

משרד החינוך
המינהל למדע ולטכנולוגיה
הפיקוח על ניהול עסקי והנדסת תעשיה וניהול

דגשים ונהלים לכתיבת פרויקט גמר

במקצוע "שיווק וקידום מכירות"

3 יח"ל (סמל 876387)



שנה"ל תשפ"ב

(ספטמבר 2021)

| | |
|----|---|
| 3 | 1. כללי..... |
| 4 | 2. הצעת הפרויקט..... |
| 6 | 3. מבנה הפרויקט..... |
| 13 | 4. עריכת פרויקט הגמר וארגונו..... |
| 14 | 5. תאריכים מחייבים בתהליך כתיבת העבודה..... |
| 15 | 6. מסירת הפרויקט להערכה..... |
| 16 | 7. תמיכת בית הספר..... |
| 16 | 8. תפקיד המנחה ודרכי הנחייה..... |
| 17 | נספח 1 – טופס הצעה לפרויקט גמר..... |
| 19 | נספח 2 - הנחיות רישום מורים למערכת..... |
| 20 | נספח 3 - שינוי הצעה לפרויקט גמר..... |
| 21 | נספח 4 - אישור נציג בית הספר על קבלת הפרויקט..... |
| 22 | נספח 5 - טופס הערכת פרויקט גמר..... |
| 27 | נספח 6 - טופס הצהרה על מקוריות העבודה..... |

נהלים ודגשים לכתיבת פרויקט גמר ברמה של 3 יח"ל במקצוע "שיווק וקידום מכירות ב"

(סמל שאלון 876387)

1. כללי

פרויקט גמר ברמה של 3 יח"ל מיועד לתלמידים הנמצאים במסלול התמחות בניהול השיווק. מטרת הפרויקט היא ליישם את החומר התיאורטי ולבטא את ידיעותיו והבנתו של התלמיד בנושאים אותם למד במסגרת לימודי המקצועות "פרסום וקידום מכירות", "התנהגות צרכנים" וכן "עקרונות השיווק". פרויקט הגמר מהווה מטלה לימודית-מחקרית המאפשרת לתלמיד להתמודד עם משימה לימודית מאתגרת, תוך מתן ביטוי לידע ולכלים שרכש במהלך לימודיו.

כבכל בחינת בגרות, גם בהכנתו של פרויקט הגמר יש הקפדה על עבודה עצמית (מונחית) של התלמיד תוך שמירה על טוהר העבודה ואמינותה לכל אורכו של התהליך.

הפרויקט יכול להתבצע באמצעות:

- א. איסוף נתונים מהארגון על ידי יצירת קשר עם הארגון אודותיו נכתב הפרויקט, תוך סיוע של איש קשר מהארגון העובד במחלקת השיווק או בהנהלה (יש לציין בעבודה את פרטי איש הקשר) ויישום הידע התיאורטי שנלמד בכיתה על הארגון הנחקר.
- ב. איסוף נתונים על הארגון ממקורות שונים כגון: אתר אינטרנט ופרסומי מדיה שהתפרסמו עד שלוש השנים האחרונות למועד כתיבת הפרויקט וניתוח מעמיק של המידע שנאסף לכדי פרויקט ברמת 3 יח"ל.

הפרויקט נערך בכיתה י"ב וכדי שיוכלו לגבש את הצעתם, מומלץ לעניין את התלמידים ואף להתחיל בבחירת הארגון ואיסוף המידע אודותיו, במהלך שנת הלימודים בכיתה י"א.

- ✓ מומלץ לעניין את התלמידים בקריטריונים הנדרשים על מנת להגיש את הפרויקט לתחרות הארצית השנתית המתקיימת בתום השנה, כבר עם תחילת העבודה – יש לעיין בהנחיות להגשת פרויקטים לתחרות הארצית כדי שהתלמיד יוכל לגבש נושא לעבודה ולהגיש את הצעתו בזמן, חשוב שעד סיום כיתה י"א הלומד יכיר את נושאי הלימוד של "עקרונות השיווק", "פרסום וקידום מכירות" ו"התנהגות צרכנים".
- ✓ ניתן להגיש עבודות בזוגות בתנאי, שהתלמידים מבצעים עבודה רחבה יותר בשיתוף מלא, תוך הפריה הדדית ועבודת צוות, ההגנה על הפרויקט ובחינה בעל-פה יבוצעו באופן אישי לכל תלמיד.
- ✓ מומלץ לבצע בחינת אמצע במהלך הכנת הפרויקט ובחינה נוספת לקראת מועד הבחינה החיצונית כדי להכין את התלמידים לייחודיות בחינת ההגנה על פרויקט גמר.
- ✓ פרויקט הגמר יבוצע ויוגש בכיתה י"ב.

הזכות להגיש פרויקט גמר "צמוד תכנית לימודים" מוקנית בתנאי:

לימודיו של התלמיד במקצוע סדירים והוא עומד בכל החובות ובכל המשימות המוטלות עליו במשך שנות הלימוד במגמה ובכל אחד מהמקצועות שעל תכניהם מתבסס הפרויקט ובתנאי, שהתלמיד סיים ללמוד את תכני הלימוד של תכניות הלימוד, עמד בהצלחה בבחינות ובמטלת הביצוע והפגין יכולות כתיבה הדרושות לכתיבת פרויקט הגמר.

2. הצעת הפרויקט

2.1 כללי

תהליך ההגשה יתבצע כדלהלן:

א. התלמיד יכין הצעה לפ"ג על גבי טופס "טופס הצעה לכתיבת פ"ג" (ראה נספחים). ההצעה תיבדק על ידי המורה המנחה את התלמיד. לאחר שההצעה תמצא נכונה ותקינה, על המורה המנחה לאשרה בחתימתו עליה. טופס ההצעה חתום ומאושר ע"י המנחה יצורף לפ"ג/ע"ג (בחלק הנספחים), יוערך ע"י הבוחן חיצוני וציונו ישוקלל בציון העבודה.

ב. על מורי המקצוע להירשם במערכת מוקד מקצוע כפי שמפורט בנהלים.

