

בית הספר למוסמכים במינהל עסקים ע"ש ליאון רקנאטי

פרויקט: מייזמים מקוריים

Project: Original Start Up

סמסטר ב' – תשפ"ג

קבוצה	יום בשבוע	שעה	תאריך בחינה	מרצה	דואר אלקטרוני	טלפון
	א'	ערב	אין בחינה	דרור גלס	dglass@netvision.net.il	054-6308207

הנחיית קבוצות פרויקט / עוזר הוראה : ג'וש שר josh@israelsecondary.com 058-4044224

היקף הלימודים

2 י"ס

ECTS – 1 י"ס = 4 ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System), ערך הניקוד של הקורס במוסדות להשכלה גבוהה בעולם שהינם חלק מ"תהליך בולוניה".

תיאור הקורס

לרבים יש רעיונות למיזמים עסקיים אבל רק מעטים מצליחים לממש את הרעיון ולהפכו למיזם עסקי. היזמים עומלים קשה על פיתוח הרעיון, לימוד שוק היעד ובניית הצוות. הדרך למיזם מצליח הינה אינספור מצגות, למשקיעים, עובדים, לקוחות, שותפים פוטנציאליים וכו'. כל משקיע נחשף ליזמים ומצגות רבות, כולם חכמים, חדשניים, ומשניי עולם. לך יש זמן קצוב כשמיד לאחריו, המשקיע החשוב והמאוד עסוק ממשיך לפגישה הבאה, לשכנע אותו שכדאי לו להמשיך איתכם לשלב הבא ולהשקיע את מיטב כספו במיזם הייחודי שלכם. אתם מנוסים, בקיאים, ישרים ואיתכם הכסף שלו יעשה תשואה פנומנלית, בדרך תעשו טוב לעולם ויהיה ממש כיף.....

מטרת הסמינר היישומי הינה לספק כלים, ידע והתנסות מעשית בנייתו הזדמנות יזמית מקורית להקמת מיזם, בניית מצגת והצגתה בפני משקיעים פוטנציאליים. תהליך הפרויקט יכלול לימוד והעמקה בפרקים השונים הנדרשים לתכנון מיזם ובניית מצגת המשקיעים, לרבות:

- (a) אפיון הבעיה / הצורך / הפער
- (b) אפיון הלקוח והצעת הערך
- (c) אפיון הפתרון / המוצר
- (d) ניתוח שוק היעד והסביבה התחרותית
- (e) הערכת פוטנציאל שוק היעד
- (f) תכנון מודל העסקי
- (g) בחינת הרעיון ועקרונות המיזם מול גורמי תעשייה / שוק רלוונטיים
- (h) בניית תוכנית למימוש שלבי המיזם הראשונים וצרכי המימון הנגזרים

(i) בניית מצגת משקיעים המתכללת את הנ"ל.

(j) הצגת המצגת

(k) יצירת חומרים נלווים

צוותים שיבחרו יוכלו להגיש את המיזם לתחרות המיזמים של קולר בפקולטה (אין כל הבטחה להתקבל לתחרות והקבלה היא באחריותכם הבלעדית....).

תפוקות למידה

תפוקות קורס זה הינן:

1. לימוד והתנסות בשלבים והפרקים השונים בתכנון מייזם חדשני.
2. בניית מצגת משקיעים וחומרים נלווים.
3. הצגת המצגת לתלמידי הכיתה ומשקיעים פוטנציאלים.
4. סטודנטים שיבחרו לעשות כך יוכלו להגיש את המיזם לתחרות המיזמים קולר של הפקולטה.

