

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО
ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт бизнеса и делового администрирования

И.о. ректора РАНХиГС



А.Г. Комиссаров
2023 г

УТВЕРЖДЕНА
ученым советом РАНХиГС
Протокол от «21» марта 2023 г. № 03

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации**

«Digital-продукты и стартапы»

Москва, 2023 год

Разработчик
к.э.н, доцент, ИБДА


(подпись)

Т. Ю. Головин
(И.О.Фамилия)

Руководитель программы
К.э.н, доцент, ИБДА


(подпись)

В.А. Коцоева
(И.О.Фамилия)

Руководитель
Структурного подразделения

Д.с.н, профессор, директор ИБДА


(подпись)

С.П. Мясоедов
(И.О.Фамилия)

Дополнительная профессиональная программа рассмотрена и одобрена на заседании ученого совета Института бизнеса и делового администрирования от 20 января 2023 г. протокол № 1

02/23

Выписка
из протокола № 1 заседания ученого совета
Института бизнеса и делового администрирования
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего
образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации» от 20.01.2023 г.

По пункту № 7 повестки дня

7. СЛУШАЛИ:

Коцоеву В.А., руководителя программы ИБДА. Дала краткий обзор дополнительных образовательных программ повышения квалификации «Digital-продукты и стартапы», «Управление операциями компании» и «Технологии стратегического прорыва и цифровая трансформация» очно-заочной формы обучения, год набора 2023. Рассказала об особенностях каждой из программ и предложила рекомендовать их к утверждению Ученым советом Академии.

ПОСТАНОВИЛИ:

7.1. Рекомендовать к утверждению Ученым советом Академии дополнительные образовательные программы повышения квалификации «Digital-продукты и стартапы», «Управление операциями компании» и «Технологии стратегического прорыва и цифровая трансформация» очно-заочной формы обучения, год набора 2023.

7.2. Назначить кандидата экономических наук, доцента Коцоеву В.А. руководителем дополнительных образовательных программ повышения квалификации «Digital-продукты и стартапы», «Управление операциями компании» и «Технологии стратегического прорыва и цифровая трансформация», очно-заочной формы обучения, год набора 2023, ответственной за их реализацию.

Председатель учёного совета ИБДА

(подпись)

С.П. Мясоедов

Секретарь учёного совета ИБДА

(подпись)

О.А. Большакова

Верно

Секретарь

25.01.2023

О.А. Большакова

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ОБ ЭКСПЕРТИЗЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Digital-продукты и стартапы

Форма обучения очно-заочная, 2022 / 2023 уч. год

Факультет:

Институт бизнеса и делового администрирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ИБДА РАНХиГС).

Дополнительная образовательная программа повышения квалификации «Digital-продукты и стартапы» реализуется в ИБДА по направлению подготовки «Менеджмент» и представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе собственного образовательного стандарта РАНХиГС по направлению подготовки 38.04.02 – «Менеджмент», утвержденного Приказом от 29.03.2021 г. № 01-3036, и профессионального стандарта «Специалист цифровой трансформации документированных сфер деятельности организации» (Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 31 марта 2021 г. N 192н)

Содержание дополнительной образовательной программы соответствует законодательству Российской Федерации и требованиям современного образования. ДПП определяет цели, результаты обучения, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса. ДПП включает: учебный план, рабочую программу, фонды оценочных средств и другие материалы необходимые для обеспечения качества подготовки слушателей.

Трудоемкость представленной к экспертизе программы составляет 108 академических часов (в том числе 90 ауд. час. контактной работы, 16 час. самостоятельной работы и 2 акад. часа на итоговую аттестацию).

Структура учебного плана представленной на экспертизу образовательной программы в полной мере отражает перечень формируемых компетенции. Дисциплины учебного плана выстроены в логической последовательности, что обеспечивает системное усвоение программы.

Доля занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет более 50 процентов аудиторных занятий.

Фонд оценочных средств позволяет обеспечить контроль качества усвоения программы, формирование у слушателей заявленных компетенций современного руководителя.

Условия реализации программы соответствуют требованиям современного образования, а участие в программе действующих представителей бизнеса, экспертов ассоциации ВРМ-профессионалов, бизнес-тренеров, руководителей компаний обеспечивает актуальность знаний и навыков, приобретаемых слушателями программы.

