



משרד החינוך
המינהל למדע ולטכנולוגיה
הפיקוח על מגמות ניהול עסקי

תכנית לימודים

שם התכנית: **מדעי הניהול**

מקצוע: **תקשורת ויחסי ציבור**

כיתה: **י"ג**

תוכן העניינים

עמוד

5	ועדת היגוי
7	רציונל
7	מטרות
8	נושאי הלימוד
9	פירוט נושאי הלימוד
12	מילון מונחים
13	ביבליוגרפיה

ועדת היגוי

פרופ' אהרון צינר	יו"ר הוועדה דיקן (יוצא) הפקולטה למינהל עסקים, המכללה האקדמית נתניה
ד"ר מגדה גרוס	מרכזת הוועדה מפמ"ר מגמות תעשייה וניהול ו-ניהול עסקי, משרד החינוך, המינהל למדע ולטכנולוגיה
ברכה ברבר	מפקחת במגמת ניהול עסקי, משרד החינוך, המינהל למדע ולטכנולוגיה
עו"ד אורלי פרייזלר	מרצה למשפטים בארגוני עבודה. מחברת הספר "סדר הדין במשפט"
אפרת צנגר	יועצת ארגונית (צנגר יועצים), מתמחה בפיתוח מנהלים. מחברת הספר "תרבות ארגונית"
רחל קוצ'ין	מנהלת בי"ס תיכון עמל שרונים

* קריאה והערות - **בתיה פורת**, מנהלת מכללת באר טוביה

רציונל

תקשורת היא אחד הכלים המשמעותיים ביותר העומדים לרשותו של המנהל וצוות העובדים. התקשורת חיונית בשני תחומים מרכזיים בעבודת הארגון: האחד, בהעברת הוראות והנחיות. האחר, בקבלת משוב האמור להעיד על ביצוע העבודה. ניתן לומר כי ללא תקשורת הארגון אינו מסוגל לתפקד.

תקשורת ארגונית היא שם כולל לקשר יומיומי רציף בין העובדים השונים, קשר בין המשרדים השונים בארגון, קשר בין סניפי הארגון, קשר בין המשרד לבית או קשר לגורם אחר הנמצא מחוץ לארגון.

היכולת לאפשר נגישות לכל עובד באשר הוא להעברת מידע, ישיבות עדכון, קבלת החלטות וכו' מאפשרת לארגון לתפקד בצורה הטובה ביותר.

מטרות

- התלמיד יבין רעיונות וגישות שונות בתקשורת ארגונית.
- התלמיד יכיר את התרומה של התקשורת הארגונית לתפקוד תקין של המערכת הארגונית.
- התלמיד יתנסה בתהליכי תקשורת ובבעיות המאפיינות אותה.
- התלמיד יציע דרכים ואמצעים לשיפור תהליך התקשורת הארגונית.

נושאי הלימוד בתקשורת ויחסי ציבור

מספר שעות מומלצות	ראשי פרקים	מס'
3	תקשורת ארגונית	.1
5	קשרים של תקשורת ארגונית	.2
15	סוגי תקשורת	.3
10	שימושים באמצעי תקשורת	.4
5	שיקולים לבחירת אמצעי התקשורת	.5
12	חסמים בתקשורת הארגונית	.6
7	תקשורת ומתן שירות	.7
15	יחסי ציבור	.8
72 שעות	סך הכול	

פירוט נושאי הלימוד בתקשורת ויחסי ציבור

מספר שעות מומלצות	נושאי הלימוד
3	<p>1. תקשורת ארגונית</p> <p>1.1 הגדרת התקשורת הארגונית</p> <p>1.2 תהליך התקשורת: היוזם, המסר, האמצעי, הקולט</p> <p>1.3 מטרות: ייעול, בקרה, תיאום</p>
5	<p>2. קשרים של תקשורת ארגונית</p> <p>2.1 למבנה הארגוני</p> <p>2.2 לתרבות הארגונית</p> <p>2.3 לשינויים ארגוניים</p>
15	<p>3. סוגי תקשורת</p> <p>3.1 תקשורת פורמלית</p> <p>3.1.1 ערוצי התקשורת הפורמלית:</p> <p>א. ערוצים אנכיים:</p> <p>1. הזרמים כלפי מטה</p> <p>2. הזרמים כלפי מעלה</p> <p>ב. ערוצים אופקיים:</p> <p>1. תיאום בין הגורמים</p> <p>2. החלפת מידע</p> <p>3. גשר פאיול</p> <p>ג. ערוצים אלכסוניים:</p> <p>1. אלכסוניים כלפי מעלה</p> <p>2. אלכסוניים כלפי מטה</p> <p>ד. ערוצים מקוונים למאגרי מידע</p> <p>1. פנים-ארגוניים: מסדי נתונים</p> <p>תיקיון ממוחשב</p> <p>2. חוץ-ארגוניים: אינטרנט</p> <p>3.2 תקשורת א-פורמלית:</p> <p>3.2.1 בין-אישית</p> <p>3.2.2 חברתית</p>

