

תכנית ייחודית לבגרות
במינהל עסקים

שם בית הספר:
תיכון שחקים ראש העין בית חינוך ע"ש ברק ועמיחי איטקיס ז"ל
ישוב:
תחום הדעת:
מס' יחידות לימוד:
סמל מוסד:
658989
כותב/י התכנית:
אביה אשואל לוי מושיק לוי, אורן טסה



משרד החינוך המזכירות הפדגוגית אגף א' תחומי בחירה ורב תחומי
תאריך אישור/עדכון 2024

28.06.23



תכנית ייחודית
מנהל עסקים
תיכון "שחקים" ראש העין
בית חינוך ע"ש ברק ועמיחי איטקיס ז"ל

מגישה: אביה אשואל - לוי

תוכן עניינים

3	עמ'.....	רקע על מסגרת התוכנית
4	עמ'.....	ייחודיותה של התוכנית
5	עמ'.....	מספר יחידות הלימוד בתוכנית
5	עמ'.....	כותבי התוכנית ושותפיה
6	עמ'.....	התלמיד וצרכיו
6	עמ'.....	החברה וצרכיה
7	עמ'.....	התפיסה הרעיונית של התוכנית(הרציונל)
8	עמ'.....	מטרות התוכנית
9	עמ'.....	דרכי הוראה
18-10	עמ'.....	מפרט התכנים
19-21	עמ'.....	ביבליוגרפיה
22-25	עמ'.....	נספחים

ביה"ס תיכון "שחקים", הנו תיכון צומח שהוקם בשנת 2022 בשכונת פסגות אפק בראש העין, במטרה להיות בית חינוכי חדשני לבני הנוער בעיר. התיכון נקרא על שם של סג"מ ברק איטקיס ורס"ן עמיחי איטקיס ז"ל, ילדיהם של אריאלה, ראש מחלקת החינוך היסודי בעיר, ובעלה חיים איטקיס, שנפלו במהלך שירותם הצבאי. ברק ועמיחי היו קצינים לוחמים בצה"ל. השאיפה ללמוד בכל זמן ובכל מקום אפיינה את שניהם והם כוונו תמיד לעשייה משמעותית המובילה לצמיחה ולהתפתחות. אי לכך, התיכון הוקם ע"פ פרוגרמה פדגוגית המאפשרת חדשנות, יצירתיות ומצוינות. תוכניות הלימודים בביה"ס משלבות התנסויות חוץ כיתתיות, מפגשים עם עולם התעשייה וכן ראייה פדגוגית השמה את צרכי הפדגוגים, הרגשיים והחברתיים של התלמיד במרכז.

למידה שכזו מוצאת ביטוי רחב במגמת מנהל עסקים אשר מזמנת למידה חוץ כיתתית, למידה חדשנית שמטרתה להפגיש את התלמידים עם גורמים מהתעשייה, לחשוף אותם לעולם העסקים ולאפשר להם למידה רלוונטית, אקטואלית שיכולה לפתוח להם דלתות בעתיד.

כמו כן, תיכון "שחקים" מאפשר לתלמידים מרחב פעולה, מתן במה וקבלת אחריות. מתוך אמונה בשאיפה למיצוי יכולות פיתחנו תוכנית ייחודית ששמה דגש על תהליכי רפלקציה ומיומנויות לומד עצמאי. התכנית "בגרות מרשימ"א" – ממוקדת מטרה, רפלקטיבית, שיתופית, ישימה, משמעותית ואישית. דורשת מהתלמידים בתחילת תקופת לימודיהם בתיכון, לקבוע יעדים ומטרות אותם הם מבקשים לקדם במהלך תקופת הלימודים, כאשר לאורך כל התקופה יש ליווי מצד המורים במטרה לדייק, לשפר ולייצר עוגני הצלחה תוך חתירה למצוינות.

מנהל עסקים הנה מגמה שמקנה כלים לתלמידים להיות עצמאים, לקבל ביטחון להתוות מסלול ולהצמיד אחריהם אנשים אחרים כחלק מנושא מנהיגות.

בנוסף לכל, הרקע לפיתוח התוכנית נבע מתוך הביקוש הקיים אצל תלמידים רבים העולים לתיכון אשר השמיעו קולם והביעו עניין רב בתכנים הקשורים לניהול, שיווק ומנהיגות בעידן העתידי. כשחיפשנו ייחודיות למגמה שתילמד בבית ספרנו, לא יכולנו להתעלם מהתרחבותה של מגמת השימוש באינטליגנציה מלאכותית AI בעולמות רבים ובניהם עולם השיווק, ניהול, מכירות ועוד. כלל החברות בשוק העבודה משתמשות בכלי זה ועל כן ראינו לנכון לשלב בתוכנית הלימודים הכרות עם כלי AI בדגש על שימוש בעולמות התוכן הנ"ל. מתוך אמונה שהתוכנית תספק לתלמידים את הידע הדרוש להם על מנת להיכנס לשוק העבודה העתידי ואף במסגרת הצבאית והאזרחית.

ייחודיותה של התוכנית

מרבית תוכניות הלימוד במנהל עסקים הקיימות עוסקות בכלל הנושאים כגון שיווק, ניהול, התנהגות צרכנים, ניהול פרויקטים ועוד. אולם, אף אחת מהן אינה נותנת מענה לשינוי הטכנולוגי ששוק העבודה עובר בימינו. ה-AI הפך להיות חלק בלתי נפרד מחיינו, הוא משפיע על הדרך שבה אנחנו חיים עובדים ולומדים. הבינה המלאכותית יכולה לאסוף ולנתח נתונים במהירות, לבצע תחזיות, לכתוב תוכנית עסקיות, לפתור בעיות מורכבות ועוד. כלל פעולות אלו הופכות את ה-AI לכלי הכרחי עבור חברות וארגונים בכדי להשיג יתרונות עסקיים.

בחרנו לשלב בתוכנית הלימודים שלנו את נושא הבינה המלאכותית הן בהיבט השיווקי והן בהיבט הניהולי. אנו מבקשים להתמקד בהשפעות של האינטליגנציה המלאכותית על השיווק, השימוש ב-AI לקידום מכירות, השימוש ב-AI לניהול יעיל בחברות. תוך התייחסות לשינויים הצפויים בנושא זה בעקבות הדינמיות הקיימת בו והטכנולוגיה המתחדשת ועל כן בהתאם לכך נלמד את הכלים המתאימים של AI בכל נושא. לא זאת בלבד, התלמידים יתנסו בכלים של AI וילמדו כיצד להשתמש בהם, כדי להקנות להם ידע מעשי שישרת אותם בהמשך הדרך. בנוסף לכך, במשימות השונות בדרכי הערכה בתוכנית הם יידרשו לא אחת, לעבוד עם כלים אלו.

יתר על כן, הייחודיות של תוכניתנו תתבטא ביישום של אחד מחמשת העקרונות העומדים בבסיס התפיסה החינוכית של בית הספר. תיכון שחקים שם לנגד עיניו פיתוח למידה עצמאית החותרת למצוינות ומיצוי יכולות. לאורך התוכנית נשלב הקנייה של מיומנויות לומד עצמאי כמו חשיבה ביקורתית, חשיבה יצירתית, ניהול זמן, למידת עמיתים, רלוונטיות וכו'. מיומנויות אלו יתבטאו הן בהקניית החומר התיאורטי, בנושאי תוכניות הלימוד וכן בדרכי הערכה של התוכנית.

תוכנית הלימוד ייחודית לאור העיסוק העמוק יותר במנהיגות צבאית, כחלק ממגמת מנהל עסקים, כלול הנושא של מנהיגות ובתוכו סוגי המנהיגות בהקשרים שונים כאשר יש התייחסות למנהיגות צבאית אך באופן תמציתי בלבד. בחרנו לפתח נושא זה ולעסוק במנהיגות צבאית תוך דגש על תכונות המפקד, ערכי צה"ל, ניהול צוותים בצבא וכל זאת בהקשר ישיר לנושאים האחרים במנהיגות כמו בסיסי כוח, ניהול צוותים והשפעה. הבחירה בהעמקה בנושא זה מלבד החשיבות שלו בהתייחס לגילאי התלמידים והסמיכות לשירות הצבאי, היא מתוך מהזכות הגדולה שנפלה בחיקנו להיקרא על שמם של סגן ברק איטקיס ז"ל וסרן עמיחי איטקיס ז"ל, שני אחים, קצינים, אשר נפלו בעת שירותם הצבאי. וזאת על מנת להמשיך את מורשתם ולתת מקום של כבוד לערכים בהם האמינו ולאורם פעלו.

