

משרד החינוך
מנהל החינוך הטכנולוגי

הפיקוח על המגמות ניהול עסקי, הנדסת תעשייה וניהול ומנהיגות ויזמות

דגשים ונהלים לכתיבת פרויקט גמר

במקצוע "שיווק וקידום מכירות"

3 יח"ל (סמל 876387)



שנה"ל תשפ"ו
(ספטמבר 2025)

תוכן עניינים

1.	כללי	3
2.	הצעת הפרויקט	4
3.	מבנה הפרויקט	6
4.	עריכת פרויקט הגמר וארגונו	13
5.	מסירת הפרויקט להערכה	13
6.	מבנה ההגנה	14
7.	תמיכת בית הספר	14
8.	תפקיד המנחה ודרכי הנחייה	15
נספח 1 –	טופס הצעה לפרויקט גמר	16
נספח 2 –	טופס הערכת פרויקט גמר	18
נספח 3 –	טופס הצהרה על מקוריות העבודה	35
נספח 4 –	כללים בסיסיים לבניית מצגת	36

נהלים ודגשים לכתיבת פרויקט גמר ברמה של 3 יח"ל במקצוע "שיווק וקידום מכירות ב"

(סמל שאלון 876387)

1. כללי

פרויקט גמר ברמה של 3 יח"ל מיועד לתלמידים הנמצאים במסלול התמחות בניהול השיווק. מטרת הפרויקט היא ליישם את החומר התיאורטי ולבטא את ידיעותיו והבנתו של התלמיד בנושאים אותם למד במסגרת לימודי המקצועות "פרסום וקידום מכירות", "התנהגות צרכנים" וכן "עקרונות השיווק". פרויקט הגמר מהווה מטלה לימודית- מחקרית המאפשרת לתלמיד להתמודד עם משימה לימודית מאתגרת, תוך מתן ביטוי לידע ולכלים שרכש במהלך לימודיו.

כבכל בחינת בגרות, גם בהכנתו של פרויקט הגמר יש הקפדה על עבודה עצמית (מונחית) של התלמיד תוך שמירה על טוהר העבודה ואמינותה לכל אורכו של התהליך.

הפרויקט יכול להתבצע באמצעות :

- א. איסוף נתונים מהארגון על ידי יצירת קשר עם הארגון אודותיו נכתב הפרויקט, תוך סיוע של איש קשר מהארגון העובד במחלקת השיווק או בהנהלה (יש לציין בעבודה את פרטי איש הקשר) ויישום הידע התיאורטי שנלמד בכיתה על הארגון הנחקר.
- ב. איסוף נתונים על הארגון ממקורות שונים כגון : אתר אינטרנט ופרסומי מדיה שהתפרסמו וניתוח מעמיק של המידע שנאסף לכדי פרויקט ברמת 3 יח"ל.

הפרויקט נערך בכיתה י"ב וכדי שיוכלו לגבש את הצעתם, מומלץ לעניין את התלמידים ואף להתחיל בבחירת הארגון ואיסוף המידע אודותיו, במהלך שנת הלימודים בכיתה י"א.

- ✓ חשוב שעד סיום כיתה י"א הלומד יכיר את נושאי הלימוד של "עקרונות השיווק", "פרסום וקידום מכירות" ו"התנהגות צרכנים".
- ✓ ניתן להגיש עבודות בזוגות בתנאי, שהתלמידים מבצעים עבודה רחבה יותר בשיתוף מלא, תוך הפריה הדדית ועבודת צוות, ההגנה על הפרויקט ובחינה בעל-פה יבוצעו באופן אישי לכל תלמיד.
- ✓ מומלץ לבצע בחינת אמצע במהלך הכנת הפרויקט ובחינה נוספת לקראת מועד הבחינה החיצונית כדי להכין את התלמידים לייחודיות בחינת ההגנה על פרויקט גמר.
- ✓ פרויקט הגמר יבוצע ויוגש בכיתה י"ב.

הזכות להגיש פרויקט גמר "צמוד תכנית לימודים" מוקנית בתנאי :

לימודיו של התלמיד במקצוע סדירים והוא עומד בכל החובות ובכל המשימות המוטלות עליו במשך שנות הלימוד במגמה ובכל אחד מהמקצועות שעל תכניהם מתבסס הפרויקט ובתנאי, שהתלמיד סיים ללמוד את תכני הלימוד של תכניות הלימוד, עמד בהצלחה בבחינות ובמטלת הביצוע והפגין יכולות כתיבה הדרושות לכתיבת פרויקט הגמר.

2 . הצעת הפרויקט

2.1 כללי

תהליך ההגשה יתבצע כדלהלן:

א. התלמיד יכין הצעה לפ"ג על גבי טופס "טופס הצעה לכתיבת פ"ג" (ראה נספחים). ההצעה תיבדק על ידי המורה המנחה את התלמיד. לאחר שההצעה תמצא נכונה ותקינה, על המורה המנחה לאשרה בחתימתו עליה. טופס ההצעה חתום ומאושר ע"י המנחה יצורף לפ"ג (בחלק הנספחים), יוערך ע"י בוחן חיצוני וציונו ישוקלל בציון העבודה.

- אין להגיש הצעות שהיו בשימוש בשנים הקודמות.
- תקינות ההצעה באחריותם הבלעדית של המנחה ושל התלמיד.
- פרויקט שיעסוק בנושא שאיננו "צמוד תוכנית לימודים" ללא אישור מראש מהפיקוח יפסל וציונו יהיה 0.
- טופס ההצעה לכתיבת פ"ג, יצורף לעבודת התלמיד.
- אין לבצע יותר מעבודה אחת על אותו ארגון (גם אם מדובר על נושאים שונים)
- על הארגון להיות ארגון קטן-בינוני עד 250 עובדים.
- חל שינוי במבנה ובקריטריונים של הערכת העבודות.
- יש למלא הצהרה על מקוריות כתיבת הפרויקט (ראה נספח 3)

2.2 מבנה הצעת פרויקט גמר

אנו רואים חשיבות מיוחדת בבחינת טיבן של ההצעות ובחינת יכולתם של התלמידים להתמודד עם המשימה. יש להקפיד על הכנת ההצעות על ידי התלמידים, עפ"י ההנחיות ובהדרכת המורה המשמש כמנחה המקצועי.

