-London Business School ובאוניברסיטת בן גוריון. הוא בעל תואר MBA עם התמחות במימון ואסטרטגיה, ותואר ראשון במנהל עסקים, סוציולוגיה ואנתרופולוגיה, שניהם מהאוניברסיטה העברית. ד"ר הראל חוקר את התחומים של יזמות, אסטרטגיה ומימון חברות סטרטאפ. מחקריו בודקים את התרומה של משקיעי הון סיכון לחברות בהן הם משקיעים, כיצד הן בוחרים באלו חברות להשקיע ובאלו לא, מה משמעות הידע והניסיון של היזמים וכיצד הרכב הצוותים משפיע על סיכויי ההצלחה של הסטרטאפ. בנוסף, ד"ר הראל בוחן את כיצד מדיניות ממשלתית או עירונית יכולה לסייע להצלחת חברות סטרטאפ כמו גם לפיתוח אשכולות תעשייתיים של הייטק.

ד"ר הראל הוא ראש ההתמחות באסטרטגיה ויזמות בבית הספר למנהל עסקים של האוניברסיטה העברית, ראש התכנית והמנהל האקדמי של תכנית ה-Executive MBA באוניברסיטה העברית, חבר בוועד המנהל של מרכז היזמות והמנהל האקדמי של תכנית ה-Bio-Design המשותפת לבית ספר לרפואה ולבית הספר למנהל עסקים. לצד פעילותו האקדמית, בעשור האחרון ד"ר הראל גם עוסק ביעוץ אסטרטגי ובכתיבת דוחות לחברות עסקיות, לחברות סטרטאפ, גופים ציבוריים ולמוסדות מהאיחוד האירופי.

רוחמה וילשטיין – יוזמת התכנית הייחודית ושותפה בכתיבתה. מנהלת תכנית הכיתות האזוריות במנח"י. תואר ראשון בחינוך ובסוציולוגיה, תעודת הוראה במדעי החברה כולל כלכלה, תואר שני במדעי היהדות. בעלת ניסיון רב בהדרכת תכניות לימודים להערכה חלופית, כולל עבודות גמר, תכניות תמ"ר וחלוצי הערכה.

התלמיד וצרכיו

תלמידי המגמה מגיעים, כאמור, מבתי"ס שונים ברחבי העיר. התלמידים מגיעים מרקע חברתי, כלכלי, מגזרי (סקטוריאלי) שונה, לומדים להכיר ונחשפים לשונות ולגיוון בחברה שלנו.

משאלון צרכים שהועבר לתלמידים עולה כי כל התלמידים מגלים עניין בנושאי הלימוד במגמה והצטרפו אליה כי אינם יכולים ללמוד בבית ספרם נושאים אלה. התלמידים הדגישו כי למרות המאמץ המיוחד שנדרש מהם בגין הלימודים במגמה (לימודים הנערכים בשעות אחה"צ, בבית ספר שאינו בית ספרם ולעיתים רחוק מאוד ממקום לימודיהם ומגוריהם) חשוב להם מאוד ללמוד במגמה זו. כל התלמידים ציינו כי ההיכרות עולם הכלכלה, עולם העסקים ועולם היזמות היא חשובה להם ואפילו חשובה מאוד. כמו כן, הם מייחסים חשיבות בלימוד הנושא של יזמות, ותולים תקוות שלימודיהם במגמה יקלו עליהם להשתלב בעולם העסקים בעתיד. מרבית התלמידים (כ-90%) ציינו את חשיבות המפגש עם תלמידים מבתי"ס אחרים.

החברה וצרכיה

העולם נמצא בעיצומה של מהפכה טכנולוגית, מהפכה המקדמת ומסייעת במתן פתרונות בתחומים רבים כגון תחומי הרפואה, החקלאות, המים ונושאים רבים נוספים המפתחים את האנושות. קצב הפיתוח הטכנולוגי מהיר. על מנת שחברה תוכל להתקיים בשוק דינמי זה עליה להיות תמיד עדכנית ולהוביל לרעיונות ומוצרים חדשים. ליזמות עסקית ישנה תרומה משמעותית בהתפתחות הכלכלה והטכנולוגיה. מדינת ישראל היא מעצמת יזמות עסקית-טכנולוגית. ולראיה, על פי מדדים רבים ישראל מובילה בעולם בחדשנות ובהקמת סטרטאפים ובכמות ההון סיכון שנפש. תחום זה העניק לישראל את הכינוי "Start-Up Nation" והוא אחד ממנועי הצמיחה המרכזיים של מדינת ישראל.

לצד זה, מהפכה זו משנה מקצה אל קצה את הדרך שבה אנו חיים, מתקשרים זה עם זה ועובדים. השינויים מתאפיינים בקצב מהיר, והשינויים הם גדולים, מורכבים ורבי ממדיים. עתידניים חוזים כי עולם התעסוקה עתיד לעבור שינוי דרמטי בעשורים הקרובים. מקצועות רבים יכחדו, והיכולות הנדרשות מהעובדים יהיו שונות לחלוטין ממה שמוכר לנו במציאות הנוכחית. כמחנכים מוטלת עלינו המשימה להכין את התלמידים להתמודד עם אתגרים בתנאים של אי וודאות הן ברמת המיקרו והן ברמת המאקרו.