ייחודיות נוספת נגזרת מהזכות הגדולה שנפלה בחיקנו להיקרא על שמם של סגן ברק איטקיס ז"ל וסרן עמיחי איטקיס ז"ל, שני אחים, קצינים, אשר נפלו בעת שירותם הצבאי. וזאת על מנת להמשיך את מורשתם ולתת מקום של כבוד לערכים בהם האמינו ולאורם פעלו. לפיכך, בתוכנית הלימוד הוספנו פרק לימוד שיעסוק במנהיגות צבאית: תכונותיו של המנהיג הצבאי וכלל ההיבטים הנוגעים לרוח צה"ל כמו משמעת, חתירה לניצחון, דבקות במשימה, חיי אדם וכו'.

מספר יחידות הלימוד בתוכנית

התוכנית בהיקף של שתי יחידות לימוד מנהל עסקים (180 ש"ש) כוללת בתוכה את הנושאים : שיווק ומנהיגות, כאשר בשני הנושאים נכלול את תחום ה-AI. וזאת בנוסף לשתי יחידות לימוד כלכלה ויחידת חקר, שאינה נכללת בתוכנית הייחודית. כך שהלימודים במגמה יקנו לתלמידנו סה"כ 5 יחידות לימוד.

מכיוון שמדובר במגמה חדשה בבית ספרנו שנפתחת בשנת הלימודים תשפ"ד, 2 יח"ל - מנהל עסקים יילמדו בכיתה י"א בלבד. בכיתה י"ב, התלמידים ילמדו את שאר יחידות הלימוד על מנת שתהיינה להם 5 יח"ל בסה"כ.

כותבי התוכנית ושותפיה

אביה אשואל לוי – רכזת המגמה, בעלת תואר ראשון במשפטים, תואר שני במנהל עסקים מהקריה האקדמית אונו. בנוסף, בעלת תעודת הוראה באזרחות ובמדעי החברה. בשנים האחרונות עבדה כמחנכת, מורה לאזרחות, רכזת אזרחות וכן רכזת תקשוב בבית"ס הרב תחומי עמל ב' פ"ת.

מושיקו לוי – בעל תואר ראשון במשפטים מהקריה האקדמית אונו, תואר שני במנהל עסקים בהתמחות בשיווק מאוניברסיטת בר אילן. כיום, מנהל מכירות אזורי ביוניון מוטרכס יבואן טיוטה, בנוסף משמש כאחראי הבלעדי על השקות הרכבים וממונה על שביעות רצון הלקוחות ברשת המכירות. בעבר ניהל מותג בחברת גיל קאר וכן שימש כמנהל שימור שטח בחברת סלקום.

אורן טסה - בעל תואר ראשון בניהול ומדעי המחשב מהאוניברסיטה הפתוחה, סמנכ"ל טכנולוגיות בחברת וואן סיטי וחבר בהנהלה הבכירה של חברת בזק. סיים קורס דירקטורים וחבר ועדת הביקורת בעמותת בלב רעננה המקדמת בית בקהילה לילדים עם צרכים מיוחדים.

התלמיד וצרכיו

תלמידי תיכון שחקים, הנם תלמידי שכונת פסגות שנבנתה בשנים האחרונות, שכונה זו היא קיבוץ גלויות של אוכלוסיות רבות ממגוון ערים, בעלי רקע חברתי, כלכלי ותרבותי שונה.

במהלך ימי החשיפה ותהליכי הרישום וכן משאלון שהעברנו בקרב תלמידי כיתה ט', נמצא כי יש ביקוש רחב ללימוד נושא מנהל עסקים, לתלמידים יש עניין רב בנושאי השיווק, ניהול בעולם הטכנולוגי של היום המשלב בתוכו את האינטרנט, הרשתות החברתיות וכן את ה-AI.

המגמה מיועדת לתלמידים סקרנים, בעלי ביטחון ורוח מנהיגות, עם יכולות של חשיבה יצירתית, חשיבה מחוץ לקופסה, בעלי שאיפות ומכווני מטרות. מאופיינים כ"מאמצים מקדימים", בעלי נטייה טכנולוגית ויכולות שימוש מחשב בסיסיות. כמו כן, נדרשות יכולות ריאליות לאור לימוד נושא הכלכלה המשלב בתוכו תוכן מתמטי ואנליטי.

תנאי קבלה:

התנהגות א'.

מתמטיקה – 4-5 יח"ל.

אנגלית – 5 יח"ל (עקב השימוש ב AI וקריאת מאמרים ומחקרים).

החברה וצרכיה

בשנים האחרונות מתרחשת בעולם מהפכה טכנולוגית על ידי יישומים מבוססי בינה מלאכותית, אשר מאפשרים למשתמש לא רק לנתח נתונים, להפיק תובנות או לבצע פעולות מסוימות. אלא ליצור תכנים חדשים מכל הסוגים כמו תמונות, שירים ועוד. המהפכה הזאת רלוונטית ושימושית עבור כלל האוכלוסיות הן עובדי הייטק והן בני נוער וסטודנטים באקדמיה.

טכנולוגיית ה-AI שינתה את דרישות העבודה באופן יחסי בשוק, היא גרמה לשינוי רמת התפוקה, איכות החיים. על אף החשש כי ה-AI יוביל לשינוי בביקוש ובצורך של עובדים בתחומים מסוימים לאור היכולת שלה לחקות התנהגויות אנושיות ההשפעה של ה-AI היא בהעצמת תפוקת העובד האנושי והיכולות שלו. חברות בשוק העוסקות בשיווק וכן מנהלים המסתייעים בכלים של AI הופכים את החברה ליותר יעילה, הם מחזקים את יכולות העובדים שלהם בפן היצירתיות, התכנון, באופן בו הם עובדים יחדיו וכן ביכולת להפיק בצורה מהירה תוצרים ותוצאות. כאשר מבצעים סינרגיה בין האדם לבין הבינה המלאכותית אנו יכולים ליצור יתרון עסקי לחברה.

לפיכך, הדור של היום שיצא לשוק העבודה בעוד מספר שנים, בהכרח ייחשף לכלים של AI ויידרש להכיר אותם ולשלב אותם בתחום עבודתו. מגמה זו מעניקה לתלמידים את הכלים לעשות שימוש בכלים של בינה מלאכותית בהקשר לעולם השיווק והניהול. להתנסות, להכיר לעומק את היכולות ולהבין את היקף ומידת ההשפעה של טכנולוגיה זו על עולם הניהול והשיווק. באופן זה, נכשיר את התלמידים שלנו לצאת אל עולם התעסוקה כשהם בעלי התכונות והמאפיינים המתאימים לשוק העבודה העתידי, בכך נקנה להם יתרון יחסי לעומת מועמדים אחרים.

התוכנית של מנהל עסקים מבוססת שני נושאים עיקריים: שיווק וניהול. כאשר לאורך כל התוכנית ניתן דגש להימצאותה של טכנולוגיית ה-AI ולאפשרויות שהיא פותחת.

ראשית, התלמידים ילמדו את כל נושא השיווק, החל מהמבוא לשיווק, הבנה של גישות השיווק השונות, הכרת המושגים הבסיסיים של עולם השיווק ובהמשך צלילה אל כלל הפעולות השוטפות הנדרשות לאיש שיווק כגון: זיהוי צרכי לקוח, חקר שוק, פילוח וכו'. בשילוב נושא החקר התלמידים יחשפו לכלים של AI המסייעים לניתוח הנתונים וסיוע באיתור צרכי הלקוחות ויצירת פילוח מתאים. כחלק מנושא הצרכנים והלקוחות, התלמידים יעמיקו בנושא כלכלה התנהגותית על מנת להבין את התנהגויות הצרכנים השונות והבנת השוק לעומקו.

