

בית הספר למוסמכים במינהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי

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

### Project: Interactive Experiences and Virtual Communities

(דרישות קדם: ניהול טכנולוגיה ומידע, ניהול השיווק)

סמסטר א' – תשפ"א

| קבוצה | יום בשבוע | שעה         | תאריך בחינה | מרצה              | דואר אלקטרוני      | טלפון |
|-------|-----------|-------------|-------------|-------------------|--------------------|-------|
| 01    | א'        | 18:45-21:30 | אין בחינה   | ד"ר ליאור זלמנסון | zalmanso@tau.ac.il |       |

שעת קבלה – בתיאום מראש

#### היקף הלימודים

היקף הי"ס לקורס : 2

1 י"ס = 4 ECTS – 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 חווית 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.
- **קריאה משלימה** – במהלך הסמסטר יפורסמו באתר מאמרים רלוונטיים אשר יכולים לתרום לדין בכיתה. מומלץ לקרוא את המאמרים לפני מועד השיעור.
- **הרצאות אורח** – הקורס ילווה בהרצאות של מרצים מובילים מהתעשייה והאקדמיה שישקרו נושאים רבים בתחום Interactive, Games and Communities.
- **תרגיל אמצע** – מצגת זוגית אשר מדגימה את נושא השיעור הקודם באמצעות אתר/חוויה/משחק לדוגמא.
- **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 ארבעה סטודנטים. 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 ה-Engagement- יישום של לפחות שניים מנושאי הקורס (שילמדו בין השיעור השני לשביעי) בהתאם לבעיות הרלוונטיות שנתקלתם בהם.
3. מודל עסקי – הצעת מודלים עסקיים ליצירת ערך ולהפיכת החוויה/קהילה לברת קיימא.

## הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

### ציון הקורס:

ציון הקורס מושתת על השתתפות בשיעורים, מצגת אמצע בזוגות ופרוייקט מסכם בקבוצות של ארבעה סטודנטים, כאשר הציון הסופי של הקורס ישוקלל לפי המפתח:

|      |                             |
|------|-----------------------------|
| 10%  | מצגת אמצע                   |
| 80%  | ציון פרויקט                 |
| 10%  | השתתפות פעילה בקורס ובפורום |
| 100% |                             |

מצגת אמצע- משיעור שלישי ועד שיעור שמיני, בתחילת כל שיעור יכינו שני זוגות של סטודנטים, כל זוג מצגת של 10-15 דקות שידגים לכיתה אתר/אפליקציה/חוויה/משחק/קהילה שמהווה דוגמא טובה לעקרונות/תיאוריה שנלמד בשיעור הקודם. הזוגות יירשמו מראש לשיעורים בטופס שישלח בשבוע הראשון.

ציון הפרוייקט- יורכב משלושה חלקים:

1. ציון קבוצתי על מצגות הפרוייקט (10%)
2. ציון קבוצתי על העבודה שהוגשה (60%) - ציון העבודה הוא קומבינציה של רמת המורכבות של הפרוייקט ורמת הביצוע של הפרוייקט.

3. ציון אישי (10%) – על רמת המעורבות והידע במפגשי הפרוייקט והבנת הפרוייקט כפי שבאה לידי ביטוי בהצגה.

השתתפות פעילה בקורס- אין להחסיר יותר משיעור אחד בסמסטר. הציון יקח בחשבון גם תרומה לדיונים בכיתה ובפורום.