הטמעת חשיבה יזמית וכלים לביצועה בקרב התלמידים יאפשרו להעניק לתלמידים הזדמנות להיות חלק מעולם היזמות ויסייעו להם להתמודד עם אתגרי העתיד ובמקביל יסייעו לשמר את יכולות החדשנות של המדינה. על מנת לטפח מיומנויות יזמית בתלמידים, יש לחשוף אותם לרעיונות חדשניים, המצאות ויזמים. חשיפה זו מעודדת את התלמידים לשאוף להשאיר את חותמם בעולם. היא פוקחת את עיניהם ומסייעת להם להבין את הפוטנציאל שביזמות. עם זאת, יזמות עסקית אינה רק חשיבה יצירתית ורעיון חדשים, תהליך היזמות העסקית הינו תהליך מורכב, המכיל בתוכו הזדמנויות רבות לצד קשיים רבים. יש צורך ללמד את תהליך היזמות במסגרת מינהל עסקים ולספק לתלמידים כלים לקבלת החלטות בתנאי אי-וודאות וליישום הרעיונות הגדולים לצורך בחינה וניתוח של המציאות המשתנה. בתכנית ילמד על תהליך היזמות העסקית, על חשיבותה של היזמות ככלל ושל היזמות העסקית בפרט, הן ברמה האישית והן ברמה המאקרו כלכלית.

התפיסה הרעיונית של התכנית (הרציונל)

בבסיס התכנית התלמידים ילמדו רקע תיאורטי ויקבלו כלים מהעולם העסקי, ואחריו יישמו את הנלמד ודבר שיוביל אותם אל עולם היזמות הטכנולוגית, ויעודד אותם להשתלב בלימודים גבוהים בתחום.

תחילה, התלמידים ילמדו שיווק, נושא אטרקטיבי ומעניין היוצר גשר לעולמם של התלמידים בשל הרלוונטיות והקרבה שלו אל עולם התוכן שלהם. התלמידים יכירו את עולם השיווק מנקודות מבט שונות ובין נושאי הלימוד יעסקו באיתור צרכים של לקוחות, הבנת השוק, זיהוי פוטנציאל השוק והגדרת פלחים שונים ורלוונטיים למוצר/שירות אותו הם בונים. התלמידים יבצעו ניתוח צרכי הפלחים השונים וערוצי השיווק דרכם הם יכולים להגיע אליהם.

לאחר מכן, התלמידים ילמדו על ארגונים, נושא זה ילמד בקצרה, רק על מנת להבין מהי חברה עסקית ומדוע זהו המבנה הארגוני המתאים ביותר בכדי לייצר מוצרים או שירותים חדשים ולהביאם לשוק.

בנושא שלאחר מכן, התלמידים יעמיקו את הבנתם באסטרטגיה עסקית אשר הינה הבסיס התיאורטי של יזמות. בתהליך הלימודי הילדים יעסקו בניתוחי שוק לעומק וכן בניתוח של יכולות הסטרטאפ אל מול אותו השוק, יעמיקו את הבנתם בנושאים כמו יתרון תחרותי ויתרון תחרותי בר קיימא, מחזור חיי המוצר, משאבים, יכולות וידע כבסיס ליתרות התחרות.

לבסוף, התלמידים ילמדו את נושא היזמות המאפיין את המאה ה-21 בה קצב השינויים והדינמיות הולכים וגוברים. הצורך להכשיר בוגר בעל יכולות ביצירת חדשנות ויזמות תועיל לפרט ולחברה כאחד. התלמידים ילמדו מה ההבדל בין סטרטאפ לבין חברה עסקית רגילה. מדוע סטרטאפ הוא מבנה זמני וגמיש המאפשר לאחר מכן לבנות מתוכו חברה עסקית וכיצד חברה כזו מתחרה בשוק מול שחקנים קיימים ומול המוצרים/שירותים שנמצאים בשוק ואותם הם מעוניינים להחליף. התלמידים ילמדו איך מעלים רעיונות חדשים, בוחנים אותם אל מול צרכי השוק וכיצד ניתן לשפר את ההתאמה בין המוצר שלהם לבין השוק עצמו על פני מומדים שונים של בניית המודל העסקי. נושא היזמות ילמד תחילה ברמה התיאורטית ולאחר מכן התלמידים יישמו אותו בפועל, בעבודת המחקר שלהם.

מפאת קצר היריעה, לא ילמדו התלמידים תכנים הקשורים למימון חברות למעט הנושאים אשר קשורים לתחום היזמות, בתחום של מימון יזמות.

התכנית משלבת שיטות הוראה מגוונות תוך התייחסות מתמדת לאירועים הכלכליים והשיווקיים המתרחשים במשק, התכנית מקנה לתלמיד כלי ניתוח וחישה רבים שיסייעו לו בעתיד, חשיבה יצירתית וביקורתית, הערכה מפוכחת יותר של המתרחש במציאות ורצון לשפר ולייעל את העולם בו אנו חיים.

הלמידה תשולב עם התנסות מעשית בתהליכי היזמות הטכנולוגית אותה יבצעו בתרגילים קבוצתיים ופרטיים. התנסות זו תהווה בסיס לפרויקט הגמר שייכתב במסגרת היחידה החמישית במדעי החברה (ואינה במסגרת תכנית ייחודית).

במסגרת הלימודים התלמידים יתוודעו לאתגרים שעומדים בפני היזמים בעידן הגלובלי ויכירו את השפעת הגלובליזציה על המהלכים השונים, נושא זה לא ייכלל בחובת ההיבחנות וההערכה של התכנית, כדי לא להעמיס על התכנית שהנה עמוסה מלכתחילה.

