

משרד החינוך
מנהל החינוך הטכנולוגי

הפיקוח על המגמות ניהול עסקי, מנהיגות ויזמות, הנדסת תעשייה וניהול ויזמות עסקית

**דגשים ונהלים לכתיבת עבודת גמר
במקצוע "שיווק וקידום מכירות"
5 יח"ל (סמל 876589)**



שנה"ל תשפ"ו
(ספטמבר 2025)

תוכן העניינים

3	כללי
7	הצעת עבודת הגמר
8	נהלים ותאריכים מחייבים בתהליך כתיבת העבודה
9	עריכת עבודת הגמר וארגונה
10	מעמד ההגנה
11	מרכיבי עבודת הגמר
19	נספח 1 – טופס הצעה לעבודת גמר
22	נספח 2 – טופס הערכת עבודת גמר
42	נספח 3 - טופס הצהרה על מקורות העבודה
43	נספח 4 - טופס כללים בסיסיים לבניית מצגת

נהלים ודגשים לכתיבת עבודת גמר ברמה של 5 יח"ל במקצוע "שיווק וקידום מכירות"

(סמל שאלון 876589)

1. כללי:

התפיסה הרעיונית של התוכנית

מטרת התכנית היא יישום תכנית שיווקית תוך השמת דגש על המרכיבים של תמהיל השיווק הנלמדים במסגרת תכנית הלימודים.

1. מקצוע "ניהול השיווק" הוא נדבך נוסף בהעמקת ידע הלומד, את התפיסות והאסטרטגיות השיווקיות הקיימות, תוך הכרת והבנת השווקים, משתני השיווק הנתונים להחלטת הארגון, שימוש במקורות מידע לקבלת החלטות טובות יותר והבנת הגורמים המשפיעים על החלטות אלה.
במהלך ביצוע העבודה ילמדו התלמידים ליישם את החומר הנלמד במהלך השיעורים.
2. עבודת הגמר המסכמת, מהווה את גולת הכותרת של הלימודים בהתמחות "ניהול השיווק". העבודה נועדה לשקף את יכולתו של התלמיד להתמודד עם תהליך בחינת פעילות שיווקית בארגון בכלל, ואפיון מוצר/שירות בפרט, תוך פיתוח תכנית שיווקית הכוללת סקירת הענף, תמהיל השיווק, עריכת מחקר, הצגת ממצאים, הסקת מסקנות וכתיבת המלצות יישומיות.
3. בעבודת הגמר נדרש התלמיד לבנות תכנית שיווקית לחקור מוצר/שירות חדש או קיים ולבצע מחקר שיווקי מקיף, תוך הצגת הרקע התיאורטי למחקרו. על התלמיד לסקור את הסביבה הקרובה והרחוקה יותר בה הארגון פועל: הענף והמתחרים, התנהגות הצרכנים בכוח ובפועל, ותמהיל השיווק שלו. על התלמיד להציג את מטרות המחקר ואופן ביצועו, את ממצאי המחקר וניתוחם, להסיק מסקנות ולהציע המלצות אופרטיביות לארגון.

המטרות הלימודיות

במהלך ביצוע עבודת המחקר התלמיד:

- א. יבחר ארגון שבעזרתו יוכל ליישם את החומר הנלמד.
- ב. יכיר את תחום העיסוק של הארגון במשק בכלל זה מתחרים ישירים ועקיפים.
- ג. יכיר היטב את המוצרים/השירותים שמספק הארגון ואת מאפייני פלחי השוק הרלוונטיים והפוטנציאלים.
- ד. יתאר את סביבת המיקרו והמאקרו של הארגון.
- ה. יתאר את סוגי המשאבים השונים הקיימים בארגון.

- ו. יבנה תכנית שיווקית וינתח את תמהיל השיווק הכולל את ארבעת המרכיבים 4P (מוצר, מחיר, הפצה והתקשורת השיווקית) – התלמיד יתייחס לכלל המרכיבים ויתמקד בעיקר בנושא שבחר מתוך התמהיל.
- ז. יבצע סקר צרכנים וריאיון עם איש הקשר.
- ח. יערוך מחקר שיווקי.
- ט. יתאר את כל תהליך המחקר.
- י. יציג ממצאים שהתקבלו בעקבות המחקר.
- יא. יסיק מסקנות מתוך הנתונים שהתקבלו במחקר.
- יב. יציג את המלצותיו המבוססות על המסקנות תוך התאמת כל תת תמהילי השיווק (מוצר, מחיר, הפצה, ותקשורת שיווקית), סקירת התנהגות הצרכנים בכוח ובפועל, ביחס לתכונות המוצר/שירות הנחקר.
- יג. יגן על עבודת הגמר בפני המעריך.

שיטת העבודה

הנחיות אלו מכוונות אל שתי קבוצות מטרה עיקריות. האחת: המורים המנחים (ככלי עזר בזיהוי שלבי ההנחיה, המטרות בכל שלב, והאמצעים להשגתם). השנייה: התלמידים המבצעים את העבודה – (כמדריך המכוון לסייע לאורך הדרך בליווי בניית התכנית השיווקית ותהליך המחקר). כל פרק מתאר את הנושאים בהם יש לטפל, הפעילויות אותן יש לבצע, כיצד לבצען ומה התוצר המתקבל.

מהי עבודת גמר ב"שיווק וקידום מכירות" ברמה של 5 יח"ל?

עבודת מחקר זו הינה אמצעי הערכה חלופי במקצוע "שיווק וקידום מכירות". העבודה מהווה כלי עזר לסיוע בהמחשת תהליכי השיווק והמחקר בשיווק המתרחשים בארגונים שונים, בלימוד תהליכי המחקר ובהתנסות בהם בצורה ישירה, תוך התמודדות עם בעיות אמת הצצות בשטח באופן תדיר. בדרך זו ניתנת לתלמיד הזדמנות להתנסות מעשית הנלווית לחוויות הלמידה. כלי העבודה העיקרי בעבודה הוא המחקר – האמצעי ללימוד השטח, והדרך לאיסוף נתונים המשמשים בסופו של תהליך העיבוד, כבסיס לקבלת החלטות.

