

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации» (Финансовый университет)
Калужский филиал Финуниверситета
Кафедра «Учет и менеджмент»**



«УТВЕРЖДАЮ»

**Директор Калужского филиала
Финансового университета**

В.А. Матчинов

«30» июня 2025 г.

**Денисова Е.В.
ГЕНЕРАЦИЯ ИДЕИ И СОЗДАНИЕ MVP ПРОДУКТА**

Рабочая программа дисциплины

**для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент»
Образовательная программа «Управление бизнесом»
Очная форма обучения**

*Рекомендовано Ученым советом Калужского филиала Финуниверситета
(протокол №30 от 30.06.2025 г.)*

**Одобрено кафедрой «Учет и менеджмент»
Калужского филиала Финуниверситета
(протокол №12 от 26 мая 2025 г.)**

КАЛУГА 2025

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Генерация идеи и создание MVP продукта» студентам, обучающимся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент образовательная программа «Управление бизнесом» 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./
«30» июня 2025 г.

Начальник учебно-методического отдела  /Толстикова В.С./
«30» июня 2025 г.

Заведующий кафедрой
«Учет и менеджмент»  /Губернаторова Н.Н./
«30» июня 2025 г.

Оглавление

1. Наименование дисциплины	4
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся.....	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	6
5.1. Содержание дисциплины.....	6
5.2 Учебно-тематический план.....	7
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	9
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	10
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	22
9. Перечень ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	22
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	23
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	25
11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения.....	25
11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	25
11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации	25
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	25

1. Наименование дисциплины

«Генерация идеи и создание MVP продукта».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотнесенные 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
ПКП-4	Способность участвовать в разработке программ развития компании, разработке обоснований проектов и управленческих решений, связанных с развитием бизнеса	1. Разрабатывает концепцию проекта, иерархическую структуру работ, календарно-ресурсный план и контроль за ходом программ развития организации. 2. Применяет современные модели развития и управления организацией.	Знать: - методику управления проектами; Уметь: - разрабатывать концепцию проекта и осуществлять контроль за ходом проекта; Знать: - этапы создания продукта; - стратегию запуска продукта на рынок. Уметь: - определить приоритетные задачи развития компании на основе обратной связи с клиентами.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Генерация идеи и создание MVP продукта» относится к модулю «Управление продуктом» основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент образовательная программа «Управление бизнесом» по очной форме обучения

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

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е./108	108
Контактная работа – Аудиторные занятия	36	36
<i>Лекции</i>	<i>2</i>	<i>2</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>34</i>	<i>34</i>
Самостоятельная работа	72	72
Вид текущего контроля	<i>Проектная работа</i>	<i>Проектная работа</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: первоочерёдность 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

№ 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	11	1	10	24	Устные ответы, решение ситуационных задач;
2.	Тема 2. Этап генерации идеи	36,5	12,5	0, 5	12	24	Устные ответы, решение ситуационных задач;
3	Тема 3. MVP (минимально жизнеспособный продукт) как инструмент разработки и тестирования продукта с набором базовых характеристик	36,5	12,5	0,5	12	24	Устные ответы, решение ситуационных задач;
	В целом по дисциплине	108	36	2	34	72	

5.3 Содержание семинаров, практических занятий

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>3. Основные принципы Lean Canvas: первоочерёдность гипотез; клиентоориентированность; гибкая политика.</p> <p>Рекомендуемые источники: Раздел 8, № 1–7; Раздел 9, № 1–8.</p>	Устный опрос по теме занятия. Разбор кейсов по запуску стартапов
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>	Устный опрос по теме занятия. Разбор кейсов по запуску стартапов. Презентация собственных стартап проектов
5. Тема 3. MVP (минимально жизнеспособный продукт) как инструмент разработки и тестирования продукта с набором базовых характеристик	<p>1. Отличие MVP от прототипа.</p> <p>2. Прямые и косвенные финансовые преимущества создания MVP.</p> <p>3. Базовые принципы и методы MVP.</p> <p>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.</p> <p>5. MVP для стартапов.</p> <p>6. MVP при разработке решений на функционирующих предприятиях. Примеры MVP.</p> <p>7. Возможности тестирования MVP с использованием no-code платформ.</p> <p>Рекомендуемые источники: Раздел 8, № 1–7; Раздел 9, № 1–8.</p>	<p>6. Устный опрос по теме занятия.</p> <p>7. Разбор кейсов по запуску стартапов. Презентация собственных проектов по запуску цифровых продуктов с помощью no-code платформ.</p>