מטרות התכנית

מטרת העל

לטפח תלמידים בעלי חשיבה עסקית-יזומית מתוך היכרות והתנסות עם עולם העסקים והיזמות, ולהעניק לתלמידים כלים להתמודדות עם קבלת החלטות בתנאי אי ודאות.

מטרות תוכן בתחום הדעת

1. התלמיד ירכוש ידע תיאורטי רחב בתחום מנהל העסקים באוריינטציה ליזמות.
2. התלמיד יכיר ידע ויבין מושגי יסוד נבחרים בתחום הדעת של היזמות העסקית ויסייע בהם לבירור הנושאים השונים שיילמדו.
3. התלמיד יכיר את מבנה התכניות העסקיות.
4. התלמיד יבחין בהבדלים בין המודלים העסקיים.
5. התלמיד יבחין בין האסטרטגיות השונות במנהל עסקים.
6. התלמיד יתנסה בשלבי פיתוח יוזמה טכנולוגית- עסקית.
7. התלמיד יכיר מאפיינים בסיסיים של שיווק ויוכל לעשות בהם שימוש.

מטרות ערכיות - חברתיות - תרבותיות

1. התלמיד יטפח ערכים המאפיינים את עולם העסקים המודרני והיזמות הטכנולוגית: איכות, אמינות, יצירתיות, יעילות, אחריות חברתית.
2. התלמיד יתוודע לעולם היזמות והעסקים כערך קיומי המהווה בסיס לחוסנה של המדינה.
3. התלמיד יכיר את השפעות הגלובליזציה על תהליכי היזמות המקומית ויוכל להביאם בחשבון במסגרת שיקוליו העסקיים.
4. התלמיד יבין את חשיבות ההמצאה, החידוש והשכלול.
5. התלמיד יפתח עמדות חיוביות כלפי עולם היזמות ויראה בו מנוף לצמיחה אישית, חברתית וכלכלית.
6. התלמיד יבין את החשיבות של תחום הדעת ותרומתו לפיתוח האישי שלהם ולקריירה העתידית שלהם, על ידי פיתוח ראייה מערכתית, חשיבה המצאתית, שאיפה למצוינות ולאיכות, והפנמת ערכים כמו החשיבות של התחדשות בלתי פוסקת בעולם העסקים.
7. התלמיד יפתח עניין וסקרנות לגבי תהליכים ארגוניים אקטואליים ורלבנטיים.

מטרות בתחום המיומנויות כלליות

1. התלמיד יפתח חשיבה יצירתית וחדשנית ואת היכולת להגדיר בעיות/ רעיונות חדשניים.
2. התלמיד יתנסה בתהליכי קבלת החלטות.
3. התלמיד ילמד לנתח אירועים, להסיק מסקנות ולהעריך את משמעויותיהם.
4. התלמיד ילמד לנתח יוזמות ולבחון אותן בצורה ביקורתית.
5. התלמיד יפתח חשיבה ביקורתית ויצירתית בנושאים הקשורים לפיתוח יוזמות טכנולוגיות-עסקיות.
6. התלמיד יאמץ מיומנויות של עבודת צוות: שיתוף פעולה, חלוקת תפקידים, ניהול מו"מ, זרימת תקשורת יעילה.
7. התלמיד יפתח יכולת איסוף מידע ממקורות מגוונים וגיבושו לכדי אמירה בהירה בנוגע ליוזמת תכנית עסקית ע"פ תחומי הלימוד של התכנית.

דרכי הוראה - למידה - הערכה

דרכי ההוראה-למידה:

1. דיונים בנושאי אקטואליה וניתוחם באמצעות הכלים והמושגים שילמדו
2. סיורים לימודיים להכרת עולם ההייטק :
 - ביקור במרכז היזמות של האוניברסיטה העברית
 - סיור לימודי באחת מחברות ההיי טק בהר החוצבים בירושלים
 - סיור לימודי בחברת הזנק הנמצאת בשלבי צמיחה.
3. מפגשים והרצאות אורח ע"י אנשי אקדמיה, אנשי היי-טק ואנשים מהתעשייה המסורתית.
4. שילוב סרטונים ומצגות בהוראת התכנים
5. למידה בשיטת הגייקסו
6. פרזנטציות- הצגת תרגילים או מיזם אותם התלמידים יעשו ויציגו בפני חברי הכתה.

דרכי הערכה:

1. ביצוע 2 פרויקטים קבוצתיים (המהווים יחד 60% מהציון הכולל):
 - א. פרויקט בנושא אסטרטגיה - אשר יהווה 25% מהציון הכולל ויעשה בקבוצות הפרויקט יעסוק בניתוח אסטרטגי של החברה הכולל ניתוח הסביבה החיצונית והפנימית.
 - ב. פרויקט ביזמות - יהווה 35% מהציון הכולל הפרויקט הינו מיזם שבו התלמידים מציגים בעיה שמצאו ופתרון עסקי מתאים. התלמידים יעבדו בקבוצות ויגבשו את המיזם שלהם, את המיזם יציגו בפני חבריהם לכיתה ובפני מנהלי מרכז היזמות של האוניברסיטה העברית, אלה האחרונים ידרגו את איכות המיזמים. במחווה לפרויקט תהיה התייחסות למרכיב האישי בהערכה ולמרכיב הקבוצתי.
2. מבחן מסכם לכל אחד מהפרקים שבתכנית (חלק זה מהווה יחד 30% מהציון הכולל):