שים לב,

- ע"ג ברמה של 5 יח"ל חייבת להתבצע בארגון כלשהו (יצרני, מסחרי או נותן שירות), תוך סיוע באיש קשר מהארגון.
- על הארגון להיות ארגון קטן- בינוני עד 250 עובדים.
- עבודת גמר היא עבודת חקר צמודת תכניות הלימוד. לכן, עד סוף כיתה י"א, על התלמיד ללמוד את כל נושאי הלימוד של תחומי התוכן, מהם הלומד יוכל לבחור את נושא עבודתו.
- תקינות ההצעה היא באחריותם הבלעדית של התלמיד והמורה מנחה.
- ההצעה תועבר לאישור הפיקוח.
- ההצעה המאושרת על ידי הפיקוח תצורף לעבודת הגמר המוגשת לבוחן החיצוני.

עבודת הגמר נערכת 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 לעומק את נושאי הלימוד של "עקרונות השיווק", "פרסום וקידום מכירות", "התנהגות צרכנים" ו"ניהול השיווק".
- ✓ ניתן להגיש עבודות בזוגות בתנאי, שהתלמידים מבצעים עבודה רחבה יותר בשיתוף מלא, תוך הפריה הדדית ועבודת צוות, הערכת הציון במעמד ההגנה על עבודת הגמר תבוצע באופן אישי לכל תלמיד.
- ✓ מומלץ לבצע בחינת אמצע במהלך הכנת העבודה ובחינה נוספת לקראת מועד הבחינה החיצונית, במתווה הדומה לאופן הערכת הפרויקט ע"י הבוחן החיצוני, כדי להכין את התלמידים לייחודיות בחינת ההגנה על עבודת הגמר.
- ✓ עבודת הגמר תבוצע ותוגש בכיתה י"ב.

הזכות להגיש עבודת 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 מתבססת העבודה ובתנאי, שהתלמיד סיים ללמוד את תכני הלימוד של תכניות הלימוד, עמד בהצלחה בבחינות ובמטלת הביצוע והפגין יכולות כתיבה הדרושות לכתיבת עבודת הגמר.

עבודת הגמר חייבת להתבצע בארגון קטן-בינוני עד 300 עובדים **ומלווה בתמיכת איש קשר**

מהארגון .

במקרה של מוצר חדש, עבודת הגמר תהיה מלווה ע"י 3-4 אנשי קשר איתם התלמיד התייעץ בנושא העבודה.

יש לציין לגבי כל איש קשר את הפרטים הבאים :

- שם מלא
- תיאור מקצועי
- היקף ההתייעצות הכולל :
 - שעות התייעצות
 - הנושאים בעבודה עליהם התייעץ התלמיד
 - כיצד ההתייעצות באה לידי ביטוי בתרומה לפרויקט

2 . הצעת עבודת הגמר

2.1 כללי

תהליך ההגשה יתבצע כדלהלן:

א. התלמיד יכין הצעה לע"ג על גבי טופס "**טופס הצעה לכתיבת ע"ג**" (נספח 1) . ההצעה תיבדק על ידי **המורה המנחה**. לאחר שההצעה תמצא נכונה ותקינה, על המורה המנחה לאשרה בחתימתו עליה. טופס ההצעה חתום ומאושר ע"י המנחה יצורף לע"ג.

- **לתשומת ליבכם** – יש לשלוח לפיקוח את כל הצעות עבודות הגמר אשר יבדקו ע"י הפיקוח ויאושרו בהתאם – הנחיות בנושא זה יפורסמו בהמשך.

שימו לב!

- אין לשלוח הצעות שהיו בשימוש בשנים הקודמות.
- תקינות ההצעה באחריותם הבלעדית של המנחה ושל התלמיד.
- עבודת גמר שתעסוק בנושא שאיננו "צמוד תוכנית לימודים" ללא אישור מראש מהפיקוח תיפסל וציון התלמיד יהיה 0.
- טופס ההצעה לכתיבת עבודת הגמר, יצורף לעבודת התלמיד.
- יש למלא הצהרה על מקוריות כתיבת עבודת הגמר (ראה נספח 4)
- אין לבצע יותר מעבודה אחת על אותו ארגון (גם אם מדובר על נושאים שונים)

3. נהלים ותאריכים מחייבים בתהליך כתיבת העבודה

נושא	תאריך
הגשת ההצעות לאישור הפיקוח	15/11/XX
סיום תהליך אישור הפיקוח	15/12/XX
העלאת הפרויקטים לשילובית	ע"פ הנחיות אגף הבחינות
סיום תהליך ההגנה	ע"פ הנחיות אגף הבחינות

3.1 נספחים – חובה לצרף נספחים רלוונטיים

- ✓ חובה לצרף את כלי המחקר.
- ✓ חובה לצרף את "טופס אישור הצעה לכתיבת פ"ג / ע"ג" כשהוא חתום ומאושר ע"י המורה המנחה" (נספח 1)
- ✓ חובה לצרף אישור על מקוריות העבודה (נספח 4)
- ✓ חובה לצרף את המצגת הנלווית לעבודה

4. עריכת עבודת הגמר וארגונה

- 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.

