

משרד החינוך
מנהל חדשנות וטכנולוגיה
פיקוח על מגמת מנהיגות ויזמות

תכנית לימודים
מגמת מנהיגות ויזמות
התמחות יזמות עסקית
771589

תכנית לימודים מהדורת פיילוט לשנה"ל תשפ"ו	סמל מקצוע 27
--	-----------------

התפיסה הרעיונית של התוכנית

התוכנית המוצעת מציגה מסגרת מקיפה וברורה ליצירת תוכנית עסקית מוצלחת, תוך שילוב תכנים וכלים חדשניים. גישה זו מבוססת על תכנון אסטרטגי-פרקטי, המאפשר ראייה רחבה של העסק לצד התמקדות בפרטים התפעוליים.

התוכנית מדגישה את חשיבות ההבנה המעמיקה של השוק והלקוחות, בניית מבנה ארגוני חזק ותפעול יעיל, פיתוח אסטרטגיה שיווקית אפקטיבית, וניתוח היבטים פיננסיים קריטיים.

אנו שמים דגש על שימוש בגישה ייחודית המשלבת כלים חדשניים לניהול עסקים הן בעולם הדיגיטלי והן במסגרות המסורתיות. התוכנית מעודדת שילוב טכנולוגיות מתקדמות וכלים דיגיטליים לשיפור היעילות התפעולית, הגדלת הרווחיות ושיפור חווית הלקוח. היא מעודדת גישה דינמית המאפשרת התאמה מהירה לשינויים ולתמורות בשוק.

הבנה ויישום תוכנית זו הופכים את התוכנית העסקית ממסמך סטטי לכלי דינמי וחיוני, המסייע ליזמים להקים ולנהל עסקים משגשגים בסביבה עסקית משתנה. היא משלבת באופן סינרגטי תכנון אסטרטגי עם ביצוע פרקטי, תוך עידוד שימוש בטכנולוגיה ובחידושים.

התוכנית כוללת שני חלקים:

1. **חלק א':** פרקים הקשורים להכנת התוכנית העסקית – התלמידים ילמדו באופן מודרך כחלק מתהליך הכנת החלק הראשון של התוצר הנדרש: הכנה והגשת תוכנית עסקית מלאה עבור הקמה והפעלת עסק ממשי
2. **חלק ב':** פרקים הקשורים לכלים מעשיים חדשניים לניהול עסק בעולם משתנה. כלים אשר ישמשו את התלמידים בביצוע המשך הפרויקט – יישום המיזם והצגתו.

מטרות

בלימודי המקצוע התלמיד:

1. ידע לתאר ולאפיין את עסק

- 1.1 ידע לתאר ולהגדיר מהות, חזון וייעוד עסקי
- 1.2 ידע לפרט מוצרים/שירותים שעסק מציע, להגדיר את הערך המוסף ואת המאפיינים הייחודיים שלהם
- 1.3 יבחין וידע להגדיר את קהל היעד, צרכיו ודרישותיו
- 1.4 ידע לנתח את העסק על פי מודל SWOT, להגדיר את ייחודיות העסק ולנתח את העסק על פי מודל פורטר

2. ידע להגדיר את המודל העסקי

- 2.1 ידע להגדיר מודל עסקי הכולל: מקורות הכנסה, ערוצי מכירות, תמחור והמחירה
- 2.2 ידע להגדיר שותפויות ומשאבים נדרשים לעסק, כמענה לצורך השיווקי
- 2.3 ידע לערוך תחזית ההכנסות לשנים הראשונות (3 עד 5)

3. ידע מהו מחקר וניתוח שוק

- 3.1 ידע לנתח את השוק: גודלו, מגמות, הזדמנויות ואיומים
- 3.2 ידע לבצע ניתוח מתחרים בהשוואה לעסק
- 3.3 ידע לנתח ולאפיין את קהלי היעד

