הפקולטה לניהול ע"ש קולר אוניברסיטת תל אביב

Coller School of Management Tel Aviv University

בית הספר למוסמכים במינהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי

MBA
יזמות וחברות הזנק 1231.3637.01
Entrepreneurship and Startup Companies

(דרישות קדם: אין**)**

<u>סמסטר א' מחצית ראשונה – תשפ"ב</u>

קבוצה	יום בשבוע	שעה	תאריך בחינה	מרצה	דואר אלקטרוני	טלפון
01	ה'	18:45-21:30	כמפורט בלוח הבחינות	ד"ר גיל אבנימלך	gilavn@gmail.com	03-5311904

שעת קבלה – בתיאום מראש במייל (gilavn@gmail.com)

רשימת תפוצה: listserv.tau.ac.il@1231-3637-01

היקף הלימודים

היקף הי"ס לקורס : 1

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

תיאור הקורס

בעידן הנוכחי ליזמות וחדשנות חשיבות מכרעת על חיינו. יזמות וחדשנות עשויות לשמש מנוף להתפתחות אישית, להתפתחות ושרידות ארגונים, לפיתוח אזורי ולקידום הכלכלה והמשק.

מטרת הקורס להציג בפניכם את תחום **היזמות חדשנית**. **הקורס יציג** כלים ומתודות בתחומי היזמות שפותחו ושוכללו בשנים האחרונות והפכו את תהליך היזמות לשיטתי ומובנה וע"י כך העלו את סיכוי ההצלחה של מיזמים חדשים והורידו את עלות הכישלון. במסגרת הקורס הסטודנטים יפנימו את דפוס החשיבה היזמית והחדשנית בתנאי אי-ודאות ואת עקרונות גישת ה- Lean Startup העוסקת בניהול תהליך יזמות וחדשנות יעיל ושיטתי של בחינת השערות, אימותן ותיקונן עד להגעה למודל עסקי מאומת. בקורס נכיר לעומק את גישת ה- Lean Startup ותהליך אימות השערות ואופטימיזציה של המודל העסקי, נכיר את הקונספט של מודל עסקי (BMC) וסוגים שונים של מודלים עסקיים ונלמד על עקרונות ה- GTMS ומודל ה- Customer Development.

תפוקות למידה

עם סיום הקורס בהצלחה:

1. תבינו את גישת ה Lean Startup -וכיצד מזהים ומאמתים השערות של המודל העסקי
2. תכירו את מודל ה BMC -ותדעו לעצב מודלים עסקיים לחברות הזנק ולחברות בוגרות
3. תכירו את השלבים השונים והעקרונות בחדירה לשוק (GTMS)
4. תרכשו דפוס חשיבה חדש, תכירו כלי עבודה אפקטיבים ותרכשו מיומנויות בתחומי היזמות והחדשנות

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

אחוז	מטלה	תאריך	הערות
85%	בחינה מסכמת		
15%	ממוצע בחנים שבועיים באתר מודול		

* נוכחות חובה בכל השיעורים .
* מועד הבחינה יפורסם באתר הפקולטה- לוח בחינות.
* 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

1. בחינה מסכמת 85% מהציון הסופי
2. בחנים אינטרנטיים לאחר כל שיעור – 15% מהציון הסופי

* במידה והבחנים יבוטלו ציון הבחינה יהווה 100% מהציון הסופי

כל אי עמידה במי ממטלות הקורס מחיבת 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.

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 *

שבוע	תאריך	נושאים	קריאת חובה
א1	14/10/21	הקדמה – חשיבות היזמות ועקרונות התהליך היזמי	
ב1	14/10/21	הקדמה – חדשנות: חברות הזנק מול חברות בוגרות	
א2	21/10/21	עקרונות ושלבי ה– Lean Startup	R2011
ב2	21/10/21	יישום Lean Startup	R2011
א3	28/10/21	MVPs: רקע וראיונות לקוח	R2011; SfS#49
ב3	28/10/21	MVPs: אימות צורך ופתרון	R2011
א4	04/11/21	MVPs: אופטימיזציה של המשפך השיווקי ואימות מודל עסקי	R2011; SfS#1
ב4	04/11/21	מודלים עסקיים – רקע ו- BMC	OP2010
א5	11/11/21	מודלים עסקיים אירוע נספרסו	OP2010
ב5	11/11/21	מודלים עסקיים: סוגי מודלי רווח	OP2010; G2014
א6	18/11/21	מודלים עסקיים: העמקה לרכיבים	B2007
ב6	18/11/21	עקרונות ה- Customer Development	BD2012; TM2014
א7	25/12/21	סוגי שווקים + אירוע Better Place vs. Tesla	
ב7	25/12/21	סיכום הקורס	

- **צפויים 1-2 הרצאות אורח בקורס**

קריאת חובה

1. Blank, S.G. (2007), The four steps to the epiphany. Cafepress. com., Chapter 1, pp. 1-11. (B2007)

2. Blank, S. G., & Dorf, B. (2012). The startup owner's manual: the step-by-step guide for building a great company. K&S Ranch, Incorporated. Chapter 2.1, pp. 19-30. (BD2012)

3. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. 2010, Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, and Challengers Author: Alexander Osterwalder, Yves., Chapter 1, pp.14-44. (OP2010).