לאחר מכן, התלמידים יחשפו לתמהיל השיווק, להגדרתו של מותג ובידולו וכן לכוחות הפועלים בשוק והיכולת של חברה לייחד עצמה אל מול חברות אחרות. בחלק זה של בידול המוצר ואופן שיווקו על ידי ערוצי שיווק שונים, התלמידים יעסקו בטכנולוגיות AI המסייעות ליצירת מותגים, כתיבת תוכן פרסומי, כלי עיצובי וכו'.

שנית, התלמידים ילמדו את נושא הניהול. תוך התייחסות למרכיבי הניהול, גישות ניהוליות, הפעלת עובדים, בסיסי כוח ועוד. בנוסף לכך נתמקד בסגנון המנהיגות הצבאית מתוך הרצון לפתח את הנושא הקיים בתוכנית הלימוד "מנהיגות בהקשרים ארגונים שונים" וכן על מנת לחבר את תלמידנו למורשתם ולערכיהם של ברק ועמיחי, שעל שמם קרוי בית ספרנו, במטרה ללמד על ערכי המנהיגות הצבאית. אחת הדרכים ללמידה תתבצע באמצעות שיתוף פעולה עם המכינה הקדם צבאית "מגדלור" שהוקמה לזכרם של ברק ועמיחי איטקיס ז"ל, מכינה הפועלת לקידום מנהיגות חברתית ולצמצום פערים בחברה הישראלית. כמו כן, נושא הניהול יכלול בתוכו את דרכי הניהול, קבלת החלטות ועיסוק בשיטות השונות לניהול עובדים תוך כדי השמת דגש להנעת העובדים. גם בחלק זה נשלב את טכנולוגיית ה-AI כמסייעת לחיזוק המוטיבציות השונות בעבודה ולהנעת העובדים לייצור תשואות גבוהות יותר וכן ככלי לניהול אפקטיבי יותר על כל היבטיו.

תוכנית זו תשלב בכל חלקיה את מיומנותו של הלומד העצמאי במאה ה-21, תאפשר לתלמידים אוטונומיה בבחירת משימות הערכה, באופן ובקצב הלימוד וכן תקנה לתלמידים לאורך כלל הנושאים מיומנויות שונות כגון: יצירתיות, חשיבה ביקורתית, עבודת צוות, תכנון, עצמאות וסקרנות. בתוכנית זו התלמידים יידרשו לבצע משימות בהרכבים שונים, הן באופן עצמאי כגון "כיתה הפוכה" והן בהרכבים של קבוצות וזוגות ואף בלמידה כיתתית כלמידת עמיתים מתוך מטרה לענות על כלל סגנונות הלמידה.

מטרות התוכנית

מטרות קוגניטיביות

- התלמיד יכיר את הכלים העומדים לרשות אנשי השיווק.
- התלמיד יוכל לזהות מה מניע צרכן לפעול מתוך הבנה של המושגים בתורת השיווק.
- התלמיד יבין את הקשר בין הבינה המלאכותית AI לעולם השיווק והניהול.
- התלמיד יבין וידע לחשוב בצורה ביקורתית כלפי חברות מסחריות הפועלות בעולם העסקי.
- התלמיד יבין תהליכים בשיווק והשפעות הגומלין ביניהם.
- התלמיד יכיר את תהליכי הניהול השונים ואת השפעת המנהל על עובדיו והחברה כולה.
- התלמיד יפתח תפיסה ניהולית להבנת הגורמים המשפיעים על הארגון וסביבתו.

מטרות חברתיות – רגשיות

- התלמיד יתנסה בעבודה צוותית, זוגית וכן בלמידת עמיתים.
- התלמיד ייחשף לדפוסי התנהגות ניהול מגוונים ולדרכים לניהול אפקטיבי.
- התלמיד יפתח מודעות למידת ההשפעה שלו על ביה"ס והקהילה.
- התלמיד יכיר בחשיבות יישום ערכי מנהיגות ובביצוע תפקיד פיקודי בצה"ל.
- התלמיד יפנים את הערכים המאפיינים את העולם העסקי: יצירתיות, חדשנות, תחרותיות וכו'.
- התלמיד יבין את החשיבות בשילוב כלי AI ומורכבותו האתית על העולם השיווקי והניהולי.

מטרות בתחום המיומנות

- התלמיד יגדיר מושגים מגוונים מתוכנית הלימודים.
- התלמיד ינתח אירועים אקטואליים שיווקיים, עסקיים וניהוליים.
- התלמיד ידע לאתר מקורות מידע מגוונים על ידי שימוש במנועי חיפוש ואיתור מתקדמים.
- התלמיד ידע לעשות שימוש ביישומים של AI.
- התלמיד ידע לתכנן את אופן הלמידה שלו בתוכנית הלימוד.
- התלמיד יהיה מסוגל להקים פרויקט מנהיגותי בקהילה.
- התלמיד יתנסה בשאילת שאלות ובחשיבה ביקורתית.
- התלמיד יתנסה בתהליכי קבלת החלטות בעבודה צוותית.
- התלמיד יפתח כישורי לומד עצמאי.
- התלמיד ירכוש כלים בסיסים ומיומנויות בתחומי הניהול.

דרכי הוראה – למידה- הערכה

דרכי ההוראה-למידה:

1. דיונים בנושאי אקטואליה וניתוחם באמצעות הכלים והמושגים שילמדו.
2. סיורים לימודיים להכרת עולם העסקי.
3. ביקור במכונה הקדם צבאית מגדלור
4. מפגשים והרצאות אורח ע"י אנשי אקדמיה, אנשים מהתעשייה.
5. שילוב סרטונים ומצגות בהוראת התכנים.
6. למידה בשיטות שונות כגון: ג'יקסו, ששת הכובעים של בונו, כיתה הפוכה.
7. שימוש מעשי בכלים של AI.
8. פרזנטציות ע"י התלמידים בשיטת Ted.

דרכי הערכה:

משקל	מחצית	אופן הערכה
10%	מחצית א'	עבודה בניית מותג בשילוב AI- (קבוצתי)
10%	מחצית א' + ב'	X2 בחנים (כל בוחן 5%)
10%	שנתי	הערכת מורה
25%	מחצית א'	מבחן מתוקשב מסכם שיווק
15%	מחצית ב'	מבחן מסכם ניהול
30%	מחצית ב'	פרויקט מנהיגות(בקבוצות)

70%

הערה חשובה:

על אף שנושא השיווק מוקצה ללמידה במחצית א', ייתכן ויגלוש למחצית ב'. בנוסף לכך, לאור כמות החומר והעובדה כי כלל נושא מנהל עסקים נלמד בשנת לימוד אחת. חלק מהנושאים יועברו בשיטת "כיתה הפוכה" (שיטה זו מצוינת ליד הנושאים הרלוונטיים בטבלת חלוקת הלימוד ושיטותיה).