נוהל הרשמה – רישום רכז / מורה למערכת "מוקד מקצוע" :

יש להיכנס לאתר "מוקד מקצוע" בכתובת : moked.education.gov.il

- על המורה/ רכז להירשם – ע"י לחיצה על הלשונית "מורה חדש/ה" – ולמלא את כל הפרטים כנדרש.
- יש לוודא קבלת אישור במייל וללחוץ על קישור המופיע לסיום הרישום.
- לאחר קבלת אישור במייל, המורה יכנס ל"הוספת בית ספר למורה", ובו יעדכן את פרטיו, תפקידו בבית הספר ומקצועות ההוראה.
 - במידה והמורה מלמד מספר מקצועות, יש לחזור "הוספת בית ספר למורה", לכל מקצוע בנפרד.
 - במידה והמורה מלמד בבית ספר נוסף, עליו לחזור לפעולה "הוספת בית ספר למורה", ולמלא את הפרטים.
- מורה הקיים במאגר עליו לעדכן את פרטיו האישיים או פרטי עבודתו בהתאם לצורך.
- מורה אשר רשום באתר "הצבת בוחנים" וברצונו להוסיף מקצוע עליו ללחוץ "הוספת ביה"ס למורה", ולמלא הפרטים כנדרש.
- קיימת חשיבות לעדכון כל צוות הוראת המקצוע במערכת לטובת קבלת הודעות ועדכונים.

- אין לשלוח טפסים שהיו בשימוש בשנים הקודמות.
- תקינות ההצעה באחריותם הבלעדית של המנחה ושל התלמיד.
- פרויקט שיעסוק בנושא שאיננו "צמוד תוכנית לימודים" ללא אישור מראש מהפיקוח יפסל וציונו יהיה 0.
- טופס ההצעה לכתיבת פ"ג, וטופס תכנון לוח זמנים, יצורפו לעבודת התלמיד.
- חל שינוי במבנה ובקריטריונים של הערכת העבודות.
- יש למלא הצהרה על מקוריות כתיבת הפרויקט (ראה נספח 6)

2.2 מבנה הצעת פרויקט גמר

אנו רואים חשיבות מיוחדת בבחינת טיבן של ההצעות ובחינת יכולתם של התלמידים להתמודד עם המשימה. יש להקפיד על הכנת ההצעות על ידי התלמידים, עפ"י ההנחיות ובהדרכת המורה המשמש כמנחה המקצועי.

ההצעה המפורטת תוכן עפ"י נקודות המפתח הבאות:

- א. הצגת נושא העבודה: תיאור הטיעון השיווקי המועלה לדיון/לבדיקה והצגת השערות המחקר.
 - ב. תיאור מהות הארגון (בקצרה).
 - ג. פירוט המשתנים התלוי והבלתי תלוי הנבדקים בעבודה.
 - ד. תיאור קצר של הרקע התיאורטי (ביסוס ביבליוגרפי) המשמש בסיס לעבודה.
 - ה. פרטים על מנחה העבודה: שם מלא, תואר אקדמי, תחום ההתמחות.
- בפרויקט הגמר יש לעסוק לעומק בנושאים הנלמדים בכיתה הכלולים בתכניות הלימודים.
- יש להימנע מהגשת הצעות בעלות תכנים זהים ע"י שני תלמידים מאותו בית ספר.
- ההצעה תכתב על ידי התלמידים (בהדרכתו של המורה המנחה המקצועי).
- ההצעה תהיה מנוסחת היטב, תמציתית, עניינית ומבוססת תיאורטית. חובה להכין ולערוך אותה, עפ"י כל נקודות המפתח הבאות:
- * שאלת המחקר מתמקדת ב**שני** תחומים לפחות- עקרונות השיווק, פרסום וקידום מכירות והתנהגות צרכנים
 - * השאלה **תחומה** לאוכלוסייה ולמקום גאוגרפי.
 - * השאלה מציגה טיעון שיווקי רלוונטי המנוסח בבהירות.
 - * מוצגים בבהירות המשתנה התלוי והבלתי תלוי הנבדקים בעבודה.
- (יש להימנע מכתובה ארוכה שלא לצורך).
- הצעה מתוקנת, מאושרת ו**חתומה** ע"י **המורה המנחה** (כולל תיקון, שינוי, החלפת נושא, תחום או מנחה), **תוכנס** לפרק הנספחים בפ"ג /ע"ג של התלמיד (**נספח 3**)

3. מבנה הפרויקט

3.1 שער

שם החברה (בית העסק)
הצגת הטיעון השיווקי הנחקר
שם התלמיד/ים
ת"ז של התלמיד/ים
שם המורה המנחה
שם ביה"ס, סמל ביה"ס
שנה"ל _____

תוכן העניינים

יכלול את פירוט הפרקים, הנספחים וסימון העמודים בהם מתחיל כל ראש פרק.

3.2 תקציר

- התקציר הוא סיכום סופי של הפרויקט, והוא נכתב לאחר סיום הפרויקט. יש לכלול בתוכו את הנתונים הבאים:
- ✓ שם החברה/ ארגון/ בית העסק הנבחר. מיקום פיזי של ההנהלה והמפעל/ים.
 - ✓ מהות העיסוק של בית העסק הנבחר (מסחרי/שירותי/יצרני) והצגת נקודות ציון מרכזיות בהתפתחותו העסקית.
 - ✓ הצגת הטיעון השיווקי העומד לבדיקה ודיון (פירוט מטרת המחקר על סמך ביסוס תיאורטי).
 - ✓ **תמצית** מהלך המחקר (פירוט הבחירה בכלי המחקר, הצגת אוכלוסיית המדגם ורציונל הבחירה בה).
 - ✓ שתיים או שלוש מסקנות והמלצות עיקריות. על המסקנות וההמלצות לתת מענה לטיעון השיווקי (הפרכה או אישוש של השערת המחקר) – יש לבסס בתוצאות מספריות

3.3 הקדמה

- התלמיד יציין את המסגרת הלימודית בה נכתב הפרויקט.
- התלמיד יציג את החברה/ ארגון/ בית העסק עליו נכתב הפרויקט.
- התלמיד יסביר מדוע בחר בחברה/ ארגון/ בית העסק הנבחר לכתובת הפרויקט.
- התלמיד יציג את רלוונטיות הטיעון השיווקי שבחר. (מדוע חשוב לערוך מחקר זה).
- התלמיד יוסיף תודות לגורמים שסייעו לו בתהליך כתיבת הפרויקט.

