

בית הספר למוסמכים במינהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי

## 1242-7003 - פרוייקט: ניהול חוויות אינטרקטיביות וקהילות וירטואליות

### Project: Interactive Experiences and Virtual Communities

(דרישות קדם: ניהול טכנולוגיה ומידע)

סמסטר א' – תשפ"ו

קבוצה	יום בשבוע	שעה	תאריך בחינה	מרצים	דואר אלקטרוני	טלפון
	ה'	15:45-18:30	אין בחינה	ד"ר ליאור זלמנסון עוזר הוראה: נעם קופרשטיין	zalmanso@tau.ac.il	

שעת קבלה – בתיאום מראש

נוכחות בשיעורים – חובה – מותר להחמיץ שיעור אחד לכל היותר.

#### היקף הלימודים

היקף הי"ס לקורס : 2

ECTS = 4 י"ס – (European Credit Transfer and Accumulation System) ECTS, ערך הניקוד של הקורס במוסדות להשכלה גבוהה בעולם שהינם חלק מ"תהליך בולוניה".

#### תיאור הקורס

הקורס מתמקד בפיתוח אסטרטגי וניהול של חוויות בהן מתקיימת מעורבות גבוהה של המשתמש. תחת הקטגוריה הזו נמצאים אתרי תוכן בהן התוכן נוצר בשיתוף הגולשים, קהילות וירטואליות, משחקי מחשב, חוויות אינטרקטיביות-סיפוריות, וכן סביבות אימרסיביות כגון מציאות רבודה ומציאות וירטואלית. בקורס זה תיבחן שאלת חוויות ומעורבות המשתמש על שלל הזדמנויותיה ואתגריה תוך תשומת דגש לספרות הניהולית העכשווית, יילמדו תיאוריות התנהגותיות בדבר התנהגות בקהילות וירטואליות, ייסקרו טכנולוגיות רלוונטיות המאפשרות היטמעות בעולמות וירטואליים וכן יידונו האפשרויות החדשות שהן מעניקות לעסקים. קורס זה הוא קורס פרויקט אשר במרכזו תהליך ייעוץ ופיתוח עסקי למוצר או שירות המערבים קהילה וירטואלית או חוויה אינטרקטיבית והסטודנטים יתנסו בניתוח מוצר קיים וליווי היזמים לאורך הסמסטר.

## מבנה הקורס ודרישותיו

הקורס מבוסס על מספר מרכיבים:

- **הרצאות ודיונים בכיתה** – במהלך ההרצאות יילמדו נושאי הקורס המפורטים מטה. מצגות הקורס יפורסמו באתר הקורס (<http://moodle.tau.ac.il>) / השקפים שיוצגו באתר אינם כוללים את כל החומר שיוצג וידון בכיתה. קיימת **חובת נוכחות בקורס** – כל סטודנט יכול להחמיץ שיעור אחד לכל היותר (במגבלות הוראות והקלות למי שנדרש).
- **קריאה משלימה** – במהלך הסמסטר יפורסמו באתר מאמרים רלוונטיים אשר יכולים לתרום לדיון בכיתה. מומלץ לקרוא את המאמרים לפני מועד השיעור.
- **מצגות סטודנטים להצגת פרויקט הגמר**
- **מפגשים בנוגע לפרוייקט**

## פרוייקט מסכם

במהלך תקופת הקורס הסטודנטים יעבדו על פרויקט מסכם רחב היקף המבוסס על סטרט-אפ/משחק מחשב/אתר אמיתי בקבוצות של חמישה עד שישה סטודנטים (מספר סופי ייקבע בהתאם למספר הסטודנטים בקורס). הפרוייקט יכלול טיפול בבעיה עסקית מציאותית הקשורה לחוויות אינטרקטיביות, משחקיות או קהילתיות בסביבות וירטואליות – תוך שימוש בשיטות מחקר UX כמו ניתוח פרסונות ובדיקות ומשתמשים וכן במחקר עסקי: איסוף מידע עסקי, ניתוח מעורבות משתמש, ניתוח המודל העסקי החברתי, גיבוש הצעות אסטרטגיות וכו'.

