

טופס להערכת עבודת גמר 771589 - 5 יח"ל - תשפ"ו

שם בית הספר _____ סמל מוסד _____
שם התלמיד _____ מספר זהות _____
שם התלמיד _____ מספר זהות _____
שם המורה המנחה _____ טלפון _____

מבוא

עבודת הגמר בתחום היזמות העסקית היא אבן דרך משמעותית בתהליך הלמידה וההטמעה של החומר הנלמד. זוהי הזדמנות ליישם את הידע התיאורטי שנרכש ולהפוך אותו להתנסות במיזם עסקי אמיתי.

במסגרת עבודה זו, המשתתפים יתנסו בכל שלבי הקמת המיזם מהגדרת הרעיון הראשוני העבודה נועדה לפתח את היכולת לחשוב אסטרטגית, לנתח שווקים, להבין את צרכי הלקוחות ולהתמודד עם האתגרים המעשיים של עולם היזמות.

מבנה העבודה וחלוקת הציונים:

עבודת הגמר מורכבת משלושה חלקים המשלימים זה את זה

חלק א': כתיבת תוכנית עסקית מקיפה (35 נקודות)

בחלק זה ידרשו התלמידים לפתח תוכנית עסקית מפורטת ומקצועית הכוללת ניתוח שוק, אסטרטגיה עסקית, תכנון כספי ותפעולי. התוכנית תשמש כתשתית תיאורטית ואסטרטגית למימוש המיזם.

חלק ב': מימוש מעשי של המיזם (30 נקודות)

החלק המעשי מחייב התנסות בהקמת המיזם/העסק בפועל, פיתוח המוצר או השירות, ביצוע פעילות שיווקית ומכירות ראשונות. זהו הליבה המעשית של העבודה.

הגנה בעל פה (30 נקודות)

בסיום כתיבת העבודה ובסיום ההתנסות במיזם יופיעו התלמידים בפני בוחן חיצוני להציג את עבודתם, להסביר את התהליך שעברו, ולהדגים את הלקחים שלמדו. ההגנה מהווה הזדמנות להפגין הבנה מעמיקה של העבודה ויכולת לענות על שאלות מקצועיות.

בהמשך המסמך תמצאו הנחיות מפורטות לכל חלק מחלקי העבודה, קריטריונים להערכה, ולוח זמנים מומלץ לביצוע העבודה.

ציוני הפרקים ינוקדו על פי המודל של בלום *

רמה 1 (זכירה והבנה) : הצגת חלק מהנושאים הנדרשים באופן המציג ידע חלקי או ידע טכני זכירה: השלב הבסיסי ביותר. מתמקד ביכולת לשלוף מידע, עובדות, מונחים, מושגים בסיסיים או תשובות לשאלות ספציפיות.
הבנה: היכולת לפרש, להסביר, לסכם או לתאר מידע במילים שלך. כאן התלמיד מראה שהוא מבין את המשמעות של החומר.

רמה 2 (יישום וניתוח) : הצגת רוב הנושאים הנדרשים עם פירוט נכון המציג הבנה והקשר נכון לתוכנית

יישום: היכולת להשתמש בידע או במידע במצבים חדשים או שונים, לפתור בעיות, או לבצע משימות על בסיס העקרונות שנלמדו □. ניתוח: היכולת לפרק מידע או חומר לחלקיו השונים, לזהות קשרים בין החלקים, ולהבין את המבנה הארגוני של החומר.

רמה 3 (הערכה ויצירה) : הצגת כל הנושאים הנדרשים כולל את כל הפרטים הנדרשים בצורה מובנית המציג ידע, הבנה ויישום מלאים, בסדר הנכון ועם שייכות ותרומה לתוכנית

הערכה: היכולת לשפוט, לבקר או להעריך את הערך של רעיונות, מידע, שיטות או חומרים, על בסיס קריטריונים ספציפיים.

יצירה: השלב הגבוה והמורכב ביותר המבטא את היכולת להרכיב רכיבים לכדי שלם חדש, מקורי וקוהרנטי. זהו השלב של הפקה, תכנון או עיצוב.

