

המגמה לניהול עסקי – דגם בחינה

דגם בחינה (לפי ת"ל מעודכנת לתש"פ)

במקצוע: מנהל וכלכלה – 30%

(גירסה א')

סמל שאלון 839282

הוראות לנבחן:

א. משך הבחינה: שעתיים.

ב. מבנה השאלון ומפתח ההערכה:

פרק ראשון – 100 נק'.

ג. חומר עזר מותר בשימוש: אין

ד. הוראות מיוחדות: הקפד לציין במחברת הבחינה את מספר השאלה ואת מספר הסעיף שעליהם אתה משיב.

ב ה צ ל ח ה !

שים לב!!!

מבחן זה הנו דגם בחינה בלתי מחייב, הבא להציג אפשרות למבנה השאלון וסגנון השאלות.

דגם מבחן במקצוע: מנהל וכלכלה – 30% (גירסה א')

ענה על ארבע מבין השאלות 1 – 6 (לכל שאלה 25 נקודות)

שאלה מס' 1

מרבית הארגונים בימינו פועלים בסביבה דינמית ומשתנה. כל ארגון מורכב מסביבת מיקרו וסביבת מאקרו.

(10 נק') א. ציין שניים ממאפייני הסביבה הארגונית.

(15 נק') ב. סביבת המאקרו של הארגון כוללת מספר סביבות ציין שתי סביבות והסבר אחת מהן.

שאלה מס' 2

חברת **Medical** ערכה כנס רופאים ובו הציגה את המוצר האחרון שפיתחה "שעון לב". השעון אוסף במשך יממה אחת נתונים על הפרעות בקצב הלב של האדם הנבדק ומשדר אותם ישירות אל המוקד הרפואי המטפל בנבדק. בעזרת הנתונים יכול הרופא לזהות שינויים קצב הלב או הפרעות אחרות המלמדות על מחלות לב.

(12 נק') א. בכנס הרופאים שערכה החברה הודגש כי החברה מתכננת להשקיע רבות בגיוס אנשי שיווק למוצר.

ציין שלוש שיטות לגיוס עובדים לצורך שיווק המוצר.

(13 נק') ב. חברת **Medical** צריכה לתקשר עם לקוחות בפועל ולקוחות פוטנציאליים, בכדי

שידעו על המוצר, היכן ניתן לרכשו, מהו מחירו ועוד.

הסבר מהי תקשורת שיווקית וציין שניים ממרכיביה.

שאלה מס' 3

מהנדס מכונות במפעל "פלגד" המועסק במשרה מלאה, לא עמד בציפיות ההנהלה. לפיכך, ההנהלה מבקשת להפסיק את קשרי העובד-מעביד שבינה ובין המהנדס.

- א. ציין שתי צורות העסקה בהם ניתן להעסיק עובדים. (13נק')
ב. ציין באיזו דרך אפשר להפסיק את קשרי העובד-מעביד במקרה הזה, וציין מצב נוסף שבו נפסקים קשרי עובד-מעביד. (12נק')

שאלה מס' 4

חברת הקייטרינג "טוב טעם" מבקשת לבחון את עלויות הפעלתה ואת הרווח שלה. מחיר ארוחה ממוצעת הוא 50 ₪ (כולל שתייה). חברת הקייטרינג מופעלת במהלך כל החודש, ללא קשר לכמות הארוחות שהיא מספקת, את הארוחות מכינים רק עפ"י הזמנה מראש. להלן עלויות התפעול של החברה:

| עלות | שכירות לחודש | חשמל לחודש | חומרים לארוחה | ניקיון ואחזקה לחודש | שתייה לארוחה | שכר עבודה לחודש |
|------|--------------|------------|---------------|---------------------|--------------|-----------------|
|------|--------------|------------|---------------|---------------------|--------------|-----------------|

- א. סווג את העלויות של החברה לפי עלויות קבועות ועלויות משתנות. (18נק')
ב. הנח כי נקודת האיזון היא 1,000 מנות ליום. הסבר מהי משמעות נקודת האיזון. (7 נק')

שאלה מס' 5

בענף נעלי הספורט קיימים מספר מותגים מובילים.

- א. הסבר מהו מותג. (10 נק')
ב. הסבר יתרון אחד למותג והבא דוגמא אחת למותג. (15 נק')

שאלה מס' 6

אחד הנושאים המרכזיים שמנהל סופרמרקט שכונתי צריך לתת דעתו עליו הוא השיווק. לכן, מנהל הסופרמרקט גייס איש שיווק למטרה זו.

- (15 נק') א. ציין איזה סוג ארגון מצוין בהיגד תוך התייחסות לתחום פעילותו, מגזר ומטרות.
(10 נק') ב. תאר כיצד יתרום איש השיווק לפעילות הסופרמרקט.

מחווון – מנהל וכלכלה – 30% - גירסה א'

שאלה מס' 1

א. מאפייני הסביבה הארגונית: יציבה, תחרותית, סוערת.

