

קורס "ניהול מוצר הלכה למעשה" (Product Management)

14 שיעורים שבועיים

בימי רביעי בין 16:30-19:30.

בהנחיית ברוך דויטש, בפקולטה להנדסה אוניברסיטת ת"א

ניהול מוצר הינו המפתח להצלחת חברות בכלל, וחברות טכנולוגיה בפרט. מנהל המוצר (Product Manager - PM) נושא באחריות למגוון רחב של פעילויות, החל משלבי הגדרת המוצר, וכלה בהגדרת המיצוב התחרותי ובניית המסרים לקהל הלקוחות. מנהל המוצר נדרש לשתף פעולה עם גורמים רבים בתוך הארגון, בתוכם קבוצות הפיתוח, הייצור, מחלקת הכספים, ארגון המכירות והנהלת החברה – ומכאן נובע הכינוי "מנכ"ל המוצר" שדבק בתפקיד. חלק ניכר מהכישורים הנדרשים לביצוע המשימות החשובות בתחום הזה "נלמדים תוך כדי עשייה". מטרת הקורס הזה היא להעביר למשתתפים את העקרונות של ניהול המוצר, ולשתף אותם בלקחים שנלמדו דרך ניסיון של שנים בתחום.

הקורס יינתן בשפה העברית, אבל מערכת המושגים, חומרי ההדרכה, והביבליוגרפיה יינתנו באנגלית.

הנושאים שיילמדו במהלך הקורס:

• מבוא לעולם השיווק	• בנייה והפצת מסרים שיווקיים
• תפקידי השונים של מנהל המוצר	• השימוש בשיווק דיגיטלי
• הבנת צרכי לקוחות	• מיצוב וטקטיקות תחרותיות
• הגדרת דרישות מוצר	• התנהלות מול לקוחות
• בניית מודלים עסקיים	• פיתוח ערוצי שיווק
• שיתוף פעולה עם גופי הפיתוח	• בנית שותפויות אסטרטגיות
• עבודה מול ארגוני מכירות	• ראייה כוללת של ניהול מוצר

מבנה ודרישות הקורס

מפגשים: 14 מפגשים בימי רביעי בין השעות 16:30-19:30

דרישות קדם: סיום תואר ראשון ומעלה במוסד אקדמי מוכר (הכרחי) ניסיון של 3 שנים לפחות בעבודה בתעשייה (הכרחי) הערה: מועמדים שלא ענו לקריטריונים הללו יוכלו להשתתף בקורס רק לאחר ראיון אישי וקבלת אישור ממרצה הקורס.

מטרות הקורס: הכרת תחומי הפעילות והכלים המקצועיים הקשורים לתפקידו של מנהל מוצר. בסיום הקורס הסטודנט יבין את תפקיד מנהל המוצר, כולל תהליכי עבודה מול קבוצות הפיתוח, ארגון המכירות והשוק עצמו. הקורס ילווה בדוגמאות מעשיות מעולמו של מנהל מוצר, והסטודנטים יתרגלו את העקרונות והכלים שנלמדו על מוצרים לדוגמא.

קהל היעד: עובדי הייטק (אנשי פיתוח, תמיכה טכנית, בקרת איכות, וכו') המתעניינים בניהול מוצר ושוקלים להשתלב בתחום. או מנהלי מוצר מתחילים (עד 3 שנים בתפקיד) השואפים לפתח את הידע בתחום. מועמדים בעלי רקע/ניסיון אחר מתבקשים לפנות למרצה הקורס לפני הרשמה.

מהלך המפגש: הרצאה פרונטאלית, העלאת נושאים לשיחה עם הסטודנטים, דיון בדוגמאות ותרגול בקבוצות. (משתתף שלא יוכל להגיע למפגש מסוים, יורשה להשתתף בזום – בתיאום מראש). לקראת כל מפגש תופץ רשימת מאמרים רלוונטית לנושא, והסטודנטים יתבקשו לעיין בהם. במפגש האחרון יתבקשו הסטודנטים למסור "מצגת מוצר" עליה יעבדו בקבוצות במהלך הקורס.