תמיכת בית הספר

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

תפקידו של המנחה בעבודה:

- א) הנחייה באיתור נושא והתארגנות לביצוע העבודה.
- ב) סיוע בגיבוש ההצעה לעבודה.
- ג) סיוע בהערכת היקף הזמן וקביעת לוח זמנים.
- ד) ליווי התלמידים בתהליך זיהוי מוצר/שירות ובחינת הנושאים הניתנים לפיתוח, למחקר, וכן ליווי אופן הביצוע של העבודה וסיוע באיתור מקורות מידע.
- ה) ליווי הכנת העבודה באמצעות פגישות מעקב תקופתיות והערכה של תוצרי הביניים בשלבים השונים של תהליך ביצוע עבודת הגמר.
- ו) קביעת ציון שנתי ("ציון מגן") על פי הנהלים המקובלים.
- ז) ליווי התלמיד במהלך ההגנה על עבודת הגמר (לא חובה).
- ח) שמירה ואחריות על טוהר בחינות בתהליך הכנת עבודת הגמר ע"י התלמידים

5. מעמד ההגנה

שים לב,

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

תלמיד שבחר שלא להשתתף בהגנה על העבודה 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 הנבחן, את נושא העבודה ואת התוכנית השיווקית שבנה. 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 **ארבע מתוך חמש** שאלות המתבססות על תכני הלימוד של "עקרונות השיווק", "פרסום וקידום מכירות", "התנהגות צרכנים" ו"ניהול השיווק" (בחינה בעל-פה).
- על התלמיד להשיב על שאלה אחת מכל תחום התוכן.

שימו לב,

הציון הכללי שיינתן ע"י הבוחן 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.

6. מרכיבי עבודת הגמר

בהמשך ההנחיות, בכל מקום בו מופיעה המילה "מוצר" הכוונה היא למוצר/שירות/רעיון.

על התלמיד לבחור מוצר קיים, או מוצר חדש בארגון קיים או מוצר חדש לחלוטין אשר יבנה עבורו תכנית שיווקית אשר מתבססת על הידע והתוצרים שנצברו במהלך הלימודים במגמה. על התלמיד להתמקד באחד ממרכיבי תמהיל השיווק עבור המוצר שבחר, אך עליו להציג את התמהיל הכולל ואת הקשר בין המרכיב שבחר לבין תמהיל השיווק הכולל.

נקודות מרכזיות של מבנה עבודת גמר:

השער:

יכלול את הפרטים הבאים:

שם הארגון בו בוצעה העבודה

נושא העבודה

שם התלמיד/ים

מס' זהות 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.

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.

התקציר :

רציונל התקציר היא לדמות "תקציר מנהלים" אשר מוגש למנהלי ארגונים ומאפשר להם לקבל את מרבית האינפורמציה הרלוונטית באופן תמציתי.

את התקציר יש להכין **בסיום תהליך העבודה** והוא יכלול את הפרטים הבאים :

תיאור קצר על הארגון

נושא עבודת הגמר

תמצית המחקר - התלמיד יפרט את המשתנה התלוי והבלתי תלוי הנבחנים בעבודה, התלמיד יפרט את הקשר בין המשתנים

מטרת העבודה תוך התייחסות לתיאור קצר של המצב הקיים והתמהיל הקיים.

השערות המחקר, פירוט הבחירה בכלי המחקר, אופן ביצוע המחקר, הצגת אוכלוסיית המדגם ורציונל הבחירה בה.

מסקנות והמלצות עיקריות בעבודה.

התמהיל החדש ומענה להשערות המחקר.

רקע תיאורי

- ✓ 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**)
- ✓ שני מקורות לפחות יכללו שימוש בפרסומים ומאמרים אשר התפרסמו ב-6 שנים האחרונות
- ✓ על התלמיד למזג את המקורות הרלוונטיים (סינתזה) בעמוד אחד לכל הפחות הקשורים לנושא העבודה **ולחסיביר את הקשרם לנושא העבודה ותרומתם לביצוע המחקר.**

תיאור וניתוח הארגון והסביבה העסקית :

- תיאור הארגון כולל נקודות ציון היסטוריות חשובות (בעלות/קשרים בינלאומיים וכד')
- סקירה של הענף בו נמצא הארגון (כולל המיקרו-סביבה)
- ❖ תיאור המבנה הכלכלי של הענף (מונופול, תחרות משוכללת, תחרות מונופוליסטית וכו')
- ❖ תיאור סביבת המאקרו - על התלמיד לתאר את סביבת המאקרו של הארגון והשפעתה על הענף, תוך התייחסות לסביבות הבאות :
- ❖ סביבה דמוגרפית, כלכלית, טבעית, טכנולוגית, פוליטית-משפטית, חברתית-תרבותית וגלובלית (התלמיד יתאר לפחות שלוש סביבות)
- ❖ תיאור המיקרו-סביבה :
- ❖ תיאור המתחרים והחברות המובילות בענף כולל מוצרים עיקריים וחוזקות של המתחרים (למשל, בידול במוצרים, ותק, היקף ההפצה וכו')
- ❖ תיאור הספקים של הפירמה (באופן כללי)

- ניתוח SWOT לגבי הארגון ו/או המוצר הנבחר.
- קיום ריאיון עם איש הקשר. על התלמיד לתכנן את שאלות הריאיון תוך התייחסות לנקודות הבאות (מינימום 6 שאלות):
 - בדיקת פעולות שנעשו בארגון בעבר בהקשר לנושא העבודה
 - ✓ מה בוצע בחברות מתחרות בהקשר לנושא העבודה
 - ✓ מהם השינויים שחלו בשוק בתקופה האחרונה
 - ✓ מה צפוי להשתנות בשוק/בארגון
 - ✓ מי אחראי על תחום השיווק בארגון
 - ✓ נושאים שהיה מעוניין לבדוק במחקר הצפוי

תמהיל השיווק הקיים:

על התלמיד לפרט את תמהיל השיווק הקיים על כל מרכיביו במטרה לתאר את הפעילות השיווקית של הארגון בכל התחומים: 4P - מוצר, המחיר, הפצה והתקשורת השיווקית.

התנהגות צרכנים:

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

המחקר

בפרק זה התלמיד יתאר את כל שלבי המחקר תוך הסבר מפורט לכל סעיף. מטרת המחקר לבדוק את ישימות המוצר החדש או הצעות לשיפור בתמהיל השיווק של מוצר קיים.

