



משרד החינוך

מנהל חדשנות וטכנולוגיה

פיקוח על מגמת מנהיגות ויזמות

תכנית לימודים

מגמת מנהיגות ויזמות

התמחות יזמות עסקית

שאלונים

771589, 771387

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

התפיסה הרעיונית של התוכנית

התוכנית המוצעת באה לספק מסגרת מקיפה וברורה ליצירת תוכנית עסקית מוצלחת, תוך שילוב של תכנים וכלים חדשניים. התפיסה מבוססת על העיקרון של תכנון אסטרטגי ופרקטי, המאפשר הן תמונה רחבה של העסק והן התמקדות בפרטים התפעוליים.

התוכנית מדגישה את חשיבות הבנת השוק, הלקוחות והבנה מעמיקה בבניית מבנה ארגוני חזק ותפעול יעיל, פיתוח אסטרטגיה שיווקית יעילה של היבטים פיננסיים.

הדגש הוא על שימוש בהיבט ייחודי תוך שילוב כלים חדשניים לניהול עסק בעולם הדיגיטלי והמסורתי, בטכנולוגיה ובכלים דיגיטליים לשיפור יעילות, הגדלת רווחיות ושיפור חוויית הלקוח. התוכנית מעודדת גישה דינמית ומתאימה את עצמה לשינויים בשוק.

הבנת ויישום התוכנית מאפשרת ליצור תוכנית עסקית, לא רק כמסמך סטטי, אלא ככל דינמי המסייע ליזמים להקים ולנהל עסקים משגשגים בעולם משתנה. התוכנית משלבת תכנון אסטרטגי עם ביצוע פרקטי ומעודדת שימוש בטכנולוגיה ובכלים חדשניים.

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 ותוכנית המימון עבורם
- 6.2 ידע לחשב ולהציג את מבנה העלויות בחלוקה ל: קבועות ומשתנות
- 6.3 ידע לחשב ולהציג תחזית רווח והפסד לשנים הקרובות (3-5)
- 6.4 ידע לחשב ולהציג את תחזית וצפי תזרים המזומנים לשנה הראשונה
- 6.5 ידע להשתמש בגיליון אלקטרוני ככלי לניהול תקציב וחישובים פיננסיים בסיסיים

7. ידע לנסח תוכנית עסקית ותקציר מנהלים

- 7.1 ישתתף בסדנה לכתובת מתווה הפרויקט להגשה וידע לכתוב תוכנית עסקית
- 7.2 ישתתף בסדנה לכתובת תקציר מנהלים וידע לנסח ולכתוב תקציר מנהלים
- 7.3 יבין את החשיבות ומשמעות הנספחים לתוכנית העסקית
- 7.4 יכיר כלים לבניית מצגות ככלי להצגת תוכנית ומודל עסקי
- 7.5 יכיר כלי עבודה ב AI ככלי לתכנון וניהול עסקי
- 7.6 יכיר כלי למחקר שוק ואנליזה ככלי לתכנון שיפור ופיתוח עסקי

8. ידע ליישם מודל להפעלת מיזם עסקי

- 8.1 ידע ליישם הפעלת מיזם עסקי על בסיס התוכנית העסקית
- 8.2 ידע להציג את אופן היישום
- 8.3 ידע לקבוע מסקנות ופעולות מתקנות לפער בין הביצוע לתכנון

9. יכיר כלים בתכנון וניהול שיווק (מסורתי ודיגיטלי) ושירות לקוחות

- 10. יכיר כלים בניהול פיננסי
- 11. יכיר כלים בניהול ובתהליכים ארגוניים
- 12. יכיר כלים לשיתוף ופיתוח חדשנות עסקית

תוכן העניינים

מס' עמוד	נושא	הפרק
7	תיאור העסק והמודל העסקי	1
7	1.1 תיאור כללי של העסק והחזון העסקי	
7	1.2 פירוט מוצרים/שירותים המוצעים	
7	1.3 קהל היעד	
7	1.4 ניתוח השוק וזיכוי היתרון התחרותי	
7	המודל העסקי	2
7	2.1 המודל העסקי	
7	2.2 שותפויות ומשאבים נדרשים	
7	2.3 תחזית ההכנסות לשנתיים הראשונות	
8	מחקר וניתוח שוק	3
8	3.1 מחקר שוק	
8	3.2 ניתוח המתחרים	
8	3.3 ניתוח קהל היעד	
8	התוכנית השיווקית	4
8	4.1 אסטרטגיה שיווקית	
8	4.2 אסטרטגית המוצר	
8	4.3 אסטרטגית המחרה	
8	4.4 אסטרטגית ההפצה	
8	4.5 תוכנית התקשורת השיווקית	
8	4.6 פירוט תוכנית השיווק	
9	המבנה הארגוני והתוכנית התפעולית	5
9	5.1 תרשים מבנה ארגוני	
9	5.2 צוות עובדים	
9	5.3 תהליכי העבודה	