שיווק – *התוכנית מתבססת על ת"ל של ביה"ס הרצוג (מלבד נושא AI)

נושא	מס' שעות	מטרות אופרטיביות	מושגים בסיסיים	דרך הוראה
מהות השיווק והתפישות השיווקיות	5	התלמיד יכיר את התפישות השיווקיות השונות : יצור, מוצר, מכירות, שיווקית, שיווקית חברתית, התלמיד יבין את ההבדל בין רצון לצורך, התלמיד יבין מהו שיווק וכיצד הוא משמש כלי ניהולי בידי הפירמה	שיווק, רצון, צורך, מוצר, שירות, ביקוש והיצע, מערכת חליפין, תפיסת יצור, תפיסת מוצר, תפיסת מכירות, תפיסה שיווקית, תפיסה שיווקיות חברתית	הוראה פרונטלית ניתוח חברות שונות והבנת התפישות השיווקיות שלהן ניתוח כתבות עסקיות ודיון פעיל
התנהגות צרכנים : גורמים תרבותיים, חברתיים ופסיכולוגים	6	התלמיד יכיר את גורמי הסביבה השונים והשפעתם על התנהגות הצרכן, התלמיד יכיר את הגורמים החברתיים המשפיעים על התנהגות הצרכנים, התלמיד יכיר את המודל המיקרו-כלכלי, המודל הפסיכו אנליטי, המשפך השיווקי וסולם הצרכים של מאסלו, התלמיד יבין כיצד האופן בו צרכנים מרגישים, חושבים, מעריכים, בוחרים וצורכים מוצרים ושירותים משפיע על הצלחת הפירמה	תרבות, מעמד חברתי-כלכלי, קבוצה, קבוצת התייחסות, מנהיג דעה, תא משפחה, סגנון חיים, מצבי קנייה, מודל מיקרו כלכלי, מודל פסיכואנליטי, המשפך השיווקי, סולם הצרכים של מאסלו	הוראה פרונטלית ניתוח פרסומות שליחת התלמידים לקניון וניתוח בכיתה של ההתנהגות בנקודות מכירה ניתוח פעילות ברשתות חברתיות דיו פעיל בכיתה לגבי הצרכים המניעים אותנו סקר בכיתה על מספר מותגים לגבי מיקום התלמידים במשפך השיווקי

הוראה פרונטלית	בינה מלאכותית דמות אנוש, בינה מלאכותית שאינה דמות אנוש. בינה מלאכותית חזקה, בינה מלאכותית צרה	התלמיד יכיר את מטרתה ושימושיה של הבינה המלאכותית. התלמיד יבין את השפעתה של AI בכלל ועל עולם השיווק בפרט. התלמיד יכיר את התפתחותה של מגמת AI	2	AI
מנועי חיפוש – סקירה כללית של התלמיד והוראה פרונטלית	ChatGPT, Siri, OpenAI, Chat pdf	התלמיד ייחשף למגוון הכלים של AI ברמה התיאורטית בסקירה כללית	3	כלים של AI
הוראה פרונטלית	איסוף מידע ונתוני צרכנים באמצעות תוכנות AI, ניתוח הנתונים ובעקבות הניתוח זיהוי רעיונות, מגמות וטרנדים צרכניים, זיהוי לקוחות פוטנציאלים, בדיקת אפקטיביות של קמפיין שיווקי	התלמיד יכיר את הכלים השונים ב-AI לזיהוי צרכי לקוח. התלמיד יבין את יתרונות ה-AI בהבנת התנהגות צרכנים.	5	השפעת AI על התנהגות צרכנים
צפייה בקורס MOOC + קריאת מאמר כיתה הפוכה	ברירות מחדל של צרכנים, העדפות אישיות של הצרכן, בחירות יחסיות של הצרכן, החלטות לטווח ארוך, יחסיות הכסף, כאב התשלום ומחירו של חינם	התלמיד יכיר את מגוון ההתנהגויות הלא רציונליות של צרכנים. התלמיד יבין כיצד הבנת התנהגות הצרכן יכול להשפיע על אופן הצריכה שלו ועל אסטרטגית החברה.	4	כלכלה התנהגותית
הוראה פרונטלית, צפייה בקבוצות מיקוד והבנת מטרותיה, ניתוח תוצאות סקרים מתוך סקר אותנטי ודיון פעיל מה ניתן לעשות עם תוצאות סקרים	סוגי מחקר שיווקי, תכנון מחקר, מחקר ראשוני, מחקר משני, מחקר איכותני, מחקר כמותי, קבוצות מיקוד, ראיונות, סקר, מחקר כמותי	התלמיד יכיר את שיטות המחקר השונות – מחקר ראשוני ומשני, מחקר איכותני וכמותי, התלמיד ידע מהו מחקר איכותני - קבוצות מיקוד וראיונות ומהו מחקר כמותי – ראיונות וסקרים, התלמיד יכיר	5	מידע שיווקי: מבוא ומחקרי שוק

		את שלבי תכנון תהליך המחקר השיווקי, התלמיד יבין את חשיבות המידע השיווקי לפירמה, התלמיד ידע לבחור מחקר שיווקי מתאים לבעיה, התלמיד ידע להגדיר את יעדי המחקר		
אסטרטגיות עסקיות : מבוא ופילוח שוק	2	התלמיד יבין מהי אסטרטגיה וכיצד היא משפיעה על החלטות, התלמיד יבין כיצד פירמות מצליחות באמצעות אסטרטגיה מתאימה להסתגל לשוק משתנה, התלמיד יכיר את תהליך פילוח השוק ויבין את חשיבותו	אסטרטגיה, ניתוח מצב ופילוח שוק, שוק מטרר	ביקור בחברה עסקית מובילה הוראה פרונטלית סימולציות ניתוח אירועים
AI ככלי לפילוח ועיבוד נתונים	3	התלמיד יבין כיצד כללי AI מסייע לפילוח יעיל של ביג דאטה	Meltwater, Serpstat, Hubspot, Scoop.it,	הוראה פרונטלית ושימוש מעשי
אסטרטגיות עסקיות : ניתוח סביבה חיצונית ופנימית ומודל SWOT	7	התלמיד יזהה את הכוחות השונים המשפיעים על הפעילות העסקית של החברה, התלמיד ידע לנתח את הסביבה החיצונית של הפירמה, התלמיד יבין את חשיבות ניתוח הסביבה החיצונית והפנימית על החלטות אסטרטגיות, התלמיד יכיר איומים והזדמנויות, חזקות וחולשות של החברה, התלמיד יכיר את מודל SWOT	ניתוח סביבה חיצונית, PEST, ניתוח חוזקות וחולשות של הפירמה, SWOT	ביקור בחברה עסקית מובילה הוראה פרונטלית ניתוח חברה לדוגמא בכיתה
אסטרטגיות עסקיות : תמהיל השיווק	3	התלמיד יכיר את תמהיל השיווק, התלמיד יבין כיצד מתכננים את תמהיל השיווק, התלמיד יישם בניית תוכנית שיווקית	תמהיל השיווק, Ps, 4 מקום, מחיר, מוצר, פרסום, Ps, 7, 11Ps	הוראה פרונטלית סימולציות של תמהילי שיווק של חברות מענפים שונים

מוצרים ומותגים : מחזור חיי מוצר	2	התלמיד ילמד כיצד הפירמה מנהלת את תמהיל המוצר, התלמיד יבין את התנהגות הלקוחות בכניסת מוצר חדש, התלמיד יכיר סוגי מוצרים, התלמיד יבין את אסטרטגיית חיי המוצר	מחזור חיי מוצר, תמהיל מוצרים, Innovators, Early Adopters Early Majority , Late Majority , Laggards	הוראה פרונטלית דיון פעיל לגבי אימוץ מוצרים ע"י הכיתה
מוצרים ומותגים : בידול מוצר ומיצוב	4	התלמיד ידע את הדרכים לבידול שייצור יתרון תחרותי התלמיד יבין כיצד פירמה יכולה לבחור מיצוב מתאים, התלמיד ידע לנתח את המיצוב התחרותי של המוצר	מודל BCG, בידול המוצר, מיצוב	הוראה פרונטלית ניתוח מוצרים שונים והבנת הבידול
מוצרים ומותגים : המותג	5	התלמיד ידע מהו מותג, התלמיד יבין את חשיבות המותג, התלמיד ידע לזהות סוגי משפחות מותגים	מיתוג, היררכיית מותגים	הרצאה – מנהל מותג הוראה פרונטלית ניתוח של משפחות מותגים צפייה בפרסומות והבנת המסר המותגי
יצירת מותג AI	6	התלמיד ייחשף לכלים של יצירת מותג AI התלמיד יבין את היתרונות בשימוש ב-AI לשם יצירת מותג	DALL·E 2, Looka, Fiverr Logo Maker, דרים סטודיו, Filmora, canva, synthesia	התנסות מעשית בכלי AI כיתה הפוכה
ערוצי שיווק : רמות וסוגים	3	התלמיד יכיר את אסטרטגיות להפצת המוצר, התלמיד יכיר את ערוצי השיווק השונים ומשימותיהם, התלמיד ידע לתכנן ערוצי שיווק מתאימים לקהל היעד ולמוצר	רמות וסוגי ערוצי שיווק, הפצה בלעדית, סיטונאי, קמעונאי, זכיון, שיווק ישיר, שיווק עקיף	משימה בכיתה – איתור ערוצי הפצה הוראה פרונטלית דיון פעיל - ניתוח חברות וענפים בחתך ערוצי הפצה
מחירים והמחרה	8	התלמיד ילמד כיצד הפירמה קובעת את מחירי המוצרים והשירותים, התלמיד יכיר את שיטות ההמחרה השונות, התלמיד ידע לזהות את סוגי ההמחרה השונים, התלמיד	מטרות המחרה (הישרדות, רווחים, מכירות), שיטות להמחרה (מרווח, ערך נתפש, מחיר מקובל, פסיכולוגית, יוקרה, טור מחירים, מספרים לא מעוגלים), התאמות מחיר	הוראה פרונטלית ניתוח אירועי המחרה של מוצרים שונים איסוף דוגמאות לכל שיטה בעולם האונליין

