



נוהל פרויקט גמר שיווק טכנולוגי

תשפ"ב

מהדורה ספטמבר 2021

חיבר במקור – פרופ' מרדכי דריאל

רכז אקדמי פרויקט גמר - יגאל שם טוב
רכזת פרויקטים שיווק טכנולוגי – נעמה טל

תוכן העניינים

3	הגדרה.....
3	מטרה.....
3	תנאים ומועד לרישום.....
3	בחירת נושא, רישום.....
4	מנחה מקצועי.....
4	מנחה סמינר.....
4	מקשרים.....
4	מערכת "לימוד".....
4	התהליך.....
5	ישיבת התנעה בארגון.....
5	מטלות הפרויקט ומועדי הגשתן.....
6	טבלת קנסות.....
7	ערעור על ציונים.....
7	תפקידי המנחים והסטודנטים.....
8	מבנה ציון פרויקט גמר.....
9	נרמול ציוני דוחות ביניים/גמר.....
10	נספחים.....
10	נספח א': הרכב צוות הפרויקט.....
11	נספח ב': פורמט סיכום ישיבת התנעה.....
12	נספח ג': פורמט הצעת נושא לפרויקט גמר.....
15	נספח ד': סמינרים.....
22	נספח ו': הנחיות לדו"ח ביניים.....
25	נספח ז': טופס הערכת דו"ח ביניים.....
26	נספח ח': הפוסטר.....
28	נספח ט': טופס הערכת פוסטר.....
29	נספח י': הנחיות לכתיבת דו"ח מסכם.....
32	נספח י"ב: טופס הערכת דו"ח מסכם.....
33	נספח י"ג: דגשים המחלקה לשיווק טכנולוגי (רזיטל בן עמי).....
40	נספח ט"ו: הערות בנושא סקירת הספרות (אפרת ליברמן).....
43	נספח י"ז: נוהל מצטיינים.....

נוהל פרויקט גמר

הגדרה

פרויקט גמר הוא עבודה של צוות סטודנטים בהדרכת מנחה אקדמי מהמכללה, עם מנחה מקצועי מהארגון. הפרויקט מהווה חלק מהדרישות לקבלת תואר B.A. ונמשך שני סמסטרים רצופים ללא אפשרות לפיצול. מפגש הפתיחה והסמינרים יתקיימו ביום ה' בין השעות 16:00 עד 20:00 בחלוקה ל 2 מושבים 16:00 עד 18:00 ו- 18:00 עד 20:00 והנוכחות בהם היא חובה. ימי ההנחיה ושעות ההנחיה יקבעו בתיאום בין המנחה לצוות הפרויקט, המפגשים יערכו פרונטלית או בזום בהתאם לקביעת המנחה. המפגשים יהיו אחת לשבוע או שבועיים, בהתאם לצורך ולהחלטת המנחה. צוות הפרויקט יכול לזמן שני סטודנטים או סטודנטיות בהתאם לשיוך המחלקתי ומאותה התמחות.

מטרה

העבודה נועדה להציע פתרונות להתמודדות עם אתגר שיווקי בתנאים דומים ככל האפשר לעבודתו של איש שיווק בתעשייה, בארגון או במכון מחקר. הפרויקט אמור להיות בעל היקף ועומק אקדמי בשילוב עם יוזמה אישית ומקוריות. הפרויקט יתקיים בארגון קיים אשר יהיה מעוניין שסטודנטים יבצעו בו פרויקט לפתרון בעיה ממשית של הארגון, עם נתוני אמת.

תנאים ומועד לרישום

סטודנטים שסיימו בהצלחה את קורסי הקדם כפי שנקבעו ייצרו צוותים של שני סטודנטים. יצירת הצוותים היא באחריות הסטודנטים. על התהליך להסתיים לפני תחילת הסמסטר בו מתחיל הפרויקט או, לכל המאוחר, בשבוע הראשון של הלימודים. סטודנט שמתקשה במציאת שותף לצוות, יפנה בהקדם לרכז הפרויקטים לפי כתובת הדואר האלקטרוני שתפורסם על לוחות המודעות ובמזכירות המחלקה (תשפ"ב - igal.shemtov@gmail.com)

על הצוותים להגיש הצעת פרויקט (ראה נספח ב'), מאושרת על ידי המנחה האקדמי, במועד שייקבע בתחילת הסמסטר בו מתחיל הפרויקט, ההצעה תיבדק על ידי מקשרי המחלקות. פרויקט הגמר יוכל לצאת לדרך רק לאחר אישור המקשר.

בחירת נושא, רישום

ניתן לקבל נושא לפרויקט בכמה אופציות:

1. מתוך רשימת פרויקטים שגויסו על ידי מקשר המחלקה
2. גיוס ארגון על ידי הסטודנטים. הארגונים צריכים לעמוד בקריטריונים של פרויקט גמר:
 - חברות העוסקות בתחומי הי-טק עם חדשנות, כלומר מוצר משלה שהיא פיתחה או מפתחת כאשר מוצר יכול להיות מוצר פיזי, תוכנה, או אפליקציה
 - שירות כמו למשל שירותי פיתוח מוצרים (לדוגמה חברה המשווקת שירותי סיוע, תמיכה והכוונה לסטארט-אפים) או חברות ייעוץ ופיתוח עסקי המתמחות בהיי-טק

את הארגונים המוצעים ניתן לבחור, מתוך היכרות אישית עם החברה או משהוא שעובד בה או מחיפוש עצמאי של הסטודנטים. בכל מקרה, על הסטודנטים ליצור קשר עם הארגון ולקבל הסכמה עקרונית לביצוע הפרויקט מאיש הקשר בארגון. ההצעה לפרויקט כולל פרטי איש הקשר, תירשם בטופס הרישום לפרויקט הגמר ותועבר לבדיקה של מקשר המחלקה. המקשר ישוחח עם איש הקשר ויחליט האם הארגון מתאים לפרויקט הגמר. במקרים של מיזם עצמאי של סטודנט/ית שרוצה לקדם את המיזם שלו/ה ניתן גם כן לשלוח תיאור ותוכן, לצורך שיחה מקדימה ובדיקה של מקשר המחלקה, מול הסטודנט/ית.

מנחה מקצועי (איש קשר)

לצוות פרויקט יהיה מנחה מהארגון בו יתבצע הפרויקט (חוץ ממיזמים של הסטודנטים). על המנחה המקצועי להיות בעל זיקה מוכחת לנושא הפרויקט. המנחה המקצועי אינו מקבל תגמול כספי. בסוף כל סמסטר יישלחו תוצרי הפרויקט (דוח ביניים, דוח מסכם ומצגת סמינר 4) לאיש הקשר בארגון.

מנחה סמינר

מנחה סמינר אחראי על מפגשי קבוצת הסמינר (ראה נספח ג') אליה משובץ צוות הפרויקט. סטודנטים ישובצו מראש לקבוצת סמינר על פי התאמת נושא הפרויקט לתחום התמחותו של מנחה הסמינר. מנחה הסמינר יכתוב משוב וציון במערכת הלימוד "למצגת ולהצגתה" (ראה נספח ד')

מקשרים

לכל מחלקה יש מקשר מחלקה האחראי לאישור הצעות הפרויקט של הסטודנטים במחלקתו, מעקב אחר התקדמות הפרויקט לאורך כל השנה, נוכחות בסמינרים ומתן הערכות וציונים לסטודנטים. כמו כן המקשר הוא בודק שלישי (במצב בו יש פער גדול מ 16 נק' בין ציון בודק ראשון לציון בודק שני) על דוחות ביניים ודוחות מסכמים ובודק ערעורים של סטודנטים על דוחות ביניים ודוחות מסכמים. ניתן לפנות אל המקשר במייל או בשעות הקבלה כפי שמצוינות באתר המחלקה.

מערכת "לימוד"

מערכת המידע "לימוד" היא הכלי בו ישתמשו הסטודנטים הלומדים בקורס פרויקט גמר.

התהליך

ההנחיה בפרויקט מתבצעת באמצעות פגישות של הצוותים עם המנחים, וכן באמצעות פגישות בקבוצת הסמינר, עם מנחה הסמינר. במהלך השנה יתקיימו 4 פגישות סמינר (2 בכל סמסטר). שיבוץ צוות הפרויקט לקבוצת סמינר יתבצע בתחילת השנה על ידי הרכז האקדמי של הפרויקטים. כל סטודנט וסטודנטית אחראים על כל חלקי הפרויקט ועל השלמתם, גם במקרה של פרישת חבר או חברה מהצוות.

הציון עשוי להיות שונה בין חברי הצוות, בהתאם לתרומה לפרויקט. לחוות דעתו של המנחה משקל רב בקביעת ציון הפרויקט. אי עמידת תלמיד בזמנים או בדרישות עלולה לגרור ציון נכשל. בקשות לחריגה מהנוהל יש להפנות במייל כולל מסמכים נלווים כמו צילום צו מילואים לרכז הפרויקטים ולמנחה הפרויקט.

ישיבת ההתנעה בארגון

ישיבת ההתנעה היא פגישה בארגון בין המנחה, התלמידים ואיש הקשר בארגון, לצורך הגדרת מטרות הפרויקט ותיאום ציפיות. ישיבת ההתנעה תתקיים לפני מועד הגשת הצעת הפרויקט. הסטודנטים יסכמו את הפגישה, ישלחו את הסיכום למנחה ולאיש הקשר בארגון ויעלו את הסיכום למערכת הלימוד. פורמט סיכום הישיבה – ראו נספח ב'. אם הסטודנטים קובעים ישיבת התנעה בארגון במועד בו יש להם במערכת קורס חובה במכללה הם צריכים לדעת שהחיסור שיקבלו הוא אחד מהשניים המותרים על פי התקנון- המחלקה לא מאשרת חיסורים מקורסי חובה.

מטלות הפרויקט ומועדי הגשתן

באתר הלימוד של הקורס נמצא לוח זמנים מלא לשני הסמסטרים לכל הפעילויות וההגשות במהלך פרויקט הגמר.

לפני תחילת שנת הלימודים יירשמו הסטודנטים לקורס וימלאו טופס רישום הכולל את פרטי שני הסטודנטים בצוות, גיליון ציונים והצעה לארגון (במידה ויש כזה). כל צוות פרויקט ישובץ לפרויקט ומנחה שיבחר על פי הרשימות הנ"ל. ההתקשרות יכולה להתחיל בדואר אלקטרוני. מומלץ להתחיל בהתקשרות לפני תחילת שנת הלימודים בתקופת חופשת הקיץ, בה אפשר להתחיל לקרוא ספרות הקשורה לפרויקט.

