

קורס 289.3047, תשע"ה 2014–2015, סמסטר א', יום ד' 12–08, 4 נ"ז

העצמת לקוחות ועובדים בעולם טכנולוגי

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 הוא מושג רב-מימדי מורכב המתייחס ליכולת ולכוננות של עובדים, לקוחות, אזרחים, קבוצות וקהילות לתפקד באופן אפקטיבי ועצמאי ולמידה בה הם מגשימים את מטרותיהם. פיתוח וקידום תהליכים התורמים להעצמה מקבלים חשיבות רבה בפעילות של ארגונים עסקיים, מוסדות ציבוריים ועמותות. בקורס נדון במודלים עיוניים וסוגיות יישומיות וניהוליות הקשורים להעצמה ברמת הפרט, הארגון, והחברה, ובהשלכותיהם. בין השאר, נבחן מיומנויות, אמונות, תפישות עצמיות, נכונות לאמץ חידושים, ומערכות מוטיבציוניות של עובדים, לקוחות, ואזרחים המשפיעים על רמות ותהליכי העצמה. בנוסף, נתייחס גם למאפייני הסביבה בה נדרשים אנשים לתפקד, למשל מבחינת היבטים טכנולוגיים והמידה בה טכנולוגיה מאפשרת לפרט חופש פעולה, מבנה ארגוני ותהליכי ניהול, נורמות חברתיות ומדיניות ציבורית, צרכים ומגמות בחינוך לקוחות והדרכתם, חסמים וגורמים בולמים, שיטות התערבות בתחום, ועוד.

ציפיות ודרישות: הקורס פועל כקבוצת למידה גמישה ומבוסס על השתתפות פעילה של כל התלמידים/ות, דרך קריאה, דיונים בכתה, ראיונות עם עובדים ולקוחות, 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 הקריאה 3 פעמים במהלך הסמסטר (הנחיות והגשה באתר), הגשת כל העבודות במועד לפי הנחיות המורה, והשתתפות בדיונים והצגות בכתה.

- על היעדרות מעל 3 שיעורים, מכל סיבה, ירדו 5 נק' בציון הסופי לכל שיעור שהוחסר.
- הצגת מאמר רשות ** (בתיאום עם המורה) מזכה בבונוס של 6 נק' (אם מוצג לבד) או 5 נק' (לזוג)
- באתר הקורס מוצגים חומרי הלימוד, והנחיות ומידע נוסף המהווים חלק בלתי נפרד של הקורס.

מטלות עיקריות: (יתכנו שינויים בהתאם להתקדמות הקורס)

15% עבודה 1 (ראיון עובד + ניתוח/ספרות)	הגשה: 7.12.2014 (הגשה אישית)
20% עבודה 2 (ראיון לקוח + ניתוח/ספרות)	הגשה: 11.1.2015 (הגשה אישית)
50% עבודה 3 (עבודת סיום: העצמת לקוחות)	הגשה: 9.3.2015 (אפשר בצוות עד 3 תלמידים).
15% הערכת המורה: לגבי הגשת תגובות לקריאה + השתתפות פעילה + הצגת עבודות בכתה.	

תכנית הקורס

ייתכנו שינויים בהתאם להתקדמות הקורס ושיקולי המורה

מאמרים עם סימון ** הם קריאת רשות, אך מומלץ מאוד לרפרף עליהם. הצגת מאמר רשות מזכה בבונוס.

מס'	תאריך	נושא	קריאת חובה
1	29.10	מבוא: מטרות ומבנה הקורס. כוח והעצמה: חשיבות ברמת הפרט, הארגון, החברה. מגמות טכנולוגיות והשפעתן	
2	5.11	כוח והעצמה: פרספקטיבה רב-תחומית תהליכי יסוד ברמת הפרט, קבוצה/קהילה	Bartunek & Spreitzer (2006) סדן (1996) עמ' 143-152
3	12.11	העצמת עובדים העצמת עובדים: סוגיות פסיכולוגיות. ** הפצת הנחיות לעבודה 1	Conger & Kanungo (1988)

