

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финуниверситет)**

Калужский филиал Финуниверситета

Кафедра «Учет и менеджмент»

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Калужского филиала
Финуниверситета



В.А. Матчинов

Денисова Е.В.

ПРАКТИКУМ ПО СОЗДАНИЮ НОВОГО ПРОДУКТА

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

Образовательная программа «Маркетинг»

Очная форма обучения

*Рекомендовано Ученым советом Калужского филиала Финуниверситета
(протокол №03 от 29.06.2023 г.)*


Одобрено кафедрой «Учет и менеджмент»
Калужского филиала Финуниверситета
(протокол №10 от 15 мая 2023 г.)

КАЛУГА 2023

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплина «Практикум по созданию нового продукта» студентам, обучающимся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», образовательная программа «Маркетинг» по очной форме обучения.

В рабочей программе излагаются планируемые результаты освоения дисциплины, содержание дисциплины, тематика и содержание семинаров и практических занятий, технологии их проведения. В рабочей программе дисциплины приводится перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся, перечень основной и дополнительной литературы, а также ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора
по учебно-методической работе  /Орловцева О.М./
«28» июня 2023 г.

Начальник учебно-методического отдела  /Толстикова В.С./
«28» июня 2023 г.

Доцент кафедры
«Учет и менеджмент»  /Губернаторова Н.Н./
«28» июня 2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий
 - 5.1. Содержание дисциплины
 - 5.2. Учебно-тематический план
 - 5.3. Содержание семинаров, практических занятий
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы
 - 6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Наименование дисциплины

Б.1.2.2.5.3. «Практикум по созданию нового продукта»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПKN-7	Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	1.Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды. 2.Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей. 3.Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.	Знать: Современные методы анализа внутренней и внешней среды организации Уметь: Применять на практике инструменты анализа внутренней и внешней среды организации Знать: основные типы бизнес-моделей и их преимущества и недостатки Уметь: выбирать бизнес-модель, позволяющую успешно монетизировать бизнес-идею Знать: структуру бизнес-плана и методологию его разработки Уметь: обосновать бизнес-план расчетами финансовых показателей

¹ Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

² Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

ПКП-1	Способность практического использования современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций	<p>1.Применяет современные методики управления маркетингом.</p> <p>2.Использует современные техники и методы продаж.</p> <p>3.Демонстрирует навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем.</p>	<p>Знать: методику управления проектами; Уметь: разрабатывать концепцию проекта и осуществлять контроль за ходом проекта;</p> <p>Знать: этапы создания продукта; стратегию запуска продукта на рынок. Уметь: определить приоритетные задачи развития компании на основе обратной связи с клиентами.</p> <p>Знать: различные подходы к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем. Уметь: Демонстрировать навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем.</p>
-------	--	---	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «практикум по созданию нового продукта» относится модулю «Товарно-брендинговая политика», направления подготовки: 38.03.02 Менеджмент, ОП «Маркетинг».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 2

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е./108	108
<i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i>	<i>34</i>	<i>34</i>
<i>Лекции</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>34</i>	<i>34</i>
Самостоятельная работа	74	74
Вид текущего контроля	<i>ДТЗ</i>	<i>ДТЗ</i>
Вид промежуточной аттестации	<i>зачет</i>	<i>зачет</i>

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Стартап как форма организации и развития бизнеса

Модель развития потребителей Стива Бланка. Концепция «бережливого стартапа. Lean Canvas – шаблон бизнес-модели для стартапа. Основные принципы Lean Canvas: первоочередность гипотез; клиентоориентированность; гибкая политика.

Тема 2. Этап генерации идеи

Как зарождается идея. Количественные и качественные исследования на этапе поиска идеи. Глубинные интервью по методике customer development (custdev). Этапы интервью custdev: 1 этап - проблемные интервью; 2 этап - решенческие интервью. Внутренние и внешние факторы, определяющие успех бизнес-идеи. Инструмент тренд-канвас как генератор инновационных идей: драйверы, ценности, стоп-факторы; инсайты; технологии; кейсы; будущие пользователи; улучшения идеи, новые идеи. Рекомендации для тренд-канвас.