3.4 מבוא

- ✓ על התלמיד לתאר בפירוט את המוצר / שירות הנבדק. (ציון שם המותג, לוגו, תיאור ההיסטוריה, וכל פרט רלוונטי המאיר את המוצר הנבדק).
- ✓ על התלמיד להציג את הטיעון השיווקי המועלה לבדיקה ודיון. התלמיד יפרט את המשתנה התלוי והבלתי תלוי הנבחנים בעבודה. התלמיד יפרט את הקשר בין המשתנים ויסביר את **מטרת המחקר**.
- ✓ על התלמיד להציג **רקע תיאורטי** של הטיעון הנבדק (ביסוס על תכני הלימוד של פרסום וקידום מכירות, התנהגות צרכנים ועקרונות השיווק). את הרקע התיאורטי יש לבסס על 2-3 מחקרים שנעשו בתחום הנבדק, וכן להשתמש **בשני מקורות ביבליוגרפיים שונים לפחות (חובה לפחות ספר אחד, מאמרים וכד')**.
- ✓ על התלמיד להציג **שתי השערות** למחקר המתבססות על לימוד הרקע להגדרת בעיית המחקר. התשובות להשערות אלה (הפרכה או אישוש) תופענה בפרק המסקנות והדיון. לדוגמא: בבחינת אפקטיביות הקמפיין הפרסומי לעידוד השמירה על הסביבה, העושה שימוש בידוען טל פרידמן, יכתוב התלמיד: השערתו היא כי קמפיין הפרסום של המשרד לאיכות הסביבה המפורט להלן, שהועלה לשידור בשנת 2011, ועושה שימוש במסר הומוריסטי, אפקטיבי בכך שהוא הגביר את המודעות בקרב ציבור מבוגרים המנהלים משק בית באזור המרכז, וכן יצר אצלם אהדה כלפי המשרד לאיכות הסביבה ופעולתו.

3.5 תיאור החברה

סקירה מקיפה על מהות בית העסק:

- שם החברה/ ארגון/ בית העסק.
- כתובת ופרטים מזהים.
- מהות העיסוק של החברה / ארגון/ בית העסק (מסחרי/שירותי/יצרני).
- נקודות ציון היסטוריות חשובות (הכוללות בעלות, קשרים בינלאומיים וכדומה).
- תרשים מבנה הארגוני
- משאבי הארגון
- תיאור סביבות הארגון
- הגישה/תפיסה השיווקית המנחה את הנהלת הארגון.
- התועלות המוענקות מהמערכת השיווקית של הארגון.

3.6 תיאור מאפיינים שיווקיים

תיאור תמהיל המוצר/שירות הנחקר:

- תיאור המוצר/שירות הנחקר ומיתוגו
- תיאור השלב במחזור החיים בו נמצא המוצר/שירות.
- תיאור סיווג המוצר ע"פ הסיווגים המקובלים.
- תיאור התועלות (תפעוליות, כלכליות ופסיכולוגיות חברתיות) הניתנות לצרכן במוצר.
- תיאור מיקום המוצר בתמהיל המוצרים

תיאור תמהיל המחיר של המוצר/שירות הנחקר:

- פירוט מחירו הסופי של המוצר/השירות.
- תיאור יעד ההמחרה בקביעת המחיר הסופי.
- תיאור הנחות הניתנות על המחיר הסופי.

תיאור תמהיל ההפצה של המוצר/שירות הנחקר:

- תיאור ערוץ/צינור ההפצה של המוצר וגורמי הביניים המשתתפים בו – הסבר כולל שרטוט

תיאור תמהיל התקשורת של המוצר/שירות הנחקר: תיאור מפורט רק בנוגע למוצר/שירות הנבדק בעבודה:

- פרסום – פירוט הערוצים בהם עושה בית העסק שימוש בתקופה האחרונה (הסמוכה למועד כתיבת העבודה) להעברת מידע על המוצר/שירות הנבדק (טלוויזיה, רדיו, עיתונות, אינטרנט, שלטי חוצות, "פלאיירים" וכד.).
 - קידום מכירות- תיאור הכלים בהם עושה בית העסק שימוש (האם מופנים לגורמי הביניים או ללקוח הסופי).
 - יחסי ציבור- תיאור מחלקה קיימת או הטיפול שנעשה בתחום זה.
 - מכירה אישית- תיאור מוכרנים (אם ישנם כאלה) או דרכים אחרות להעברת מידע בתקשורת בינאישית.
 - שיווק ישיר- תיאור הערוצים הישירים, בהם עושה בית העסק שימוש (דיוור ישיר, אתר אינטרנט וכד.).
 - שיווק אינטרנטי ביחס למוצר/שירות הנחקר: שימושי האינטרנט שעושה הארגון ביחס למוצר/שירות הנחקר.
 - ציון המסר בו עושה הארגון שימוש על מנת להגיע אל קהל היעד הפוטנציאלי.
 - פירוט פניית המסר וסגנון המסר- בהם עושה בית העסק שימוש לפרסום המוצר/שירות הנבדק.
- * במידה והארגון לא עושה שימוש באחד או יותר מהערוצים הללו, על התלמיד להסביר את הרציונל שבמדיניות זו. באם אין ברשותו מידע זה הוא יכול לשער על סמך הרקע התיאורטי שנלמד בכיתה בהקשר זה. במידה ולא יופיע הסבר שכזה, לא יקבל התלמיד את הניקוד המלא על סעיף זה.

3.7 תיאור המתחרים:

- ✓ פירוט לגבי שניים מבין המתחרים העיקריים של החברה/ בית העסק הנבדק בשוק בו פועלת החברה/בית העסק, תוך ציון המוצר/ים המהווים תחרות (מתחרים שפונים אל אותו פלח שוק).
- ✓ פירוט רציונל הבחירה בהצגת מתחרים אלה.

3.8 תיאור מאפייני התנהגות הצרכנים של קהל היעד אליו פונה הארגון/ בית העסק באמצעות התקשורת השיווקית הנבדקת:

- תיאור הצרכים של הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר/שירות הנבדק, עליהם עונה המוצר.
- תיאור גיל ושלב במחזור החיים של הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר/שירות הנבדק.
- תיאור השפעת גורם חברתי (קבוצה חברתית, מנהיג דעה, ומשפחה) על קניית המוצר/שירות הנבדק, בקרב הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר/שירות הנבדק.
- ציון שלושה ערכי תרבות הבאים לידי ביטוי בתקשורת השיווקית של המוצר/ שירות הנבדק.
- פירוט סוג המעורבות שיש לצרכנים ברכישת המוצר/ שירות הנבדק.
- תיאור סוג הקנייה (דחף, שגרה, מגוון, רציונלית) המאפיין את רכישת המוצר/ שירות הנבדק.

3.9 המחקר

3.9.1 פרק זה יתאר את תהליך המחקר על כל שלביו על פי הסדר הבא:

הבעיה הנחקרת/ שאלות המחקר והשערות המחקר:

- התלמיד יציג את הטיעון השיווקי המועלה לבדיקה ודיון שבחר, בצורה בהירה וחד משמעית.
- התלמיד יציג את המשתנה התלוי והבלתי תלוי הנבחים ואת הקשר ביניהם.
- התלמיד יציג את השערות המחקר שהיו לו בתחילת התהליך.

