

## תומר מכין לישיבת ועד מנהל דצמבר 2018

לנוחיותכם, מצרף תוכן עניינים.

1. זימון לוועד המנהל, איליה סמגלוי (מזכיר ועד מנהל): עמ' 2
2. תפקידי הדירקטוריון: עמ' 3-6
3. תומר מקדים לדיון על פקטור ומשקיף לדיר אסא, מאת אמיר דנ"כ (יו"ר אס"ט): עמ' 7.
4. דוח נתונים של פקטור, מאת אמיר דנ"כ (יו"ר אס"ט): עמ' 8.
5. מסמך מסביר על תקן חדש למשרד פרסום (מוביל קמפינים), מאת אסף הרשקוביץ ורוני זאיצב: עמ' 9-10.

מומלץ לעיין במסמך זה לפני הישיבה שכן הוא מכיל פרטים רבים אשר לא על כולם נוכל לעבור בישיבה.

בברכה,

איליה סמגלוי

מזכיר הועד המנהל

ועדת ביקורת אס"ט  
מנהלי המשרדים  
מועצת הנציגים

[www.asat.org.il](http://www.asat.org.il)

לכבוד  
ועד מנהל אס"ט  
נשיאות אס"ט

**הנדון : זימון ישיבת ועד מנהל דצמבר(ינואר) 2018**

הנכם מוזמנים לישיבת הועד המנהל של אס"ט שתיערך ביום ג', 1.1.2019, התכנסות בשעה 19:15 בחדר אס"ט, בית הסטודנט, קומה 2. תחילת לוי"ז ב: 19:30.

**לוח זמנים:**

(שימו לב כי יתכנו שינויים)

- 19:15-19:30 : התכנסות וכיבוד.
- 19:30-20:00 : עדכוני נשיאות, נשיאות.
- 20:00-20:20 : ההתאחדות כגוף יציג, ועדת כספים.
- 20:20-20:30 : התנהלות בבחירות הארציות, נשיאות.
- 20:30-20:50 : פקטור – ניתוח המצב הקיים, אמיר דני"כ.
- 20:50-21:00 : הפסקה.
- 21:00-21:10 : אישור תקציב אס"א.
- 21:10-21:20 : מינוי משקיף לדירקטוריון אס"א, אמיר דני"כ.
- 21:20-21:35 : מינוי נציג סטודנט לדירקטוריון אס"א.
- 21:35-21:45 : מינוי נציג סטודנט לוועדת תקנון.
- 21:45-22:00 : אישור תקן חדש למשרד פרסום, אסף הרשקוביץ.
- 22:00-22:10 : מינוי יו"ר לדירקטוריון אס"א.
- 22:10-22:15 : אישור תקן נציג מסלול אלונים, אמיר גולדהמר.

בברכה,

איליה סמגלוי

מזכיר הועד המנהל

העתק:

ועדת ביקורת אס"ט  
מנהלי המשרדים  
מועצת הנציגים

[www.asat.org.il](http://www.asat.org.il)

צ"ר 9 8-001-508 5 קרית הטכניון, חיפה 32000 ישראל, בית הסטודנט ע"ש זילוני טל. 04-8328787, 04-8292433, פקס 04-8234148  
TECHNION CITY, HAIFA, ISRAEL, ZIELONY BUILDING, TEL. 04-8328787, 04-8292433, FAX 04-8234148  
58-001-5089, تخنيون, حيفا 32000, إسرائيل, بيت هستودنت على إسم زيلوني, رقم الهاتف 04-8328787, 04-8292433, فاكس 04-8234148

# תפקידי הדירקטוריון

## רקע

על פי חוק החברות, תשנ"ט-1999 האורגנים העומדים בראשה של כל חברה הם: בעלי-מניותיה, הדירקטוריון והמנכ"ל שלה. הרעיון העסקי העומד בבסיס תורת האורגנים בדיני החברות הוא שבאמצעות החברה נפגשים בד"כ בעלי הממון (בעלי-המניות) עם בעלי היכולת והניסיון (הדירקטוריון והנהלת החברה) ומתאגדים יחד על-מנת להניב שיתוף פעולה עסקי יעיל ורווחי.