Признаки продукта, который будет продаваться.

Тема 3. MVP (минимально жизнеспособный продукт) как инструмент разработки и тестирования продукта с набором базовых характеристик

Отличие MVP от прототипа. Прямые и косвенные финансовые преимущества создания MVP. Базовые принципы и методы MVP.

Этапы проверки идеи и превращения ее в продукт: определение проблемы для решения; определение целевой аудитории; анализ конкурентов; SWOT-анализ;

определение карты путей пользователя (user flow); составление списка функций с градацией по приоритету; выбор наиболее подходящего типа MVP; проведение альфа- и бета-тестирования.

MVP для стартапов. MVP при разработке решений на функционирующих предприятиях. Примеры MVP.

Возможности тестирования MVP с использованием no-code платформ.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 4

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая , в т.ч.	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Тема 1. Стартап как форма организации и развития бизнеса	35	10	0	10	25	Устные ответы, решение ситуационных задач;
2.	Тема 2. Этап генерации идеи	37	12	0	12	25	Устные ответы, решение ситуационных задач;
3	Тема 3. MVP (минимально жизнеспособный продукт) как инструмент разработки и тестирования продукта с набором базовых характеристик	36	12	0	12	24	Устные ответы, решение ситуационных задач;
	В целом по дисциплине	108	36	0	34	74	Согласно учебному плану: ДТЗ
	Итого в %	100	33	0	94	67	

5.3. Содержание практических, семинарских занятий

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники	Формы проведения занятий
Тема 1. Стартап как форма организации и развития бизнеса	<p>1. Модель развития потребителей Стива Бланка.</p> <p>2. Концепция «бережливого стартапа». 3. Lean Canvas – шаблон бизнес-модели для стартапа. Сущностное наполнение блоков бизнес-модели.</p> <p>4. Основные принципы Lean Canvas: первоочерёдность гипотез; клиентоориентированность; гибкая политика.</p> <p>Рекомендуемые источники: Раздел 8, № 1–7; Раздел 9, № 1–8.</p>	<p>Устный опрос по теме занятия.</p> <p>Разбор кейсов по запуску стартапов</p>
Тема 2. Этап генерации идеи	<p>1. Варианты зарождения идеи.</p> <p>2. Количественные и качественные исследования на этапе поиска идеи.</p> <p>3. Глубинные интервью по методике customer development (custdev). Этапы интервью custdev: 1 этап - проблемные интервью; 2 этап - решенческие интервью.</p> <p>4. Внутренние и внешние факторы, определяющие успех бизнес-идеи. 5. Инструмент тренд-канвас как генератор инновационных идей: драйверы, ценности, стоп-факторы; инсайты; технологии; кейсы; будущие пользователи; улучшения идеи, новые идеи. Рекомендации для тренд-канвас.</p>	<p>Устный опрос по теме занятия.</p> <p>Разбор кейсов по запуску стартапов.</p> <p>Презентация собственных стартап проектов</p>