4. Ries, E. (2011). The Lean Startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. Random House Digital, Inc. - Chapter 1-4, pp. 1-72. (R2011)

5. Gassmann, O., Frankenberger, K. and M. Csik (2014). The Business Model Navigator: 55 Models That Will Revolutionise Your Business. Pearson. Part 3, chapter: The 55 models at a glance. (G2014)

פודקסט האזנת חובה

פודקסט Startup for Startup – פרק 1 – מפצחים A/B testing (S4S#1)
https://open.spotify.com/episode/4hYaROW8VMPWT4pjdCz1xE?si=Vd1rXDOQSZeuoQRwhhMTUg
https://www.startupforstartup.com/cracking-a-b-testing/

פודקסט Startup for Startup – פרק 49 – ראיונות משתמשים - דאטה זה לא רק מספרים (S4S#49)
https://open.spotify.com/episode/1IYrkJYhkKi1bnykwbtAkI?si=UeCD-CruTrSHPmRmZ-rHBA
https://www.startupforstartup.com/user-interviews-data-isnt-just-numbers/

קריאת רשות

Background - The Role of Innovation and Entrepreneurship on Economic Development

Grossman, M., and E. Helpman. Innovation and growth in the global economy. MIT press, 1993.

Ideation Process

יעקב גולדברג, דוד מזורסקי וסורין סולומון (1999) למה לא חשבתי על זה קודם? אנטומיה של מוצרים מצליחים. SIT, ישראל.

Mann, D. 2001. "An introduction to TRIZ: The theory of inventive problem solving", Creativity and Innovation Management 10(2), pp. 123-125.

Goldenberg, J., & Mazursky, D. (1999). The voice of the product: Templates of new product emergence. Innovation and Creativity Management, 8(3), 157-164.

Goldenberg, J., Horowitz, R., Leveav, A., & Mazursky, D. (2003). Finding your innovation sweet spot. Harvard Business Review, March, 120-129.

Nalebuff, B. and I. Ayres, 2003. Good Ideas and How to Generate Them. Harvard Business School Press, Boston, MA.

Startup development

Brush, C.G., Greene, P.G. and M.M. Hart 2001, "From initial idea to unique advantage: the entrepreneurial challenge of constructing a resource base", Academy of Management Executive, 15(1), pp. 64–78.

Carter, N.M. Gartner, W.B. and P.D. Reynolds, 1996, "Exploring Start-Up Event Sequences", Journal of Business Venturing, 11(3), pp. 151-166.

Business Plan

דן גלאי וליאור הלל (2007) *תהליך התוכנית העסקית*. ספריית המרכז הישראלי לניהול, מטר. (או מהדורות קודמות)

Hormozi, A.M., Sutton, G.S., McMinn, R.D. and W. Lucio, 2002, "Business plan for new or small businesses: paving the path to success", Management Decision, 40(7/8), pp. 755-763.

Sahlman, W.A. 1997, "How to write a great business plan", Harvard Business Review, July-August, pp. 99-108.

Lean Startup

Eisenmann, Thomas, Eric Ries, and Sarah Dillard, 2012. "Hypothesis-Driven Entrepreneurship: The Lean Startup." Harvard Business School Entrepreneurial Management Case 812-095.

Marmer, M. and R. Berman 2011. "Startup Genome Report Extra on Premature Scaling: deep dive into why most high growth startups fail". Startup Genome Compass <http://gallery.mailchimp.com/8c534f3b5ad611c0ff8aeccd5/files/Startup_Genome_Report_Extra_Premature_Scaling_1.56.pdf>

Maurya, A. (2012). Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works. O'Reilly Media.

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

Ries, E. (2017). The Startup Way: How Modern Companies Use Entrepreneurial Management to Transform Culture and Drive Long-Term Growth. Currency, Penguin Random House.

Knapp, J. Zeratsky, J., and B. Kowitz (2016). Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days. Simon & Schuster, New York, NY 10020.

Business Models

Amit, R. and C. Zott 2012. "Creating value through business model innovation". MIT Sloan Management Review, 53(3), pp. 41-49.

Brown, T. (2008). Design thinking. Harvard business review, 86(6), 84.

Chesbrough, H. and R.S. Rosenbloom, 2002. "The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies." Industrial and corporate change 11(3), pp. 529-555.

Gassmann, O., Frankenberger, K. and M. Csik (2014). The Business Model Navigator: 55 Models That Will Revolutionise Your Business. Pearson.

Magretta, J. 2002. Why Business Models Matter?. Harvard Business Review, 80(5), pp. 86-93.

Martin, R. L. (2009). The design of business: Why design thinking is the next competitive advantage. Harvard Business Press.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. Wiley.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. Wiley.

Teece, D.J. 2010. Business Models, Business Strategy, and Innovation. Long Range Planning, 43(2-3), pp. 172-194.

Zott, C. and R. Amit, 2010., Business model design: an activity system perspective, Long Range Planning, pp. 43(2-3), 216-226.

Go To Market Strategy and Customer Development

Blank, S. G. (2007). The four steps to the epiphany: successful strategies for products that win. Cafepress.

Blank, S. G., & Dorf, B. (2012). The startup owner's manual: the step-by-step guide for building a great company. K&S Ranch, Incorporated.

Geoffrey A. Moore, 1999. Crossing the Chasm: Marketing and Selling High-tech Products to Mainstream Customers, A HarperBusiness Book, New York, NY.

Geoffrey A. Moore, 2004. Inside the Tornado: Strategies for Developing, Leveraging, and Surviving Hyper-growth Markets, A HarperBusiness Book, New York, NY.

Thiel, P. and B. Masters (2014). Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future. Broadway Business.