### 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

בסימום 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 \*

| # | שאלות מרכזיות   | תיאוריות וכלים                     | ספרות מומלצת מחומר הקריאה                   | הגשת מטלות  |
|---|---|------------------------------------|---|---|
| 1 | מהו Engagement, מה חשיבותו ואיך נמדד?   | Engagement Surveys and Measurement | Attfield et al. 2011<br>O'Brien et al. 2018 |   |
| 2 | אלו גורמים ומוטיבציות משפיעות על השתתפות בחוויות אינטרקטיביות אונליין? מהן הבעיות האתיות העולות מעידוד השתתפות? | Motivations and Personals          | Ren et al. 2007<br>Weirtz and Ruyter 2007   | הגשת חברי הקבוצה לפרוייקט הסיכום + בחירת שבוע לפרוייקט האמצע (בזוגות) |
| 3 | מה היא "חוויה"? ואיך יוצרים אותה?   | Experience Economy<br>User Testing | Pine And Gilmore 1998                       |   |
| 4 | כיצד לתכנן חוויה משחקית כך שאנשים ירצו לחזור אליה? + הרצאת אורח   | Flow and Immersion Evaluation      | Jennet et al. 2008                          | הגשת שם- תיאור קצר החוויה/פרוייקט/קהילה                               |

|   |   |   |   |      |
|---|---|---|---|------|
|   | Nakamura & Csikszentmihalyi. 2014   |   |   |      |
| Organizational and Communal Commitment, Participation Ladders | Oestreicher-Singer & Zalmanson 2013<br>Preece and Schneiderman 2009               | Organizational and Communal Commitment, Participation Ladders | איך בונים מחויבות ונאמנות בקהילה וירטואלית לאורך זמן?   | 5    |
|   | Rose - The Art of Immersion 2012  | Freytag's Pyramid Storytelling Model                          | מה תפקידיו של הסיפור בחוויה? כיצד לספר סיפור מוצלח?   | 6    |
|   | Franke et al. 2010  | Co-Creation/ Co-Design Strategy                               | מה האפשרויות החדשות שנפתחות ליצירה ועיצוב שיתופי של חוויות? מה האתגרים בגישה השיתופית?              | 7    |
| הגשת שלב המחקר של העבודה                                      | Osterwalder & Pigneur 2010<br><br>Piskorski, Mikolaj Jan. A social strategy: 2014 | Business Model Canvas   | איך בונים מודל עסקי לחוויות אינטרקטיביות/קהילות וירטואליות ומה הן האופציות למונטיזציה? + הרצאת אורח | 8    |
|   |   |   | מפגשי הנחייה עם כל צוות (45 דקות פעם בשבועיים)  | 9-12 |
| הצגת הפרויקט  |   |   | הצגת מצגות פרויקטים   | 13   |

**\* 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) Franke, N., Schreier, M., & Kaiser, U. (2010). The "I designed it myself" effect in mass customization. *Management science*, 56(1), 125-140.
- 2) Nakamura, J., & Csikszentmihalyi, M. (2014). The concept of flow. In *Flow and the foundations of positive psychology* (pp. 239-263). Springer, Dordrecht.
- 3) O'Brien, Heather L., Paul Cairns, and Mark Hall. "A practical approach to measuring user engagement with the refined user engagement scale (UES) and new UES short form." *International Journal of Human-Computer Studies* 112 (2018): 28-39.
- 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) Osterwalder, Alexander, and Yves Pigneur. *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons, 2010.
- 6) Pine, B. Joseph, and James H. Gilmore. "Welcome to the experience economy." *Harvard business review* 76 (1998): 97-105.
- 7) Piskorski, Mikolaj Jan. *A social strategy: How we profit from social media*. Princeton University Press, 2014.
- 8) 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.
- 9) Wiertz, Caroline, and Ko de Ruyter. "Beyond the call of duty: Why customers contribute to firm-hosted commercial online communities." *Organization studies* 28.3 (2007): 347-376.

- 1) Attfield, S., Kazai, G., Lalmas, M., & Piwowarski, B. (2011). Towards a science of user engagement (position paper). In *WSDM workshop on user modelling for Web applications*
- 2) 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.
- 3) 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
- 4) Ren, Yuqing, Robert Kraut, and Sara Kiesler. "Applying common identity and bond theory to design of online communities." *Organization studies* 28.3 (2007): 377-408.

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