



בית הספר למוסמכים במינהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי

תואר שני

1264.3227.01-בניית אפליקציות הלכה למעשה

Digital App Characterization

(דרישות קדם: אין)

(דרישות מקבילות: אין)

סמסטר א מחצית ראשונה – תשפ"ג

קבוצה	יום בשבוע	שעה	כיתה	מרצה	דואר אלקטרוני	טלפון
01	א	18:45-21:30		אורי אדמון	uri.admon@gmail.com	0544813000

מרצה: מר אורי אדמון uri.admon@gmail.com 054-4813000

עוזר הוראה: מר אמיר גלבע gilredbox@gmail.com 052-2303066

היקף הלימודים

1 י"ס

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 במוצרים דיגיטליים (תוכן ואפליקציות) בעולם המקוון. לאורך הקורס נחקור את ההיבטים התיאורטיים והמעשיים הקריטיים של אפיון, עיצוב, שיווק והפעלה של מוצרים אלה. במהלך הקורס נציג וננתח מגוון פלטפורמות, שירותים, ומוצרים מקוונים מאספקטים שונים. נסביר ונתרגל אפיון מוצרים, ויישום המתודולוגיה בזירה הדיגיטלית. לבסוף, נבצע בקבוצות פרויקט אפיון ובניית דמו של מוצר/שירות דיגיטלי. הפרויקט יבוצע בקבוצות קטנות. בשיעור האחרון הפרויקט יוצג בכיתה; והעבודה תידון בכיתה.

מוצרים דיגיטליים (המכונים גם מוצרים בלתי מוחשיים דיגיטליים) הפכו ליסוד מרכזי בחיינו. סרטים, שירים, משחקים, בלוגים, פורומים ומגוון רחב של יישומים נצרכים ומוצגים היום על גבי מספר מסכים. הטלפון החכם היה game changer מבחינה זו, ויצר דרך חדשה לחוות את המציאות.

מהפכת הניידות, שהחלה את ביום בו סוני השיקה את הווקמן הצהוב שלהם, שאפשרה לנו לקחת את המוסיקה שלנו איתנו לכל מקום, התרחבה עם הופעת הטלפון החכם על מגוון האפליקציות שעליו ושינתה את הדרך בה אנו מתפקדים ומתקשרים עם העולם סביבנו.

תפוקות למידה

עם סיום הקורס הסטודנט:

1. יקבל מבט רחב ומעמיק על מגוון פלטפורמות דיגיטליות וניידות.
2. יוכל להבין ולנתח אפליקציות מובילות מתחומים שונים (חברתי, גיימינג, הימורים, פרודוקטיביות, ועוד)
3. יוכל להבין את מודל התמחור וההפצה בערוצי הדיגיטל השונים.
4. יוכל לבצע אפיון אפליקציה דיגיטלית.
5. יוכל להגדיר אסטרטגיות Go-to-Market, שיווק ותמחור לאפליקציה דיגיטלית.

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

אחוז	מטלה	תאריך	גודל קבוצה/ הערות
20%	ניתוח עיצוב אפליקציה קיימת	מחצית	אישי
40%	מסמך אפיון אפליקציה ועסק דיגיטלי	שיעור אחרון	קבוצות של 3-4 חברים
20%	מצגת של פרויקט האפיון	שיעור אחרון	קבוצות של 3-4 חברים
20%	בניית דמו והצגתו	לאורך הסמסטר; הצגה בשיעור האחרון	קבוצות של 3-4 חברים

* במהלך הקורס יש הגשת חובה של 3 מטלות ביניים, שמהוות תשתית למסמך האפיון הסופי.