דרישות הקורס: (1) נוכחות והשתתפות פעילה בהרצאות (מקסימום שתי החסרות) – 20% (2) הגשת תרגילים (4 לפחות) – 30% (3) ביצוע מוצלח של התרגיל המסכם – 50%

סילבוס הקורס

תוכן ההרצאה	שעות ההרצאה	שיעור
Course overview	16:30-19:30 6/3/2024	Lesson #1 What is Marketing
The role of marketing within a company		
Discuss group exercises & final presentation		
The various roles of a PM	16:30-19:30 13/3/2024	Lesson #2 The Role of a PM
Needed skills and experiences		
Paths to becoming a PM		
Market segments and customer types	16:30-19:30 20/3/2024	Lesson #3 Understanding Customers
How to gather customer needs		
Exercise #1: Analyzing customer needs		
Prioritizing features	16:30-19:30 27/3/2024	Lesson #4 Defining Products
Defining the User Experience (UX)		
Exercise #2: Capturing product requirements		
Profit & Loss (P&L) models	16:30-19:30 3/4/2024	Lesson #5 Business Models
Market sizing (TAM)		
Exercise #3: Building a product financial model		
The PM-ENG dynamics	16:30-19:30 10/4/2024	Lesson #6 Working with Engineers
Collaboration tools		
Soft Skills		
	17-24/4/2024	חופשת פסח
Sales process overview	16:30-19:30 1/5/2024	Lesson #7 Partnering with Sales
The PM-Sales dynamics		
Exercise #4: Simulating a sales process		
Communication channels	16:30-19:30 8/5/2024	Lesson #8 Spreading the Word
Messaging and Positioning		
Exercise #5: Creating product messaging		
Outbound marketing techniques	16:30-19:30 15/5/2024	Lesson #9 Digital Marketing
Digital Marketing tools		
Product Analytics		
Identifying your real competitors	16:30-19:30 22/5/2024	Lesson #10 Competitive Positioning
Competitive strategies and tactics		
Exercise #6: Building a competitive chart		
PM and customer interactions	16:30-19:30 29/5/2024	Lesson #11 Handling Customers
Building references		
Handling customer crisis		
What is GTM?	16:30-19:30 5/6/2024	Lesson #12 Go-To-Market Strategies
Overview of "routes to market"		
Exercise #7: building a GTM plan		

תוכן ההרצאה	שעות ההרצאה	מפגש
	12/6/2023	חופשת שבועות
Balancing short & long term needs	16:30-19:30 19/6/2023	Lesson #13 Product Roadmap
Building a viable roadmap		
Exercise #8: Build a product roadmap		
Final group presentations: session 1	16:30-19:30 26/6/2024	Lesson #14 Putting it All Together
Final group presentations: session 2		
Concluding remarks		

ביבליוגרפיה

- **The Lean Startup:** “How Today’s Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses”, Eric Ries, Crown Business, 2011 ISBN 9780307887894
- **Lean Analytics:** “Use Data to Build a Better Startup Faster”, Alistair Croll & Benjamin Yoskovitz, O’Reilly, 2013 ISBN 1449335675
- **Inspired:** “How To Create Products Customers Love”, Marty Cagan (Silicon Valley Product Group), Wiley, 2018 ISBN 1119387507
- **Crossing the Chasm:** Geoffrey Moore, Harper Business, 2014 ISBN 0060517123
- **Cracking the PM Interview:** “How to Land a Product Manager Job in Technology”, Gale Laakmann McDowell & Jackie Bavaro, CareerCup, 2013, ISBN 0984782818
- **Marketing Management:** Philip Kotler & Kevin Lane Kelner, Prentice Hall, 2005 ISBN 0131457578
- A list of blogs and articles for further reading will be provided after every session

על המרצה: ברוך דויטש

Baruch Deutsch is a hi-tech industry veteran, with over 25yrs of hands-on marketing experience. He worked 20yrs in Silicon Valley, California, where he held senior management positions at major corporations (e.g. Cisco Systems and Cadence Design Systems) and as a marketing lead at start-ups (3 of which were acquired). Currently Mr. Deutsch consults with hi-tech companies, serves as mentor at hi-tech accelerators, authors blogs and delivers professional talks. He traveled around the globe on business and for pleasure, and is fluent in both English and Hebrew. Mr. Deutsch has a BSEE and MSEE degrees in computer engineering, an MBA degree in Marketing and Finance, and a BA degree in Philosophy and History.

