

0303-1884 כלים יזמיים

The Founders Toolkit

סמסטר א' שנה"ל תשפ"א

פרטי הקבוצות בקורס

קבוצה	יום בשבוע	שעה	כיתה	מרצה	דואר אלקטרוני	טלפון
סמסטר א' מח' 1	ראשון	16:00-18:45		ליהי לסקר-דנגור	lihild@tauex.tau.ac.il	0525133363

עוזר הוראה: יקבע בהמשך

שעת קבלה – בתיאום מראש

היקף הלימודים

3 ש"ס

תיאור הקורס

הקורס יקנה ידע ותרגול בכלים מעשיים המשמשים יזמים בתהליכי איפיון והקמת מיזמים למשתתפים חסרי ניסיון יזמי קודם.

הקורס ישלב פיתוח מיזמים של משתתפי הקורס תוך למידה מעשית של מתודולוגית החדשנות Design thinking. משלב התחלה של רעיון לשלב פתרון מבוסס, הכולל תוכנית עסקית ומצגת משקיעים.

כמו כן, הקורס ישלב את העולמות התוכן הבאים: אסטרטגית מוצר, תיכנון ויישום ספיראלי, כלים לבחירת והצמחת צוות, עקרונות אסטרטגיה למיזמים חדשים, התכנית עסקית – מטרות ומבנה וניתוח, יזמות ומקורות המימון ועוד.

השיעורים משלבים הרצאות, דיונים, ניתוחי אירוע, ומצגות המיועדים להעניק את התשתית הישומית ולהמחיש את האופן שבו באים לידי ביטוי השיטות והכלים המשמשים להובלת צוותים

Design thinking:

התהליך פותח במכון האסו פלטנר לעיצוב באוניברסיטת סטנפורד (ה-d.school) וכן בחברת היעוץ לחדשנות המובילה IDEO. תהליך Design thinking בשימוש ברחבי העולם במאות חברות, סטארט אפים, אינקובטורים ומוסדות אקדמיים ומשמש בהצלחה מרובה למגוון מטרות; מפיתוח מוצרים ושירותים פורצי דרך, גיבוש אסטרטגיות ארגוניות ועד לפתרון בעיות חברתיות. התהליך מורכב ממספר מתודולוגיות הכוללות מחקר איכותני, פיתוח רעיוני בצוותים ודיגום. במהלך הקורס אנו נתנסה בשילובם בפועל לצד הבנתם באופן עיוני על מיזמי המשתתפים בקורס. בקבוצות קטנות, נעבוד לקראת מתן מענה חדשני לבעיה אמיתית.

השתתפות בקורס דורשת שימוש במחשב נייד ו/או טאבלט ו/או סמארטפון המאפשר גלישה במהלך המפגשים

תפוקות למידה

עם סיום הקורס בהצלחה יוכל הסטודנט:

1. לתאר את הכלים השונים שנלמדו והמקום לעשות בהם שימוש
2. להחליט מהו הכלי הנכון ליישום בכל שלב בחיי המיזם
3. ליישם את הכלים שנלמדו בעת הקמת מיזם חדש.
4. להכיר את תהליך פיתוח החדשנות המוביל בעולם.
5. יוכלו לדחוף את הגבולות היצירתיים שלכם בתנאי חממה

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

גודל קבוצה/ הערות	תאריך	מטלה	אחוז
ציון אישי - השתתפות חובה בכל השיעורים	לאורך כל הקורס	נוכחות, השתתפות פעילה ועבודת צוות לאורך הקורס	50%
ציון קבוצתי - פרוייקט מוגש בקבוצה של עד 4 משתתפים	במפגש האחרון	פרוייקט גמר: תיק מיזם+ מצגת פיץ'	50%

* עפ"י תקנון האוניברסיטה תלמיד חייב להיות נוכח בכל השיעורים (סעיף 5).
* תלמיד, הנעדר משיעור המחייב השתתפות פעילה או שלא השתתף באורח פעיל, רשאי המורה להודיע למזכירות כי יש למחוק את שמו מרשימת המשתתפים. (התלמיד יחויב בתשלום בגין קורס זה)

פירוט המטלות בקורס

במסגרת הקורס נדרשת צפיה קשובה לשיעורים המקוונים, קריאת חומר רקע, הכנת עבודות אישיות / קבוצתיות, ובחינה מסכמת של החומר בתום הקורס. (הנחיות להכנת העבודות ימסרו בנפרד).

