

תוכנית הקורס ורשימת קריאה לקורס



סמסטר 0 שנה 2024

בית ספר: בית ספר ברוך איבצ'ר לפסיכולוגיה B.A.

מחקר ופיתוח של חוויות משתמש (UX) חדשניות

מרצים/ות:

פרופ' גיא דורון gdoron@runi.ac.il

מספר הקורס:	3802	סוג הקורס:	סמינריון	שעות שבועיות:	4	נקודות זכות:	4
דרישות הקורס:	עבודה מסכמת	קוד קבוצה:	241380200	שפת לימוד:	עברית		

נושאי הקורס 

סמסטר א:

מעבר על עקרונות חדשנות מבוססת Human Computer Interaction, מחקר ולמידה של תחום הברף, ראיונות

משתמשים, פגישות עם מומחים פסיכולוגיים בתחום, סיעור מוחות ובחירת קונספט, ניתוח צרכים, סקירת ספרות

פסיכולוגיה במקביל למחקר שוק ותחרות, ניסוח חזון ייעוד וערכים למוצר על בסיס תיאוריות פסיכולוגיות, הפקת מסכי איפיון ראשוניים, בניית מצגות ופרזנטציות פנימיות וחיצוניות, תיעוד וניתוח תוצאות מחקר משתמשים ראשוני.

סמסטר ב:

עיצוב המערך המחקרי (Randomized Control Trial), עיצוב פלטפורמה דיגיטלית להשוואה, הרצות פיילוטם, ניתוח תוצאות ראשוניות, איטראקציות של המסכים והמערך המחקרי, הרצת המחקר, ניתוח התוצאות, והצגת סיום.

תיאור הקורס:

עולמות המדיה, התקשורת והמחשבים מתמזגים ומשפיעים על כל אורחות חיינו. קורס זה ישלב ידע תאורתי עמוק

מעולמות הפסיכולוגיה יחד עם הטכנולוגיות הזמינות במובייל לצורך פיתוח ובחינה של טכנולוגיות שישיפיעו לטובה על בריאות נפשית. במסגרת הקורס יתנסו סטודנטים מתקשורת ופסיכולוגיה באפיון פרוטוטיפים מבוססי חווית משתמש מובייל או אתר בפלטפורמת פיגמה FIGMA. הסטודנטים יעבדו בקבוצות מעורבות על פי נושא מרכזי אשר ינתן בתחילת השנה ובאחריות כל קבוצה לפתח אפיון מקצועי וחדשני על בסיס הנושא. במהלך השנה הסטודנטים יתבקשו לאפיין, לעצב ולבחון באמצעות סדרת ניסויי שטח את האפקטיביות של האפיון וההשפעה של המוצר.

מטרות הקורס

מטרת הקורס היא להכין את הסטודנטים להשתלבות בשוק מחקר ואפיון חווית משתמש UX Research and Design על ידי התנסות בפועל של כל שלבי מחקר אפיון עיצוב ובדיקה של מוצר טכנולוגי מבוסס חווית משתמש מובייל או אתר. הקורס מעמיק במתודולוגיות של מחקר אפיון וחדשנות ומחקר קליני. הדגשים בקורס הם:

- עבודה בצוותים מעורבים (סטודנטים פסיכולוגיה ותקשורת)
- תהליך אפיון ועיצוב חוויה המבוסס על ידע אקדמי
- בניית פרוטוטיפ בצורה הדרגתית - מקונספט לפרוטוטיפ בעזרת תוכנת פיגמה
- מחקר UX עם משתמשים אמיתיים, וניתוח אפקטיביות והשפעות חווית המשתמש האינטראקטיבית

על קהל הצופים/משתמשים

- מחקר קליני הבוחן את ההשפעה של המוצר הטכנולוגי על התופעה הפסיכולוגית שנבחרה

הסטודנטים יחולקו לצוותי עבודה מעורבים של סטודנטים תקשורת ופסיכולוגיה. כל צוות יפתח מוצר על בסיס רעיון

לחווית משתמש מקורית שתוגדר על ידי הסטודנטים. תהליך העיצוב והפיתוח יעשה בעזרת מתודולוגיות והנחיה של הצוות. בנוסף נפגיש אתכם עם מנטורים מהתעשייה בתחומים שונים.

מבנה ציון הקורס

מטלות ודרישות:

1. נוכחות והשתתפות פעילה בשיעורים
2. הגשת מסמכים, פרזנטציות, וחומרים כתובים לפי דרישה סמסטר א
3. הגשת מסמכים סופיים, פרזנטציות וחומרים לפי דרישה סמסטר ב'

מבנה ציון הקורס:

הציון מורכב מרכיב אישי (35%) וקבוצתי (65%).

- אישי- תרומה: מחויבות לתהליך, עמידה בל"ז, בונס על השתתפות ותרומה אקטיבית לדיונים במהלך הקורס, הובלה, יוזמה אישית. 10%
- אישי- מקצועיות בתפקיד: השלמת המשימות האישיות, התקדמות בפרויקט, למידה משיעור לשיעור, הקשבה לפידבקים, ישום המשימה. 25%

המרכיבים האישיים ימדדו על ידי התרשמות של אנשי הסגל מהתרומה האישית והמקצועית של כל אחד מחברי

הקבוצה לתחום האחריות הספציפי שלו/שלה

- קבוצתי- דוקומנטציה: דוקומנטציה של הפרויקט לאורך כל השנה – הגשה של עבודות, פרזנטציות, הגשה לדרייב 25%
- קבוצתי- יישום: יישום הפרויקט: איפיון מהודק, בדיקות משתמשים, מחקר ויישום לפי משתמשים, איכות פרזנטציות (סמסטר א'+ב') והגשות גמר 40%

רשימת קריאה 

The original Double Diamond framework overview:

<https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/framework-for-innovation/>

Nielsen Norman group on User Interviews:

<https://www.nngroup.com/articles/user-interviews/>

Video: Probing (follow up questions) in User Interviews:

<https://www.nngroup.com/videos/probing-user-interviews/>

Video: the Funnel technique in user interviews:

<https://www.nngroup.com/videos/funnel-technique-interviews/>

Thematic coding after user interviews:

<https://www.nngroup.com/articles/thematic-analysis/>

Journey mapping:

<https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-101/>

Optional:

Google's Design Sprints methodologies:

<https://designsprintkit.withgoogle.com/methodology/overview>