



בית הספר למוסמכים במינהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי

## MBA

# יזמות וחברות הזנק 1231.3637.01 – בזום Entrepreneurship and Startup Companies

(דרישות קדם: אין)

סמסטר א'1 – תשפ"א

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

שעת קבלה – בתיאום מראש במייל ([gilavn@gmail.com](mailto:gilavn@gmail.com))

רשימת תפוצה: [1231-3637-01@listserv.tau.ac.il](mailto:1231-3637-01@listserv.tau.ac.il)

### היקף הלימודים

היקף הי"ס לקורס: 1

ECTS = 4 1 י"ס – European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS), 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 ארגונים, לפיתוח אזורי ולקידום הכלכלה והמשק. ברמת הפרט יזמות וחדשנות יכולים להוות נתיב תעסוקה דומיננטי ודרך לצבירת ניסיון שיסייע בקידום לתפקידים בכירים בארגונים שונים. ברמת הארגון יזמות וחדשנות חיוניים כדי לשרוד בתחרות ולצמוח. ברמת המאקרו, יזמות, חדשנות ועסקים קטנים הם המקור החשוב ביותר ליצירת תעסוקה ולצמיחה כלכלית.

מטרת הקורס להציג בפניכם את תחום היזמות תוך דגש על **יזמות חדשנית**, ולעורר עניין להעמיק בתחום. **הקורס יציג כלים ומתודות בתחומי היזמות שפותחו ושוכללו בשנים האחרונות והפכו את תהליך היזמות לשיטתי ומובנה וע"י כך העלו את סיכויי ההצלחה של מיזמים חדשים.** במסגרת הקורס הסטודנטים יפנימו את דפוס החשיבה היזמית והחדשנית בתנאי אי-ודאות ואת עקרונות מתודת ה- Lean Startup העוסקת בניהול תהליך יזמות וחדשנות יעיל ושיטתי של בחינת השערות, אימותן ותיקונן עד להגעה למודל עסקי מאומת. נרכוש כלים מגוונים ואפקטיביים לניהול תהליך היזמות והחדשנות.

### תפוקות למידה

עם סיום הקורס בהצלחה יוכלו הסטודנטים:

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

### הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

הערות	תאריך	מטלה	אחוז
		בחינה מסכמת	80%
		בחנים שבועיים באתר מודול	20%

\* עפ"י תקנון האוניברסיטה תלמיד חייב להיות נוכח בכל השיעורים (סעיף 5).

\* 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 80% מהציון הסופי
  2. בחנים אינטרנטיים לאחר כל שיעור – 20% 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.

<https://coller.tau.ac.il/MBA-students/programs/2018-19/MBA/regulations/exams>

### 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.

<u>קריאת חובה</u>	<u>נושאים</u>	<u>תאריך</u>	<u>שבוע</u>
	הקדמה – חשיבות היזמות ועקרונות התהליך היזמי	22/10/20	א1
	הקדמה – חדשנות: חברות הזנק מול חברות בוגרות	22/10/20	ב1
R2011; R2017	עקרונות ושילבי ה- Lean Startup	29/10/20	א2
R2011; R2017	יישום Lean Startup	29/10/20	ב2
R2011	MVPs: רקע וראיונות לקוח	05/11/20	א3
R2011	MVPs: אימות צורך ופתרון	05/11/20	ב3
R2011	MVPs: אימות מודל עסקי וסיכום	12/11/20	א4
OP2010	מודלים עסקיים – רקע ו-BMC	12/11/20	ב4
OP2010	מודלים עסקיים אירוע נספרסו	19/11/20	א5
OP2010; G2014	מודלים עסקיים: סוגי מודלי רווח	19/11/20	ב5
B2007	מודלים עסקיים: חדשנות מודלים עסקיים	26/11/20	א6
BD2012; TM2014	עקרונות ה- Customer Development	26/11/20	ב6
	סוגי שווקים + אירוע Better Place vs. Tesla	03/12/20	א7
	עקרונות התכנית העסקית	03/12/20	ב7

צפויים 3-2 הרצאות אורח בקורס □

### קריאת חובה

- Blank, S.G. (2007), The four steps to the epiphany. Cafepress. com., Chapter 1, pp. 1-11. (B2007)
- 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)
- 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).
- 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)
- Ries, E. (2017). The Startup Way: How Modern Companies Use Entrepreneurial Management to Transform Culture and Drive Long-Term Growth. Currency, Penguin Random House. Chapter 3, pp. 63-84. (R2017)
- Thiel, P. and B. Masters (2014). Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future. Broadway Business. Chapters 3 & 11, pp. 23-34, pp. 126-139. (TM2014)
- 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)

## 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

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

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](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.