יש להקפיד על זהות מוחלטת בשאלת המחקר, המשתנים וההשערות לאורך כל העבודה

תיאור שיטת איסוף הנתונים:

- התלמיד יתאר את כלי המחקר בו הוא בחר לעשות שימוש, וכן יציג את השיקולים בבחירת כלי מחקר זה.
- התלמיד יוסיף את השאלון שבו מס' השאלות הנדרש (3-5 שאלות דמוגרפיות ו-15 שאלות אשר ייתנו מענה לשאלת המחקר)
- התלמיד יפרט את מטרת כל שאלה בשאלון והקשרה לטיעון השיווקי המועלה לבדיקה ודיון.
- על התלמיד לבחור **שלוש ולא יותר מחמש** שאלות דמוגרפיות (תיאוריות). על התלמיד להסביר את רציונל הבחירה בהן (בשאלות אלו ייעשה שימוש **בשלוש הצלבות** (צילוחים) בחלק עיבוד הנתונים).

תיאור תהליך עריכת פרי טסט:

התלמיד יפרט את תהליך עריכת הפרי טסט, ובמידה והיה שינוי, יציג את תיקון כלי המחקר.

תיאור המדגם שנבחר:

- התלמיד יתאר את קהל הצרכנים הספציפי עליו נערך המדגם ואת רציונל הבחירה בשוק זה.
- על התלמיד לציין את גודל המדגם ($n=50$).
-

אופן הפעלת המחקר- העברת השאלון:

- על התלמיד לפרט את תהליך הפעלת המחקר ולהסביר את הרציונל בבחירותיו בנושאים הבאים:
 - מיקום הפעלת המחקר.
 - הזמנים בהם הופעל כלי המחקר.
- תיאור עיבוד הנתונים: ציון התוכנה שנבחרה לשם כך.

3.9.2 איסוף ועיבוד נתוני המחקר

יש לאסוף את הנתונים באמצעות כלי מחקר המתאים לאופי הטיעון השיווקי המועלה לדיון/ בדיקה (שאלון, תצפית, ראיון וכדומה). כל שאלה בכלי המחקר הנבחר חייבת להיות קשורה לבעיית המחקר ולסייע בפתרונה. יש להקפיד על הצגת מגוון שאלות בניסוחים שונים תוך שמירה על שפה תקינה. עיבוד נתונים ייעשה באמצעות תוכנת מחשב.

על התלמיד לבצע שלוש הצלבות (צילוח) של השאלות הדמוגרפיות עם שאלות אחרות, ולהציג בגרף מתאים.

3.9.3 הצגת הממצאים

ממצאי כל שאלה יוצגו בעמוד נפרד.

✓ בראש העמוד יש להציג כותרת לשאלה- יצוין מספר השאלה ותוכנה.

✓ טבלאות שכיחויות במספרים מוחלטים ובאחוזים.

✓ הצגה מתאימה בגרפים מתאימים (עוגה, היסטוגרמה וכד').

✓ הצגת פתיח לביאור הנתונים וכתבתם מהאחוז הגבוה לנמוך, או להיפך.

אם כל הנחקרים השיבו על השאלה אזי כותבים "אחוז הנחקרים", אם לא כל הנחקרים השיבו אז יש לכתוב אחוז המשיבים.

בשאלת רב ברירה (בה עומדות בפני הנחקר מספר אפשרויות מענה מרובות) עליה השיבו כל הנחקרים יכתוב התלמיד פתיח כך: 50 נחקרים מתוך 50 השיבו X תשובות כלהלן. ההתייחסות תהיה לאחוזים מתוך התשובות.

בשאלה בה לא כל הנחקרים השיבו, ישנה התלמיד את הפתיח ויציין: X נחקרים מתוך 50 השיבו כך.

בביאור הנתונים המילולי יש להקפיד ולציין האם מדובר באחוז הנחקרים או במספר המשיבים.

3.9.4 מסקנות דיון והמלצות

✓ על התלמיד להסיק מסקנות המבוססות על תוצאות עיבוד הנתונים, שנעשה על ידו. התלמיד יציין את מספר השאלה ממנה הוסקה המסקנה ובעקבותיה ההמלצה. (יש לקבץ מספר מסקנות העוסקות באותו נושא/תחום).

✓ על התלמיד לנתח את הנתונים ולקשר את המסקנות שקיבל מהמחקר לרקע התיאורטי של הטיעון השיווקי

✓ על התלמיד לפרט את המלצתו/ המלצותיו האופרטיביות ביחס לניתוח שלו, תוך קישור לתכנים **פרסום וקידום**

מכירות, התנהגות צרכנים ועקרונות השיווק. התלמיד יציג את תשובתו להשערת המחקר המפריכה או

מאששת את הטיעון השיווקי שהועלה לבדיקה.

כך לדוגמא – 51% ומעלה מהנחקרים = רוב הנחקרים. (מומלץ לכתוב בסוגריים את האחוז).

50% מהנחקרים = מחצית הנחקרים.

49% - 40% מהנחקרים = מרבית הנחקרים.

39% - 30% מהנחקרים = חלק ניכר מהנחקרים. (שליש...)

29% ומטה – מיעוט הנחקרים.

3.10 סיכום אישי

בחלק זה יתייחס התלמיד לשני הנושאים הבאים:

- התרומה האישית של העבודה לתלמיד. ניתן ורצוי להציג גם קשיים עמם התמודד במהלך הפרויקט. (בזוג יש להפריד בין הסיכומים).
- מתן מענה מוכח ומנומק לטיעון השיווקי שהועלה לבדיקה, כפי שהוצג בפרק המבוא לעבודה. רצוי לצרף תיאור **תמציתי** כללי של המסקנות וההמלצות הנוגעות לבעיית המחקר.

3.11 רשימת מקורות

הרשימה תכלול הצגת רשימה ביבליוגרפית הכוללת את כל מקורות המידע בהם נעזר התלמיד. המקורות יצינו ברשימה הביבליוגרפית עפ"י הכללים המקובלים: שם הכותב. (שם משפחה נקודה אות ראשונה של שם פרטי פסיק), (שנת הפרסום), שם הספר, שם ההוצאה, עמוד.
במאמרים/כתבות אינטרנטיים/עיתונאיים יש להציג את כתובות האתרים ששימשו את הכותב במקורות המידע: שם המקור, שם הכותב, מועד הפרסום, מקום הפרסום.