בתכנית זו 3 פרקים לכל פרק יערך מבחן, כל מבחן יהווה 10% מהציון הכולל. בכל מבחן תהיה התייחסות לרמת הידע, ההבנה ולניתוח אירועים. נושאי המבחנים: שיווק, אסטרטגיה וארגונים ויזמות.
3. תלמידאות - (חלק זה יהווה 10% מהציון הכולל)

חלק זה מהווה הערכה של המורה על מטלות ביצוע אותם יעשה התלמיד בתרגילים כיתתיים, תרומת התלמיד בשיעורים, התייחסות להתקדמותו של התלמיד בתהליך הלימודי, גילוי יוזמה ויצירתיות של התלמיד במסגרת השיעורים ומחוצה להם.

מפרט התכנים

חלוקת שעות לימוד לפי נושאי התכנית

שיווק- הנושא ילמד בכתה י'

שם הפרק	מספר שעות לשיעור
מבוא לשיווק – תפיסות שיווקיות	7

9	התנהגות צרכנים
6	אסטרטגיות שיווק
17	מודל תיק המוצר ותמהיל המוצר
11	אסטרטגיות המחרה
10	תקשורת שיווקית – ניהול פרסום , קידום מכירות
60	סה"כ

אסטרטגיה וארגונים- הנושא ילמד בכתה י"א

מספר שעות לשיעור	שם הפרק
5	מהו ארגון, סוגי ארגונים
5	מבנה ארגוני, מטרות ארגוניות
5	תרבות ארגונית
5	מבוא וניהול התהליך האסטרטגי
15	ניתוח הסביבה החיצונית והתחרות - ניתוח ענפי
15	ניתוח הסביבה הפנימית - פנים החברה
5	אסטרטגיה ברמת העסק – אסטרטגיות גרניות ואסטרטגיות צמיחה
5	דינאמיקה תחרותית – יריבות תחרותית ואסטרטגיות שיתוף
60	סה"כ

יזמות- הנושא ילמד בכתה י"ב

מספר שעות לשיעור	שם הפרק
8	מהי יזמות, מקורות היזמות, חשיבות היזמות לכלכלה, אקוסיסטם יזמי, מהו יזם ומיהם היזמים?
10	זיהוי צרכים, זיהוי הזדמנויות ופיתוח רעיונות יצירתיים
2	קניין רוחני
8	מודלים עסקיים, Value Proposition Canvas + Business Model Canvas
12	מימון יזמות מסורתית ומימון יזמות טכנולוגית
10	כתיבת תכנית עסקית
10	סימולציה בגיבוש יזמות טכנולוגית ומצגות תלמידים
60	סה"כ

שיווק

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך ההערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
מבוא לשיווק - השיווק מהו? מצבי הביקוש והמטלות השיווקיות הנובעות מהם.	3	התלמיד ידע ויבין מהו שיווק וכיצד משמש כלי ניהולי בידי הפירמה. התלמיד יבין את סוגי ביקושים השונים והמשימות השיווקיות הנובעות מהם.	הבנה	שיווק, צרכים, רצונות, ניהול שיווק, ביקושים, מצבי ביקוש, מוצר, חליפין, שוק	הוראה בדרך של שיח ודיון תוך מתן דוגמאות מוחשית	מבחן בשיווק המהווה 10% ממרכיב הציון	מקראה לתלמיד המתבסס על ספרי האוניברסיטה הפתוחה וספרים נוספים מתחום ניהול השיווק
התפיסות השיווקיות	4	התלמיד ידע וינתח את חמש התפיסות השיווקיות ואת התפתחותן.	זיהוי רכיבים וקשרים, ניתוח	תפיסת יצור, תפיסת מוצר, תפיסת מכירות, תפיסה שיווקית, תפיסה שיווקית - חברתית	גייקסו - למידה שיתופית		
התנהגות צרכנים מושגי יסוד	3			מודל צרכים של מאסלו	הוראה בדרך של שיח ודיון תוך מתן דוגמאות מוחשית		
התנהגות צרכנים - גורמים תרבותיים, חברתיים, אישיים ופסיכולוגיים.	6	התלמיד ידע ויבין מהם גורמי הסביבה השונים ויבין את השפעותיהם על התנהגות הצרכן.	זיהוי רכיבים וקשרים, הכללה	תרבות, תרבות משנה, מעמד חברתי- כלכלי, מנהיגי דעה, משפחה, תפקיד, עיסוק, מצב כלכלי	הדגמה וניתוח של ירושלים כמיקרוקוסמוס התנהגות צרכנים		

