

ניהול חדשנות בארגונים 096817

קורס לתואר ראשון בהיקף 2 נק' אקדמיות

דר' איריס ארבל irarbel@gmail.com

רקע כללי

תחרות עזה לצד שינויים מהירים בטכנולוגיות ובשווקים מציבים בפני הארגונים של ימינו מציאות המחייבת התמודדות עם שינוי מתמיד ועם הצורך לחדש על מנת ליצור ערך. חדשנות יכולה להופיע בתחומים שונים, והיא איננה מוגבלת למוצרים חדשניים או לחדשנות טכנולוגית. כך ניתן לזהות חדשנות בשירות, בתהליכים (כגון בתהליכי ייצור, אך גם בתהליכים פנים-ארגוניים שונים), בשיווק ובניהול. המסע של הרעיון מתחיל עם זיהוי הצרכים או הבעיה, כשבמהלך החיפוש אחר הפתרון עולים רעיונות חדשים רבים. לאחר מכן מתבצע הסינון של הרעיונות, ומתוך שפע הרעיונות שעלו נבחר הרעיון המתאים ביותר ליישום. כאן ממשיך התהליך בשכנוע הארגון לקבל את הרעיון, בהכנת תוכנית ליישום, בתהליך היישום ובשווק המוצר החדש.

מטרות הקורס:

- ✓ ליצור הבנה רחבה לגבי המשמעות של ניהול תהליכי חדשנות.
- ✓ להקנות לסטודנטים כלים שימושיים בתחום של ניהול חדשנות: החל מזיהוי הבעיה, מתודולוגיות להעלאת רעיונות יצירתיים, שיקולים לבחירת הרעיון, ושלב יישום הרעיון הדורש הכנסת שנוי בארגון.
- ✓ הקורס יכלול היבטים חוויתיים בתהליך הלמידה היאפשרו התנסות בכלים שילמדו

מבנה הקורס:

כל מפגש יחולק לשניים. החלק הראשון של כל שיעור יוקדש לדיון במושגים וסקירה תיאורטית בנושאי השיעור. החלק השני יוקדש להתנסות חוויתית בנושא השיעור. מטרת ההתנסות לחבר את התיאוריה לפרקטיקה, להמחיש את המושגים והתהליכים הנלמדים וללמוד מתוך חוויה אישית ורפלקציה.

הרכב הציון הסופי

דרישות הקורס

- | | |
|------|---|
| 5% | 1. השתתפות פעילה בשיעור. |
| | • נוכחות |
| 30% | • קריאת מאמרים (ממאמי הקריאה הרלוונטיים) כהכנה לשיעור |
| | 2. כל צוות יציג 6 מטלות לאורך הקורס |
| 30% | 3. הצגת הפרויקט סופי |
| 35% | 4. הגשת הפרויקט הסופי חקר המקרה (case study) בארגון מבוסס על המטלות צוותית שנעשו לאורך הסמסטר וניתוח בהתאם לתיאוריות שנסקרו בכיתה. העבודה תעשה בצוותים ויינתנו הנחיות מובנות להגשה. |
| 100% | סה"כ |

מטלה	נושא	תאריך
	<p>Sawhney, M., Wolcott, R. and Arroniz, I. (2006). The 12 Different Ways for Companies to Innovate, <i>MIT Sloan Management Review</i>, 47 (3) p.75-82</p> <p>Christensen, Hatkoff & Kula (2013). Disruptive Innovation Theory Revisited http://www.innovationexcellence.com/blog/2013/07/31/disruptive-innovation-theory-revisited-christensen-hatkoff-kula/#.UsJvtRWh8ag.email</p>	3.3.14
מטלה 1	Hansen, M. and Birkinshaw, J. (2007) The Innovation Value Chain, <i>Harvard Business Review</i> , 85 (6), p. 121-130	10.3.14
מטלה 2		17.3.14
	Paulus P.B. and Yang H.C. (2000). Idea Generation in Groups: A Basis for Creativity in Organizations. <i>Organizational Behavior and Human Decision Processes</i> , 82(1), p.76-87.	24.3.14
מטלה 3		31.3.14
מטלה 4		7.4.13
מטלה 5	<p>Dyer, J., Gregersen, H. and Christensen, C. (2009). The Innovator's DNA, <i>Harvard Business School</i>, 87 (12), p. 60-67</p> <p>Miron-Spector, E., Erez, M. and Naveh, E. (2012). To drive creativity add some conformity. <i>Harvard Business Review</i>, March</p>	28.4.14
מטלה 6	<p>-West, M.A. (2002). Sparkling fountains or stagnant ponds: An integrative model of creativity and innovation implementation in work groups. <i>Applied Psychology: An International Review</i> 51(3), p. 355-424</p> <p>-Bidault, F. and Castello, A. (2010)</p>	12.5.14