מהלך המחקר:

הנושא הנבדק והשערות המחקר:

- התלמיד יציג את הנושא המועלה לבדיקה, בצורה בהירה וחד משמעית.
- התלמיד יציג את המשתנה התלוי והבלתי תלוי הנבחים ואת והקשר ביניהם.
- התלמיד יציג את השערות המחקר שהיו לו בתחילת התהליך (2 השערות לפחות).

תיאור שיטת איסוף הנתונים:

- התלמיד ישתמש בסקר ככלי לאיסוף נתונים.
- התלמיד יתאר את כלי המחקר בו ישתמש, וכן יציג את השיקולים בבחירת כלי מחקר זה.

תיאור תהליך עריכת פרי טסט:

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

תיאור המדגם שנבחר:

- התלמיד יתאר את קהל הצרכנים הספציפי עליו נערך המדגם: על התלמיד לציין את שוק המטרה שנבחר (פרטי, מוסדי, עסקי, ממשלתי ציבורי) ואת רציונל הבחירה בשוק זה. על התלמיד לפרט לפחות שלושה בסיסי פילוח בהם נעשה שימוש להצבת שוק המטרה למחקר 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.

השאלון:

- 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).
- השאלון יכלול שאלות מכל אחד ממרכיבי תמהיל השיווק (מוצר, המחרה, הפצה ותקשורת שיווקית).
- התלמיד יפרט מטרת כל שאלה בשאלון והקשרה לנושא העבודה.
- על התלמיד לבחור 3-5 שאלות דמוגרפיות (תיאוריות). על התלמיד להסביר את רציונל הבחירה בהן (בשאלות אלו ייעשה שימוש **בשתי הצלבות** (צילוחים) בחלק עיבוד הנתונים).

איסוף ועיבוד נתוני המחקר

יש לאסוף את הנתונים באמצעות כלי מחקר המתאים לנושא העבודה המועלה לדיון/ בדיקה (שאלון וראיון של איש הקשר מהארגון) כל שאלה בכלי המחקר הנבחר חייבת להיות קשורה לנושא העבודה ולסייע בהסקת המסקנות. יש להקפיד על הצגת מגוון שאלות בניסוחים שונים תוך **שמירה על שפה תקנית**. עיבוד נתונים ייעשה באמצעות תוכנת מחשב.

על התלמיד לבצע שתי הצלבות (צילוח) של השאלות הדמוגרפיות עם שאלות אחרות, ולהציג בגרף מתאים, על ההצלבות להיות משמעותיות ותורמות למטרת המחקר.

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 וכתובתם 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 ויצוין: X נחקרים מתוך 50 השיבו כך.
- ביאור 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.

על התלמיד להבין את המשמעויות של התוצאות ולהציג מסקנה הנובעת מהשאלה.

מסקנות דיון והמלצות

✓ על התלמיד להסיק מסקנות המבוססות על ממצאי הסקר ועיבוד הנתונים, שנעשה על ידו.

התלמיד יציין את מספר השאלה ממנה הוסקו המסקנות וההמלצות. **(יש לקבץ מספר**

מסקנות העוסקות באותו נושא/תחום).

✓ על התלמיד לנתח את הנתונים ולקשר את המסקנות שקיבל מהמחקר לרקע התיאורטי של נושא העבודה.

✓ על התלמיד לפרט את המלצתו/ המלצותיו האופרטיביות (המעשיות) ביחס לניתוח שלו, תוך

כדי קישור לתכנים **עקרונות השיווק, פרסום וקידום מכירות, התנהגות צרכנים, ניהול**

השיווק. התלמיד יציג את המענה להשערות המחקר המפרידאו מאשש את הטיעון

השיווקי שהועלה לבדיקה.

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

✓ על בסיס המסקנות התלמיד יבנה את תמהיל השיווק המשופר / החדש.

תמהיל השיווק למוצר המשופר / החדש הנחקר בהסתמך על תוצאות

המחקר:

מוצר:

- תיאור המוצר הנחקר
- תיאור השלב במחזור החיים בו נמצא המוצר.
- תיאור סיווג המוצר ע"פ הסיווגים המקובלים.
- תיאור התועלות (תפעוליות, כלכליות ופסיכולוגיות חברתיות) הניתנות לצרכן במוצר.
- תיאור מיקום המוצר במפת המוצרים (אורך, רוחב, עומק).
- תיאור אריזת המוצר אשר יכול את "תפיסת האריזה" (תפקיד, ייעוד ומהות האריזה) וארבעת מבחני האריזה בהקשר למוצר.
- במקרה של שירות יש לתאר את מרכיבי תמהיל השירות ב"מוצר השירותי" - אנשים, תהליכים ועדות פיזית ואין צורך בתיאור אריזת מוצר.

המחירה:

- תיאור יעד ההמחירה בקביעת המחיר הסופי.
- פירוט שיטת ההמחירה בה נוקט/ינקוט הארגון (מרווח, ערך נתפס, מחיר מקובל)
- התאמת ושינויי מחיר (מדיניות ההנחות וההוזלות, מדיניות ההמחירה המפלה)
- קביעת המחיר הסופי הכוללת התייחסות לשיקולים בהם יש להתחשב בבחירת המחיר הסופי.

הפצה

- פירוט אסטרטגיית ההפצה וערוצי השיווק – ההפצה-בהם עושה/יעשה הארגון שימוש (כיצד מגיעים המוצרים אל קהל המטרה – קמעונאות, סיטונאות, הפצה ישירה, חד ודו-שלבית, מקבילה וכו')
- היקף ההפצה של הארגון-הפצה אינטנסיבית, סלקטיבית ואקסקלוסיבית
- פירוט שיתופי פעולה וקונפליקטים קיימים ו/או אפשריים בצינור ההפצה.

התקשורת השיווקית:

הצגת תכנית התקשורת השיווקית הכוללת של העסק או המיזם המתוכנן

- פרסום – פירוט הערוצים בהם עושה/יעשה בית העסק שימוש להעברת מידע על המוצר הנבדק (טלוויזיה, רדיו, עיתונות, אינטרנט, שלטי חוצות, "פלאיירים" וכד').
- קידום מכירות- תיאור הכלים בהם עושה/יעשה בית העסק שימוש (האם מופנים לגורמי הביניים או ללקוח הסופי).
- יחסי ציבור- תיאור מחלקה קיימת או תיאור הנעשה בתחום זה.
- מכירה אישית- תיאור שיטות המכירה, יצירת הקשר והמסרים של המוכרנים ללקוחות.
- שיווק ישיר/ אינטרנטי - תיאור הערוצים הישירים, בהם עושה/יעשה בית העסק שימוש (דיוור ישיר, אתר אינטרנט וכד').
- ציון המסר בו עושה/יעשה הארגון שימוש על מנת להגיע אל קהל היעד הפוטנציאלי.
- פירוט פניית המסר וסגנון המסר- בהם עושה/יעשה בית העסק שימוש לפרסום המוצר הנבדק.

*במידה והארגון לא עושה/יעשה 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.

סיכום אישי

בחלק זה יתייחס התלמיד לנושא הבא:

- התרומה האישית של העבודה לתלמיד. ניתן ורצוי להציג גם קשיים עמם התמודד במהלך העבודה. (בזוג יש להפריד בין הסיכומים).

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)

נספח 1 – טופס הצעה לעבודת גמר

תאריך _____

הצעה לעבודת גמר ב"שיווק קידום מכירות" 5 יח"ל - סמל 876589

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: _____

פרטי איש הקשר בארגון:

שם איש הקשר: _____

תפקידו בארגון: _____

מספר נייד של איש הקשר: _____

במקרה של מוצר חדש יש לפרט את שמות כל אנשי הקשר.

נושא העבודה המועלה לבדיקה ודיון:

פירוט המשתנים התלוי והבלתי תלוי הנבדקים בעבודה:

המשתנה התלוי: _____
המשתנה הבלתי תלוי: _____

השערת המחקר ובסיס 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.

_____	_____	_____
חתימת המנחה	חתימת התלמיד/ה	תאריך

נספח 2 - טופס הערכת עבודת גמר ב"שיווק וקידום מכירות"

שאלון מס' 876589

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

יכלול את הפרטים הבאים :

שם הארגון בו בוצעה העבודה

נושא העבודה

שם התלמיד/ים מס' זהות 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.

טופס הערכת עבודת גמר ב"שיווק וקידום מכירות" – שאלון מס' 876589

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 1</u> <u>מבוא</u>		יכלול את הפרטים הבאים : ✓ 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		ציון
<u>רמה I</u>	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה", או חסר בפרטים מסוימים	עד 0.5 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 1 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 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 2</u> <u>תקציר</u> <u>מנהלים</u>	יכלול את הפרטים הבאים : תיאור קצר על הארגון נושא עבודת הגמר מטרת העבודה תוך התייחסות לתיאור קצר של המצב הקיים והתמהיל הקיים. תמצית מהלך המחקר : פירוט המשתנה התלוי והבלתי תלוי הנבחנים בעבודה, התלמיד יפרט את הקשר בין המשתנים, השערות המחקר, פירוט הבחירה בכלי המחקר, אופן ביצוע המחקר, הצגת אוכלוסיית המדגם ורציונל הבחירה בה. מסקנות והמלצות עיקריות בעבודה. התמהיל החדש ומענה להשערות המחקר. 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
<u>עד 2 נקודות</u> <u>ציון הבוחן:</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 <u>חלק</u> מהפרטים הנדרשים <u>באופן מפורט</u> <u>ונכון</u> ע"פ ההנחיות (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.
<u>רמה III</u>		הפרק המוגש כולל את <u>כל הפרטים</u> הנדרשים <u>באופן מפורט</u> <u>ונכון</u> ע"פ ההנחיות (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.
<u>עד 3 נקודות</u> <u>ציון הבוחן:</u> _____		
<u>עד 4 נקודות</u> <u>ציון הבוחן:</u> _____		

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 3</u> <u>רקע</u> <u>תיאורטי</u>		✓ 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) ✓ שני 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. ✓ התלמיד יציין את הנושאים מתכנית הלימודים עליהם מתבססת העבודה.
רמה I		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). מלבד מאמר/פרסום אחד, מאמרים/פרסומים מלפני יותר מ-6 שנים, לא יתקבלו. מאמרים אשר אינם קשורים לנושא העבודה לא יחושבו לצרכי הציון.
<u>רמה II</u>		הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים לכל מאמר. המאמרים עומדים בקריטריונים. נעשה שימוש בפחות משני מאמרים. מלבד מאמר/פרסום אחד, מאמרים/פרסומים מלפני יותר מ-6 שנים, לא יתקבלו. מאמרים אשר אינם קשורים לנושא העבודה לא יחושבו לצרכי הציון.
<u>רמה III</u>		הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים לכל מאמר. המאמרים עומדים בקריטריונים. מלבד מאמר/פרסום אחד, מאמרים/פרסומים מלפני יותר מ-6 שנים, לא יתקבלו. מאמרים אשר אינם קשורים לנושא העבודה לא יחושבו לצרכי הציון.