מטלות פרויקט גמר:

מטלה	תוכן	הערות
סמסטר א'		
הצעת פרויקט	ראו נספח ג	נשלח לאישור מקשר המחלקה
מצגת סמינר 1	הצעת הפרויקט + נתוני שוק ראשוניים – ראו נספח י"ג	הצגה ומשוב ממנחה הסמינר
מצגת סמינר 2	תמצית סמינר 1 + סקירת ספרות ומודלים – ראו נספח י"ג	הצגה ומשוב ממנחה הסמינר
דוח ביניים	ראו נספח ו	בדיקה ע"י מנחה אישי ובודק ב'
סמסטר ב'		
מצגת סמינר 3	תמצית סמינרים קודמים + מחקר שוק – ראו נספח י"ג	הצגה ומשוב ממנחה הסמינר
מצגת סמינר 4	תמצית סמינרים קודמים + המלצות – ראו נספח י"ג	הצגה ומשוב ממנחה הסמינר
פוסטר	ראו נספח ח ו ט	בדיקה ע"י מנחה אחר
דוח מסכם (כולל תקציר)	ראו נספח י	בדיקה ע"י מנחה אישי ובודק ב'

❖ כל התוצרים (דוחות, מצגות ופוסטר), יכתבו לפי הכללים האקדמיים כפי שלמדתם, כולל הפניות

וביבליוגרפיה (ראו נספחים ד', ט"ו)

- ❖ לכל סמינר או דוח יש שתי הגשות **לבדיקה**, על הראשונה יתקבלו הערות לתיקון מהמנחה האישי, השנייה היא ההגשה הסופית.
- ❖ הדגשים במסמך זה כלליים, כל צוות צריך להתייחס גם לדגשים שעלו בפגישות
- ❖ מצגת סמינר לא תכלול יותר מ-20 שקפים ברוטו (לא כולל שער ולוח זמנים לפרויקט)
- ❖ כל מצגת סמינר חייבת להיות ברורה גם למי שלא מכיר את הפרויקט ונוכח בסמינר עצמו
- ❖ **לאורך כל הדרך מומלץ לרכז את כל המידע בוורד כהכנה לדו"ח ביניים ודו"ח מסכם.**
- ❖ **שפות ההגשה:**

הצעת פרויקט	עברית
סמינרים	המצגות באנגלית. ניתן להציג בעברית או באנגלית
דוחות	עברית
פוסטר	אנגלית

- ❖ **כל המטלות יוגשו במערכת ה" לימוד " בלבד.**

טבלת קנסות

קנס	קנסות בגין ...
3 נק' מציון הפרויקט	אי-הגשת מצגת או חיסור ממפגש סמינר או אי-השתתפות בהצגת המצגת
2 נק' מציון הפרויקט	החסרת חלק מסמינר (איחור לסמינר או נטישה לפני סיומו)
2 נק' לשבוע מציון הפרויקט	כל שבוע (או חלק ממנו) איחור לא מוצדק בהגשת הצעת פרויקט/דו"ח ביניים/דו"ח מסכם
1 נק' מציון הפרויקט.	אי הגשת מצגת סמינר מאושרת ע"י המנחה במועד שייקבע לפני הסמינר או הצגה בסמינר של מצגת שונה מזו שהוגשה. אי-השתתפות בהרצאת פתיחת סמסטר

הצדקה לחיסור תינתן בגין אשפוז בבית חולים או שרות מילואים פעיל, בליווי מסמכים מתאימים. **ערעור על**

קנסות יש להגיש לרכז הפרויקטים תוך שבועיים מיום פרסום הקנסות. אחרי מועד זה לא יתקבל

ערעור/ביטול קנסות.

שימוש בחומרים "ממוחזרים" מפרסומים כלשהם שפורסמו בעבר במתכונת כלשהי, ללא אזכור מפורש ובולט של המקור – עלולים לגרום לפסילת הפרויקט כולו, לפי שיקול רכז הפרויקטים. כמו כן התלמידים יידרשו להציג למנחה נתונים גולמיים ומדידות שאספו בצורתם המקורית, כולל מקור של שאלונים, סקרים שבתוצאותיהם משתמשים וכו'.

סטודנט אשר לא עמד בתנאים אלה במועד חייב להירשם מחדש לקורס. המשמעויות: (1) תשלום עבור

הקורס בשנה העוקבת. (2) אי סיום התואר במועד המקורי.

בקשה לדחייה בהגשת מטלה בפרויקט

אם סטודנט נתקל בבעיה שעלולה לגרום לעיכוב הגשת עבודתו, עליו לדווח על כך מיידית, (בבעיית אשפוז רפואי יש להגיש מסמכי בית החולים ובבעיית מילואים יש להגיש לרכז הפרויקטים את הבקשה בתום השירות בצירוף אישור מילואים ובצירוף המלצת המנחה). במקרה כזה תתכן דחיית ההגשה. אם התקלה גרמה לדחייה גדולה יותר, הסטודנט יירשם מחדש לפרויקט, אך תוגש המלצה לוועדת חריגים לפטור אותו משכר לימוד עקב התקלה שדווחה בזמן אמת. אין להגיש בקשות דחייה בגין אירועים צפויים מראש כגון שמחות משפחתיות, חופשות וכו'. הסיבה לכך היא שסמינרים, שהם חלק חיוני בפרויקט, מתקיימים בקבוצות, במועדים הנקבעים זמן רב מראש ולא ניתנים לשינוי.

במידה וקיימת בעיה טכנית הגורמת לעיכוב הפרויקט – בבקשת הסטודנט לעיכוב יציין מנחה הפרויקט את המועד הצפוי לתיקונה ולהגשת הפרויקט. לא יהיה טיפול בדיווח של תקלות בדיעבד (מלבד בעיית מילואים או אשפוז רפואי).

ערעור על ציונים

ערעור ניתן לבצע רק על הדוח המסכם בפרויקט הגמר. במקרה בו יבקש סטודנט לערער על ציון של דו"ח מסכם, ימלא צוות הסטודנטים טופס ערעור בהתאם לנוהל. הערעור יסתמך על הסעיפים שבהערכות הכתובות של הבודקים באופן הבא: התלמיד יתייחס לכל סעיף שעל ציונו הוא מערער ויכתוב את נימוקי ערעורו על הציון שנתן הבודק לסעיף, תוך הסתמכות ספציפית על הקטעים וציון מספרי העמודים בעבודה שהוגשה ואשר תומכים בערעור. לא יידון ערעור בעל אופי כללי ואשר אינו מתייחס ספציפית להערות המנחים בסעיפים השונים ואשר אינו מסתמך על קטעים בעבודה, כמוסבר לעיל. חשוב לציין שבאותה המידה בה ערעור עשוי להעלות את הציון הוא עלול גם להוריד ציון. מוזכר שערעור על ציון, על קנס בגין היעדרות או איחור בביצוע מטלה וכו' יש להגיש תוך שבועיים מפרסומם. לא יידונו ערעורים אחרי פרק זמן זה. בודק הערעור הוא מקשר המחלקה. במקרה שהעבודה הועברה באופן אוטומטי לבודק שלישי, בגלל פער בציונים בין שני הבוחנים הראשונים, לא ניתן לערער לבודק רביעי.

תפקידי המנחים והסטודנטים

תפקידו של מנחה הפרויקט לסייע לסטודנט לעבוד בצורה עצמאית, תוך הקפדה על נהלי עבודה תקינים ועל רמה מקצועית. הפרויקט אינו תרגיל, ויש לצפות ולעודד שהסטודנטים יובילו את המנחה לגישות חדשות ולכלים חדשים. על המנחה להיות מעורב במהלכי הפרויקט, כך שיוכל להעריך את התרומה של כל אחד ממבצעי הפרויקט.

בסופו של דבר, האחריות הסופית לביצועו, קצב התקדמותו והצלחתו של פרויקט, היא של הסטודנטים. אחריות זו חלה על כל סטודנט בנפרד ואינה משתנה גם אם יפרוש אחד מחברי הצוות. יש להביא עובדה זו בחשבון בעת בחירת החברים לצוות הפרויקט.

קיימות שתי אפשרויות בפני תלמיד אשר חבר בצוות הפרויקט פרש ממנו:

1. התלמיד ימשיך את הפרויקט לבד עם המנחה הנוכחי בכפוף להסכמת המנחה וראש המחלקה. במקרה זה המחלקה תסייע לתלמיד ככל שניתן על מנת שהפרויקט יהיה ברמה ראויה. עם זאת, האחריות על הפרויקט עדיין חלה על התלמיד והציון ישקף את רמת הפרויקט.

2. התלמיד יתחיל פרויקט חדש בשנה הבאה.

הערה: בשום מקרה אין התלמיד פטור מהצגת מצגת בסמינר. על פי הנוהל כל תלמיד אחראי לכל הפרויקט בכל שלביו ובכל עת. זהו העיקרון המנחה את הקורס לכל אורכו.

מתוך הכרה בחשיבות פרויקט הגמר בהכשרת בוגר המכללה, משקיעה המכללה מאמצים ומשאבים רבים בהנחיה אישית של כל סטודנט במהלך פרויקט הגמר. על הסטודנט לקיים את מפגשי ההנחיה עם מנחה הפרויקט במועדים שיקבע המנחה. הזמן המצטבר של מפגשי ההנחיה לא יקטן מחצי שעה בשבוע ובסה"כ 15 שעות במהלך הפרויקט לכל סטודנט. חובה זו חלה על כל אחד מהסטודנטים בצוות הפרויקט ובאחריותו. סטודנט אשר מכסת ההנחיה שלו לא מתמלאת מסיבה כלשהי חייב להודיע על כך ללא דיחוי ומויזמתו לרכז הפרויקטים. סטודנט אשר לא ימלא את מכסת מפגשי ההנחיה וגם לא יתריע על כך בזמן, כמוזכר לעיל, עלולה השתתפותו בפרויקט להיפסל.

מבנה ציון פרויקט גמר

- ❖ ציון הקורס הוא ציון שנתי, עבור שני הסמסטרים.
- ❖ בתום הסמסטר הראשון ניתן ציון על דו"ח הביניים, על פי טופס הערכה. ציון זה, שמובא לידיעת הסטודנט על ידי המזכירות, הוא לרישום בלבד ולא מופיע בגיליון הציונים.
- ❖ בתום הסמסטר השני ניתן הציון השנתי הכולל של פרויקט הגמר. מציון זה מנכים את הקנסות בגין היעדרויות מסמינרים או איחורים בהגשה.
- ❖ מבנה הציון:

	מרכיב	בדק	משקל בציון שנתי של פרויקט גמר
1	ציון דו"ח ביניים (מנחה)	מנחה הפרויקט	5%
2	ציון דו"ח ביניים (בוחן ב')	מנחה אחר	5%
3	ציון מצגת מסכמת (סמינר 4)	שופט א	5%
4	ציון מצגת מסכמת (סמינר 4)	שופט ב	5%
5	ציון פוסטר	שופט פוסטר	5%
6	ציון דו"ח מסכם (מנחה)	מנחה הפרויקט	40%
7	ציון דו"ח מסכם (בוחן ב')	מנחה אחר	30%
8	התרשמות המנחה	מנחה הפרויקט	5%
			100%

ציוני סמינר 1, 2 ו-3 הם להתרשמות של הסטודנטים, המנחה והמחלקה ואינם נכללים בציון הסופי.