3.12 נספחים – חובה לצרף נספחים רלוונטיים

- ✓ חובה לצרף את כלי המחקר.
- ✓ חובה לצרף את "טופס אישור הצעה לכתובת פ"ג /ע"ג" כשהוא חתום ומאושר ע"י המורה המנחה".
- ✓ חובה לצרף אישור על מקוריות העבודה (נספח 6)

4. עריכת פרויקט הגמר וארגונו

- א. הפרויקט יוגש לבוחן-המעריך בעותק אחד צבעוני, עותק נוסף יישאר בידי התלמיד. לאחר בדיקתו ובסיום ההגנה, הפרויקט יוחזר לתלמיד.
- ב. הפרויקט יוגש על גבי גיליון בגודל A4, ברווח של שורה וחצי, גודל גופן 14, סגנון גופן David, כרוך כחוברת.

מרכיבי ספר פרויקט הגמר

| היקף עמודים | נושא | מס"ד |
|-------------|---|------|
| 1 | הצגה נאותה של דף כותרת (השער) | 1 |
| 1 | תוכן עניינים | 2 |
| 2-3 | תקציר | 3 |
| 1 | הקדמה | 4 |
| 2-3 | מבוא | 5 |
| 10-12 | תיאור החברה/ ארגון/ בית העסק תוך התייחסות למאפייני תמהיל השיווק, כולל פירוט תת תמהיל התקשורת השיווקית, מאפייני התנהגות הצרכנים בקהל היעד, ותיאור המתחרים. | 6 |
| 1-2 | תיאור מהלך המחקר | 7 |
| 20 | הצגת ממצאי המחקר | 8 |
| 3-6 | מסקנות והמלצות | 9 |
| 1-2 | סיכום | 10 |
| 1 | ביבליוגרפיה | 11 |
| 4 | נספחים – שאלון | 12 |
| 2 | טופס הצעת עבודה | |
| 1 | טופס הצהרה על מקוריות העבודה | |
| 43-52 | סה"כ עמודים לא כולל נספחים | |

5. תאריכים מחייבים בתהליך כתיבת העבודה

| תאריך | פעילות | טופס | הבהרות |
|------------|--|------|--|
| 15.11. XX | סיום הכנת ההצעה לכתיבת פרויקט גמר, עריכתה ואישורה על ידי המורה -המנחה. | | טופס זה יצורף לפרויקט |
| 30.11. XX | שליחת ההצעות לפיקוח | | הנחיות בנושא זה יפורסמו בהמשך |
| 31.12. XX | סיום תהליך אישור הפיקוח | | אישור ממוחשב |
| 30.04. XX | פרסום מיקוד נושאי הלימוד לבחינה בע"פ | | |
| 1.4-1.6-XX | מסירת פ"ג להערכה לבוחן | | התאריך יקבע בתיאום עם הבוחן |
| 20.06. XX | סיום תהליך ההגנה | | חתימת התלמיד על טופס הצהרה על החזרת פ"ג/ע"ג. |
| | דיווח על הציונים לאגף הבחינות | | ע"פ הנחיות אגף הבחינות |

6. מסירת הפרויקט להערכה

א. יש להביא לידיעת התלמידים והוריהם את מסגרת הכללים והנהלים, לוח הזמנים, מידע על הגמול בו מזכה הפרויקט, על מעמדו ודרך רישומו בתעודת הבגרות, אופי תהליך הכנת ההצעה והפרויקט ודרכי הטיפול בהם. כמו כן, חשוב שהתלמידים יכירו מלכתחילה, את תהליך ההערכה ומרכיביו. יש לעשות זאת בטרם הכניסה לתהליך העבודה.

ג. כתב המינוי לבוחן החיצוני יינתן על ידי אגף הבחינות והודעה מתאימה תישלח לביה"ס.

מועד ומשך הבחינה – ע"פ הנחיות אגף הבחינות.

ד. ה. הבוחן יעריך את הפרויקטים על גבי **טופס הערכת פרויקט גמר (נספח 5)** ובמעמד ההגנה ישלים אותו וישקלל את הציון על סמך ציון הפרויקט וציוני ההגנה והבחינה.

ז. את ציוני התלמידים יש לדווח ע"פ הנחיות אגף הבחינות.

6. מעמד ההגנה

שים לב,

הן ההגנה על פ"ג/ ע"ג והן הבחינה בעל – פה תתבצענה לכל תלמיד בנפרד ובאופן אישי גם אם העבודה נעשתה בזוגות.

תלמיד שבחר שלא להשתתף בהגנה על הפרויקט ובבחינה בעל פה – דינו כמי שלא נכח בבחינת בגרות.

- מועד הבחינה ומשך הבחינה ייקבעו ע"פ הנחיות אגף הבחינות.
- השתתפות המורה המנחה במעמד ההגנה אינה חובה.
- בכיתה יש צורך להעמיד שני שולחנות נפרדים - אחד עבור המעריך והתלמיד הנבחן, ושולחן נוסף מרוחק עבור תלמיד המכין עצמו לבחינה. **במעמד הבחינה בעל פה, אין חומר עזר נוסף!**
- במעמד ההגנה, על התלמיד להציג בפני הבוחן את החברה/ ארגון/ בית העסק הנבחן, את הטיעון השיווקי המועלה לבדיקה ודיון ואת המענה המוכח לו. על התלמיד להציג בפני הבוחן באמצעות מצגת תמציתית (פרזנטציה) הכוללת את הפרטים הנ"ל.
- הבוחן ישאל שאלות הבהרה שהתעוררו במהלך הערכת העבודה של התלמיד.
- התלמיד ישיב בעל-פה על **שלוש מתוך ארבע** שאלות המתבססות על תכני הלימוד של "עקרונות השיווק", פרסום וקידום מכירות והתנהגות צרכנים (בחינה בעל-פה) – מיקוד על כמחצית מתכני הלימוד יפורסם במהלך חודש אפריל.
- על התלמיד להשיב על שאלה אחת מכל תחום התוכן.

שים לב,

הציון הכלל שיינתן ע"י המעריך החיצוני יהיה שקלול של 70% על הפרויקט, 18% שליטה בתכני הלימוד ו 12% הצגת הפרויקט.

- הציון הסופי יורכב משקלול הציון של המורה- המנחה והציון הסופי של המעריך החיצוני.
- בתום מועד ההגנה יחזיר הבוחן את הפרויקט לתלמיד וזה יאשר החזרתו בחתימה על טופס "אישור נציג בית הספר על קבלת הפרויקט" (נספח 4)

7. תמיכת בית הספר

א. מומלץ שביה"ס יארגן לכל התלמידים המגישים פרויקט גמר, סדנה לכתובת עבודות גמר.
ב. מומלץ שהתלמיד יופיע לפחות פעמיים במשך תקופת ביצוע הפרויקט, בפני קבוצת מורים, רצוי גם בפני תלמידים עמיתים. בפעם הראשונה, התלמיד יציג את נושא הפרויקט שהוא מתכנן לבצע, את שיקוליו ואת פתרונותיו. מומלץ שהפעם השנייה תהיה בסמוך למועד הגשת העבודה והמעמד ישמש מעין הגנה.