4. ידע לערוך תכנית שיווקית

- 4.1 ידע לקבוע את יעדי השיווק, יעדי המכירות ויעדי חדירה לשוק
- 4.2 ידע להגדיר את אסטרטגיית המוצר
- 4.3 ידע להגדיר אסטרטגיית ההמחירה
- 4.4 ידע להגדיר אסטרטגיית ההפצה
- 4.5 ידע להגדיר את תוכנית התקשורת השיווקית
- 4.6 ידע לפרט את התוכנית השיווקית על פי לוחות זמנים, תקציב השיווק ומדדי הצלחה

5. ידע לערוך מבנה ארגוני והתוכנית התפעולית

- 5.1 ידע לערוך תרשים של מבנה ארגוני לעסק
- 5.2 ידע לתאר את צוות העובדים, דרישות והגדרות התפקיד שלהם
- 5.3 ידע להגדיר תהליכי עבודה נדרשים: בתפעול, בלוגיסטיקה ולהציג זאת בתרשים
- 5.4 ידע להגדיר ולאפיין תשתיות חומריות והמשאבים נדרשים להפעלת העסק

- 5.5 ידע לתכנן ולנהל מלאי ותהליכי לוגיסטיקה
- 5.6 יכיר את דרישות החוק, התקינה והאתיקה בהפעלת עסק
- 5.7 ידע להגדיר ולערוך יעדים, משימות, לוחות זמנים ומשאבים נדרשים לתוכנית התפעול ולהציג את התכנון על לוח גאנט

6. ידע לערוך תחזיות פיננסיות

- 6.1 ידע לחשב ולהציג את תוכנית ההשקעות הנדרשות ולאפיין מקורות מימון מגוונים, ידע לחשב ולהציג את מבנה העלויות בחלוקה ל: קבועות ומשתנות
- 6.2 ידע לחשב ולהציג תחזית רווח והפסד לשנים הקרובות (3-5) ולבצע ניתוחי רגישות להבנת השפעת שינויים במשתני מפתחידע לחשב ולהציג את תחזית וצפי תזרים המזומנים לשנה הראשונה
- 6.3 ידע לחשב ולהציג את תחזית וצפי תזרים המזומנים לשנה הראשונה
- 6.4 ידע להשתמש בגיליון אלקטרוני ככלי לניהול תקציב וחישובים פיננסיים בסיסיים
- 6.5 ידע לזהות סיכונים מרכזיים (פיננסיים, תפעוליים, שיווקיים, רגולטוריים) ולגבש תוכניות מגירה

7. ידע לנסח תוכנית עסקית ותקציר מנהלים

- 7.1 ישתתף בסדנה לכתיבת מתווה הפרויקט להגשה וידע לכתוב תוכנית עסקית
- 7.2 ישתתף בסדנה לכתיבת תקציר מנהלים וידע לנסח ולכתוב תקציר מנהלים
- 7.3 יבין את החשיבות ומשמעות הנספחים לתוכנית העסקית
- 7.4 ידע להשתמש בכלים לבניית מצגות ככלי להצגת תוכנית ומודל עסקי
- 7.5 ידע להשתמש באופן מעשי בכלי (כלי) AI כגון Chat GPT, Gemini, Claude, Copilot לתכנון וניהול עסקי, יצירת תוכן, ניתוח נתונים וסיעור מוחותידע להשתמש באופן מעשי בכלי מחקר שוק ואנליזה) כגון Google Trends, Google Alerts ו-Google Analytics-לזיהוי מגמות, מעקב אחר מתחרים וניתוח התנהגות לקוחות
- 7.6 יכיר כלים לבניית אתרים ודפי נחיתה בסיסיים) כגון Wix, Squarespace, WordPress)ויבין את חשיבותם לנוכחות דיגיטלית ראשונית
- 7.7 יכיר כלי למחקר שוק ואנליזה ככלי לתכנון שיפור ופיתוח עסקי

