



אוניברסיטת תל אביב
TEL AVIV UNIVERSITY

סילבוס מפורט

שם הקורס

פרויקטים - התמודדות עם אתגרים אסטרטגיים ושיווקיים בעולם האמיתי

מרצה

אורי פז-מידן

סמסטר

סמסטר ב'

דרישות הקורס

תפוקת הקורס הינה מצגת לארגון הלקוח ודו"ח מפורט ומנומק התומך בהמלצות אסטרטגיה, מודל עסקי ו/או שיווק על פי האתגר, המוגדר בפני הסטודנטים
מספר דוגמאות לפרויקטים

- **פיתוח קו עסקים חדש על בסיס טכנולוגיה פורצת דרך** – הגדרת השוק, הצבעה ובחינה של יישומים, איתור הזדמנויות עסקיות וגיבוש אסטרטגיית חדירה.
- **הרחבת פעילות באמצעות טכנולוגיה** – חדירה לשווקים חדשים והרחבת פעילות באמצעות טכנולוגיה. גיבוש מתודולוגיה ליעול תהליכים, זיהוי חסמים וצווארי בקבוק, סיורים ומפגשי לקוחות, איתור והצבעה על פתרונות טכנולוגיים.
- **החדרת מוצר משלים בשווקים קיימים** – מיפוי מתחרים ולקוחות, בניית כלי מכירה והצעות ערך ללקוחות, בניית מודל עסקי חדשני וגיבוש אסטרטגיית חדירה.
- **הרחבה שיטתית של תוכנית החדשנות** – איתור זירות הפעילות בקרב לקוחות החברה, תיעודף על פי אסטרטגיה ארגונית, הגדרת KPIs לביצוע, תיעודף על פי פוטנציאל ומהירות חדירה ובנית מפת דרכים למימוש.
- **שווקים חדשים** – החדרת שירות קיים לעולם עסקים חדש. איתור Pain points, תהליך Ideation לאיתור יישומים חדשים, ניתוח שרשרת הערך לצורך איתור נקודות חדירה וגיבוש אסטרטגית ביצוע הנושאים יקבעו ע"י החברה וצוות הסטודנטים באישור המרצה.

הדו"ח המסכם

- דוגמאות הפרויקטים, המוצגות להלן, והפרויקטים הנוספים, שונים אלה מאלה. יחד עם זאת, המכנה המשותף ביניהם הינו הרלוונטיות הארגונית של כל אחד מהאתגרים.
- מטרת הדו"ח המסכם להציג לחברה מסלול קבלת החלטות, בחינה של כוונת פעולה אפשריים, סקירה של שווקים חדשים, הגדלת ביקושים ועוד. הנושאים והדו"ח המסכם יוגדרו במשותף עם החברה, הסטודנטים והמרצה.
- הדו"ח המסכם יכתב באוריינטציה עסקית אופרטיבית, על פי היעדים שיוגדרו בתחילת התהליך במשותף עם החברה.
- ההערכה היא שהסטודנטים ישקיעו כ 4 – 6 שעות עבודה שבועיות בפרויקט לאורך הקורס. שעות אלו יוקדשו לאיסוף מידע, ניתוח, פגישות עבודה והכנת מצגות ודו"חות.



סילבוס מפורט

הרכב הציון הסופי

גודל קבוצה/ הערות	מטלה	אחוז
5-3 סטודנטים בכל קבוצה כולל מינוי ראש קבוצה	גישת הסטודנט לאורך התהליך (מעורבות, תרומה לפרויקט הסופי, עבודת צוות)	30%
	הערכת התרומה הסופית של העבודה לחברה (כולל חוות דעת החברה)	50%
	איכות המצגת והדו"ח הסופי	20%

עפ"י תקנון האוניברסיטה תלמיד חייב להיות נוכח בכל השיעורים. בקורס ספציפי זה, מהיותו אינטגרטיבי ומעשי, תחול חובת נוכחות בשיעורים פרונטליים, שיתקיימו בחלק מימי השישי המיועדים לקורס, במפגשים צוותיים לצורך הנחיה (יקבעו בין המרצים לתלמידים לאורך הסמסטר) ובמפגשים עם החברה עבורה נעשה הפרויקט.

מבנה הקורס

תאריך / מס' שיעור	נושא השיעור ותכני השיעור (מטלות, רשימת קריאה, משימות וכיו"ב)
1	<ul style="list-style-type: none"> - הצגת דרישות הקורס - גיבוש סופי של הקבוצות - הצגת פרויקטים וחלוקתם בין הקבוצות - הצגת התפיסה המנחה את הקורס <p>בין המפגש הראשון והשני יקיימו הסטודנטים פגישה ראשונה עם החברות (תידרשנה לפחות שלוש פגישות עם החברות לאורך הקורס)</p>
2-3	הצגת הבעיות העיקריות עימן הפרויקט אמור יתמודד וניסוח טיוטת תוכנית עבודה ראשונית דיון עם הצוותים על דרכים אפשריות להתמודדות עם הבעיות
4	הגשת ניתוח מצב ראשוני וכיווני פעולה אפשריים
5-9	ביצוע הפרויקט תוך פגישות יעוץ ודיווח שוטפות עם המרצה ועוזרי ההוראה
10	הצגת טיוטה של התוכנית הסופית
11-12	ביצוע הפרויקט תוך פגישות יעוץ ודיווח שוטפות עם המרצה ועוזרי ההוראה (המשך)
13	הצגת מצגת מסכמת השלמות והגשת דו"ח מסכם



TEL AVIV אוניברסיטת תל אביב
UNIVERSITY תל אביב

סילבוס מפורט

קריאת חובה

[James C. Anderson](#) ,

[James A. Narus](#) **Business Market Management: Understanding, Creating and Delivering**

Value, Pearson (BMM)

1-3, 5-7, 8-10 לקריאה פרקים

קריאת רשות

Phil Fernandez, [Revenue Disruption](#), Wiley, 2012

Steven Gary Blank (2005) [The Four Steps to the Epiphany](#): Successful Strategies for Products that Win

Scott D. Anthony, Mark W. Johnson, Joseph V. Sinfield, Elizabeth J. Altman [Principles and Patterns of Disruptive Innovation](#)

Geoffrey Moore, Crossing the Chasm: [Marketing and Selling High-Tech Products to Mainstream Customers](#)

הערות