

”שיווק וקידום מכירות”

דגשים להיבחנות בשאלונים 876387, 876589

בעקבות מצב הלחימה הוחלט על הדגשים הבאים לשנה”ל התשפ”ה בלבד בהיבחנות בשאלונים 876387 ו-876589.

בשאלון 876387:

בחלק של ”שליטה בתכני הלימוד” (20%) על התלמיד לענות על 3 שאלות מתוך 4. עד תאריך 01.03.24 יפורסמו השאלות שרק מתוכן הבוחן יוכל לבחור בחלק זה של ההיבחנות שאלות לתלמיד.

בשאלון 876589:

1. יתווספו 15% בונים לעבודה (הספר). הבנוס יתווסף לפרק 12 ”תמהיל השיווק החדש” לכל אחד מהמרכיבים ברמה III כמפורט בטופס הערכה המוצג בהמשך.
2. בחלק של ”שליטה בתכני הלימוד” (20%) על התלמיד לענות על 4 שאלות מתוך 5. כל רכז בית ספר ישלח 40 שאלות ורק מתוכן הבוחן יוכל לבחור בחלק זה של ההיבחנות שאלות לתלמיד

השאלות ייבנו ע”פ העקרונות הבאים:

- 10 שאלות בנושא ”עקרונות השיווק” – 5 שאלות המשגה ו-5 שאלות יישומיות
- 10 שאלות בנושא ”פרסום וקידום מכירות” – 5 שאלות המשגה ו-5 שאלות יישומיות
- 10 שאלות בנושא ”התנהגות צרכנים” – 5 שאלות המשגה ו-5 שאלות יישומיות
- 10 שאלות בנושא ”ניהול השיווק” – 5 שאלות המשגה ו-5 שאלות יישומיות
- ניסוח השאלות חייב להיות ממוקד לנושאים של כל אחת מתוכניות הלימודים. במעמד ההיבחנות התשובות לשאלות יאפשרו לתלמיד להוכיח את הבנת המושגים ויישומם.
- לא יתקבלו שאלות זהות/דומות לבית ספר אחר.

את השאלות יש לשלוח לאישור למייל mytauni445@gmail.com עד לתאריך 01.03.25. שאלות שלא יעמדו בעקרונות הנ”ל יוחזרו לבית הספר לתיקון. בית ספר שלא יתקבלו ממנו שאלות עד לתאריך זה, ניתן יהיה לבחון לשאול כל שאלה ע”פ שיקול דעתו ובהתאם לתוכנית הלימודים וההנחיות.

**טופס הערכת עבודת גמר ב"שיווק וקידום מכירות"
מותאם למלחמת חרבות ברזל – לשנה"ל התשפ"ה בלבד**

שאלון מס' 876589

בתמהיל ההערכה קיימות שלוש רמות של ציונים, כאשר כל רמה מעידה על השקעת התלמיד בפרויקט ועל הבנת התלמיד את הפרויקט.
סה"כ הציון על הספר מורכב מהציונים הניתנים לכל פרק ורמתו.
לכל תלמיד יש את האפשרות להגיע לרמה הגבוהה ביותר בהתאם לרמת הביצוע של הפרק.

רמה I – סה"כ ציון ספר הפרויקט 0-22

רמה II – סה"כ ציון ספר הפרויקט 23-30

רמה III – סה"כ ציון ספר הפרויקט 31-40 + 15% בonus

השער

יכלול את הפרטים הבאים :

שם הארגון בו בוצעה העבודה

נושא העבודה

שם התלמיד/ים מס' זהות 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.

נספח 2 - טופס הערכת עבודת גמר ב"שיווק וקידום מכירות"

שאלון מס' 876589

בתמהיל ההערכה קיימות שלוש רמות של ציונים, כאשר כל רמה מעידה על השקעת התלמיד בפרויקט ועל הבנת התלמיד את הפרויקט. סה"כ הציון על הספר מורכב מהציונים הניתנים לכל פרק ורמתו. לכל תלמיד יש את האפשרות להגיע לרמה הגבוהה ביותר בהתאם לרמת הביצוע של הפרק.

רמה I – סה"כ ציון ספר הפרויקט 0-22

רמה II – סה"כ ציון ספר הפרויקט 23-30

רמה III – סה"כ ציון ספר הפרויקט 31-40

השער

יכלול את הפרטים הבאים:

שם הארגון בו בוצעה העבודה

נושא העבודה

שם התלמיד/ים מס' זהות 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.