8. ידע ליישם מודל להפעלת מיזם עסקי

- 8.1 ידע להפעיל מיזם עסקי על בסיס התוכנית העסקית, תוך התנסות מעשית בפיתוח והצגת מוצר ואיסוף משוב ראשוני מהשוק ידע להציג את אופן היישום
- 8.2 ידע לקבוע מסקנות ופעולות מתקנות לפער בין הביצוע לתכנון, ולשקף למידה איטרטיבית ושיפור מתמיד של המודל העסקי
9. ידע להשתמש בכלים בניהול פיננסי
10. ידע להשתמש בכלים בניהול ובתהליכים ארגוניים
11. ידע להשתמש כלים לשיתוף ופיתוח חדשנות עסקית
12. ידע לקבוע מסקנות ופעולות מתקנות לפער בין הביצוע לתכנון
13. יכיר כלים בתכנון וניהול שיווק (מסורתי ודיגיטלי) ושירות לקוחות
14. יכיר כלים בניהול פיננסי
15. יכיר כלים בניהול ובתהליכים ארגוניים
16. יכיר כלים לשיתוף ופיתוח חדשנות עסקית

כלים לחיזוק היכולות היזמיות של התלמידים :

1. אתגרי "מיני-האקתון" או "סטרטאפ בסוף שבוע".

- הגדרת הפעילות: לארגן ימים מרוכזים (יום אחד או סוף שבוע) שבהם התלמידים, בקבוצות, נדרשים לפתח רעיון עסקי לפתרון בעיה קיימת.
- מה כולל:
 - זיהוי בעיה: התלמידים מזהים "נקודת כאב" (Pain Point) " אמיתית בשוק או בחברה.
 - סיעור מוחות לפתרונות: פיתוח רעיונות למוצרים או שירותים שיכולים לפתור את הבעיה.
 - בניית MVP (Minimum Viable Product) מהיר: יצירת אב-טיפוס בסיסי, דגם, סרטון הסבר או מצגת שמדגימה את הרעיון.
 - הצגה: (Pitch) הצגה קצרה ומשכנעת של הרעיון בפני "משקיעים" (מורים, יזמים אורחים).
- חיזוק יכולות: יצירתיות, פתרון בעיות, עבודת צוות, עמידה בלחץ זמנים, הצגה עסקית (פיץ'), חשיבה מהירה, הסתגלות.

2. היזם הנוודד" – ביקורים וראיונות שטח

- הגדרת הפעילות: התלמידים יוצאים לשטח (באופן פיזי או וירטואלי) לראיין יזמים, בעלי עסקים קטנים או לקוחות פוטנציאליים.
- מה כולל:
 - ראיונות עם יזמים: ללמוד על האתגרים, ההצלחות, ושיעורים שנלמדו מניסיונם של יזמים אמיתיים (כפי שהוצע כבר בתוכנית, אך עם דגש על למידה יזמית ספציפית).
 - ראיונות עם לקוחות פוטנציאליים: לבדוק את הצורך במוצר/שירות שלהם, לאמת הנחות יסוד, ולהבין את נקודת המבט של הצרכן.
 - תיעוד ולמידה: הצגת ממצאי הראיונות בכיתה ודיון על התובנות היזמיות שעלו.
- חיזוק יכולות: חקר שוק מעשי, תקשורת בינאישית, אמפתיה ללקוח, אימות רעיונות, קבלת משוב, פיתוח חוסן מול ביקורת.