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

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

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Стартап как форма организации и развития бизнеса	<p>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>Как стартап-фаундеру создать приложение с помощью no-code? https://appmaster.io/ru/blog/k-ak-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	<p>Глубинные интервью по методике customer development (custdev).</p> <p>Этапы интервью custdev:</p> <p>1 этап - проблемные интервью;</p> <p>2 этап - решенческие интервью.</p> <p>Внутренние и внешние факторы, определяющие успех бизнес-идеи.</p> <p>Признаки продукта, который будет продаваться</p> <p>https://habr.com/ru/post/491176/</p> <p>Рекомендуемые источники: Раздел 8, № 1–7; Раздел 9, № 1–8.</p>	Работа с Интернет-ресурсами. Подготовка проектной работы.
Тема 3. MVP (минимально жизнеспособный продукт) как инструмент разработки и тестирования продукта с набором базовых характеристик	<p>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.</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

1.1. 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 заплатить 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 проектных работ:

1. Создание сервиса по доставке домашних растений с использованием no-code платформ

2. Требования к цифровому продукту, который будет продаваться

3. Создание стартапа с использованием no-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 (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКН-7: Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды.	Знать: Современные методы анализа внутренней и внешней среды организации Уметь: Применять на практике инструменты анализа внутренней и внешней среды организации	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 с мелких магазинов за то, что они принимают его 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. Назовите бизнес-модель, которую использует описанная компания. Опишите особенности применения бизнес-модели.

	<p>Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей.</p>	<p>Знать: основные типы бизнес-моделей и их преимущества и недостатки Уметь: выбирать бизнес-модель, позволяющую успешно монетизировать бизнес-идею</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 ежедневных упражнений.</p> <p>Определите факторы и препятствия успешной реализации бизнес-моделей, выделенных в кейсе</p>
--	---	--	---

	<p>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>Задание 3.</p> <p>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 бургерную 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. Но вскоре ресторан начал набирать популярность, а возле входа — выстраиваться очереди. Произошёл «настоящий взрыв» интереса к проекту. В течение нескольких месяцев после открытия Sweetgreen был 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> <ol style="list-style-type: none"> 1. На чем были основаны основные преимущества бизнес-модели Sweetgreen ? 2. Как можно охарактеризовать инновацию Sweetgreen по масштабам?
--	--	---	---

<p>ПКП – 4 Способность участвовать в разработке программ развития компании, разработке обоснований проектов и управленческих решений, связанных с развитием бизнеса</p>	<p>Разрабатывает концепцию проекта, иерархическую структуру работ, календарно-ресурсный план и контроль за ходом программ развития организации.</p>	<p>Знать: - методику управления проектами; Уметь: - разрабатывать концепцию проекта и осуществлять контроль за ходом проекта;</p>	<p>Задание 1. Благодаря успеху последнего года сеть «Сити Fashions» готова к расширению и планирует открыть новый магазин. «Сити Fashions» 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 Fashions» 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 Fashions» имеются собственные курьеры в штате, которые организуют доставку до конечных покупателей онлайн-магазина. Задание: 1. Сформулируйте и распишите бизнес- модель проекта в сфере «Сити Fashions», используя канву бизнес-модели по Остервальдеру 2. Предложите, как лучше выстроить</p>
---	---	---	---

	Применяет современные модели развития и управления организацией.	Знать: - этапы создания продукта: - стратегию запуска продукта на рынок. Уметь: определить приоритетные задачи развития компании на основе обратной связи с клиентами	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.д.р.) 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: - Сформулируйте бизнес-идею цифрового проекта в сфере e-commerce, которая бы была перспективной в России с учетом ситуации на рынке - 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%									

Примеры практико-ориентированных заданий

Задание 1. Описать MVP (минимально жизнеспособный продукт)

MVP (минимально жизнеспособный продукт), — от англ. minimum viable product — продукт, обладающий только минимальными функциями, которых достаточно для первых клиентов.

