

---

האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

59525 - יזמות וחדשנות חברתית

תאריך עדכון אחרון 22-09-2018

נקודות זכות באוניברסיטה העברית: 2

תואר: מוסמך

היחידה האקדמית שאחראית על הקורס: גלוקל פיתוח בין-לאומי

השנה הראשונה בתואר בה ניתן ללמוד את הקורס: 0

סמסטר: סמסטר ב'

שפת ההוראה: אנגלית

קמפוס: הר הצופים

מורה אחראי על הקורס (רכז): יונתן מירוויס

דוא"ל של המורה האחראי על הקורס: [jonathan.mirvis@mail.huji.ac.il](mailto:jonathan.mirvis@mail.huji.ac.il)

שעות קבלה של רכז הקורס: יום ב 1230-1400

מורי הקורס:

---

ד"ר יונתן מירוויס

תאור כללי של הקורס:

הקורס דן בסוגיות מרכזיות בתחום של יזמות חברתית. שמן נרחב נעשה בפרדיגמות מיזמות כלכלית למרות ההבדל העקרוני בין שני תחומים

מטרות הקורס:

מטרת הקורס היא להקנות בקיאות בספרות ומושגי היסוד של יזמות חברתית.

מכיון שהקורס מיועד לאנשי שדה, יש דגש ע"י יישום המושגים בפועל

תוצרי למידה

בסימום של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

המשתתפים יוכלו ליישם את הידע שלהם כחברי צוות בהקמת יזמות

דרישות נוכחות (%) :

80

שיטת ההוראה בקורס: הרצאות עם ההשתתפות פעילה של הנוכחים. מרצים אורחים

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

יזמות וחדשנות חברתית

תשע"ה - 59525

ד"ר יונתן מירוויס

שו"ת, סמסטר א'

יום ג 400-230

קבלת קהל: יום ב' 12:30-2:00 (חינוך 407)

דרישות הקורס:

א. נוכחות והשתתפות פעילה

ב. קריאת מאמרים

ג. תרג

רשימת מאמרים:

הגדרת התחום ומושגי יסוד

---

1. Schumpeter, J.A. (2000). "Entrepreneurship as Innovation". In: R. Swedberg (Ed.). *Entrepreneurship: The Social Science View*. Oxford: Oxford University Press, pp. 51-75.

2. Dees, J.G., and Economy, P. (1998). *The Meaning of "Social Entrepreneurship"*.  
<http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf>

ערך חברתי: הגדרתו

3. Young, R. (2006). "For What It is Worth: Social Value and the Future of Social Entrepreneurship". In A. Nicholls (Ed.). *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford: Oxford University Press, pp. 56-73.  
[http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan\\_Digital\\_1/ENTREPRENEURSHIP%20Social%20entrepreneurship,%20New%20m.pdf](http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/ENTREPRENEURSHIP%20Social%20entrepreneurship,%20New%20m.pdf)

4. Mulgan, G. "Measuring Social Value". *Stanford Social Innovation Review*, Summer, 2010  
[http://www.ssireview.org/pdf/2010SU-Feature\\_Mulgan.pdf](http://www.ssireview.org/pdf/2010SU-Feature_Mulgan.pdf)

מקורות החידוש ואסטרטגיות לפיתוחו

5. Jeffrey H. Dyer, Hal B. Greogersen, and Clayton M. Christensen (2009). "The Innovator's DNA. " *Harvard Business Review* December 2009, pp. 208.  
<http://uncw.edu/studentaffairs/pdc/documents/HBR-InnovatorsDNA.pdf>

6. Drucker, F.P. (1985). "The Discipline of Innovation". *Harvard Business Review* (August 2002), pp. 95-102.  
[http://mis.postech.ac.kr/class/MEIE780\\_AdvMIS/2012%20paper/Part1%20%28Pack1-3%29/01\\_intro/1-2%29%20The%20Discipline%20of%20Innovation.pdf](http://mis.postech.ac.kr/class/MEIE780_AdvMIS/2012%20paper/Part1%20%28Pack1-3%29/01_intro/1-2%29%20The%20Discipline%20of%20Innovation.pdf)  
התיאוריה של שינוי

