



"הקבץ יזמות ומנהיגות יצירתית".

שם הקורס: עיצוב אסטרטגי

שם לועזי: Strategic Design

מספר הקורס: 1200101

שם המרצה: צחי טולדו, איתי נוף

היקף הקורס: 4 שעות שבועיות

נקודות זכות: 4

סוג הקורס: סטודיו

שנת הלימודים: תש"ף

פרטי הקורס: סמסטר ב', יום ג' 14:00-18:00

דרישות קדם: N / A

תמצית הקורס ומטרותיו: קורס עיצוב אסטרטגי

עיצוב אסטרטגי הנה גישה מוכחת ליצירה של מוצרים, שירותים, חוויות ועסקים חדשניים באמצעות יישום של עקרונות חשיבה עיצובית.

הקורס מספק היכרות עם גישת העיצוב האסטרטגי, ששמה את האדם במרכז, ומקנה כלים לעבודה ולחשיבה יצירתית סביב פתרון אתגרים עסקיים, חשיפה למקרי בוחן, וסדנאות להתנסות פעילה במתודולוגיות שיילמדו.

- עיצוב עסקי (Business Design): עיצוב של הצעות ערך ומודלים עסקיים שמספקים מענה לצרכים של אנשים ושל עסקים במטרה לייצר פתרונות משמעותיים ברי-קיימא.
- עיצוב שירות (Service Design): עיצוב חוויות לקוח בהסתכלות רב-ערוצית שמספקת מענה למגוון משתמשים, בכל נקודות המגע, עם התייחסות לדרישות יישום.
- עיצוב ארגוני (Organization Design): עיצוב של תהליכי עבודה, מודלים ארגוניים, סביבת עבודה, אפיון מערכות, חוויות העובד, תרבות ו-DNA תוך שימוש במתודולוגיות של עיצוב ששמות את האדם (העובד) במרכז.

תוצרי הלמידה של הקורס:

עם סיום הקורס בהצלחה יוכל הסטודנט:
להוביל תהליכי עבודה ופריקטים של עיצוב חדשנות עסקית ושימוש בכלים של חשיבה עיצובית לפתרון בעיות ופיתוח של פתרונות.

מבנה הקורס:

שיעור	נושא	נושאי הלימוד	קריאה
1	<i>Strategic Design intro</i>	הערך של עיצוב לארגונים התפתחות הדיסיפלינה של עיצוב אסטרטגי עקרונות יסוד בחשיבה עיצובית	https://hbr.org/2015/09/design-thinking-comes-of-age https://medium.com/@szczpanks/design-thinking-where-it-came-from-and-the-type-of-people-who-made-it-all-happen-dc3a05411e53
2	<i>Challenge definition</i>	הגדרה נכונה של בריף ויעד אסטרטגי הגדרת מדדים להצלחה וחיזוי חסמים שימוש במתודולוגיות של Challenge mapping, 5 whys, pre-mortem.	https://medium.com/productmanagement101/learn-about-the-five-whys-technique-78283d75800f
3	<i>Design Research</i>	גישה של Human centred design שימוש במתודולוגיות של תצפיות, ראיונות עומק, מחקר השראתי חוצה קטגוריה, Secret shopper, פרסונות והגדרת תובנות.	
4	<i>Journey mapping</i>	מיפוי מסעות לקוח זיהוי נקודות מכאוב מיפוי מסע רגשי זיהוי תובנות כנגד המסע לקוח	
5	<i>Business Design</i>	הבנת הקונטקסט העסקי של האתגר ומיפוי אזורי הזדמנויות. שימוש במתודולוגיות של Category dynamics, market sizing, competitive audit, Positioning map.	



	קבוצות הסטודנטים יציגו את אזורי ההזדמנויות שהם פיתחו יחד עם התובנות שעלו מתוך מתודולוגיות המחקר השונות.	הגשת ביניים - תובנות והזדמנויות	6
	רעיונות ופיתוח הצעות ערך ראשוניות ותעדופם. שימוש במתודולוגיות של HMW, Brand takeover, Impact/feasibility matrix.	Commercial creativity	7
Business Model Generation by Osterwalder and Pigneur	הבנה של מודלים עסקיים. פיתוח וניסוח של הצעות ערך שימוש במתודולוגיות לאיטרציה על מודלים עסקיים - Business model canvas	Business model innovation	8
	פיתוח מסעות לקוח עתידיים ויזואליזציה של חווית לקוח Service Blueprint	Service Design	9
	שימוש בפרוטוטיפ ככלי עיצובי לאישוש/שלילה של היפותזות. מתודולוגיות של Co-creation עם משתמשים ובעלי עניין בארגון ומנגנונים של פידבק ואיטרציה.	Prototype design	10
	מרעיון למציאות - תהליכי עיצוב מפורט של מוצרים/שרותים/חוויות. שיתוף פעולה עם גורמי פיתוח, שיווק רגולציה וכדמ'.	Experience design	11
https://academy.nobl.io/organizational-design/	הטמעה ושינוי ארגוני כחלק מרכזי בהצלחה של פיתוח מוצרים. עיצוב ארגוני כנדבך ב- Service Design	Organisation Design	12
	תובנות מרכזיות אזורי הזדמנות מודל עסקי Service Blueprint דרישות ליישום	הגשה סופית	13

נהלי נוכחות:

נוכחות חובה

מטלות הסטודנט במהלך הקורס:

במסגרת הקורס נדרשת נוכחות והשתתפות פעילה בשיעורים, קריאת חומר רקע לשיעורים, הכנת עבודה קבוצתית, ועבודה מסכמת של החומר בתום הקורס. (הנחיות להכנת העבודה והמצגת הקבוצתית ימסרו בנפרד).

מטרת העבודה היא יישום בפועל של הכלים והמתודולוגיות הנלמדים בקורס.

הרכב הציון:

אחוז	מטלה	תאריך	גודל קבוצה/ הערות
40%	מעורבות פעילה בשיעורים, בתרגילי הכיתה ותרומה לשיח		
20%	הגשת ביניים		4-5 משתתפים בקבוצה
40%	הגשה סופית		4-5 משתתפים בקבוצה

ביבליוגרפיה:

1. Berger, W. (2010) *CAD Monkeys, Dinosaur Babies, and T-Shaped People: Inside the World of Design Thinking and How It Can Spark Creativity and Innovation*. Penguin Books.
2. Brown, T. (2009) *Change By Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. HarperCollins
3. Schneider, J. (2011), *This is Service Design Thinking: Basics-Tools-Cases*. BIS Publishers.
4. Osterwalder and Pigneur (2010), *Business Model Generation*. Chichester, United Kingdom

קריאת רשות

1. Kimbell, L. (2015), *The Service Innovation Handbook: Action-oriented Creative Thinking Toolkit for Service Organizations*. BIS Publishers.
2. Penin, L. (2018), *An Introduction to Service Design: Designing the Invisible*. Bloomsbury.
3. Schneider, J. Lawrence, A. Hormess, M.E. Stickdorn, M. (2018) *This Is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World*. O'Reilly Media, Inc.
4. Pinheiro, T. (2014), *The Service Startup: Design Thinking gets Lean: A practical guide to Service Design Sprint*, 4th Edition. Eise.