ההצעה המפורטת תוכן עפ"י נקודות המפתח הבאות:

- א. הצגת נושא העבודה: תיאור הטיעון השיווקי המועלה לדיון/לבדיקה והצגת השערות המחקר.
- ב. תיאור מהות הארגון (בקצרה).
- ג. פירוט המשתנים התלוי והבלתי תלוי הנבדקים בעבודה.
- ד. ציון הנושאים מתוך תוכנית הלימודים עליהם מתבססת העבודה.
- ה. פרטים על מנחה העבודה: שם מלא, תואר אקדמי, תחום ההתמחות.
- בפרויקט הגמר יש לעסוק לעומק בנושאים הנלמדים בכיתה הכלולים בתכניות הלימודים.
- אין להגיש הצעות בעלות תכנים זהים ע"י שני תלמידים מאותו בית ספר.
- ההצעה תכתב על ידי התלמיד/ים (בהדרכתו של המורה המנחה המקצועי).
- ההצעה תהיה מנוסחת היטב, תמציתית, עניינית ומבוססת תיאורטית. חובה להכין ולערוך אותה, עפ"י כל נקודות המפתח הבאות:

- * שאלת המחקר מתמקדת ב**שני** תחומים מתוך עקרונות השיווק, פרסום וקידום מכירות והתנהגות צרכנים
- * השאלה **תחומה** לאוכלוסייה ולמקום גאוגרפי.
- * השאלה מציגה טיעון שיווקי רלוונטי המנוסח בבהירות.
- * מוצגים בבהירות המשתנה התלוי והבלתי תלוי הנבדקים בעבודה.
- (יש להימנע מכתובה ארוכה שלא לצורך).
- הצעה מתוקנת, מאושרת ו**חתומה** ע"י **המורה המנחה תוכנס** לפרק הנספחים בפ"ג של התלמיד

3. מבנה הפרויקט

3.1 שער

שם החברה (בית העסק)

הצגת הטיעון השיווקי הנחקר

שם התלמיד/ים

ת"ז 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.

3.2 מבוא

- ✓ הקדמה אישית תוך התייחסות לבחירת הנושא. בסעיף זה התלמיד יציין את המסגרת הלימודית בה נכתבה העבודה. התלמיד יציג את הארגון עליו נכתבה העבודה ויסביר מדוע בחר בארגון זה לכתיבת העבודה.
- התלמיד יציג את רלוונטיות הנושא שבחר (מדוע חשוב לערוך מחקר זה על נושא זה). התלמיד יוסיף תודות לגורמים שסייעו לו בתהליך כתיבת העבודה
- ✓ על התלמיד לתאר בפירוט את נושא העבודה. (ציון שם המותג, לוגו, תיאור ההיסטוריה, וכל פרט רלוונטי המאיר את המוצר הנבדק).

3.3 תקציר

- התקציר הוא סיכום סופי של הפרויקט, והוא נכתב לאחר סיום הפרויקט. יש לכלול בתוכו את הנתונים הבאים:
- ✓ שם החברה/ ארגון/ בית העסק הנבחן. מיקום פיזי של ההנהלה והמפעלים.
- ✓ רקע קצר על הארגון
- ✓ הצגת הטיעון השיווקי העומד לבדיקה ודיון
- ✓ תמצית המחקר - התלמיד יפרט את המשתנה התלוי והבלתי תלוי הנבחנים בעבודה, התלמיד יפרט את הקשר בין המשתנים ויסביר את **מטרת המחקר**. התלמיד יציג את השערות המחקר, פירוט הבחירה בכלי המחקר, הצגת אוכלוסיית המדגם ורציונל הבחירה בה.
- ✓ שתיים או שלוש מסקנות והמלצות עיקריות. על המסקנות וההמלצות לתת מענה לטיעון השיווקי (הפרכה או אישוש של השערת המחקר) – יש לבסס בתוצאות מספריות

3.4 רקע תיאורטי

- ✓ על התלמיד להציג **רקע תיאורטי של הטיעון הנבדק** (ביסוס על תכני הלימוד של פרסום וקידום מכירות, התנהגות צרכנים ועקרונות השיווק). את הרקע התיאורטי יש לבסס על 2-3 מקורות.
- ✓ התלמיד יציין את הנושאים מתכנית הלימודים עליהם מתבססת העבודה.
- ✓ מקורות איסוף המידע יכולים להיות מתוך ספרות מקצועית, מאמרים, אתרי אינטרנט ועוד (**ספרי הלימוד לא ייחשבו למקורות איסוף**)
- ✓ התלמיד יעשה שימוש בפרסומים ומאמרים עכשוויים הנוגעים לנושא העבודה – נדרש שימוש ב-2 מקורות לפחות.
- ✓ מקורות איסוף המידע יכולים להיות מתוך ספרות מקצועית, מאמרים, אתרי אינטרנט ועוד (**ספרי הלימוד לא ייחשבו למקורות איסוף**)
- ✓ המקורות יכללו שימוש בפרסומים ומאמרים אשר התפרסמו ב-6 שנים האחרונות
- ✓ על התלמיד למזג את המקורות הרלוונטיים (סינתזה) בעמוד אחד לכל הפחות הקשורים לנושא העבודה ולהסביר את הקשרם לנושא העבודה ותרומתם לביצוע המחקר.

מאמרים אשר אינם קשורים לנושא העבודה לא יחשבו לצרכי הציון.

3.5 תיאור החברה

סקירה מקיפה על מהות בית העסק:

יכלול את הפרטים הבאים:

3.5.1 תיאור הארגון ועיסוקיו כולל נקודות ציון היסטוריות חשובות (בעלות/קשרים בינלאומיים וכד')

3.5.2 תיאור סביבת המאקרו - על התלמיד לתאר את סביבות המאקרו המשפיעות על הארגון ולנמק את השפעתן על הארגון, תוך התייחסות לסביבות הבאות:
סביבה דמוגרפית, כלכלית, טבעית, טכנולוגית, פוליטית-משפטית, חברתית-תרבותית וגלובלית (התלמיד יתאר לפחות שלוש סביבות)

3.5.3 תיאור המיקרו-סביבה:

- ✓ תיאור שניים מבין המתחרים העיקריים של הארגון הנבדק בשוק בו פועל הארגון, תוך ציון המוצר/ים המהווים תחרות (מתחרים שפונים אל אותו פלח שוק). תיאור כל מתחרה יהיה רחב ומפורט (לפחות עמוד אחד לכל מתחרה).
- ✓ פירוט רציונל הבחירה בהצגת מתחרים אלה.