במסגרת זו קיים מדרג היררכי בחברה, בראשו עומדת האסיפה הכללית של בעלי-המניות, תחתיה ניצב הדירקטוריון ותחתיו ניצב המנכ"ל. הדירקטוריון הוא הגוף המוסמך לפקח על המנכ"ל, להתוות את מדיניות החברה ולנהל את ענייניה ברמת המאקרו. המנכ"ל, לעומת זאת, ממונה על ניהולה השוטף של החברה, בהתאם למדיניות שהתווה הדירקטוריון.

## סמכויות הדירקטוריון ואחריותו

באופן כללי חלוקת הסמכויות בין האורגנים השונים של החברה קבועה בחוק החברות ובתקנון הספציפי של החברה. חוק החברות קובע כי הדירקטוריון מחזיק בסמכות שיוטית. הווה אומר שכל סמכות שלא הוקנתה במפורש בתקנון, לאורגן אחר (האסיפה הכללית או המנכ"ל מוקנית לדירקטוריון).

בנוסף לכך חוק החברות מונה שורה ארוכה של עניינים המצויים תחת סמכותו של הדירקטוריון, במסגרת תפקידו להתוות את מדיניות החברה ולפקח על פעילות המנכ"ל.

בין אלו ניתן למנות את הסמכויות הבאות:

- קביעת תכניות הפעולה של החברה.
- עקרונות למימון וסדרי העדיפויות ביניהן.
- בדיקת מצבה הכספי של החברה וקביעת מסגרת האשראי בה תפעל.
- קביעת המבנה הארגוני של החברה ומדיניות השכר בה.
- מינוי ופיטורי המנכ"ל.

- החלטה על הנפקת אגרות חוב או הקצאת מניות עד לגובה ההון הרשום של החברה.
- החלטה על חלוקת דיבידנדים.
- הכרעה בפעולות ובעסקאות הטעונות אישור מיוחד, כגון עסקאות בעלי ענין.
- כמו-כן, הדירקטוריון אחראי לערוך את הדוחות הכספיים של החברה ולדווח לאסיפה השנתית של בעלי-המניות על מצבה ועל תוצאותיה העסקיות של החברה לתקופת הדו"ח.
- חוק החברות קובע כי הסמכויות המנויות בו **אינן** ניתנות להאצלה מטה למנכ"ל.

כמו-כן, הדירקטוריון אחראי לערוך את הדוחות הכספיים של החברה ולדווח לאסיפה השנתית של בעלי-המניות על מצבה ועל תוצאותיה העסקיות של החברה לתקופת הדו"ח.

חוק החברות קובע כי הסמכויות המנויות בו **אינן** ניתנות להאצלה מטה למנכ"ל.

יחד עם זאת, יש לציין כי בעלי-המניות רשאים להפקיע- מעלה- את סמכויות הדירקטוריון בעניינים ולפרק זמן שהוגדרו, ככל שיידרש בנסיבות העניין.

כמו-כן, במידה ונבצר מדירקטוריון החברה למלא את תפקידו (למשל, מאחר וישנו שוויון כוחות- Dead-Lock בין הצדדים להחלטה מסוימת המונע מהדירקטוריון להגיע לכדי החלטה) והדבר חיוני לניהולה התקין של החברה, מוסמכת האסיפה הכללית להפקיע את סמכויותיו כפי שיידרש גם **בהעדר** הוראה מפורשת בתקנון.

חברי הדירקטוריון נושאים, אפוא, באחריות רבה לפעילות החברה ועל-כן חוק החברות מטיל עליהם חובת זהירות וחובת אמונים כלפי החברה בפעילותם. חובת זהירות משמעה שעל כל אחד מהדירקטורים לפעול כפי שהיה נוהג "דירקטור סביר" והחברה רשאית לתבוע בנזיקין דירקטור שהתרשל בתפקידו.