יש לצרף תכנית עבודה של התלמיד

הערכת תכנית עסקית - 35 נקודות		
ניקוד הבוחן	ניקוד בהערכה	התוכן
	7	<ul style="list-style-type: none"> • תיאור כללי של העסק והחזון העסקי <ul style="list-style-type: none"> הגדרת עסק מהות העסק - תחום הפעילות העיקרי ההזדמנות העסקית והצורך במוצרים החזון והמטרות הערך והייעוד של העסק – לעולם העסקי, ללקוחות • פירוט המוצרים/שירותים המוצעים <ul style="list-style-type: none"> פירוט המוצרים או השירותים העיקריים הערך המוסף ללקוח מאפיינים ייחודיים וחדשניים • קהלי היעד <ul style="list-style-type: none"> מאפייני הלקוחות ופילוח שוק צרכים ודרישות של קהל היעד • קיימות ואחריות תאגידי <ul style="list-style-type: none"> יצירת ערך קהילתי סביבתי בהתבסס על היבטי קיימות ואחריות חברתית ע"פ גישת ESG (Environmental, Social Governance) שילוב עקרונות ESG במודל העסקי תרומת העסק לחברה ולסביבה כיתרון תחרותי • פירוט המוצרים או השירותים העיקריים <ul style="list-style-type: none"> הערך המוסף ללקוח מאפיינים ייחודיים וחדשניים • קהלי היעד <ul style="list-style-type: none"> מאפייני הלקוחות ופילוח שוק צרכים ודרישות של קהל היעד • ניתוח השוק וזיהוי היתרון התחרותי <ul style="list-style-type: none"> ניתוח עסק על פי מודל SWOT הגדרת ייחודיות העסק מהמתחרים ניתוח עסק על פי מודל פורטר אסטרטגיות בידול ומיצוב

		<ul style="list-style-type: none"> • ניתוח השוק וזיהוי היתרון התחרותי ניתוח עסק על פי מודל SWOT הגדרת ייחודיות העסק מהמתחרים ניתוח עסק על פי מודל פורטר אסטרטגיות בידול ומיצוב
	0-3	רמה *1 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	4-5	רמה *2 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	6-7	רמה *3 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	4	<ul style="list-style-type: none"> • המודל העסקי: <ul style="list-style-type: none"> מקורות ההכנסה ערוצי מכירה ושיווק תמחור והמחרה תחזית הכנסות ראשונית • שותפויות ומשאבים נדרשים <ul style="list-style-type: none"> שותפים עסקיים מרכזיים ספקים עיקריים הגדרת המשאבים הנדרשים כמענה לצורך השיווקי (ציוד, טכנולוגיה, כוח אדם) • תחזית ההכנסות לשנים הראשונות (3-5)
	0-1	רמה *1 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	2-3	רמה *2 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	3-4	רמה *3 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	4	<ul style="list-style-type: none"> • מחקר שוק <ul style="list-style-type: none"> ניתוח מגמות בשוק גודל השוק הפוטנציאלי הזדמנויות ואיומים מרכזיים • ניתוח המתחרים <ul style="list-style-type: none"> מיפוי המתחרים העיקריים חוזקות וחולשות של המתחרים • ניתוח קהל היעד <ul style="list-style-type: none"> התנהגות צרכנית וצרכים

	0-1	רמה *1 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	2-3	רמה *2 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	3-4	רמה *3 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	6	<p>התוכנית השיווקית</p> <ul style="list-style-type: none"> • אסטרטגיה שיווקית <ul style="list-style-type: none"> יעדים שיווקיים: יעדי מכירות יעדי חדירה לשוק • אסטרטגיית מוצר <ul style="list-style-type: none"> מוצר/שירות התאמות נדרשות למוצר שירות לקוחות • אסטרטגיית המחרה <ul style="list-style-type: none"> אסטרטגיית ההמחרה מבנה הנחות ומבצעים תנאי תשלום • אסטרטגיית ההפצה <ul style="list-style-type: none"> ערוצי הפצה הנדרשים כמענה לשוק שרשרת האספקה הנדרשת • תוכנית התקשורת השיווקית <ul style="list-style-type: none"> ערוצי פרסום קידום מכירות מכירה פרונטלית / דיגיטלית • פירוט וכתובת תוכנית השיווק <ul style="list-style-type: none"> לוחות זמנים תקציב השיווק מדדי הצלחה
	0-1	רמה *1 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	2-3	רמה *2 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	4-6	רמה *3 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)