3. אתגר המיזם החברתי" או "קיימות הלכה למעשה"

- הגדרת הפעילות: התלמידים מפתחים רעיון למיזם בעל ערך חברתי או סביבתי, במטרה לפתור בעיה בקהילה או לקדם קיימות.
- מה כולל:
 - זיהוי בעיה חברתית/סביבתית: התמקדות באתגרים קהילתיים, חינוכיים, אקולוגיים.
 - פיתוח פתרון חדשני: עיצוב מיזם שאינו בהכרח רווחי במישרין, אך יוצר ערך חברתי/סביבתי משמעותי (לדוגמה: אפליקציה לשיתוף מזון, פתרון למיחזור, יוזמה חינוכית).
 - תכנון מודל פעולה: כיצד המיזם יפעל, מי יהיו השותפים, וכיצד ימדוד הצלחה.
 - הצגת המיזם: בפני גורמים קהילתיים או ארגונים רלוונטיים.
- חיזוק יכולות: חשיבה מערכתית, יצירת ערך מעבר לרווח, גיוס משאבים, מנהיגות חברתית, הבנת הקשר בין עסקים לחברה.

4. משחקי תפקידים וסימולציות עסקית

- הגדרת הפעילות: לבצע משחקי תפקידים בהם התלמידים מגלמים דמויות שונות בעולם העסקים.
- מה כולל:
 - מו"מ מול "משקיע": התלמידים מציגים את התוכנית העסקית שלהם בפני מורה/יזם שמגלם "משקיע קשוח", ועונים על שאלות מאתגרות.

- התמודדות עם משבר: סימולציה של משבר עסקי (לדוגמה: תחרות פתאומית, בעיית ייצור, משוב שלילי חמור מלקוחות), וקבלת החלטות בזמן אמת.
- "שבוע בנעלי מנכ"ל/ית": תרגיל שבו התלמיד נדרש לקבל החלטות יומיומיות כ"מנכ"ל" של עסק קטן וירטואלי, תוך התמודדות עם מגבלות תקציב וזמן.
- חיזוק יכולות: קבלת החלטות תחת לחץ, חשיבה אסטרטגית, כישורי משא ומתן, התמודדות עם כישלונות, פתרון בעיות מורכבות, ניהול סיכונים.

5. שילוב AI ככלי יזמי פעיל

- הגדרת הפעילות: שימוש יזום בכלי AI לאורך כל תהליך פיתוח הרעיון והתוכנית.
- מה כולל:
 - סיעור מוחות בעזרת AI: שימוש בכלי AI ליצירת רעיונות למוצרים, שמות, סלוגנים, או לניתוח שוק ראשוני.
 - כתיבת תוכן שיווקי: שימוש ב AI-לכתיבת טיוטות ראשוניות לפוסטים, מיילים, או תיאורי מוצר.
 - ניתוח נתונים בסיסי: שימוש בכלי AI עם יכולות ניתוח נתונים להבנת דוחות או זיהוי מגמות.
- חיזוק יכולות: חדשנות טכנולוגית, יעילות, חשיבה ביקורתית על מידע, ניצול כלים מתקדמים ליתרון תחרותי.

תכנית הלימודים

שעות		
40	1. תיאור העסק 1.1 תיאור כללי של העסק והחזון העסקי 1.1.1 הגדרה ומהות העסק 1.1.2 ההזדמנות העסקית והצורך במוצרים 1.1.3 החזון והמטרות 1.1.4 הערך והייעוד של העסק – לעולם העסקי, ללקוחות 1.2 פירוט המוצרים/שירותים המוצעים 1.2.1 פירוט המוצרים או השירותים העיקריים 1.2.2 הערך המוסף ללקוח 1.2.3 מאפיינים ייחודיים וחדשניים 1.3 הגדרת קהלי היעד 1.3.1 מאפייני הלקוחות ופילוח שוק 1.3.2 צרכים ודרישות של קהל היעד 1.3.3 1.4 קיימות ואחריות תאגידית 1.4.1 יצירת ערך קהילתי סביבתי בהתבסס על היבטי קיימות ואחריות חברתית ע"פ גישת ESG (Environmental, Social Governance) 1.4.2 שילוב עקרונות ESG במודל העסקי 1.4.3 תרומת העסק לחברה ולסביבה כיתרון תחרותי 1.5 ניתוח השוק וזיהוי היתרון התחרותי 1.5.1 ניתוח עסק על פי מודל SWOT 1.5.2 הגדרת ייחודיות העסק מהמתחרים 1.5.3 אסטרטגיות בידול ומיצוב 1.6 יישום הלמידה - ניסוח מסמך "כרטיס ביקור עסקי" ראשוני הכולל: הגדרת עסק ברורה, חזון ומטרות, פירוט מוצרים/שירותים, תיאור קהל יעד, ניתוח SWOT בסיסי והצעה לבידול.	