3.5.4 הגישה/ התפיסה השיווקית המנחה את הנהלת הארגון

3.5.5 התועלות המוענקות מהמערכת השיווקית של הארגון

3.6 תיאור מאפיינים שיווקיים

תיאור תמהיל המוצר/שירות הנחקר:

- תיאור תמהיל המוצרים
- תיאור המוצר/שירות הנחקר ומיתוגו
- תיאור מיקום המוצר בתמהיל המוצרים
- תיאור השלב במחזור החיים בו נמצא המוצר/שירות.
- תיאור סיווג המוצר ע"פ הסיווגים המקובלים.
- תיאור התועלות (תפעוליות, כלכליות ופסיכולוגיות חברתיות) הניתנות לצרכן במוצר.

במקרה של שירות יש לתאר את מרכיבי תמהיל השירות – אנשים, תהליכים ועדות פיזית

תיאור תמהיל המחיר של המוצר/שירות הנחקר:

- פירוט מחירו הסופי של המוצר/השירות.
- תיאור יעד ההמחרה בקביעת המחיר הסופי.
- תיאור הנחות הניתנות על המחיר הסופי.

תיאור תמהיל ההפצה של המוצר/שירות הנחקר:

- תיאור ערוץ/צינור ההפצה של המוצר וגורמי הביניים המשתתפים בו – הסבר כולל שרטוט

תיאור תמהיל התקשורת של המוצר/שירות הנחקר: תיאור מפורט רק בנוגע למוצר/שירות הנבדק בעבודה:

- פרסום – פירוט הערוצים בהם עושה בית העסק שימוש בתקופה האחרונה (הסמוכה למועד כתיבת העבודה) להעברת מידע על המוצר/שירות הנבדק (טלוויזיה, רדיו, עיתונות, אינטרנט, שלטי חוצות, "פלאיירים" וכד.).
- קידום מכירות- תיאור הכלים בהם עושה בית העסק שימוש (האם מופנים לגורמי הביניים או ללקוח הסופי).
- יחסי ציבור- תיאור מחלקה קיימת או הטיפול שנעשה בתחום זה.
- מכירה אישית- תיאור מוכרנים (אם ישנם כאלה) או דרכים אחרות להעברת מידע בתקשורת בינאישית.
- שיווק ישיר/אינטרנטי- תיאור הערוצים הישירים, בהם עושה בית העסק שימוש (דיוור ישיר, אתר אינטרנט וכד').
- ציון המסר בו עושה הארגון שימוש על מנת להגיע אל קהל היעד הפוטנציאלי.
- פירוט פניית המסר וסגנון המסר- בהם עושה בית העסק שימוש לפרסום המוצר/שירות הנבדק.

*במידה והארגון לא עושה שימוש באחד או יותר מהערוצים הללו, על התלמיד להסביר את הרציונל שבמדיניות זו. באם אין ברשותו מידע זה הוא יכול לשער על סמך הרקע התיאורטי שנלמד בכיתה בהקשר זה. במידה ולא יופיע הסבר שכזה, לא יקבל התלמיד את הניקוד המלא על סעיף זה.

3.7 תיאור מאפייני התנהגות הצרכנים של קהל היעד

- תיאור הצרכים של הצרכנים (ע"פ תיאוריית הצרכים של מאסלו) בפועל ובכוח של המוצר/שירות הנבדק, עליהם עונה המוצר.
- תיאור גיל ושלב במחזור החיים של הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר/שירות הנבדק.
- תיאור השפעת גורם חברתי (קבוצה חברתית, מנהיג דעה, ומשפחה) על קניית המוצר/שירות הנבדק, בקרב הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר/שירות הנבדק.
- ציון שלושה ערכי תרבות הבאים לידי ביטוי בתקשורת השיווקית של המוצר/שירות הנבדק.
- פירוט סוג המעורבות שיש לצרכנים ברכישת המוצר/שירות 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) המאפיין את רכישת המוצר/שירות הנבדק.

3.8 המחקר

3.8.1 פרק זה יתאר את תהליך המחקר על כל שלביו על פי הסדר הבא:

הבעיה הנחקרת/ שאלות המחקר והשערות המחקר :

- התלמיד יציג את הטיעון השיווקי המועלה לבדיקה ודיון שבחר, בצורה בהירה וחד משמעית.
- התלמיד יציג את המשתנה התלוי והבלתי תלוי הנבחים ואת והקשר ביניהם.
- התלמיד יציג את השערות המחקר שהיו לו בתחילת התהליך.

יש להקפיד על זהות מוחלטת בשאלת המחקר, המשתנים וההשערות לאורך כל העבודה

תיאור שיטת איסוף הנתונים :

- התלמיד יתאר את כלי המחקר בו הוא בחר לעשות שימוש, וכן יציג את השיקולים בבחירת כלי מחקר זה.
- התלמיד יוסיף את השאלון ובו מס' השאלות הנדרש (3-5 שאלות דמוגרפיות + 15 שאלות אשר ייתנו מענה לשאלת המחקר)
- התלמיד יפרט את מטרת כל שאלה בשאלון והקשרה לטיעון השיווקי המועלה לבדיקה ודיון.
- על התלמיד לבחור 3-5 שאלות דמוגרפיות (תיאוריות). על התלמיד להסביר את רציונל הבחירה בהן (בשאלות אלו ייעשה שימוש בשתי ההצלבות (צילוחים) בחלק עיבוד הנתונים).

תיאור תהליך עריכת פרי טסט :

התלמיד יפרט את תהליך עריכת הפרי טסט, ובמידה והיה שינוי, יציג את תיקון כלי המחקר.

תיאור המדגם שנבחר :

- התלמיד יתאר את קהל הצרכנים הספציפי עליו נערך המדגם ואת רציונל הבחירה בשוק זה.
- על התלמיד לציין את גודל המדגם ($n=50$).
-

אופן הפעלת המחקר- העברת השאלון :

על התלמיד לפרט את תהליך הפעלת המחקר ולהסביר את הרציונל בבחירותיו בנושאים הבאים :

- מיקום הפעלת המחקר.
 - הזמנים בהם הופעל כלי המחקר.
- תיאור עיבוד הנתונים : ציון התוכנה שנבחרה לשם כך.

3.8.2 איסוף ועיבוד נתוני המחקר

יש לאסוף את הנתונים באמצעות כלי מחקר המתאים לאופי הטיעון השיווקי המועלה לדיון/ בדיקה (שאלון, תצפית, ראיון וכדומה). כל שאלה בכלי המחקר הנבחר חייבת להיות קשורה לבעיית המחקר ולסייע בפתרונה. יש להקפיד על הצגת מגוון שאלות בניסוחים שונים תוך שמירה על שפה תקינה. עיבוד נתונים ייעשה באמצעות תוכנת מחשב.

3.8.3 הצגת הממצאים

ממצאי כל שאלה יוצגו בעמוד נפרד.

✓ בראש העמוד יש להציג כותרת לשאלה- יצוין מספר השאלה ותוכנה.

✓ טבלאות שכיחויות במספרים מוחלטים ובאחוזים.

✓ הצגה מתאימה בגרפים מתאימים (עוגה, היסטוגרמה וכד').

✓ הצגת פתיח לביאור הנתונים וכתיבתם מהאחוז הגבוה לנמוך, או להיפך.

אם כל הנחקרים השיבו על השאלה אזי כותבים "אחוז הנחקרים", אם לא כל הנחקרים השיבו אז יש לכתוב אחוז המשיבים.

בשאלת רב ברירה (בה עומדות בפני הנחקר מספר אפשרויות מענה מרובות) עליה השיבו כל הנחקרים יכתוב התלמיד פתיח כך: 50 נחקרים מתוך 50 השיבו X תשובות כלהלן. ההתייחסות תהיה לאחוזים מתוך התשובות.

בשאלה בה לא כל הנחקרים השיבו, ישנה התלמיד את הפתיח ויציין: X נחקרים מתוך 50 השיבו כך.

בביאור הנתונים המילולי יש להקפיד ולציין האם מדובר באחוז הנחקרים או במספר המשיבים.

כך לדוגמא בכל שאלה:

51% ומעלה מהנחקרים = רוב הנחקרים. (מומלץ לכתוב בסוגריים את האחוז).

50% מהנחקרים = מחצית הנחקרים.

49% - 40% מהנחקרים = מרבית הנחקרים.

39% - 30% מהנחקרים = חלק ניכר מהנחקרים. (שליש...)

29% ומטה – מיעוט הנחקרים.

לאחר הצגת הממצאים הנ"ל יש לרכז ולקבץ מספר מסקנות ובעקבותיהן המלצות העוסקות באותו נושא/תחום.

3.8.4 מסקנות דיון והמלצות

✓ 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 העוסקות באותו נושא/תחום.**

✓ על התלמיד לנתח את הנתונים ולקשר את המסקנות שקיבל מהמחקר לרקע התיאורטי של הטיעון השיווקי

✓ על התלמיד לפרט את המלצתו/ המלצותיו **האופרטיביות** ביחס לניתוח שלו, תוך קישור לתכנים **פרסום וקידום מכירות, התנהגות צרכנים ועקרונות השיווק.** התלמיד יציג את תשובתו להשערת המחקר **המפריכה או מאששת את הטיעון השיווקי שהועלה לבדיקה.**

✓ מתן מענה מוכח ומנומק לטיעון השיווקי שהועלה לבדיקה, כפי שהוצג בפרק המבוא לעבודה.

3.9 סיכום אישי

בחלק זה יתייחס התלמיד לשני הנושאים הבאים:

- התרומה האישית של העבודה לתלמיד. ניתן ורצוי להציג גם קשיים עמם התמודד במהלך הפרויקט. (בזוג יש להפריד בין הסיכומים).
- מתן מענה מוכח ומנומק לטיעון השיווקי שהועלה לבדיקה, כפי שהוצג בפרק המבוא לעבודה. רצוי לצרף תיאור תמציתי כללי של המסקנות וההמלצות הנוגעות לבעיית המחקר.

3.10 רשימת מקורות

הרשימה תכלול את הביבליוגרפיה התיאורטית על פי שיטת APA מתוך מקורות אקדמיים עדכניים, כתובות האתרים ששימשו את הכותב במקורות המידע, ציון פרסומי מדיה וכו'. (הרשימה תכיל מינימום 5 פריטים) - ללא סידור הרשימה עפ"י הנחיות הכתיבה הטכנית שיטת ה APA לא יינתן ציון)

3.11 נספחים – חובה לצרף נספחים רלוונטיים

- ✓ חובה לצרף את כלי המחקר.
- ✓ חובה לצרף את "[טופס אישור הצעה לכתיבת פ"ג](#)" כשהוא חתום ומאושר ע"י המורה המנחה".
- ✓ חובה לצרף אישור על מקוריות העבודה (נספח 3)

4. עריכת פרויקט הגמר וארגונו

- א. העבודה תוגש ותועלה לשילובית ע"פ הנחיות אגף הבחינות. ביום ההגנה, העבודה תוגש לבוחן בעותק מודפס, עותק נוסף יישאר בידי התלמיד. לאחר בדיקתו ובסיום ההגנה, העבודה תוחזר לתלמיד.
- ב. העבודה תוגש על גבי גיליון בגודל A4, ברווח של שורה וחצי, גודל גופן 14, כרוכה כחוברת.

תאריכים מחייבים בתהליך כתיבת העבודה

נושא	תאריך
סיום הכנת ההצעה לכתיבת פרויקט גמר, עריכתה ואישורה על ידי המורה -המנחה. טופס זה יצורף לפרויקט	31/10/XX
העלאת הפרויקטים לשילובית	ע"פ הנחיות אגף הבחינות
סיום תהליך ההגנה	ע"פ הנחיות אגף הבחינות

5. מסירת הפרויקט להערכה

א. יש להביא לידיעת התלמידים והוריהם את מסגרת הכללים והנהלים, לוח הזמנים, מידע על הגמול בו מזכה הפרויקט, על מעמדו ודרך רישומו בתעודת הבגרות, אופי תהליך הכנת ההצעה והפרויקט ודרכי הטיפול בהם. כמו כן, חשוב שהתלמידים יכירו מלכתחילה, את תהליך ההערכה ומרכיביו. יש לעשות זאת בטרם הכניסה לתהליך העבודה.

ב. הבוחן יעריך את הפרויקטים על גבי **טופס הערכת פרויקט גמר (נספח 2)** ובמעמד ההגנה ישלים אותו וישקלל את הציון על סמך ציון הפרויקט וציוני ההגנה והבחינה.

ג. את ציוני התלמידים יש לדווח ע"פ הנחיות אגף הבחינות.

6. מעמד ההגנה

שים לב,

הן ההגנה על פ"ג והן הבחינה בעל – פה תתבצענה לכל תלמיד בנפרד ובאופן אישי גם אם העבודה נעשתה בזוגות.

תלמיד שבחר שלא להשתתף בהגנה על הפרויקט ובבחינה בעל פה – דינו כמי שלא נכח בבחינת בגרות.