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники	Формы проведения занятий
	Рекомендуемые источники: Раздел 8, № 1–7; Раздел 9, № 1–8.	
Тема 3. MVP (минимально жизнеспособный продукт) как инструмент разработки и тестирования продукта с набором базовых характеристик	1. Отличие MVP от прототипа. 2. Прямые и косвенные финансовые преимущества создания MVP. 3. Базовые принципы и методы MVP. 4. Этапы проверки идеи и превращения ее в продукт: определение проблемы для решения; определение целевой аудитории; анализ конкурентов; SWOT-анализ; определение карты путей пользователя (user flow); составление списка функций с градацией по приоритету; выбор наиболее подходящего типа MVP; проведение альфа- и бета- тестирования. 5. MVP для стартапов. MVP при разработке решений на функционирующих предприятиях. Примеры MVP. Возможности тестирования MVP с использованием no-code платформ. Рекомендуемые источники: Раздел 8, № 1–7; Раздел 9, № 1–8.	Устный опрос по теме занятия. Разбор кейсов по запуску стартапов. Презентация собственных проектов по запуску цифровых продуктов с помощью no-code платформ.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Стартап как форма организации и развития бизнеса	<p>1. Lean Canvas – шаблон бизнес-модели для стартапа. Сущностное наполнение блоков бизнес-модели.</p> <p>Блок №1. Проблема и альтернативные решения (Problem)</p> <p>Блок №2. Клиентский сегмент, целевая аудитория</p> <p>Блок №3. Уникальное торговое предложение</p> <p>Блок №4. Решение проблемы</p> <p>Блок №5. Скрытые или уникальные преимущества</p> <p>Блок №6. Структура издержек</p> <p>Блок №7. Источники прибыли</p> <p>Блок №8. Ключевые метрики</p> <p>Блок №9. Каналы распространения</p> <p>2. Как стартап-фаундеру создать приложение с помощью no-code? https://appmaster.io/ru/blog/kak-startap-faunderu-sozdat-prilozhenie-s-pomoshyu-no-code</p> <p>Рекомендуемые источники: Раздел 8, № 1–7; Раздел 9, № 1–8.</p>	Работа с Интернет-ресурсами. Подготовка проектной работы.
Тема 2. Этап генерации идеи	1. Глубинные интервью по методике customer	Работа с Интернет-ресурсами.

	<p>development (custdev).</p> <p>2. Этапы интервью custdev: 1 этап - проблемные интервью; 2 этап - решенческие интервью.</p> <p>3. Внутренние и внешние факторы, определяющие успех бизнес-идеи.</p> <p>4. Признаки продукта, который будет продаваться https://habr.com/ru/post/491176/</p> <p>Рекомендуемые источники: Раздел 8, № 1–7; Раздел 9, № 1–8.</p>	Подготовка проектной работы.
Тема 3. MVP (минимально жизнеспособный продукт) как инструмент разработки и тестирования продукта с набором базовых характеристик	<p>1. Этапы проверки идеи и превращения ее в продукт: определение проблемы для решения; определение целевой аудитории; анализ конкурентов; SWOT-анализ; определение карты путей пользователя (user flow); составление списка функций с градацией по приоритету; выбор наиболее подходящего типа MVP; проведение альфа- и бета-тестирования.</p> <p>2. MVP для стартапов.</p> <p>Рекомендуемые источники: Раздел 8, № 1–7; Раздел 9, № 1–8.</p>	Работа с Интернет-ресурсами. Подготовка проектной работы.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерные задания для дискуссии:

Прежде чем продвигать свою идею, нужно понять: а есть ли вообще рынок для вашего продукта?

Для этого нужна первичная оценка рынка. Как быстро провести первичную оценку рынка?

- Поищите примеры компаний, которые решают ту же проблему, что и вы, или предлагают похожее решение. Не только в вашей стране, но и в других странах. Сколько их? Какая у них клиентская база? Сколько клиенты готовы платить за их продукт? Попробуйте найти историю их развития и финансовые

результаты. В этом могут помочь такие ресурсы, как Crunchbase, SimilarWeb, CB Insights, Angel.co. Если конкурентов нет — нет и рынка.

- Проанализируйте историю поисковых запросов и тренды чтобы понять, сколько людей интересуются вашей темой ежемесячно. Для анализа можно использовать Yandex.Wordstat и Google Trends.

- Поищите готовые исследования рынка в своей сфере. Их можно найти практически для любой индустрии. Примеры некоторых таких исследований: исследование рынка стартапов России от Стартап Барометр; исследование рынка образования от Edmarket и Нетологии Групп; исследование рынка мобильных приложений от App Annie; большая подборка исследований рынков от компании J'son & Partners Consulting.