		ידע להתאים את שיטת ההמחרה לסוג המוצר		
אסטרטגיה תחרותית: תחרות בענפים שונים	6	התלמיד יבין מהי תחרות וכיצד היא משפיעה על הפירמה, התלמיד ידע לזהות את האסטרטגיה התחרותית של חברות, התלמיד ידע לזהות את סוגי התחרויות השונות, התלמיד ידע להתאים את פעילות הפירמה לתחרות	תחרות, תחרות מותגים, תחרות ענפית, תחרות צורה, תחרות כללית, אסטרטגיה תחרותית בענפים שונים (עולים, במעבר לבגרות, דועכים), משפחות של אסטרטגיות תחרותיות, דרכי פעולה	כיתה הפוכה: לימוד עצמי של אסטרטגיות תחרותיות וניתוח אירועים של תחרות בכיתה הוראה פרונטלית
אסטרטגיה תחרותית: מודל פורטר	6	התלמיד יכיר את מודל רמת התחרות של פורטר, התלמיד ידע לנתח תחרות לקוחות וספקים, התלמיד ידע לנתח את הכוחות המשפיעים על רמת התחרותיות בענף, התלמיד ידע לזהות את מיקום הפירמה בתחרות	ניתוח מבני של ענפים, חסם כניסה, חסם יציאה, מודל פורטר, כוח מיקוח ספקים, מוצרים תחליפיים, כוח מיקוח קונים	הוראה פרונטלית ניתוח אירועים
אסטרטגיה תחרותית: אסטרטגיות תחרותיות ודרכי פעולה	4	התלמיד יכיר את משפחות האסטרטגיות התחרותיות, התלמיד ידע לזהות את האסטרטגיה התחרותית של הפירמות השונות, התלמיד יבין מהן דרכי הפעולה האפשרויות לאור התחרות הקיימת	אסטרטגיית מנהיגות בעלויות הכוללות, אסטרטגיית בידול, אסטרטגיית התמקדות	ביקור בחברה עסקית מובילה הוראה פרונטלית ניתוח אירועים
תקשורת שיווקית: תמהיל תקשורת שיווקית	3	התלמיד ילמד כיצד הפירמה מנהלת את תמהיל התקשורת השיווקית, התלמיד יבין כיצד קובעים יעדים לתקשורת השיווקית, התלמיד יבין את היתרונות היחסיים של כל אמצעי מדיה	תמהיל התקשורת השיווקית, ו- online פרסום, BTL ATL offline, תוכן שיווק	הוראה פרונטלית ניתוח מסעות פרסום סימולציות

תקשורת שיווקית: פרסום	3	התלמיד יכיר את השלבים השונים בתכנון פרסום, התלמיד ידע לנסח בריף שיווקי, התלמיד יבין כיצד לקבוע תקציב פרסום	תקציב פרסום, עלויות, פרסום, מסר	הרצאה – מנהל משרד פרסום הוראה פרונטלית תרגול כתיבת בריף ומסר
תקשורת שיווקית: קידום מכירות ויחסי ציבור	2	התלמיד יכיר את השימוש בשיווק בנקודות המכירה, התלמיד יכיר מושגי יסוד ביחסי ציבור, התלמיד יבין כיצד לקבל החלטות בקידום מכירות, התלמיד יבין כיצד יכולה הפירמה לנצל את יחסי הציבור	שיווק בנקודות מכירה, כלי קידום מכירות, יחסי ציבור שיווקיים, משרד יח"צ	כיתה הפוכה
תקשורת שיווקית: העולם הדיגיטלי	5	התלמיד יכיר את עקרונות היסוד של הפרסום הדיגיטלי, התלמיד יכיר כיצד להשתמש ביתרונות הפרסום הדיגיטלי, התלמיד ידע למדוד הצלחת הפרסום בעולם הדיגיטלי, התלמיד יבין את ההבדלים בין פרסום מקוון לפרסום רגיל	סוגי פרסום דיגיטלי – SEM, SEO, כלי 'טירגוט', פרפורמנס, מסעות, CPL, CPM, CPC לקוח'	הוראה פרונטלית ניתוח מסעות פרסום דיגיטליים
שיווק דיגיטלי באמצעות AI	5	התלמיד יבין את השפעתה של הבינה המלאכותית על השיווק הדיגיטלי. התלמיד יכיר את הדרכים השונות שניתן לשווק באמצעות AI.	התאמה אישית, יצירת תוכן, אופטימיזציה של מסע פרסום, שירות לקוחות, אתגרי הבינה המלאכותית, חווית לקוח כלים – Conversica, Drift, wix.	שימוש בצ'אטבוט ע"י התלמידים הוראה פרונטלית
תקשורת שיווקית: מדידה	2	התלמיד יכיר את הדרכים למדידת השפעת הפרסום, התלמיד יבחין בין תגובות שונות של הצרכן לפרסום, התלמיד יבין את ההבדל בין שינוי עמדות לבין בקרת התנהגות	הערכת יעילות הפרסום, מחקר מודעות – חשיפה, זיהוי וזכירה, הבנת המסר, אהדה, הנעה לפעולה, מדדי ביצוע דיגיטליים – צפייה מלאה, צפייה חלקית, הקלקה, שיטוט, רכישה/ליד, ROI, Testing AB	ניתוח מחקר הוראה פרונטלית ניתוח פרסומות

אתיקה AI	3	התלמיד יבין את המורכת בשימוש AI ואת הבעיות האתיות העולות מכך.	קניין רוחני, זכויות יוצרים, הטיה אלגוריתמית	הוראה פרונטלית, דיון קבוצתי
סה"כ	112			

ניהול

נושא	מס' שעות	מטרות אופרטיביות	מושגים בסיסיים	דרך הוראה
מנהיג ומנהל: הבדלים ודמיון	2	התלמיד ישווה בין מאפייני מנהיגים למאפייני מנהלים ויתאר את נקודות השוני והדמיון ביניהם.	מנהיג, מנהל	הוראה פרונטלית, מבדק גוגל פורמס
סגנונות מנהיגות	6	התלמיד יכיר את הגישות המסורתיות והמתקדמות של מנהיגות. התלמיד ילמד להבחין בהבדלים הקיימים בין מנהיג מעצב למתגמל	מנהיגות סמכותית, מנהיגות דמוקרטית, מנהיגות נמנעת, מנהיגות מתגמלת, מנהיגות מעצבת	הוראה פרונטלית, צפייה בסרט המאמן קרטר ומילוי דו"ח צפייה.
מנהיגות בהקשרים ארגוניים שונים	2	התלמיד יתאר את ביטויי המנהיגות בהקשרים השונים התלמיד יבחין במודלים שונים של מנהיגות. התלמיד יתאר את סוג המנהיגות בארגון	מנהיגות בעולם העסקי, מאפייני מנהיגות עסקית, מנהיגות בארגונים עתירי ידע, מנהיגות צבאית, מנהיגות בחינוך.	