- מועד הבחינה ומשך הבחינה – ע"פ הנחיות אגף הבחינות.
- השתתפות המורה המנחה במעמד ההגנה אינה חובה אך חובה שתהיה נוכחות של נציג בית הספר. בכיתה יש צורך להעמיד שני שולחנות נפרדים - אחד עבור המעריך ושולחן נוסף עבור התלמיד/ים הנבחנים. במעמד הבחינה בעל פה, אין חומר עזר נוסף!
- במעמד ההגנה, על התלמיד להציג בפני הבוחן את החברה/ ארגון/ בית העסק הנבחר, את נושא העבודה, הטיעון השיווקי, ואת סעיפי תמצית המנהלים. על התלמיד להציג בפני הבוחן באמצעות מצגת (פרזנטציה) תמציתית הכוללת את הפרטים הנ"ל – יש לפעול ע"פ הכללים המפורטים בנספח 4.
- הבוחן ישאל שאלות הבהרה שהתעוררו במהלך הערכת העבודה של התלמיד.
- התלמיד ישיב בעל-פה על **שלוש מתוך ארבע** שאלות המתבססות על תכני הלימוד של "עקרונות השיווק", פרסום וקידום מכירות והתנהגות צרכנים (בחינה בעל-פה).
- על התלמיד להשיב על שאלה אחת מכל תחום התוכן.

שים לב,

הציון הכלל שיינתן ע"י המעריך החיצוני יהיה שקלול של:

40% - העבודה (הספר)

30% - בחינה בע"פ על עבודת הגמר – ציון הבחינה בע"פ לא יעלה על ציון העבודה (הספר).

10% - פרזנטציה באמצעות מצגת

20% - שליטה בתכני הלימוד

- הציון הסופי יורכב משקלול של ציון המורה- המנחה והציון הסופי של הבוחן החיצוני.

7. תמיכת בית הספר

- א. מומלץ שביה"ס יארגן לכל התלמידים המגישים פרויקט גמר, סדנה לכתיבת עבודות גמר.
- ב. מומלץ שהתלמיד יופיע לפחות פעמיים במשך תקופת ביצוע הפרויקט, בפני קבוצת מורים, רצוי גם בפני תלמידים עמיתים. בפעם הראשונה, התלמיד יציג את נושא הפרויקט שהוא מתכנן לבצע, את שיקוליו ואת פתרונותיו. מומלץ שהפעם השנייה תהיה בסמוך למועד הגשת העבודה והמעמד ישמש מעין הגנה.

8. תפקיד המנחה ודרכי הנחייה

הנחיית פרויקט הגמר תעשה תוך שימוש במגוון שיטות ואמצעי הוראה. מחד, חזרה על נושאים שנלמדו במקצועות השונים, ומאידך, לימוד שיטות ביצוע עבודה מחקרית, אופן כתיבת חוברת הפרויקט ופיתוח המחקר.

לקראת תחילת המחקר, מומלצת חזרה על נושאים עיקריים הרלוונטיים לעבודת המחקר. על המורה המנחה לעסוק בלימוד טכניקת כתיבה ועריכה של חוברת הפרויקט – כללי עריכה, ציטוט, ניסוח וכד'.

על המורה המנחה לעסוק בהעמקת יישום הנושאים הנלמדים ושימוש בכלים טכנולוגיים.

תפקידו של המנחה בפרויקט:

- (א) הנחייה באיתור נושא והתארגנות לביצוע העבודה.
- (ב) סיוע בגיבוש ההצעה לעבודה.
- (ג) סיוע בהערכת היקף הזמן וקביעת לוח זמנים.
- (ד) סיוע בהכנת תוכנית העבודה לפרויקט ומעקב אחר ביצועה.
- (ה) ליווי התלמידים בתהליך זיהוי מוצר/שירות ובחינת הנושאים הניתנים לפיתוח, למחקר, וכן ליווי אופן הביצוע של העבודה וסיוע באיתור מקורות מידע.
- (ו) ליווי הכנת העבודה באמצעות פגישות מעקב תקופתיות:
 - הערכה של תוצרי הביניים בשלבים השונים של תהליך ביצוע פרויקט הגמר.
 - **מתן משוב** כתוב לגבי שלבי העבודה, המלצות לשיפורים, הפנייה למקורות בהם ניתן להיעזר והתייחסות לתוצרי השלב.
- (ז) קביעת ציון שנתי "ציון מגן" על פי הנהלים המקובלים.
- (ח) **שמירה ואחריות על טוהר בחינות** בתהליך הכנת פרויקט הגמר ע"י התלמידים.

נספח 1 – טופס הצעה לפרויקט גמר

תאריך _____

הצעה לפרויקט גמר ב"שיווק קידום מכירות" 3 יח"ל - סמל 876387

פרטי התלמיד/ים:

מספר זהות	שם משפחה	שם פרטי	שנת סיום

פרטי בית הספר:

שם בית הספר: _____

סמל בית הספר: _____

שם הארגון, ציון מהות עיסוקו, תיאור המוצר/ השירות הנבדק:

שם הארגון: _____

מהות עיסוקו: _____

תיאור המוצר/ השירות הנבדק: _____

האם המחקר בוצע בארגון באמצעות איש קשר מהארגון? סמן: כן / לא (במידה וכן מלא את פרטי איש הקשר)

שם איש הקשר: _____

תפקידו בארגון: _____

מספר נייד של איש הקשר: _____

הטיעון השיווקי המועלה לבדיקה ודיון:

המשתנה התלוי והבלתי תלוי:

המשתנה התלוי: _____

המשתנה הבלתי תלוי: _____

השערות המחקר וביסוס תיאורטי (לפחות 2 השערות):

השערה I: _____

השערה II: _____

השערה III: _____

תמצית מהלך המחקר (אופן ביצוע המחקר):

ביבליוגרפיה – פרטי המחבר/מחברים, מקור/מקום הפרסום, שנת הפרסום, כותרת/נושא המקור (5 פריטים לפחות) – ספרי הלימוד לא יכללו בביבליוגרפיה

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

פרטי מנחה העבודה:

שם	תעודת זהות	טלפון נייד	כתובת דוא"ל

תאריך _____

אישור המנחה: הריני מאשר בזאת כי ההצעה תקינה ועומדת בדרישות, קראתי ואשרתי אותה.

