

אוניברסיטת חיפה

מסטר: א'

מפגשי הקורס: יום ג' 16:00-17:30

מספר הקורס :

שם הקורס: חשיבה יצירתית ואסטרטגית

שם המרצה: מר אליאהב עמרם

שעות קבלה: בתיאום מראש

דואר אלקטרוני: amrameliav@gmail.com

רישום לקורס מתונה באישור החוג של הסטודנט

• הקדמה

חשיבה יצירתית ואסטרטגית הינה הבסיס לחברה מתקדמת, משגשגת, יעילה ואפקטיבית.

כשתהליכי אוטומציה ובינה מלאכותית תופסים יותר ויותר מקום בחיינו, חשיבה יצירתית לפתרון בעיות חשובה כפליים. בנייתוח עיסוקים עתידי, עולה כי חשיבה יצירתית הינה בין המיומנויות הנדרשות ביותר במאה ה-21.

חשיבה יצירתית לבדה אינה מספיקה. נדרש לחברה לבעיה אמיתית, אתגר או צורך מהותי גלוי או נסתר לאותן הלקוחות המשוועים לפתרון חדשני שישפר את חייהם ואת חיי החברה בה הם חיים. בנוסף יש להסתכל על תהליך החשיבה היצירתית באופן קוהרנטי, אסטרטגי ובראייה ארוכת טווח המתייחסת לתהליך פיתוח היצירה השלם לפתרון בר קיימא.

• מטרת הקורס

הסטודנטים ירכשו טכניקות לפיתוח מיומנות חשיבה יצירתית וידעו כיצד להשתמש בהן במטרה לפתור אתגרים ולפתח מוצרים ושירותים ברי קיימא.

• תיאור הקורס

הקורס יורכב מלמידה תאורטית והתנסויות פרקטיות (סדנאות) בכלים לפיתוח חשיבה יצירתית. הסטודנטים יבחרו ארגון חברתי, ממשלתי או עמותה, יזהו את האתגר עמם הארגון מתמודד וינסו לפתור אתגר זה באמצעות תהליך רעיונאות וחשיבה יצירתית. כל זאת תוך כדי חיבור לייעוד, לחזון ולאסטרטגיה הארגונית.

• דגש טרום תחילת הלימודים: יש להירשם בחינם באתר Miro (כלי לעבודה שיתופית) : <https://miro.com>

תאריך	נושא
10.10.21	הכרות- חשיבה יצירתית ואסטרטגית מהי? מהי חדשנות ואילו סוגי חדשנות יש? הצגת הקורס והמטלות.
17.10.21	מודל מסע הרעיון- פרופ' מרים ארז. חשיבה יצירתית בתהליכי חדשנות קוהרנטיים.

יש לשלוח לאישור זוגות + הארגון לעבודה הסופית		
הארגון/התחום- הגדרת הייעוד/המשימה, חזון, מספר עובדים, ת.ז ארגונית, מיקום החברה, ניתוח SWOT, סל המוצרים של החברה ואבחון מטריצת BCG- Growth- share matrix. איסוף מידע גלוי על החברה.	24.10.21	.3
הצגת סטודנטים- תעודת זהות ארגונית	31.10.21	.4
מתודת SCAMPER בחירת Case Study	7.11.21	.5
סדנת SCAMPER	14.11.21	.6
מתודת SIT	21.11.21	.7
הרצאת אורח.	28.11.21	.8
חופשת חנוכה.	5.12.21	.9
ששת כובעי החשיבה, Blue Ocean strategic	12.12.21	.10
VOC, Design Thinking, Design Sprint One Pager	19.12.21	.11
Lean Startup Joy Paul Guilford-Divergent Thinking Torrance Tests of Creative Thinking	26.12.21	.12
מצגות סטודנטים של הפרויקט הסופי.	2.1.22	.13
Grit התמדה ותשוקה למטרות ארוכות טווח. התהום השיווקי והמאמצים המוקדמים. סיכום הקורס.	9.1.22	.14

• ספרות (חובה)

מי-טל, ש., שסאדרי ד. (2010). ניהול יזמות וחדשנות. אסטרטגיות תפיסות וכלים לצמיחה ולרווחים. ירושלים: מגנס.

קים, ו.צ., ומבורן, ר. (2005). אסטרטגיית האוקיינוס הכחול: כיצד ליצור שוק ללא מתחרים ולהפוך את התחרות ללא רלוונטית. תל אביב: מטר.

קרלסון, ק.ר., ווילמוט, ו.ו. (2009). חדשנות- חמשת העקרונות שבעזרתם תיצרו מוצרים ושירותים שהלקוחות רוצים. תל אביב: מטר.

Boyd, D., & Goldenberg, J. (2013). Inside the box. Profile Books Limited.

Duckworth, A. (2016). Grit: The power of passion and perseverance (Vol. 234). New York, NY: Scribner.

Moore, G. A. (1991). Crossing the chasm.

Mumford, M. D., & Todd, E. M. (Eds.). (2019). Creativity and innovation in organizations.

Podolny, J. M., & Hansen, M. T. (2020). How Apple Is Organized for Innovation. HARVARD BUSINESS REVIEW, 98(6), 86-95

Reis, E. (2011). The lean startup. New York: Crown Business, 27.

Serrat, O. (2017). The SCAMPER technique. In Knowledge Solutions (pp. 311-314). Springer, Singapore.

Sternberg, R. J. (2006). The nature of creativity. Creativity research journal, 18(1), 87.

מטרות הקורס- הסטודנטים ירכשו טכניקות לחשיבה יצירתית וידעו כיצד להפעילן במטרה לפתור אתגרים ו/או לפתח מוצרים שעונים לצרכים גלויים או סמויים.

• הרכב הציון הסופי (כלל העבודות הן בזוגות או ביחיד לבחירת הסטודנטים).

○ עבודת אמצע 30%

○ One Pager 10%

○ עבודה סופית 60%

○ בונסים:

- נוכחות פעילה ב 11 מתוך 14 מפגשים- 5 נקודות בונס (מצלמה פתוחה והשתתפות פעילה במהלך השיעור).
- השתתפות באירוע פתיחה ובאירוע סיום של המעבדות לחדשנות (אירוע הסיום כולל הצגת פרויקט)- נקודת בונס להשתתפות בכל אירוע.
*הנ"ל במידע והסטודנט לא מציג את הפרויקט בקורס מקביל.
- הגעה לשני מפגשים פיסיים- מפגשי פתיחה ומפגש סיום הקורס- 3 נקודות בונס.