טופס הערכת עבודת גמר ב"שיווק וקידום מכירות" – שאלון מס' 876589

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<p>יכלול את הפרטים הבאים :</p> <p>✓ התלמיד יציין את המסגרת הלימודית בה נכתבה העבודה.</p> <p>✓ התלמיד יערוך הקדמה אישית תוך התייחסות לבחירת הנושא. בסעיף זה התלמיד יציג את הארגון ואת נושא העבודה (חשוב לציין כל פרט המאפשר להכיר את הארגון ולהבין את נושא העבודה)</p> <p>✓ התלמיד יסביר מדוע בחר בארגון זה לכתיבת העבודה ואת הרלוונטיות של הנושא כדי לערוך את המחקר (מדוע חשוב לערוך מחקר זה על נושא זה).</p> <p>✓ התלמיד יציין את הגורמים שסייעו לו בכתיבת העבודה ויוסיף תודות.</p>		<p><u>פרק 1</u></p> <p><u>מבוא</u></p>
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
<p>עד 0.5 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה", או חסר בפרטים מסוימים</p>	<p><u>I רמה</u></p>
<p>עד 1 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.</p>	<p><u>II רמה</u></p>
<p>עד 1.5 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.</p>	<p><u>III רמה</u></p>

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<p>יכלול את הפרטים הבאים : תיאור קצר על הארגון נושא עבודת הגמר מטרת העבודה תוך התייחסות לתיאור קצר של המצב הקיים והתמהיל הקיים. תמצית מהלך המחקר : פירוט המשתנה התלוי והבלתי תלוי הנבחנים בעבודה, התלמיד יפרט את הקשר בין המשתנים, השערות המחקר, פירוט הבחירה בכלי המחקר, אופן ביצוע המחקר, הצגת אוכלוסיית המדגם ורציונל הבחירה בה. מסקנות והמלצות עיקריות בעבודה. התמהיל החדש ומענה להשערות המחקר. על תקציר המנהלים להיות מנומק וברור, המביא לידי ביטוי ראיה רחבה של כל העבודה ומדגיש את הנקודות החשובות שנלמדו מהעבודה שבוצעה.</p>		<p><u>פרק 2</u> <u>תקציר</u> <u>מנהלים</u></p>
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
<p>עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה", או חסר בפרטים מסוימים. לא מנומק, לא ברור ולא מדגיש את הנקודות החשובות שנלמדו מהעבודה שבוצעה.</p>	<p><u>רמה I</u></p>
<p>עד 3 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____</p>	<p>הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון ע"פ ההנחיות (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.</p>	<p><u>רמה II</u></p>
<p>עד 4 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון ע"פ ההנחיות (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.</p>	<p><u>רמה III</u></p>

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<p>✓ התלמיד יעשה שימוש בפרסומים ומאמרים עכשוויים הנוגעים לנושא העבודה – נדרש שימוש ב-2 מקורות לפחות.</p> <p>✓ מקורות איסוף המידע יכולים להיות מתוך ספרות מקצועית, פרסומים, עיתונות, אתרי אינטרנט ועוד (ספרי הלימוד לא ייחשבו למקורות איסוף)</p> <p>✓ שני המקורות יכללו שימוש בפרסומים ומאמרים אשר התפרסמו ב-6 שנים האחרונות</p> <p>✓ על התלמיד למזג את המקורות הרלוונטיים (סינתזה) בעמוד אחד לכל הפחות הקשורים לנושא העבודה ולהסביר את הקשרם לנושא העבודה ותרומתם לביצוע המחקר.</p> <p>✓ התלמיד יציין את הנושאים מתכנית הלימודים עליהם מתבססת העבודה.</p>		<p>פרק 3</p> <p>רקע</p> <p>תיאורטי</p>
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
<p>עד 1.5 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל שני מאמרים או פחות עם סיכומים שטחיים של המאמרים והקשרם ותרומתם לנושא העבודה מוצגים באופן שטחי או לא מוצגים כלל.</p> <p>לא יתקבל רקע תיאורטי שהוא לא מאמר או פרסום עכשווי (למשל מודלים שונים שנלמדים במהלך הלימודים לא יתקבלו).</p> <p>מלבד מאמר/פרסום אחד, מאמרים/פרסומים מלפני יותר מ-6 שנים, לא יתקבלו.</p> <p>מאמרים אשר אינם קשורים לנושא העבודה לא יחושבו לצרכי הציון.</p>	<p>רמה I</p>
<p>עד 2 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים לכל מאמר. המאמרים עומדים בקריטריונים.</p> <p>נעשה שימוש בפחות משני מאמרים.</p> <p>מלבד מאמר/פרסום אחד, מאמרים/פרסומים מלפני יותר מ-6 שנים, לא יתקבלו.</p> <p>מאמרים אשר אינם קשורים לנושא העבודה לא יחושבו לצרכי הציון.</p>	<p>רמה II</p>
<p>עד 2.5 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים לכל מאמר. המאמרים עומדים בקריטריונים.</p> <p>מלבד מאמר/פרסום אחד, מאמרים/פרסומים מלפני יותר מ-6 שנים, לא יתקבלו.</p> <p>מאמרים אשר אינם קשורים לנושא העבודה לא יחושבו לצרכי הציון.</p>	<p>רמה III</p>