תאריך חתימת התלמיד/ה חתימת המנחה

טופס הערכת פרויקט גמר ב"שיווק וקידום מכירות ב'" - שאלון מס' 876387

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

שם החברה/ בית העסק _____
הטיעון השיווקי הנבדק:
שם התלמיד: ת"ז _____
שם התלמיד: ת"ז _____
שם ביה"ס: סמל: 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' 876387

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

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 2</u> תקציר מנהלים		התקציר הוא סיכום סופי של הפרויקט, והוא נכתב לאחר סיום הפרויקט. יש לכלול בתוכו את הנתונים הבאים: - שם החברה/ ארגון/ בית העסק הנבחן. מיקום פיזי של ההנהלה והמפעלים. - רקע קצר על הארגון - הצגת הטיעון השיווקי העומד לבדיקה ודיון - תמצית המחקר - התלמיד יפרט את המשתנה התלוי והבלתי תלוי הנבחנו בעבודה, התלמיד יפרט את הקשר בין המשתנים ויסביר את מטרת המחקר. - השערות המחקר, פירוט הבחירה בכלי המחקר, הצגת אוכלוסיית המדגם ורציונל הבחירה בה. - שתיים או שלוש מסקנות והמלצות עיקריות. על המסקנות וההמלצות לתת <u>מענה לטיעון השיווקי (הפרכה או אישוש של השערת המחקר)</u> – יש לבסס בתוצאות מספריות על תקציר המנהלים להיות מנומק וברור, המביא לידי ביטוי ראייה רחבה של כל העבודה ומדגיש את הנקודות החשובות שנלמדו מהעבודה שבוצעה.
<u>רמה I</u>		התוצר המתקבל ציון
<u>רמה I</u>		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.
<u>רמה II</u>		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.
<u>רמה III</u>		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.

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 3</u> רקע תיאורטי		✓ התלמיד יעשה שימוש בפרסומים ומאמרים עכשוויים הנוגעים לנושא העבודה – נדרש שימוש ב-2 מקורות לפחות. ✓ מקורות איסוף המידע יכולים להיות מתוך ספרות מקצועית, פרסומים, עיתונות, אתרי אינטרנט ועוד (ספרי הלימוד לא ייחשבו למקורות איסוף) ✓ המקורות יכללו שימוש בפרסומים ומאמרים אשר התפרסמו ב-6 שנים האחרונות ✓ על התלמיד למזג את המקורות הרלוונטיים (סינתזה) בעמוד אחד לכל הפחות הקשורים לנושא העבודה ולהסביר את הקשרם לנושא העבודה ותרומתם לביצוע המחקר.
התוצר המתקבל		ציון
<u>רמה I</u>	הפרק המוגש כולל שני מאמרים או פחות עם סיכומים שטחיים של המאמרים והקשרם ותרומתם לנושא העבודה מוצגים באופן שטחי או לא מוצגים כלל. לא יתקבל רקע תיאורטי שהוא לא מאמר או פרסום עכשווי (למשל מודלים שונים שנלמדים במהלך הלימודים לא יתקבלו). מקורות אשר פורסמו מלפני 6 שנים ויותר, לא יתקבלו.	עד 1 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה II</u>	הפרק המוגש כולל <u>את כל הפרטים הנדרשים</u> לכל מאמר. המאמרים עומדים בקריטריונים. נעשה שימוש בפחות משני מאמרים. מקורות אשר פורסמו מלפני 6 שנים ויותר, לא יתקבלו.	עד 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה III</u>	הפרק המוגש כולל <u>את כל הפרטים הנדרשים</u> לכל מאמר. המאמרים עומדים בקריטריונים. מקורות אשר פורסמו מלפני 6 שנים ויותר, לא יתקבלו.	עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
פרק 4 ניתוח הארגון והסביבה העסקית	יכלול את הפרטים הבאים : <u>תיאור הארגון ועיסוקיו</u> כולל נקודות ציון היסטוריות חשובות (בעלות/קשרים בינלאומיים וכד') <u>תיאור סביבת המאקרו</u> - על התלמיד לתאר את סביבות המאקרו המשפיעות על הארגון ולנמק את השפעתן על הארגון, תוך התייחסות לסביבות הבאות : סביבה דמוגרפית, כלכלית, טבעית, טכנולוגית, פוליטית-משפטית, חברתית-תרבותית וגלובלית (התלמיד יתאר לפחות שלוש סביבות) <u>תיאור המיקרו-סביבה:</u> ✓ תיאור <u>מפורט</u> של שניים מבין המתחרים העיקריים של הארגון הנבדק בשוק בו פועל הארגון, תוך ציון המוצר/ים המהווים תחרות (מתחרים שפונים אל אותו פלח שוק). ✓ פירוט רציונל הבחירה בהצגת מתחרים אלה. <u>הגישה/ התפיסה השיווקית המנחה את הנהלת הארגון</u> על התלמיד להסביר את הגישה/התפיסה המנחה את הנהלת הארגון, לנמק את בחירתו ולהדגים מתוך המידע שאסף. <u>התועלות המוענקות מהמערכת השיווקית של הארגון</u> על התלמיד לציין ולהסביר את התועלות המוענקות מהמערכת השיווקית שהן רלוונטיות לארגון עליו הוא עורך את המחקר.	
	<u>רמה I</u>	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה", או חסר בפרטים מסוימים.
	<u>רמה II</u>	הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.
	<u>רמה III</u>	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.
		עד 2.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
		עד 3 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
		עד 3.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
פרק 5 תיאור תמהיל השיווק של בית העסק מוצר	יכלול את הפרטים הבאים :	
	תיאור תמהיל המוצר/ השירות הנחקר :	
	✓ תיאור תמהיל המוצרים	
	✓ תיאור המוצר הנחקר ומיתוגו	
	✓ תיאור מיקום המוצר בתמהיל המוצרים	
רמה I	✓ תיאור השלב במחזור החיים בו נמצא המוצר/ השירות.	
	✓ תיאור סיווג המוצר ע"פ הסיווגים המקובלים.	
	✓ תיאור התועלות (תפעוליות, כלכליות ופסיכולוגיות חברתיות הניתנות לצרכן במוצר.	
	במקרה של שירות יש לתאר את מרכיבי תמהיל השירות – אנשים, תהליכים ועדות פיזית	
התוצר המתקבל		ציון
רמה II	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה" ללא הסברים מפורטים, או חסר בפרטים מסוימים.	עד 2.5 נקודות
		<u>ציון הבוחן:</u> _____
רמה III	הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.	עד 3 נקודות
		<u>ציון הבוחן:</u> _____
רמה III	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.	עד 4 נקודות
		<u>ציון הבוחן:</u> _____

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 6</u> תיאור תמהיל השיווק של בית העסק המחרה		יכלול תיאור של: תיאור תמהיל ההמחרה של המוצר/השירות הנחקר: ✓ פירוט מחירו הסופי של המוצר/השירות ✓ תיאור יעד ההמחרה בקביעת המחיר הסופי ✓ תיאור סוגי ההנחה הניתנים על המחיר הסופי
רמה I		התוצר המתקבל ציון
<u>רמה I</u> הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה" ללא הסברים מפורטים, או חסר בפרטים מסוימים.		עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה II</u> הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.		עד 3 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה III</u> הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.		עד 4 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 7</u> תיאור תמהיל ההפצה של המוצר/השירות הנחקר: ✓ התלמיד יתאר את ערוץ ההפצה של הארגון ✓ התלמיד יסביר את הגורמים המשתתפים בתהליך ההפצה (גורמי הביניים) ✓ התלמיד יציג שרטוט מפורט של ערוץ/ צינור ההפצה של המוצר וגורמי הביניים המשתתפים בו.		
<u>רמה I</u>		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.
<u>רמה II</u>		
עד 1.5 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.
<u>רמה III</u>		
עד 2 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.

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 8</u> תיאור תמהיל השיווק של בית העסק התקשורת השיווקית	יכול לתיאור של: תיאור תמהיל התקשורת של המוצר/ השירות הנחקר: תיאור מפורט רק בנוגע למוצר/ השירות הנבדק בעבודה:	
	✓ פרסום – פירוט הערוצים בהם עושה הארגון שימוש בתקופה האחרונה להעברת מידע על המוצר/ השירות הנבדק (טלוויזיה, רדיו, עיתונות, שלטי חוצות וכד') ✓ קידום מכירות – תיאור הכלים בהם עושה הארגון שימוש (תוך ציון האם מופנים לגורמי הביניים או ללקוח הסופי) ✓ יחסי ציבור – תיאור מרכיב זה שהארגון עושה בתחום. ✓ מכירה אישית – תיאור מוכרנים (אם ישנם כאלה) או דרכים אחרות להעברת מידע בתקשורת בינאישית. ✓ שיווק ישיר/אינטרנטי – תיאור הערוצים הישירים בהם עושה הארגון שימוש. ✓ פירוט פניית המסר וסגנון המסר – בהם עושה הארגון שימוש לפרסום המוצר/ שירות הנבדק. 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.	
<u>התוצר המתקבל</u>		<u>ציון</u>
<u>רמה I</u>	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה" ללא הסברים מפורטים, או חסר בפרטים מסוימים.	עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה II</u>	הפרק המוגש כולל <u>חלק</u> מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.	עד 3 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה III</u>	הפרק המוגש כולל את <u>כל הפרטים</u> הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.	עד 4 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____

פירוט הנחיות	שם הפרק
יכלול את הפרטים הבאים : ✓ תיאור הצרכים של הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר/ השירות הנבדק עליהם עונה המוצר- על פי תיאוריית הצרכים של מאסלו. ✓ תיאור גיל ושלב במחזור החיים של הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר/השירות הנבדק. ✓ תיאור השפעת גורם חברתי (קבוצה חברתית, מנהיג דעה ומשפחה) על קניית המוצר/ השירות הנבדק, בקרב הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר/השירות הנבדק. ✓ תיאור שלושה ערכי תרבות הבאים לידי ביטוי בתקשורת השיווקית של המוצר/השירות הנבדק. ✓ פירוט סוג המעורבות שיש לצרכנים ברכישת המוצר/השירות 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) המאפיין את רכישת המוצר/השירות הנבדק.	פרק 9 התנהגות צרכנים
ציון	התוצר המתקבל
עד 2 נקודות ציון הבוחן: _____	רמה I בגוף העבודה אין התייחסות לנושא של התנהגות צרכנים כלל או הפרק המוגש כולל את הפרטים הנדרשים באופן טכני אך אין התייחסות כלל לנושא של העבודה.
עד 2.5 נקודות ציון הבוחן: _____	רמה II הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון עם הצגת הקשר בין הפרט לנושא העבודה.
עד 3.5 נקודות ציון הבוחן: _____	רמה III הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון עם הצגת הקשר בין הפרט לנושא העבודה.

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
פרק 10 מהלך המחקר מתודולוגיה		יכלול תיאור של: <u>נושא העבודה ומטרת המחקר</u> <u>השערות המחקר</u> <u>תיאור המשתנה התלוי והבלתי תלוי</u> <u>תיאור שיטת איסוף הנתונים:</u> התלמיד יתאר את כלי המחקר בו הוא בחר לעשות שימוש, וכן יציג את השיקולים בבחירת כלי מחקר זה. <u>מדגם שנבחר:</u> שוק המטרה שנבחר (פרטי, מוסדי, עסקי, ממשלתי ציבורי); רציונל בחירת השוק (לפחות 3 בסיסי פילוח); גודל מדגם ($M=50$) <u>אופן הפעלת המחקר- העברת השאלון:</u> <u>תיאור מפורט</u> של תהליך עריכת הפרי – טסט; מיקום הפעלת המחקר; הזמנים בהם הופעל כלי המחקר <u>תיאור עיבוד נתונים:</u> ציון התוכנה שנבחרה לשם כך
<u>רמה I</u>		התוצר המתקבל ציון
רמה I		הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה" ללא הסברים מפורטים, או חסר בפרטים מסוימים עד 1 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
רמה II		הפרק המוגש כולל <u>חלק</u> מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. עד 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
רמה III		הפרק המוגש כולל את <u>כל הפרטים</u> הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 11</u> מהלך המחקר השאלון		השאלון יכלול : - 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). - התלמיד יפרט את מטרת כל שאלה בשאלון והקשרה לטיעון השיווקי המועלה לבדיקה ודיון. הצלבות: - על התלמיד לבחור 3-5 שאלות דמוגרפיות (תיאוריות) ולהצליב אותן עם שאלות רלוונטיות אשר נותנות מענה לשאלת המחקר. על התלמיד להסביר את רציונל הבחירה בהן (בשאלות אלו ייעשה שימוש בשתי הצלבות לפחות (צילוחים) בחלק עיבוד הנתונים).
רמה I		התוצר המתקבל
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
רמה II		התוצר המתקבל
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.
רמה III		התוצר המתקבל
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.

