

הקבץ יזמות

18840102 כלים ושיטות ביזמות

Entrepreneurship Tools and Methods

פרטי הקבוצות בקורס

קבוצה	יום בשבוע	שעה	תאריך בחינה	כיתה	מרצה	דואר אלקטרוני
סמס' א	יום א'	16:00-18:00	אין	??	מר איתי תומר	
סמס' ב	יום א'	16:00-18:00	אין	??	מר איתי תומר	

פרטי הקבוצות בקורס

שעת קבלה – בתיאום מראש

היקף הלימודים

2 ש"ס

תנאי קדם

הקורס יסודות היזמות והניהול

תיאור הקורס

בעולם בו קצב השינויים הולך וגדל, יזמות היא אמצעי קריטי להצלחה ולקידום מיזמים חדשים וכן מיזמים תוך חברתיים. מציאות זו תקפה לא רק לרוצים להתמחות בטכנולוגיה, אלא לכל אחד ואחת המעוניינים לרכוש כלים ומיומנויות לניהול יזמות פנים ארגונית, או חברתית וכן כבסיס להקמת מיזם חדש.

מטרת הקורס הינה הקניית כלים, ידע ושיטות פרקטיות לניהול והקמה של מיזמים; בדגש על גיוסי כספים, ניהול צוות, היבטים משפטיים, לימוד שפת היזמות, רכישת כלים מקצועיים, שיווק וקידום המיזם, ניתוח עומק למיזמים ועוד.

במהלך הקורס, נבחן את האתגרים והתהליכים הקשורים בהקמה מיזם חדש. נצא משלב האתגר ומיקוד הבעיה, להנעת תהליכי צוות ומעבר לחשיבה אסטרטגית סביב היבטי שיווק, IP, מימון, גיוסי הון ועוד. נספק נקודת מבט הוליסטית על מסע היזמות באמצעות פיתוח, השקה וניהול מיזמים חדשים, תוך שילוב תיאוריה ופרקטיקה, דוגמאות, כלים פרקטיים וידע אקדמי עדכני.

הלמידה תיעשה במסגרת עבודת צוות, כאשר כל צוות יהווה צוות ייעוץ עסקי למיזמים בתחומים שונים. נעשה שימוש בכלים שילמדו בכדי להוביל את המיזם בצורה אופטימלית משלב הרעיון ועד יציאה לשוק.

על מנת להשלים את הקורס יש לקבל ציון עובר (ציון 60%) הן בבחינת הסיום והן בעבודות בקורס

תפוקות למידה

עם סיום הקורס בהצלחה יוכל הסטודנט:

1. להבין וליישם כלים ושיטות בשלבים השונים של הקמת מיזם
2. לנתח יזמות לעומק בהסתכלות רחבה ובקורתית הכוללת מגוון נושאים

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

הציון ינתן מהגשה סופית שתעשה בקבוצות ומבחן מסכם:

60% מהציון: כל קבוצה תקבל תיאור מיזם של יזם כלשהו ותנתח את המיזם לפי הכלים והשיטות שנלמדו – הקבוצה תציג מצגת סיכום עם ניתוח המיזם.

40% מהציון מבחן מסכם שבוחן את רמת הידע בנושאים שנלמדו בקורס

תנאי מעבר לקורס הוא ציון עובר גם בהגשה וגם במבחן
על מנת להשלים את הקורס יש לקבל ציון עובר (ציון 60%) הן בבחינת הסיום והן בעבודות בקורס

הקורס מכיל נושאים שילמדו כסדנה ולמידה אינטראקטיבית. בחלקים אלו נדרשת מעורבות והשתתפות פעילה של הסטודנטים/יות. נא להעריך בהתאם. נא שימו לב כי חלק מהציון הוא על השתתפות פעילה בזמן ההרצאה והנוכחות חובה

הערכת הקורס ע"י הסטודנטים

במהלך הקורס ובסיומו 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.

השתתפות בקורס הינה באמצעות מחשב נייד ו/או טאבלט ו/או סמארטפון המאפשר גלישה.

הנושאים שילמדו בקורס (*)

מספר	נושא	תאור
1	מבוא	הצגת הקורס, חלוקה לצוותים ובחירת סטרטאפים לליווי
2	שיטות וולידציה	כיצד מנסחים היפותזות? כיצד בוחנים אותן? איך מראיינים לקוחות? איך מאוששים או מפריכים היפותזה?
3	גודל השוק ופוטנציאל המיזם	TAM-SAM-SOM Bottom Up and Top Down Analysis Unit economics – CAC and LTV
4	השוק, מיצוב והתחרות	הסביבה התחרותית, בידול, Red/Blue Ocean
5	Go To Market	איך ניגשים לשוק והופכים מרעיון למוצר קיים עם לקוחות
6	התכנון התקציבי	לסטארטאפ בתחילת דרכו, הדבר הכי חשוב תזרים המזומנים. נלמד מה הוא ואיך בונים אותו.
7	מימון מיזמים	מקורות מימון וסוגי השקעה למיזמים עסקיים ולמיזמים חברתיים
	ניתוח מקרה של מיזם אמיתי	יזם/ת של סטארטאפ יספר את ה- Case Study של המיזם שלהם

*התכנית נתונה לשינויים.

קריאת חובה

שימו לב: רשימה זו אינה סופית ועשויה להשתנות

Croll, A., & Yoskovitz, B. (2013). "Lean analytics: Use data to build a better startup faster." O'Reilly Media Inc., pp. 159-194

Steven Johnson: Where good ideas come from (ideas):

http://www.ted.com/talks/steven_johnson_where_good_ideas_come_from/transcript?language=en

"Backward" Market Research, by Alan R. Andreasen, HBR 5/1985 <https://hbr.org/1985/05/backward-market-research> Free version: <https://hbr.org/1985/05/backward-market-research>

Ash Maurya, Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works, 2nd Edition, O'REILLY 2012

O'Hara, Sarah, "How to Tell a Great Story" HBR Blog Network, July 30, 2014

Smith, Paul, Lead with a Story, New York: AMACON, 2012. ISBN: 978-0-8144-2030-0

Fallon & Senn, Juicing the Orange: How to Turn Creativity into a Powerful Business Advantage, Boston, Mass.: Harvard Business School Press, 2006.

Heath, Chip and Heath, Dan: Switch: How to Change Things When Change Is Hard; New York,, Broadway Books, 201

חומרי קריאה (רשות)

Talking to Humans: Success starts with understanding your customers, September 23, 2014, by Giff Constable. For a free educational copy go to <https://www.talkingtohumans.com/download.html>

Duggan, William, Creative Strategy, New York: Columbia Business School Press, 2013.

Govindarajan, Vijay & Trimble, Chris, 10 Rules for Strategic Innovators; Boston: Harvard Business School Press, 2005.

Govindarajan, Vijay & Trimble, Chris, Reverse Innovation; Boston: Harvard Business School Press, 2012

Ries, E. (2011). "The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses." Random House LLC.

Blank, S., & Dorf, B. (2012). "The Startup Owner's Manual. "K&S; Ranch. pp. 200-204, 211 – 217