40	2.1 המודל העסקי: 2.1.1 מקורות ההכנסה 2.1.2 ערוצי מכירה ושיווק 2.1.3 תמחור והמחירה 2.1.4 תחזית הכנסות ראשונית 2.2 שותפויות ומשאבים נדרשים 2.2.1 שותפים עסקיים מרכזיים 2.2.2 ספקים עיקריים 2.2.3 הגדרת המשאבים הנדרשים כמענה לצורך השיווקי (ציוד, טכנולוגיה, כוח אדם) 2.3 תחזית ההכנסות לשנתיים הראשונות 2.4 יישום הלמידה – יישום המודל העסקי	2. המודל העסקי
40	3.1 מחקר שוק 3.1.1 ניתוח מגמות בשוק 3.1.2 גודל השוק הפוטנציאלי 3.1.3 הזדמנויות ואיומים מרכזיים 3.2 ניתוח מתחרים 3.3 ניתוח קהל יעד 3.4 יישום הלמידה - ביצוע מחקר שוק באמצעות כלים דיגיטליים כגון Google Trends, Google Alerts, סקרים מקוונים ו/או ראיונות, איסוף נתונים וניתוחם 3.5 שימוש ב-AI לניתוח מגמות, זיהוי פערים בשוק, וניתוח דוחות שוק ובניית מסמך מסכם הכולל מסקנות והמלצות להמשך.	3. מחקר וניתוח שוק
40	4.1 אסטרטגיה שיווקית 4.1.1 יעדים שיווקיים 4.1.2 יעדי מכירות 4.1.3 יעדי חדירה לשוק 4.2 אסטרטגיית מוצר 4.2.1 מוצר/שירות 4.2.2 התאמות נדרשות למוצר 4.2.3 שירות לקוחות	4. התוכנית השיווקית

	4.3 אסטרטגיית המחרה 4.3.1 אסטרטגיית ההמחרה 4.3.2 מבנה הנחות ומבצעים 4.3.3 תנאי שלום 4.4 אסטרטגיית ההפצה 4.4.1 ערוצי הפצה הנדרשים כמענה לשוק 4.4.2 שרשרת האספקה הנדרשת 4.5 תוכנית התקשורת השיווקית 4.5.1 ערוצי פרסום 4.5.2 קידום מכירות 4.5.3 מכירה פרונטלית / דיגיטלית 4.6 פירוט וכתובת תוכנית השיווק 4.6.1 לוחות זמנים 4.6.2 תקציב השיווק 4.6.3 מדדי הצלחה 4.7 - שימוש ב AI - או באמצעים טכנולוגיים ליצירת תוכן שיווקי (פוסטים, מיילים, סלוגנים), אופטימיזציה של קמפיינים, וניתוח נתוני קהל יעד. 4.8 יישום הלמידה - בניית תוכנית שיווקית מלאה ומפורטת הכוללת 4.8.1 יעדים, אסטרטגיות לכל אחד מ"ארבעת ה P- (מוצר, מחיר, מקום, קידום) 4.8.2 לוחות זמנים 4.8.3 תקציב השיווק 4.8.4 מדדי הצלחה	
45	5.1 תרשים ארגוני 5.1.1 חלוקה למחלקות ויחידות 5.1.2 קשרי גומלין בין המחלקות 5.2 צוות עובדים 5.2.1 תיאורי תפקידים 5.2.2 דרישות והכשרות נדרשות 5.2.3 גיוס והעסקה	5. המבנה הארגוני והתוכנית התפעולית