בזמן הקורס יוצע לסטודנטים חיבור לפרוייקטים עסקיים קיימים או לחילופין יוכלו לבחור לעסוק בחברה/מוצר/סטרט-אפ על פי בחירתם והיכרותם. במקרה זה, על הקבוצה ליזום את ההיכרות עם החברה ולוודא שאכן תינתן להם גישה מספקת לחברה כדי להשלים כהלכה את פרויקט המחקר.

הפרוייקט מורכב משלושה חלקים:

1. מחקר – הן על החוויה/משחק/קהילה המוצעת, על שלל המאפיינים והבעיות והן השוואה לחוויות/שירותים דומים. הקבוצות יתנסו בטכניקות מתחום מחקר חווית המשתמש: פרסונות, בדיקות משתמשים – ראיונות ותצפיות.
2. הצעות אסטרטגיות לשיפור החוויות יישום של לפחות שניים מנושאי הקורס (שילמדו בין השיעור השני לשביעי) בהתאם לבעיות הרלוונטיות שנתקלתם בהם.
3. מודל עסקי – הצעת מודל/ים עסקי/ים ליצירת ערך ולהפיכת החוויה/קהילה לברת קיימא.

## הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

### ציון הקורס:

ציון הקורס מושגת על השתתפות בשיעורים, ופרוייקט מסכם, כאשר הציון הסופי של הקורס ישוקלל לפי המפתח:

80%	ציון פרויקט
10%	השתתפות ותרומה אישית בהקשר הפרוייקטים
10%	השתתפות פעילה ותרומה לתרגילי הכיתה
100%	

**השתתפות פעילה בקורס – אין להחסיר יותר משיעור אחד בסמסטר.** הציון יקח בחשבון גם תרומה לדיונים בכיתה. בנוסף בשיעור הצגת הפרוייקטים בסוף הקורס תינתן ביקורת עמיתים מסודרת – כל משתתף בקבוצה ידרש למשב עבודות של קבוצות אחרות ולסייע להן והנ"ל יהווה חלק מציון השתתפות.

## מדיניות שמירה על טווח ציונים

החל משנה"ל תשס"ט מונהגת בפקולטה מדיניות שמירה על טווח ציונים בקורסי התואר השני. עקרונות השיטה חלים על כל קורסי התואר השני, ומדיניות השמירה על טווח הציונים תיושם לגבי הציון הסופי בקורס זה.

מידע נוסף בנושא זה מתפרסם בהרחבה באתר הפקולטה.

<https://coller.tau.ac.il/MBA-students/programs/2018-19/MBA/regulations/exams>

## הערכת הקורס ע"י הסטודנטים

בסיומו של הקורס הסטודנטים ישתתפו בסקר הוראה על מנת להסיק מסקנות לטובת צרכי הסטודנטים והאוניברסיטה.

## אתר הקורס

אתר הקורס יהווה המקום המרכזי בו ימסרו הודעות לסטודנטים, לפיכך מומלץ להתעדכן בו מדי שבוע, לפני השיעור, ובכלל – גם בתום הסמסטר.

שקפי הקורס יהיו באתר הקורס. (למעט חלק מהרצאות האורח) לתשומת לבכם - בכיתה ידונו גם נושאים (ובפרט דוגמאות) שאינם מופיעים בשקפים או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הינם חלק בלתי נפרד מחומר הקורס.

