

פרויקט גמר

היקף שעות:

שנה ב': טרימסטר ד' - 3 ש"ש, טרימסטר ה' - 5 ש"ש, טרימסטר ו' - 7 ש"ש
סה"כ: 16 ש"ש, 154 שעות

פריסת הקורס:



רציונל:

פרויקט הגמר הוא הפרויקט הנרחב והחשוב ביותר שהסטודנט יבצע במהלך לימודיו. הפרויקט הוא CROSS PLATFORM DESIGN ומחייב אינטגרציה ויישום של ידע ומיומנויות מקצועיות, שאותם רכש הסטודנט במסגרת הלימודים במחלקה, לתוך תהליך מובנה ואיכותי של מחקר, אפיון ועיצוב. עמידה בדרישות פרויקט הגמר היא תנאי להענקת דיפלומה לבוגר המחלקה. בנוסף לכך הפרויקט יהיה "כרטיס ביקור" לבוגר המחלקה בהצגת תיק עבודות במסגרת ראיון עבודה. פרויקט הגמר הוא אישי, והסטודנט "יחבש" במהלכו שני "כובעים" מקצועיים המשלימים זה את זה:

- יזם בעל ראייה שיווקית ויכולת כתיבת בריף ותכנית שיווקית (ידע שרכש בקורס שיווק ויזמות עסקית)
- מעצב בעל יכולת חשיבה עיצובית רחבה ותהליכית שמדגים יכולת למתן מענה מקצועי נכון ואיכותי לתוצאות המחקר ולדרישות הברף

הרציונל הוא לדמות עבודה "בעולם האמיתי" מול בריף לקוח, לעיצוב מותג חדש או עיצוב מחדש של מותג קיים על סל מוצרי: שם, לוגו וניירת, מוצרי פרינט ודפדוף נוספים, מוצרי תלת ממד, מוצרי דיגיטל, מוצרי פרסום ומוצרי קידום מכירות. מאפייני הנושא לפרויקט גמר:

- הנושא יהיה בעל עניין לקהל יעד, בעל פוטנציאל התקדמות משמעותי וטווח תוצרים מעניין ורחב.
- הנושא יהיה בעל עניין אישי לסטודנט מאחת הבחינות הבאות או יותר: אמונה בצורך בו, קרבה אישית לנושא, תרומה לקהילה, תחום שבו הוא שואף לעסוק בחייו המקצועיים, נושא שבו כישוריו יוכלו לבוא לידי ביטוי בצורה הטובה ביותר.

הקורס מהווה מסגרת מובנית לבחירת הנושא, לפיתוח ובקרת התהליך מרעיון ועד יישום וביצוע והכנת הכיתה ככלל והסטודנט בפרט להגשת הפרויקט, אופי הפרזנטציה וסביבת הגשה שלו. הסטודנט יתקדם על פי תכנית עבודה בלוח זמנים שתוצג בפניו בתחילת הקורס להגשות פנימיות וחיצוניות, ישתתף בהנחיות כיתתיות, ייחשף לפרויקטים נוספים בכיתה וילמד מהם. במקביל תתקיים הנחיה אישית עם מנחה מצוות המחלקה.

הקורס מתקיים לאורך שנה ב', ובטרימסטר ה' + ו' מתקיימים קורסים התומכים בפרויקט הגמר - מפורטים בסעיף קורסים מקושרים בהמשך.

מטרות הקורס:

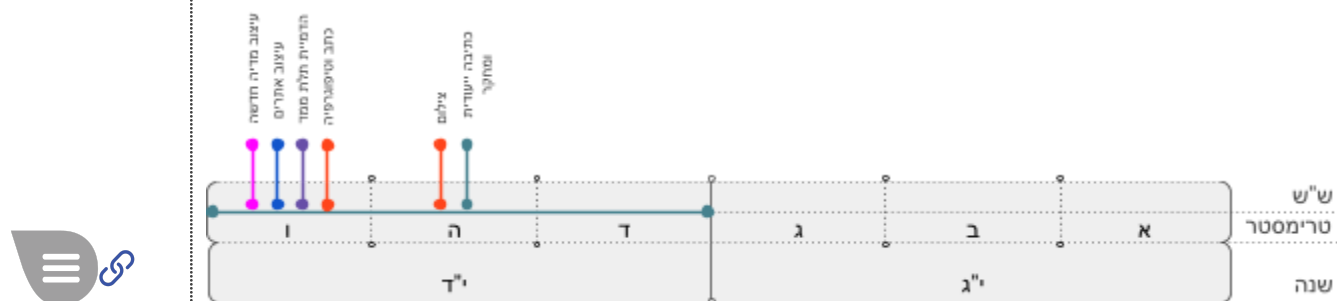
להנחות את הסטודנט בתהליך הפיתוח של פרויקט הגמר ממחקר דרך אפיון ועד עיצוב באופן מיטבי כך שיובילו להצלחה בהגשת פרויקט הגמר בפני בוחנים מטעם משרד החינוך.