	5.3 תהליכי העבודה 5.3.1 תהליכי תפעול 5.3.2 תהליכי לוגיסטיקה 5.3.3 תרשים תהליכי עבודה 5.4 תשתיות ומשאבים 5.4.1 מיקום ומבנה פיזי 5.4.2 ציוד וטכנולוגיה נדרשים 5.4.3 מערכות מידע ותוכנות 5.4.4 הגדרת משאבים ושיתופי פעולה 5.5 ניהול מלאי ולוגיסטיקה 5.5.1 מדיניות רכש והצטיידות 5.5.2 ניהול מלאי וספקים 5.5.3 תכנון מערך ההפצה וההובלה 5.6 רגולציה, תקינה ואתיקה 5.6.1 רישיונות והיתרים נדרשים 5.6.2 עמידה בתקנים ותקנות 5.6.3 נהלי בטיחות וגהות 5.6.4 אתיקה מקצועית 5.7 לוחות זמנים ואבני דרך: 5.7.1 הגדרת יעדים מרכזיים 5.7.2 תכנון משימות הקמה והתפתחות 5.7.3 הגדרת לוחות זמנים 5.7.4 הגדרת משאבים לכל שלב 5.7.5 הצגת התכנון על לוח גאנט 5.8 יישום הלמידה - בניית תרשים ארגוני לעסק הכולל תיאור בעלי התפקידים והקשר ביניהם. הגדרת תחומי האחריות ותהליכי העבודה העיקריים שיופעלו בעסק	
45	6.1 תוכנית ההשקעות – מקורות ושימושים 6.1.1 תוכנית ההשקעות הנדרשות – המימושים 6.1.2 תכנית המימון מקורות המימון השונים : הלוואות בנקאיות, משקיעים פרטיים, קרנות הון	6. התוכנית ותחזיות הפיננסיות

	סיכון, קרנות ממשלתיות, גיוס המונים, אנג'לים 6.2 מבנה העלויות 6.2.1 עלויות קבועות (שכירות, משכורות וכו') 6.2.2 עלויות משתנות (חומרי גלם, ייצור) 6.3 תחזית רווח והפסד – לשנים הקרובות (3-5) 6.3.1 תחזית הכנסות חודשיות 6.3.2 תחזית הוצאות חודשיות 6.3.3 חישוב נקודת האיזון 6.3.4 תחזית רווחיות – גולמית ותפעולית 6.3.5 ניתוחי רגישות – משתנים המשפיעים על הרווחיות והתזרים 6.4 תחזית וצפי תזרים המזומנים לשנה הראשונה 6.5 שימוש בגיליון אלקטרוני (לדוגמה Excel) ככלי לניהול תקציב וחישובים פיננסיים בסיסיים 6.6 שימוש בכלי AI לחיזוי הוצאות וניתוח דפוסים	
100	7.1 סדנה לכתיבת מתווה הפרויקט להגשה - כתיבת התוכנית העסקית 7.2 סדנה לכתיבת תקציר מנהלים 7.3 נספחים: 7.3.1 קורות חיים של הצוות 7.3.2 מחקרי שוק 7.3.3 הסכמים משפטיים 7.3.4 רישיונות ואישורים נדרשים 7.4 כלים לבניית מצגות כגון: Microsoft PowerPoint - תוכנה להכנת מצגות. חלק מחבילת Microsoft Office, Canva - כלי עיצוב עם תבניות מודרניות ואלמנטים גרפיים רבים כלים לבניית אתרים ודפי נחיתה כמו Wix, (Squarespace, WordPress עם תבניות בסיסיות)	7. כתיבת התוכנית העסקית, הכנת המצגת וצירוף נספחים נדרשים