קבלת ציון עובר בקורס פרויקט גמר מחייב קבלת ציון עובר בדו"ח המסכם לאחר שקלול ציוני בוחני הדו"ח. לא יהיה ניתן לקבל ציון עובר בקורס גם אם נתקבל ציון עובר בציון הכללי של הקורס (הכולל, דוח ביניים, מצגת 4, פוסטר, דוח מסכם).

- ❖ במקרה של הפרש של 16 נק' או יותר בין ציון בודק ראשון לציון בודק שני, נמסרת העבודה לבדיקת בודק שלישי (מקשר המחלקה). הציון מחושב על פי שני הציונים הקרובים ביותר זה אל זה והציון השלישי (המרוחק) מתבטל. במקרה של בדיקה שלישית כנ"ל, לא ניתן לערער לבודק רביעי.
- ❖ רכז הפרויקטים יכול להחליט על בדיקה נוספת של דו"ח וכן על חלוקה לא סימטרית של הציון בין התלמידים, על פי תרומת כל תלמיד או על פי המלצת מנחה הפרויקט וזאת במקרה של פערים קיצוניים ובולטים בין תרומות שני תלמידי הצוות בפרויקט המשותף.

נרמול ציוני דוחות ביניים/גמר

לפני פרסומם יעברו הציונים נרמול סטטיסטי מקובל, שמטרתו לצמצם את השונות בין ציוני הבודקים.

הקדמה

בבדיקת הדוחות עלולה להיות שונות בין ציוני המנחים השונים. כדי לשמור על אובייקטיביות מרבית, נקוטה שיטה לנרמול ציוני בודקי א' (ציוני מנחים אישיים) וציוני בודקי ב' (ציוני מנחים לא אישיים). השיטה אינה מבטלת את הצורך בבודק ג' במידת הצורך.

סימנים והגדרות

$\bar{\mu}_A$ - ממוצע כל ציוני הסטודנטים שנתנו ע"י המנחים האישיים (ציוני בודק א').

$\bar{\mu}_B$ - ממוצע כל ציוני הסטודנטים שנתנו ע"י המנחים כבודקי ב'.

$\bar{X}_j$ - ממוצע ציוני בודק j.

X_{ij} - ציון בודק j לדוח i.

Y_{ij} - ציון בודק j לדוח i מנורמל.

נוסחת הנרמול

א. נרמול ציוני בודקי א':

$$Y_{ij} = (X_{ij} - \bar{X}_j) + \bar{\mu}_A$$

ב. נרמול ציוני בודקי ב':

$$Y_{ij} = (X_{ij} - \bar{X}_j) + \bar{\mu}_B$$

הערה: המסמך "נוהל פרויקט גמר" מתייחס במידה שווה לסטודנטים ולסטודנטיות. המסמך כתוב בלשון זכר אך ורק לצורך מניעת סרבול לשוני.

נספחים

נספח א': הרכב צוות הפרויקט

צוות פרויקט יכלול שני סטודנטים, מאותה המחלקה ואותה ההתמחות

1. במקרים הבאים ועל פי שיקול דעתו יצרף רכז הקורס תלמיד שלישי לצוות של שניים:

- כאשר היקף העבודה בפרויקט גדול במיוחד.
- במקרים של חוסר בנושאים מתאימים במספר מספיק.
- במקרים של חוסר מנחים בתחום המקצועי הנדון.

נספח ב': פורמט סיכום ישיבת התנעה

מספר הפרויקט:

מנחה:

תאריך הפגישה:

נכחו בישיבה:

פורמט הישיבה: וירטואלי או במשרדי החברה

1. נושא הפרויקט

2. הארגון

3. תיאור המצב הקיים בארגון, שיוצר את הצורך בפרויקט:

תיאור כללי

תיאור מוצר

תיאור שוק

מתחרים

בידול

4. הבעיות שיטופלו בפרויקט:

5. המטרות של הפרויקט:

6. האם על חלקים בפרויקט להיות מסווגים?

נספח ג': פורמט הצעת נושא לפרויקט גמר

הפורמט יהיה מצגת PPT עם מספר שקפים, כ"א בעל כותרת וסעיפי משנה כדלקמן, כולל לו"ז ראשוני לשלבי הפרויקט.

- א. שקף 1: (ראה הסבר בסעיף ד' להלן): **הפרויקט**: נושא הפרויקט, שם המנחה, פרטי הסטודנטים (שם, מחלקה, דואר אלקטרוני, טלפון נייד). **הארגון בו יתבצע הפרויקט**: שם הארגון וכתובת מלאה, איש הקשר בארגון (שם, תפקיד, טלפון נייד, דוא"ל). **פרמטרים לסיווג הפרויקט: ענף, תחום מקצועי, מילות מפתח ומודלים**, (ראה הסבר בסעיף ג' - לקסיקון).
- שקף 2: **הארגון והרקע** (תיאור קצר של הארגון וכיצד נוצר הקשר אתו).
- שקף 3: **תיאור המצב הקיים** בארגון, שיוצר את הצורך בפרויקט (לרבות יתרונות ובעיות שהן חלק מהמצב).
- שקף 4: **הבעיות** שיטופלו בפרויקט (לא חייבים לטפל בכל הבעיות שתוארו בסעיף הקודם).
- שקף 5: **המטרות** של הפרויקט (בדרך כלל לא יותר מ-3). דרוש קשר ברור בין המטרות לבעיות שבשקף הבעיות.
- שקף 7: **השיטה** (שיטות מקצועיות, כלים ומודלים שישמשו בפרויקט).
- שקף 8: **לוח זמנים** של פעילויות הפרויקט מתחילתו עד סופו (לא לו"ז של מטלות הקורס, כגון סמינר 1 וכו'), כטבלה או כתרשים גאנט, בדרך כלל כ-10 עד 20 פעילויות. לוח הזמנים יחזור ויופיע כשקף נפרד במצגות בסמינרים 1-3, כאשר מסומנים בו הסעיפים שבוצעו, לא בוצעו או שונו.

מכיוון שמצגת זו תוגש בכתב ולא תוצג בעל פה, היא חייבת להיות מספיק מפורטת כדי שהקורא יבינה ללא תוספת הסבר מילולי. לכן אין להסתפק בראשי פרקים, אלא יש להרחיב ולהסביר במשפטים אחדים, לפי המקרה והצורך, במקומות הנדרשים.

- אם סעיף מסוים דורש יותר משקף אחד אפשר ורצוי להוסיף

ב. לקסיקון

1. ענף: שם התעשייה/ענף (רשימה פתוחה, אליה אפשר להוסיף על פי המקרה):

- ♦ תחבורה
- ♦ מזון ומשקאות
- ♦ תיירות
- ♦ קוסמטיקה
- ♦ תחזוקה
- ♦ אבטחה/בטחון
- ♦ השכלה
- ♦ בנייה ומוצרי בנייה
- ♦ גומי ופלסטיקה
- ♦ דפוס ונייר
- ♦ חשמל ואלקטרוניקה
- ♦ עץ ומוצרי
- ♦ רכב
- ♦ טקסטיל
- ♦ כימיה ופרמצבטיקה
- ♦ מתכת ומכונות
- ♦ חקלאות
- ♦ תיירות
- ♦ רפואה
- ♦ היי טק
- ♦ תעופה
- ♦ אפליקציות
- ♦

2. התחומים: השתייכות מקצועית של הפרויקט (רשימה סגורה. אין להוסיף תחומים):

- ♦ שיווק דיגיטלי
- ♦ ICT
- ♦ יזמות
- ♦ ביו רפואי

3. מילות מפתח: מילות מפתח אחדות לפרויקט, המתארות את עיקרי הנושאים הנידונים בפרויקט ויאפשרו בהמשך את איתור הפרויקט בחיפוש לפי מילות מפתח, במאגר הפרויקטים

4. מודלים: כלים ושיטות ליישום בפרויקט. מספר פריטים לפי הצורך (רשימה פתוחה, אליה אפשר להוסיף על פי המקרה).

- ♦ סקר שוק – שאלון
- ♦ ראיון עומק
- ♦ מחקר גישוש
- ♦ פורטר

- SWOT ♦
- PLC ♦
- הופסטד ♦
- AHP ♦
- מודל הכפפה ♦
- BCG ♦
- אנסוף ♦
- Value proposition canvas ♦
- 4Ps ♦
- ועוד... ♦

ג. מבנה שקף 1:

יש להוריד את הקובץ "הצעת נושא לפרויקט – תשפ"ב.ppt" ממערכת ה" לימוד ". בתמונה למטה – תמונה של השקף ראשון של הקובץ ויש למלא בו את הסעיפים.



הצעת פרויקט גמר – תשפ"ב



שם הפרויקט:

מספר הפרויקט: XX-202X

המנחה האקדמי:

מקור הפרויקט:

התלמידים המבצעים:

1. שם ומשפחה : מחלקה :

טלפון: דוא"ל:

2. שם ומשפחה : מחלקה :

טלפון: דוא"ל:

נספח ד': סמינרים

מטרות הסמינר:

1. ללמוד ולתרגל הכנת מצגת – תמצית עבודה מקצועית רחבת היקף, שמכילה את כל הנקודות העיקריות, בזמן מוקצב ובצורה בהירה, תוך התאמה לקהל השומעים.
2. לפתח יכולת להציג מסר מקצועי בעל פה בפני קהל, בצורה אפקטיבית, בהירה וממוקדת.
3. ללמוד לקבל ולהטמיע ביקורת מקצועית, להתמודד אתה ולהפיק ממנה תועלת. לפתח יכולת של השתתפות בדיון אקדמי והשמעה של ביקורת בונה על עבודות של עמיתים, הנסמכת על ניתוח ועל עובדות ונתונים.
4. מצגת כל סמינר תכיל, בנוסף למטלה של הסמינר השוטף, את החומר של הסמינרים הקודמים, הכל במסגרת הזמן המוקצב. המשמעות היא תמצות הולך וגובר ובאופן זה תיבנה בהדרגה המצגת הסופית.

חשוב לדעת

- מנחה הסמינר והמקשר ממלאים טופס הערכה עם ציון. יש לדאוג לשיפור המצגות בעזרת ההערות הניתנות על ידי מנחי הסמינר והמקשרים.
- מנחה הסמינר והמקשרים אינם מחליפים את המנחה האישי. התלמידים ידונו על הערותיהם עם המנחה האישי.
- הסטודנטים יעלו את המצגת הסופית, לאחר קבלת אישור המנחה האישי ללימוד.
- למצגת של כל פרויקט יוקדשו 10 דקות בסמינר.
- המצגת בכל סמינר תכיל תמצית של מצגות הסמינרים הקודמים. כך תיבנה בהדרגה המצגת המסכמת.
- ההשתתפות בכל סמינר לכל אורכו היא חובה.
- על איחור או היעדרות מסמינר יחולו קנסות שייגרעו מציון הפרויקט. כמו כן יחולו קנסות על סטודנטים שמצגותיהם לא אושרו על ידי המנחה האישי או לא הוגשו עד המועד האחרון להגשה המופיע בלימוד.
- קנסות על היעדרות יבוטלו תוך שבועיים מתאריך הסמינר, על סמך אישור על שירות מילואים או אשפוז רפואי.

