



# קורס דאטה 360 למנהלים

## להבנת התחום שמשנה את העולם העסקי

### למנהלים ולמנהלות ללא רקע מוקדם

ניהול אקדמי

ד"ר רועי ששון מנהל דאטה בכיר ומרצה בבי"ס אריסון למנהל עסקים, אוניברסיטת רייכמן

מועד פתיחה 23.10.2022 | 7 מפגשים בשעות 16:00-20:00

למסיימי הקורס תוענק תעודה מטעם המרכז להכשרת מנהלים באוניברסיטת רייכמן

ארגון שלא מנהל כיום את הדאטה שלו נשאר מאחור. ואין ארגון שאין לו דאטה שניתן למינוף באמצעים נגישים. לכן, כל נושא משרה בארגון מחויב להבין מה וכיצד יוכל להפיק מהנתונים הארגוניים לשם קידום מטרות עסקיות, צמיחה והשגת יתרון תחרותי. בנוסף, מנהל ואיש מקצוע שרוכש את מיומנויות המאה ה-21, כגון הבנת השימוש בדאטה, יוכל לבלוט ולהתקדם הן בארגון שלו והן בקריירה עתידית.

בקורס נלמד כיצד ניתן לעשות שימוש בדאטה על מנת לייצר צמיחה מואצת בארגון, כיצד לשלב טכנולוגיות דאטה לייעול הארגון, כיצד להוביל שינוי באמצעות דאטה וכיצד לשפר את מסע ורווחיות הלקוח באמצעות מדדים ונתונים. כמו כן, נלמד כיצד לעשות שימוש בלמידת מכונה ובבינה מלאכותית למטרות אלו.

במהלך הקורס המשתתפים יתרגלו שני Case Studies שונים סביב עולם הדאטה – הראשון, תרגול חיצוני תוך שימוש בנתוני אמת על חברה מוכרת, והשני - תרגול אישי על הארגונים שלהם. בסיום הקורס המשתתפים יתנסו בהצגת ה- Case Study שלו ויוכלו להזמין מנהל.ת מהארגון שלהם כאורח.ת.

ד"ר רועי ששון משלב מזה כ-15 שנה בין תפקידי ניהול דאטה בכירים בתעשייה לבין היותו מרצה בבי"ס אריסון למנהל עסקים באוניברסיטת רייכמן וכן בבי"ס לכלכלה באוניברסיטת תל אביב. עבודותיו בנושא חיזוי התנהגות משתמשים מוצגות בכנסים בינלאומיים בתחום למידת מכונה, בינה מלאכותית ובינה עסקית.

לאתר הבית של ד"ר רועי ששון - [www.datascienceeconomics.com/hebrew](http://www.datascienceeconomics.com/hebrew)

### בין המרצים והמרצות

גלעד דה פריס סמנכ"ל אסטרטגיה Outbrain אורית ירון סמנכ"לית Cloud Platform, Outbrain פרופ' ברק ליבאי בי"ס אריסון למנהל עסקים באוניברסיטת רייכמן. יועץ לחברות מובילות ומרצה בתכניות מנהלים בארץ ובעולם על ניהול אסטרטגי של לקוחות. עוסק בפרט במדדים ניהוליים המאפשרים ניהול חכם של לקוחות בעולם מרובה מידע יניב נבעה מנהל דיגיטל פאפאיה גלובל

**תכנית המפגשים:**

מפגש	נושא	מרצה
<b>מפגש 1</b> יום א' 23.10.2022	ניתוח נתונים, קורלציות, דאטה מלוכלך וסיפורים משכנעים באמצעות דאטה: הבסיס להכל	ד"ר רועי ששון
<b>מפגש 2</b> יום א' 30.10.2022	הסקה סיבתית	ד"ר רועי ששון
	למידת מכונה: מבוא ללמידה מונחית ובלתי-מונחית	
<b>מפגש 3</b> יום א' 06.11.2022	על דאטה ורווחיות לקוחות: מדדים, דאטה ומסע הלקוח	פרופ' ברק ליבאי
<b>מפגש 4</b> יום א' 13.11.2022	הובלת מוצר באמצעות דאטה, מטריקות לצמיחה עסקית	ד"ר רועי ששון
	case study – עבודה בקבוצות	
<b>מפגש 5</b> יום א' 20.11.2022	תנו לנתונים לדבר, או: הובלת שינוי ארגוני בעידן Big Data	גלעד דה פריס
	התנסות מעשית בפתיחת קמפיין וניתוח דאטה	יניב נבעה
<b>מפגש 6</b> יום א' 27.11.2022	שילוב טכנולוגיות דאטה בארגון	הרצאת אורח.ת
	ניהול מכוון דאטה והאקוסיסטם הטכנולוגי והארגוני הנדרש	ד"ר רועי ששון
<b>מפגש 7</b> יום א' 04.12.2022	Case Study אישי והצגה מול הכיתה	ד"ר רועי ששון

## פירוט המפגשים:

### מפגש 1

ניתוח נתונים, קורלציות, דאטה מלוכלך וסיפורים משכנעים באמצעות דאטה: הבסיס להכל בחלק זה נבין את הכלים הניהוליים שמאפשרים לכל מנהל לקבל החלטות מונחות דאטה, תוך שימוש במקרי בוחן מהתעשייה.

