



תואר שני

1264-3232 – ניווט במסע הרעיון להובלת חדשנות ויזמות

Navigating the Idea Journey for Innovation and Entrepreneurship

(דרישות קדם: ללא)

(דרישות מקבילות: ללא)

סמסטר א' (מחצית שניה) – שנה"ל תשפ"ג

קבוצה	יום בשבוע	שעה	מטלת סיום	מרצה	דואר אלקטרוני	טלפון
01	א	15:45	עבודה	ד"ר מורן לזר	moranlazar@tauex.tau.ac.il	

[לפירוט לוחות הבחינות](#)

שעת קבלה – בתיאום מראש

עוזר הוראה – TBD

היקף הלימודים

היקף קורס: 1 י"ס

ECTS – 1 י"ס = 4 ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System), ערך הניקוד של הקורס במוסדות להשכלה גבוהה בעולם שהינם חלק מ"תהליך בולוניה".

תיאור הקורס

על מנת להוביל בזירה התחרותית והדינאמית של ימנו, יזמים, עובדים וחוקרים נדרשים ליצור פתרונות חדשים על מנת לפתור אתגרים טכנולוגיים, חברתיים וסביבתיים. ניצול רעיונות חדשים מסוג זה הוא מפתח ליזמות וחדשנות. בקורס זה, סטודנטים ילמדו כיצד לנווט במסע הרעיון על מנת להוביל תהליכי יזמות וחדשנות. במסע זה, רעיונות מתפתחים ממושגים ראשוניים ועמומים לקונספטים מוגדרים וברורים יותר שניתן לחלוק עם אחרים ולקדם הלאה. תוך חשיפה לשלבי מסע הרעיון השונים, סטודנטים ילמדו על זיהוי הזדמנות/אתגר, העלאת רעיונות, הערכת ובחירת רעיונות, תיקוף (ולידציה) של רעיונות, ושיתוף של הרעיונות הלאה. הקורס יכלול תיאוריות מרכזיות ומחקר הרלוונטי למסע הרעיון היצירתי, יזמות וחדשנות, ויצג תובנות מרכזיות וכלים פרקטיים לעובדים, מנהלים ויזמים.

תפוקות למידה

עם סיום הקורס בהצלחה יוכל הסטודנט:

1. להשתמש במונחים העיקריים בתחום הובלת מסע הרעיון לקידום יזמות וחדשנות
2. לתאר ולנתח תהליכי מסע הרעיון לקידום יזמות וחדשנות
3. לזהות אתגרים והזדמנויות בקידום של רעיונות חדשים
4. לתאר ולנתח קשרים בין השלבים השונים של מסע הרעיון
5. לזהות גורמים אישיים ומשימתיים המשפיעים על קידום רעיונות חדשים

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

אחוז	מטלה	תאריך	הערות
15%	השתתפות פעילה בשיעורים		אינדיבידואלי
50%	מטלות צוותיות		צוותי (3-4 סטודנטים)
20%	הצגה צוותית בכיתה		צוותי (3-4 סטודנטים)
15%	ניתוח אתגר		אינדיבידואלי