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<p>יכלול את הפרטים הבאים :</p> <p>תיאור הארגון כולל נקודות ציון היסטוריות חשובות (בעלות/קשרים בינלאומיים וכד')</p> <p>תיאור המבנה הכלכלי של הענף (מונופול, תח' משוכללת, תח' מונופוליסטית וכו')</p> <p>תיאור סביבת המאקרו - על התלמיד לתאר את סביבות המאקרו המשפיעות על הארגון ולנמק את השפעתן על הארגון, תוך התייחסות לסביבות הבאות :</p> <p>סביבה דמוגרפית, כלכלית, טבעית, טכנולוגית, פוליטית-משפטית, חברתית-תרבותית וגלובלית (התלמיד יתאר לפחות שלוש סביבות)</p> <p>תיאור המיקרו-סביבה:</p> <p>תיאור המתחרים ו החברות המובילות בענף כולל מוצרים עיקריים וחוזקות של המתחרים למשל, בידול במוצרים, ותק, היקף ההפצה וכו'</p> <p>ניתוח SWOT מפורט לגבי הארגון ו/או המוצר הנבחר.</p> <p>ביצוע ראיון עם איש הקשר:</p> <p>על התלמיד לקיים ראיון עם איש הקשר תוך התייחסות לנקודות הבאות (מינימום 6 שאלות). נדרש פירוט של השאלות והתשובות.</p> <ul style="list-style-type: none"> • בדיקת פעולות שנעשו בארגון בעבר בהקשר לנושא העבודה • מה בוצע בחברות מתחרות בהקשר לנושא העבודה • מהם השינויים שחלו בשוק בתקופה האחרונה • מה צפוי להשתנות בשוק/בארגון • מי אחראי על תחום השיווק בארגון • נושאים שהיה מעוניין לבדוק במחקר הצפוי 		<p>פרק 4</p> <p>תיאור וניתוח הארגון והסביבה העסקית</p>
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
<p>עד 3 נקודות</p> <p>ציון הבוחן:</p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה", או חסר בפרטים מסוימים. אין הסבר לגבי ההשפעה על הארגון הנבדק.</p>	<p>רמה I</p>
<p>עד 3.5 נקודות</p> <p>ציון הבוחן:</p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. יש הסבר לגבי ההשפעה על הארגון הנבדק.</p>	<p>רמה II</p>
<p>עד 4 נקודות</p> <p>ציון הבוחן:</p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. יש הסבר מפורט לגבי ההשפעה על הארגון הנבדק.</p>	<p>רמה III</p>

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<p>יכלול תיאור של תמהיל שיווק הקיים (P4) : <u>מוצר</u> – תיאור המוצר הנבדק, סיווג, שלב במחזור החיים, תועלות <u>המחירה</u> - יעדים ושיטות המחירה בהן נוקטת החברה, המחיר הסופי <u>הפצה</u> - ערוצי הפצה, אסטרטגיות הפצה, שרטוט של ערוץ ההפצה <u>תקשורת שיווקית</u> - פירוט מרכיבי התקשורת השיווקית שבהם החברה משתמשת כגון פרסום, קידום מכירות, יחסי ציבור וכו'.</p>		<p><u>פרק 6</u> תמהיל השיווק הקיים</p>
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
<p>עד 1 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה" ללא הסברים מפורטים, או חסר בפרטים מסוימים.</p>	<p><u>רמה I</u></p>
<p>עד 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____</p>	<p>הפרק המוגש כולל <u>חלק</u> מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון ע"פ ההנחיות (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.</p>	<p><u>רמה II</u></p>
<p>עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את <u>כל הפרטים</u> הנדרשים באופן מפורט ונכון ע"פ ההנחיות (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים..</p>	<p><u>רמה III</u></p>

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<p>יכלול את הפרטים הבאים :</p> <ul style="list-style-type: none"> • תיאור הצרכים של הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר הנבדק, עליהם עונה המוצר – ע"פ תיאורית הצרכים של מאסלאו • תיאור גיל ושלב במחזור החיים של הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר הנבדק. • תיאור השפעת גורם חברתי (קבוצה חברתית, מנהיג דעה, ומשפחה) על קניית המוצר הנבדק, בקרב הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר הנבדק. • ציון שלושה ערכי תרבות הבאים לידי ביטוי בתקשורת השיווקית של המוצר הנבדק. • פירוט סוג המעורבות שיש לצרכנים ברכישת המוצר הנבדק. • במידה ומדובר במעורבות נמוכה: תיאור דגם כללי - שלבי תהליך הקנייה במעורבות נמוכה – חשיפה למותג, קניית המותג, עמדה כלפי המותג. • במידה ומדובר על מעורבות גבוהה: שלבים בתהליך החלטה של קנייה שקולה - זיהוי בעיה, חיפוש מידע, הערכת חלופות, החלטת קניה, התנהגות לאחר קניה • תיאור סוג הקנייה (דחף, שגרה, מגוון, רציונלית, רגשית וכו') המאפיין את רכישת המוצר הנבדק. <p><u>על כל הסעיפים להתייחס למוצר הנבדק</u></p>		<p><u>פרק 7</u></p> <p>התנהגות צרכנים</p>
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
עד 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	בגוף העבודה אין התייחסות לנושא של התנהגות צרכנים כלל <u>או</u> הפרק המוגש כולל את הפרטים הנדרשים באופן טכני <u>אך</u> אין התייחסות כלל לנושא של העבודה.	<u>רמה I</u>
עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל <u>חלק</u> מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון עם הצגת הקשר בין הפריט לנושא העבודה.	<u>רמה II</u>
עד 3 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל את <u>כל הפרטים</u> הנדרשים באופן מפורט ונכון עם הצגת הקשר בין הפריט לנושא העבודה.	<u>רמה III</u>