Bowen & Lawler (1992) Spreitzer (1995)	העצמת עובדים : סוגיות ניהוליות, ארגוניות, מחקריות	19.11	4
** Quinn & Spreitzer (1997) ** Robinson & Morley (2006) ** Thamizhmanii (2010) ** Menguc et al (2013)	העצמת עובדים : סוגיות ניהוליות וארגוניות, טכנולוגיה והקשר שלה לשירות ולהעצמת עובדים (כולל במרכזי שירות טלפוניים). העצמה ו- Employee engagement	26.11	5
	הצגות ודיון לפי עבודה 1 (5-6 דקי על ראיון ומסקנות) הגשת עבודה 1 : עד 7.12	3.12	6
Kucuk (2009) כהן (2000, 2012)	העצמת לקוחות (מקבלי שירות/ משתמשים /תושבים/ ...) רקע : פסיכולוגיה חיובית וגישת הכוחות, מגמות חברתיות/טכנולוגיות. השלכות לתכנון, שיווק, והפעלת שירותים. ** הפצת הנחיות לעבודה 2	10.12	7
וויקיפדיה : תפוצת חידושים Alpay (2010) ** Pew (2014)	טכנולוגיה ולקוחות : תהליכי אימוץ חידושים. הבדלים בין-דוריים והשפעתם.	17.12	8
McGregor (2005) ** Aujoulata (2007) ** Huang et al (2014)	הצרכן הנאור (critical/informed consumer) בחברה המודרנית – השלכות לכישורים, עמדות, והעצמה. ** הפצת הנחיות לעבודה סופית	24.12	9
גל ופריזנט (2003) Staples (1990)	העצמת לקוחות : התערבויות ברמת הפרט/קהילה, צוות/ארגון	31.12	10
	הצגות ודיון לפי עבודה 2 (5-6 דקי על ראיון, סקירה, מסקנות) הגשת עבודה 2 : עד 11.1	7.1	11
	ייעוצים צוותיים לגבי עבודה סופית (אין שיעור)	14.1	12
מאמר לפי בחירת התלמיד עדכני, באנגלית, בתאום עם המורה ** Maynard et al (2012)	העצמת לקוחות ועובדים : השלכות יישומיות וניהוליות, צרכים וכיוונים מחקריים.	21.1	13
	דיווחי תלמידים על עבודת סיום. סיכום הקורס.	28.1	14

ט.ל.ח

מקורות קריאה – חובה

ייתכנו שינויים בהתאם להתקדמות הקורס ושיקולי המורה

מאמרים עם סימון ** הם קריאת רשות, אך מומלץ מאוד לרפרף עליהם. הצגת מאמר רשות מזכה בבנוס.

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.

(בהמשך הסמסטר יוכנס מקור נוסף באותו נושא: 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.
- Bowen, D. E. & Lawler, E. E. (1992). The empowerment of service workers: What, why, how, and when. *Sloan Management Review*, Spring 1992, 31-39.
- Conger, J. A. & Kanungo, R. N. (1988). The empowerment process: Integrating theory and practice. *Academy of Management Review*, 13, 471-482.
- ** 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. E-journal:
www.jrconsumers.com/Academic_Articles/issue_25/Huang%20Academic%20122-157.pdf
- Kucuk, S. U. (2009). Consumer empowerment model: from unspeakable to undeniable. *Direct Marketing: An International Journal*, 3(4), 327-342.
- ** Maynard, M. T., Gilson, L. L., & Mathieu, J. E. (2012). Empowerment—Fad or fab? a multilevel review of the past two decades of research. *J. of Management*, 38, 1231-1281.
- 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.
- ** Menguc, B., Auh, S., Fisher, M., & Haddad, A. (2013). To be engaged or not to be engaged: The antecedents and consequences of service employee engagement. *Journal of business research*, 66(11), 2163-2170.
- ** Pew Research Center (March 2014). *Millenials in Adulthood*. Retrieved June 15, 2014: <http://www.pewsocialtrends.org/2014/03/07/millennials-in-adulthood/>
[שימו לב: לקרוא רק עמ' 5-13 \(תמצית הדו"ח וממצאים עיקריים\). קראו פרקים בהמשך כרצונכם.](#)
- ** Quinn, R. E., & Spreitzer, G. M. (1997). The road to empowerment: Seven questions every leader should consider. *Organizational Dynamics*, 26(2), 37-49.
- ** Robinson, G., & Morley, C. (2006). Call centre management: Responsibilities and performance. *International Journal of Service Industry Management* (renamed to: *Journal of Service management*), 17(3), 284-300.
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 38, 1442-1465.
- Staples, L. H. (1990). Powerful ideas about empowerment. *Administration in Social Work*. 14(2), 29-42.
- ** Thamizhmanii, S., & Hasan, S. (2010). A review on an employee empowerment in TQM practice. *J. of Achievements in materials & manufacturing engineering*, 39(2), 204-210.

מקורות קריאת רשות - ראו באתר הקורס