* עבור 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

- השתתפות פעילה בשיעורים (15%): נוכחות בשיעורים והשתתפות בדיונים ובתרגילי הכיתה
- מטלות צוותיות (50%): במהלך הקורס, תעבדו בצוותים של 3-4 סטודנטים על חמש מטלות. במטלות אלה, תתנסו בהובלת מסע רעיון תוך יישום חומרי הקורס על מסע רעיון בארגון / מיזם קיים לבחירתכם (יכול להיות אחד ממקומות העבודה שלכם). מטלות אלה בשילוב הפידבק שתקבלו בכיתה יהוו את הבסיס להצגה הצוותית בכיתה (המתוארת בסעיף 3 מטה). המטלות יוגשו באתר הקורס על ידי אחד מחברי הצוות.
 - מטלה 1 – האתגר (10%): זהו אתגר/הזדמנות הקשורים למוצר/שירות בארגון שבחרתם תוך שימוש בכלי ה- Fishbone שנלמד בכיתה.
 - מטלה 2 – העלאת רעיונות (10%): עבור האתגר הנבחר, העלו רעיונות חדשים תוך שימוש בכלי ה- Scamper או בטכניקת ה- Brainstorming שנלמדו בכיתה.
 - מטלה 3 – הערכת ובחירת רעיונות (10%): העריכו את הרעיונות שעלו תוך שימוש בטכניקת הערכת רעיונות וכלי ה- Value Matrix שנלמדו בכיתה.
 - מטלה 4 – תיקוף רעיונות (10%): תקפו את הרעיון הנבחר ותארו כיצד ניתן לשפר/לשכלל אותו על מנת להתאים לארגון/מיזם בצורה טובה יותר.
 - מטלה 5 – שיתוף רעיונות (10%): זהו שלושה אתגרים פוטנציאליים בשיתוף הרעיון שלכם ותארו דרכים אפשריות להתמודדות עם אתגרים אלה.
- הצגה צוותית בכיתה (20%): במשימה זו, תעבדו בצוותים של 3-4 סטודנטים על מצגת אותה תציגו בכיתה. במצגת זו, תציגו את מסע הרעיון על ידי אינטגרציה של חמש המטלות הצוותיות שהגשתם לאורך הקורס. באופן ספציפי, תתארו את הארגון/המיזם ואת השלבים השונים במסע הרעיון בהם התנסיתם לאורך הקורס: זיהוי הזדמנות/אתגר, העלאת רעיונות, הערכת ובחירת רעיונות, תיקוף של רעיונות, ושיתוף רעיונות.
- ניתוח אתגר (15%): במשימה זו, תגישו באופן אינדיבידואלי ניתוח אתגר, בו תיישמו את חומרי הקורס על אתגר אמיתי במסע רעיון. בנייתו האתגר תשתמשו בחומרי הקורס על מנת לתאר את האתגר עמו התמודד הארגון/מיזם, הגורמים לאתגר ודרכי התמודדות אפשריות. ניתוח האתגר יכלול עד 2 עמודים כתובים (פונט 12, רווח כפול) ויוגש דרך אתר הקורס. הוראות מפורטות על ניתוח האתגר יופיעו באתר הקורס. מועד הגשת ניתוח האתגר: 26.2.2023.

כל אי עמידה במי ממטלות הקורס מחייבת הודעה מראש (במייל) למרצה

מדיניות שמירה על טווח ציונים

החל משנה"ל תשס"ט מונהגת בפקולטה מדיניות שמירה על טווח ציונים בקורסי התואר השני. עקרונות השיטה חלים על כל קורסי התואר השני, ומדיניות השמירה על טווח הציונים תיושם לגבי הציון הסופי בקורס זה. מידע נוסף בנושא זה מתפרסם בהרחבה באתר הפקולטה. [לתקנוני מדיניות שמירת טווח ציונים](#)

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. מצגות הקורס יופיעו באתר הקורס במודל. לתשומת לבכם – בכיתה ידונו גם נושאים (ובפרט דוגמאות) שאינם מופיעים במצגות או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הינם חלק בלתי נפרד מחומר הקורס.

תכנית הקורס *

קריאה וחומרים נוספים	נושאים	תאריך	שיעור
<p>Perry-Smith, J. E., & Mannucci, P. V. (2017). From creativity to innovation: The social network drivers of the four phases of the idea journey. <i>Academy of Management Review</i>, 42(1), 53-79</p> <p>Christensen, C. M., Baumann, H., Ruggles, R., & Sadtler, T. M. (2006). Disruptive innovation for social change. <i>Harvard business review</i>, 84(12), 94.</p> <p>Simon Sinek (2009). How great leaders inspire action http://www.youtube.com/watch?v=15Tw0PGcyN0</p>	<p>מבוא למסע הרעיון לקידום יזמות וחדשנות</p> <ul style="list-style-type: none"> • יצירתיות, חדשנות, יזמות • סוגי חדשנות • רמות חדשנות 	11.12.22	1-2
<p>Short, J. C., Ketchen Jr, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2010). The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. <i>Journal of management</i>, 36(1), 40-65.</p> <p>Chen, Y. C., Li, P. C., & Evans, K. R. (2012). Effects of interaction and entrepreneurial orientation on organizational performance: Insights into market driven and market driving. <i>Industrial Marketing Management</i>, 41(6), 1019-1034.</p>	<p>זיהוי האתגר</p> <ul style="list-style-type: none"> • זיהוי הזדמנות ויצירת הזדמנות • הסביבה/ההקשר ליוזמות חדשות • כלי ה- Fishbone 	18.12.22	3-4