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
פרק 4 תיאור וניתוח הארגון והסביבה העסקית		יכלול את הפרטים הבאים : תיאור הארגון כולל נקודות ציון היסטוריות חשובות (בעלות/קשרים בינלאומיים וכד') תיאור המבנה הכלכלי של הענף (מונופול, תח' משוכללת, תח' מונופוליסטית וכו') 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) תיאור המיקרו-סביבה: תיאור המתחרים ו החברות המובילות בענף כולל מוצרים עיקריים וחוזקות של המתחרים למשל, בידול במוצרים, ותק, היקף ההפצה וכו' ניתוח SWOT מפורט לגבי הארגון ו/או המוצר הנבחר. ביצוע ראיון עם איש הקשר: על התלמיד לקיים ראיון עם איש הקשר תוך התייחסות לנקודות הבאות (מינימום 6 שאלות). נדרש פירוט של השאלות והתשובות. • בדיקת פעולות שנעשו בארגון בעבר בהקשר לנושא העבודה • מה בוצע בחברות מתחרות בהקשר לנושא העבודה • מהם השינויים שחלו בשוק בתקופה האחרונה • מה צפוי להשתנות בשוק/בארגון • מי אחראי על תחום השיווק בארגון • נושאים שהיה מעוניין לבדוק במחקר הצפוי
רמה I		התוצר המתקבל
רמה I	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה", או חסר בפרטים מסוימים. אין הסבר לגבי ההשפעה על הארגון הנבדק.	עד 3 נקודות ציון הבוחן: _____
רמה II	הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. יש הסבר לגבי ההשפעה על הארגון הנבדק.	עד 3.5 נקודות ציון הבוחן: _____
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. יש הסבר מפורט לגבי ההשפעה על הארגון הנבדק.	עד 4 נקודות ציון הבוחן: _____

<u>פירוט הנחיות</u>		<u>שם הפרק</u>
יכלול תיאור של תמהיל שיווק הקיים (P4) : <u>מוצר</u> – תיאור המוצר הנבדק, סיווג, שלב במחזור החיים, תועלות <u>המחירה</u> - יעדים ושיטות המחירה בהן נוקטת החברה, המחיר הסופי <u>הפצה</u> - ערוצי הפצה, אסטרטגיות הפצה, שרטוט של ערוץ ההפצה <u>תקשורת שיווקית</u> - פירוט מרכיבי התקשורת השיווקית שבהם החברה משתמשת כגון פרסום, קידום מכירות, יחסי ציבור וכו'.		<u>פרק 5</u> תמהיל השיווק הקיים
<u>ציון</u>	<u>התוצר המתקבל</u>	
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 I</u>
עד 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל <u>חלק</u> מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון ע"פ ההנחיות (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים.	<u>רמה II</u>
עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	הפרק המוגש כולל את <u>כל הפרטים</u> הנדרשים באופן מפורט ונכון ע"פ ההנחיות (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים..	<u>רמה III</u>

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
פרק 6 התנהגות צרכנים	יכלול את הפרטים הבאים : • תיאור הצרכים של הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר הנבדק, עליהם עונה המוצר – ע"פ תיאורית הצרכים של מאסלאו • תיאור גיל ושלב במחזור החיים של הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר הנבדק. • תיאור השפעת גורם חברתי (קבוצה חברתית, מנהיג דעה, ומשפחה) על קניית המוצר הנבדק, בקרב הצרכנים בפועל ובכוח של המוצר הנבדק. • ציון שלושה ערכי תרבות הבאים לידי ביטוי בתקשורת השיווקית של המוצר הנבדק. • פירוט סוג המעורבות שיש לצרכנים ברכישת המוצר 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, רגשית וכו') המאפיין את רכישת המוצר הנבדק. <u>על כל הסעיפים להתייחס למוצר הנבדק</u>	
	המוצר המתקבל	
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 1.5 נקודות ציון הבוחן: _____
רמה II	הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון עם הצגת הקשר בין הפריט לנושא העבודה.	עד 2 נקודות ציון הבוחן: _____
רמה III	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון עם הצגת הקשר בין הפריט לנושא העבודה.	עד 3 נקודות ציון הבוחן: _____

שם הפרק		פירוט הנחיות	
פרק 7 מהלך המחקר מתודולוגיה		יכלול תיאור של: <u>נושא העבודה ומטרת המחקר</u> <u>השערות המחקר – (לפחות 2 השערות)</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 (N=50) <u>אופן הפעלת המחקר- העברת השאלון:</u> <u>תיאור מפורט של תהליך עריכת הפרי – טסט</u> ; מיקום הפעלת המחקר; הזמנים בהם הופעל כלי המחקר <u>תיאור עיבוד נתונים:</u> ציון התוכנה שנבחרה לשם כך	
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> _____	
	הפרק המוגש כולל <u>חלק</u> מהפרטים הנדרשים <u>באופן מפורט ונכון</u> (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 <u>באופן מפורט ונכון</u> (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>
פרק 8 מהלך המחקר השאלון		- 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). - השאלון יכלול שאלות מכל אחד ממרכיבי תמהיל השיווק (מוצר, המחרה, הפצה ותקשורת שיווקית). - התלמיד יפרט מטרת כל שאלה בשאלון והקשרה לנושא העבודה. - על התלמיד לבחור 3-5 שאלות דמוגרפיות (תיאוריות). על התלמיד להסביר את רציונל הבחירה בהן (בשאלות אלו ייעשה שימוש בשתי הצלבות בחלק עיבוד הנתונים).
	התוצר המתקבל	
	רמה I	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן טכני "כשאלה תשובה" ללא הסברים מפורטים, או חסר בפרטים מסוימים. השאלות לא מקיפות את כל מרכיבי תמהיל השיווק.
	רמה II	הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. השאלות לא מקיפות את כל מרכיבי תמהיל השיווק.
	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. השאלות מקיפות את כל מרכיבי תמהיל השיווק

שם הפרק		פירוט הנחיות
פרק 9	מהלך המחקר	כל שאלה תוצג בעמוד נפרד :
		- מספר השאלה ותוכנה - מטרת השאלה - 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		
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: _____