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציין

אחוז	מטלה	גודל קבוצה/ הערות
15%	משימה 1- הצגת המיזם (שני עמודים) - הבעיה, הפתרון המוצע, תאור ראשוני של שוק היעד והסביבה התחרותית, הסיבה לבחירה והצוות	עבודה בקבוצות של 3 סטודנטים על כל חברי הקבוצה לקחת חלק בהכנת המסמך והצגתו. המצגות יוצגו במחצית הראשונה של הסמינר.
25%	משימה 2- הצגת שוק היעד, הסביבה התחרותית והמודל העסקי - הגדרת שוק היעד, תאור הדינמיקה הייחודית בשוק, תאור מפורט של כשל השוק עליו אתם רוצים לענות, ניתוח הסביבה התחרותית, מתחרים ישירים ועקיפים, הערכת גודלו של השוק בדולרים ושעורי צמיחה, שותפים פוטנציאלים, הגדרת המודל העסקי ובניית תחזית הכנסות והוצאות.	משימה אישית שתחולק בין חברי הצוות.
35%	משימה 3- מצגת משקיעים סופית כוללת נספחים מפורטים	עבודה בקבוצות של 3 איש. המצגות יוצגו בשני המפגשים האחרונים
15%	משימה 4- One Pager (שני עמודים 10%) ופסקת מייל להצגת המיזם (5%)	עבודה בקבוצות של 3 איש
10%	השתתפות פעילה בשעורים ונוכחות בהנחיית הקבוצות	אישי

* יתכן עדכון במשקלות ההערכה, מידע יימסר על כך בשיעור הראשון.

* עפ"י תקנון האוניברסיטה תלמיד חייב להיות נוכח בכל השיעורים.

פירוט המטלות בקורס

שפת הקורס: הקורס יועבר בשפה העברית, ההרצאות של ג'וש שר ינתנו באנגלית, כל חומרי הקורס הינם בשפה האנגלית.

כל חובות ההגשה בסמינר יוגשו בשפה האנגלית בלבד.

שקפי המצגת, הנספחים, ONE PAGER ופסקת המייל יכתבו באנגלית בלבד.

המצגות בכיתה יוצגו באנגלית בלבד.

נוכחות: הסמינר כולל עבודה קבוצתית המבוססת על חומר המועבר בכיתה, ולכן, תלמידים שלא ייטלו חלק בהרצאות הראשונות ולא יצטוו לקבוצה עד מועד שיקבע ימחקו אוטומטית מהסמינר.

מטלות: המטלות בקורס הן בחלקן קבוצתיות ובחלקן אישיות. הכיתה תתחלק לקבוצות של 2-3 סטודנטים. כל קבוצה תקבל אישור למיזם שעליו תעבוד במהלך הסמינר. סטודנטים שאין להם רעיון או צוות יצוו לקבוצות בסמינר לשיקול דעתו של המרצה.

דו"ח ראשוני המצגת הסופית והנספחים: יוגשו כקבוצה וכל חברי הקבוצה יקבלו ציון זהה.

הצגת שוק היעד, הסיביבה התחרותית והמודל העסקי: יחולקו בין חברי הקבוצה והציון עבור כל חלק הינו אישי.

הקבוצות יקבלו הנחיה מצוות הקורס במפגשים שוטפים בעת ביצוע המטלות, ויצוג תוצאות ביניים בפורום שיקבע.

בשני השעורים האחרונים של הקורס יוצגו המצגות בפני משקיעים פוטנציאליים.

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.

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. (לצורך תיאום מועדיי הגשת המטלות למשל).

שקפי הסמינר יהיו באתר הקורס באתר.

לתשומת לבכם - בכיתה ידונו גם נושאים (ובפרט דוגמאות) שאינם בהכרח מופיעים בשקפים או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הינם חלק בלתי נפרד מחומר הסמינר.

#	תאריך	תוכנית הקורס
1	26 פבר 23	הכרות ומבוא להצגת המיזם למשקיעים
2	5 מרץ 23	סוגיות נבחרות ביצוע מחקר שוק – שאל זהר
3	12 מרץ 23	מפגשים אישיים עם הקבוצות להגדרת ואישור הקבוצה והמיזם
4	19 מרץ 23	מפגשים אישיים עם הקבוצות להגדרת ואישור הקבוצה והמיזם
5	26 מרץ 23	הצגת המיזמים השונים בפני הכיתה
6	2 אפר 23	Cap Table & SaaS KPIs – ג'וש שר
7	16 אפר 23	Business Model and Forecasting – אווה הובשמן
8	30 אפר 23	עקרונות בניית והצגת פרזנטציה אפקטיבית
9	7 מאי 23	בניית מיזם עסקי באמצעות רשתות חברתיות – יעל וינר
10	14 מאי 23	מודלים עסקיים לדוגמא של חברות טכנולוגיה
11	21 מאי 23	מפגשים אישיים עם הקבוצות לפני הצגה בכיתה
12	28 מאי 23	מפגשים אישיים עם הקבוצות לפני הצגה בכיתה
13	4 ביוני 23	הצגת המיזמים בכיתה בפני פאנל משקיעים פוטנציאליים
14	11 יוני 23	הצגת המיזמים בכיתה בפני פאנל משקיעים פוטנציאליים
15	18 יוני 23	הגשה סופית

המפגשים הראשונים יוקדשו ללימוד הידע הרלוונטי והיכרות עם המחקרים אשר יהוו בסיס לביצוע הפרויקט.

