



סילבוס - תוכנית הוראה לקורס

יזמות וחדשנות

ד"ר רון ברגר | המדור לתוכניות מובנות

Creativity and Innovating |55-062

שיעור	סוג הקורס:
2	היקף נ"ז:
תשפ"ז	שנת לימודים:
ב	סמסטר:
מתוקשב	יום ושעה
לפי תיאום מראש	שעת קבלה:
ron.berger@biu.ac.il	מייל מרצה:



תיאור הקורס ותוצרי למידה

תקציר הקורס

מטרת הקורס לבצע העמקה והמשך לימוד עם אחד התחומים החשובים במנהל עסקי, העוסק ביזמות עסקית, תוך התמקדות על הסביבה העסקית, המודלים להערכה והסיכונים בגיבוש יוזמות חדשות ומסחר טכנולוגיה. בין הנושאים שיילמדו בקורס: חשיבותם של מוצרים חדשים לחברה כחלק מתהליך היזמי, סיכויים וסיכונים של חדירת מוצרים חדשים לשוק, הגורמים שמביאים יצרנים לפתח ולהחדיר מוצרים חדשים, הגדרת המושג יזמות ומשמעותיותו השונות, רמות החדשנות שבמוצר, זיהוי הזדמנויות, עיצוב המוצר ומיצובו, מבחני שוק, החדרת מוצר, מיצוב מחדש, הרחבת קו והרחבת מותג. הקורס מחולק לשלושה חלקים: (1) מדוע צריך יזמות בישראל; (2) כיצד להקים מיזם; ו (3) כיצד לשווק מיזם.

תוצרי הלמידה

- פיתוח יכולת לביצוע הערכה להזדמנות עסקית
- פיתוח מיומנות בניית תוכנת עסקית
- הבנת מקורות המימון האפשריים וכיצד להשתמש בהם
- פיתוח מיומנות בניית מצגת משקיעים
- הבנת מושגי יסוד בשלב הקמת החברה וגיוס ההון
- פיתוח יכולת להערכת מהות הקניין הרוחני והפטנטים בחברה
- פיתוח מיומנות שימוש אינטראקטיבית ב Business Model Canvas בבניית מיזם חדש

א. ידע

1. הלומדים יכירו את המודלים: SIT, חיזוי טכנולוגי, אקולוגיה ועוד

ב. מיומנויות

מיומנויות מאפשרות (בין היתר) לעשות שימוש יעיל והולם בידע, בניסיון ובערכים במגוון רחב של הקשרים כמו: ניתוח, הערכה, השוואה, פרשנות וטיעון וכו'. פעלים לדוגמה:

1. הלומדים ינתחו מוצרים ושירותים עדכניים



תוכן הקורס:

יזמות היא הכוח העיקרי המעצב את הכלכלה העולמית. הצמיחה הכלכלית והצלחה אישית נמצאת בידיהם של אנשים העוסקים ביזמות, יצירתיות, חדשנות ולקידת סיכונים. ישראל נחשבת בין המדינות המובילות בעולם בזכות תעשיית ההיי טק אשר התפתחה באופן מואץ בעשור האחרון. מאז שנות התשעים הוקמו כ-3,600 חברות יזמיות אשר קיבלו מימון מטעם קרנות הון סיכון, אך מתוכן כ-1400 חברות יזמיות נכשלו. מטרת הקורס לבצע היכרות עם אחד התחומים החשובים במנהל עסקי, העוסק ביזמות עסקית, תוך התמקדות על הטבע, הסביבה והסיכונים בגיבוש יוזמות חדשות ומסחור טכנולוגיה. המיזמים העסקיים עשויים לשמש כמנוע לצמיחה כלכלית, חברתית ואישית, והם מתבססים על יצירת ערך כלכלי, נטילת סיכונים, חדשנות ויצירתיות, בעיצוב ומימוש אסטרטגיה עסקית. במסגרת הקורס נרחיב את ההבנה לגבי מורכבותם של ארגונים יזמיים ונבין את גורמי המפתח אשר משפיעים על ניהול והתפתחות חברות יזמיות. נלמד על זיהוי הזדמנויות, קניין רוחני והערכות שוק, פיתוח המבנה הארגוני ומימון פיתוח הרעיון למוצר או השירות החדש. נעסוק בתהליך התכנון העסקי, נפתח מיומנויות הנדרשות מיזם ויזמית, ונתנסה בניתוח מעמיק של נתונים ומידע. הקורס ישלב בין הספרות האקדמית לבין היבטים יישומיים.

מס' נושא	נושא השיעור	קריאה / צפייה נדרשת
1	מהו יזמות וחדשנות <ul style="list-style-type: none"> התפתחות התחום בישראל מיהו היזם, יזמות, יצירתיות, המצאה, מיזם סוגי יזמות (מתוספת, פורצת דרך, ממירה), סוגי חדשנות (מוצר, שיווק, תהליך, ארגוני) 	Senor and Singer פרק 1
2	מודל SIT <ul style="list-style-type: none"> דרכי חשיבה יזמיים חשיבה בתוך הקופסה תבניות חיסור וחילוק 	Goldenberg and Mazursky פרק 1 & 2
3 - 4	מודל SIT המשך <ul style="list-style-type: none"> תבניות כפל, איחוד משימות, ותלות תכונה כיצד מתגברים על סתירות ביזמות מודל SCAMPER 	Goldenberg and Mazursky פרק 3 & 4
5	למה חברות נכשלות ביזמות <ul style="list-style-type: none"> חיזוי התקדמות טכנולוגיה (מודל HBR) מודל האקולוגיה ביזמות (מודל HBR) מודל הכוח החדש מול הכוח הישן (מודל HBR) חשיבות של co-optition מול Competition – Co-operation – 1 	Schneider and Hall
6	כיצד מנהיגים מעוררים מנהיגות <ul style="list-style-type: none"> מעגל הזהב (מה, איך, למה) האליים החדשים במיתוג מוצרים חדשים הבזאר הטכנולוגי (מודל HBR) 	Downes and Nunes
7	שיווק מוצרים יזמיים <ul style="list-style-type: none"> מודל רוג'רס מודל התהום CMM 	Kathleen פרק 3
8 - 9	מודל הקנבס - Business Model Canvas <ul style="list-style-type: none"> גישת AI מול BI (After Internet vs. Before Internet) הצגה ויישום מודל הקנבס יתרון הקנבס מול תוכנית עסקית 	Osterwalder and Pigneur
10	יזמות בינלאומית <ul style="list-style-type: none"> יזמות סינית יזמות הודית 	Dorf, T. and Nelson פרק 4

*ייתכנו שינויים בסילבוס בהתאם לקצב ההתקדמות ואפקטיביות הלמידה



הערכה מעצבת (מטלת ביניים)

תינתן מבחן אמצע



דרישות הקורס

ציון עובר במבחן ונוכחות



ציון סופי

- מבחן סופי. 90%
- ציון עובר – 60%
- בוחן אמצע – 10% (למדה)
- חובת מעבר מבחן סופי בכדי לקבל ציון עובר בקורס.



ראה שנתון

ביבליוגרפיה: תכנים עדכניים לעיון בקריאה, צפיה והאזנה

Adner, R. and Kapoor, R. (2016). "Right Tech, Wrong Time", *Harvard Business Review*, 94(11):60-67.

Afeyan, N. and Pisano, G.P. (2021). "What Evolution Can Teach Us About Innovation", *Harvard Business Review*, 99(5):62-72.

Barsoux, J-Louis., Wade, M., and Bouquet, C. (2022). "Identifying Unmet Needs in a Digital Age", *Harvard Business Review*, 100(4):64-72.

Dorf, T. and Nelson, R. (2018). **Technology Ventures: From Idea to Enterprise**, 5/e, Byers.

Downes, L. and Nunes, P. (2018). "Finding your company's second act", *Harvard Business Review*, February, pp.103-107.

Furr, N., Dyer, J.H., Nel, K. (2019). "When Your Moon Shots Don't Take Off", *Harvard Business Review*, 97(1):112-117.

Goldenberg, J. and Mazursky, D. (2002). **Creativity in Product Innovation**, Cambridge University Press.

Kathleen, A. (2012). **Launching new ventures: an entrepreneurial approach**, 6th edition, Houghton Mifflin, Boston

Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2010). **Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers**, Wiley India.

Schneider, J. and Hall, J. (2010). "Why Most Product Launches Fail", *Harvard Business Review*, April, pp. 21-23.

Senor, D. and Singer, S. (2009). **Start-Up Nation the story of Israel's economic miracle**, 12 Publishing, New York – Boston.