ב. **סביבה כלכלית** – הסביבה המספקת משאבים פיננסיים ואנושיים הדרושים לתפקודו של ארגון, כגון בנקים, חברות ביטוח והמצב הכלכלי במשק ובעולם.
סביבה פוליטית-משפטית (חוקית) – המערכת הפוליטית, השלטון המקומי, הארגון איגודים מקצועיים וקבוצות פוליטיות אחרות, המערכת המשפטית, חוקים, תקנות, צווים ונהלים, המשפיעים על קביעת המדיניות ועל חלוקת המשאבים.

סביבה חברתית – מתייחסת ליחסי הגומלין בין הארגון ובין המצב הסוציו-אקונומי, כמו רמת ההשכלה, רמת המעורבות הפוליטית של האזרחים ורמת ההכנסה לנפש.

סביבה דמוגרפית - מתייחסת לתיאור הקהילה מבחינות של צפיפות, גיל, מין, עלייה והגירה.

שאלה מס' 2

א. **שיטות לגיוס עובדים**: חבר מביא חבר, רשתות חברתיות, אתרים באינטרנט, ערוצי פרסום לגיוס עובדים (מודעות דרושים), ירידי תעסוקה.

ב. **תקשורת שיווקית** – כלל הפעולות שארגון נוקט כדי לתקשר עם שוק המטרה.
מרכיבי התקשורת השיווקית: פרסום, יחסי ציבור, מכירה אישית, שיווק ישיר וקידום מכירות.

שאלה מס' 3

א. צורות העסקה:

לפי היקף משרה (משרה מלאה/חלקית)

לפי תשלום (עובד חודשי/יומי/שעתי)

קבלן כח אדם

עובד עצמאי

מתלמד/מתמחה

מתנדב

ב. הפסקת קשרי עובד-מעביד עפ"י הארוע – פיטורין.

מצב נוסף שבו נפסקים קשרי עובד-מעביד – סיום חוזה עבודה בין הצדדים.

שאלה מס' 4

א. עלויות קבועות: שכירות; חשמל; ניקיון ואחזקה; שכר עבודה.

עלויות משתנות: מזון ושתייה.

ב. נקודת איזון - נקודת האיזון היא נקודה אשר בה סך ההכנסות משתווה לסך

העלויות: נקודה שבה "מה שנכנס" משתווה בדיוק ל"מה שיוצא".

נקודת האיזון הנה סך ההכנסה הנדרשת כדי לאזן את סך ההוצאות.

שאלה מס' 5

א. **מותג (Brand)** – הוא שם, סימן, סמל, עיצוב או שילוב ביניהם שמטרתו לזהות מוצרים ולבדל אותם מהמוצרים של המתחרים.

ב. **יתרונות למותג :**

- יכולת בידול וזיהוי המוצר.
- מודעות ונאמנות גבוהה.
- המוצר נתפס כאיכותי (ניתן לגבות מחיר גבוה יותר בשביל מותג).
- מסייע לחיזוק התדמית של הפירמה.
- יצירת חסם כניסה לשוק (לארגון חדש יידרש זמן רב על מנת להגיע לרמה של ארגון ממותג).
- מאפשר הרחבת מותג בצורה קלה (הוספת מוצרים חדשים תחת אותו שם מותג).

דוגמאות למותג: נייקי, אדידס, סמסונג, אפל, קסטרו, רנואר וכו'.

שאלה מס' 6

א. **סוג הארגון :** ארגון עסקי.

תחום פעילותו : ארגון העוסק בקנייה ובמכירה של מוצרים/שירותים לשם הפקת רווחים.

מגזר : עסקי (פרטי)

מטרות : להרוויח מפעילותו בשוק התחרותי. הגשמה בעתיד של מטרות הארגון במסגרת התקציב שהוקצה ועל פי לוח זמנים מתוכנן.

ב. **תרומת איש השיווק :** איש השיווק יתרום לפעילות הסופרמרקט בכך שיגדיל את המכירות, יעלה את הביקוש למוצר וייצור רווח לארגון ע"י זיהוי וסיפוק צרכים אנושיים וחברתיים של הצרכנים.

דגם מבחן במקצוע: מנהל וכלכלה – 30% - מפתח נושאים עפ"י השאלות

(גירסה א')

| שאלה | סעיף | שם הפרק בתכנית הלימודים | סעיף בתכנית הלימודים |
|------|------|-------------------------|----------------------|
| 1 | א | תורת הארגון | 2.4 |
| | ב | סביבה כלכלית | 3.1 |
| 2 | א | משאבי-אנוש | 7.7 (גיוס עובדים) |
| | ב | תורת השיווק | 6.5 |
| 3 | א | משאבי-אנוש | 7.3 (צורת העסקה) |
| | ב | משאבי-אנוש | 7.5 (חוקי המגן) |
| 4 | א | מבוא לתמחיר | 4.2 |
| | ב | מבוא לתמחיר | 4.6 |
| 5 | א | תורת השיווק | 6 |
| | ב | תורת השיווק | 6 |
| 6 | א | תורת הארגון | 2.2 ; 2.1 |
| | ב | תורת השיווק | 6 |