מנהיגות צבאית	2	התלמיד יכיר את תכונותיו של מנהיג צבאי התלמיד יבין את האתגרים העומדים מול מנהיג צבאי בימינו.	מנהיגות צבאית ישראלית, ייחודיותה של המנהיגות הצבאית, שינויים במנהיגות הצבאית - ממנהיגות קרבית למנהיגות ניהולית ארגונית, מודל מנהיגות ייחודי לבני דור ה-Y וה-Z	הוראה פרונטלית, סיור במכינה קדם צבאית מפגש עם קצין בכיר
תכונות המנהיג	2	התלמיד ימנה את תכונות המנהיג	תכונות מולדות, תכונות נרכשות	משימת בית צפייה בסרטים הדיקטטור הגדול, הדיקטטור ונאום המלך ומענה על דף עבודה.
מקורות למנהיגות	2	התלמיד יסביר את המקורות למנהיגות	מנהיגות מולדת, מנהיגות נרכשת, מנהיגות מצבית	הוראה פרונטלית – סיפור מנהיגים – חקר בית
כוח, סמכות והשפעה	5	התלמיד יכיר את מקורות הכוח הנתונים למנהיג התלמיד ידע לסווג אלו מקורות כוח יש להשתמש בסיטואציות שונות. התלמיד	כוח, מקורות כח, סמכות, מקורות סמכות, בסיסי כוח רכים, בסיסי כוח קשים, השפעה, מנהיגים פורמליים, מנהיגים בלתי פורמליים	הוראה פרונטלית צפייה באוסף סרטונים – כיתה הפוכה.
תיאוריית ההתקשרות	H	התלמיד יכיר את תיאוריית ההתקשרות התלמיד יבין כיצד דפוסי התקשרות משפיעים על דפוסי הפעלה וקבלת כוח	דגם עבודה פנימי, חרד אמביוולנטי, בטוח, נמנע, בולבי	צפייה בסרטון המחקר
הפעלת עובדים	5	התלמיד יכיר את השיטות השונות להפעלת עובדים	מתן פקודות, היוועצות משותפת, טפלול, הפעלה עצמית, קואופטציה, חניכה ואימון	אתגר המרשלו, הוראה פרונטלית
ניהול והפעלת עובדים עם AI	2	התלמיד יכיר דרכים לניהול אפקטיבי יותר של עובדים בעזרת AI		
ניהול צוותים	6	התלמיד יבדיל בין הדרכים להפעלת עובדים התלמיד יתאר את הדרכים להפעלת צוות	מאפייני צוות, תהליכים בהתפתחות צוות עבודה, הגורמים המשפיעים על אפקטיביות הצוות, ניהול קונפליקטים, גומרים לקונפליקט, אסטרטגיות לפתרון קונפליקט	הוראה פרונטלית ששת הכובעים של בוני

ניהול בין דורי	2	התלמיד יכיר את מאפייני הדורות השונים. התלמיד ישווה בין הדורות השונים.	דור X, דור Y, דור Z	הוראה פרונטלית משחק תפקידים
אינטליגנציה רגשית	2	התלמיד יבין את הקשר בין אינטליגנציה רגשית לניהול	אינטליגנציה רגשית, אינטליגנציה בין אישית, אינטליגנציה תוך אישית	מענה על שאלון אישיותי והוראה פרונטלית
קבלת החלטות	3	התלמיד יגדיר מהי החלטה	החלטה	הוראה פרונטלית
אי ודאות	3	התלמיד יסביר מהו מצב של אי ודאות בארגון	אי ודאות	קריאת אירועים אקטואליים.
קבלת החלטות AI	5	התלמיד יבין כיצד AI מסייעת לתהליכי קבלת החלטות אפקטיבית	סמכות עצמית, אחריותיות, מיומנויות אנושיות	הוראה פרונטלית ניתוח מאמר
תהליכי קבלת החלטות	8	התלמיד יתאר תהליך קבלת החלטות התלמיד יסביר את הסיבות להימנעות מקבלת החלטות	תיאור בעיה והגדרתה, איסוף מידע, גיבוש חלופות, ניתוח והערכת חלופות, בחירת חלופה, משוב.	חלוקה לקבוצות, קטעי אירוע – התלמידים ידרשו לקבל החלטות קבוצתיות ע"פ הנחיות. הוראה פרונטלית
מודלים קבלת החלטות	8	התלמיד יסביר את הגישות הנבחרות לקבלת החלטות. התלמיד ישווה בין המודלים השונים לקבלת החלטות.	גישה כלכלית- רציונלית, גישה פסיכולוגית, מודל השבעת רצון, תיאורית החלטות מהירות וחסכוניות, היוועצות משותפת, הטיות בקבלת החלטות, חשיבה קבוצתית.	הוראה פרונטלית מאמר יום כיפור
סה"כ	68			

ביבליוגרפיה למורה

- אבוליו, ב' (1999). הטווח המלא של המנהיגות, בתוך: איציק גונן ואליאב זכאי (עורכים). מנהיגות ופיתוח מנהיגות: מהלכה למעשה. הוצאת משרד הביטחון, עמ' 65-76.
- אריאלי, ד' (2008). לא רציונאלי ולא במקרה, מטר.
- אריאלי, ד' (2011). לא רציונאלי אבל לא נורא, דביר.
- בן שלום, ע' וזלמנוביץ, ב' (2018). מגמות בהתפתחותה של תורת המנהיגות הצבאית הישראלית- אתגרים ומענה. בין הקטבים, גיליון 16-17, מערכות בית ההוצאה לאור של צה"ל, עמ' 225-244.
- בקל, ס' (2021). הבלחות. הוצאת מטר.
- גבע, א' (2012). התנהגות צרכנים - החלטות קניה, האוניברסיטה הפתוחה.
- גל, ר' (2005). מנהיגות בקרב. בתוך א', גונן וא', זכאי (עורכים), מנהיגות ופיתוח מנהיגות: מהלכה למעשה (עמ' 9 תל-אביב): משרד הביטחון.
- גליקסון, א', וילנצ'יק, י' (2022). ההשלכות האפשרויות של ניהול אלגוריתמי על כוחם הנתפס של המנהלים. תיאוריה ופרקטיקה בניהול, גיליון 4, עמ' 63-53.
- הורניק, י', קוטלר, פ', קלר, ק' (2012). ניהול השיווק, כרכים א'-ב', האוניברסיטה הפתוחה.
- הרט, ג' וקלפטון ג' (2021). מבוס למאמן. הוצאת מטר. פרקים 3,4,5.
- וגנר, ע' ודביר, ט' (2004). זה כל הקסם: מנהיגות מתמירה, רגשות המונהגים וביצועיהם. סטאטוס, 151, עמ' 40-45.
- וולף, ר' (2003). קבלת החלטות בצוות ולמידה מטעויות כאמצעי לשיפור האפקטיביות הארגונית. ניהול, 153/4, עמ' 34-36.
- זינגר, ע', סמן טוב נחניאלי, א' (2022). הצד האפל בתפיסת הבינה המלאכותית כהזדמנות — השלכות התנהגותיות על עובדים מקצועיים בתהליכי קבלת החלטות חידושים בניהול, עמ' 60-49.
- זכאי, ד' (1998). קבלת החלטות טובות, נכונות וללא חרטות. פרולוג, ראש העין.
- זלמנסון, ל. (2020). כשהמחשב הופך לבוס – עלייתו של הניהול האלגוריתמי, חידושים בניהול: הוצאת הפקולטה לניהול ע"ש קולר, אוניברסיטת תל אביב, גיליון מס' 7, עמ' 8-4.
- יסעור, י' (2005). היגיון ורגש בקבלת החלטות ובלקיחת סיכונים. רמות – אוניברסיטת תל אביב.
- לוי-זעירא, ק' ואבמון, א' (2014). דור ה-Y והמנהיגות הקרבית בצה"ל. מערכות- בית ההוצאה לאור של צה"ל, 454, עמ' 32-38.
- פדן, כ' (2015). על מנהיגות צבאית- ישראלית בעת הנוכחית: להטוט בין דגמים של מנהיגות. סוגיות חברתיות בישראל, 20.
- פדן, כ' וקרזיפרסלר ת' (2015). מנהיגות צבאית בעידן הרשתות החברתיות. מערכות.
- פופר, מ' (1999). על מנהלים כמנהיגים, הוצאת רמות – אוניברסיטת תל אביב, פרקים 2,4,8.
- פופר, מ' (2007). מנהיגות מעצבת, הוצאת רמות – אוניברסיטת תל אביב, פרק 4.