שם הפרק		פירוט הנחיות
פרק 12	מהלך המחקר	כל שאלה תוצג בעמוד נפרד :
		- 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 הממצאים		הצגת שתי הצלבות :
		- הצגה גרפים מתאימים - הצגת טבלת שכיחויות ואחוזים הסבר ומסקנות הנובעות מהצלבות אילו ותרומתם למחקר
התוצר המתקבל		ציון
רמה I	בהצגת הממצאים מופיעים הממצאים של כל שאלה ללא כל הסבר או ניתוח שלהם.	עד 1 נקודות
		ציון הבוחן: _____
רמה II	בהצגת הממצאים מופיעים הממצאים של כל שאלה והסבר חלקי/חסר לגבי הממצאים והנתונים. ישנו הסבר חלקי/חסר על משמעות התוצאות.	עד 1.5 נקודות
		ציון הבוחן: _____
רמה III	הצגת הממצאים כוללת את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון אשר כוללת את ניתוח התוצאות וההסבר על משמעותם.	עד 2 נקודות
		ציון הבוחן: _____

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 13</u> מהלך המחקר ניתוח מסקנות והמלצות		✓ על התלמיד להסיק מסקנות המבוססות על תוצאות עיבוד הנתונים, שנעשה על ידו. התלמיד יציין את מספרי השאלות מהן הוסקו המסקנה ובעקבותיה ההמלצה. ✓ חובה לקבץ ממצאים של מספר שאלות שונות העוסקות באותו נושא/תחום ולהסיק מתוכם מסקנה כוללת ✓ פירוט המלצה/ המלצות <u>אופרטיביות</u> ביחס לניתוח הממצאים, תוך קישור לתכנים: פרסום וקידום מכירות, התנהגות צרכנים ועקרונות השיווק. ✓ יש להציג התייחסות להשערות המחקר, המפריכה או מאששת את הטיעון השיווקי שהועלה לבדיקה. ✓ מתן מענה מוכח ומנומק לטיעון השיווקי שהועלה לבדיקה ודיון
התוצר המתקבל		ציון
<u>רמה I</u>	המסקנות וההמלצות מופיעות ברמת כל שאלה באופן נפרד. לא ניתן ללמוד מסקנות חד משמעיות מהניתוח. לא קיים מענה מוכח ומנומק לטיעון השיווקי שהועלה לבדיקה ודיון.	עד 3 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה II</u>	המסקנות וההמלצות מקובצות ממספר שאלות, ניכרת חשיבה, הבנה ויכולת ניתוח של התלמיד. הניתוח חסר ולא כולל את כל השאלות.	עד 3.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה III</u>	המסקנות וההמלצות מקובצות ממספר שאלות, ניכרת חשיבה, הבנה ויכולת ניתוח של התלמיד. הניתוח כולל את כל השאלות.	עד 4.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____

סיכום אישי

הסיכום האישי יכלול את התרומה האישית של העבודה לתלמיד ומדוע 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
5	אי ביצוע שער/ תוכן עניינים/סיכום אישי או מקורות
3	אי ביצוע רקע תיאורטי
2	אי ביצוע הצלבות
1	נכונות ושלמות של הרשימה הביבליוגרפית והצגתה
2	נכונות ותקינות ההצעה לפרויקט הגמר מאושרת וחתומה ע"י המורה המנחה
2	התבטאות בכתב בשפה בהירה, עניינית ותקינה.
3	התרשמות מרמתה המקצועית של העבודה ואופן הגשתה.
2	אי צירוף נספחים (כלי המחקר/אישור על מקורות העבודה*)
2	אי צירוף המצגת לעבודה (יש להקפיד על הכללים לבנית מצגת המופיעים בנספח 4)
	*ללא אישור על מקורות העבודה – העבודה לא תיבדק!

ציון סופי: _____

שם הבוחן ----- חתימה -----

-----תאריך-----

- ✓ 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.

1. האם וידאנו שהתייחסנו לכל פרק ולכל סעיף הנמצאים בהנחיות? (להלן תזכורת בקצרה...במהלך

העבודה יש לעבוד ע"פ ההנחיות המפורטות)

פרק	סעיפים	בוצע/לא בוצע	רמה משוערת
פרק 1 מבוא	- 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	- רקע קצר על הארגון - הצגת הטיעון השיווקי - תמצית המחקר כמפורט בהנחיות 2-3 מסקנות והמלצות עיקריות מבוססות בתוצאות מספריות - מתן מענה לטיעון השיווקי		
פרק 3 רקע תיאורטי	- 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	- תיאור מפורט של הארגון - תיאור סביבת המאקרו – לפחות 3 סביבות - תיאור סביבת המיקרו – תיאור מפורט של שני מתחרים והרציונל בבחירת מתחרים אלה - תיאור הגישה השיווקית המנחה את הארגון - תיאור התועלות המוענקות מהמערכת השיווקית של הארגון		
פרק 5 המוצר	- תיאור תמהיל המוצרים - תיאור המוצר הנחקר ומיתוגו - תיאור מיקום המוצר בתמהיל המוצרים - תיאור השלב במחזור החיים בו נמצא המוצר - תיאור סיווג המוצר - תיאור התועלות לצרכן		
פרק 6 המחרה	- פירוט מחירו הסופי של המוצר - תיאור יעד ההמחרה - תיאור סוגי ההנחה הניתנים		
פרק 7 הפצה	- תיאור של ערוץ ההפצה - הסבר הגורמים המשתתפים בתהליך ההפצה (גורמי הביניים) - תיאור כולל שרטוט של ערוץ ההפצה		
פרק 8 התקשורת השיווקית	- 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		

פרק	סעיפים	בוצע/לא בוצע	רמה משוערת
פרק 9 התנהגות צרכנים	• 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 10 מהלך המחקר - מתודולוגיה	• 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 11 השאלון	• שאלון ובו 15 שאלות אשר ייתנו מענה למטרת המחקר + 3-5 שאלות דמוגרפיות • פירוט מטרת כל שאלה בשאלון והקשרה לטיעון השיווקי		
פרק 12 הצגת הממצאים	• 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		
פרק 13 ניתוח מסקנות והמלצות	• הסקת מסקנות מבוססות על תוצאות הנתונים • קיבוץ ממצאים של מספר שאלות שונות העוסקות באותו נושא/תחום והסקת מסקנה כוללת מתוכם • פירוט המלצה/המלצות אופרטיביות תוך קישור לתכנים מתוכנית הלימודים • מתן מענה מוכח לטיעון השיווקי		
	• 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

טופס הצהרה על מקוריות העבודה

שם ביה"ס _____ סמל ביה"ס _____ ישוב _____

שם התלמיד/ה _____ ת"ז _____

שם המורה המנחה _____ ת"ז _____

תעודת הוראה במקצוע : _____ , מספר רישיון ההוראה : _____

כתובת _____

טלפון _____ נייד _____ דוא"ל _____

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

פרויקט הגמר נעשה 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 : _____

אישור המנחה האישי

הריני מאשר שהפרויקט בוצע בהנחייתי, קראתי את העבודה ומצאתי כי היא מוכנה לצורך הגשת

פרויקט גמר ברמת 3 יח"ל .

תאריך : _____

שם המנחה : _____

חתימה : _____

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.