

כיתה הפוכה – פיתוח פרויקט קבוצתי בשימוש בקורס מוק-בין-לאומי



ד"ר דיוויד שוורץ^א, אוניברסיטת בר-אילן; תרגום מאנגלית: קרן גולדפרד^ב, אוניברסיטת בר-אילן



ולפתח רעיונות והצעות עבור המוצר. הסטודנטים נדרשו להיפגש כל שבוע עם 10-15 אנשי עניין בתחום, כגון לקוחות פוטנציאליים, משתמשים, ספקים ושותפים, ולנתח את תוצאות הפגישות הללו.

המפגשים בכיתה הוקדשו לדיון על התקדמות הקבוצות בבניית הסטארט-אפ שלהן ובמתן משוב לכל קבוצה. כל קבוצה עדכנה בשימוש במצגת את כלל הכיתה על התקדמותה בפרויקט, ולאחר מכן דנו יחדיו מה טוב ומה נתון לשיפור בגישה ובמסקנות של הצוות והצבנו לקבוצה יעדים למפגש הבא. חברי הקבוצה הוערכו על כל אחת מהמצגות הללו לא רק על בסיס איכות הצגת המוצר, אלא בעיקר על ההתקדמות שהם עשו כדי לעמוד ביעדים שהוצבו להם במפגש הקודם. לקראת סוף המפגש ניתנה הקדמה קצרה כהכנה לשיעור המקוון הבא, תוך שימת דגש על הנקודות העיקריות שבהן רצוי להתמקד.

הסטודנטים של כל צוות קיימו בלוג שבו הם דווחו לאחר כל מפגש כיתתי על התקדמותם וניהלו דיונים פנימיים בין חברי הצוות. חלק מתפקידו של המרצה היה לפקח על הבלוגים ולקיים אינטראקציה עם הסטודנטים באופן מקוון. כל צוות היה אחראי על חלוקת העבודה הפנימית שלו, ואחד המרכיבים של הציון הסופי כלל ביקורת עמיתים אנונימית המאפשרת לסטודנטים עצמם לתגמל ביצועים מעולים ו"להעניש" חברי צוות פעילים פחות.

תוכנות מהניסיון

לסטודנטים יש עבודה רבה בין המפגשים הכיתתיים, ולכן רצוי שפרק הזמן ממפגש למפגש יהיה ארוך יותר מאשר שבועיים. מבחינת השיטה, Lean Launchpad היא אידיאלית עבור הוראה בגישת הכיתה ההפוכה מכיוון שהיא מצריכה מידה רבה של פעילות מחוץ לכותלי הכיתה.

פורמט הכיתה ההפוכה דורש מהסטודנטים משמעת עצמית גבוהה ומהמרצה רמה גבוהה של מעורבות. המרצה נדרש לשמור על קשר הדוק עם צוותי הסטודנטים במהלך כל הסמסטר. לדוגמה, הוא צריך לשלוח תזכורות לסטודנטים באשר למשימות העומדות בפניהם בין המפגשים.

עבור הסטודנטים שלנו במסלול היזמות, "כיתה הפוכה" היא פורמט טבעי ויעיל במיוחד. אחת ההערות במשובי הערכת הקורס סיכמה זאת היטב: "הקורס דרש הרבה עבודה במהלך הסמסטר, אבל זאת עבודה שלומדים ממנה באמת!".

"יזום חברות הזנק" הוא קורס MBA מתקדם המתנהל בגישת כיתה הפוכה ומוצע לסטודנטים הלומדים במסלול היזמות בבית הספר למנהל עסקים באוניברסיטת בר-אילן. קורס זה מתנהל כולו באנגלית וגם התוצרים של הסטודנטים מוצגים באנגלית. הרציונל לכך הוא שחשוב מאוד שסטודנטים הלומדים תחום העוסק ביזמות עסקית יהיו מסוגלים לתפקד באופן מלא באנגלית.

הקורס הועבר לראשונה בשנת תשע"ו לקבוצה של 16 סטודנטים. הקורס בנוי בצורה יישומית: הסטודנטים עובדים בקבוצות של ארבעה סטודנטים בכל קבוצה ומתנסים במהלך הסמסטר בשלבי הפיתוח של סטארט-אפ, החל ברעיון ראשוני ועד למוצר יישומי מינימלי. הכיתה לא נפגשת בכל שבוע במהלך הסמסטר, אך באותם שבועות שבהם מתקיים מפגש בחדר הכיתה, הנוכחות חובה וחשובה ביותר להשלמה מוצלחת של הקורס.

השיטה

גישת הכיתה ההפוכה הייתה חדשה עבור הסטודנטים, ועל כן יישמנו אותה בהדרגה. בשלושת השבועות הראשונים של הסמסטר קיימנו מפגשים כיתתיים במליאה. חלק מהשיעורים הוקדשו להכרת החומרים המקוונים וחלק מן הזמן הוקדש לגיבוש קבוצתי ולהבנת הציפיות מהסטודנטים בשיעורים שבהם הכיתה "הפוכה". רק לאחר שלושת השבועות הראשונים התחלנו את הפורמט "ההפוך" במבנה של מפגש כיתתי בכל שבוע שני עד לסוף הסמסטר. סך הכול התקיימו שמונה מפגשים כיתתיים ושמונה יחידות מקוונות.

כל יחידה מקוונת של הקורס הציגה חלק אחר של תהליך ה-Launchpad ליזום חברות הזנק, שהיא המתודולוגיה המיושמת בקורס. לדוגמה, אחת היחידות התמקדה בקביעת מודל הכנסות עבור המוצר המוצע. ההרצאה המקוונת הסבירה את השלבים הכרוכים בקביעת מודל הכנסות וכיצד לתקף זאת בפגישות עם לקוחות פוטנציאליים. הסטודנטים צפו בהרצאה ונדרשו לפתח ולאמת את מודל הכנסות שלהם ולאחר מכן להציגו בכיתה.

היחידות המקוונות ששולבו בקורס פותחו באוניברסיטת סטנפורד והיו נגישות לסטודנטים דרך פלטפורמת קורסי המוק של Udacity ובאתר YouTube. אלו הם מודולים מוקלטים שפותחו במיוחד עבור למידה מקוונת, והתוכן שבהם מועבר בעיקר באמצעות קול ואנימציה. החומר מוצג על ידי פרופ' סטיב בלנק מאוניברסיטת סטנפורד, אחד היוצרים של מתודולוגיית ה-Launchpad. פניו מופיעות ב-15 השניות הראשונות של השיעור ולאחר מכן רק קולו נשמע. המודולים כוללים בחנים הבודקים את מידת הבנת החומר הנלמד. בדרך כלל נדרשים 30-40 דקות כדי להשלים כל אחד מהמודולים האלה. בשבועות שבהם הכיתה לא נפגשה הסטודנטים למדו את תוכני הקורס באופן עצמאי מהיחידות המקוונות וגם עסקו בפגישות עם לקוחות פוטנציאליים. אלו עזרו לשפר את המוצר

תמונה מקורס המוק של Udacity שליוויה מבוסס הקורס "יזום חברות הזנק"



a פרופ' דיוויד שוורץ, בית הספר למנהל עסקים, מעבדת אינטליגנציה חברתית (www.socialintelligencelab.org), david.schwartz@biu.ac.il
b ד"ר קרן גולדפרד, ראש המרכז לקידום הוראה, ראש היחידה לאנגלית כשפה זרה, Keren.goldfrad@biu.ac.il