1. כיצד בונים סיפור משכנע ובעל ערך כלכלי באמצעות נתונים?
2. מדוע באמצעות אותם נתונים ניתן להוכיח תיאוריה והיפוכה?
3. כיצד להתבונן בעין ביקורתית על נתונים, וכיצד לוודא שהנתונים המוצגים בפניכם הינם מהימנים ונקיים?

### מפגש 2

#### חלק א' - הסקה סיבתית

#### חלק ב' - למידת מכונה: מבוא ללמידה מונחית ובלתי-מונחית

במפגש זה נדון בהבדל שבין מתאם לסיבתיות ונכסה טכניקות לזיהוי השפעה של משתנה אחד על שני לקביעת מדיניות (בניגוד לקורלציות המשמשות אך ורק לחיזוי).  
כמו כן, נחשוף את הבעיות ששיטות שונות בלמידת מכונה יכולות לפתור, נבין מהן הבעיות שלמידת מכונה עדיין אינה יכולה לפתור, כיצד לנהל אנשי Data Science ובינה עסקית, מהן השאלות שנכון לשאול כאשר מוצגים נתונים ואיך ניתן לזהות גישות ומדדים ריקים מתוכן.

### מפגש 3

#### מדדים, לקוחות ושפת הדאטה

במפגש זה נתעמק בהבנת השינויים הבסיסיים של מהפכת המידע בהקשרים של קשרי לקוחות והמעבר מהמוצר ללקוח כיחידת מדידה. כמו כן, נכיר את המדדים העיקריים שהתפתחו בתחומים שונים הנוגעים ללקוחות, תוך התייחסות למידע שיש לאסוף לצורך כך ולאפיון השימוש במדדים נחוצים לניהול השוטף של הפירמה ולבניית אסטרטגיה ארוכת טווח.

## נושאים עיקריים

- שרשרת הערך של לקוחות: המעבר ללקוח כיחידת מדידה
- רווחיות לקוחות: ערך חיי לקוח Customer Lifetime Value CLV, נכסיות לקוחות Customer Equity, ערך חברתי של לקוח Customer Social Value.
- שימור ופיתוח לקוחות: שיעור השימור של לקוחות Retention Rate והקשר לרווחיות, שביעות רצון לקוחות והאלטרנטיבות Net Promoter Score (NPS), נתח ארנק Share of Wallet וחסמי העבר.

## הרצאת אורח:

על דאטה ורווחיות לקוחות – פרופ' ברק ליבאי, בי"ס אריסון למנהל עסקים באוניברסיטת רייכמן.

## מפגשים 4-7

### Case Studies יישומיים

למידת מכונה ובינה מלאכותית

התנסות מעשית בפתיחת קמפיין וניתוח דאטה

שילוב טכנולוגיות דאטה בארגון

בחלקו השלישי של הקורס נפשיל שרולים ונתנסה באופן פרקטי, תוך עבודה קבוצתית, ב-Data Analysis ובתוצריו. המשתתפים יקבלו הזדמנות לפתוח קמפיין שיווקי ולנתח את הדאטה המתקבל ממנו, יפתחו תכנית פעולה יישומית ויציגו אותה. לאורך כל הקורס המשתתפים יעברו תהליך מלא החל מזיהוי וניסוח צורך עסקי ארגוני ועד להצגה אישית ביישום השיטות שנלמדו בקורס.

ב-Case Study הראשון, שיעסוק בניתוח דאטה מוכוון צמיחה, ניקח מסד נתונים אמיתי וננתח אותו ביחד (אין צורך בידע מוקדם). ב-Case Study השני נבנה קייס אישי בנושא Product-Market Fit בהתבסס על נתוני הארגונים של המשתתפים.

בסיום הקורס ייצא כל משתתף עם תכנית פעולה, שתכוון לצמיחה ארגונית ותיצור יתרון תחרותי בעולם אג'ילי. במפגש האחרון של הקורס יציג כל משתתף את התוצרים ויקבל פידבק מד"ר רועי ששון וממשתתפי הקורס. בשלב זה יוכלו המשתתפים להזמין מנהלת מהארגון להתארח במפגש.

\* המרכז להכשרת מנהלים באוניברסיטת רייכמן שומר לעצמו את הזכות לערוך שינויים קלים בתכנית.