

קורס 289.3047, תשע"ו 2015–2016, סמסטר ב', יום ג' 14–18, 4 נ"ז

## העצמת לקוחות בעולם טכנולוגי

טיוטה: 21.1.2016

ד"ר עדו גל

שעת קבלה: יום ד' 12:45 - 13:45, חדר 717, קומה 7 מגדל אשכול  
טל: 04-8249552 (פנימי: 3552), דוא"ל: iddo@research.haifa.ac.il

**תאור הקורס:** העצמה היא מושג רב-מימדי מורכב המתייחס ליכולת ולכוננות של לקוחות, אזרחים, עובדים, וקהילות, לתפקד באופן אפקטיבי ועצמאי, ולפעול ולהשפיע במערכת יחסי הכוח בסביבתם. פיתוח וקידום תהליכים התורמים להעצמה מקבלים חשיבות בכל מגזרי החברה. בקורס נדון במודלים עיוניים וסוגיות יישומיות הקשורים להעצמה ברמת הפרט והקהילה. בין השאר, נבחן מיומנויות, אמונות, תפישות עצמיות, נכונות לאמץ חידושים, ומערכות מוטיבציוניות של לקוחות ואזרחים (מקבלי שירות / משתמשים) המשפיעים על רמות ותהליכי העצמה. בנוסף, נתייחס גם למאפייני הסביבה בה נדרשים אנשים לתפקד, להיבטים טכנולוגיים והמידה בה טכנולוגיה תורמת להעצמה במישור האישי, חברתי או כלכלי, למדיניות ציבורית וארגונית, צרכים ומגמות בחינוך לקוחות והדרכתם, שיטות התערבות והאפקטיביות שלהן, ועוד.

**ציפיות ודרישות:** הקורס פועל כקבוצת למידה גמישה ומבוסס על השתתפות פעילה של כל התלמידים/ות, דרך קריאה, דיונים בכתה, ראיונות עם לקוחות, הצגות אישיות, ועוד. כדי לאפשר תהליכי הוראה ולמידה אפקטיביים בקורס, להלן ציפיות וחובות עיקריות: נוכחות חובה בשיעורים, קריאה מראש לפי תכנית הקורס, שליחת תגובות לחומרי קריאה (הכתובים באנגלית) 3 פעמים במהלך הסמסטר (הנחיות והגשה באתר), הגשת שלוש עבודות במועד לפי הנחיות המורה, והשתתפות פעילה בדיונים והצגות בכתה.

- הצגת מאמר רשות (בתיאום מראש, בשיעור 12 או 14) מזכה בבונוס 5 נק' (לבד) או 4 נק' (לזוג).
- באתר הקורס מוצגים חומרי הלימוד, והנחיות ומידע נוסף המהווים חלק בלתי נפרד של הקורס.
- על היעדרות מעל 3 שיעורים, מכל סיבה שהיא, ירדו 5 נק' בציון הסופי לכל שיעור שהוחסר.

**מטלות עיקריות:** (יתכנו שינויים קלים בהתאם להתקדמות הקורס)

- 15% עבודה 1 (ראיון לקוח + ניתוח/ספרות) הגשה: 12.4.2016 (הגשה אישית)
- 20% עבודה 2 (ניתוח מאמרים מחקריים) הגשה: 23.5.2016 (הגשה אישית)
- 50% עבודה 3 (עבודת סיום) הגשה: 1.8.2016 (אפשר בצוות עד 3 תלמידים).
- 15% הערכת המורה: לגבי הגשת תגובות לקריאה + השתתפות פעילה + הצגת עבודות בכתה. לגבי הגשת תגובות לחומרי קריאה, ראו מידע נוסף ב"הודעת הפתיחה" באתר הקורס.