חובת אמונים משמעה שכל דירקטור חייב לפעול בתום-לב לטובת החברה ולקדם את ענייניה גם כשהדבר עומד בניגוד לעניינו האישי. על פי חוק החברות, החברה רשאית לתבוע דירקטור שהפר את חובת האמונים כלפי החברה. פעילותו של דירקטור במצב של ניגוד עניינים בין עניינו האישי ובין עניינה

של החברה, עיסוקו בפעילות שיש בה משום תחרות עם עסקי החברה וניצול הזדמנויות עסקיות של החברה אשר הגיעו לידיעתו במסגרת תפקידו, הן כולן דוגמאות למקרים של הפרת חובת האמונים.

## סדרי פעולתו של הדירקטוריון

חוק החברות מפרט את סדרי פעולתו של הדירקטוריון. אם לא נקבע אחרת בתקנון, האסיפה הכללית מוסמכת לקבוע את מספר הדירקטורים, למנותם ולפטורם. בחברה פרטית ניתן למנות דירקטור אחד בלבד ובחברה ציבורית [1] משמעות הביטוי "חברה ציבורית" במאמר זה הינו לרבות חברה שהנפיקה אג"ח ("תאגיד מדווח"). חובה למנות לפחות דירקטור אחד ושני דירקטורים חיצוניים. דירקטורים חיצוניים בחברה ציבורית הינם דירקטורים בעלי-מומחיות פיננסית, אשר להבדיל מיתר חברי הדירקטוריון אינם קשורים לבעלי-המניות "הגדולים" בחברה ומתפקידם לשמור על עניינם של בעלי המניות הקטנים מהציבור הרחב ולוודא את פעילותו התקינה של הדירקטוריון. במסגרת זו מוקמת לחברה ועדת ביקורת [2] המורכבת מכל הדירקטורים החיצוניים של החברה ולפחות שלושה דירקטורים שה"כ וכל זאת בחובה שרוב הדירקטורים "בלתי תלויים" בבעלי המניות בחברה. וחוק החברות קובע כי עניינים מסוימים, כגון עסקאות בין החברה ובין בעל-השליטה בה, הטעונים את אישורה.

**ניתן למנות כל אדם וכן כל תאגיד כדירקטור ובלבד שלא ימונה קטין, פסול דין, פושט רגל, או תאגיד שהחליט על פירוקו מרצון או שניתן לגביו צו פירוק. בחברה ציבורית אין למנות דירקטור שאין לו "הכישורים הדרושים והיכולת להקדיש את הזמן הראוי לשם ביצוע תפקידו, בשם לב לצרכיה המיוחדים של החברה וגודלה". כמו-כן, חוק החברות מחיל איסורים שונים על מינוי כדירקטור בחברה ציבורית של אדם שהורשע בפלילים, בעיקר בעבירות של מרמה והפרת אמונים.**

כמו-כן, חוק החברות מחיל איסורים שונים על מינוי כדירקטור בחברה ציבורית של אדם שהורשע בפלילים, בעיקר בעבירות של מרמה והפרת אמונים.

כמו-כן, יש לציין כי בחברה ציבורית חל איסור למנות את יו"ר הדירקטוריון או קרובו כמנכ"ל החברה [3] וכן חל איסור למנות את יו"ר הדירקטוריון עצמו אף בכל משרה אחרת בשורות החברה ו/או להקנות לו סמכויות המוקנות למנכ"ל או לכפופים אליו אלא לתקופה של עד שלוש שנים ובאישור באסיפה הכללית של לפחות שני שלישי מבין בעלי-המניות שאין להם עניין אישי במינוי ואינם בעלי-שליטה בחברה. [4] או לחילופין, כאשר סך קולות המתנגדים למינוי באסיפה הכללית נמוך מ-2% מכלל זכויות ההצבעה בחברה.