שם הפרק		פירוט הנחיות
פרק 10 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 מספר מסקנות משאלות שונות העוסקות באותו נושא/תחום. על התלמיד להציג את תרומת הריאיון עם איש הקשר למסקנות וההמלצות על בסיס כל המסקנות התלמיד יבנה את תמהיל השיווק המשופר	
	התוצר המתקבל	
	ציון	
	עד 2.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____	המסקנות וההמלצות מופיעות ברמת כל שאלה באופן נפרד. לא ניתן ללמוד מסקנות חד משמעיות מהניתוח. קיים ניתוח טכני של ההצלבות או לא קיים כלל.
רמה I	המסקנות וההמלצות מקובצות ממספר שאלות, ניכרת חשיבה, הבנה ויכולת ניתוח של התלמיד. קיים ניתוח מעמיק ולא טכני של ההצלבות. הניתוח חסר ולא כולל את כל השאלות.	עד 3 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
רמה II	המסקנות וההמלצות מקובצות ממספר שאלות, ניכרת חשיבה, הבנה ויכולת ניתוח של התלמיד. קיים ניתוח מעמיק ולא טכני של ההצלבות. הניתוח כולל את כל השאלות.	עד 4 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
רמה III		

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
פרק 11 תמהיל השיווק החדש בהתבסס על תוצאות המחקר מוצר		יכלול את הפרטים הבאים : • תיאור המוצר החדש • השלב במחזור החיים בו נמצא המוצר • תיאור התועלות (תפעוליות, כלכליות ופסיכולוגיות חברתיות) הניתנות לצרכן במוצר. • תיאור מיקום המוצר במפת המוצרים (אורך, רוחב, עומק). • תיאור אריזת המוצר אשר יכלול את "תפיסת האריזה" (תפקיד, ייעוד ומהות האריזה) וארבעת מבחני האריזה בהקשר למוצר במקרה של שירות יש לתאר את מרכיבי תמהיל השירות – אנשים, תהליכים ועדות פיזית ואין צורך בתיאור אריזת מוצר
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. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	עד 1 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה II</u>	הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	עד 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה III</u>	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 12</u> תמהיל השיווק החדש בהתבסס על תוצאות המחקר המחרה		יכלול תיאור של: • יעד ההמחרה בקביעת המחיר הסופי • שיטת ההמחרה (מרווח, ערך נתפס, מחיר מקובל) • התאמת ושינויי מחיר (מדיניות הה נחות וההוזלות, מדיניות ההמחרה המפלה) • קביעת המחיר הסופי הכוללת התייחסות לשיקולים בהם יש להתחשב בבחירת המחיר הסופי
<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. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	עד 1 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה II</u>	הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	עד 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה III</u>	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 13</u> תמהיל השיווק החדש בהתבסס על תוצאות המחקר הפצה		יכלול את הפרטים הבאים : • פירוט ערוצי השיווק בהם יעשה הארגון שימוש (כיצד מגיעים המוצרים אל קהל המטרה? (קמעונאות, סיטונאות, הפצה ישירה, חד ודו-שלבית, מקבילה וכו') כולל הסבר מפורט. • אסטרטגיית ההפצה של הארגון (הפצה אינטנסיבית, סלקטיבית ואקסקלוסיבית) כולל הסבר מפורט • התלמיד יציג שרטוט מפורט של ערוץ/ צינור ההפצה של המוצר וגורמי הביניים המשתתפים בו.
התוצר המתקבל		ציון
<u>רמה I</u>	אין התייחסות בגוף העבודה לנושא של ההפצה <u>א</u> ן שישנה הצגה של פירוט ערוצי השיווק הקיימים בארגון ללא כל התאמה או התייחסות לתוצאות המחקר.	עד 1 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה II</u>	הפרק המוגש כולל <u>חלק</u> מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	עד 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
<u>רמה III</u>	הפרק המוגש כולל את <u>כל הפרטים</u> הנדרשים באופן מפורט ונכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
פרק 14 תמהיל השיווק החדש בהתבסס על תוצאות המחקר תקשורת שיווקית	יכלול את הפרטים הבאים : - פרסום – פירוט הערוצים בהם יעשה בית העסק שימוש להעברת מידע על המוצר הנבדק (טלוויזיה, רדיו, עיתונות, אינטרנט, שלטי חוצות, "פלאאירים" וכד') - קידום מכירות- תיאור הכלים בהם יעשה בית העסק שימוש (האם מופנים לגורמי הביניים או ללקוח הסופי). - יחסי ציבור- תיאור מחלקה קיימת או הטיפול שנעשה בתחום זה - מכירה אישית- תיאור שיטות המכירה האישית, יצירת הקשר והמסרים של המוכרנים ללקוחות. - שיווק ישיר/ אינטרנטי - תיאור הערוצים הישירים, בהם יעשה בית העסק שימוש (דיוור ישיר, אתר אינטרנט וכד') - ציון תוכן ופניית המסר, מבנה וצורת המסר בו יעשה הארגון שימוש על מנת להגיע אל קהל היעד הפוטנציאלי. 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. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	עד 1 נקודות <u>ציון הבוחן:</u>
<u>רמה II</u>	הפרק המוגש כולל חלק מהפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	עד 1.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u>
<u>רמה III</u>	הפרק המוגש כולל את כל הפרטים הנדרשים באופן מפורט ונכון המבוססים על תוצאות המחקר (ללא העמסה של פרטים לא רלוונטיים). כמו כן קיימים הקשרים נכונים בין הפרטים. לא יתקבלו נתונים שלא מבוססים על תוצאות המחקר.	עד 2 נקודות <u>ציון הבוחן:</u>