### תכנית הקורס

ייתכנו שינויים לפי שיקולי המורה והתקדמות הקורס

מס'	תאריך	נושא	קריאת חובה
1	8.3	<b>מבוא:</b> מטרות ומבנה הקורס. כוח והעצמה: חשיבות ברמת הפרט, הארגון, החברה. מגמות טכנולוגיות והשפעתן.	
2	15.3	כוח והעצמה: פרספקטיבה רב-תחומית	Bartunek & Spreitzer 2006
3	22.3	העצמה: תהליכי יסוד ברמת הפרט, קבוצה, אנשי מקצוע <b>** הפצת הנחיות לעבודה 1</b>	סדן 1996 McShane 2015
4	29.3	טכנולוגיה ולקוחות: תהליכי אימוץ חידושים.	וויקיפדיה: תפוצת חידושים Labrecque 2013
5	5.4	הבדלים בין-דוריים והשפעתם על שימוש בטכנולוגיה. מיומנויות ועמדות של לקוחות, וחשיבותן לחברה הצרכנית.	Pew research center 2014 European Commission 2011

	הצגות ודיון לפי עבודה 1 (5-6 דק' על ראיון ומסקנות)	12.4	6
כהן 2000, 2012	פסיכולוגיה חיובית וגישת הכוחות (השלכות לתכנון, שיווק, הפעלת שירותים ותכנון התערבויות) <b>** הפצת הנחיות לעבודה 2</b>	19.4	7
	פסח		
McGregor 2005	הצרכן הנאור (critical/informed consumer) בחברה טכנולוגית מודרנית: מודלים שיווקיים וחברתיים	3.5	8
Alpay 2010 Aujoulata 2007	העצמת חולים ומשתמשי שירותי בריאות בעולם טכנולוגי <b>** הפצת הנחיות לעבודה סופית</b>	10.5	9
Staples 1990 Olomukoro 2015	התערבויות מעצימות ותרומתן, ברמת הפרט, קהילה, וכו' (למשל בתחום אוריינות וכישורי יסוד, העצמה כלכלית, וכו')	17.5	10
	הצגות ודיון לפי עבודה 2 (3-4 דק' על מאמר שקראתם לעב' 2 לגבי ממצאים מעניינים או מסקנות חשובות, יחסית לשאר) <b>** הרצאת אורח</b>	24.5	11
גל ופריזנט 2003 הצגת מאמרי רשות, בתאום	למפגש שני חלקים: 1. המשך הצגות ודיון לפי עבודה 2 2. שיחה על סוגיות מחקריות בתחום ההעצמה	31.5	12
	ייעוצים צוותיים לגבי עבודה סופית (אין שיעור)	7.6	13
הצגת מאמרי רשות, בתאום	מפגש סיכום: השלכות יישומיות וניהוליות בתחום העצמת לקוחות/אזרחים/משתמשים, צרכים וכיוונים מחקריים. דיווחי תלמידים על עבודת סיום. סיום.	14.6	14

## מקורות קריאה – חובה

גל, ע. ו-פריזנט, ב. (2003) השפעתם של שירותי סיעוד במרכזי יום ובבית על העצמת קשישים מוגבלים. חברה ורווחה, כג(1), 101-125.

וויקיפדיה (לקט): תפוצת חידושים (חומר נבחר מרץ 2013 מתוך וויקיפדיה על *Diffusion of Innovation*)

כהן, ב. (2000). גישת הכוחות בעבודה סוציאלית, חברה ורווחה, כ, 291-300.

(ראו גם: כהן, ב. (2012). גישת הכוחות בעבודה סוציאלית. בתוך מ. חובב, א. לוונטל, ו-י. קטן (עורכים), עבודה סוציאלית בישראל (פרק 10, עמ' 258-270). תל-אביב: הוצאת "קו אדום" הקיבוץ המאוחד.

סדן, א. (1996). העצמה ועבודה קהילתית. חברה ורווחה, טז(2), 143-162. [שימו לב: לקרוא רק עמ' 143-152](#).

Alpay, L. L., Henkemans, O. B., Otten, W., Rövekamp, T. A., & Dumay, A. C. (2010). E-health applications and services for patient empowerment: directions for best practices in The Netherlands. *Telemedicine and e-Health*, 16(7), 787-791.

Aujoulata, I., d'Hooreb, W., Deccachea, A. (2007). Patient empowerment in theory and practice: Polysemy or cacophony? *Patient Education and Counseling*, 66(1), 13-20.

Bartunek, J., and Spreitzer, G. (2006). The interdisciplinary career of a popular construct used in management: Empowerment in the late twentieth century. *Journal of Management Inquiry*, 15(3), 255-273.

