

האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

חשיבה יצירתית וחדשנות בארגונים חינוכיים - 63634

תאריך עדכון אחרון 02-09-2021

נקודות זכות באוניברסיטה העברית: 2

תואר: מוסמך

היחידה האקדמית שאחראית על הקורס: חינוך יהודי

השנה הראשונה בתואר בה ניתן ללמוד את הקורס: 0

סמסטר: סמסטר ב'

שפת ההוראה: עברית

קמפוס: הר הצופים

מורה אחראי על הקורס (רכז): ד"ר שרון אריאלי

דוא"ל של המורה האחראי על הקורס: sharon.arieli@mail.huji.ac.il

שעות קבלה של רכז הקורס: לפני/אחרי הקורס בתאום מראש

מורי הקורס:

תאור כללי של הקורס:

אחד ממדדי ההצלחה בארגונים היא היכולת להוביל חדשנות וליזום שינויים. בתחומים חברתיים רבים שינוי יצירתי או פתרון מקורי מהווים מרכיב חשוב בהצלחת הארגון והצוות. נושא הקורס הוא ניהול חדשנות וחשיבה יצירתית שיטתית, ובמסגרתו ילמד כיצד פותרים בעיות, מאתרים הזדמנויות, הוגים ומפתחים רעיון חדש ואיכותי.

מטרות הקורס:

מטרת העל של הקורס היא לחשוף את הסטודנטים למודלים ותיאוריות מתחומים מגוונים במדעי החברה אשר עוסקים בניהול חדשנות, להתנסות בהם ולבחון את האפקטיביות שלהם לאדם, לצוות ולארגון. החיבור בין התיאוריה לבין הפרקטיקה יאפשר לסטודנטים להבין בסיום הקורס מהו סל הכלים הנדרש לניהול חדשנות בארגונים.

תוצרי למידה

בסיומו של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

- הכרת מודלים מרכזיים לניהול חדשנות בארגונים.
- הכרת תהליכי חשיבה שיטתיים המאפשרים לאפיין בעיות ולאתר להן פתרונות יצירתיים.
- פיתוח יכולת חשיבה וניתוח אסטרטגי של בעיות.
- פיתוח יכולת חשיבה יצירתית ולמידת אסטרטגיות חשיבה יעילות לחדשנות.
- פיתוח הצוות והקניית תהליכי עבודה המגבירים אמון ובטחון פסיכולוגי, וכתוצאה מכך גם יצירתיות.
- פיתוח יכולת לתקשורת בעל-פה ובכתב של חדשנות.

דרישות נוכחות (%) :

80%

שיטת ההוראה בקורס: הרצאות, עבודה בקבוצות במתכונת סדנאית, מטלות בית וכיתה ופרויקט סיום.

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

מבוא: יצירתיות וחדשנות בארגונים

- איך מגדירים יצירתיות? איך מגדירים חדשנות? מה ההבדל ביניהם?
- אילו גורמים ארגוניים חיוניים לפתוח חדשנות, הובלת שינוי וצמיחה? כיצד ניתן לחזק את הגורמים הללו בארגונים

בעיות פתרון של רטוריקה: Design thinking

- חלוקת תהליך העבודה לשלושה תת תהליכים מרכזיים: זיהוי הבעיה ואפיונה באמצעות למידת קהל המטרה; פיתוח יצירתי של פתרונות אפשריים ובחינת התגובה אליהם בקרב קהל המטרה; העברת המסר באופן שמדגיש את היתרונות ברעיון החדש.

מתחרים ללא חדשנות יוצרים כיצד: Blue Ocean Strategy
• כלי ניתוח אסטרטגי ללמידת השוק ולפיתוח רעיונות לצמיחה המקנים ערך חדש לקהל המטרה ולארגון.

יצירתיות שיטתית בפיתוח רעיונות: שיטת התבניות
• תבנית הוספת הממד - יצירת תלות בין משתנים; מטריצת חיזוי - כיצד ניתן לנהל את עיקרון הוספת הממד בסיטואציות נתונות.
• תבנית האיחוד - שימוש במשאבים קיימים לכינון ערך שיווקי חדש.
• תבנית ההחסרה - שימוש בעקרונות ההפחתה לשיפור פונקציונאלי של המערכת.
• תבנית ההכפלה - ריבוי ודיפרנציאציה של מרכיבי המערכת.

חדשנות בהעברת מסרים:
• מאפייני העברת מסרים יצירתית; עקרון העולם הסגור בפרסום.
• יצירתיות במדיה הפרסומית: שימוש חדש במדיה קיימת ויצירת מדיה חדשה; תבנית ההפעלה: יצירת מעורבות של הלקוח במסר; הקצנות.

חומר חובה לקריאה:
פרוט מלא באתר הקורס במודל.

חומר לקריאה נוספת:
פרוט מלא באתר הקורס במודל.

הערכת הקורס - הרכב הציון הסופי :
מבחן מסכם בכתב/בחינה בעל פה 0 %
הרצאה 0 %
השתתפות 10 %
הגשת עבודה 60 %
הגשת תרגילים 30 %
הגשת דו"חות 0 %
פרויקט מחקר 0 %
בחנים 0 %
אחר 0 %

מידע נוסף / הערות: