

## סילבוס לקורס "ניתוח ארועים עסקיים"

### Business Case Study analysis

#### תיאור הקורס

ניתוח מקרי בוחן וסקירת ארועים עסקיים הינה אחת ממתודות הלימוד הנפוצות ביותר במנהל עסקים. הארועים העסקיים מאפשרים לנו לבחון מקרי בוחן בקרב חברות מתעשיות שונות בשוק, להבין את הסיטואציה העסקית המתוארת ולזהות את האתגרים המרכזיים אתן החברות מתמודדות בניהולן השוטף. הקורס יעסוק במתודולוגיות לניתוח ארועים עסקיים, בתהליכי העבודה היעילים שיש ליישם ובמודלים אסטרטגיים, המהווים כלי משמעותי בניתוח הארועים ובגיבוש החלופות המתאימות להתמודדות עם האתגרים שזוהו. במקביל לנושאים התיאורטיים שייסקרו, נתמקד גם בתהליך התכנון, עיצוב והעברת מצגת מקצועית של ניתוח ארוע עסקי.

הקורס מורכב משני שלבים עיקריים:

1. הרצאות תיאורטיות
2. סדנת Case Study Competition

כמו כן, הקורס יהווה תשתית הכנה לתחרות ה- JMCC (John Molson Case Competition) בקנדה. הסטודנטים שייצגו את האוניברסיטה בתחרות הבינלאומית ייבחרו על בסיס הצלחתם בקורס הנ"ל.

#### Course description

Case studies analysis is one of the most popular methods for "Business Management education". The case studies enable us to have a closer look at companies' business activity within different industries in the market, and identifying the significant challenges they are facing.

The course will address case analysis' methodologies, efficient work processes to be implemented, various strategic models and the essentials of planning, designing and delivering a professional case analysis presentation.

The course will consist of 2 significant parts:

1. Theoretical lectures
2. A case analysis workshop

Moreover, this course will serve as a preparation towards the JMCC (John Molson Case Competition) in Canada. The students who will represent the university in this international case competition will be chosen based on their achievements in the course.

#### קביעת הציון הסופי:

- 40% - הגשה והצגה של הארועים העסקיים שיתורגלו בסדנא
- 30% - עבודה סופית
- 30% - הגשה של עבודות הבית והשתתפות בכיתה

#### Evaluation:

- Case competitions 40%
- Final assignment 30%
- Class participation & Home assignments 30%

**Class participation & Assignments:**

Attendance is mandatory. Students are expected to contribute to the discussions and come prepared (required reading of case studies according to course plan). Students will be credited for class and home assignments and Class discussions contribution.

**Case competitions workshop:**

The workshop will be based on a series of "case competitions". Each competition will be between 2 teams of 4 students. Each team will get the case 3 hours before the competition, and prepare the case in those 3 hours in complete seclusion. Membership of the teams will be continually rotated.

The case competition evaluation for this workshop will be based upon the individual delivery of the case (each student will be responsible for a specific topic to deliver). More information will delivered when the course starts.

**Final Case Presentation:**

The final case will be based upon a case study, its analysis and presentation design. All students will be required to present methods, models and tools learned in the workshop.

**נושאי הקורס:**

1. שיטות קריאה וסקירה של ארועים עסקיים
2. תהליכי עבודה ונושאים מרכזיים אליהם יש להתייחס בניתוח ארוע עסקי
3. איתור נושאי המפתח, בעיות מהותיות, אתגרי השוק וסביבה תחרותית
4. ניתוח נתונים כמותיים ואיכותיים, והסקת מסקנות עסקיות רלוונטיות
5. מודלים אסטרטגיים קלאסיים
6. מודלים שיווקיים
7. גיבוש החלופות האסטרטגיות המתאימות לפתרון דילמה עסקית מוצגת
8. ניתוח ותיעדוף אלטרנטיבות
9. תכנון המצגת: רצף עסקי רציונאלי להצגת הנושאים
10. בנייה ועיצוב של מצגת מקצועית (שיעור בכיתת מחשבים)
11. כישורי פרזנטציה: הצגת מצגת ארוע עסקי בפני קהל היעד והתמודדות עם Q&A ואתגרים נוספים במהלך המצגת
12. בניית תוכנית שיווקית המתייחסת לכלל הכלים והערוצים השיווקיים (שיווק online ומסורתי)
13. בניית תוכנית יישום המתייחסת לחלופה המומלצת, הגורמים הרלוונטיים, וטווחי הזמן המתאימים. בחינת היכולת ליישם באופן אפקטיבי וממשי את עיקרי התוכנית תוך התייחסות למשמעויות כלכליות, מימוניות, ארגוניות וכו'

### **Course main subjects to address:**

1. Case studies' review & read methods
2. Introducing the efficient case analysis work process
3. Identifying key issues and mapping the business arena
4. Quantitative and qualitative analysis
5. Strategic models
6. Marketing models
7. Formulating the alternatives based on the analysis conclusions
8. Alternative analysis and prioritization
9. Planning a case study presentation
10. Designing essentials for a professional PPT
11. Presentation skills (Including coping with Q&A and other presentation challenges)
12. Formulating a marketing plan (Traditional and Online)
13. Formulating an implementation plan

### **Recommended readings:**

The mandatory readings of articles and case studies will be provided during the course and workshop

#### **General:**

1. Strategic Management Theory: An Integrated Approach by Garth Jones & Charles Hills
2. Applied Strategic Planning by Timothy N. Nolan ,Leonard D. Goodstein ,Jeanette Goodstein

#### **Plan:**

- "HBR Guide to Persuasive Presentations (Harvard Business Review Guides) "- by Nancy Duarte
  - **Amazon link:** [http://www.amazon.com/Persuasive-Presentations-Harvard-BusinessReview/dp/1422187101/ref=sr\\_1\\_1?s=books&ie=UTF8&qid=1372673379&sr=1-1&keywords=plan+presentation+course+study+guide](http://www.amazon.com/Persuasive-Presentations-Harvard-BusinessReview/dp/1422187101/ref=sr_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1372673379&sr=1-1&keywords=plan+presentation+course+study+guide)
- **Problem solving guides –internet sites:**
  - <http://managementhelp.org/personalproductivity/problem-solving.htm>
  - <http://www.the-happy-manager.com/problem-solving/>

### Design:

- "Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design"- by Garr Reynolds
  - Amazon link: [http://www.amazon.com/Presentation-Zen-Simple-Design-Delivery/dp/0321525655/ref=sr\\_1\\_2?s=books&ie=UTF8&qid=1372672830&sr=1-2&keywords=presentation+zen](http://www.amazon.com/Presentation-Zen-Simple-Design-Delivery/dp/0321525655/ref=sr_1_2?s=books&ie=UTF8&qid=1372672830&sr=1-2&keywords=presentation+zen)
- "slide:ology: The Art and Science of Creating Great Presentations"- by Nancy Duarte
  - Amazon link: [http://www.amazon.com/slide-ology-Science-Creating-Presentations/dp/0596522347/ref=pd\\_bxgy\\_b\\_img\\_v](http://www.amazon.com/slide-ology-Science-Creating-Presentations/dp/0596522347/ref=pd_bxgy_b_img_v)

### Deliver:

- "How To Deliver A TED Talk: Secrets Of The World's Most Inspiring Presentations"- by [Jeremy Donovan](#)
- Stage fright – internet sites
  - <http://www.anxietycoach.com/performanceanxiety.html>
  - <http://business.uni.edu/buscomm/Presentations/stagefright.html>
  - <http://www.forbes.com/sites/nickmorgan/2013/06/25/how-you-can-cope-better-with-stage-fright/>
- Stage fright – text books:
  - " be heard now"- by lee glickstein
    - Amazon link: [http://www.amazon.com/Be-Heard-Now-Lee-Glickstein/dp/0767902963/ref=sr\\_1\\_1?s=books&ie=UTF8&qid=1372672666&sr=1-1&keywords=be+heard+now](http://www.amazon.com/Be-Heard-Now-Lee-Glickstein/dp/0767902963/ref=sr_1_1?s=books&ie=UTF8&qid=1372672666&sr=1-1&keywords=be+heard+now)
  - Stein, M.B., Walker, J.R., & Forde, D.R. (1996). Public speaking fears in the community: Prevalence, impact on functioning, and diagnostic classification. **Archives of General Psychiatry**, 53, 169-174
  - Stein, M.B., Walker, J.R., & Forde, D.R. (1994). Setting diagnostic thresholds for social phobia: Considerations from a community survey of social anxiety. **American Journal of Psychiatry**, 151, 408-412