

- שילוב טכנולוגיות באופ -

אתר בית לכל קורס

במסגרת שילוב טכנולוגיות בהוראה, האוניברסיטה הפתוחה משלימה בימים אלה את פרויקט הקמת אתר בית לכל קורס המוצע באוניברסיטה.

בלמעלה מ-500 קורסים באוניברסיטה יש אתר בית שבו אפשר למצוא מידע אדמיניסטרטיבי ואקדמי ובאמצעותו אפשר לקיים דו-שיח עם סטודנטים אחרים ועם סגל ההוראה של הקורס.

סטודנטים המשוניינים בכך יכולים לקיים כמעט את כל הקשר עם האוניברסיטה (פרט להתייצבות בעת המבחן בסיום לימוד כל קורס) באמצעות רשת האינטרנט.

התקשורת באמצעות האינטרנט מגשרת על פני המרחב והזמן ומגבירה את הנגישות לאמצעי הלימוד לטוחות הסטודנט. כל סטודנט נכנס לאתר בזמן שנוח לו. לימוד באמצעות האינטרנט משפיע גם על הדינמיקה הכיתתית ומקנה לסטודנטים הבישנים תחושה נוחה יותר לגבי התבטאות מאשר בכיתה פתוחה. בתקשורת מסוג זה יכול הסטודנט לגבש את מחשבתו באופן ברור ולהציג את דעתו בצורה מחושבת יותר.

בקמפוס, בקבוצה, בבית, בתקשורת - הסטודנט בוחר את המתכונת

האוניברסיטה הפתוחה מעמידה לרשות הסטודנט אמצעים ואפיקים שונים לקדם את לימודיהם, והסטודנט יכול לבחור את המתכונת הנחה לו. יש סטודנטים המעדיפים מפגשים עם סגל ההוראה במרכזי לימודי פעם בשלושה שבועות, ויש שמעדיפים תכנית מוגברת עם מפגשים שבועיים וקשר יותר שוטף עם סגל ההוראה ועם סטודנטים אחרים. אלה נהנים מאוירת הקמפוס, מאינטראקציה חברתית, מנוכחות במקום ומסביבה תומכת. יש סטודנטים שבשל עבודה תובענית, סגנון אישי או העדפה שלא לנסוע למרכז לימוד, אינם מעוניינים במפגשים ומעדיפים להקדיש את זמנם ללימוד באופן עצמאי. אתרי הבית לקורסים משרתים הן את אלה המעדיפים עצמאות והן את אלה המעדיפים השתתפות בכיתות לימוד. הסטודנט יכול לבחור את אופן הלימוד ההולמת את סגנון הלימוד ומערך ההתחייבות שלו.

בתחום זה, ארגונים אלה יוכלו ליצור כוחות מניעים, שיגבירו את הישגות הארגון ויביאו להקצאת המשאבים הדרושים, אם יזהו כורח תחרותי, או יפעלו עקב עמדת לחץ של גורם חיצוני. אם לא קיים גורם כזה, רצוי ליצור ברית, או להצטרף למיזם קיים מקומי או גלובלי. יחד עם זאת, חשוב שתהיה מודעות לקשיים ולסיכונים, לצורך בתהליך מתמשך של טיפוח ה-100 ולהבטחת קיומם של הגורמים הקריטיים להצלחה. הקשיים יהיו שונים בין ארגון לארגון ובין 100 אחת לשניה, בהתאם למאפייני הארגון והמרכיב. לארגון מיישם מוצע לבצע הערכה אסטרטגית תקופתית, מדי שנה, יותר או פחות לפי הדינמיות בענף, ולבדוק אם נדרש וכדאי להרחיב פעילות 100 לתחומים נוספים. לדוגמה, לא רק מכירה וקנייה, אלא גם מתן שירות, ניהול ידע ועוד. כמו כן, חשוב לבחון כיצד ניתן להפיק תועלת רבה יותר מהיישומים הקיימים ולשפר את התנאים למימושם. ארגונים שאינם מיישמים 100 צריכים אף הם לבצע הערכה אסטרטגית תקופתית ולבדוק אם שינויים בסביבתם העסקית מחייבים יישום 100, או יוצרים הזדמנויות בתחום זה.

כל הארגונים יהיו חייבים לקיים מסחר אלקטרוני ברשת

לסיכום, מסקנות המחקר הדגישו שמניעים אסטרטגיים הם הגורם העיקרי להקמת 100 או הצטרפות אליה. המורכבות הרבה והאתגרים ביישום מערכת בין-ארגונית נובעים מהצורך לתאם בין ארגונים שונים, המנהלים בנפרד, כשלכל אחד מהם יש מטרות ואינטרסים שונים ולעיתים מנוגדים. זאת בנוסף להבדלים בשימושים של אותה 100 עבור ארגונים שונים, שהם בעלי תשתית טכנולוגית שונה, תרבות משלהם, שימושים מתוכננים שונים ב-100 ועוד. לכן, במקרים רבים נדרשים עמדת כח של גורם יוזם/או כורח תחרותי כדי לגרום להנהלת ארגון להשקיע את המשאבים והמאמץ הניהולי הדרושים ליישום 100. פתיחת האינטרנט לשימוש מסחרי הביאה לכך שבסופו של דבר כל הארגונים יהיו חייבים לקיים מסחר אלקטרוני ברשת. מכיוון ש-100 אמורות להיות נחלת כלל הארגונים, יקשה להשיג באמצעותן יתרון תחרותי בר-שימור. סיבה זו גורמת לארגונים להצטרף לזירות מסחר אלקטרוניות. לדוגמה, זירת Store Next בענף קמעונאות המזון בישראל משמשת את שופרסל, הריבוע הכחול ומאות מרכזים פרטיים ורשתות עצמאיות.

הטכנולוגיה אינה יכולה להקנות לארגון יתרון תחרותי, אך כישורי ניהול טכנולוגיה ומערכות מידע יכולים. באותה מידה שרשת האינטרנט מאפשרת שוק גלובלי, היא גם מקלה על פיתוח וטיפוח קשרים עם שותפים עסקיים נבחרים - לקוחות, ספקים, יצרני מוצרים משלימים ועוד. ארגונים צריכים לבחור באילו סוגי יישומים להשתמש, באמצעות אילו מערכות ועם מי. הערך שארגון יפיק מ-100 יושפע מאיכות הבחירה ומהשילוב של מערכות אלה באסטרטגיה העסקית ותהליכי העבודה של הארגון.



גם אם הארגון שלכם אינו מוכרח ליישם 100 כיום, ברור שבניתוי תצרכו לעשות זאת. מכיוון שהתהליך מורכב, רצוי כבר כעת לבחון אפשרויות: להתנסות, ללמוד, לצבור ידע ולהקים את התשתית שתאפשר לכם בבוא העת להשתלב בהצלחה במסחר אלקטרוני בין עסקים