## נושאי הקורס \*

תאריך	שאלות מרכזיות	תיאוריות וכלים	ספרות מומלצת מחומר הקריאה	הגשת מטלות
30.10	מהי חוויה וכלכלת חוויות? מדוע אנו מוכנים להשקיע יותר בדברים שהם חוויתיים? יצירת רגעים משמעותיים – מהו רגע זכיר? איך מייצרים רגעים משמעותיים עבור משתמשים בסביבות פיזיות ווירטואליות	Experience Economy Moment Analysis	Pine And Gilmore 1998 Heath & Heath 2017	הגשת חברי הקבוצה לפרויקט הסיכום + בחירת שבוע לפרויקט האמצע (בזוגות)
6.11	יצירת רגעים משמעותיים – מהו רגע זכיר? איך מייצרים רגעים משמעותיים עבור משתמשים בסביבות פיזיות ווירטואליות + רכישת כישורים כמראיינים איכותניים וחשיבה על מחקר תחרותי	Personas Interviews Competitive Analysis		
13.11	מרגעים למסע הגיבור – מה מאפשרת חוויה סיפורית? כיצד לתת למשתמש להיות חלק מהרפתקה?	Freytag's Pyramid User Journey	Lichaw (2016) Rose (2012)	
20.11	איך לייצר Flow? שילוב מרכיבים משחקיים ואימרסיביים כדי לייצר אתגר ועניין בתהליך	Flow and Immersion Evaluation	Nakamura & Csikszentmihalyi. 2014 Jennet et al. 2008	הגשת חלק ראשון בעבודה

		User Testing	סדנת בדיקת מחקר משתמשים	27.11
	Oestreicher-Singer & Zalmanson 2013  Preece and Schneiderman 2009	Organizational and Communal Commitment, Participation Ladders	הוספת אלמנטים חברתיים לאתר – איך לייצר סולם השתתפות משמעותי	4.12
הגשת חלק שני בעבודה (תאריך מדויק בהמשך)  ולאחר מכן הגשות למנחים לפי דרישות וקצב התקדמות של כל קבוצה			מפגשי הנחייה עם כל צוות ( 30 דקות פעם בשבועיים)	המשך דצמבר - ינואר
הצגת הפרויקט			מצגות פרויקטים וביקורת עמיתים בזום	29.1

**\* הערות:**

התכנית הינה רשימת נושאי הקורס הראשונית בלבד והינה בסיס לשינויים סביר ויתווספו נושאים עדכניים נוספים / או הרצאות אורח. בהרצאות המיועדות להרצאות אורח, דיון, מצגות סטודנטים, ובחינה בע"פ יש חובת נוכחות. מידע לגבי מועדי הרצאות אלו ינתן במהלך הסמסטר. סדר המפגשים עם הקבוצות השונות והרכב הקבוצות לפרוייקט יקבע ע"פ שיקול דעת המרצים.

- 1) Heath, C., & Heath, D. (2017). The power of moments: Why certain experiences have extraordinary impact. Simon and Schuster.
- 2) Lichaw, D. (2016). The user's journey: storymapping products that people love. Rosenfeld Media.
- 3) Nakamura, J., & Csikszentmihalyi, M. (2014). The concept of flow. In Flow and the foundations of positive psychology (pp. 239-263). Springer, Dordrecht.
- 4) Oestreicher-Singer, G., & Zalmanson, L. 2013. "Content or Community? A Digital Business Strategy for Content Providers in the Social Age," MIS Quarterly, (37:2), pp. 591-616.
- 5) Pine, B. Joseph, and James H. Gilmore. "Welcome to the experience economy." Harvard business review 76 (1998): 97-105.
- 6) Rose, Frank. The art of immersion: How the digital generation is remaking Hollywood, Madison Avenue, and the way we tell stories. WW Norton & Company, 2012.

- 1) Jennett, C., Cox, A. L., Cairns, P., Dhoparee, S., Epps, A., Tijs, T., & Walton, A. (2008). Measuring and defining the experience of immersion in games. International journal of human-computer studies, 66(9), 641-661.
- 2) Preece, J., and Schneiderman, B. 2009. "The Reader-to-Leader Framework: Motivating Technology-Meditated Social Participation," AIS Transactions on Human-Computer Interaction (1:1), pp. 13-32

\* יתכנו עדכונים ותוספות לרשימה. הרשימה המלאה תנתן במהלך הסמסטר