



"הקבץ יזמות ומנהיגות יצירתית".

שם הקורס: איך נראה העתיד? מחיזוי לפיתוח רעיון חזותי

שם לועזי: What does the future hold? From forecasting to storytelling

מספר הקורס: 1200102

שם המרצה: עדי יופה, אסף חנוכה

היקף הקורס: 4 שעות שבועיות

נקודות זכות: 4

סוג הקורס: סטודיו

שנת הלימודים: תש"ף

פרטי הקורס: סמסטר ב', יום ג' 14:00-18:00

דרישות קדם: N/A

תמצית הקורס ומטרותיו: קורס עיצוב אסטרטגי

הקורס: "איך נראה העתיד? מחיזוי לפיתוח חזותי", הייחודי מסוגו בארץ, עוסק בחיבור שבין עבודת חיזוי מגמות העתיד לבין עיצוב הנרטיב של קונספט או מוצר עתידי.

בעולם דינאמי בו המציאות משתנה במהירות, היכולת לחשוב על העתיד ולחזות את המגמות שישפיעו על המציאות בשנים הקרובות, היא הבסיס להצלחה של המחר. המעצבים של העתיד נדרשים, לא רק לעצב פיתוחים טכנולוגיים אלא להבין באופן אסטרטגי מה צופן העתיד הקרוב, איך העתיד ישפיע על חיינו ואלו הזדמנויות הוא מניח לפתחנו, וזאת בכדי שיוכלו ליזום ולעצב את המוצרים והשירותים של העתיד. חיזוי מגמות העתיד הוא כלי חשוב בכל תהליך של גיבוש אסטרטגי ארוך טווח ובתהליך יצירה חדשני.

תחום חיזוי הטרנדים, הוא תחום הפועל בעולם מזה עשרות שנים, ותוצריו משמשים כמקור ידע חשוב המסייעים בפיתוח עסקי ובפיתוח מוצרים עבור יזמים ועבור התאגידים הגדולים. בסיסי הידע המקצועיים של הפרקטיקה לקוחים מתחומי הסוציולוגיה, הפסיכולוגיה החברתית, הכלכלה והשיווק.

העתיד הוא לא רק אבסטרקטי אלא אוסף פוטנציאלי של מיזמים וחדשנות. איך הוא יראה בעצם? איך יראו המוצרים של העתיד?

הסטודנטים יבחרו מגמה עתידית, או מוצר עתידי שיזמו ויצילו את הרעיון באמצעות סיפור חזותי ושימוש ב Storytelling על בסיס תובנות המחקר - פיתוח של סיפור בפורמט של סטורי בורד הבוחן את הרעיון דרך המחזה של סיטואציה. הסיפור החזותי מאפשר ניסוח ופיתוח של רעיון בצורה תקשורתית, בהירה, ובעיקר כזאת המעוררת עניין והזדהות אצל הצופה.

הסטודנטים יפתחו ויבחנו את הרעיון/מוצר/יוזמה שלהם באמצעות פריסה שלו על ציר הזמן: כיצד הרעיון יכול להתקיים במציאות? מי יהיו האנשים שיעזרו בו וישתתפו בגיבושו? כיצד יגיע הרעיון לכדי מימוש? מהן החולשות שלו?

בשונה מתחזית עסקית, הסטודנטים ישתמשו בכלים עלילתיים ודרמטיים כדי לדמות סצנות אנושיות. ע"י המחזה של סיפור חזותי הם יוכלו לדייק ולגבש את הרעיון שלהם ולאפשר לסביבה ולבעלי עניין להבין אותו בקלות ובמהירות באופן שישפר את סיכויי המימוש שלו.



תוצרי הלמידה של הקורס:

1. להקנות מושגים עיקריים מפרקטיקת חיזוי המגמות (טרנדולוגיה) ולהעניק כלים מרכזיים לעבודת מיפוי וחיזוי מגמות עתיד בתחומים שונים. החל משלב איסוף המידעים והמשך לשלב העיבוד והניתוח. הקורס ילווה בדוגמאות שונות המוכרות בעולמם של הסטודנטים.
 2. לפתח את היכולת להעביר תוכן, עלילה, מאפייני דמות וסיטואציות באמצעות רצף דימויים נרטיבי.
 3. להקנות מיומנות ביצירת עולם חזותי מורכב, הצגת נרטיב בקווי עלילה מקבילים, היררכיה חזותית קומוניקטיביות. הקורס יציג את עקרונות הסיפור החזותי באמצעות סדרת הרצאות ותרגילים ויישומם בהמחשת מגמות עתיד בתחום מסוים, או יצירת מוצר עתידי.
- בסוף הקורס יתבקשו הסטודנטים להציג רעיון למוצר/שירות/פיתוח עתידי שמבוסס על מחקר מגמות עתיד באמצעות סיפור חזותי מנקודת מבט אנושית.