הנחיות כלליות למצגת

כללי: המצגות יהיו בלי "פירוטכניקה חזותית", אנימציה וכתוביות רצות, אלא אם זה חלק מהצגת התוכן המקצועי. בלי שקף פרידה. בלי מחיאות כפיים מוקלטות ואפקטים קוליים אחרים.

לכל מצגת, בכל סמינר, יהיה שקף שער, לפי פורמט המופיע בלימוד וכולל:

- א. לוגו ספיר
- ב. הכותר: פרויקט גמר תש"...
- ג. נושא הפרויקט ומספר סידורי של הפרויקט

ד. תאריך

ה. שמות המגישים (משפחה, פרטי) והמחלקה של כל סטודנט

ו. מנחה אקדמי (מנחה הפרויקט בספיר)

ז. איש הקשר במפעל ושם המפעל

ח. פרמטרי איפיון של הפרויקט: תחום מקצועי, ענף, מילות מפתח ומודלים.

ט. מקור הפרויקט: מנחה, סטודנט או ספיר

י. לכל שקף במצגת תהיה כותרת תחתית בה יירשמו מס' השקף במצגת, מס' הפרויקט, שם

הפרויקט ושם המנחה.

יא. שם הקובץ יכלול את מספר הפרויקט ומספר הסמינר

1. **כימות:** על המצגת להעביר את הנתונים הכמותיים העיקריים: גודל השוק, היקף כספי וכדומה
2. במצגת יש לצטט מודלים, שיטות, מחקרים, תיאוריות וכו' שמפגינים את הידע הספציפי שהופעל או יופעל בסעיף הנדון ולא אמרות כלליות כמו: השתמשנו בשיטות המתאימות, הניתוח מראה, מהחישוב יוצא, ועוד.

3. כל מצגת צריכה לספק (בין היתר) תשובה לשאלות **מא"מ מכא"ל**:

- א. **מי** (איזה ארגון, גודל, מאפיינים, מיזם)?
 - ב. **איפה** (גיאוגרפית ותחום מקצועי/עסקי)?
 - ג. **מדוע** (מוטיבציה)?
 - ד. **מה** (מה הבעיה, מה המטרה)?
 - ה. **כמה** (במספרים מוחלטים או ב-%, או בהשוואה למקובל בענף)?
 - ו. **איך** (שיטה, כלים, מדדים)?
 - ז. **למה** כך (הנמקה לבחירת הפתרון, הדרך, השיטה)?
4. רק מנחה הסמינר נותן רשות דיבור לשואלים בקהל ומנהל את הדיון.
5. **הרישום הביבליוגרפי** המלא של המקורות בהם משתמשים לאורך המצגת יופיע כהערות בתחתית השקף ולא בתוך הטקסט כמו בדו"ח. כמו כן יש להציג שקף אחרון במצגת ובו ריכוז הרישום הביבליוגרפי של המקורות בהם השתמשם לאורך המצגת.
6. **צבעים:** להשתמש בצבע בצורה מדודה, תוך התחשבות בקונטרסטים נוחים לקריאה (למשל לא טקסט לבן על רקע בהיר). מומלץ לבחור 3 צבעים (ולא יותר) ולדבוק בהם לאורך המצגת, בשום פנים ואופן אין להשתמש בצבעים זוהרים (צהוב, ירוק וכחול זוהר) הצבעים הללו קשים לצפייה לאורך זמן, "מעצבנים" את העין ולא נראים היטב דרך מקרן.
7. **אנימציה:** שימוש באמצעים ויזואליים הוא חשוב וטוב רק כאשר זה רלוונטי.
- יש לצמצם אנימציה למקרים הכרחיים, כגון תרשים זרימה או העלאת טקסט או ציור בשלבים, כחלק מהתקדמות בפיתוח הרעיון או ההסבר.
- אין לערוך תזמון ומעבר אוטומטי וקבוע מראש בין השקפים. המעבר יעשה ידנית.

8. **מספרים:** כאשר מדובר במספרים, קל יותר להבין ולהישאר ממוקדים כאשר הדבר מובא בצורת גרף, או "עוגה" ומקסימום בטבלה (וזה גם חריג). יחס מומלץ בין טקסט ואמצעים ויזואליים הוא 1 ל 2 או 1 ל 3. היזהרו מטבלאות גדושות מספרים ובפונט קטן.
9. **גרפיקה:** הכוח החזותי של התמונות הוא אדיר ולכן יש להשתמש בהן בזהירות וחוכמה. יש להימנע מדמויות וציורים מתוך מאגרים מוכנים, אלא אם זה חיוני להבנת החומר
10. **הגשת מצגת סמינר:** את מצגת הסמינר על התלמידים להעלות ל"לימוד" עד מועד ההגשה הוספי ולאחר קבלת אישור מהמנחה האישי.

נספח ד': טופסי הערכת סמינרים

טופס הערכת סמינר 1

סמינר 1

נושא	משקל %
תיאור החברה, המוצר או השירות, הצורך	20
אתגרים ומטרות	20
תיאור השיטה : תרשים זרימה בדגש על מודלים ומחקרי שוק	10
מצב קיים בארגון : ניתוח פעילויות שיווקיות קיימות ונכסים דיגיטליים	15
מצב קיים בשוק : שוק יעד נוכחי ומתחרים	10
נתונים כמותיים על השוק	10
עיצוב וארגון המצגת כולל אזכורים וביבליוגרפיה	15
התאמה למסגרת הזמן : מצגת קצרה מדי 1, מתאימה 2, או ארוכה מדי 3	

שם הסטודנט	נוכחות	ציון	אפקטיביות ההצגה

טופס הערכת סמינר 2

נושא	משקל %
תיאור החברה, המוצר או השירות, הצורך ושוק היעד הנוכחי	10
אתגרים ומטרות	10
תיאור השיטה : תרשים זרימה בדגש על מודלים ומחקרי שוק	5
השוואת מתחרים מלאה : מוצרית, עסקית, נוכחות דיגיטלית	15
סקירת ספרות כולל נתונים כמותיים על השוק וניתוח מאמר אקדמי	25
ניתוח מודלים שיווקיים כולל מסקנות יישומיות	25
עיצוב וארגון המצגת כולל אזכורים וביבליוגרפיה	10
התאמה למסגרת הזמן : מצגת קצרה מדי 1, מתאימה 2, או ארוכה מדי 3	
מידת יישום הערות מסמינר קודם. 1-לא יושמו כלל. 2- יושמו באופן חלקי. 3- יושמו במלואן.	

שם הסטודנט	נוכחות	ציון	אפקטיביות ההצגה

טופס הערכת סמינר 3

משקל %	נושא
10	תיאור החברה, המוצר או השירות, הצורך ושוק היעד הנוכחי
5	אתגרים ומטרות
5	השוואת מתחרים מלאה: מוצרית, עסקית, נוכחות דיגיטלית
15	סקירת ספרות כולל נתונים כמותיים על השוק
30	הצגת מחקרי שוק ומסקנות
10	מודלים שיווקיים מעודכנים כולל מסקנות יישומיות
20	אסטרטגיה שיווקית הנובעת ממסקנות ותובנות עד כה
5	עיצוב וארגון המצגת כולל אזכורים וביבליוגרפיה
	התאמה למסגרת הזמן: מצגת קצרה מדי 1, מתאימה 2, או ארוכה מדי 3
	מידת יישום הערות מסמינר קודם. 1-לא יושמו כלל. 2- יושמו באופן חלקי. 3- יושמו במלואן.

שם הסטודנט	נוכחות	ציון	אפקטיביות ההצגה

טופס הערכת סמינר 4

משקל %	נושא
5	תיאור החברה, המוצר או השירות, הצורך ושוק היעד הנוכחי
5	אתגרים ומטרות
10	סקירת ספרות כולל נתונים כמותיים על השוק והשוואת מתחרים
15	הצגת מסקנות ממחקרי שוק
10	הצגת מסקנות ממודלים מרכזיים
20	המלצות אסטרטגיה שיווקית מנומקות
30	המלצות טקטיקה שיווקית כולל תקציב תקשורת שיווקית ויעדים כמותיים
5	עיצוב וארגון המצגת כולל אזכורים וביבליוגרפיה
	התאמה למסגרת הזמן: מצגת קצרה מדי 1, מתאימה 2, או ארוכה מדי 3

שם הסטודנט	נוכחות	ציון	אפקטיביות ההצגה

נספח ו': הנחיות לדו"ח ביניים

מבנה דו"ח הביניים:

היקף מומלץ לדו"ח: כ-30 עמודים.

1. דף שער

ראה בהמשך נספח זה.

2. תקציר (עד 1 עמוד) - ראה נספח י"ב

3. ביאור מושגים

רשימה של מילים שגורות בארגון שבו בוצע הפרויקט וישנו חשש שקורא "חיצוני" לא יבין על מה מדובר או שהוא עלול להבין אחרת. (דוגמא: יחידת הוראה- 3 שעות הוראה חודשיות)

4. תוכן עניינים

להציג פרקים ותתי פרקים (עדיף לפרט 2 רמות בלבד) מומלץ להכין את תוכן העניינים לפני תחילת הכתיבה של הדו"ח בכדי לתכנן את סדר הכתיבה וחלוקת החומר לפרקים ותתי פרקים רלוונטיים רשימת טבלאות ותרשימים רשימת סימונים וקיצורים

5. מבוא

תיאור קצר של הארגון שבו בוצעה העבודה
התחום בו נעשתה העבודה
המניעים של הארגון לביצוע העבודה
הכלים והמתודולוגיות - השיטה
הבעיות ומטרות הפרויקט

(כל הסעיפים המוזכרים במבוא צריכים להיכתב בקצרה. המבוא יהיה כ-1-2 עמודים)

6. תיאור המצב הקיים – כולל תיאור מפורט יותר של הארגון, השוק וסקירת ספרות – מחולק לתתי

הפרקים הרלוונטיים לכל פרויקט

סקירת הספרות (ראה נספח ט"ו).

סקירת הספרות היא חלק חשוב בפרויקט, אבל לא תהיה פרק נפרד בדו"ח, אלא מחולקת בין פרקי הדו"ח, במקומות המתאימים לאזכור המקורות. יש לתאר את הרקע המקצועי, את הענף, לתאר מגמות הקיימות היום בתחום הנחקר, בעיות דומות שעוזרות להבין את הבעיה הנחקרת ועוד חומר רלוונטי לפרויקט הספציפי הנדון. הכנסת חומרים כלליים שאינם ישירות ובאופן ברור מאד לפרויקט, כמו פרקי לימוד וחומר לימודי כללי, יגרמו להורדת נקודות בציון העבודה.