Основная задача MVP — получить обратную связь от клиентов, чтобы сформулировать следующие гипотезы для тестирования.

Основная ценность MVP — возможность подтвердить или опровергнуть гипотезу о том, что вы действительно решаете проблему клиентов.

Не следует путать MVP с некачественным, абы-как сделанным продуктом. Как правило, MVP имеет всего одну функцию, решающую конкретную проблему потребителя. Самое сложное в разработке MVP — найти оптимальное соотношение затрат и качества. Ключевой критерий MVP — с его помощью пользователь может решить свою проблему.

Например, вы хотите сделать сайт, где можно передать показания по счетчикам на оплату коммунальных услуг. Такой сайт может быть самым простым, хоть черно-белым, главное, чтоб там была форма для внесения показания и отправки их в систему. Если на сайте есть красивый дорогостоящий дизайн с кнопками, но нет формы для отправки данных, то это не может быть MVP. Потому что такой сайт не решает основную задачу.



При создании MVP необходимо:
Выбрать ключевые ценности: в чем они заключаются в вашем проекте.
Для этого определить, для кого вы делаете свой MVP и какую проблему он решает.

Задача 2. Разложить эту задачу по SMART

Цель – это будущее состояние предметной области, к которому, в рамках проекта, стремятся, за счет выполнения активных действий, задач.

Цели должны отвечать на вопрос «что?». Что должны получить к концу проекта.

Задачи должны отвечать на вопрос «как?». Как мы должны действовать, чтобы достичь поставленных целей.

Проекты могут иметь несколько целей и каждая цель набор задач.

Каждая задача должны начинаться с глагола действия, например: подготовить, провести, разработать, создать, сделать, обеспечить, купить, установить, опросить и т.п. Это гарантирует измеримость задачи и возможность её контролировать.

Достижение цели зависит от её формулировки, и первый шаг к успеху — правильно сформулированные цели.

Концепция SMART целей:

Specific (конкретная): Цель должна быть конкретной, т.е. описывать, что именно необходимо достигнуть. Например, повысить прибыль компании.

Measurable (измеримая): Цель должна быть измерима, т.е. описывать в чем или в каких единицах можно будет измерить результат. Например, повысить прибыль компании на 5%.

Achievable (достижимая): Цель должна быть достижимая. Описывается за счет чего достигается цель и при каких условиях. Например, повысить прибыль компании на 5%, за счет внедрения СЭД, автоматизации внутренних бизнес-процессов и сокращения штата сотрудников на 10% от текущего количества.

Realistic (реалистичная): Цель должна быть реалистичной. Означает, что достижение целей финансово и технически возможно. Технические и человеческие ресурсы должны присутствовать в достаточном объеме. Особенно следует проверить вопрос имеющегося в распоряжении ноу-хау.

Timely (ограниченная во времени): Реализация цели должна иметь реалистичную оценку реализации по времени. Указываются ограничение во времени, по истечении которого все задачи должны быть выполнены и цель достигнута.

Примеры.

Было: Начать высыпаться с понедельника.

Стало: Начиная с ближайшего понедельника ложиться спать не позднее 12 часов и спать не менее 8 часов в течение месяца.

S — Ложиться спать не позднее 12 часов и спать не менее 8 часов — цель точно и конкретно описана

M — Ложиться спать не позднее 12 часов и спать не менее 8 часов — цель измерима; если лечь в 5 утра, то цель будет не выполнена, если отвести на сон всего 3 часа, то тоже не выполнена

A — Ложиться в полночь — хорошее время, вполне можно заснуть. (Например, вы возвращаетесь с работы в 20.00, готовите ужин, смотрите «Игру Престолов»; в 23.00 ваши дела закончены и вы можете в 00.00 лечь спать).