7. Bradach, D. "Going to Scale: The Challenge of Replicating Social Programs". *Stanford Social Innovation Review*, Spring 2003 pp. 19-25  
[http://www.ssireview.org/images/articles/2003SP\\_feature\\_bradach.pdf](http://www.ssireview.org/images/articles/2003SP_feature_bradach.pdf)

הרחבת אוכלוסיית היעד

8. Kim, C., & Mauborgne, R. (2001). "Creating New Market Space". *Harvard Business Review on Innovation*. USA: Harvard Business School Publishing

---

Corporation, pp. 1-30.  
[https://www.unifr.ch/management/assets/files/courses/hs11\\_svc/Kim%20&%20Mauborgne%201999.pdf](https://www.unifr.ch/management/assets/files/courses/hs11_svc/Kim%20&%20Mauborgne%201999.pdf)

9. Kim, C., & Mauborgne, R. (2004). "Blue Ocean Strategy". Harvard Business Review. USA: Harvard Business School Publishing Corporation, pp.1-9.  
<http://info.psu.edu.sa/psu/fnm/ymelhem/blue%20ocean%20str.v2.pdf>

חדשנות משבשת

10. Christensen, C. M., and Overdorf, M. (2001). "Meeting the Challenge of Disruptive Change". Harvard Business Review on Innovation. USA: Harvard Business School Publishing Corporation, pp.103-129.  
<http://www.zurichna.com/internet/zna/SiteCollectionDocuments/en/media/FINAL%20HBR%20Meeting%20Challenge%20of%20Disruptive%20Change.pdf>

הפצה

11. Grossman, A., Kasturi Rangan, V. (2000). "Managing Multisite Nonprofits". Harvard Business School Social Enterprise Series, No. 8, pp. 321-337. Published Online: 14 Jul 2003 DOI: 10.1002/nml.11306.  
[http://www.socialimpactexchange.org/sites/www.socialimpactexchange.org/files/Managing\\_MultiSite\\_Nonprofits\\_0.pdf](http://www.socialimpactexchange.org/sites/www.socialimpactexchange.org/files/Managing_MultiSite_Nonprofits_0.pdf)

הטמעה

12. Rogers E. M. (1995). *Diffusion of Innovations*, 4th edition. New York: The Free Press, pp. 252-268.  
<http://www.d.umn.edu/~lrochfor/ireland/dif-of-in-ch06.pdf>

השקעה במרקם האנושי

13. Gittel, J.H. (2002). *The Southwest Airlines Way: Using the Power Relationships to Achieve High Performance*. New York: McGraw-Hill, pp. 197-207  
<http://www.theclci.com/resources/TheSouthwestAirlinesWay.PDF>

14. Herzberg, F. "One More Time: How Do You Motivate Your Employees?" Harvard Business Review (September-October 1987), pp. 5-16.  
[http://www.facilitif.eu/user\\_files/file/herzburg\\_article.pdf](http://www.facilitif.eu/user_files/file/herzburg_article.pdf)

עסק חברתי

15. Dees, J.G. "Enterprising Nonprofits". Harvard Business review on Nonprofits.

---

Boston: Harvard Business School Publishing, 1999, pp. 135-166.  
<http://www.uic.edu/sph/phtpg/Content/Reading%20Room/Articles/Dees%20Enterprising%20Nonprofits.pdf>

16. Quarter, J. (2000). *Beyond the Bottom Line: Socially Innovative Business Owners*. Westport, CT.: Quorum Books, pp. 135-150.

מודלים עסקיים

17. Foster, W. L., Kim, P., & Christiansen B. "Ten Nonprofit Funding Models". *Stanford Social Innovation Review*. Spring 2009  
[http://www.ssireview.org/pdf/2009SP\\_Feature\\_Foster\\_Kim\\_Christiansen.pdf](http://www.ssireview.org/pdf/2009SP_Feature_Foster_Kim_Christiansen.pdf)

חומר חובה לקריאה:  
נא לעיין בלעל

חומר לקריאה נוספת:  
David Bornstein: *How to Change the World*

הערכת הקורס - הרכב הציון הסופי :  
מבחן מסכם בכתב/בחינה בעל פה 100 %  
הרצאה 0 %  
השתתפות 0 %  
הגשת עבודה 0 %  
הגשת תרגילים 0 %  
הגשת דו"חות 0 %  
פרויקט מחקר 0 %  
בחנים 0 %  
אחר 0 %

מידע נוסף / הערות:  
לפי בקשה