	7.5 <u>כלי עבודה ב AI כגון:</u> Claude, Copilot, Gemini, Chat GPT 7.6 <u>כלי מחקר שוק ואנליזה כגון:</u> Google Trends לזיהוי מגמות Google Alerts למעקב אחר מתחרים כלים נוספים המופיעים בפרקי ההעשרה	
100	יישום המיזם העסקי על בסיס התוכנית העסקית 8.1 <u>הצגת אב-טיפוס של המוצר/שירות:</u> • יצירת דגם מוחשי או מצגת אינטראקטיבית של המוצר • עבור שירות - יצירת סרטון הדגמה או חוויית לקוח מדומה • הצגת משוב אמיתי (סקר או ראיונות) מקהל יעד פוטנציאלי (הורים, מורים, תלמידים אחרים). 8.2 <u>ביצוע ראיונות עם בעלי עסקים:</u> • מפגש עם 2-3 יזמים בתחום דומה • תיעוד התובנות והלקחים • יישום המסקנות בעדכון תוכנית העסק שלה 8.3 <u>הקמת דף עסקי עבור העסק המתוכנן הכולל:</u> • בחירת פלטפורמה - אינסטגרם, פייסבוק, או לינקדאין, עיתונות, פרוספקט - בהתאם לעסק ולקהל היעד שלו • בניית זהות מותגית - עיצוב לוגו, בחירת צבעים, וקביעת טון דיבור עקבי • יישום התוכנית השיווקית עבור העסק - יצירת מיני קמפיין שיווקי וירטואלי או מסורתי הכולל תוכן תקציבי (ללא הוצאה כספית) <u>באמצעות:</u> פרסום 8-10 פוסטים, סרטונים, פליירים, שלטי חוצות, פודקאסט, תשדיר, אירוע יחסי ציבור, שמציגים את המוצר/שירות, המותג, והערך המוסף	8. יישום המיזם העסקי

	8.4 ביצוע יום מכירות ניסיוני: • הקמת דוכן מכירות בבית הספר או בכל מקום מתאים אחר, ליום אחד • התנסות בשיווק, מכירה ושירות לקוחות בזמן אמת • ניתוח התוצאות והפקת לקחים 8.5 תיעוד הצגה פנימית של יישום הפרויקט - (הגנה פנימית): הצגת המיזם מול גורמים פנימיים מבית הספר והקהילה המקומית ("כריש העסקים" או אחר): • הצגת הרעיון העסקי בפני פאנל (מורים/זמרים מקומיים) • התמודדות עם שאלות קשות ותרשישים מאתגרים, קבלת משוב מקצועי לשיפור התוכנית • רפלקציה ותיעוד התהליך	
שעות	העשרה	
50	כלי שיווק כגון: • Google Analytics כלי להבנת התנהגות לקוחות באתר • MailChimp כלי לניהול קמפיינים במייל • Microsoft Publisher כלים בשירות לקוחות כגון: • Google Forms ליצירת סקרי שביעות רצון • WhatsApp Business לתקשורת עם לקוחות	9. כלים בשיווק (מסורתי ודיגיטלי) ובשירות לקוחות.
40	אפליקציות לניהול הוצאות כגון: Expense Tracker • Monday תוכנת • Calendar Google לניהול זמן ופגישות • Microsoft Outlook • התנסות מעשית בשימוש בכלי לניהול משימות (זמן) לדוגמה, בניית לוח זמנים לפרויקט ב-Monday או Google Calendar.	10. כלים בניהול פיננסי

50	<u>כלי ניהול כגון:</u> • תוכנת Monday • Calendar Google לניהול זמן ופגישות • Microsoft Outlook • התנסות מעשית בשימוש בכלי לניהול משימות וזמן) לדוגמה, בניית לוח זמנים לפרויקט ב-Monday או Google Calendar	11. כלים בניהול ובתהליכים וארגוניים
40	• Google Slides - כלי מקוון חינוכי המאפשר עבודה שיתופית, שמירה אוטומטית בענן וגישות מכל מכשיר. • Prezi - גישה ייחודית למצגות עם אנימציות זום ותנועה תלת-ממדית	12. כלים לשיתוף ופיתוח חדשנות עסקית