* תלמיד, הנעדר משיעור המחייב השתתפות פעילה או שלא השתתף באורח פעיל, רשאי המורה להודיע למזכירות כי יש למחוק את שמו מרשימת המשתתפים. (התלמיד יחויב בתשלום בגין קורס זה)

פירוט המטלות בקורס

1. מטלה אישית: ניתוח מושגי יסוד מעולם המוצרים הדיגיטליים - משימת הגשה שבועית בשבועות הראשונים של הקורס, בהתאם להנחיות.
2. מטלה קבוצתית: הגשות ביניים של אפיון מוצר דיגיטלי. כל קבוצה תבחר מוצר (שירות) דיגיטלי, שהיא מעוניינת להביא לשוק (הפרויקט). מטלות הביניים יידרשו מהצוותים לכסות היבטים שונים של אותו מוצר דיגיטלי והעסק הבנוי עליו, כולל: ניתוח הזירה הרלוונטית, מתחרים, קהל יעד; הגדרת חווית המשתמש, הגדרת המודל העסקי, המודל המסחרי ותוכנית Go-to-Market.
3. הצגת הפרויקט בכתה – כולל הצגת דמו של המוצר והצגת עקרי מסמך האפיון

כל אי עמידה במי ממטלות הקורס מחיבת הודעה מראש (במייל) למתרגל/ת הקורס

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. בהתאם לכך, ממוצע הציונים בקורס (שהוא קורס ליבה) יהיה בטווח בין 78 ל-82. מידע נוסף בנושא זה מתפרסם בהרחבה באתר הפקולטה [לתקנוני מדיניות שמירת טווח ציונים](#)

הערכת הקורס ע"י הסטודנטים

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

אתר הקורס

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

שקפי הקורס, חוברת התרגילים ופתרונות התרגילים, מבחנים לדוגמה וחומר עזר נוסף יופיעו באתר הקורס. לתשומת לבכם - בכיתה ידונו גם נושאים (ובפרט דוגמאות) שאינם מופיעים בשקפים או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הינם חלק בלתי נפרד מחומר הקורס.

תכנית הקורס *

שיעור	נושאים	קריאת חובה	הערות
1-2	סקירת פלטפורמות		
3-4	מחשב לעומת נייד		
5-6	שימושיות לעומת בידור		
7-8	ניתוח אפליקציות מתחומים בולטים (חברתי, משחק, הימורים, פרודוקטיביות, ..)		
9-10	מודלים וערוצים להפצה		
11-12	ניהול מוצר		
13-14	אסטרטגיות שוק, שיווק ותמחור		

*התכנית הינה בסיס לשינויים.

במהלך החלק הראשון של הקורס, נעסוק בהיבטים התיאוריים של אפיון מוצר דיגיטלי ונערך דיונים, תוך ניתוח מספר מוצרים, שירותים ובלוגים המובילים. במהלך החלק השני נעבוד בקבוצות קטנות ליצירת פרויקט אפיון מוצר. האפיון יוגש כמטלת הגמר של הקורס, כולל דמו ומסמך אפיון; העבודה תוצג בפני הכיתה גם במרתון מצגות מוצר. כלים מומלצים לבניית דמו: [Figma](#); [InVision](#); [Balsamiq](#)... או כל כלי אחר שהצוות ימצא לנכון.

קריאת חובה

Textbooks

- Thinking Fast and Slow - Daniel Kahneman 2011
Kahneman exposes the extraordinary capabilities—and also the faults and biases—of fast thinking, and reveals the pervasive influence of intuitive impressions on our thoughts and behavior
<http://www.amazon.com/Thinking-Fast-Slow-Daniel-Kahneman/dp/0374275637>
- Do More Faster – Brad Feld, David Cohen 2010
Practical advice from some of today's top early-stage investors and entrepreneurs
http://www.amazon.com/s/ref=nb_sb_ss_i_0_8/180-0328155-8215370?url=search-alias%3Dstripbooks&field-keywords=do+more+faster&srefix=do+more+
- The Singularity is Near, Ray Kurzweil 2005
The great inventor and futurist Ray Kurzweil is one of the best-known and most controversial advocates of the role of machines in the future of humanity. In his thrilling foray into the future, he envisions an event – the “singularity” – in which technological change becomes so rapid and so profound that our bodies and brains will merge with our machines.
<http://www.singularity.com/>

קריאת רשות

Blogs + Websites

- Techcrunch.com; Gigaom.com; Mashable.com; Quora.com; Wired.com; Etsy.com; Twitter.com