	Why too much trust is death to innovation, <i>MIT Sloan Management Review</i> , 51(4), p. 33-38		
	Birkinshaw, J., Hamel, G., and Mol, M. (2006). Management Innovation, <i>Academy of Management Review</i> , 33 (4) p. 825-845 Isaacson, W., (2012) The real leadership lessons of Steve Jobs, <i>Harvard Business Review</i> , June 2012.	מנהיגות ויצירת תרבות חדשנית בארגון	19.5.14
	CASE STUDY	מרצה אורח:	26.5.14
	Kotter, John P. "Leading Change. Why transformation efforts fail", <i>Harvard Business Review</i> , January 2007, pp 92-107	קידום הרעיון בארגון ופוליטיקה ארגונית	2.6.14
	Ingram P., Qingyuan L. Y . (2008). Structure, Affect and Identity as Bases of Organizational competition and Cooperation. <i>The Academy of Management Annals</i> , Chapter 6	סביבה תומכת חדשנות - אשכול אזורי של חברות, העברת ידע ושיתופי פעולה.	9.6.14
	מטלה 7: הצגה צותית סיום	מצגות סיום	16.6.14
		מצגות סיום	23.6

****יתכנו שינויים במפגשי מרצה אורח**

חומר הקריאה כולל מאמרים המפורטים בהמשך וכן הספר:

Dan Senor and Saul Singer (2009). *Start-up Nation: The Story of Israel's Economic Miracle*. Hachette Book Group: New York, New York.

מי-טל, ש., ששאדרי ד.ו.ר., (2010), ניהול יזמות וחדשנות, אסטרטגיות, תפיסות וכלים לצמיחה ולרווחים. הוצאת ספרים ע"ש מאגנס, האוניברסיטה העברית, י-ם.

מטלות צוות (עליכם להתחלק לקבוצות של 3 -)

- מטלה 1:** בחרו 2 דוגמאות לחדשנות בתעשייה והציגו אותם ב-2-3 שקפים (כל תחום אפשרי)
- משימה 2:** עליכם לזהות הזדמנות/ צורך/ אתגר במוצר, שרות, תהליך או חדשנות חברתית בארגון שהנך מכיר או בארגון שקל ללמוד עליו יחסית.
- מטלה 3** בהתבסס על משימה 2, בחר ארגון או יחידה עיסקית עבורה תרצה לפתח תכנית חדשנות
- מטלה 4:** העלה מס רב של רעיונות יצירתיים עבור הבעיה/ האתגר/ הצורך שהגדרת, תוך שימוש בכלים שלמדת בשיעור.
- משימה 5:** מתוך הרעיונות שהעליתם, בחר רעיון ליישום, בהתבסס על השיטות שנלמדו בכיתה
- משימה 6:** נתחו את עבודת הצוות, תוך ניתוח השאלון הצוותי.
- משימה 7:** מצגות סופיות- שלבו בין המשימות השונות ונתחו את המקרה לאור התאוריות והכלים שנלמדו בקורס

הגשת הפרויקט הסופי: חקר המקרה (case study) שתבחרו מבוסס על אינטגרציה המטלות שנעשו לאורך הסמסטר (2-6) וניתוח בהתאם לתיאוריות שנסקרו בכיתה. מטרת ניתוח המקרה היא לבחון כיצד הנלמד בכיתה (תיאוריות, מושגים, תהליכים, כלים) ניתן ליישום בעולם הארגוני בפועל. האירוע יכול שימוש בכלים ובתאוריה. העבודה תעשה בצוותים.

פרוט: יש לנתח את האירוע בעזרת חומר הקורס (הרצאות וחומר הקריאה), לשלב 3 פריטים מהביבליוגרפיה ולפי המתבקש מתוכן האירוע. יש להתייחס ספציפית למושגים ותיאוריות שנלמדו בלפחות בשני נושאי הקורס. לכל אחד מן הנושאים שלעיל יש להגדיר מפורשות שאלות לניתוח האירוע. למשל-

1. מה היה התהליך הארגוני? מה היה אופיו?
 2. מדוע פעלו האנשים כפי שפעלו?
 3. מהן דרכי פעולה חלופיות ואילו המלצות אתם הייתם ממליצים לעתיד בעקבות התוצאות שנתקבלו
- בסוף הניתוח יש לכתוב פסקה המתארת באופן ספציפי מה למדתם מניתוח האירוע.