בפסקאות של סקירת הספרות שבפרקי הדו"ח יש לתאר למשל, את חשיבות הכלים שבהם משתמשים בפרויקט. כמו כן פסקאות אלה גם משמשות להעביר את הקורא ממצב של "העולם הגדול" לבעיה הספציפית הנחקרת (שיטת המשפך, כמו מעבר מקנה מידה גדול לקנה מידה קטן). בנוסף, יש לרשום מקורות המידע ומקורות הנתונים והקביעות בכל מקום דרוש בטקסט. (ראה גם נספח ט"ו).

7. השיטה

פרק זה יכלול בדוח הביניים את ניתוח המודלים השונים (כולל מסקנות יישומיות) ואת תיאור מערך המחקר שיתקיים בהמשך, בסמסטר ב. תיאור מערך המחקר יכלול את השאלות המרכזיות למחקר, סוג המחקר, כמות הנבדקים וכד'. במידה ונעשה מחקר שוק כלשהוא כבר בשלב זה, יש לשלבו בפרק זה.

8. סיכום

9. ביבליוגרפיה

על דוח הפרויקט להסתיים ברשימה ביבליוגרפית, בהתאם לכללים שנלמדו בקורס כתיבה אקדמית. הביבליוגרפיה תכלול לפחות 10 מקורות, לא כולם ספרי לימוד או אינטרנט, רובם באנגלית ולפחות שני מאמרים אקדמיים.

10. רשימת נספחים

עריכה באופן כללי, להמעיט בצבע, בתמונות ובעיטורים בלתי חיוניים. אפשר תמונה בשער, אך לא על פני כל העמוד כרקע לטקסט-דבר המקשה על הקריאה.

ניקוי טעויות כתיב ותחביר בסיסיות, הגדרת כל מושג מקצועי וראשי תיבות.

מקצועיות - משפטים קצרים, רצף לוגי, כל משפט ברור על מה מסתמך (ספרות, היקש, דעה, ממצא וכו'), תוכן כל פסקה רלוונטי לכותרות הפסקה והפרק.

ניסוחים - הימנעות מסיפור אישי, תחושות סובייקטיביות, מליצות וביטויים מעורפלים

קישור - לכל טבלה, תרשים, מקור או נספח יש הפניה והתייחסות בגוף העבודה.

בהירות - לכל פרק משפט פותח המסביר מה הוא מכיל תוך קשירה לפרקים הקודמים.

ספרור - ספרור הפרקים אפשרי אך לא הכרחי, בתוך הפרק רצוי לא יותר משתי רמות ספרור.

עימוד – אחידות בעימוד, אותיות בגודל 12 לטקסט, גודל 14 לראשי פרקים, כתב Arial שורה וחצי רווח בין שורות, שוליים 25 מ"מ מכל הכיוונים ואחידים לכל אורך הדוח, ספרור העמודים בתחתית העמוד, באמצע. הזחה או רווח של שורה בין פסקאות. יש להימנע משורות רווח מיותרות. יש להתחיל דף חדש רק בתחילת פרק (לא לפרק משנה) ולא אחרי כל פסקה.

דף שער, דו"ח ביניים

המכללה האקדמית ספיר

המחלקה לשיווק טכנולוגי

דו"ח התקדמות פרויקט גמר, סמסטר א' – דוח ביניים

כותר הפרויקט

פרויקט מספר XX-202X

ארגון:.....
תחום:.....
ענף:.....
מילות מפתח ומודלים:.....

מגישים: משפחה, פרטי. מחלקה.
משפחה, פרטי. מחלקה

מנחה אקדמי: משפחה פרטי
מנחה מקצועי: משפחה פרטי

ינואר 2022
שבט – תשפ"ב

(ציורים וצילומים לא יהוו רקע לטקסט כתוב, כי זה מקשה לעתים על פענוח הטקסט. יש למקם למטה, למשל)

תמונה או שרטוט או גרף

נספח ז': טופס הערכת דו"ח ביניים

משקל %	נושא
10	תקציר : מתאר בעמוד אחד את תחום הפרויקט, המצב הקיים, האתגרים והמטרות, השיטה, תוצאות ומסקנות עד כה. האם כולל נתונים כמותיים? האם אפשר להבין מהתקציר על מה הדו"ח גם בלי לקרוא את הדו"ח?
10	אתגרים ומטרות, תיאור החברה, המוצר או השירות, הצורך ושוק היעד הנוכחי
20	מצב קיים : ניתוח פעילויות שיווקיות קיימות ונכסים דיגיטליים, שוק יעד נוכחי ונתונים כמותיים
20	סקירת ספרות. מקיפה את הרקע העיוני והמעשי וכוללת התייחסות מעמיקה לשווקים, קהלי מטר, מתחרים ועוד. בסקירה יהיו מינימום 10 מקורות, לפחות שניים באנגלית ולפחות שני מאמרים אקדמיים
10	השיטה : פירוט של המודלים כולל הפניות למקורות אקדמיים, מערך מחקר מפורט
20	ניתוחי מודלים ומסקנות יישומיות
10	מבנה וצורת הדו"ח : כתוב לפי כללי הכתיבה האקדמית. ערוך היטב, כמותי, ברור, פרקיו על פי ההנחיות, ללא שגיאות כתיב ותחביר, מקורות בגוף הטקסט וביבליוגרפיה לפי הכללים.
	הערות נוספות של הבודק.

נספח ח': הפוסטר

פוסטר מוצלח להצגת הפרויקט - איך עושים זאת בפועל ?

- הפוסטר ייבנה כשקף בודד של Power Point (ראו בלימוד פורמט שקף ודוגמאות משנים קודמות)). ניתן לבנות את הפוסטר גם בתוכנת CANVA ולהעלות ללימוד כקובץ PP.
- פיתחו מצגת חדשה, בסרגל הכלים תחת "קובץ", בחרו ב"הגדרת עמוד", סמנו בכיוון השקופית "לאורך".
- ב"גודל השקופית", בחרו ב"התאמה אישית" והגדירו גודל באינצ'ים: רוחב 31.5, אורך 39.4. או בס"מ: רוחב 80, אורך 100.

עיצוב הרקע :

- אפשרות א – בסרגל הכלים, תחת "עיצוב", בחרו "עיצוב שקופית", בצד שמאל של התוכנה יפתח חלון שיאפשר לכם לבחור מתוך מאגר תבניות מוכנות. שימו לב! המגוון דל והתבניות מוכרות ומשעממות. אפשר לחפש באינטרנט תבניות מיוחדות ומקוריות.
- אפשרות ב – בסרגל הכלים, תחת "עיצוב", בחרו "רקע", כך תוכלו לבחור צבעים ואפקטים וליצור רקע ייחודי לכם.

"בועיות טקסט" :

- בסרגל הכלים, תחת "הוספה", בחרו "תיבת טקסט". גשו עם העכבר על גבי הפוסטר ועל ידי לחיצה על מקש שמאלי "ציירו" ריבוע דמיוני. הדבר יפתח לכם תיבת טקסט ובה אתם יכולים להתחיל לכתוב.
- לחיצה על מקש שמאלי בעכבר כאשר הסמן על גבי תיבת הטקסט תאפשר לכם לערוך ולעצב את תיבת הטקסט (גבולות, צבעים, גופן וכדומה).

איך תתכננו פוסטר מוצלח להצגת הפרויקט ?

חשוב לזכור: על הפוסטר להיות מעניין, מושך את העין, קריא, תמציתי ובעיקר מעביר בפשטות את הרעיון של הפרויקט. ניתן להגדירו כתקציר חזותי של הפרויקט.

כותרת ופרטים חיוניים

- ארגנו את הפוסטר שלכם על פי הפורמט הבא :
- כותרת הפרויקט ומתחתיה שמות המציגים, שם המנחה, שם המחלקה ושנה אקדמית - ימצאו במרכז העליון של הפוסטר.

- בפינה שמאלית עליונה - סמל מכללת ספיר ומעליו ברקע צהוב מספר הפרויקט.
- רקע, מצב קיים, אתגרים ומטרות ייכתבו בפינה השמאלית העליונה.
- מסקנות, תוצאות, המלצות הפרויקט ייכתבו בפינה הימנית התחתונה.



תבנית פוסטר
אנגלית. pptx

תוכן – מבנה לוגי בהיר ומדויק

- מידע כמותי
- עדיף להשתמש בגרפים, טבלאות, תמונות ושאר אמצעים חזותיים להמחשה, על פני שימוש בטקסט

עיצוב ומראה

- השתדלו להרבות באמצעי המחשה ויזואליים ולא להעמיס בטקסט.
- גודל גופן – לדבוק בשני גדלי גופנים, מספיק גדולים שיוכלו לקרוא ממרחק מטר.
- גודל פונט מינימלי - 36

הצגת הפוסטר

- התאמנו להסביר את הפרויקט שלכם, בהסתמך על הפוסטר, ב 2 עד 4 דקות. מה עשיתם ? למה ? איך עשיתם ? מה יצא ?

נספח ט': טופס הערכת פוסטר

משקל %	נושא
10	כותרות ופרטים חיוניים – כותרת, שמות, תאריך, לוגו, וכדומה.
30	זרימה הגיונית וברורה של תהליך העבודה בפרויקט
30	עיצוב ומראה כללי: נח לקריאה, אחיד, יש שימוש בכלים ויזואליים, לא עמוס מדי
30	תוכן הפוסטר: אתגרים ומטרות, נתונים מספריים, תוצאות, מסקנות והמלצות

נספח י': הנחיות לכתיבת דו"ח מסכם

מבנה הדוח:

שער – ראה בהמשך נספח זה.

הבעת תודה (אופציונלי)

רשימת האנשים שהכותב מודה על עזרתם. הבעת התודה צריכה להיות מאופקת וקצרה.

תקציר – עמוד אחד. ראה פירוט בנספח י"ד.

תוכן עניינים – רצוי שתי רמות בלבד (פרקים ופרקי משנה), מספרי עמודים (תוכן אוטומטי חוסך זמן וטעויות).

מומלץ לעשות תוכן עניינים קישורי (לחיצה על השורה מקפיצה למקום המתאים במסמך).

רשימת טבלאות ותרשימים - ספרור לכל סוג אובייקט + כותרת + מספר עמוד.

רשימת סימונים וקיצורים (מילון מושגים) - ביאור מושגים ספציפיים לעבודה (כמו ראשי תיבות או מושגים מקצועיים), וכן רשימה של מילים שגורות בארגון שבו בוצע הפרויקט, רק אם הן מופיעות בדו"ח וקיים חשש שקורא "חיצוני" לא יבין, למרות שהוא מומחה לתעו"נ/שיווק באופן כללי. בנוסף, לפרש כל קיצור בסוגריים במקום הראשון בו מופיע בטקסט. בתקציר ובכל העבודה, מניחים שהקורא מומחה ולא מסבירים מושגי יסוד בתעו"נ.