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<p>יכלול תיאור של:</p> <p><u>נושא העבודה ומטרת המחקר</u></p> <p><u>השערות המחקר – (לפחות 2 השערות)</u></p> <p><u>תיאור המשתנה התלוי והבלתי תלוי</u></p> <p><u>תיאור שיטת איסוף הנתונים:</u></p> <p>התלמיד יתאר את כלי המחקר בו הוא בחר לעשות שימוש, וכך יציג את השיקולים בבחירת כלי מחקר זה.</p> <p><u>מדגם שנבחר:</u></p> <p>שוק המטרה שנבחר (פרטי, מוסדי, עסקי, ממשלתי ציבורי); רציונל בחירת השוק (לפחות 3 בסיסי פילוח); גודל מדגם (N=50)</p> <p><u>אופן הפעלת המחקר- העברת השאלון:</u></p> <p>תיאור מפורט של תהליך עריכת הפרי – טסט; מיקום הפעלת המחקר; הזמנים בהם הופעל כלי המחקר</p> <p>תיאור עיבוד נתונים: ציון התוכנה שנבחרה לשם כך</p>		<p>פרק 8</p> <p>מהלך המחקר</p> <p>מתודולוגיה</p>
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
<p>עד 1 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה" ללא הסברים מפורטים, או חסר בפרטים מסוימים</p>	<p><u>רמה I</u></p>
<p>עד 1.5 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.</p>	<p><u>רמה II</u></p>
<p>עד 2 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.</p>	<p><u>רמה III</u></p>

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<ul style="list-style-type: none"> התלמיד יוסיף את השאלון שבו מס' השאלות הנדרש 3-5 שאלות דמוגרפיות ו-15 שאלות נוספות לפי הצורך אשר ייתנו מענה למטרת המחקר (יש לשים לב שהשאלות רלוונטיות למטרת המחקר ולאוכלוסיית המדגם). השאלון יכלול שאלות מכל אחד ממרכיבי תמהיל השיווק (מוצר, המחרה, הפצה ותקשורת שיווקית). התלמיד יפרט מטרת כל שאלה בשאלון והקשרה לנושא העבודה. על התלמיד לבחור 3-5 שאלות דמוגרפיות (תיאוריות). על התלמיד להסביר את רציונל הבחירה בהן (בשאלות אלו ייעשה שימוש בשתי הצלבות בחלק עיבוד הנתונים). 		<p>פרק 9</p> <p>מהלך המחקר</p> <p>השאלון</p>
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
עד 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה" ללא הסברים מפורטים, או חסר בפרטים מסוימים. השאלות לא מקיפות את כל מרכיבי תמהיל השיווק.	<u>רמה I</u>
עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. השאלות לא מקיפות את כל מרכיבי תמהיל השיווק.	<u>רמה II</u>
עד 3 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. השאלות מקיפות את כל מרכיבי תמהיל השיווק	<u>רמה III</u>

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<p>כל שאלה תוצג בעמוד נפרד :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● מספר השאלה ותוכנה ● מטרת השאלה ● הצגה בגרף מתאים ● הצגת טבלת שכיחויות ואחוזים ● כתיבת פתיח לביאור הנתונים ותמלול התוצאות מהאחוז הנמוך לגבוה או להיפך. ● מסקנה הנובעת מהשאלה <p>הצגת שתי הצלבות :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● הצגה גרפים מתאימים ● הצגת טבלת שכיחויות ואחוזים <p>הסבר ומסקנות הנובעות מהצלבות אילו ותרומתם למחקר</p>		<p><u>פרק 10</u></p> <p>מהלך המחקר</p> <p>הצגת הממצאים</p> <p>השאלון</p>
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
<p>עד 1 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>בהצגת הממצאים מופיעים הממצאים של כל שאלה ללא כל הסבר או ניתוח שלהם.</p>	<p><u>רמה I</u></p>
<p>עד 1.5 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>בהצגת הממצאים מופיעים הממצאים של כל שאלה והסבר חלקי/חסר לגבי הממצאים והנתונים. ישנו הסבר חלקי/חסר על משמעות התוצאות.</p>	<p><u>רמה II</u></p>
<p>עד 2 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הצגת הממצאים כוללת את <u>כל הפרטים</u> הנדרשים באופן מפורט ונכון אשר כוללת את ניתוח התוצאות וההסבר על משמעותם.</p>	<p><u>רמה III</u></p>