מספר שעות מומלצות	נושאי הלימוד
	3.3 תקשורת טכנולוגית: 3.3.1 אינטרנט 3.3.2 אינטראנט 3.4 תקשורת אישית 3.5 תקשורת המונים
10	4. שימושים באמצעי תקשורת 4.1 תקשורת טכנולוגית 4.1.1 טלפון (קווי/נייד), דואר אלקטרוני, ועידת וידיאו (web collaboration), רשת תקשורת, רמקול 4.2 תקשורת ארגונית 4.2.1 פגישת עבודה, דיון, התייעצות, ישיבה, שיחת ועידה
5	5. שיקולים לבחירת אמצעי התקשורת
12	6. חסמים בתקשורת הארגונית 6.1 סילופי משמעות בתקשורת 6.2 סינון התקשורת במעלה הקו המבני 6.3 השפעת ההתפצלויות על המבנה הפורמלי 6.3.1 בתחום הארגון 6.3.2 המקום 6.3.3 הזמן 6.3.4 ריבוי תשדורות 6.4 דרכים להתמודדות עם חסמים 6.4.1 סינון המידע: א. העברת המסר העיקרי ב. מניעת "הצפת" המידע
7	7. תקשורת ומתן שירות 7.1 שפה מילולית 7.2 שפה בלתי מילולית 7.3 ייצוג הארגון 7.4 הלקוח כערך מרכזי

מספר שעות מומלצות	נושאי הלימוד
15	<p>8. יחסי ציבור</p> <p>8.1 יחסי ציבור ותרומתם לארגון</p> <p>8.2 החלטות עיקריות לביצוע מהלך יחסי ציבור</p> <p>8.2.1 קביעת יעדים</p> <p>8.2.2 בחירת מסרים וכלי הפצתם</p> <p>8.2.3 יישום תכנית יחסי ציבור</p> <p>8.2.4 הערכת תוצאות</p> <p>8.3 אמצעי המדיה להפצת המידע</p> <p>8.3.1 דוברות</p> <p>8.3.1 עיתונות</p> <p>8.3.2 רדיו וטלוויזיה</p> <p>8.3.3 אינטרנט</p> <p>8.3.4 שלטי חוצות</p> <p>8.4 טיפוח תדמית הארגון</p> <p>8.4.1 באמצעות יהול קשרי לקוחות</p> <p>8.4.2 באמצעות הדרכה והשתלמויות עובדים</p> <p>8.5 ניהול משברים בתקשורת</p> <p>8.5.1 ניתוח הבעיה</p> <p>8.5.2 זיהוי נקודות התורפה</p> <p>8.5.3 משחק סימולציה</p> <p>8.5.3 בחירת צוות תגובה: מנהל, דובר, יועץ ארגוני</p> <p>8.5.4 תדרוך/תגובה ב: אתר אינטרנט, רדיו, טלוויזיה</p> <p>8.5.5 ניתוח התוצאות והחולשות</p>
72 שעות	סך הכל

מילון מונחים בתקשורת ויחסי ציבור

שם המונח	פירוש המונח
חסמים בתקשורת	הפרעות לזרימת תקשורת יעילה בארגון.
יחסי ציבור	פעולה שהארגון יוזם, אשר מטרתה לגייס אהדה ותמיכה מהציבור וליצור מוניטין לארגון.
תקשורת אופקית	תקשורת הזורמת בין עובדים שנמצאים באותו מדרג בארגון.
תקשורת אלכסונית	תקשורת המתקיימת בין סגל המטה המקצועי ובין אנשי יחידות הביצוע בארגון.
תקשורת ארגונית	כלל התקשורת הפורמלית והבלתי פורמלית הזורמת בארגון.
תקשורת בלתי פורמלית	תקשורת הזורמת בארגון בצינורות אקראיים המושתתים על קשרים אישיים וחברתיים (אינה קשורה למבנה הפורמלי).
תקשורת המונים	אמצעי התקשורת המגיעים לקהל-יעד נרחב במיוחד, כמו: עיתונים, רדיו, טלוויזיה, אינטרנט, קולנוע וספרות. לתקשורת ההמונים תפקיד חשוב בעיצוב דעת הקהל ובתפיסת הציבור הרחב את המציאות.

ביבליוגרפיה

1. כספי, ד., **תקשורת המונים**, האוניברסיטה הפתוחה, כרך א' (1993).
2. גזיאל, ח., **מחשבה מינהלית בת זמננו** (1990).
3. בר חיים, א., **התנהגות ארגונית**, האוניברסיטה הפתוחה, ת"א (תשנ"ד).
4. סמואל, י., **ארגונים: מאפיינים, מבנים ותהליכים**, זמורה ביתן, חיפה (2002).
5. סמואל, י., **המשחק הפוליטי**, זמורה ביתן, חיפה (2002).
6. בן אליעזר, י., **בין תקשורת לפרופגנדה**, ביתן ת"א.
7. D. Katz & R. Kahn, **The social psychology of organizations** (1976),
Communication: the flow of information, p.p 223-258.