רק, נ' (2019). הטלוויזיה מוסרת ד"ש: המיתוג הידידותי של נטפליקס ומה ניתן ללמוד ממנו. פס יצירה, כתב-עת לקולנוע, 9, עמ' 247-256.

שמיר ב' ועילם-שמיר ג' (2022). הרהורים על מנהיגות, סמכות ותובנות שנאספו. מנהיגות עכשווית תל-אביב: רסלינג, עמ' 13-29.

ביבליוגרפיה לתלמיד

- דרוקר, פי (2000). אתגרי הניהול במאה ה-21: החשיבה הניהולית של העתיד. הוצאת מטר.
- הורניק, י', קוטלר, פי, קלר, ק' (2012). ניהול השיווק, כרכים א'-ב', האוניברסיטה הפתוחה.
- וינרמן, ת' (2014). ארגון וניהול, חלקים א-ב. הוצאת ליתג.
- זרעאלי, ד' (1998). אחריות חברתית בניהול. הוצאת האוניברסיטה הפתוחה.
- כפיר, א' (1998). ניהול ארגונים הלכה למעשה. הוצאת צ'ריקובר.
- סמואל, י' (1996). ארגונים. הוצאת זמורה ביתן ואוניברסיטת חיפה.
- סמואל, י' (2002). המשחק הפוליטי – עוצמה והשפעה בארגונים. הוצאת זמורה ביתן ואוניברסיטת חיפה.
- קוטלר, פי, הורניק, י' (2002). ניהול השיווק – המהדורה הישראלית, כרכים א', ב', הוצאת האוניברסיטה הפתוחה.

פילמוגרפיה:

- הדיקטטור. לארי צ'ארלס. Four by Two Films, 2012.
- המאמן קרטור. תומאס קרטור. MTV Films, 2005.
- הדיקטטור הגדול. צ'ארלי צ'אפלין. Charles Chaplin Film Corporation, 1940.
- כן המפקדת. איציק לרנר, דני סיטון. דיבי. 2009.
- נאום המלך. טום הופר. UK Film Council, See-Saw Films, Bedlam Productions, 2011.
- "מה שלא הורג, מחשל". 2. המפקדת. 19.04.21. כאן 11.
- "עיניים אליי!". 1. המפקדת. 15.04.21. כאן 11.
- "שירה לא אחראית". 16. קופה ראשית. 10.04.20. כאן 11.

הסככים:

- "החיבור בין בינה מלאכותית לשיווק". דוד ברשדסקי. AI פשוט. 14.05.23.
<https://www.youtube.com/watch?v=2mWjImAe7MU>

"פיקוד ומנהיגות". חיל האוויר.

<https://podcastim.org.il/%d7%a4%d7%99%d7%a7%d7%95%d7%93-%d7%95%d7%9e%d7%a0%d7%94%d7%99%d7%92%d7%95%d7%aa-on-air>

"הגיע זמן שיווק". פרק 16. אלינה שקולניקוב, יערה כהן וגיל מרקוביץ. 13.10.20. כאן BOX

<https://www.kan.org.il/content/kan/podcasts/p-8574/%D7%A2%D7%95%D7%A0%D7%94-3-%D7%99%D7%99%D7%A9%D7%95%D7%9D/18866>

עבודה בקבוצות בנושא בניית מותג – תמהיל שיווק בשילוב AI

1. עליכם להקים מותג חדשני שלא קיים אותו תרצו לשווק. יש להסביר בהרחבה מדוע בחרתם במותג זה.

2. יש להרכיב את תמהיל השיווק עבור המותג ע"פ ארבעת הממ"מים (P4).

- מוצר – מאפיינים, תכונות, עיצוב, אריזה, ייחודיות ועוד.
 - מקום – ערוצי הפצה, אזור גיאוגרפי
 - מחיר – אסטרטגית המחירה, הנחות, אמצעי תשלום
 - מאמץ קידום – ערוצי פרסום, יחסי ציבור, שיווק ישיר, תקשורת שיווקית, קידום מכירות.
- *בחלק של מאמץ קידום יש לבחור כלי AI המיועד לשיווק דיגיטלי. נדרש להסביר מדוע בחרתם כלי זה עבור שיווק המוצר שלכם.

3. יש לבחור כלי AI המיועד ליצירת תוכן מבין כלים שנלמדו בכיתה ובעזרת כלי זה ליצור מצג חזותי (סרטון, תמונה וכו') של המותג אותו הקמתם. על המצג לבטא את תכונות ומאפייניו של המוצר.

4. כתיבת רפלקציה אישית –

- מאילו דברים נהנית במיוחד בזמן ביצוע המטלה? מדוע?
- מה היו האתגרים שעמדו בפניך בעת ביצוע המטלה? כיצד התמודדת איתם?
- מה למדת תוך ביצוע המטלה על עצמך? על החומר הלימודי
- כיצד הייתה חלוקת העבודה בצוות? האם היו תפקידים מוגדרים? מה היה התפקיד שלך?

הנחיות הגשה:

- יש להגיש את העבודה באופן מודפס.
- העבודה תכתב בגופן 12 DAVID, רווח שורה וחצי
- יש להוסיף שער עבודה עם הפרטים הבאים: שם התלמידים, כיתה, שם המורה המלמד, תאריך ושם העבודה.
- יש לבצע עריכה והגהה לעבודה, שימוש בכותרות.
- יש להגיש את העבודה עד התאריך: 00.00.00
- אורך העבודה לא יעלה על ארבעה עמודים ולא יפתח משניים.

קריטריונים להערכת בניית מותג (תמהיל שיווק) בשילוב AI:

קריטריון הערכה	רמת ביצוע גבוהה	רמת ביצוע בינונית	רמת ביצוע נמוכה
בחירת מותג 6 נק'	התלמידים בחרו מותג חדשני והסבירו בהרחבה את הבחירה זו 6 נק'	התלמידים בחרו מותג חדשני אך הסבירו בקצרה את הבחירה בו 3-5 נק'	התלמידים לא בחרו במותג חדשני ולא הסבירו בהרחבה את הבחירה בו 1-2 נק'
ניתוח תמהיל שיווק (48 נק') לכל חלק 12 נק'	התלמידים התייחסו לכלל המרכיבים בתמהיל השיווק באופן רחב 40-48 נק'	התלמידים התייחסו למרכיבי תמהיל השיווק באופן חלקי ולא בהרחבה 39-25 נק'	התלמידים הציגו חלק מרכיבי תמהיל השיווק 1-24 נק'
בחירת כלי AI עבור מאמץ פרסום + הסבר (5 נק')	התלמידים בחרו כלי AI רלוונטי למותג שלהם וכתבו הסבר רחב לבחירה בו. 5 נק'	התלמידים בחרו כלי AI רלוונטי למותג שלהם וכתבו הסבר חלקי לבחירה בו 3-4 נק'	התלמידים בחרו כלי AI שאינו רלוונטי למותג שלהם 1-2 נק'
יצירת מותג בכלי AI (16 נק')	התלמידים בחרו כלי רלוונטי, התלמידים יצרו מותג באופן חזותי המבטא את מאפייניו ותכונותיו של המוצר 14-16 נק'	התלמידים בחרו כלי רלוונטי, התלמידים יצרו מותג באופן חזותי שמבטא את מאפייניו ותכונותיו של המוצר באופן חלקי 10-13 נק'	התלמידים בחרו כלי רלוונטי, התלמידים יצרו מותג לא באופן שמבטא את תכונותיו ומאפייניו 1-9 נק'
עמידה בזמנים (5 נק')	התלמידים עמדו בלוח הזמנים להגשת המטלה 5 נק'	התלמידים הגישו באיחור קל – עד שבוע את המטלה 3-4 נק'	התלמידים הגישו באיחור רב את המטלה מעל שבוע 1-2 נק'
אסתטיקה ועמידה בדרישות עריכת המטלה (10 נק')	העבודה הוגשה בצורה אסתטית בכתב David גודל 12. אורכה בין שניים לארבעה עמודים. יש שער עבודה, נערכה הגהה 8-10 נק'	שניים מהקריטריונים לא התקיימו 4-7 נק'	שלושה ומעלה מהקריטריונים לא התקיימו 1-3 נק'
רפלקציה (10 נק')	התלמידים התייחסו לכל השאלות בצורה מפורטת ומנומקת. 8-10 נק'	התלמידים התייחסו לשתי שאלות בצורה מפורטת או ענה בצורה חלקית ולא מפורטת לשאלות 4-7 נק'	התלמידים התייחסו לשאלה אחת בצורה שטחית ולא מפורטת או אי מענה על השאלות. 1-3 נק'