הדירקטוריון פועל בדרך של התכנסות וקבלת החלטות בישיבות, בהתאם לצרכיה של החברה, לפחות אחת לשנה בחברה פרטית ולפחות אחת לרבעון בחברה ציבורית. כמו-כן, הדירקטוריון יכול לקבל החלטות בכתב, בחתימת יו"ר הדירקטוריון, אף ללא התכנסות. מנין הנוכחות ע"פ חוק החברות[5] מניין ההשתתפות החוקי, בהחלטה בכתב. לקבלת ההחלטות בדירקטוריון הינו ברוב חבריו, ההחלטות יתקבלו ברוב קולות וליו"ר הדירקטוריון ניתן קול מכריע בשוויון, וכל זאת אלא אם נקבע אחרת בתקנון.

הדירקטוריון מהווה, אפוא, גורם מפתח בניהולה ופעילותה של כל חברה. מינוי כדירקטור אינו מהווה "תפקיד של כבוד" בלבד והוא נושא עמו סמכויות רחבות מאוד ולצדן אחריות רבה. חוק החברות מסדיר את ענייניו וסדרי פעולתו של הדירקטוריון והכרות מעמיקה עם הוראותיו חשובה מאוד לכל הנוגעים בדבר.

2 לאוקטובר 2012

---

[1] משמעות הביטוי "חברה ציבורית" במסמך זה הינה לרבות חברה שהנפיקה אג"ח בלבד ("תאגיד מדווח").

[2] המורכבת מכל הדירקטורים החיצוניים של החברה ולפחות שלושה דירקטורים שה"כ וכל זאת בחובה שרוב הדירקטורים "בלתי-תלויים" בבעלי-המניות בחברה.

[3] וכן חל איסור למנות את יו"ר הדירקטוריון עצמו אף בכל משרה אחרת בשורות החברה ו/או להקנות לו סמכויות המוקנות למנכ"ל או לכפופים אליו.

[4] או לחילופין, כאשר סך קולות המתנגדים למינוי באסיפה הכללית נמוך מ-2% מכלל זכויות ההצבעה החברה.

[5] מניין ההשתתפות החוקי, בהחלטה בכתב.

## פקטור

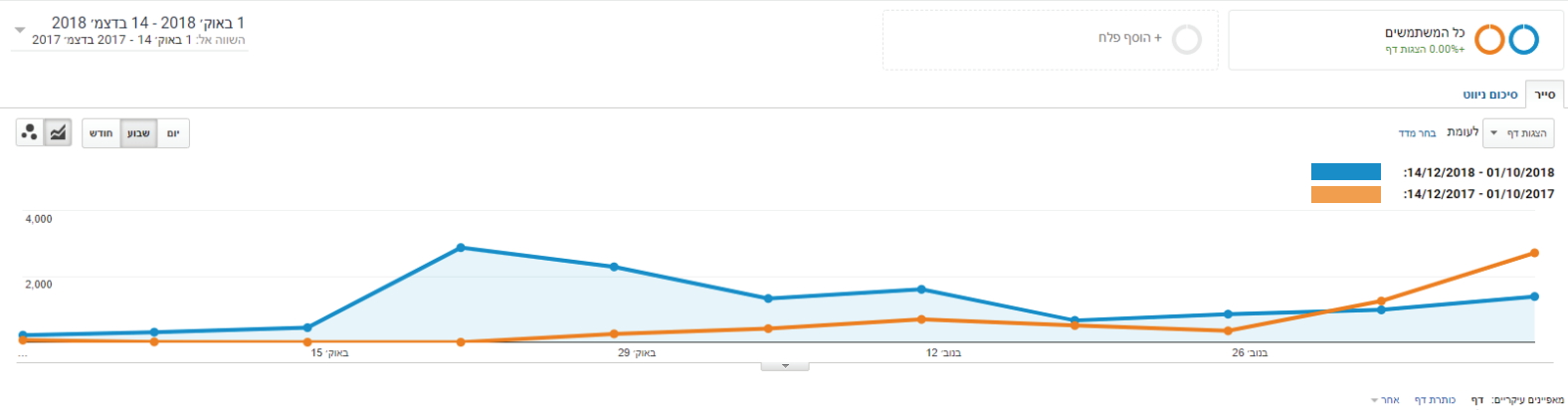
פקטור הוא העיתון הסטודנטיאלי של אס"ט מזה שנים רבות. בעבר העיתון היה עיתון גורם משמעותי בקמפוס, וגם הכניס כסף מפרסומים שהופיעו בו. לאורך השנים העניין בפקטור ירד. במקביל לירידה בעניין מצד הסטודנטים, העיתון פוקח פחות ופחות מצד האגודה.