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<p>על התלמיד להסיק מסקנות המבוססות על תוצאות עיבוד הנתונים, שנעשה על ידו. התלמיד יציין את מספרי השאלות מהן הוסקו המסקנה ובעקבותיה ההמלצה. חובה לקבץ מספר מסקנות משאלות שונות העוסקות באותו נושא/תחום.</p> <p>על התלמיד להציג את תרומת הריאיון עם איש הקשר למסקנות וההמלצות על בסיס כל המסקנות התלמיד יבנה את תמהיל השיווק המשופר</p>		<p><u>פרק 11</u></p> <p>מהלך המחקר</p> <p>ניתוח מסקנות והמלצות</p>
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
<p>עד 2.5 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>המסקנות וההמלצות מופיעות ברמת כל שאלה באופן נפרד. לא ניתן ללמוד מסקנות חד משמעיות מהניתוח. קיים ניתוח טכני של ההצלבות או לא קיים כלל.</p>	<p><u>רמה I</u></p>
<p>עד 3 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>המסקנות וההמלצות מקובצות ממספר שאלות, ניכרת חשיבה, הבנה ויכולת ניתוח של התלמיד. קיים ניתוח מעמיק ולא טכני של ההצלבות. הניתוח חסר ולא כולל את כל השאלות.</p>	<p><u>רמה II</u></p>
<p>עד 4 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>המסקנות וההמלצות מקובצות ממספר שאלות, ניכרת חשיבה, הבנה ויכולת ניתוח של התלמיד. קיים ניתוח מעמיק ולא טכני של ההצלבות. הניתוח כולל את כל השאלות.</p>	<p><u>רמה III</u></p>

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<p>יכלול את הפרטים הבאים :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● תיאור המוצר החדש ● השלב במחזור החיים בו נמצא המוצר ● תיאור התועלות (תפעוליות, כלכליות ופסיכולוגיות חברתיות) הניתנות לצרכן במוצר. ● תיאור מיקום המוצר במפת המוצרים (אורך, רוחב, עומק). ● תיאור אריזת המוצר אשר יכלול את "תפיסת האריזה" (תפקיד, ייעוד ומהות האריזה) וארבעת מבחני האריזה בהקשר למוצר <p>במקרה של שירות יש לתאר את מרכיבי תמהיל השירות – אנשים, תהליכים ועדות פיזית ואין צורך בתיאור אריזת מוצר</p>		<p><u>פרק 12</u></p> <p>תמהיל השיווק החדש בהתבסס על תוצאות המחקר</p> <p>מוצר</p>
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
עד 1 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה" ללא הסברים מפורטים, או חסר בפרטים מסוימים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	<u>רמה I</u>
עד 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ו נכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	<u>רמה II</u>
עד 3.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ו נכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	<u>רמה III</u>

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<p>יכלול תיאור של:</p> <ul style="list-style-type: none"> • יעד ההמחרה בקביעת המחיר הסופי • שיטת ההמחרה (מרווח, ערך נתפס, מחיר מקובל) • התאמת ושינויי מחיר (מדיניות ההנחות וההוזלות, מדיניות ההמחרה המפלה) • קביעת המחיר הסופי הכוללת התייחסות לשיקולים בהם יש להתחשב בבחירת המחיר הסופי 		<p>פרק 12</p> <p>תמהיל השיווק החדש בהתבסס על תוצאות המחקר</p> <p>המחרה</p>
<u>ציין</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
<p>עד 1 נקודות</p> <p><u>ציין הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה" ללא הסברים מפורטים, או חסר בפרטים מסוימים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.</p>	<p><u>רמה I</u></p>
<p>עד 1.5 נקודות</p> <p><u>ציין הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.</p>	<p><u>רמה II</u></p>
<p>עד 3.5 נקודות</p> <p><u>ציין הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.</p>	<p><u>רמה III</u></p>

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
<p>יכלול את הפרטים הבאים :</p> <ul style="list-style-type: none"> • פירוט ערוצי השיווק בהם יעשה הארגון שימוש (כיצד מגיעים המוצרים אל קהל המטרה? (קמעונאות, סיטונאות, הפצה ישירה, חד ודו-שלבית, מקבילה וכו') כולל הסבר מפורט. • אסטרטגיית ההפצה של הארגון (הפצה אינטנסיבית, סלקטיבית ואקסקלוסיבית) כולל הסבר מפורט • התלמיד יציג שרטוט מפורט של ערוץ/ צינור ההפצה של המוצר וגורמי הביניים המשתתפים בו. 		<p><u>פרק 12</u></p> <p>תמהיל השיווק החדש בהתבסס על תוצאות המחקר</p> <p>הפצה</p>
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
<p>עד 1 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>אין התייחסות בגוף העבודה לנושא של ההפצה אנ שישנה הצגה של פירוט ערוצי השיווק הקיימים בארגון ללא כל התאמה או התייחסות לתוצאות המחקר.</p>	
<p>עד 1.5 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון מבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.</p>	
<p>עד 3.5 נקודות</p> <p><u>ציון הבוחן:</u></p> <p>_____</p>	<p>הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון מבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.</p>	