פרקי העבודה:

1. מבוא:

בדומה לדוח הביניים. במידה ונעשו שינויים, יש לעדכן את הפרק.

2. תיאור המצב הקיים:

כולל תיאור מפורט יותר של הארגון, השוק וסקירת ספרות – מחולק לתתי הפרקים הרלוונטיים לכל פרויקט סקירת הספרות (ראה נספח ט"ו). במידה ויש שינויים מדוח הביניים, יש לעדכן את הפרק

3. השיטה:

תיאור מחקר השוק ותוצאותיו

ניתוח המודלים השונים (מעודכנים גם לפי תוצאות המחקר), כולל מסקנות יישומיות

4. המלצות:

מתייחסות לאסטרטגיה המוצעת, יעדי הכנסות (במידה וניתן לקבוע), תמהיל שיווק, תקציב תקשורת שיווקית ותוכנית טקטית מפורטת

5. סיכום

6. רשימה ביבליוגרפית

7. נספחים - ניתוחים מפורטים, סיכומי פגישות, טפסים, שאלונים, תמלול ראיונות, נתונים סטטיסטיים, רגולציה וכו'.

עריכה:

באופן כללי, להמעיט בצבע, בתמונות ובעיטורים בלתי חיוניים. אפשר תמונה בשער, אך לא על פני כל העמוד כרקע לטקסט-דבר המקשה על הקריאה.

ניקוי טעויות כתיב ותחביר בסיסיות, הגדרת כל מושג מקצועי וראשי תיבות.

מקצועיות - משפטים קצרים, רצף לוגי, כל משפט ברור על מה מסתמך (ספרות, היקש, דעה, ממצא וכו'), תוכן כל פסקה רלוונטי לכותרות הפסקה והפרק.

ניסוחים - הימנעות מסיפור אישי, תחושות סובייקטיביות, מליצות וביטויים מעורפלים, תירוצים והסבר של קשיים וניסיונות שנכשלו (אלא אם הם חשובים להבנת העבודה).

קישור - לכל טבלה, תרשים, מקור או נספח יש הפניה והתייחסות בגוף העבודה.

בהירות - לכל פרק משפט פותח המסביר מה הוא מכיל תוך קשירה לפרקים הקודמים.

ספרור - ספרור הפרקים אפשרי אך לא הכרחי, בתוך הפרק רצוי לא יותר משתי רמות ספרור.

עימוד – אחידות בעימוד, אותיות בגודל 12 לטקסט, גודל 14 לראשי פרקים, כתב Arial שורה וחצי רווח בין שורות, שוליים 25 מ"מ מכל הכיוונים ואחידים לכל אורך הדוח, ספרור העמודים בתחתית העמוד, באמצע. יש להימנע משורות רווח מיותרות. יש להתחיל דף חדש רק בתחילת פרק (לא לפרק משנה) ולא אחרי כל פסקה. כריכה בהדבקה ולא בסלילים (שמנפחים את נפח החוברת). מקצועיות - משפטים קצרים, רצף לוגי, כל משפט ברור על מה מסתמך (ספרות, היקש, דעה, ממצא וכו'), תוכן כל פסקה רלוונטי לכותרות הפסקה והפרק. ניסוחים - הימנעות מסיפור אישי, תחושות סובייקטיביות, מליצות וביטויים מעורפלים, תירוצים והסבר של קשיים וניסיונות שנכשלו (אלא אם הם חשובים להבנת העבודה).

קישור - לכל טבלה, תרשים, מקור או נספח יש הפניה והתייחסות בגוף העבודה.

בהירות - לכל פרק משפט פותח המסביר מה הוא מכיל תוך קשירה לפרקים הקודמים.

ספרור - ספרור הפרקים אפשרי אך לא הכרחי, בתוך הפרק רצוי לא יותר משתי רמות ספרור.

דף שער חיצוני, דו"ח מסכם

המכללה האקדמית ספיר

המחלקה המחלקה לשיווק טכנולוגי

דו"ח מסכם לפרויקט גמר

כותר הפרויקט

פרויקט מספר XX-202X

.....: ארגון:
.....: תחום:
.....: ענף:
.....: מילות מפתח ומודלים:

מגישים: משפחה, פרטי. מחלקה.
משפחה, פרטי. מחלקה.

מנחה אקדמי: משפחה פרטי
מנחה מקצועי: משפחה פרטי

יוני 2022
סיוון – תשפ"ב

(ציורים וצילומים לא יהוו רקע לטקסט כתוב, כי זה מקשה לעתים על פענוח הטקסט. יש למקם למטה, למשל)

תמונה או שרטוט או גרף

נספח י"ב: טופס הערכת דו"ח מסכם

משקל %	נושא
10	תקציר : מתאר בעמוד אחד את תחום הפרויקט, המצב הקיים, האתגרים והמטרות, השיטה, תוצאות ומסקנות. האם כולל נתונים כמותיים? האם אפשר להבין מהתקציר על מה הדו"ח גם בלי לקרוא את הדו"ח?
5	אתגרים ומטרות, תיאור החברה, המוצר או השירות, הצורך
5	מצב קיים : ניתוח פעילויות שיווקיות קיימות ונכסים דיגיטליים, שוק יעד נוכחי ונתונים כמותיים
15	סקירת ספרות. מקיפה את הרקע העיוני והמעשי וכוללת התייחסות מעמיקה לשווקים, קהלי מטרות, מתחרים ועוד. בסקירה יהיו מינימום 10 מקורות, לפחות שניים באנגלית ומאמר אקדמי אחד
5	השיטה : פירוט של המודלים כולל הפניות למקורות אקדמיים, מערך מחקר מפורט
15	תוצאות מחקרי שוק ומסקנות יישומיות כולל נספחים מפורטים של כל מחקרי השוק
15	ניתוחי מודלים מעודכנים ומסקנות יישומיות
20	המלצות לאסטרטגיה וטקטיקה שיווקית כולל תקציב תקשורת שיווקית ויעדים כמותיים
10	מבנה וצורת הדו"ח : כתוב לפי כללי הכתיבה האקדמית. ערוך היטב, כמותי, ברור, פרקיו על פי ההנחיות, ללא שגיאות כתיב ותחביר, הפניה לנספחים, מקורות בגוף הטקסט וביבליוגרפיה לפי הכללים.
	הערות נוספות של הבודק.

נספח י"ג – דגשים המחלקה לשיווק טכנולוגי

תיאור כלל תהליך הפרויקט:

שלב 1 – תיאור המצב הקיים - איסוף מידע מהארגון: • הבנה מעמיקה של הטכנולוגיה • מידע עיסקי של הארגון – מכירות, ארגוני, פעילויות שיווקיות ותוצאות, נוכחות אינטרנטית, רווחיות וכד' • מידע חיצוני שיש לארגון – מתחרים, חלופות, קהלי יעד וכד'	שלב 2 – סקירת ספרות – איסוף מידע גלוי: • קריאת וסיכום מאמרים, סקירות ענפיות, מיפוי מתחרים וכד' (לפחות אחד אקדמאי מעמיק) • ניתוח המידע ע"י מודלים שונים (לפחות אחד חדשני וייחודי)	שלב 3 – מחקר עצמאי – השלמת מידע: • איכותני – ראיונות עומק, קבוצות מיקוד • כמותי – סקר, תצפיות וכד' • איתור נבדקים • ניסוח כלי המחקר	שלב 4 – ניסוח מסקנות והמלצות: • שימוש במודלים מתקדמים • ניסוח אסטרטגיה שיווקית • הכנת תוכנית שיווקית
--	---	--	--

סמינר 1

1. תיאור הארגון
2. תיאור המוצר או השירות: הטכנולוגיה, לאיזו בעיה (כאב) נותן מענה
3. אתגרים ומטרות
4. תיאור השיטה: תרשים זרימה בדגש על מודלים ומחקרי שוק
5. שיווק כיום: שוק וקהל יעד כיום, נכסים שיווקיים און-ליין ואוף-ליין, פעילויות שיווק
6. סקירה ראשונית של מתחרים: בשלב ראשון תציגו בטבלה עם קריטריונים מרכזיים להשוואה
7. ניתוח שוק: נתונים כמותיים.
8. << קבוצות עם שוק יעד מוגדר יתחילו לבצע ניתוח של אותו שוק
9. << קבוצות שצריכות לבחור שוק יעד יאספו מידע על השווקים, ויבחנו קריטריונים לבחירה
- טבלת לוח זמנים לפרויקט
- ביבליוגרפיה - כל נתון שאתם מציגים חייב להיות מגובה ברפרנס מהיכן לקחתם אותו

בכל שקף שמופיע בו מידע מאתר, מאמר או כל מקור אחר, יופיע למטה לינק למקור

שאלות מנחות – מצב קיים

- מי האנשים בחברה, מה הם הכישורים שלהם?
- מה היכולות של החברה?
- האם התבצעו פעולות שיווק עד כה? אם לא - למה? אם כן יש לפרט כולל תוצאות
- ניתוח של עוצמת הנוכחות הדיגיטלית, לדוגמא מיקום אורגני במילות מפתח עיקריות
- תמהיל מוצרים - האם יש מוצרים נוספים? האם פונים לאותו קהל?
- מה הצורך או הכאב להם נותן מענה?
- מה המוצר או השירות?
- מה המוצר או השירות עושים? מה התועלת?
- מה המודל העסקי? מחירים?
- מי המשתמשים? מי הקונים?
- לאיזה משפחת מוצרים משתייך המוצר?

סמינר 2

1. תיאור הארגון
 2. תיאור המוצר או השירות : הטכנולוגיה, לאיזו בעיה (כאב) נותן מענה
 3. אתגרים ומטרות
 4. תיאור השיטה : תרשים זרימה בדגש על מודלים ומחקרי שוק
 5. שיווק כיום : שוק וקהל יעד כיום, נכסים שיווקיים און-ליין ואוף-ליין, פעילויות שיווק
 6. ניתוח מתחרים מעמיק : לעדכן את הטבלה (משתנים של מוצר/שרות, עיסקים ונוכחות דיגיטלית), יש להוסיף מפה תפיסתית (perceptual map)
 7. סקירה ספרותית כוללת נתונים כמותיים על השוק וניתוח מאמר אקדמי מרכזי הרלוונטי לפרויקט
 8. ניתוח שוק : נתונים כמותיים
 - קבוצות עם שוק יעד מוגדר יתחילו לבצע ניתוח של אותו שוק
 - קבוצות שצריכות לבחור שוק יעד יאספו מידע על השווקים, ויבחנו קריטריונים לבחירה
 9. ניתוח מודלים שיווקיים כולל מסקנות יישומיות
 10. טבלת לוח זמנים לפרויקט
 11. ביבליוגרפיה - כל נתון שאתם מציגים חייב להיות מגובה ברפרנס מהיכן לקחתם אותו
- בנוסף, בסמינר 2 כדאי לבצע ראיון עומק אחד עם גורם מומחה, למשל מנהל שיווק שמכיר את שוק היעד שלכם.