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך ההערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
אסטרטגיה שיווקית ועסקית ופילוח שוק	6	התלמיד יבין כיצד פירמות מצליחות באמצעות אסטרטגיה מתאימה להסתגל לשוק המשתנה. התלמיד ידע, יבין וינתח את תהליך פילוח השוק ואת חשיבותו בתהליך השיווקי של הפירמה	ניתוח, יישום	אסטרטגיה, פילוח שוק, שוק מטרה	תרגול פילוח שוק		
מודל תיק המוצרים ותמהיל שיווק-ארבעת ה-P - תמהיל מוצר, מחיר, מקום ותקשורת שיווקית	6	התלמיד יבין, ידע וינתח תיק ע"י מודל תיק מוצרים	ניתוח קשרי סיבה ותוצאה, יישום, סינתזה	מודל תיק המוצרים, תמהיל שיווק -ארבעת תמהילי המשנה - מקום, מחיר, מוצר ותקשורת שיווקית (ארבעת הממ"ים)	הוראה בדרך של שיח ודיון תוך מתן דוגמאות מוחשית בנוסף יישום ותרגול		
מחזור חיי המוצר	5	התלמיד ידע ויבין מהי אסטרטגיית מחזור חיי המוצר	הסקת מסקנות	מחזור חיי המוצר - ביקוש שוק, פוטנציאל שוק.	תרגול באמצעות דוגמאות		
בידול המוצר, מיתוגו ומיצובו בשוק	6	התלמיד יבין מהו מותג וכיצד הפירמה ממתגת מוצר באמצעות אריזה.	בידול משתנים, ידע והבנה,	מיתוג, סוגי מיתוג, מותג, הרחבת מותג	תרגול, ניתוח מוצרים		
מדיניות מחירים	5	התלמיד ידע ויבין מהם הגורמים בהם יש להתחשב בעת קביעת מחיר למוצר.	בידול משתנים	המחיר משמעותו וחשיבותו, סוגי מחירים, תחרות לא משוכללת ומדיניות מחירים	הוראה באמצעות דוגמאות		

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך ההערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
מטרות המחרה, שיטות המחרה	6	התלמיד ידע להתאים את גישת המחרה הנכונה לפי סוג הייצור	ניתוח, יישום, בחינת אפשרויות לפיתרון	המחרה - הישרדות, רווחים, מכירות. התאמת מחיר - המחרה גיאוגרפית, הוזלות והנחות, המחרת קידום מכירות, המחרה מפלה	הוראה מבוסס דוגמאות		
תהליך התקשורת השיווקית ומרכיביו, שלבים בפיתוח תכנית תקשורת יעילה	6	התלמיד יבין כיצד פועלת התקשורת השיווקית. התלמיד ידע ויבין את שלבי פיתוח תכנית תקשורת יעילה ויוכל להכין בעצמו תכנית כזו. (ידע, הבנה ויישום).	סינתזה, יישום	תקשורת, שלבי התקשורת, תדמית, ערוצי תקשורת, תקציב קידום, תמהיל קידום מכירות.	הוראה באמצעות דוגמאות ותרגול קבוצתי		
פרסום ויעדיו, תקציב הפרסום, המסר הפרסומי, ערוצי פרסום, הערכת יעילות פרסום	4	התלמיד יבין מהו פרסום וידע מהם השלבים בפיתוח מסע פרסום. התלמיד ידע ויבין את מדדי יעילות הפרסום.	ידע והבנה	פרסום, יעוד הפרסום, תקציב פרסום, המסר הפרסומי, משרד פרסום, ערוצי פרסום.	הוראה באמצעות דוגמאות		

אסטרטגיה וארגונים

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך ההערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
מהו ארגון, סוגי ארגונים	5	התלמיד ידע מהו ארגון ויבין לסוג אירגונים שונים. (ידע, הבנה, ניתוח)	בידוד מישתנים	בירוקרטי, מכניסטי, אורגני	שיח, דיון ותרגול	מבחן- באסטרטגיה בשיווק המהווה 10% ממרכיב הציון	אביעד בר-חיים. "ניהול משאבי אנוש", יחידה 2 האוניברסיטה הפתוחה עמ' 28, 47-48, 52-54
מבנה ארגוני, מטרות ארגוניות	5	התלמיד ידע ויבין סוגי מבנים ארגוניים ותהליכי העבודה הפנימיים.	ידע והבנה, ניתוח, בידוד מישתנים	שטוח, מטריציאלי, מבנה פונקציונלי, מוטת השליטה, אפקטיביות ארגונית	שיח ודיון + תרגיל של ניתוח ארגונים		אביעד בר חיים, "ניהול משאבי אנוש", האוניברסיטה הפתוחה עמ' 66-68
תרבות ארגונית	5	התלמיד ידע ויבין את היבטי התרבות הארגונית	ידע והבנה, יישום	ערכים, נורמות, תגמולים, מוטיבציה, התקשורת בארגון	שיח ודיון + יישום		אביעד בר חיים, "ניהול משאבי אנוש", האוניברסיטה הפתוחה עמ' 18-25
מבוא וניהול התהליך האסטרטגי	5	התלמיד ידע ויבין מהי אסטרטגיה עסקית, מהי תחרות, כיצד חברות מתכננות אסטרטגיה ומיישמות אותה.	הבחנה השוואה והסקה	חזון, מטרות, ערכים, תהליך הניהול האסטרטגי, אסטרטגיה	השוואה בין חזון מטרות וערכים של חברות שונות והמשגת הקריטריונים להשוואה	עבודה בקבוצות- ניתוח אסטרטגי של חברה הכולל	ניהול אסטרטגי: תחרותיות וגלובליזציה, מייקל א' היט, ר' דיואן איירלנד, רוברט א' הוסקינסון;