פירוט הנחיות		שם הפרק
<p>יכלול את הפרטים הבאים :</p> <ul style="list-style-type: none"> פרסום – פירוט הערוצים בהם יעשה בית העסק שימוש להעברת מידע על המוצר הנבדק (טלוויזיה, רדיו, עיתונות, אינטרנט, שלטי חוצות, "פלאיירים" וכד) קידום מכירות- תיאור הכלים בהם יעשה בית העסק שימוש (האם מופנים לגורמי הביניים או ללקוח הסופי). יחסי ציבור- תיאור מחלקה קיימת או הטיפול שנעשה בתחום זה מכירה אישית- תיאור שיטות המכירה האישית, יצירת הקשר והמסרים של המוכרנים ללקוחות. שיווק ישיר/ אינטרנטי - תיאור הערוצים הישירים, בהם יעשה בית העסק שימוש (דיוור ישיר, אתר אינטרנט וכד) ציון תוכן ופניית המסר, מבנה וצורת המסר בו יעשה הארגון שימוש על מנת להגיע אל קהל היעד הפוטנציאלי. <p>במידה והארגון לא עושה שימוש באחד או יותר מהערוצים הללו, על התלמיד להסביר כל ערוץ ואת הרציונל בכך שהארגון לא משתמש בו (התלמיד לא יקבל ניקוד במידה ורק הגדיר את הערוץ ללא ההסבר הנדרש). באם אין ברשותו מידע זה התלמיד יוכל להסביר על בסיס הרקע התיאורטי בנלמד בכיתה בהקשר זה.</p>		<p>פרק 12</p> <p>תמהיל השיווק החדש בהתבסס על תוצאות המחקר</p> <p>תקשורת שיווקית</p>
ציון	התוצר המתקבל	
עד 1 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה" ללא הסברים מפורטים, או חסר בפרטים מסוימים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	רמה I
עד 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	רמה II
עד 3.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	רמה III

פירוט הנחיות		שם הפרק
<p>התלמיד יציג טבלת סיכום המשווה בין התמהיל הקיים לתמהיל המשופר, תוך ציון השינויים המוצעים בעקבות המחקר ומשמעותם לארגון. בפרק זה יש לראות השוואה חד משמעית וברורה בין התמהיל הקיים ותמהיל החדש.</p> <p>במידה ואין שינוי באחד או יותר מהרכיבים של תמהיל השיווק, התלמיד יציין שאין שינוי ויפרט את המרכיב לפי הדרישות של התמהיל המשופר.</p> <p>בטבלה זו התלמיד יציג מענה על השערות המחקר.</p> <p>המענה על השערות המחקר יוצג בעמודה נוספת עם ההקשר הנכון לממצאים (איזה ממצא עונה על השערה).</p>		<p>פרק 13</p> <p>תמהיל השיווק החדש בהתבסס על תוצאות המחקר</p> <p>השוואה בין תמהיל השיווק הקיים לתמהיל השיווק המשופר ומענה על השערות המחקר</p>
ציון	התוצר המתקבל	
<p>עד 2.5 נקודות</p> <p>ציון הבוחן:</p> <p>_____</p>	<p>התלמיד יציג טבלת השוואה טכנית ללא ביסוס לתוצאות המחקר. התמהיל הקיים מועתק מפרק קודם כמו שהוא לטבלת ההשוואה ללא הבנה של מהות ההשוואה. טבלת ההשוואה אינה ברורה. ללא מענה על השערות המחקר.</p>	<p><u>I רמה</u></p>
<p>עד 3 נקודות</p> <p>ציון הבוחן:</p> <p>_____</p>	<p>התלמיד יציג טבלה חלקית המבוססת על תוצאות המחקר. מה שמוצג, מוצג באופן ברור וחד משמעי. ללא מענה על השערות המחקר.</p>	<p><u>II רמה</u></p>
<p>עד 4 נקודות</p> <p>ציון הבוחן:</p> <p>_____</p>	<p>התלמיד יציג טבלה מלאה המבוססת על תוצאות המחקר. טבלת ההשוואה מוצגת באופן ברור וחד משמעי. התלמיד יציג מענה ברור להשערות המחקר.</p>	<p><u>III רמה</u></p>

סיכום אישי

הסיכום האישי יכלול את התרומה האישית של העבודה לתלמיד, מדוע בחר בנושא זה? ניתן ורצוי להציג גם קשיים עמם התמודד במהלך העבודה (בעבודה בזוגות יש להפריד בין הסיכומים).

הפחתות:

במקרים הבאים תהיה הפחתה של נקודות:

מספר הנקודות להפחתה	נושא
10	העבודה ללא איש קשר מארגון קיים/ איש קשר למוצר חדש / ללא ריאיון
5	אי ביצוע הצלבות
5	אי ביצוע רקע תיאורטי
5	אי ביצוע שער/ תוכן עניינים/סיכום אישי או מקורות
1	נכונות ושלמות של הרשימה הביבליוגרפית והצגתה
2	נכונות ותקינות ההצעה המצורפת לנספחי העבודה מאושרת וחתומה ע"י המורה המנחה הגמר והתאמתה להצעה שאושרה על ידי הפיקוח.
2	התבטאות בכתב בשפה בהירה, עניינית ותקינה.
3	התרשמות מרמתה המקצועית של העבודה ואופן הגשתה.
2	אי צירוף נספחים (כלי המחקר/אישור על מקוריות העבודה*)
2	אי צירוף המצגת לעבודה (יש להקפיד על הכללים לבנית מצגת המופיעים בנספח 5)
	*ללא אישור על מקוריות העבודה – העבודה לא תיבדק!