Примерная тематика ДТЗ:

1. Создание сервиса по доставке домашних растений с использованием по-code платформ
2. Требования к цифровому продукту, который будет продаваться
3. Создание стартапа с использованием по-code технологий
4. Создание сайта для художников, чтобы помочь им найти новые способы продвижения своих работ.
5. Создание веб-приложения, которое помогает фрилансерам и удаленным сотрудникам находить интересные места и сообщества, где можно отлично провести время.
6. Создание веб-приложения для обмена, коллекционирования и покупки произведений искусства.
7. Создание приложения для индивидуального менторства
8. Создание приложения, которое помогает людям расплачиваться с долгами через службу финансового коучинга.
9. Создание приложения для доставки еды
10. Создание приложения для книжных энтузиастов.

«Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры».

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2 «Перечень

планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний, представлены в таблице 6.

Таблица 6

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКН-7 Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	1. Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды. 2. Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей.	Знать: Современные методы анализа внутренней и внешней среды организации Уметь: Применять на практике инструменты анализа внутренней и внешней среды организации Знать: основные типы бизнес-моделей и их преимущества и недостатки Уметь: выбирать бизнес-модель, позволяющую успешно монетизировать бизнес-идею	Задание 1. Компания Paytm начинала как онлайн-сервис по пополнению счёта мобильного телефона, позволяя клиентам удобно вносить средства на баланс своего мобильного телефона. Небольшие деньги за эту операцию взимались с операторов мобильной связи. Вскоре Paytm добавил в свой сервис новые дополняющие услуги: клиенты могли использовать деньги со своего электронного кошелька на оплату билетов на поезд и автобус. Также они могли осуществлять переводы средств между физическими лицами и платить этими деньгами за услуги Uber и другие так называемые O2O-сервисы (online-to-offline). В отличие от компаний, работающих с кредитными картами, Paytm не брал денег мелких магазинов за то, что они принимают электронные платежи. Но взимал плату с крупных магазинов, а также с клиентов, желающих вывести деньги из системы Paytm, что стимулировало последних сохранять деньги внутри системы.

	<p>3. Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.</p>	<p>Знать: структуру бизнес-плана и методологию его разработки</p> <p>Уметь: обосновать бизнес-план расчетами финансовых показателей</p>	<p>Назовите бизнес-модель, которую использует описанная компания. Опишите особенности применения бизнес-модели.</p> <p>Задание 2. Компания Nike, помимо производства и продажи спортивной одежды, стала выпускать браслеты Fuelband, чтобы помочь бегунам отслеживать свою активность, а позднее создала Nike+ Run Club, вдохновляющий людей бегать и тренироваться вместе с глобальным сообществом Nike+.</p> <p>Компания Peloton, представляя новый велотренажер, не просто заявила, что тот лучше, чем все остальные, но также запустила серию видео с тренировками по подписке. Peloton также начала проводить реальные тренировки в прямом эфире, к которым люди могли присоединяться, не выходя из дома и даже видеть собственные показатели - уровень напряжения, частоту сердечных сокращений, позицию в рейтинге - в нижней части экрана. Нередко в такой тренировке участвуют несколько сотен человек. Это не только создает чувство принадлежности к коллективу, но для многих - еще и соревновательную среду, дополнительно стимулирующую больше стараться при выполнении каждодневных упражнений.</p> <p>Определите факторы и препятствия успешной реализации бизнес-моделей, выделенных в кейсе</p> <p>Задание 3. В 2007 году Натаниэль Ру, Николас Джаммет и Джонатан Неман основали сеть ресторанов Sweetgreen.</p> <p>Дети иммигрантов-предпринимателей познакомились в школе бизнеса Джорджтаунского университета. Во время учёбы они столкнулись с тем, что во всём округе Колумбия не было места со здоровой едой. Исключением была дорогая сеть продуктовых Dean & DeLuca.</p> <p>«Когда мы начинали, было две альтернативы: быстрая, дешёвая и вредная еда или свежая, но дорогая и медленная. Мы хотели создать место, в котором нам бы не пришлось жертвовать ценой ради удобства или вкуса.»</p> <p>Чтобы решить проблему, партнёры составили семистраничный бизнес-план по открытию салатного ресторана Sweetgreen. Основатели арендовали бывшую бургерню на 52 м², а основным принципом стала идея «от фермы к столу»: использование исключительно свежих и натуральных ингредиентов от местных поставщиков.</p> <p>«Мы чувствовали потребность в чистой и здоровой еде. Создавали Sweetgreen для себя, но потом осознали, что её нехватка — действительно большая проблема не только в нашем округе, но и по всей стране».</p> <p>Работа в первый день шла медленно: партнёры не слишком хорошо обучили персонал и тестировали систему работы. Новое меню ресторана начало набирать популярность, а возле входа — выстраиваться очереди. Произошёл «настоящий взрыв» интереса к проекту. В течение нескольких месяцев после открытия Sweetgreen был</p>
--	--	---	---