R — Если большая жизненная цель — чувствовать себя лучше, то хороший сон явно приближает нас к этой цели

T — Задача измерима, написано вполне конкретно: с ближайшего понедельника надо продержаться месяц!

Примеры SMART-целей в ИТ-проектах приведены в статье <https://habr.com/ru/post/52521/>

Задача 3. Определение целевой аудитории. Создание лендинга. Создание аватара клиента Вашего продукта.

Понимание целевой аудитории поможет в оформлении предложения, в построении контакта с клиентом и укажет, на какие стороны продукта делать акцент. Чтобы донести продукт до целевой аудитории и решить их проблему, оцените, кто составляет вашу аудиторию, чем эти люди занимаются и что их беспокоит.

Landing Page (с англ. букв. посадочная страница.) — это одностраничный сайт для одной конкретной аудитории, на котором демонстрируются преимущества вашего товара или услуги с целью побудить эту аудиторию к действию.

Синонимы: лендинг, лендинг пейдж, посадочная страница, целевая страница.

У лендинга есть три важные составляющие:

Обращение к конкретной аудитории, у лендинга всегда однацелевая аудитория

Призыв к действию

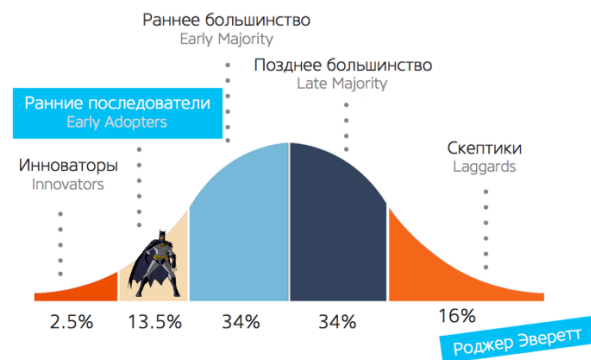
Понятно написанные для целевой аудитории преимущества продукта
Пример лендинговой страницы: <https://hbmontessori.ru>

Более подробная информация про лендинг:
<http://tilda.education/courses/landing-page/understanding-main-principles/>

Главной задачей посадочной страницы является превращение посетителя в клиента.

Чтобы сделать хороший лендинг, нужно очень хорошо представлять, кто ваш клиент, для кого вы делаете продукт, а также уметь объяснять, что вы предлагаете и почему клиент должен довериться именно вам.

Колокол распространения инноваций



Ранние последователи — это те люди, которые больше всего нуждаются в продукте или услуге, они готовы терпеть какие-то несовершенства в продукте, главное, чтобы он удовлетворял их потребности. От них проще всего получать обратную связь и на ее основе принимать дальнейшие решения по развитию продукта.

Именно на них вам следует сосредоточиться на старте. Как их определить?

Готовы уделить время и внимание вашему продукту или заплатить за него прямо сейчас.

Готовы протестировать продукт или решение.

На первом тесте, когда тестировали MVP, готовы продолжить пользоваться или порекомендовать друзьям.

Чтобы определить, кто будет являться ранним последователем, надо попытаться представить себе этого человека. Ответить себе на вопросы: «Кто он? Где живет? Чем занимается?».

Давайте и мы представим конкретного реального человека — собирательный образ вашего раннего последователя. Назовем его «аватар».

Пример аватара на сайте: <https://insider.ru/practice/article/sozdanie-avatara-klienta/>

Составить карту эмпатии клиента согласно приведенному рисунку.



Основны составляющие лендинга: <http://tilda.education/courses/landing-page/anatomy-landing-page/>

Задание 4. Написать гипотезы согласно HADI-циклы

При работе над проектом важно чётко понимать, что все совершаемые действия должны приводить к конкретному результату и должны быть изначально на него ориентированы. Действия должны иметь чёткие критерии своей успешности и определённую структуру.

В итоге неважно, каким был процесс работы, важно, какого результата вы достигли. Совершая действия, которые ведут вас к цели проекта, не забывайте отвечать себе на вопрос: «Соответствует ли результат фокусу?»

Есть три принципа, о которых стоит помнить при проведении эксперимента:

Образ результата. Что считается удавшимся экспериментом, а что нет? Что именно вы хотите получить в итоге?