9	5.4 תשתית ומשאבים	
9	5.5 ניהול מלאי ולוגיסטיקה	
9	5.6 רגולציה, תקינה ואתיקה	
9	5.7 לוחות זמנים ואבני דרך	
9	התוכנית ותחזיות פיננסיות	6
9	6.1 תוכנית ההשקעות	
10	6.2 מבנה העלויות	
10	6.3 תחזית רווח והפסד לשנתיים הקרובות	
10	6.4 תחזית וצפי תזרים מזומנים לשנה הראשונה	
10	כתיבת תוכנית עסקית, תקציר מנהלים ונספחים	7
10	7.1 סדנה לכתיבת התוכנית העסקית	
10	7.2 סדנה לכתיבת תקציר מנהלים	
10	7.3 נספחים	
10	7.4 כלים לבניית מצגות	
10	7.5 כלי עבודה ב AI	
10	7.6 כלי מחקר שוק ואנליזה	
11	יישום המיזם העסקי על בסיס התוכנית העסקית	8
11	8.1 הצגת אב-טיפוס של המוצר/שירות	
11	8.2 ביצוע ראיונות עם בעלי עסקים	
11	8.3 הקמת דף עסקי עבור העסק המתוכנן	
11	8.4 ביצוע יום מכירות ניסיוני	
11	8.5 תיעוד הצגה פנימית של יישום הפרויקט	
העשרה		
12	כלים בשיווק (מסורתי ודיגיטלי) ובשירות לקוחות	9
12	כלים לניהול פיננסי	10
12	כלים בניהול ובתהליכים ארגוניים	11
12	כלים לשיתוף ופיתוח חדשנות עסקית	12

תכנית הלימודים

שעות	שם הפרק	
40	1.1 תיאור כללי של העסק והחזון העסקי 1.1.1 הגדרת עסק 1.1.2 מהות העסק - תחום הפעילות העיקרי 1.1.3 ההזדמנות העסקית והצורך במוצרים 1.1.4 החזון והמטרות 1.1.5 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 1.4 ניתוח השוק וזיהוי היתרון התחרותי 1.4.1 ניתוח עסק על פי מודל SWOT 1.4.2 הגדרת ייחודיות העסק מהמתחרים 1.4.3 אסטרטגיות בידול ומיצוב	1. תיאור העסק
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. המודל העסקי
40	3.1 מחקר שוק 3.1.1 ניתוח מגמות בשוק 3.1.2 גודל השוק הפוטנציאלי	3. מחקר וניתוח שוק

	3.1.3 הזדמנויות ואיומים מרכזיים 3.2 ניתוח קהל היעד 3.2.1 התנהגות צרכנית וצרכים 3.2.2 כלים לניתוח קהלי יעד (שאלונים, סקרים, ראיונות, תצפיות) 3.3 ניתוח המתחרים 3.3.1 מיפוי המתחרים העיקריים 3.3.2 חוזקות וחולשות של המתחרים – מתודולוגיה לניתוח ולתצפיות במתחרים	
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 4.3 אסטרטגיית המחרה 4.3.1 אסטרטגיית ההמחרה 4.3.2 מבנה הנחות ומבצעים 4.3.3 תנאי תשלום 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. התוכנית השיווקית
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. המבנה הארגוני והתוכנית התפעולית

	5.2.2 דרישות והכשרות נדרשות 5.2.3 גיוס והעסקה 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	
45	6.1 תוכנית ההשקעות: 6.1.1 תוכנית ההשקעות הנדרשות – המימושים 6.1.2 תוכנית המימון – המקורות 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. התוכנית ותחזיות הפיננסיות

	6.4 תחזית וצפי תזרים המזומנים לשנה הראשונה 6.5 שימוש בגיליון אלקטרוני (לדוגמא Excel) ככלי לניהול תקציב וחישובים פיננסיים בסיסיים	
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 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	7. כתיבת התוכנית העסקית, הכנת המצגת וצירוף נספחים נדרשים
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>	8. יישום המיזם העסקי

	• 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 תכנון 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 <u>8.4 ביצוע יום מכירות ניסיוני:</u> • הקמת דוכן מכירות בבית הספר או בכל מקום מתאים אחר, ליום אחד • התנסות בשיווק, מכירה ושירות לקוחות בזמן אמת • ניתוח התוצאות והפקת לקחים <u>8.5 תיעוד הצגה פנימית של יישום הפרויקט - (הגנה פנימית):</u> הצגת המיזם מול גורמים פנימיים מבית הספר והקהילה המקומית ("כריש העסקים" או אחר): • הצגת הרעיון העסקי בפני פאנל (מורים/יזמים מקומיים) • התמודדות עם שאלות קשות ותרחישים מאתגרים, קבלת משוב מקצועי לשיפור התוכנית • רפלקציה ותיעוד התהליך	
--	---	--

שעות	העשרה	
50	<u>כלי שיווק כגון:</u> • Google Analytics כלי להבנת התנהגות לקוחות באתר • MailChimp כלי לניהול קמפיינים במייל • Microsoft Publisher <u>כלים בשירות לקוחות כגון:</u> • 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	10. כלים בניהול פיננסי
50	<u>כלי ניהול כגון:</u> • Monday תוכנת • Calendar Google לניהול זמן ופגישות • Microsoft Outlook	11. כלים בניהול ובתהליכים וארגוניים
40	• Google Slides - כלי מקוון חינמי המאפשר עבודה שיתופית, שמירה אוטומטית בענן ונגישות מכל מכשיר. • Prezi - גישה ייחודית למצגות עם אנימציות זום ותנועה תלת-ממדית	12. כלים לשיתוף ופיתוח חדשנות עסקית