בחצי השנה האחרונה בחנו את פקטור מקרוב, וניסינו ליצר מגוון גדול של שינויים שיובילו לפריחת העיתון. ברצוני להציג בפני ועד מנהל את השינויים הללו בכדי לקבל החלטה על המשך הדרך של פקטור.

## משקיף באס"א טכניון

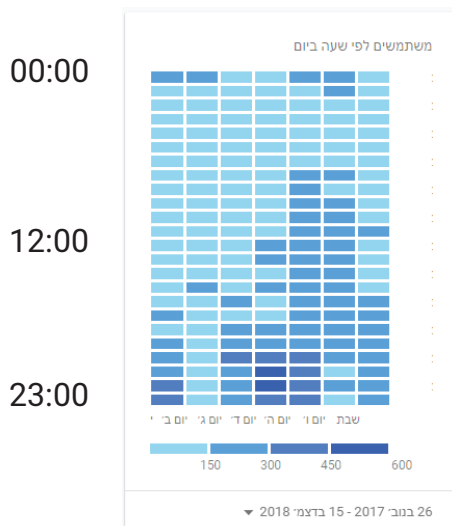
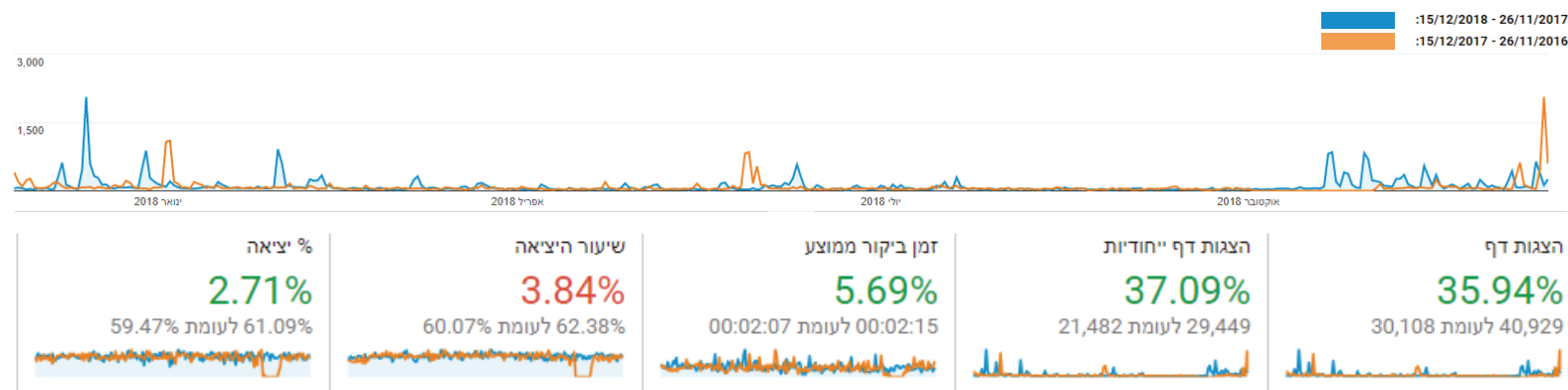
בהמשך לישיבה הקודמת, מר יואב פיילר, מנהל מרכז הספורט (בריכה + חדר כושר) יבוא להציג את מועמדותו.