פרויקט מנהיגות

שלב א': חשיבה -עליכם ליזום פרויקט חברתי – ערכי אותו תנהיגו ותובילו יחדיו (בקבוצות). כללים ליוזמת הפרויקט:

- אין להצטרף לארגון קיים, אולם ניתן ליצור שת"פ.
- הפרויקט נדרש להיות רלוונטי לביה"ס או לקהילה.
- כמות המונהגים בפרויקט היא 3-5 תלמידים מבית הספר.
- הפרויקט נדרש להיעשות מתוך גיוס התנדבותי.
- הפרויקט יכול להיות חד פעמי או רב פעמי.
- נדרש אישור מראש של רכזת המגמה לפני הוצאה לפועל של הפרויקט.
- דוגמאות לפרויקטים: מתן שיעורים פרטניים, אפיית עוגות לבתי אבות, עיצוב וקישוט לוח המודעות ומסדרונות ביה"ס, הפסקות פעילות, פעילות במקום קהילתי.

שלב ב': תכנון - יש להגיש את טיוטת הפרויקט בקובץ WORD עם הנתונים הבאים עד לתאריך 00.00.00:

- דף שער: שמות התלמידים, שם המורה, תאריך הגשה, כיתה, שם הפרויקט.
- תיאור מפורט של הפרויקט: מה מטרת הפרויקט? מה סיבת הבחירה בפרויקט? למי הוא מיועד? מה תרומתו? מתי והיכן הוא יתקיים? מי המשתתפים בפרויקט?
- תיאור תכנון הפרויקט: אופן היערכות לפרויקט, אלו משאבים דרושים לכם? האם היו גורמים נוספים מעורבים? מה סדר השלבים בהם פעלתם?
- הטיוטה תוגש בכתב DAVID 12, רווח שורה וחצי.

יישום - לאחר קבלת אישור מהמורה תוכלו להוציא את הפרויקט לפועל! שימו לב כי יש לתעד את הפעילות בתמונות/וידאו.

שלב ג': הצגה - הכנת פרזנטציה עבור הרצאת Ted: יש להכין מצגת של מספר שקפים ב canva אשר יכילו באופן מתומצת את המידע הבא:

- שם הפרויקט, משתתפים
- מטרת הפרויקט ושלבי הפרויקט
- תיעוד הפרויקט: תמונות/וידאו מהפעילות.
- סגנון המנהיגות שיושם בפרויקט, בסיסי כוח שיושמו.
- אתגרים ניהוליים שעמדו בפניכם ומודל להנעת המונהגים שהשתמשתם בו.
- רפלקציה (יש להשיב על השאלות המצורפות בנספח).

על המצגת להכיל תמונות, כותרות בהתאם. למשוך את תשומת לב הצופה ולהיות ערוכה בצורה בהירה.

אופן הרצאה:

- משך ההרצאה היא 10-15 דק'.
- על ההרצאה להיות תמציתית ולהעביר את כלל התוכן בע"פ
- יש להתייחס לכלל המרכיבים המופיעים במצגת ע"פ הסדר ולפן הרפלקטיבי.
- המצגת מהווה רק כלי עזר עבורכם, אין להקריא מהמצגת.
- על שני התלמידים להשתתף בהרצאה ולהעביר את התוכן באופן שווה. **בהצלחה!**

קריטריונים להערכת פרויקט מנהיגות:

קריטריונים להערכה	רמת ביצוע גבוהה	רמת ביצוע בינונית	רמת ביצוע נמוכה
בחירת פרויקט קהילתי – חברתי ויישומו (15 נק')	התלמידים בחרו פרויקט חברתי- ערכי ויישמה אותו בפועל 12-15 נק'	התלמידים בחרו פרויקט חברתי – ערכי אך לא יישמה אותו באופן מלא 11-7 נק'	התלמידים בחרו פרויקט חברתי – ערכי אך הוא לא יצא לפועל 1-6 נק'
דף תכנון (10 נק')	התלמידים כתבו דף תכנון מפורט העונה על כלל המרכיבים של הפרויקט. הוגש ע"פ כללי העריכה. 8-10 נק'	התלמידים כתבו דף תכנון מפורט באופן חלקי ועמדו באופן חלקי בכללי העריכה. 4-7 נק'	התלמידים כתבו דף תכנון דל בפרטים ולא עמדו בכללי העריכה. 1-3 נק'
מצגת פרויקט (25 נק')	המצגת מכילה את כל המידע הנדרש, נעשתה תוך שימוש בכלי canva 20-25 נק'	המצגת מכילה מידע חלקי, נעשתה תוך שימוש בכלי canva 11-19 נק'	המצגת לא מכילה את כל המידע הדרוש ולא נוצרה בכלי ה- canva 1-10 נק'
אסתטיקה מצגת (10 נק')	המצגת ערוכה בצורה בהירה, ע"פ הכללים ומושכת את תשומת לב הצופה. 8-10 נק'	המצגת אינה בהירה מספיק ולא עומדת בכללי העריכה, לא מספיק מושכת את תשומת לב הצופה. 4-7 נק'	המצגת לא עומדת בכללי העריכה. אינה מושכת את תשומת לב הצופה. 1-3 נק'
הרצאת TED (20 נק')	התלמידים הציגו את החומר בצורה בהירה ובע"פ תוך התמקדות במידע רלוונטי ובאופן תמציתי תוך שימוש במצגת ככלי עזר ועשו זאת יחדיו 15-20 נק'	התלמידים הציגו את החומר אך לא הראו שליטה בתוכן, הציגו בצורה לא ברורה את התוכן והקריאו באופן חלקי מן המצגת. מרבית ההצגה נעשתה ע"י אחד התלמידים. 11-14 נק'	התלמידים הקריאו את התוכן מהמצגת בלבד, לא הפגינו שליטה בחומר. ההצגה נעשתה ע"י אחד התלמידים באופן שאינו שוויוני. 1-10 נק'
עמידה בזמנים (10 נק') 5 נק' למצגת + 5 נק' לדף תכנון	התלמידים עמדו בלוח הזמנים להגשת הדף והמצגת 8-10 נק'	התלמידים הגישו באיחור קל – עד שבוע את הדף והמצגת 4-7 נק'	התלמידים הגישו באיחור רב את הדף והמצגת מעל שבוע 1-3 נק'
עבודת צוות (10 נק')	הייתה חלוקת עבודה שוויונית בין חברי הקבוצה, כולם לקחו חלק בתכנון, יישום והצגת הפרויקט ושיתפו פעולה. 8-10 נק'	חלוקת העבודה לא הייתה שוויונית, חלקים מסוימים נעשו ע"י תלמיד אחד מבין השניים 4-7 נק'	חלוקת העבודה הייתה לא שוויונית, מרבית החלקים בעבודה נעשו ע"י תלמיד אחד מבין השניים 1-3 נק'