Количественные показатели. Как и в чем будем измерять результат?

Сроки. Стоит ограничить эксперимент по времени. Сколько потребуется для тестирования?

Построить эксперимент в проекте поможет HADI-цикл.

HADI-циклы – это маркетинговое исследование, которое проводится по четкому алгоритму: Выдвижение гипотез (Hypothesis) -> Совершение действия (Action) -> Получение данных (Data) -> Формулировка выводов

(Insights). Чаще всего HADI-циклы используются интернет-маркетологами стартапов.

Для работы с HADI-циклами удобней всего использовать таблицу

Гипотеза	Действие	Метрика	Ожидаемый эффект	Критерий окончания проверки	Полученный эффект	Выводы
----------	----------	---------	------------------	-----------------------------	-------------------	--------

Гипотеза — вы описываете, что вы хотите изменить в общих словах.

Действие — конкретно описанное действие, которое надо совершить.

Метрика — то, на что должна повлиять данная гипотеза. Измеримый показатель.

Ожидаемый эффект — эффект, который вы планируете получить и при получении которого будете считать, что ваша гипотеза подтвердилась.

Критерий окончания проверки — опишите, на каком этапе эксперимент должен быть окончен, и настанет время анализа. Очень важно, чтобы на этот момент данных было достаточно для анализа.

Полученный эффект — фактическое изменение показателя, на который вы хотели повлиять.

Выводы — Ваши выводы о результате тестирования гипотезы.

Подробнее про HADI-гипотезы: <http://artbayard.ru/hadi>

Задание 5. Система управления проектами Asana/ Project Kaiser

Изучить систему управления проектами на примере программы Asana / Project Kaiser, изучить методики создания проектов и задач, управление временем в РК, а также составления отчетов и добавление в проект диаграмм применительно к вашему проекту. В список исполнителей проекта добавить преподавателя mtrfnvatv@gmail.com

Задание 6. Написание технического задания

Техническое задание составляется согласно ГОСТ серии 34. Добавить приложения, содержащие диаграммы в IDEF0 или UML.

Подробнее о ТЗ https://m.habr.com/ru/post/432852/?fbclid=IwAR3B-cLnR8mt6XJCorxsFsdqOxWh0--WnUt2Fv5_hbNIz4OUy0Kmh4uKIU

Задание 7. Проектирование информационной системы

Создание ИС (или ее прототипа) согласно индивидуальному заданию.
Язык программирования на Ваш выбор.

Задание 8. Использование системы контроля версий Git

При работе над программными продуктами часто возникают проблемы с:

1. отслеживанием всех изменений (даты, времени, авторства, замечаний) во всех файлах с исходным кодом проекта;

2. созданием/обновлением по запросу клиента на его компьютере копий всех или части исходных текстов проекта по состоянию на любой момент времени в прошлом/настоящем;

3. внесение изменений в файлы проекта в соответствии с изменениями, сделанными на компьютере пользователя, полуавтоматическое разрешение возникающих конфликтов редактирования;

4. контроль доступа к исходным текстам и информация о них;

5. хранение пересекающихся и непересекающихся версий и ветвей разрабатываемых файлов.

Одним из часто применяемых решений данной проблемы является использование системы контроля версий. Используйте систему управления версиями Git для своей информационной системы.

Задание 9. Изучение системы отслеживания ошибок Mantis BT

Отправка запроса об ошибке, поиск багов по общей базе данных, вывод зависимостей ошибок в графическом виде, составление отчётов об ошибках.

Создать произвольные баги в информационной системе, выполнить поиск багов по определённым критериям; создать отчёт по багам по критерию.

Примерные вопросы для подготовки 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

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: 21.03.2025). — 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: 11.03.2025). - Текст : электронный.

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: 21.03.2025). - 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>

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 проектной работы

Методические рекомендации по выполнению проектной работы предусмотрены в «Методических рекомендациях по подготовке написанию и оформлению проектной работы», 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 Windows defender
2. Astra Linux, Libre Office

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 «Генерация идеи и создание MVP 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.