<p>Robin Hooker (2018). A makerspace for everyone https://www.ted.com/talks/robin_hooker_a_makerspace_for_everyone</p>			
<p>Amabile, T. M., & Pratt, M. G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. <i>Research in organizational behavior</i>, 36, 157-183.</p> <p>Hansen, M. T., & Birkinshaw, J. (2007). The innovation value chain. <i>Harvard business review</i>, 85(6), 121.</p> <p>Amy Tan (2008). Where does creativity hide? https://www.ted.com/talks/amy_tan_where_does_creativity_hide</p>	<p>העלאת רעיונות</p> <ul style="list-style-type: none"> • סוגי רעיונות חדשים • סוגים/טיפוסים של יוצרים • כלי ה- Scamper • וטכניקת ה- Brainstorming 	1.1.23	5-6
<p>Lazar, M., Miron-Spektor, E., Mueller, J. S. Love at first sight: An attachment perspective on early-phase idea evaluation. Working Paper.</p> <p>Mueller, J., Melwani, S., Loewenstein, J., & Deal, J. J. (2018). Reframing the decision-makers' dilemma: Towards a social context model of creative idea recognition. <i>Academy of Management Journal</i>, 61(1), 94-110.</p> <p>Anthony, S. (2012). A disciplined approach to evaluating ideas. <i>Harvard Business Review</i>, Digital Articles.</p>	<p>הערכת ובחירת רעיונות</p> <ul style="list-style-type: none"> • הטיות בהערכת רעיונות • הערכת רעיונות על ידי בעל הרעיון לעומת אחרים • טכניקת הערכת רעיונות וכלי ה- Value Matrix 	8.1.23	7-8
<p>Hampel, C. E., Tracey, P., & Weber, K. (2020). The art of the pivot: How new ventures manage identification relationships with stakeholders as they change direction. <i>Academy of Management Journal</i>, 63(2), 440-471.</p> <p>Huang, L. (2020). Constraints Don't Have to Be Constraining. <i>Harvard Business Review</i>, Digital Articles.</p> <p>Astro Teller (2016). The unexpected benefit of celebrating failure https://www.youtube.com/watch?v=2t13Rq4oc7A&ab_channel=TED</p>	<p>תיקוף רעיונות</p> <ul style="list-style-type: none"> • תרבות ליזמות וחדשנות • פיבוט והתאמות • קידום מסע הרעיון תחת אילוצים 	15.1.23	9-10
<p>Kanze, D., Huang, L., Conley, M. A., & Higgins, E. T. (2018). We ask men to win and women not to lose: Closing the gender gap in startup funding. <i>Academy of Management Journal</i>, 61(2), 586-614.</p>	<p>שיתוף רעיונות והאקוסיסטם ליזמות חדשנות</p> <ul style="list-style-type: none"> • משתף הרעיון והקהל 	22.1.23	11-12

<p>Gelfand, M. J., Nishii, L. H., & Raver, J. L. (2006). On the nature and importance of cultural tightness-looseness. <i>Journal of applied psychology</i>, 91(6), 1225.</p> <p>Dana Kanze (2017). The real reason female entrepreneurs get less funding https://www.ted.com/talks/dana_kanze_the_real_reason_female_entrepreneurs_get_less_funding</p>	<ul style="list-style-type: none"> • שיתוף רעיונות בפרספקטיבה רבת-תרבותית • שיתוף רעיונות בפרספקטיבה רבת-פונקציונלית 		
	<p>סיכום</p> <ul style="list-style-type: none"> • הדינמיות של מסע הרעיון • הזדמנויות ואתגרי מפתח <p>בניווט מסע הרעיון לקידום יזמות וחדשנות</p> <p>מצגות סטודנטים</p>	29.1.23	13-14

*התכנית הינה בסיס לשינויים.

קריאת רשות

ספרים:

Christensen, C. M. (2013). *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.

Govindarajan, V. (2016). *The three-box solution: A strategy for leading innovation*. Harvard Business Review Press.

Grant, A. (2017). *Originals: How non-conformists move the world*. Penguin.

Mueller, J. (2017). *Creative Change: Why we resist it... how we can embrace it*. HMH.