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך ההערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
						ניתוח הסביבה החיצונית והפנימית	האוניברסיטה הפתוחה - פרק 1
ניתוח הסביבה החיצונית והתחרות - ניתוח ענפי	15	התלמיד יבין מהו שוק, מהי תחרות ענפית, מתחרים ישירים מול מתחרים עקיפים, כיצד מנתחים ענף ומוציאים תובנות	למידה עצמית, שיתוף פעולה, למידה מהשטח, ניתוח מקרה, זיהוי	מודל, ענף, שוק, ניתוח ענפי, תחרותיות, דינמיקה תחרותית, מחזור חיי הענף, מודל חמשת הכוחות של פורטר, שרשרת הערך הענפית, קבוצות אסטרטגיות	הוראה פרונטלית, תרגול, גייקסו הוראת עמיתים וסיור לימודי	מהווה 25%	ניהול אסטרטגי: תחרותיות וגלובליזציה. מייקל אי היט, ר' דיואן איירלנד, רוברט אי הוסקיסון; האוניברסיטה הפתוחה - פרק 2
ניתוח הסביבה הפנימית - פנים החברה	15	התלמיד ידע ויבין כיצד מעריכים את משאבים ויכולות החברה, כיצד מפתחים יתרון תחרותי, כיצד משמרים אותו	רכיבים והקשרים	משאבים, יכולות, יכולות ליבה, קשיחויות ליבה, יכולות דינמיות, חסרון תחרותי, יתרון תחרותי, יתרון תחרותי בר קיימא, עמידות היתרון התחרותי, שרשרת הערך הפנימית, מיקור חוץ			ניהול אסטרטגי: תחרותיות וגלובליזציה. מייקל אי היט, ר' דיואן איירלנד, רוברט אי הוסקיסון; האוניברסיטה הפתוחה - פרק 3

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך ההערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
אסטרטגיה ברמת העסק – אסטרטגיות גנריות ואסטרטגיות צמיחה	5	התלמיד ידע ויבין כיצד לוקחים את הניתוח הענפי והסביבה הפנימית ובחרים אסטרטגיה עסקית, מה היתרונות וחסרונות של כל אסטרטגיה, כיצד חברה בוחרת לאן לצמוח ולהרחיב את פעילותה	השוואה, זיהוי רכיבים והקשרים הצגת אפשרויות לפתרון, הסקה	אסטרטגיות גנריות, פלח שוק, מוצר/שירות סטנדרטי, מוצר/שירות פרימיום, צמיחה עסקית, הגוונה	הצגת דוגמאות וניתוחן		ניהול אסטרטגי : תחרותיות וגלובליזציה. מייקל א' היט, ר' דיואן איירלנד, רוברט א' הוסקיסון ; האוניברסיטה הפתוחה - פרק 4
דינאמיקה תחרותית – יריבות תחרותית ואסטרטגיות שיתוף	5	התלמיד ידע, יבין ויישם מדוע ומתי חברות מתחרות ומתי הן משתפות פעולה, מה המשמעות של להיכנס ראשון לשוק, שני לשוק או מאוחר יותר?	בידוד משתנים, הצגת אפשרויות לפתרון, הסקת מסקנות	יריבות תחרותית, שיתוף פעולה, יתרון ראשוניות, למידה מטעויות מתחרים, סוגי ענפים לפי מחזור החיים	ניתוח דוגמאות, דיון יישומי		ניהול אסטרטגי : תחרותיות וגלובליזציה. מייקל א' היט, ר' דיואן איירלנד, רוברט א' הוסקיסון ; האוניברסיטה הפתוחה - פרק 5

יזמות עסקית

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך ההערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
מהי יזמות, מקורות היזמות, חשיבות היזמות לכלכלה, אקוסיסטם יזמי, מהו יזם ומיהם היזמים?	8	התלמיד ידע ויבין מהי יזמות, מדוע קשה להצליח ביזמות ומה ההבדל בין יזמות בתעשיות מסורתיות לעומת יזמות טכנולוגית. מהו אקוסיסטם יזמי ולמה יש שוני בין אנשים ובין מדינות בנטייה ליזמות. התלמיד יכיר את מאפייני היזמים ובמה הם שונים מאלו שבחרים שלא להיות יזמים.	הבחנה	יזמות, תעשייה מסורתית, תעשייה עתירת ידע, יזם, צמיחה כלכלית, אקוסיסטם, יזמות מכורה, צוות	הוראה באמצעות דוגמאות	מבחן- ביזמות עסקית המהווה 10% ממרכיב הציון	מצגות מקורס "מבוא ליזמות טכנולוגיה, ד"ר שי הראל
זיהוי צרכים, זיהוי הזדמנויות ופיתוח רעיונות יצירתיים	10	התלמיד ידע מהי בעיה, מהו צורך ומדוע הם מהווים הזדמנות עסקית? התלמיד יבין כיצד מחפשים פתרון ומדוע יצירתיות היא כלי שימושי למציאת מענה לבעיה או לצורך? התלמיד יכיר מתודולוגיה שיטתית לפיתוח מוצרים חדשים.	שאלת זיהוי רכיבים, מגוון נקודות מבט, השוואה, הסקה	בעיה, צורך, הזדמנות עסקית, יצירתיות, סיעור מוחות, מתודולוגיה, פיתוח מוצרים חדשים	הוראה פרונטלית, תרגיל בכיתה וסיור לימודי	עבודה- הצגת מיזם ופתרון עיסקי	
קניין רוחני	2	התלמיד ידע ויבין מהו קניין רוחני, מדוע הוא משמעותי ביזמות טכנולוגית, מהו פטנט, מדגם, סוד מסחרי, סימן מסחרי וזכויות יוצרים	ידע והבנה	קניין רוחני, פטנט, מדגם, סוד מסחרי, סימן מסחרי, זכויות יוצרים	הוראה פרונטלית	לבעיה נבחרת. מהווה 35%	