כל אי עמידה באי אלו ממטלות הקורס מחיבת הודעה מראש (במייל) למתרגל/ת הקורס

הערכת הקורס ע"י הסטודנטים

בסיומו של הקורס הסטודנטים ישתתפו בסקר הוראה על מנת להסיק מסקנות לטובת צרכי הסטודנטים והאוניברסיטה.

אתר הקורס

אתר הקורס יהווה המקום המרכזי בו ימסרו הודעות לסטודנטים, לפיכך מומלץ להתעדכן בו מדי שבוע, לפני השיעור, ובכלל – גם בתום הסמסטר. (לצורך תיאום ענייני הבחינה למשל).

שקפי הקורס יהיו באתר הקורס באתר. לתשומת לבכם - בכיתה ידונו גם נושאים (ובפרט דוגמאות) שאינם מופיעים בשקפים או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הינם חלק בלתי נפרד מחומר הקורס.

תכנית הקורס

*התכנית נתונה בסיס לשינויים.

קריאה	נושאי הלימוד	נושא הנלמד בשיעור	הגשות הסטודנטים	שיעור
(1,2)	פתיחה, הכרות, תאור קצר	פתיחה,	הצגת רעיונות	1

11	<p>של הקורס והתהליך. המוטיבציה להיות יזם וההשלכות שלה של המיזם והצוות.</p> <p>+ מבוא ל design thinking – הלך רוח ומהות.</p>	<p>חזון אישי / יזמי</p> <p>+ מבוא ל- Design Thinking</p>	<p>סטודנטים</p> <p>פיץ' רעיון</p>	<p>18.10.20</p>
(3)	<p>תזכורת: קנווס המודל העיסקי, קנבס ה LEAN וכד' אסטרטגיה: הגדרות. הכרות עם מודל ה PESTO וניתוח מגמות, ככלי פיתוח המיזם.</p> <p>+ מחקר שוק ומגמות – כיצד לבחון את השוק בו רוצים לפעול בצורה האפקטיבית ביותר.</p>	<p>כלים אסטרטגיים לזים</p> <p>+ מחקר שוק</p>	<p>מיפוי סביבת האתגר</p>	<p>2</p> <p>25.10.20</p>
	<p>מחקר משתמשים – עבודת אמפטיה – מה החשיבות בפיתוח מוצר מבוסס אנוש וכיצד זה בא לידי ביטוי בפיתוח מיזם.</p>	<p>D.T אמפטיה</p>	<p>תוצרי מחקר השוק</p>	<p>3</p> <p>1.11.20</p>
(4,5)	<p>בניית אסטרטגיית הכניסה לשוק בהתחשב במחסומי ה Chasm ופרופילי המשתמשים השונים.</p>	<p>Go To Market</p>	<p>תוצרי עבודת אמפטיה</p>	<p>4</p> <p>8.11.20</p>
(6)	<p>כלים לסינתזת מחקר המשתמשים וגיבוש נקודות מבט מובסס המשתמש הרלוונטי למיזם.</p>	<p>D.T סינתזה ומיקוד</p>	<p>תוצרי עבודת אמפטיה</p>	<p>5</p> <p>15.11.20</p>
(7,12)	<p>הבנת כלי התיכנון הקלאסיים (גאנט) כנגד תיכנון בתנאי וודאות עם כלים איטרטיביים / ספירלים. Facts Vs Opinions.</p> <p>+ כיצד ניתן לפתח פתרונות בצורה איכותית ומדויקת לבעיה אותה זיהינו שיש לפתור.</p>	<p>תיכנון ספירלי</p> <p>+ D.T Ideation</p>	<p>-הצגת ה-POV</p>	<p>6</p> <p>22.11.20</p>