		<p>единственным заведением быстрого питания в Вашингтоне, сфокусированном на салатах, но в ноябре 2007 нью-йоркская сеть ресторанов Chop't открыла точку в одном из районов Вашингтона. Однако Sweetgreen сумел составить достойную конкуренцию благодаря тщательной работе с фермерами и продуманному меню.</p> <p>В начале 2013 года компания одна из первых в отрасли запустила мобильное приложение с возможностью оплаты заказов и многоуровневой программой лояльности. Весной 2016 года Sweetgreen стала ещё более «зелёной»: из списка ингредиентов исчезли бекон и шрирача. Новое меню под названием Healthy 2.0 было призвано уменьшить количество скрытого сахара в блюдах. В 2017 году компания представила новые биоразлагаемые чаши для салатов и отказалась от многоразовых металлических тарелок.</p> <p>В 2018 году The New York Times назвал Sweetgreen единственным «единорогом» от мира ресторанов, а в 2019 сеть насчитывала более 100 ресторанов и более 4000 сотрудников.</p> <p>Вопросы:</p> <p>1. На чем были основаны основные преимущества бизнес-модели Sweetgreen ? 2. Как можно охарактеризовать инновацию Sweetgreen по масштабам?</p>
--	--	---

ПКП-1 Способность практического использования современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций	1.Применяет современные методики управления маркетингом.	Знать: методику управления проектами; Уметь: разрабатывать концепцию проекта и осуществлять контроль за ходом проекта;	Задание1. Благодаря успеху последнего года сеть «Сити Fashio» готова к расширению и планирует открыть новый магазин. «СитиFashio» это сеть магазинов модной одежды, ориентированных на девушек и женщин в возрасте от 14 до 30 лет. Компания гордится высоким качеством продукции и своей командой смелых инновационных дизайнеров. Эти факторы являются ключевой частью бренда. Новая торговая точка будет восьмым магазином сети с момента своего основания 5 лет назад. Выручка компании за 2019 составила 9 млрд рублей, прирост по отношению к 2018 году — 11%. Чистая прибыль выросла в 1,5 раза — до 1,3 млрд рублей. EBITDA увеличилась на 45% — до 2,3 млрд рублей. Рентабельность по EBITDA — 25,3% (показатель 2018 года — 19,3%). Средняя арендная плата за одну торговую точку составляет 4,3 млн рублей в год. У «Сити Fashio» также есть сайт с онлайн-магазином, но физические магазины в настоящее время по каким-то причинам показывают более высокие показатели, чем онлайн-продажи несмотря на то, что в модной рознице переход на присутствие в сети происходит очень широко. У «Сити Fashio» имеется собственные курьеры в штате, которые организуют доставку до конечных покупателей онлайн-магазина. Задание: 1) Сформулируйте и распишите бизнес-модель проекта в сфере «Сити Fashio», используя канву бизнес-модели по Остервальдеру 2) Предложите, как лучше выстроить										
	2.Использует современные техники и методы продаж.	Знать: этапы создания продукта; стратегию запуска продукта на рынок. Уметь: определить приоритетные задачи развития компании на основе обратной связи с клиентами.											
	3.Демонстрирует навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем.	Знать: различные подходы к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем. Уметь: Демонстрировать навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем.											