- התוכנית הנ"ל כפופה לשינויים.

אתיקה אקדמית

צוות המרצים בקורס מצפים מהסטודנטים לרמה גבוהה של אתיקה אקדמית. הערכת הסטודנט נעשית באופן מלא על בסיס הנחת בסיס שכל אחד מהסטודנטים פעם באופן אתי על פי המטלות הנדרשות בקורס.

As a group, please provide, on no more than 2 pages, an overview of your venture including team members and their background.

Please explain the market, the issue you are trying to solve, your suggested solution and why the group has the qualification to solve it. Provide also an initial estimate in US dollars of the addressable market (TAM). The TAM calculation should be conducted in top down or/and bottom up estimation methodology with references to sources used.

Please provide initial overview of the market dynamics and competitive landscape.

משימה 2 - מחקר שוק והסביבה התחרותית

This task will be conducted as individual assignment – each group member will be responsible for one of the following subsegments of this assignment:

- 1) Market analysis – The member will be required to:
 - a. Define the broader target market and relevant market dynamics. Why have you elected this market to try and disrupt? What is broken today? Does your solution require a shift in how the market will operate (will you require an entire new method of operations) – why will participants consider this shift? To what extent will you need to focus on market education and how will it impact your go-to-market. Please include information on the initial subsector of your target market that your company will focus on in your go-to-market process
 - b. Provide a detailed analysis of the TAM in a top down AND bottom-up methodology. Provide 3 year growth rates and forecasts.
- 2) Competitive Environment:
 - a. Provide a detailed analysis of the competitive landscape including direct and indirect competitors (companies that may have similar solutions – companies that are addressing a similar pain point from a different angle). Provide information on the size and maturity of the competitors (revenue, head count, private vs public, investors, dollars raised).
 - b. What are major differentiators with what your solution will be vs the competition. Provide a rating mechanism to indicate who poses greatest threat to your idea. Please include those that may pose a threat in the future but may not operate in the space today (companies well positioned to enter the market).
 - c. Provide information on potential partners for your business and the strategic value to all stakeholders (you, Partner, clients – others)
- 3) Business model:
 - a. Describe the business model and the pricing strategy you have decided. Why have you decided on this strategy? Does it differ from existing solutions in the market? Elaborate if there is a difference to existing models used in the industry.
 - b. Build a 3-year financial projections model including: ARR (if relevant), revenue, COGS (provide information on COGS components), Operating Expenses. Please exclude any non-cash expenses. The model should ultimately project cash flows. Please exclude Stock=Based Compensation.
 - c. Provide information on how much capital you are looking to raise – your businesses uses of capital - how many months of runway it provides you, when you will need to raise capital next – and what milestones do you need to hit to allow you to raise your next funding round?
 - d. Please determind the valuation of your company in whichever means you see fit. Provide, pre-money expectations from a VC, capital raised and Post-money.

Please prepare an investors presentation that each team will present to the class in our last 2 meetings. The presentation should be no longer than 20 slides of content and incorporate all of the relevant findings in prior assignments and should be presented in a palatable and creative ways.

The presentation should include slides on:

- a) the team
- b) the problem
- c) the solution
- d) Market dynamics including
 - market size (+calculations)
 - competitors
 - Competitive advantage
- e) The business model
- f) Product roadmap, timeline + broader company vision
- g) Go-to-market plan (including sub sectors to initially target, sales motion and strategy, potential channels and strategic partners)
- h) Fundraising plan (including how much \$ you want to raise – runway the fundraising will provide – uses of capital – milestones to reach prior to next capital raise (if next capital raise is relevant))