<u>שם הפרק</u>		<u>פירוט הנחיות</u>
<u>פרק 15</u> תמהיל השיווק החדש בהתבסס על תוצאות המחקר השוואה בין תמהיל השיווק הקיים לתמהיל השיווק המשופר ומענה על השערות המחקר		התלמיד יציג טבלת סיכום המשווה בין התמהיל הקיים לתמהיל המשופר, תוך ציון השינויים המוצעים בעקבות המחקר ומשמעותם לארגון. בפרק זה יש לראות השוואה חד משמעית וברורה בין התמהיל הקיים ותמהיל החדש. במידה ואין שינוי באחד או יותר מהרכיבים של תמהיל השיווק, התלמיד יציין שאין שינוי ויפרט את המרכיב לפי הדרישות של התמהיל המשופר. בטבלה זו התלמיד יציג מענה על השערות המחקר. המענה על השערות המחקר יוצג בעמודה נוספת עם ההקשר הנכון למצאים (איזה ממצא עונה על השערה).
רמה I		התוצר המתקבל
<u>רמה I</u> רמה II רמה III		ציון עד 2.5 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____
רמה I רמה II רמה III		התלמיד יציג טבלת השוואה טכנית ללא ביסוס לתוצאות המחקר. התמהיל הקיים מועתק מפרק קודם כמו שהוא לטבלת ההשוואה ללא הבנה של מהות ההשוואה. טבלת ההשוואה אינה ברורה. ללא מענה על השערות המחקר.
רמה I רמה II רמה III		התלמיד יציג טבלה חלקית המבוססת על תוצאות המחקר. מה שמוצג, מוצג באופן ברור וחד משמעי. ללא מענה על השערות המחקר.
רמה I רמה II רמה III		התלמיד יציג טבלה מלאה המבוססת על תוצאות המחקר. טבלת ההשוואה מוצגת באופן ברור וחד משמעי. התלמיד יציג מענה ברור להשערות המחקר.
רמה I רמה II רמה III		עד 4 נקודות <u>ציון הבוחן:</u> _____

סיכום אישי

הסיכום האישי יכלול את התרומה האישית של העבודה לתלמיד, מדוע 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
10	העבודה ללא איש קשר מארגון קיים/ איש קשר למוצר חדש / ללא ריאיון
5	אי ביצוע הצלבות
5	אי ביצוע רקע תיאורטי
5	אי ביצוע שער/ תוכן עניינים/סיכום אישי או מקורות
1	נכונות ושלמות של הרשימה הביבליוגרפית והצגתה
2	נכונות ותקינות ההצעה המצורפת לנספחי העבודה מאושרת וחתומה ע"י המורה המנחה הגמר והתאמתה להצעה שאושרה על ידי הפיקוח.
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 5)
	*ללא אישור על מקורות העבודה – העבודה לא תיבדק!

ציון סופי:

שם הבוחן ----- חתימה -----

-----תאריך-----

דגשים:

- ✓ 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.

רגע לפני הגשה....בואו נבדוק את עצמנו:

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 - נושא העבודה - מטרת העבודה תוך התייחסות לתמהיל הקיים - תמצית המחקר כמפורט בהנחיות - מסקנות והמלצות עיקריות בעבודה - התמהיל החדש בקצרה - מענה על השערות המחקר		
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 המבנה הכלכלי של הענף - תיאור סביבת המאקרו – לפחות 3 סביבות - תיאור סביבת המיקרו – תיאור מפורט של שני מתחרים והרציונל בבחירת מתחרים אלה - ניתוח SWOT - ביצוע ריאיון עם איש הקשר		
פרק 5 תמהיל השיווק הקיים	- מוצר - סיווג, שלב במחזור החיים, תועלות - המחיר - יעדים ושיטות המחיר בהן נוקטת החברה, המחיר הסופי - הפצה - ערוצי הפצה, אסטרטגיות הפצה - תקשורת שיווקית - פירוט מרכיבי התקשורת השיווקית כמפורט בהנחיות		
פרק 6 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	סעיפים	בוצע/לא בוצע	רמה משוערת
פרק 7 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 8 השאלון	• שאלון ובו 15 שאלות אשר ייתנו מענה למטרת המחקר + 3-5 שאלות דמוגרפיות • השאלון כולל שאלות מכל אחד ממרכיבי תמהיל השיווק • פירוט מטרת כל שאלה בשאלון והקשרה לנושא העבודה		
פרק 9 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 כולל הסבר ומסקנות		
פרק 10 ניתוח מסקנות והמלצות	• הסקת מסקנות מבוססות על תוצאות הנתונים • קיבוץ ממצאים של מספר שאלות שונות העוסקות באותו נושא/תחום והסקת מסקנה כוללת מתוכם • תרומת הריאיון עם איש הקשר למסקנות וההמלצות • על בסיס מסקנות אלו התלמיד יבנה את תמהיל השיווק המשופר		
פרק 11 תמהיל השיווק המשופר מוצר	• תיאור המוצר החדש • השלב במחזור החיים בו נמצא המוצר • תיאור התועלות לצרכן במוצר • מיקום המוצר במפת המוצרים • תיאור אריזת המוצר – כמפורט בהנחיות		
פרק 12 תמהיל השיווק המשופר המחיר	• יעד ההמחרה • שיטת ההמחרה • התאמת ושינוי מחיר • קביעת המחיר הסופי		
פרק 13 תמהיל השיווק המשופר הפצה	• פירוט ערוצי השיווק • אסטרטגיית ההפצה של הארגון • שרטוט ערוץ השיווק		
פרק 14 תמהיל השיווק המשופר 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 15 השוואה בין תמהיל השיווק הקיים לתמהיל השיווק החדש	- הצגת טבלת השוואה בין תמהיל השיווק הקיים למשופר כמפורט בהנחיות - מענה על השערות המחקר בעמודה נוספת		
	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 מקורות העבודה

שם ביה"ס _____ סמל ביה"ס _____

ישוב _____

שם התלמיד/ה _____

שם התלמיד/ה _____

ת"ז _____

שם המורה המנחה _____

ת"ז _____

תעודת הוראה במקצוע : _____ , מספר רישיון ההוראה _____

טלפון _____ נייד _____ דוא"ל _____

אני הח"מ, מצהיר בזאת כי עבודה זו נעשתה על ידי בלבד.
עבודת הגמר נעשתה 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 : _____

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.