(8)	חישוב כדאיות ראשוני (Nap Math), חישובי CVP, שיקולי תזרים ורווח. + מטרות מבנה ותהליך, דוגמאות, התבוננות תוכנית עסקית מקצה לקצה.	New Venture Finance + תכנית עסקית	הצגת פתרונות מתוך ה- ideation	7 29.11.20
	כיצד נוכל לדעת שהפתרון שפיתחנו רלוונטי למשתמשים שלנו? כלים מעשיים לדיגום ובדיקה של הפתרון עם משתמשים בשטח.		הצגת פתרונות שלב ב'	8 6.12.20
		אין מפגש	להתקדם בתהליך ככל שניתן	13.12.20 חופשת חנוכה
	איך עוברים מאיטרציה דיגום אחת לשניה ומה לחפש מהמשתמשים שלנו.	D.T דיגום ובדיקה	תוצרי עבודת דיגום ובדיקה	9 20.12.20
(*9,10)	הדרך להציג מיזם והמצגת האולטימטיבית למשקיעים. (תרגול בקבוצות).	הסביבה היזמית וסדנת פיץ'	תוצרי עבודת דיגום ובדיקה	10 27.12.20
(13)	השכבה השניה של מצגת פיץ' - מה המשמעות של בניה סיפור מסע גיבור בתוך מצגת פיץ' וכיצד עושים זאת.	Storytelling	סקיצה ראשונה של מצגת הפיץ'+ הפתרון שפותח בדיגום	11 3.1.2020
	כל צוות יציג את המצגת שלו, יקבל פידבק לקראת ההגשות הסופיות.	Dry Run	סטוריטאלינג מובנה במצגת פיץ'	12 10.1.20
	שימוש משולב בכלים בבמימוש המיזם וסיכום הקורס.	מפגש חגיגי לסיום הקורס עם מצגות הסיום	מצגות סיום- פיץ' + תיק מיזם	13 17.1.20

קריאה / צפייה חובה

1. Brown, Tim, "Tales of creativity and play", Talk on Ted 2008 - https://www.ted.com/talks/tim_brown_on_creativity_and_play?language=en
2. Resnick, Mitchel. "All I really need to know (about creative thinking) I learned (by studying how children learn) in kindergarten." *Proceedings of the 6th ACM SIGCHI conference on Creativity & cognition*. ACM, 2007.
3. Blank, Steve. "Why the lean start-up changes everything." *Harvard business review* 91.5 (2013): 63-72.
4. Osterwalder, Alexander, and Yves Pigneur. *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons, 2010.
5. Magretta, Joan. "Strategy essentials you ignore at your peril". *Harvard business review* (Dec / 2011) On line.
6. Obeng, Eddie. *All change: the project leader's secret handbook*. 1994.
7. Moore, Geoffrey A., and Regis McKenna. "Crossing the chasm." (1999).
8. Graham, Paul. Viaweb's first business plan. <http://www.paulgraham.com/vwplan.html>
9. Isenberg, Daniel. "The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship." *Presentation at the Institute of International and European Affairs* (2011).
10. https://guykawasaki.com/the_102030_rule/ ;
<https://guykawasaki.com/the-only-10-slides-you-need-in-your-pitch/>
11. Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84-92.
12. Heath, C. and Heath, D. (2007). *Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die*. Random House.
13. Sachs, J. (2012). *Winning the Story Wars: Why Those who Tell-and Live-the Best Stories Will Rule the Future*. Harvard Business Press.

קריאת רשות

- The four steps to Epiphany – Steven Blank
- The Lean Start-up – Eric Ries
- The business model canvas <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>
- Tom Kelley and David Kelley. (2013). Creative Confidence.