8. תפקיד המנחה ודרכי הנחייה

הנחיית פרויקט הגמר תעשה תוך שימוש במגוון שיטות ואמצעי הוראה. מחד, חזרה על נושאים שנלמדו במקצועות השונים, ומאידך, לימוד שיטות ביצוע עבודה מחקרית, אופן כתיבת חוברת הפרויקט ופיתוח המחקר.

לקראת תחילת המחקר, מומלצת חזרה על נושאים עיקריים הרלוונטים לעבודת המחקר.
על המורה המנחה לעסוק בלימוד טכניקות כתיבה ועריכה של חוברת הפרויקט – כללי עריכה, ציטוט, ניסוח וכד'.

על המורה המנחה לעסוק בהעמקת יישום הנושאים הנלמדים ושימוש בכלים טכנולוגיים.
מומלץ להציג בפני התלמידים פרויקטים לדוגמה שבוצעו בבית הספר על מנת שיהוו נקודת ייחוס לפרויקטים של התלמידים.

תפקידו של המנחה בפרויקט:

- א) הנחייה באיתור נושא והתארגנות לביצוע העבודה.
- ב) סיוע בגיבוש ההצעה לעבודה.
- ג) סיוע בהערכת היקף הזמן וקביעת לוח זמנים.
- ד) סיוע בהכנת תוכנית העבודה לפרויקט ומעקב אחר ביצועה.
- ה) ליווי התלמידים בתהליך זיהוי מוצר/שירות ובחינת הנושאים הניתנים לפיתוח, למחקר, וכן ליווי אופן הביצוע של העבודה וסיוע באיתור מקורות מידע.
- ו) ליווי הכנת העבודה באמצעות פגישות מעקב תקופתיות:
 - הערכה של תוצרי הביניים בשלבים השונים של תהליך ביצוע פרויקט הגמר.
 - מתן משוּב כתוב לגבי שלבי העבודה, המלצות לשיפורים, הפנייה למקורות בהם ניתן להיעזר והתייחסות לתוצרי השלב.
- ז) קביעת ציון שנתי "ציון מגן" על פי הנהלים המקובלים.
- ח) שמירה ואחריות על טוהר בחינות בתהליך הכנת פרויקט הגמר ע"י התלמידים.

נספח 1 – טופס הצעה לפרויקט גמר

תאריך _____

הצעה לפרויקט גמר ב"שיווק קידום מכירות" 3 יח"ל - סמל 876387

פרטי התלמיד/ים:

| מס. ת"ז | שם משפחה | שם פרטי | שנת סיום | טלפון בבית | טלפון נייד |
|---------|----------|---------|----------|------------|------------|
| | | | | | |

פרטי בית הספר:

| שם ביה"ס | סמל ביה"ס | כתובת ביה"ס | טלפון ביה"ס | פקס ביה"ס |
|----------|-----------|-------------|-------------|-----------|
| | | | | |

שם הארגון, ציון מהות עיסוקו, תיאור המוצר/ השירות הנבדק:

האם המחקר בוצע בארגון באמצעות איש קשר מהארגון? סמן: כן / לא (במידה וכן מלא את פרטי איש הקשר)

- א. שם איש קשר: _____ תפקידו בארגון: _____
- ב. אפשרויות ליצירת קשר עמו: מס' טלפון/נייד _____, כתובת המייל _____

הטיעון השיווקי המועלה לבדיקה ודיון:

השערות המחקר וביסוס תיאורטי :

נספח 2 - הנחיות רישום ממוחשב במערכת להזמנת בוחנים ודיווחים

רישום מורי למערכת:

1. על כל מורה המלמד מקצועות השיווק להיכנס לאתר <http://exams.csit.org.il> ולהירשם ע"י לחיצה על הלשונית מורה חדש/ה – ולמלא את כל הפרטים כנדרש. (מורה הקיים במאגר עליו לעדכן את פרטיו האישיים או פרטי עבודתו בהתאם לצורך).
2. יש לוודא קבלת אישור במייל וללחוץ על קישור המופיע לסיום הרישום.
3. לאחר קבלת אישור במייל, המורה יכנס ל"הוספת בית ספר למורה", ובו יעדכן את פרטיו, תפקידו בבית הספר ומקצועות ההוראה. המורה המרכז את השאלון חייב לציין זאת. {רק מורה אחד יכול להיות מרכז לשאלון}.
 - 3.1. במידה והמורה מלמד מספר מקצועות, יש לחזור ל"הוספת בית ספר למורה", ולהזין לכל מקצוע בנפרד.
 - 3.2. במידה והמורה מלמד בבית ספר נוסף, עליו לחזור לפעולה הוספת בית ספר למורה, ולמלא את הפרטים.
4. מורה הקיים במאגר - עליו לעדכן את פרטיו האישיים או פרטי עבודתו בהתאם לצורך.
5. מורה אשר רשום באתר "הצבת בוחנים" וברצונו להוסיף מקצוע עליו ללחוץ "הוספת ביה"ס למורה" ולמלא הפרטים כנדרש.

נספח 3 - שינוי הצעה לפרויקט גמר

שינוי/עדכון הצעה בפרויקט גמר ב"שיווק וקידום מכירות" (3 יח"ל)

פרטי התלמידים:

| תעודת זהות | שם התלמיד | טלפון נייד |
|------------|-----------|------------|
| | | |
| | | |

פרטי בית הספר:

| שם בית הספר | סמל בית הספר | כתובת בית הספר | טלפון ביה"ס | דוא"ל ביה"ס |
|-------------|--------------|----------------|-------------|-------------|
| | | | | |

פרטי מנחה העבודה:

| תעודת זהות | שם | כתובת | מס. רישיון הוראה | תואר אקדמי במקצועות הוראה | טלפון | דוא"ל |
|------------|----|-------|------------------|---------------------------|-------|-------|
| | | | | | | |

פרקים/נושאים להחלפה

חתימת המנחה: _____

נספח 4 - אישור נציג בית הספר על קבלת הפרויקט

אישור נציג בית הספר על קבלת הפרויקטים לאחר הגנה

שם ביה"ס.....

תאריך.....

שם הבוחן.....