## פעילות מתחילת סמסטר השוואה לאותם התאריכים בשנה שעברה - פעילות מערכת חדשה



ערוך דף	% יציאה	שיעור היציאה	כניסות	זמן ביקור ממוצע	הצגות דף ייחודיות	הצגות דף
0.00% ש 0.00 לעומת ש 0.00	7.77% 58.26% לעומת 62.79%	7.17% 57.96% לעומת 62.12%	123.04% 3,642 לעומת 8,123	16.32% 00:02:22 לעומת 00:01:59	122.22% 4,239 לעומת 9,420	106.96% 6,251 לעומת 12,937

## תחילת פעילות מערכת החדשה - עד היום השוואה לאותם התאריכים בשנה שעברה - פעילות מערכת קודמת





## מוביל קמפיינים במשרד פרסום (50 שעות)

**\*\*נכתב במשותף על ידי רוני זייצב- מנהל משרד פרסום, ואסף הרשקוביץ- יו"ר תארים מתקדמים, מוזמנים לנחש מי כתב מה\*\***

### רקע - או: מה הבעיה?

כיום דרך העבודה במשרד פרסום מחייבת את מנהל משרד, פרט לעבודתו כמנהל משרד פרסום להיות מנהל הפרסום באגודה – כלומר, עליו מוטלת האחריות לארגן ולנהל את כל הקמפיינים המוזמנים מצד המשרדים השונים באגודה (8), תתי המחלקות (אס"א, מק"ק וכו') (4-6 תלוי מי סופר) והוועדים (17) - **כ-30 גופים**. מצב זה מאפשר למנהל משרד, טוב ככל שיהיה, לבחור בין שלושה נתיבים –

1. להיות מנהל משרד נהדר ולהוביל יוזמות בתוך המשרד לשם שיפור תפוקת העבודה בו ולנהל קמפיינים בצורה רעה ובמצב האופטימלי 'לעבוד על אוטומט' – קרי ביצוע קמפיינים רדודים חסרי כל חשיבה קריאטיבית או חידוש.
2. להיות מנהל פרסום נהדר ולהוביל קמפיינים יצירתיים ומשפיעים המגיעים לתודעת הסטודנטים בקמפוס בצורה עמוקה ומוצלחת אך לא להתעסק בניהול המשרד – קרי תפעול תקלות בעבודת הרכזים, הובלתם בעבודה שלהם, שיפור דרכי העבודה במשרד וחקר העבודה בו.
3. או הנתיב השלישי – להיות מנהל משרד נהדר, מנהל פרסום נהדר, ולוותר לחלוטין על שעות שינה, חיי חברה, מנוחה וכל סימן בריא לחיים.

### מה קורה במקומות אחרים? (בתחום הפרסום)

תפקיד מנהל משרד פרסום באס"ט מיושם במשרדי פרסום מסחריים על ידי מספר בעלי תפקידים אשר לכל אחד עולם תוכן מלא וגדוש:

מנהל קריאטיב: אחראי לניהול הצוות הקריאטיבי הכולל את הקופירייטרים, המעצבים והארט דירקטוריים. יוזם ונותן ההשראה לפיתוח הרעיונות היצירתיים בצוות ומוודא שהעבודות האמנותיות יבטאו את הרעיונות בכלל הקמפיינים. שולט בכל "שפות" המסר: קריאה, כתיבה והבנת הנקרא. עובד מול מחלקת התקציבאות (לקוחות) על מנת לבדוק שצרכי הלקוח ומטרותיו מסופקים אך שגם 'החזון' שלו מתממש. מאשר את הקריאטיב ומציג פרזנטציות ללקוח. בדרך כלל, מקבל הקרדיט על קמפיין מוצלח או נושא באשמת כישלונו. אחראי על כמה צוותי קריאטיב.

פלאנר: אחראי על תכנון וניהול הפרסום והמדיה ע"פ פילוחי שוק. בוחן את הרגלי צריכת המדיה של קבוצות האוכלוסייה השונות ומייצג את ההרגלים של קהל היעד: במה הם צופים, מה הם רואים ולמה מאזינים. עליו לדעת ולהכיר את ערוצי הפרסום האידיאליים ואת הדרך לשלב ביניהם, על מנת לייצר את ההשפעה המירבית. מתכנן את פריסת המדיה האופטימאלית לקנייה, כלומר, היכן לפרסם, מתי ובאיזה תקציב. מפיק "בריף מדיה" המורה למחלקת המדיה אילו שטחי פרסום לרכוש.