			Задание 2. Вы запускаете новый проект на рынке e-commerce в России. Рассматриваете два варианта бизнес-модели: размещение на крупных маркетплейсах (Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет и др.) и создание собственного интернет-магазина с нуля. При этом про Российский рынок известно: Динамика проникновения интернета в России <table><tr><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td><td>2020</td></tr><tr><td>71%</td><td>73%</td><td>75,4%</td><td>78%</td><td>81%</td></tr></table> Средний чек на маркетплейсах составляет от 1200 до 2500 руб. Средний чек в самостоятельных интернет-магазинах сильно колеблется и варьируется в зависимости от товарной категории, которая продается на площадке. Задание: 1) Сформулируйте бизнес-идею цифрового проекта в сфере e-commerce, которая бы была перспективной в России с учетом ситуации на рынке 2) Проанализируйте 2 альтернативные бизнес-модели. Выделите плюсы и минусы ведения проекта по этим двум моделям работы Предложите инициативы по увеличению среднего чека на пользователя	2016	2017	2018	2019	2020	71%	73%	75,4%	78%	81%
2016	2017	2018	2019	2020									
71%	73%	75,4%	78%	81%									

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Модель развития потребителей Стива Бланка.
2. Концепция «бережливого стартапа».
3. Lean Canvas – шаблон бизнес-модели для стартапа. Основные принципы Lean Canvas
4. Количественные и качественные исследования на этапе поиска идеи.
5. Глубинные интервью по методике customer development (custdev). Этапы интервью custdev.
6. Внутренние и внешние факторы, определяющие успех бизнес-идеи.
7. Инструмент тренд-канвас как генератор инновационных идей. Рекомендации для тренд-канвас.
8. Признаки продукта, который будет продаваться.
9. MVP (минимально жизнеспособный продукт) как инструмент разработки и тестирования продукта с набором базовых характеристик
10. Отличие MVP от прототипа.
11. Прямые и косвенные финансовые преимущества создания MVP. Базовые принципы и методы MVP.
12. Этапы проверки идеи и превращения ее в продукт
13. MVP для стартапов.
14. MVP при разработке решений на функционирующих предприятиях. Примеры MVP.
15. Возможности тестирования MVP с использованием no-code платформ.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1. Основная литература:

1. Инновации и современные модели бизнеса: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям подготовки (квалификация (степень) "бакалавр") / Т.Г. Попадюк, Н.В. Линдер, А.В. Трачук [и др.]; Финуниверситет. — Москва: Инфра-М, 2022 — 334 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — Текст: непосредственный. - То же. - 2023. - DOI 10.12737/1876532. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1974302> (дата обращения: 21.03.2022). — Текст : электронный.
2. Погодина, Т.В. Инновационный менеджмент: учебник / Т.В. Погодина, Т.Г. Попадюк, Н.Л. Удальцова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 343 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5ce3cd5adeee94.37640143. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/993228> (дата обращения: 11.03.2022). - Текст : электронный.