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך ההערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
מודלים עסקיים, Value Proposition Canvas + Business Model Canvas	8	התלמיד ידע מהו מודל עסקי, כיצד בוחרים בו ומה היתרונות והחסרונות של כל מודל עסקי? התלמיד יכיר את ההבדל שבין אסטרטגיה עסקית ומודל עסקי. התלמיד יכיר כלים מתקדמים לגיבוש מודל עסקי, גיבוש ובחינת רעיון עסקי ולניתוח מתקדם של הבעיה או הצורך של הלקוחות (ידע, הבנה)	השוואה הסקת מסקנות, אפשרויות לפיתרון	מודל עסקי, Business Model Canvas, Value Proposition Canvas, Product-Market Fit צורך-בעיה-מותרות, כאב-משככי כאבים	הוראה דרך הדגמה		
מימון יזמות מסורתית ומימון יזמות טכנולוגית	12	התלמיד ידע ויבין מה ההבדל בין מקורות ההון המסורתיים למקורות ההון ליזמות טכנולוגית, מדוע הם נוצרו, מי הם סוגי המממנים השונים וכיצד הם מחליטים את מי הם ממנים	הבחנה, ידע והבנה	בנק, הנפקה, אגרת חוב, ריבית, משקיע חכם, ערך מוסף, אנג'ל, מימון המונים, חממות, תכניות האצה (אקסלרטורים), תכניות תמיכה ביזמות, רשות החדשנות (המדען הראשי), קרן הון סיכון, קרן הון סיכון תעשייתית, שלבי השקעה, קריטריונים לסינון מיזמים	הוראה דרך הדגמה		
כתיבת תכנית עסקית	10	התלמיד יבין מהי תכנית עסקית, מדוע כותבים אותה, מי כותב אותה, את מי היא משמשת, כיצד מעריכים את התכנית, מה המבנה שלה ואלו	יישום הצגת מידע	מבנה התכנית עסקית, תקציר מנהלים, תזרים, דוח רווח והפסד, ניתוחי רגישות, נקודת איזון, One Pager, Investor	הוראה דרך הדגמה		

הנושא	שעות	מטרות אופרטיביות	מיומנויות	מושגים מרכזיים	דרך הוראה	דרך ההערכה ומשקלה	ביבליוגרפיה לתלמיד
		אלטרנטיבות התפתחו לה בתעשיית הייטק	בדרכים מגוונות ויישום כל המיומנויות שנלמדו עד כה	Deck, מצגת למשקיעים, Elevator Pitch, סינון מיזמים			
סימולציה בגיבוש יזמות טכנולוגית ומצגות תלמידים	10	התלמידים יתנסו בכלל תהליך היזמות - מציאת בעיה או צורך ויגבשו פתרון עסקי עבורו ויציגו אותו בכיתה מול שאר התלמידים	יישום, סינתזה		התלמידים יעבדו בקבוצות ויגבשו את המיזם שלהם, הצגתו בפני חבריהם לכיתה ובפני מנהלי מרכז היזמות באוניברסיטה העברית		

ביבליוגרפיה כללית

- קוטלר פ., הורניק י., ניהול השיווק. האוניברסיטה הפתוחה, 2012.
- הורניק וליברמן. ניהול הפרסום האוניברסיטה הפתוחה ת"א, 1994
- גרשון אקשטיין. יוזמים עסק יוזם ומו"ל הכוון שירותים כלכליים, 2000
- ד"ר יוסי פוגל. עקרונות השיווק אורט ישראל, 2003
- בר חיים אביעד. ניהול משאבי אנוש, יחידה 2 האוניברסיטה הפתוחה, 2007
- היט מייקל א', איירלנד ר' דיואן, הוסקיסון רוברט א'; ניהול אסטרטגי: תחרותיות וגלובליזציה. האוניברסיטה הפתוחה, 2001
- גייגר, אורי ופירסט אורן. 2001. חברות סטארט אפ והון סיכון. תל אביב: רמות, אוניברסיטת תל אביב
- גלאי דן והלל ליאור. 2004. תהליך התכנית העסקית. הוצאת אופציות טכנולוגיות.
- מצגות קורס מבוא ליזמות טכנולוגית, ד"ר שי הראל, האוניברסיטה העברית.

נספח: עבודה מסכמת באסטרטגיה

ניתוח אסטרטגי של חברה

מטרות:

התלמיד יבין את השלבים העיקריים בבחינת אסטרטגיה עסקית.
התלמיד יישם את המושגים שנלמדו בנושא זה בכתיבת אסטרטגיה עסקית.