	9	<p>המבנה הארגוני והתוכנית התפעולית</p> <ul style="list-style-type: none"> • תרשים ארגוני חלוקה למחלקות ויחידות קשרי גומלין בין המחלקות • צוות עובדים תיאורי תפקידים דרישות והכשרות נדרשות גיוס והעסקה • תהליכי העבודה תהליכי תפעול תהליכי לוגיסטיקה תרשים תהליכי עבודה • תשתיות ומשאבים מיקום ומבנה פיזי ציוד וטכנולוגיה נדרשים מערכות מידע ותוכנות הגדרת משאבים ושיתופי פעולה • ניהול מלאי ולוגיסטיקה מדיניות רכש והצטיידות ניהול מלאי וספקים תכנון מערך ההפצה וההובלה • רגולציה, תקינה ואתיקה רישיונות והיתרים נדרשים נהלי בטיחות וגהות • אתיקה מקצועית ניהול סיכונים: זיהוי סיכונים עיקריים ביטוחים נדרשים תוכניות חירום • לוחות זמנים ואבני דרך: הגדרת יעדים מרכזיים תכנון משימות הקמה והתפתחות הגדרת לוחות זמנים הגדרת משאבים לכל שלב • הצגת התכנון על לוח גאנט
--	---	---

	0-3	רמה *1 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	4-6	רמה *2 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	7-9	רמה *3 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	7	<p>התוכנית ותחזיות פיננסיות</p> <ul style="list-style-type: none"> • תוכנית ההשקעות: תוכנית ההשקעות הנדרשות – המימושים תוכנית המימון – המקורות • מבנה העלויות עלויות קבועות (שכירות, משכורות וכו') עלויות משתנות (חומרי גלם, ייצור) • תחזית רווח והפסד – לשנים הקרובות (3-5) תחזית הכנסות חודשיות תחזית הוצאות חודשיות חישוב נקודת האיזון תחזית רווחיות – גולמית ותפעולית • תחזית וצפי תזרים המזומנים לשנה הראשונה שימוש בגיליון אלקטרוני (לדוגמה Excel) ככלי לניהול תקציב וחישובים פיננסיים בסיסיים
	0-2	רמה *1 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	3-5	רמה *2 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
	6-7	רמה *3 בהתאם לפירוט לעיל (המודל של בלום)
		ציון הבוחן
		הערכת יישום התוכנית - 35 נקודות
	0-3	<p>הצגת אב טיפוס של המוצר/השירות 4 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> • יצירת דגם מוחשי או מצגת אינטראקטיבית של המוצר או/עבור השירות – יצרת סרטון הדגמה או חווית לקוח מדומה
	0-1	<ul style="list-style-type: none"> • הצגת משוב (סקר או ראיונות) מקהל יעד פוטנציאלי (הורים, מורים, תלמידים, אחרים) •

	0-2 0-2 1	<p>ביצוע ראיונות עם בעלי עסקים 5 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> • מפגש עם 2-3 יזמים בתחום דומה • תיעוד התובנות והלקחים • יישום המסקנות בעדכון תוכנית העסק
	2 3 5	<p>הקמת דף עסקי – אמיתי (לא מסחרי) עבור העסק המתוכנן הכולל: 10 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> • בחירת פלטפורמה- אינסטגרם, פייסבוק, לינקדאין, עיתונות, פרוספקט – בהתאם לעסק ולקהל היעד שלו • בניית זהות מותגית – עיצוב לוגו, בחירת צבעים וקביעת טון דיבור עיקבי • יישום התוכנית השיווקית עבור העסק – יצירת מיני קמפיין שיווקי וירטואלי (ללא תקציב) באמצעות: פרסום 8-10 פוסטים, סרטונים, פליירים, שלטי חוצות פדודקאסט, תשדיר, אירועי יחסי ציבור – שמציגים את המוצר/השירות, המותג והערך המוסף
	4 4 2	<p>ביצוע יום מכירה ניסיוני – 10 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> • הקמת דוכן מכירות בבית הספר ליום אחד והצגתו באמצעות אמצעי אלקטרוני • התנסות במכירה/שירות • ניתוח התוצאות והפקת לקחים
	2 2 2	<p>תיעוד הצגת פנימית של היישום (הגנה פנימית) 6 נק'</p> <ul style="list-style-type: none"> • הצגת הרעיון העסקי בפני פאנל (מורים/יזמים מקומיים) • התמודדות עם שאלות קשות ותרחישים מאתגרים, קבלת משוב מקצועי לשיפור התוכנית • רפלקציה ותיעוד התהליך
		ציון הבוחן

<u>הגנה על עבודת הגמר – 30 נקודות</u>		
	12	4 שאלות מהתוכנית העסקית וממושגים בתחום היזמות העסקית
	8	הצגת אב טיפוס של המודל העסקי ושאלות על יישום התכנית בפועל
	10	הצגת מימוש הרעיון העסקי באמצעות (סרטון, מצגת הכוללת תמונות מיום מכירה, דגם)
		ציון הבוחן
		סה"כ