לפתח ולתרגל כלים: - למיומנויות המחקריות על פי מתודות שנלמדו בקורס שיווק ויזמות עסקית - למיון ובחירת נושא רלוונטי, עכשווי ובעל עניין לקהל יעד - לראייה השיווקית והצרכנית בנושא הפרויקט - למחקר השוק: איסוף מידע, נתונים סטטיסטיים, זיהוי מתחרים וניתוח הנקודות לשיפור ושימור, לאפיין קהל יעד, לבנות סקר משתמשים, לסכם ולנתח את הממצאים במודלים שיווקיים מקובלים - לקבל החלטות על הכלים הפרסומיים המתאימים לפרסום המותג בקרב קהל היעד - לכתיבת בריף שיווקי לפתח וליישם את הכלים לתהליך עיצוב מובנה: - מחקר מקורות השראה והשפעה, בניית קונספט מילולי וקונספט עיצוב, בניית אסטרטגיה ובניית שפה גרפית - ויישום בעיצוב סל המוצרים לפרויקט לפתח וליישם את כלי החשיבה ביקורתית ופתרון בעיות: - להתנסות בחשיבה רחבה, פתרון בעיות יצירתי על פי מתודות שנלמדו בקורס חשיבה יצירתית לפתח את היכולות העיצוביות היצירתיות: - לפתח סגנון עיצובי בעל גוון אישי ייחודי ואף חדשני - לבצע את מוצרי המותג לפרזנטציה לפתח ולתרגל את מיומנות הפרזנטציה מול קהל: - ללמד לסנכרן בין מצגת ממוחשבת למצגת מילולית - לפתח את יכולת הביטוי המילולי של רעיונות עיצוביים להנחות את הסטודנט והכיתה לאורך התהליך עם צוות המנחים, המרצים להנחות את הסטודנט בפיתוח החומרים החזותיים המקוריים לפרויקט: - צילום, איור, אינוגרפיקה - עבודה מול מאגרים של חומרים חזותיים - עמדת תצוגה לפרויקט להכין את הכיתה לקראת הגשה סופית בפני הבוחנים	
תכנים:	
1. נושא לפרויקט גמר, איתור, בחירה ואישור	
הרחבה:	מצגת 1
הגשת מצגת עם כמה נושאים אפשריים, למיון ודין בכיתה תוכן מצגת: מחקר ראשוני - רקע, מקורות השראה, מקורות השפעה, מחקר השוק - סקירה כללית, סביבת התחרות (מתחרים), תיאור קהל המטרה, מטרות עסקיות של החברה, פוטנציאל להתקדמות	
מיקוד והעמקה במחקר:	מצגת 2
הגשת מצגת: נושא אחד לאישור תוכן מצגת: הצגת נושא בעל פוטנציאל להתקדמות עיצובית, עניין שיווקי, עניין לקהל היעד, בעל עניין לסטודנט עצמו	
הגשת הצעת פרויקט למשרד החינוך: הגשת טופס: חתימות מנחה אישי וראש המגמה	קישור לטופס720928
במקביל כתיבת ספר פרויקט גמר במסגרת קורס כתיבה ייעודית ומחקר	
2. תהליך העבודה על פרויקט גמר / במקביל יתועד ויוצג כרונולוגית בספר פרויקט הגמר (כתיבתו מתבצעת במקביל בקורס כתיבה ייעודית ומחקר):	קישור לדרישות הספר

	א. מחקר:
	הקדמה - הסבר מנקודת מבט אישית לבחירת הנושא, תודות
	מבוא - רקע והסבר כללי על הנושא, כולל ציטוטים, נתונים סטטיסטיים, דבר המומחה
	ב. שיווק על פי מודלים שנלמדו בקורס שיווק ויזמות עסקית:
	סקירת מתחרים - הצגה וניתוח של מתחרים ישירים ועקיפים, כולל חוות דעת של נקודות לשימור ושיפור לפרויקט הגמר של הסטודנט
מצגת 3	סקר משתמשים - שאלון לקהל היעד תוכן: שלושה חלקים במבנה הספר - תיעוד המצב הקיים, בעיות ורצונות; הצגת הפרויקט, שאלות עליו, סיכום הממצאים; ניתוח הממצאים; הסטודנט ירכז תשובות ממינימום של 50 עונים לסקר שהם בפרופיל קהל היעד. הסקר יכול להיות בתצורת שאלון אינטרנטי או סקר במפגש פנים מול פנים עם קהל היעד במקום ההתרחשות.
	מודל SWOT - חוזקות, חולשות, איומים, הזדמנויות
	הצורך במוצר וסיכויי מכירתו - ביסוס הצורך לאור שלושת הסעיפים הקודמים
	מבט עתידי - התפתחות המותג בעתיד, התפתחות טכנולוגית או שיווקית
	אמצעי פרסום - הדגמת חשיבה שיווקית בפנייה לקהל היעד וקידום המותג
	ג. בריף קישור לדוגמת בריף
	ד. מצגת פיתוח חשיבה יצירתית וחשיבה עיצובית בפרויקט: הדגמה של 3 כלים לפחות בהם התלמידה השתמשה לקבלת החלטות בפרויקט, לפי שיטות וכלים ממסמך מחקר עיצוב באתר המגמה: https://pop.education.gov.il/tchumey_daar/design-arts-practical-engineers/high-school/pedagogy-of-design-arts-practical-engineers/certification-exams/
	ה. תהליך העבודה, עיצוב ופיתוח:
מצגת 4	קונספט מילולי, קונספט עיצובי
	אסטרטגיית מותג (סיפור המותג, חזון, ערכים, תכונות, אישיות)
	לוח השראה, לוח השפעה
מצגת 5	ו. פיתוח לוגו ושפה גרפית: - בחירת שם והגדרה - בחירת סלוגן - לוגו סופי - שפה צבעונית - שפה טיפוגרפית - שפה איורית/צילומית