הנחיות לתלמידים:

העבודה בזוגות (או שלושה- באישור)

- סקירה על החברה:
עליך לבחור חברה ישראלית שאתה מעוניין לבחון. כתוב סקירה תמציתית על החברה תוך מתן דגש על נקודות ציון משמעותיות בהתפתחות החברה.
- ניתוח הסביבה החיצונית:
בפרק זה עליך לבחור ולהתמקד בשוק מרכזי בו החברה פועלת וכן במוצר או מוצרים מרכזיים שהם מוכרים. הצג את הסביבה הכללית: דמוגרפית, כלכלית, טבעית, טכנולוגית, פוליטית, חברתית. סביבת הענף: מודל חמשת הכוחות של פורטר
- ניתוח הסביבה הפנימית:
בפרק זה עליך להעריך את המשאבים והיכולות של החברה. להגדיר- האם לחברה מוצר המספק יתרון תחרותי בר קיימא? ולהעריך- האם יוכלו לשמר אותו גם בשנים הקרובות על סמך כתבות וסקירות שוק.
- אסטרטגיה עסקית:
על בסיס ניתוח השוק שערכת- עליך להציע לחברה שני סוגים של אסטרטגיות- עסקיות ולהמליץ על האסטרטגיה-העסקית הנכונה ביותר לדעתך. בהצגת האסטרטגיות ובהמלצתך התייחס לכלל הגורמים שהצגת בחלקים הקודמים.
- כתיבת התכנית האסטרטגית
אסוף את הנתונים, בהתאמה לפרקים השונים שצוינו לעיל. חשוב לרכז את הנתונים והסימוכין לנתונים ולבסס את הידע עד כמה שאפשר על מקורות מידע מהימנים - כתבות, סקרים, אתר חברה ועוד. יש לצרף בנספח את הנתונים הרלוונטיים להמלצות.
הגש תכנית עסקית במסמך מלא למורה
בהגשה עליך להקפיד על כללי הכתיבה הבאים: עימוד, הגשת מסמך רציף, כתב דויד, גודל 12, יישור לצדדים.
- הצגת התכנית האסטרטגית
בחלק זה- יערך "משחק סימולציה" בו התלמידים שכתבו את התכנית יציגו אותו כסמנכ"ל- אסטרטגיה של החברה, תלמידים אחרים (3 תלמידים) יהיו דירקטוריון החברה. מטרת הסמנכ"ל לשכנע את חברי הדירקטוריון לקבל את המלצתו האסטרטגית.

חלוקת נקודות לפי קריטריונים (טווח מינימום מקסימום)	קריטריונים	המרכיב בעבודה
	הצגת נתוני רקע - תחומים בהם החברה פועלת, שנת הקמה, מספר עובדים, מחזור שנתי, נקודות ציון משמעותיות בהתפתחות החברה וכו'	סקירה תמציתית על החברה (10 נק') קבוצתי
	הצגת ניתוח של הסביבה החיצונית הכללית הענפית והמתחרים. (הסביבה הכללית: דמוגרפית, כלכלית, טבעית, טכנולוגית, פוליטית, חברתית. הסביבה הענפית: מודל חמשת הכוחות של פורטר)	ניתוח סביבה חיצונית (15 נק') קבוצתי
	הצגת ניתוח של הסביבה הפנימית (משאבים יכולות ליבה ויתרון בר קיימא).	ניתוח סביבה פנימית (15 נק') קבוצתי
	התלמיד הציג שתי חלופות לאסטרטגיה עסקית. התלמיד הציג את המלצתו לאסטרטגיה נבחרת ונימק על סמך הנתונים שהוצגו בעבודה.	בחירת אסטרטגיה עסקית (15 נק') קבוצתי
	הקפדה על כללי הכתיבה הבאים: עימוד, הגשת מסמך רציף, כתב דויד, גודל 12, יישור לצדדים. כתיבת מבוא תוכן עניינים, הערות שוליים וביבליוגרפיה ע"פ אחת השיטות המקובלות. שימוש בשפה ברורה ותקנית	עיצוב עבודה וכללי כתיבה (5 נק') קבוצתי
	הצגה תמציתית של האסטרטגיות החלופיות הרלבנטיות והצגה ברורה של החלופה המומלצת, המחשה ויזואלית ברורה (שקפים, מצגת, וידאו, אודיו וכו')	סימולציה (15 נק') קבוצתית
	יצירת עניין בקרב הצופים ושכנוע חברי הדירקטוריון	הצגה תמציתית של האסטרטגיות החלופיות הרלבנטיות והצגה ברורה של החלופה המומלצת, המחשה ויזואלית ברורה (שקפים, מצגת, וידאו, אודיו וכו')
	התלמידים ענו בצורה מלאה על כל שאלות הרפלקציה-מה היו הקשיים שלנו בקביעת האסטרטגיה המומלצת? מה הצלחנו לחדש בנושא? הקשיים שהיו לנו לעבוד כצוות מה הרווחנו מכך שעבדנו כצוות	רפלקציה קבוצתית (10 נק') קבוצתי
	התייחסות מקצועית ומכבדת כדירקטוריון להצגה של פרויקט אחר תוך שימוש בידע הנלמד.	הערות חברי דירקטוריון ציון אישי (5 נק')
	התלמיד יענה על שאלות הרפלקציה: מה היה החלק בפרויקט שהכי התחברת אליו? מה הייתה תרומתך הייחודית לפרויקט מה היה החלק הקשה ביותר בכתיבת הפרויקט עבודת הצוות הכבידה או הקלה עליך? נמק/ הערכת המורה על התלמיד - תרומה לאיסוף החומר והכתיבה, לקיחת אחריות יוזמה ושיתוף פעולה.	רפלקציה אישית (5 נק') ותרומה לכתיבת הפרויקט הערכת המורה (5) (סה"כ 10 נק')