הנני מאשר בחתימתי שכל הפרויקט הרשומים מטה במקצוע שיווק וקידום מכירות 876387 הוחזרו אלי על ידי הבוחן

| מס' | שם הפרויקט | שם התלמיד/ים |
|-----|------------|--------------|
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |
| 4 | | |
| 5 | | |
| 6 | | |
| 7 | | |
| 8 | | |
| 9 | | |
| 10 | | |
| 11 | | |
| 12 | | |
| 13 | | |
| 14 | | |
| 15 | | |
| 16 | | |
| 17 | | |
| 18 | | |
| 19 | | |
| 20 | | |

שם נציג בית הספר : _____

תפקידו : _____

נספח 5 - טופס הערכת פרויקט גמר

משרד החינוך
המינהל למדע ולטכנולוגיה
הפיקוח על מגמת ניהול עסקי והנדסת תעשייה וניהול

טופס הערכת פרויקט גמר ב"שיווק וקידום מכירות ב" - שאלון מס' 876387

שם החברה/ בית העסק _____

הטיעון השיווקי הנבדק:

שם התלמיד: ת"ז _____

שם התלמיד: ת"ז _____

שם ביה"ס: סמל: שנה"ל

| | |
|-----------------|--|
| 0-1-2-3-4-5-6-7 | <p><u>תקציר – 7 נק'</u></p> <p>יכול :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ תיאור כללי של הארגון/בית העסק הנבחר ✓ הצגת הבעיה/השאלה הנחקרת, תמצית המחקר (מטרת המחקר, השערות המחקר, פירוט הבחירה בכלי המחקר, הצגת אוכלוסיית המדגם ורציונל הבחירה בה) ✓ שלוש מסקנות והמלצות אופרטיביות עיקריות : <u>על המסקנות וההמלצות לתת מענה לטיעון השיווקי (הפרכה או אישוש של השערת המחקר). הסבר ונימוק.</u> |
| 0-1-2-3 | <p><u>מבוא - 3 נק'</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ תיאור מפורט של המוצר/השירות הנבדק (ציון שם המותג, לוגו, תיאור ההיסטוריה וכל פרט רלוונטי המאיר את המוצר הנבדק). ✓ הצגת הטיעון השיווקי המועלה לבדיקה ודיון, תוך פירוט המשתנה התלוי והבלתי תלוי הנבחנים בעבודה ותיאור הקשר ביניהם. ✓ הצגת רקע תיאורטי של הטיעון הנבדק (ביסוס על תכני הלימוד של פרסום וקידום מכירות, התנהגות צרכנים ועקרונות השיווק) – את הרקע התיאורטי יש לבסס על מחקרים בתחום (שני מחקרים לפחות). ✓ הצגת שתי השערות למחקר המתבססות על לימוד הרקע להגדרת בעיית המחקר. התשובות להשערות אלו (הפרכה או אישוש) תופענה בפרק המסקנות והדיון ובתקציר. |

| | גוף הפרויקט – 27 נק' |
|-------------|--|
| 0-1-2-3-4-5 | <p>תיאור הארגון</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ תיאור כללי של הארגון (שם, כתובת, מס' עובדים וכד'), עיסוקיו. ✓ היסטוריה של הארגון. ✓ פירוט והסבר של הגישה/ התפיסה השיווקית המנחה את הנהלת הארגון. ✓ התועלות המוענקות מהמערכת השיווקית של הארגון. |
| 0-1-2-3-4-5 | <p>תיאור תמהיל השיווק של בית העסק</p> <p>תיאור תמהיל המוצר/ השירות הנחקר:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ תיאור השלב במחזור החיים בו נמצא המוצר/ השירות. ✓ תיאור והסבר סיווג המוצר ע"פ הסיווגים המקובלים. ✓ תיאור והסבר של התועלות (תפעוליות, כלכליות ופסיכולוגיות חברתיות הניתנות לצרכן במוצר). <p>תיאור תמהיל המחיר של המוצר/ השירות הנחקר:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ תיאור יעד ההמחרה בקביעת המחיר הסופי ✓ פירוט שיטות ההמחרה ✓ תיאור סוגי ההנחה הניתנים על המחיר הסופי ✓ פירוט מחירו הסופי של המוצר/ השירות <p>תיאור תמהיל ההפצה של המוצר/ השירות הנחקר:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ תיאור ערוצי ההפצה, כולל שרטוט של ערוץ/ צינור ההפצה של המוצר וגורמי הביניים המשתתפים בו. ✓ פירוט והסבר של אסטרטגיית ההפצה של הארגון <p>תיאור תמהיל התקשורת של המוצר/ השירות הנחקר: תיאור מפורט רק בנוגע למוצר/ השירות הנבדק בעבודה:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ פרסום – פירוט הערוצים בהם עושה הארגון שימוש בתקופה האחרונה להעברת מידע על המוצר/ השירות הנבדק (טלוויזיה, רדיו, עיתונות, שלטי חוצות וכד'). ✓ פירוט והסבר פניית המסר וסגנון המסר – בהם עושה הארגון שימוש לפרסום המוצר/ שירות הנבדק. ✓ קידום מכירות – תיאור הכלים בהם עושה הארגון שימוש (תוך ציון האם מופנים לגורמי הביניים או ללקוח הסופי) ✓ יחסי ציבור – תיאור מרכיב זה שהארגון עושה בתחום. ✓ מכירה אישית – תיאור מוכרנים (אם ישנם כאלה) או דרכים אחרות להעברת מידע בתקשורת בינאישית. ✓ שיווק ישיר – תיאור הערוצים הישירים בהם עושה הארגון שימוש. |
| 0-1-2-3 | |
| 0-1-2-3 | |
| 0-1-2-3-4-5 | |