מבנה הקורס:

שיעור	נושא	נושאי הלימוד
1	מהו טרנד	מתודולוגיות שונות לחיזוי טרנדים. הצגת "משפך" חיזוי המגמות. חלק א: מהו חלק הדאטא
2	דאטא	חלק ב: המשך חלק דאטא. מגה מגמות תפקידן והשפעתן. מגה מגמות עכשוויות
3	פקטורים	פקטורים לחיזוי מגמות. חלק א: זיהוי דפוסים ומוטיבציות לשינוי התנהגות.
4		פקטורים לחיזוי מגמות: חלק ב: ציר האבולוציה של הטרנד. סוגים שונים של קהלי יעד
5	אנליזה	שלב הניתוח והאסטרטגיה
6	איך יראה העתיד?	
7	מהמוכר לזר	עקרון ההזרה כאמצעי מרכזי ביצירת סיפור מעניין
8	זמן ומרחב	צירי הזמן והמרחב ושמירה על עקרון ההמשכיות בסיפור החזותי
9	קלזאפ	תפקידו של הקלזאפ בסיפור החזותי.
10	נקודת מבט	נקודת מבט אובייקטיבית וסובייקטיבית
13-11	מרעיון לסצינה	עבודה על תרגיל מסכם. פיתוח וכתובה של סצינה בעקבות הרעיון המבוסס על הזדמנות ותובנה שגובשה במחקר הטרנדים (חלק א)
12		פגישות אישיות לקראת הגשה
13-14		הצגת עבודות



נהלי נוכחות:

נוכחות חובה

מטלות הסטודנט במהלך הקורס:

במסגרת הקורס נדרשת נוכחות והשתתפות פעילה בשיעורים, קריאת חומר רקע לשיעורים והכנת פרויקט גמר קבוצתי. (הנחיות להכנת העבודה והמצגת הקבוצתית ימסרו בנפרד).

מטרת העבודה היא פרויקט גמר המחולק לשני חלקים, כמפורט:

<כתיבת דוח מגמות בנושא מסוים (אותו יבחרו בפתיחת הקורס). העבודה תיבנה על פי המיומנות שרכשו הסטודנטים במהלך הקורס. הסטודנטים יציגו את הדו"ח בפני הכיתה ולאחר מכן יגישו אותו לבדיקה. (עבודה בקבוצות)

<הגשה של סיפור חזותי הממחיש את המוצר/שירות/רעיון שאליו הגיעו הסטודנטים אחרי ניתוח המגמות. העבודות יוצגו בכיתה בשיעור האחרון בנוכחות שני המרצים. (עבודה בקבוצות)

הרכב הציון:

אחוז	מטלה	תאריך	גודל קבוצה/ הערות
10%	הסטודנטים יגישו תרגיל ובו אוסף של מידעים אותם אספו, על פי הכלים וההנחיות שנלמדו. הנחיות נוספות תינתנה במהלך הקורס.		
10%	הסטודנטים יגישו תרגיל ובו הם מיישמים את עקרונות הזמן והמרחב בסיפור החזותי.		
35%	פרויקט הגמר: דוח מגמות עתידי		3-4
35%	פרויקט גמר: הגשה של סיפור חזותי		3-4
10%	נוכחות בכיתה		



ביבליוגרפיה:

1. Anderson, J. (2018). The Future of the World. UK. OXFORD University Press.
2. Armstrong, J. S. (Editor). (2002). Principles of Forecasting. A Handbook for Researchers and Practitioners. USA; Springer Science Business Media, LLC.
3. Gladwell, M. (2000). The Tipping Point. USA; Little Brown and Company.
4. Gloor, P & Cooper, S. (2007). Coolhunting . New York; AMACOM
5. Lieberson, S. (2000). A Matter of Taste. USA; Yale University press
6. Kerns, c. (2014). Trendology. New York; PALGRAVE MACMILLAN
7. Popcorn, F. (2001). Dictionary of the FUTURE. New York; HYPERION
8. Raymond, M. (2010). The Trend Forecaster's handbook. London; Laurence King Publishing
9. Vejlgaard, H. (2008). Anatomy of a Trend. New York; McGraw

חומר צפייה

1. [Chris Marker](#) (1962) La Jetee. France

קריאת רשות

1. Art Spiegelman (1980). Maus. Pantheon Books
2. Paul Auster, Paul Karasik, David Mazzuccheli (1994). City of Glass. USA. Avon, Picador.
3. Chris Ware (2000) Jimmy Corrigan: The Smartest Kid on Earth. USA; Pantheon Books
4. Alan Moore Dave Gibbons (1986). Watchmen. USA; DC Comics