שאלות מנחות - ניתוח ופילוח השוק

- גיאוגרפית השוק : היכן פועל העסק כיום, היכן רוצים בעתיד
- פילוח השוק : מה הצורך של קהלי היעד? מי הלקוחות אליהם פונים? מי הלקוחות אליהם רוצים לפנות? האם יש לקוחות ומשתמשים?
- מגמות בשוק
- אומדן גודל פלח השוק בדולרים וצפי לגידול

הניתוח צריך להיות אנליטי ומבוסס על נתונים, גרפים ומידע מבוסס

סמינר 3

1. תיאור הארגון
2. תיאור המוצר או השירות : הטכנולוגיה, לאיזו בעיה (כאב) נותן מענה, סיכוני סייבר
3. אתגרים ומטרות
4. שיווק כיום : שוק וקהל יעד כיום, נכסים שיווקיים און-ליין ואוף-ליין, פעילויות שיווק
5. מתחרים
6. סקירה ספרותית כוללת נתונים כמותיים על השוק (המאמר האקדמי כחלק מהסקירה ולא בנפרד)
7. הצגת מחקרי שוק ומסקנות
8. מודלים שיווקיים מעודכנים כולל מסקנות יישומיות
9. אסטרטגיה שיווקית הנובעת ממסקנות ותובנות עד כה
10. טבלת לוח זמנים לפרויקט
11. ביבליוגרפיה - כל נתון שאתם מציגים חייב להיות מגובה ברפרנס מהיכן לקחתם אותו

סמינר 4

1. תיאור הארגון
2. תיאור המוצר או השירות : הטכנולוגיה, לאיזו בעיה (כאב) נותן מענה, סיכוני סייבר
3. אתגרים ומטרות
4. שיווק כיום : שוק וקהל יעד כיום, נכסים שיווקיים און-ליין ואוף-ליין, פעילויות שיווק
5. מתחרים
6. סקירה ספרותית כוללת נתונים כמותיים על השוק

7. הצגת מסקנות ממחקרי שוק
8. הצגת מסקנות ממודלים שיווקיים מעודכנים כולל מסקנות יישומיות
9. המלצות אסטרטגיה שיווקית הנובעת ממסקנות ותובנות עד כה
10. המלצות טקטיקה שיווקית כולל תקציב תקשורת שיווקית ויעדים כמותיים
11. ביבליוגרפיה - כל נתון שאתם מציגים חייב להיות מגובה ברפרנס מהיכן לקחתם אותו

דגשים לפוסטר

- הפוסטר ייבנה כשקף בודד של Power Point, באנגלית, לפי פורמט קבוע באתר הקורס
- ניתן לבנות גם בתוכנית CANVA ולשמור כקובץ PP לצורך העלאה ללימוד
- להסברים והערות טכניות – ראו נספח ח'
- הפוסטר הוא **תקציר חזותי של הפרויקט**
- כדאי לתכנן את הפוסטר על דף לפני שמתחילים לעצב
- להציג זרימה הגיונית וברורה של תהליך העבודה
- תוכן הפוסטר: אתגרים ומטרות, נתונים מספריים, תוצאות, מסקנות והמלצות
- להשתמש באמצעים חזותיים להמחשה: גרפים, טבלאות, תמונות (רק דברים מהותיים)
- למספר את חלקי הפוסטר – זה עוזר לכוון את העין הצופה
- גודל גופן מינימלי 36
- הצגת הפוסטר – להתאמן על פיץ קצר (עד 4 דקות)

דגשים לדוח ביניים ודוח מסכם

- לאורך כל הדרך מרכזים הכל בוורד כהכנה לדו"ח ביניים ודו"ח מסכם
- מבחינת תוכן, דוח ביניים יכול את כל התוכן של סמינר 1 ו-2 ודוח סופי את הכל
- הדוחות יוגשו בעברית
- יש להקפיד על כל כללי הכתיבה האקדמית
- יש לקרוא בעיון את נספח ז' בנוהל פרויקט
- סקירת המאמר שהצגתם בסמינר 2 תיכנס כחלק מסקירת הספרות ולא בפרק נפרד
- לקרוא את הדוח מהתחלה עד הסוף לפחות פעם אחת לפני שמגישים, לבצע הגהה, לבדוק שגיאות כתיב, ניסוחים...

דגשים לתקציר

- אורך התקציר - עד עמוד
- יש לקרוא בעיון את נספח ו' בנוהל פרויקט
- יש לעיין במצגת תקציר באתר הקורס
- התקציר הסופי יחולק ל-5 פסקאות: (1) מבוא, (2) מצב קיים, (3) מהלך העבודה, (4) תוצאות ומסקנות, (5) סיכום

טיפים להצגה בסמינרים

1. להתאמן: תציגו אחד מול השני, שכל אחד יציג הכל כדי שתוכלו גם ללמוד מהשני איך להציג את החלק שלכם (ואיך לא...)
2. תוודאו שאתם מבינים, לא לומדים בעל פה - כך יהיה לכם קל יותר להרצות
3. לא להקריא, לא לעמוד עם הפנים למצגת. זה הפרויקט שלכם, אתם יודעים על מה אתם מדברים
4. כל הזמן קשר עין עם הקהל
5. תנסו להכין דף עם כמה נקודות חשובות, הערות... מה שנחוץ לכם. בפונט גדול וברור ובקצרה – כמו שלא קוראים מהמצגת, כך גם לא קוראים מהדף
6. למרות שצפוף ליד הלוח... תנסו קצת לזוז, לא לעמוד קפואים במקום
7. אל תדברו מהר מדי, תנשמו, חמצן עושה פלאים למוח
8. אל תדאגו אם המצגת לא מושלמת – אף אחד לא מושלם
9. תנסו ליהנות...

כללי

- בקורסים בשנה ג שבהם יהיה רלוונטי לקשר אותם לפרויקט הגמר, תוכלו לבצע את העבודה היישומית בקורס על נושא פרויקט הגמר ולשלב את תוצרי העבודה בתוצרי הפרויקט.
- במהלך הפרויקט יקיימו המנחים לכלל הסטודנטים סדנאות העשרה בנושאים שונים ובהתאם להתקדמות הפרויקט.
- בלימוד יש דוגמאות רבות של דוחות ומצגות של פרויקטים מצטיינים משנים קודמות – השתמשו בהם כ benchmark לעבודתכם.

כלים ומאגרי מידע

<https://www.crunchbase.com>
<https://www.similarweb.com>
<https://trends.google.com/trends/?geo=US>
<https://www.hofstede-insights.com/>
<https://www.owler.com/about>
<https://www.usnews.com/news/best-countries>
<https://www.technomic.com/>
<http://gs.statcounter.com>
<https://www.oecd.org>
<https://scholar.google.com/>
<https://www.americaninfographic.com/>
<https://finance.yahoo.com/>
<https://www.iriworldwide.com>

זו רשימה מצומצמת. יש עוד כלים רבים בהתאם לסוג המוצר והתעשייה.

מונחים באנגלית

The Organization – General Background

The product and the need

Challenges and goals

The method: current market, market survey, literature review, what type of models to be used, research setup (qualitative, quantitative, in depth interview)

Marketing Efforts and assets

Exiting competitiros

Target market

Cuurent targeted market

Cyber

Competitiors analysis

product diferentiation

product positioning

Potential market

Market size

Market survey analysis and conclusions

Marketing models analysis included practical

Recommended marketing strategy accociated up-to-date insights

Marketing tactics includes marketing budget and quantitative goals

נכתב ע"י רויטל בן עמי

נספח י"ד: התקציר (אפרת ליברמן)

עקרונות ייחודיים לכתיבת תקציר:

- תפקידו לסקור במהירות את תכולת הדו"ח ולהציג את המשתנים והסוגיות הנידונות בו וכן להדגיש את חשיבותה של העבודה ואת מסקנותיה הסופיות.
 - התקציר פונה בעיקר לקוראים המכירים את שדה המחקר ואינו מתיימר לאפשר הבנה לקורא שאינו מצוי בתחום הדעת האמור. יחד עם זאת יש לקחת בחשבון את הצורך להבהיר מושגים מרכזיים ולכתוב משפטים ברורים ובהירים גם לקורא שאינו בקיא עד הסוף ברזי המקצוע הנלמד ("הדיוט/אינטליגנט").
 - את התקציר יש לכתוב "ממעוף הציפור" כלומר בצורה כללית ומסכמת ובלי להיכנס לפרטי פרטים, שיופיעו בגוף העבודה. לצד זאת- יש חשיבות רבה בהבאת נתונים ספציפיים וכמותיים, המשמעותיים וחשובים לעבודה עצמה. על התקציר להתמקד בעובדות ובמצאים ולהימנע מהערכות כלליות חסרות ביסוס ונימוק.
- מבחינה טכנית:** התקציר מוגבל לעמוד אחד. בתוך התקציר לא יהיו כותרות משנה, מקורות ספרות, גרפים ושרטוטים. התקציר יכתב בפונט 12.

מבנה התקציר:

להלן הצעה לכתיבת תקציר. מרבית התקצירים במקצועות בהם אנו עוסקים יכתבו בהתאם למבנה הזה, אולם ראוי להדגיש כי בנושאים שונים המבנה יהיה שונה מעט (למשל, ייתכן שיהיו מסקנות ללא המלצות או ייתכן שהעבודה מציעה הצעה חדשה ומקורית מבלי שתתייחס לבעיות קיימות).

פיסקה ראשונה: פסקת מבוא- מטרת העבודה + מהלך העבודה + התחום המקצועי בו מדובר (יזמות, שיווק, ייעול הייצור וכו'). + הענף/ המפעל/ הארגון בו עוסקים (מי/ איפה/ מדוע).

פיסקה שנייה: תיאור המצב הקיים- הבעיות או הפגמים הדורשים פיתרון (מה).

פיסקה שלישית: תיאור מהלך העבודה- פסקה זו תתאר הלכה למעשה את שהתבצע על ידי כותב הפרויקט. בפסקה זו יש מקום לאזכור כל המודלים, השיטות, התיאוריות וכו' שבהם עסקה העבודה (כמה/ איך/ למה נבחרו דווקא שיטות אלה).

פיסקה רביעית: תוצאות+ מסקנות (המלצות) – בפסקה זו יש לציין את עיקר התוצאות אותן הראה המחקר. ישנה חשיבות עליונה לציון נתונים כמותיים וממצאים מדויקים. כמו כן יש לשים לב לפירוט המסקנות אותם מסיק הכותב מהתוצאות שהציג. במידה ויש, ניתן לכתוב המלצות בפסקה זו או בפסקת הסיכום.

פיסקה חמישית: פסקת סיכום- חזרה על עיקרי העיקרים. בפסקה זו אין להוסיף אינפורמציה חדשה שלא נכתבה בתקציר מלבד, כאמור, המלצות וחשיבה בנוגע ל"עתיד" (מחקר המשך, בעיות שיכולות לצוץ בהמשך וכו').