ציון סופי:

שם הבוחן ----- חתימה -----

תאריך-----

דגשים:

- ✓ במעמד ההגנה - ייתכנו שאלות המעידות על הבנה של התלמיד לגבי התהליך בעבודה או כל שאלה אחרת הרלוונטית לנושא מתוך תוכנית הלימודים.
- ✓ חשוב לזכור כי ציון הבחינה בע"פ על העבודה לא יעלה על ציון הספר.
- ✓ יש לקרוא את כל ההנחיות ולפעול על פיהן.

רגע לפני הגשה....בואו נבדוק את עצמנו:

1. האם וידאנו שהתייחסנו **לכל פרק ולכל סעיף** הנמצאים בהנחיות? - להלן תזכורת

במהלך העבודה יש לעבוד ע"פ ההנחיות המפורטות בקצרה....

פרק	סעיפים	בוצע/לא בוצע	רמה משוערת
פרק 1 מבוא	<ul style="list-style-type: none"> הקדמה קצרה הכוללת את המסגרת הלימודית הצגת הארגון והסיבה לבחירתו מדוע חשוב לערוך מחקר זה? הוספת תודות תיאור מפורט של נושא העבודה 		
פרק 2 תקציר	<ul style="list-style-type: none"> רקע קצר על הארגון נושא העבודה מטרת העבודה תוך התייחסות לתמהיל הקיים תמצית המחקר כמפורט בהנחיות מסקנות והמלצות עיקריות בעבודה התמהיל החדש בקצרה מענה על השערות המחקר 		
פרק 3 רקע תיאורטי	<ul style="list-style-type: none"> שימוש בפרסומים ומאמרים עכשוויים הנוגעים לנושא העבודה ספרי לימוד לא ייחשבו למקורות ביצוע מיזוג הסבר הקשר של המקורות לנושא העבודה ותרומתם לביצוע המחקר 		
פרק 4 ניתוח הארגון והסביבה העסקית	<ul style="list-style-type: none"> תיאור מפורט של הארגון תיאור המבנה הכלכלי של הענף תיאור סביבת המאקרו – לפחות 3 סביבות תיאור סביבת המיקרו – תיאור מפורט של שני מתחרים והרציונל בבחירת מתחרים אלה ניתוח SWOT ביצוע ריאיון עם איש הקשר 		
פרק 5 תמהיל השיווק הקיים	<ul style="list-style-type: none"> מוצר - סיווג, שלב במחזור החיים, תועלות המחירה - יעדים ושיטות המחירה בהן נוקטת החברה, המחיר הסופי הפצה - ערוצי הפצה, אסטרטגיות הפצה תקשורת שיווקית - פירוט מרכיבי התקשורת השיווקית כמפורט בהנחיות 		
פרק 6 התנהגות צרכנים	<ul style="list-style-type: none"> תיאור הצרכים ע"פ מאסלאו תיאור גיל ושלב במחזור החיים תיאור השפעת הגורם החברתי תיאור שלושה ערכי תרבות פירוט סוג המעורבות כולל תיאור מפורט של הדגם הרלוונטי תיאור סוג הקניה 		

פרק	סעיפים	בוצע/לא בוצע	רמה משוערת
פרק 7 מהלך המחקר - מתודולוגיה	<ul style="list-style-type: none"> • ציון נושא העבודה • השערות המחקר • המשתנה התלוי והבלתי תלוי • תיאור שיטת איסוף הנתונים • תיאור המדגם שנבחר • אופן הפעלת המחקר כולל תיאור מפורט של תהליך הפריטסט • תיאור עיבוד הנתונים 		
פרק 8 השאלון	<ul style="list-style-type: none"> • שאלון ובו 15 שאלות אשר ייתנו מענה למטרת המחקר + 3-5 שאלות דמוגרפיות • השאלון כולל שאלות מכל אחד ממרכיבי תמהיל השיווק • פירוט מטרת כל שאלה בשאלון והקשרה לנושא העבודה 		
פרק 9 הצגת הממצאים	<ul style="list-style-type: none"> • הצגת מספר השאלה ותוכנה • הצגה בגרף מתאים • הצגת טבלת שכיחויות ואחוזים • כתיבת פתיח לביאור הנתונים ותמלול התוצאות מהאחוז הנמוך לגבוה או להיפך. • מסקנה הנובעת מהשאלה • הצגת שתי הצלבות כנדרש כולל הסבר ומסקנות 		
פרק 10 ניתוח מסקנות והמלצות	<ul style="list-style-type: none"> • הסקת מסקנות מבוססות על תוצאות הנתונים • קיבוץ ממצאים של מספר שאלות שונות העוסקות באותו נושא/תחום והסקת מסקנה כוללת מתוכם • תרומת הריאיון עם איש הקשר למסקנות וההמלצות • על בסיס מסקנות אלו התלמיד יבנה את תמהיל השיווק המשופר 		
פרק 11 תמהיל השיווק המשופר מוצר	<ul style="list-style-type: none"> • תיאור המוצר החדש • השלב במחזור החיים בו נמצא המוצר • תיאור התועלות לצרכן במוצר • מיקום המוצר במפת המוצרים • תיאור אריזת המוצר – כמפורט בהנחיות 		
פרק 12 תמהיל השיווק המשופר המחרה	<ul style="list-style-type: none"> • יעד ההמחרה • שיטת ההמחרה • התאמת ושינוי מחיר • קביעת המחיר הסופי 		
פרק 12 תמהיל השיווק המשופר הפצה	<ul style="list-style-type: none"> • פירוט ערוצי השיווק • אסטרטגיית ההפצה של הארגון • שרטוט ערוץ השיווק 		
פרק 13 תמהיל השיווק המשופר התקשורת השיווקית	<ul style="list-style-type: none"> • תיאור מפורט של הפרסום • תיאור מפורט של קידום המכירות • תיאור מפורט של יחסי הציבור • תיאור מפורט של המכירה האישית • תיאור מפורט של השיווק הישיר/אינטרנטי • פירוט פניית המסר וסגנון המסר • הסבר במקרה שהארגון לא עושה שימוש באחד המרכיבים הנ"ל 		