| | |
|--------------------------------------|---|
| <p>0-1-2</p> <p>0-1-2-3-4</p> | <p>✓ שיווק אינטרנטי – ביחס למוצר/ השירות הנחקר : שימושי האינטרנט שעושה הארגון ביחס למוצר/ השירות הנחקר. במידה והארגון לא עושה שימוש באחד או יותר מהערוצים הללו, על התלמיד להסביר את הרציונל שבמדיניות זו. באם אין ברשותו מידע זה הוא יכול לשער על סמך הרקע התיאורטי שנלמד בכיתה בהקשר זה ולנמק את הטיעון. במידה ולא יופיע הסבר שכזה, לא יקבל התלמיד את הניקוד המלא על סעיף זה.</p> <p>תיאור המתחרים:</p> <p>✓ תיאור שניים מבין המתחרים העיקריים של הארגון הנבדק בשוק בו פועל הארגון, תוך ציון המוצר/ים המהווים תחרות (מתחרים שפונים אל אותו פלח שוק).</p> <p>✓ הסבר על הרציונל הבחירה בהצגת מתחרים אלה.</p> <p>מאפייני התנהגות הצרכנים בפועל של המוצר/ השירות הנבדק:</p> <p>✓ תיאור הצרכים של הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר/ השירות הנבדק עליהם עונה המוצר.</p> <p>✓ תיאור גיל ושלב במחזור החיים של הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר/השירות הנבדק.</p> <p>✓ הסבר ונימוק על סוג המעורבות שיש לצרכנים ברכישת המוצר/השירות הנבדק.</p> <p>✓ תיאור סוג הקנייה (דחף, שגרה, מגוון, רציונלית) המאפיין את רכישת המוצר/השירות הנבדק.</p> |
| | <p><u>מהלך המחקר – 6 נק'</u></p> |
| <p>0-1</p> <p>0-1-2-3</p> <p>0-1</p> | <p>הבעיה הנחקרת והשערות המחקר:</p> <p>✓ הצגת שאלת המחקר, בצורה בהירה וחד משמעית.</p> <p>✓ הצגת המשתנה התלוי, המשתנה הבלתי תלוי והקשר ביניהם.</p> <p>✓ הצגת השערות המחקר שהיו בתחילת התהליך</p> <p>תיאור שיטת איסוף הנתונים:</p> <p>✓ תיאור כלי המחקר שנבחר לשימוש והצגת השיקולים בבחירת כלי מחקר זה.</p> <p>✓ הצגת השאלון שבו מסי' השאלות הנדרש (3-5 שאלות דמוגרפיות ו-15 שאלות אשר ייתנו מענה לשאלת המחקר)</p> <p>✓ פירוט הנימוק לבחירת כל שאלה בשאלון והקשרה לטיעון השיווקי המועלה לבדיקה ודיון.</p> <p>תיאור המדגם שנבחר:</p> <p>✓ הצגת קהל הצרכנים הספציפי עליו נערך המדגם, ציון רציונל הבחירה בקהל זה.</p> <p>✓ ציון גודל המדגם.</p> |

| | |
|------------------------|--|
| 0-1 | <p>אופן הפעלת המחקר:</p> <p>פירוט תהליך הפעלת המחקר והסבר רציונל הבחירה בנושאים הבאים:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ תיאור תהליך עריכת הפרי טסט. במידה והיה שינוי בשאלון, יש להציג את תיקון כלי המחקר והנימוק לתיקון. במידה ולא נערכו שינויים יש לציין זאת. ✓ מיקום הפעלת המחקר ✓ הזמנים בהם הופעל כלי המחקר |
| | <p><u>הצגת הנתונים – 6 נק'</u></p> |
| 0-1-2-3-4-5-6 | <p>ממצאי כל שאלה יוצגו בעמוד נפרד באופן הבא:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ בראש העמוד יש להציג כותרת לשאלה- יצוין מספר השאלה ותוכנה. ✓ טבלאות שכיחויות במספרים מוחלטים ובאחוזים. ✓ הצגה מתאימה בגרפים מתאימים (עוגה, היסטוגרם וכד'). ✓ הצגת פתיח לביאור הנתונים וכתיבתם מהאחוז הגבוה לנמוך, או להיפך. ✓ הצגת משמעות הממצאים. |
| | <p><u>דיון, מסקנות והמלצות – 10 נק'</u></p> |
| 0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ הסקת מסקנות המבוססות על תוצאות עיבוד הנתונים תוך ציון מספר השאלה ממנה הוסקה המסקנה ובעקבותיה ההמלצה. יש לקבץ מספר מסקנות העוסקות באותו נושא/תחום. ✓ דיון וניתוח הנתונים תוך קישורם למסקנות העולות מהמחקר ולרקע התיאורטי של הטיעון השיווקי. <p>פירוט המלצה/ המלצות אופרטיביות ביחס לניתוח הממצאים, תוך קישור לתכנים: פרסום וקידום מכירות, התנהגות צרכנים ועקרונות השיווק.</p> <p>יש להציג התייחסות להשערות המחקר, המפריכה או מאששת את הטיעון השיווקי שהועלה לבדיקה.</p> |
| | <p><u>סיכום – 7 נק'</u></p> |
| 0-1-2-3-4-5-6-7 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ מתן מענה מוכח ומנומק לטיעון השיווקי שהועלה לבדיקה ודיון. ציון נושא המחקר, השערות המחקר, מסקנות והמלצות עיקריות בעקבות המחקר ותרומת המחקר לפעילות השיווקית של הארגון. ✓ הצגת רפלקציה אישית של התלמיד על התהליך (עבודה הנערכת בזוגות מחייבת רפלקציה אישית ומנומקת של כל תלמיד) |

כללי – 3 נק'

| | |
|---------|---|
| | |
| 0-1-2-3 | <p>✓ הצגה נאותה של דף כותרת (השער) שיכלול את הפרטים הבאים :</p> <p>שם הארגון הנבדק, הצגת שאלת המחקר, שם התלמיד, מס' ת"ז של התלמיד, שם המורה המנחה, שם ביה"ס, סמל ביה"ס, שנה"ל.</p> <p>✓ תוכן עניינים</p> <p>✓ נכונות ושלמות של הרשימה הביבליוגרפית והצגתה</p> <p>✓ נכונות ותקינות ההצעה לפרויקט הגמר מאושרת וחתומה ע"י המורה המנחה.</p> <p>✓ התבטאות בכתב בשפה בהירה, עניינית ותקינה.</p> <p>✓ התרשמות מרמתה המקצועית של העבודה ואופן הגשתה.</p> <p>✓ מיקוד העבודה על הנושא הנבחר</p> |

שם הבוחן ----- חתימה-----

תאריך-----

נספח 6 - טופס הצהרה על מקוריות העבודה

טופס הצהרה על מקוריות העבודה

שם ביה"ס _____ סמל ביה"ס _____ ישוב _____

שם התלמיד/ה _____ ת"ז _____

שם המורה המנחה _____ ת"ז _____

תעודת הוראה במקצוע: _____, מספר רישיון ההוראה: _____

כתובת _____

טלפון _____ נייד _____ דוא"ל _____

אני הח"מ, מצהיר בזאת כי עבודה זו נעשתה על ידי בלבד.
פרויקט הגמר נעשה על סמך הנושאים שלמדתי בתיכון ובאופן עצמאי ונעשתה בהנחיית המורה המנחה.
אני מודע לאחריות שהנני מקבל על עצמי על ידי חתימתי על הצהרה זו שכל הנאמר בה אמת ורק אמת.

חתימת התלמיד: _____ תאריך: _____

אישור המנחה האישי

הריני מאשר שהפרויקט בוצע בהנחייתי, קראתי את העבודה ומצאתי כי היא מוכנה לצורך הגשת פרויקט גמר ברמת 3 יח"ל.

תאריך: _____

שם המנחה: _____

חתימה: _____