תקציבאי: נציגו של משרד הפרסום בעיני הלקוח ושל הלקוח במשרד הפרסום. למעשה 'מנהל לקוח'. תפקידו לפקח שדרישותיו של הלקוח יסופקו (משימה כלל לא פשוטה, הדורשת מדי יום התמודדות עם סיטואציות בלתי מתוכננות) ומול זה, עליו לוודא שהדבר נעשה בצורה הרווחית ביותר עבור המשרד. לטובת העניין, נמצא בקשר ישיר עם כלל המחלקות משלב יצירת הקמפיין, תוך תיווך בניהן לבין הלקוח. עליו להפעיל את אנשי המחלקות השונות בצורה היעילה ביותר לשני הצדדים ולשמור על לוח זמנים תקין וריאלי. מכין את ה'בריף', כאשר מדובר בבריפים פשוטים וטקטים.

כבר במשרדי פרסום בהיקפים בינוניים ניתן למצוא עוד מגוון תפקידים, ותתי תפקידים באותם תחומים מקצועיים. למשל: קופירייטר --> קופירייטר בכיר --> סמנכ"ל קריאטיב (ועוד..)

**מה קורה במקומות אחרים? (בתוך האגודה)**  
"הכי טוב ללמוד מניסיונם של אחרים" (אלמונית)

משרד תרבות בהתנהלותו הנוכחית מיישם את ההפרדה הקיימת בין מנהל/ת הלקוחות של המשרד (רכזת האירועים) שתפקידה להוביל ולתאם בין הזרועות המקצועיות של המשרד לבין הלקוחות שלו. לבין מנהל המשרד, שאחראי על בקרת התהליכים, חניכת הרכזים, בנייה ויישום של תוכניות עבודה ושאר תפקידי המנהל הקלאסיים. חשוב לציין שתפקיד רכז/ת האירועים סוכם במשפט קצר אך תומן בחובו עבודה רבה שמערכת בנוסף לפן המקצועי גם את שירות לקוחות של המשרד.

מוביל קמפיינים - הגדרת תפקיד אחראי על תיאום בין הזרועות הביצועיות של משרד פרסום למבקשי השירות באגודה, ובתוך כך: מרכז את דרישות המשרדים, הועדים, ותת המחלקות של אסט, ומוציא אותן לפועל תוך מתן מענה פרסומי מיטבי והתאמת פלטפורמת הפרסום לצורך המבוקש. אחראי על הובלת קמפיינים קטנים-בינוניים באגודה בהתאם להחלטת מנהל המשרד. בכך, הוא מקבל סמכויות מואצלות ממנהל המשרד להנחות את הרכזים.

**הערכת שעות כללית לתקן (הדבר יעבור טיוב לאור ביצועים):**

עבודה עם לקוחות (המרכיב המרכזי בתקן) - כ-30-25 שעות ובכלל זה: ריכוז דרישות מכלל תת המחלקות של האגודה.

ביצוע "בריק" - שלב מחשב - על הפרסום, המסר, ושיטת ייצוא המידע הטובה ביותר. יהיה בקשר עם מבקשי הפרסום בשלב ההכנות ותוך כדי הקמפיינים. יסייע בהטמעת תהליכי עבודה יעילים ובמקביל להעלאת השרותיות של המשרד.

עבודה עם המשרד - כ-15-10 שעות ובכלל זה: המרת דרישות הלקוחות השונים לתוכנית שוטפת לזרועות הביצוע: מדיה, אתר, דפוס וכל אמצעי אחר. יישום תהליכי זמן אמת לאור דרישה באמצעי פרסום רלוונטיים.

**לסיכום:**

לאור כלל הנתונים שהוצגו, ניתן ללמוד כי תקן זה נחוץ במשרד פרסום באגודה, יגביר את יעילות העבודה ויאפשר את התפתחות והתמקצעות המשרד במקביל לעבודה השותפת הרבה.

בברכה,  
רוני ואסף.