רמה משוערת	בוצע/לא בוצע	סעיפים	פרק
		<ul style="list-style-type: none"> הצגת טבלת השוואה בין תמהיל השיווק הקיים למשופר כמפורט בהנחיות מענה על השערות המחקר בעמודה נוספת 	פרק 14 השוואה בין תמהיל השיווק הקיים לתמהיל השיווק החדש
		<ul style="list-style-type: none"> סיכום אישי 	

2. האם נושא המחקר, ההשערות והמשתנים התלוי והבלתי תלוי מופיעים לאורך העבודה

באופן זהה ועקבי?

3. האם המאמרים קשורים לנושא השיווקי של העבודה?

4. האם צורפה המצגת? האם בנינו את המצגת ע"פ הכללים המקובלים?

5. האם צורף טופס הצהרה על מקוריות העבודה?

6. האם וידאנו שאין לנו שום הפחתה המופיעה בטבלה?

אם ענינו "כן" על כל השאלות, ניתן להגיש ושיהיה בהצלחה!

ועכשיו בואו נתכונן למעמד ההגנה....ולא נשכח להוסיף גימיק שיווקי 😊

נספח 3 - טופס הצהרה על מקוריות העבודה

שם ביה"ס _____ סמל ביה"ס _____

ישוב _____

שם התלמיד/ה _____

שם התלמיד/ה _____

ת"ז _____

שם המורה המנחה _____

ת"ז _____

תעודת הוראה במקצוע : _____ , מספר רישיון ההוראה _____

טלפון _____ נייד _____ דוא"ל _____

אני הח"מ, מצהיר בזאת כי עבודה זו נעשתה על ידי בלבד.

עבודת הגמר נעשתה 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 : _____

נספח 4 - כללים בסיסיים לבניית מצגת

הרציונל: המצגת (פרזנטציה) מהווה כלי עזר להצגת עבודת הגמר, באמצעותה התלמיד יעמוד על עיקרי העבודה. בבסיס המצגת עומד "תקציר המנהלים", שאותו התלמידים מעבירים באמצעות המצגת באופן חזותי, המצגת היא כלי תומך בהצגת העבודה.

להלן מספר כללים בבניית מצגת:

1. תמציתיות - הטקסט במצגת צריך להיות מתומצת, שכן המצגת מהווה כלי עזר בלבד להצגה של התלמיד, ולא סיכום של טקסט ארוך ומייגע.
2. עקביות – על המצגת להציג באופן עקבי/קוהרנטי את הנושאים/סוגיות/תהליכים שנעשו בפרויקט. תהליך ההצגה צריך להיות רציף (התחלה – אמצע – סוף), לדוגמה, יש להציג קודם את הנושא לפני שמציגים ממצאים או מסקנות.
3. גודל הטקסט – על הטקסט להיות קריא ממרחק סביר, כך שתהיה לצופים אפשרות לראות את הטקסט (גודל הטקסט הרצוי הוא: כותרות – 44, טקסט – 28-32).
4. צבע – יש להשתדל לבחור בצבעי טקסט ורקע שניתן לראות אותם, וכן יש לשים לב לקשר בין צבע הטקסט לצבע הרקע.
5. העברת המסר – רצוי לבחון את המצגת באור ביקורתי. המצגת אמורה להעביר מסר רעיוני עקבי ומלא בנוגע לעבודת הגמר אותה מציג התלמיד.
6. טקסט לעומת אילוסטרציות – במצגת יש חשיבות רבה לויזואליות, מסרים עוברים טוב יותר דרך תמונות, גרפים ואמצעים חזותיים נוספים.
7. חווית הצופה מהצד – יש לבחון עד כמה המצגת מצליחה להיות חוויתית ומעניינת בעבור הצופים בה (כדאי לעשות סימלוציות של העברת מצגת ולעשות תהליך רפלקטיבי לפני ההצגה לבוחן חיצוני).

משך ההצגה – בין 7 ל-10 דקות.