	- סמלים ואינפוגרפיקה - ממשק
מצגת 6 לוגו ושפה גרפית מצגת 7, הגשת GO NO GO: - מוצרים סופיים - פלנוגרמה לתכנון - העמדה וסביבת התצוגה	ז. המוצרים: נפח פרויקט - מינימום של שמונה מוצרים ספר פרויקט גמר (מעוצב כחלק מסל המוצרים) מוצרי פרינט: - לוגו וניירת (כרטיס ביקור, נייר מכתבים, מעטפה) - פולדר (עוטפן) - מוצר דפדוף (כגון קטלוג, ברושור) מוצרי תלת ממד: כגון שילוט, שקיות, אריזות, סטנדים ועוד מוצרי קד"מ: כגון ביגוד, כוסות שתייה, מחברות ועוד מוצרי פרסום: חובה: שלוש כרזות ועוד - מודעות, שילוט חוצות, באנרים לאינטרנט, "פרסום גרילה" ועוד הדמיה של המקום: אם מדובר על חנות, שירות פיזי - נדרשת הדמיה שישולבו בה לוגו (סמליל)/כרזות/שילוט. מוצרי דיגיטל: עיצוב אתר או אפליקציה, בנייה בכלי ענן והצגת הדמיה חיה של מוצר (כגון MARVELL, INVISION)
טופס אישור	הגשת ספר פרויקט לפי הגדרות בקורס כתיבה ייעודית ומחקר
המלצות לקורס:	
- שמוש בכלים מתוך מסמך מחקר עיצוב, מתחילת הפרויקט - https://pop.education.gov.il/tchumey_daat/design-arts-practical-engineers/high-school/pedagogy-of-design-arts-practical-engineers/certification-exams/ - קיום ימי מרתון עבודה מרוכזים בליווי מנחי הפרויקט - ניתוח מותגים/קמפיינים מתחומים מגוונים בשוק - מחקר, תהליך עבודה, תוצרים - איתור נושא לפרויקט: בתום שנה א' - מפגש ראשון להנעת חיפוש נושאים אפשריים לפרויקט טרום שנה ב' - עבודת צוות מתואמת בין מרצי הקורסים התומכים בפרויקט הגמר	
קורסים מקושרים:	
- עקרונות הפרזנטציה - חשיבה עיצובית: טרימסטר א' + ב' טכניקות לחשיבה עיצובית ופיתוח יצירתיות - שיווק ויזמות עסקית: טרימסטר ד' + ה' מודלים לניתוח שיווקי, בניית סקר שאלון משתמשים, יזמות עסקית ועוד - InDesign: טרימסטר ה', עימוד ועיצוב הספר	
קורסים תומכים בלעדית בפרויקט גמר, החל מטרימסטר ה':	
- צילום: טרימסטר ה' - צילום תוכן מקורי לספר - כתב וטיפוגרפיה: טרימסטר ו' - עימוד ועיצוב ספר, ליווי הדפסה - הדמיית תלת ממד לפרזנטציה: טרימסטר ו' - למוצרי תלת ממד, פרסום, קידום מכירות - אתרי תדמית: טרימסטר ו' - עיצוב אתר לפרויקט - עיצוב מדיה חדשה: טרימסטר ו' - עיצוב אפליקציה ואייקונים	

- כתיבה ייעודית ומחקר: טרימסטר ה' - כתיבה אקדמית של ספר הפרויקט. הספר יהיה מסמך מקדים לעיצוב בפועל דוגמת בריף שיווקי / ספר מותג.



מחווון הערכה לקורס:

[קישור למפתח](#)

ההערכה לקורס זהה למפתח הערכת פרויקט גמר של משרד החינוך מבחינת רמה נדרשת ופירוט הנושאים.

תכנית הלימודים נכתבה בסיוע "הנדסאים באריאל", קמפוס אוניברסיטת אריאל על ידי רינת סופר גרינפלד, שותף לתהליך אורן שרון

כל הזכויות שמורות למשרד החינוך מנהל תקשוב, טכנולוגיה ומערכות מידע 2016