8.2. Дополнительная литература:

3. Э. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и

выбора бизнес-модели: пер. с англ. / Э. Рис. - Москва: Альпина Паблишер, 2020. - 253 с. - Текст : непосредственный. - То же. - 2016. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/768886> (дата обращения: 21.03.2022). - Текст : электронный.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.book.ru/> – Электронно-библиотечная система BOOK.ru
2. <http://znanium.com/> – ЭБС издательства «ИНФРА-М»
3. <http://grebennikon.ru/> – Электронная библиотека Издательского дома Гребенников
4. <http://www.biblioclub.ru/> – Университетская библиотека ONLINE
5. <https://vak.minobrnauki.gov.ru/> - Диссертации и авторефераты на сайте Высшей аттестационной комиссии (ВАК)
6. <http://elibrary.ru/> – Научная электронная библиотека
7. <http://elib.fa.ru/> – Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ)
8. <https://appmaster.io/ru/blog/kak-startap-faunderu-sozdat-prilozhenie-s-pomoshyu-no-code> - платформа AppMaster
9. <https://appmaster.io/ru/blog/top-15-no-code-prilozhenij-i-instrumentov-v-2022> - платформа AppMaster
10. РБК - <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/60dc23419a7947caa5598064#p1>
11. <http://rucont.ru/> – Электронно-библиотечная система РУКОНТ

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучающимся в рамках самостоятельной работы следует использовать Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные Приказом ректора №1040/о от 11.05.2021 г.

Самостоятельная работа студентов проходит внеаудиторно. Организации самостоятельной работы служит учебно-тематический план изучения дисциплины. В данном плане указана тематика лекций, семинаров, вопросы и задания для самостоятельного изучения. Во время лекций необходимо конспектировать содержание лекции. После лекции необходимо отредактировать записи, оформить конспект, дополняя его содержание дополнительной информацией. При оформлении конспекта целесообразно выделять названия тем и формулировки вопросов, основные определения, примеры.

При подготовке к семинару необходимо изучить вопросы семинара, соответствующий теоретический материал, делая для себя необходимые записи в рабочей тетради. После занятий необходимо просмотреть записанные решения и восстановить в решениях имеющиеся пробелы.

При затруднении в решении практических вопросов (задач), можно обратиться за консультацией (помощью) к преподавателю. Семинары проходят, как правило, в интерактивной форме и преподаватель учитывает активность обучающихся, направленную на решение предложенных вопросов (вариантов задач), а также вариантов ответов на решаемые вопросы (проблемы).

Не следует бояться дать неверный ответ или допустить иную ошибку: исправление и анализ ошибок в режиме общения с преподавателем и сокурсниками в ходе семинара способствует более глубокому освоению учебного материала и предупреждает возникновение ошибок в дальнейшем. Домашние задания (подготовку к занятиям) следует осуществлять регулярно. Если то или иное задание, при подготовке к семинару вызвало затруднение, необходимо обратиться к преподавателю за консультацией. Регулярность в выполнении домашних заданий (подготовке к занятиям) - важный фактор качественного освоения дисциплины.

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в

студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учётом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем. Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ. Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей.

Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
 - в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
 - методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).
- Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы.

Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
 - выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
 - устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).
- При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Методические рекомендации по выполнению ДТЗ

Методические рекомендации по выполнению ДТЗ предусмотрены в «Методических рекомендациях по подготовке написанию и оформлению ДТЗ», разрабатываемой преподавателем кафедры на учебный год, в котором реализуется учебная дисциплина

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения

1. Антивирусная защита ESET NOD32
2. Windows, Microsoft Office
3. Astra Linux

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»;
2. Информационно-правовая система «Гарант»;

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

- аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, доской меловой/интерактивной;
- библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет
- компьютерные классы с набором лицензионного базового программного обеспечения для проведения практических занятий и выходом в глобальную сеть Internet;

Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Практикум по созданию нового продукта» предполагается:

- сопровождение курса лекций наглядной презентацией, включающей практические примеры, схемы, графики, табличный материал;
- рассмотрение на семинарских занятиях интерактивных ситуационных задач по проблематике дисциплины;
 - деловые игры;
 - разбор конкретных ситуаций, коллективное обсуждение проблем российской и зарубежной практики по изучаемым темам;
- виртуальное общение в течение срока изучения курса в целях обеспечения лекций и практических занятий необходимым материалом и также контроля самостоятельной работы студентов.