European Commission (2011). *Consumer Empowerment* (special Eurobarometer #342). URL: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/search/empowerment/surveyKy/768>

- Labrecque, L. I., vor dem Esche, J., Mathwick, C., Novak, T. P., & Hofacker, C. F. (2013). Consumer power: Evolution in the digital age. *J. of Interactive Marketing*, 27(4), 257-269.
- McGregor, S. (2005). Sustainable consumer empowerment through critical consumer education: a typology of consumer education approaches. *International Journal of Consumer Studies*, 29 (5), 437-447.
- McShane, L., & Sabadoz, C. (2015). Rethinking the concept of consumer empowerment: Recognizing consumers as citizens. *International Journal of Consumer Studies*, 39, 544-551.
- Olomukoro, C. O., & Adedire, O. O. (2015). Political empowerment of women through literacy education programmes in Nigeria. *Journal of Adult and Continuing Education*, 21(2), 3-23.
- Pew Research Center (March 2014). *Millennials in Adulthood*. Retrieved June 15, 2014: <http://www.pewsocialtrends.org/2014/03/07/millennials-in-adulthood/>  
*שימו לב: לקרוא רק עמ' 5-13 (תמצית הדיוח וממצאים עיקריים). אך אפשר לקרוא פרקים בהמשך, כרצונכם.*
- Staples, L. H. (1990). Powerful ideas about empowerment. *Administration in Social Work*. 14(2), 29-42.

### מקורות רשות - ראו באתר הקורס

- Angulo-Ruiz, F., & Pergelova, A. (2015). An empowerment model of youth financial behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 49(3), 550-575.
- Bennett-Cattaneo, L., & Chapman, A. R. (2010). The process of empowerment: A model for use in research and practice. *American Psychologist*, 65(7), 646-659.
- Burns, D. (2010). Reconceptualizing consumer power: A view from market segment theory in retailing. *Journal of Research for Consumers*, Issue 17. URL: [http://www.jrconsumers.com/academic\\_articles/issue\\_17\\_2010?f=42689](http://www.jrconsumers.com/academic_articles/issue_17_2010?f=42689)
- Huang, Y., Marketing, E., Lotz, S. L., Arizona, T., & Bon, G. O. (2014). An investigation of consumer power in the process of purchase decisions. *Journal of Research for Consumers*, 25, 122-157. URL: [www.jrconsumers.com/Academic\\_Articles/issue\\_25/Huang%20Academic%20122-157.pdf](http://www.jrconsumers.com/Academic_Articles/issue_25/Huang%20Academic%20122-157.pdf)
- Hunter, G. L., & Garnefeld, I. (2008). When does consumer empowerment lead to satisfied customers? Some mediating and moderating effects of the empowerment-satisfaction link. *Journal of Research for Consumers*, 15. URL: [www.jrconsumers.com/\\_data/page/5882/Epowerment\\_satisfaction\\_involvement\\_academic2.pdf](http://www.jrconsumers.com/_data/page/5882/Epowerment_satisfaction_involvement_academic2.pdf)
- Kucuk, S. U. (2009). Consumer empowerment model: From unspeakable to undeniable. *Direct Marketing: An International Journal*, 3(4), 327-342.
- McKee, D., Simmers, C.S., & Licata, J. (2006). Customer self-efficacy and response to service. *Journal of Service Research*, 8(3), 207-220.
- Porter, C. S. & Donthu, N. (2006). Using the technology acceptance model to explain how attitudes determine Internet usage: The role of perceived access barriers and demographics. *Journal of Business Research*, 59, 999-1007.
- Robertson, N., & Shaw, R. N. (2009). Predicting the likelihood of voiced complaints in the self-service technology context. *Journal of Service Research*, 12(1), 100-116.
- Van Beuningen, J., de Ruyter, K., Wetzels, M., Streukens, S. (2009). Customer self-efficacy in technology-based self-service: Assessing between- and within-person differences. *Journal of Service Research*, 11(4), 407-428.
- Ntaliani, M., Costopoulou, C., Karetsos, S., & Molhanec, M. (2015). Citizen e-Empowerment in Greek and Czech Municipalities. In *E-Democracy-Citizen Rights* (pp. 124-133). Springer. Online: <https://sase.confex.com/sase/2015am/webprogram/Paper2564.html>