הערה: התקציר, כמו גם הדו"ח, יכול להיכתב בנוסח פעיל (...בדקנו את הנושא...ערכנו תצפיות...) והן בנוסח סביל (...הנושא נבדק...נעשו תצפיות...).

נספח ט"ו: דוגמא לערעור על הערכת בודק לדו"ח

יש לציין בטופס הערעור רק את הסעיפים בטופס הבדיקה שהם נושא הערעור. לכל סעיף כנ"ל יש לרשום את מספרי העמודים בדו"ח שתומכים בערעור. ערעור לא מפורט לא ייבדק! אין צורך להוסיף הסברים נוספים.

התייחס רק לסעיפים בטופס הבדיקה עליהם אתה מערער.		
הסעיף בטופס הבדיקה	הערת הבודק עליה אתה מערער.	רשום בכל סעיף בו יש ערעור, את התייחסותך ואת מספרי העמודים בדו"ח עליהם מסתמך הערעור שלך.
תקציר	לא מספיק כמותי.	בפסקה 3, עמוד x צוינה הבעיה – מחסור של 67% כ"א וירידת תפוקה של 40%. בפסקה 4, עמוד y, צוינה המטרה ייעול התהליך ב-10%, הגדלת התפוקה ב-12% ושיפור הרווחיות ב-25%.
	מה זמן התקן ?	זמן התקן אינו נושא הפרויקט. בתקציר יש לרשום את עיקרי הנתונים והתוצאות ולכן נרשמה הבעיה הנוצרת מאי היכולת לעמוד בזמני התקן עקב המחסור בעובדים במצב הקיים.
	לא צוין החיסכון הממוצע	יש התייחסות לנושא בפסקה האחרונה בעמוד z בה נאמר "הגדלת הרווח ב-30% (הגדלה של 2000 ₪ ליחידה)".
	יש לפרט שב-lean מבטלים	הנושא צוין בפסקה , 4 בעמוד r.
הגדרת המצב הקיים, הבעיה ומטרות הפרויקט	למה צריך עובד ל-2 דונם ?	התקן נקבע ע"י משרד החקלאות לאחר התחשבות בהחלטות ממשלה וביצוע תחשיבים. הנושא צוין בעמוד t ובעמוד s.
	מה גרם לעליה בעלויות הייצור?	הסיבות לעליה בעלויות הייצור אינן נושא הפרויקט. יחד עם זאת עקב השפעתו על הרווחיות צוינו הסיבות בעמוד q.
סקירת ספרות		
השיטה		
דוח מסכם		
ערך הפרויקט		

נספח ט"ו: הערות בנושא סקירת הספרות (אפרת ליברמן)

מטרות הסקירה

למקם את נושא הפרויקט בתחום המקצועי המתאים ולהציג את הרקע. ברקע הכוונה היא:
 א. הן לרקע העסקי-תעשייתי-ארגוני שבו מתרחשת העלילה, והן
 ב. לרקע התיאורטי הנחוץ כדי לתקוף את הבעיות.
 בנוסף, הסקירה באה לנמק למה בחרנו ללכת בכיוון פתרון מסוים ולמה אנו בוחרים להשתמש
 בשיטות אוכלים מסוימים לעומת אחרים.
 בדו"ח המסכם **ובדו"ח הביניים** לא יוקדש פרק נפרד לסקירת הספרות. ממצאי הסקירה יחולקו בין
 פרקי הדו"ח ובכל מקום רלוונטי (כלומר מקום שדורש ביסוס והוכחה).

שיטת המשפך

סקירת הספרות כשמה כן היא - התייחסות לספרים, מאמרים וכדומה, לא דעות אישיות ולא תיאור
 העבודה בפרויקט.
 באופן כללי, בכל מקום שמאזכרים מקורות ספרותיים, רצוי לאזכר את המקורות בהתאם לשיטת
 "המשפך" קרי, מהתיאורטי למעשי או מהכללי לפרטי. רצוי להתחיל במבט מגבוה הכולל שטח נרחב
 (כמו במפה בקנה מידה גדול) ובהדרגה לעשות zoom-in, כלומר להתקרב כדי לתת יותר פרטים על
 חלקים נבחרים מהתמונה הגדולה, אותם חלקים בהם נעסוק בפרויקט עצמו (מפה בקנה מידה קטן).

אין כלל קשיח האם מטפלים קודם ברקע א' או קודם ברקע ב' ואפשר גם ששני הדברים יהיו
 משולבים. העיקר הוא שהתיאור "יזרום" ויסביר לקורא באיזה תחום נמצא הפרויקט ומה עשו אחרים
 בתחום זה, באלו תיאוריות, שיטות, או כלים השתמשו אחרים וכנגד אלו בעיות. אפשר לצטט בקיצור
 תוצאות כמותיות ממחקרים רלוונטיים (אפשר גם תרשים או תיאור גרפי אם הוא מוסבר היטב)
 שמופיעים בטקסטים המצוטטים, בתנאי שהם רלוונטיים לעניין שלנו, לנקודה אותה מבקשים לבסס.
 אזכור המקורות, או הסקירה, יופיע כאמור לאורך כל הפרויקט. הרקע התיאורטי יופיע לרוב בחלק
 המבוא. תיאור השיטות, התיאוריות, והכלים בהם נשתמש בפרויקט יופיע בחלק השיטה. כמובן שבכל
 פעם שמזכירים מקור יש לתת את פרטיו כפי שלמדנו (שם מחבר, שנה). יתר פרטי המקור יופיעו
 ברשימה בסוף הדו"ח או המצגת. מקורות ספרות המוזכרים במצגת יש להזכיר כהערת שוליים
 בתחתית השקף ולא בתוך הטקסט.

הקשר בין הפרויקט ובין המקור המצוטט

מה אין לעשות.

סקירת הספרות איננה מערך שיעור בתחום המקצועי הנדון. בדרך כלל, אין לצטט או לתמצת קטעים מתוך ספרים/מאמרים ואין להסביר מושגי יסוד בסיסיים. במצגת ניתן לצטט משפט אם הוא מאד רלוונטי לנאמר והציטוט חוסך הסבר ארוך וגם אז רצוי להצניע אותו בהערת שוליים ולא בתוך רצף המצגת.

אם בכל זאת חושבים שנחוץ לצטט הגדרות חשובות, או להביא קטעים מפורטים כגון פיתוח מתמטי של נוסחאות בהם משתמשים, או דוגמאות לשיטות חישוב, או מודלים, או אוספי נתונים וגרפים מאד רלוונטיים וחשובים להבנה – ואלה תופסים יותר ממשפטים מעטים, אפשר לצרף אותם כנספחים לדו"ח, תוך איזכור המקור, אך אין להם מקום בסקירת הספרות שבדו"ח ועוד פחות במצגת, התמציתית יותר. כך לא נשבר רצף ההסבר שלנו. אם משתמשים במונח שהוא ספציפי לפרויקט ולכן אולי לא ידוע לכל הקוראים, אפשר להסבירו בהערת שוליים קצרה בטקסט שבתוך הדו"ח. יש לזכור לכתוב הפניות כפי שנלמד. שימוש במקור ללא אזכור נאות נחשב לטעות חמורה בעולם המקצועי ומשול לנטילת קניין ללא רשות בעלים.

התוצאה הרצויה

א. אזכור המקורות, כלומר הסקירה, מבקשים לוודא שקראנו את מה שעשוי לעזור בפתרון הבעיות שבפרויקט, תוך שימוש במה שאחרים למדו/עשו בעבר. המטרה היא לנמק למה החלטנו להשתמש בתיאוריה/שיטה/כלי/מודל מסוימים ולא באחרים. אם יש לנו רעיון חדשני שטרם נוסה בעבר, יש לציין שלא מצאנו אזכור של פתרון כזה בספרות ובמה הוא שונה מהמתואר בספרות. ב. הסקירה באה גם להפגין את בקיאותנו בחומר ולהוכיח שאנו יודעים על מה אנו מסתמכים.

היקף סקירת הספרות

יש להשתמש לכל אורך הפרויקט לפחות בעשרה מקורות ספרותיים, רובם באנגלית ולפחות שני מאמרים אקדמיים.

נספח ט"ז: ניהול פרויקט מסווג

מסמך זה מגדיר את ניהול העבודה בפרויקט אותו הארגון (המפעל/מוסד) שעל נתוניו מתבצע הפרויקט, רוצה לסווג כחסי מסיבות מסחריות או אחרות. **מקרה זה מחייב הסכמת הארגון בכתב, לביצוע הפרויקט וכן הסכמת המכללה מראש ובכתב.** הנוהל נועד להגן הן על הסטודנט והן על הארגון בו מתבצע הפרויקט ולמנוע מצב בו יתעורר קושי בשלבים מתקדמים של הפרויקט, עקב הסתייגות אפשרית של הארגון, שלא הובאה בחשבון מבעוד מועד.

1. פרויקט הגמר מסווג

- יש שתי אפשרויות נוחות לביצוע פרויקט גמר מסווג, לפי בחירת הארגון:
- 1.1. שימוש בנתוני דמה (למשל ע"י הכפלת כל הנתונים בפקטור קבוע).
 - 1.2. שימוש בשמות קוד למפעל, לתהליך, למוצרים וכו', לפי בחירת המפעל. למשל, במקום "מכירת/ייצור מנעולים", "מכירת/ייצור מוצר א".

2. לוח הפרויקט

במהלך הפרויקט ובסיומו על הסטודנטים המבצעים לבצע ולהגיש את המטלות, לרבות סמינרים והדוח הסופי, בלוח הזמנים הרגיל.

3. למעט השינויים שפורטו לעיל, יחולו על הפרויקט כל הכללים ב"נוהל פרויקט גמר".

נספח י"ז: נוהל מצטיינים

מטרת בחירת הפרויקטים המצטיינים היא לעודד תחרות בריאה בין הסטודנטים ולתגמל בהערכה פומבית ובפרס את הפרויקטים הראויים ביותר.

השלבים בתהליך בחירת מועמדים להצטיינות בפרויקט גמר (מניין השבועות בלוח הזמנים מתחיל סמסטר ב'):

שלב 1. שבוע 8 - המלצות מנחי פרויקטים על מועמדים להצטיינות עם הנמקות (מקשר יוכל להמליץ אף הוא).

שלב 2. שבוע 9 - הגשת מצגות ותקצירים ב" לימוד " על ידי הסטודנטים.

שלב 3. שבוע 11 - סיום דירוג המצגות והתקצירים על ידי מקשר המחלקה על גבי טופס הערכה. יבחרו

לפחות 4 פרויקטים שיעברו לשלב הבא

שלב 4. שבוע 11 - הגשת טיוטת דוח מסכם ב" לימוד " על ידי הסטודנטים.

שלב 5. שבוע 13 - סיום בדיקת טיוטת דוח מסכם על ידי מקשר המחלקה.

שלב 6. שבוע 14 - הודעה על הפרויקטים במצטיינים.

- כל הקבצים של ההגשות וההערכות יועלו ל" לימוד "