Обеспеченность учебно-методической документацией и материалами рецензируемой ДПП соответствует требованиям к программам повышения квалификации.

Отмеченное выше позволяет заключить, что представленная программа повышения квалификации «Digital-продукты и стартапы» обеспечивает качественную реализацию учебного процесса в ИБДА РАНХиГС.

Доктор экономических наук,
профессор



Г.Н. Соколова



Сервис-Диана

г. Москва, ул. Поклонная, д. 15, стр. 1, тел. 8-495-335-10-95

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ОБ ЭКСПЕРТИЗЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Digital-продукты и стартапы

Форма обучения очно-заочная, 2022 / 2023 уч. год

Факультет:

Институт бизнеса и делового администрирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ИБДА РАНХиГС).

Дополнительная образовательная программа повышения квалификации «Digital-продукты и стартапы» реализуется в ИБДА по направлению подготовки «Менеджмент» и представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе собственного образовательного стандарта РАНХиГС по направлению подготовки 38.04.02 – «Менеджмент», утвержденного Приказом от 29.03.2021 г. № 01-3036, и профессионального стандарта: «Специалист цифровой трансформации документированных сфер деятельности организации» (Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 31 марта 2021 г. N 192н)

Содержание дополнительной образовательной программы соответствует законодательству Российской Федерации и требованиям современного образования. ДПП определяет цели, результаты обучения, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса. ДПП включает: учебный план, рабочую программу, фонды оценочных средств и другие материалы необходимые для обеспечения качества подготовки слушателей.

Трудоемкость представленной к экспертизе программы составляет 108 академических часов (в том числе 90 ауд. час. контактной работы с преподавателями, 16 час. самостоятельная работа слушателя и 2 акад. часа выделено на итоговую аттестацию – презентация проекта).

Структура учебного плана представленной на экспертизу образовательной программы в полной мере отражает перечень формируемых компетенции. Дисциплины учебного плана выстроены в логической последовательности, что обеспечивает системное усвоение программы.

Доля занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 50 процентов аудиторных занятий.

Фонд оценочных средств позволяет обеспечить контроль качества усвоения программы, формирование у слушателей заявленных компетенций современного руководителя.

Условия реализации программы соответствуют требованиям современного образования, а участие в программе действующих представителей бизнеса, бизнес-консультантов, профессиональных тренеров и других экспертов в сфере инновационных подходов обеспечивает актуальность знаний и навыков, приобретаемых слушателями программы.

Обеспеченность учебно-методической документацией и материалами рецензируемой ДПП соответствует требованиям к программам повышения квалификации.

Отмеченное выше позволяет заключить, что представленная программа повышения квалификации «Digital-продукты и стартапы» обеспечивает качественную реализацию учебного процесса в ИБДА РАНХиГС.

Кандидат социологических наук,
Доцент
Исполнительный директор
ООО «СЕРВИС-ДИАНА»



Г.Э. Ибрагимов

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика программы.....	4
1.1. Цель реализации.....	4
1.2. Нормативная правовая база.....	4
1.3. Планируемые результаты освоения	5
1.4. Категория слушателей	6
1.5. Формы обучения и сроки освоения	6
1.6. Период обучения и режим занятий	6
1.7. Документ о квалификации	6
2. Содержание программы	7
2.1. Календарный учебный график.....	7
2.2. Учебный план	8
2.3. Содержание программы	9
3. Организационно-педагогические условия реализации программы.....	10
3.1 Кадровое обеспечение.....	10
3.2 Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы ...	12
3.3 Учебно-методическое и информационное обеспечение программы	12
4. Оценка качества освоения программы	13

Приложение 1. Рецензии (внешняя и внутренняя).

1. Общая характеристика программы

1.1. Цель реализации

Программа повышения квалификации «Digital-продукты и стартапы» направлена на получение и совершенствование слушателями компетенций, необходимых для повышения квалификации в области работы по внедрению инновационных решений в компаниях, разработки проектов по созданию и продвижению новых продуктов (Product-Manager и Product-Owner) в условиях цифровизации бизнес-процессов.

1.2. Нормативная правовая база

Программа разработана в соответствии со следующими документами:

Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации"

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499 г. Москва "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам"

Письмо Минобрнауки России от 9 октября 2013 г. № 06-735 "О дополнительном профессиональном образовании"

Приказ Министерства образования науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 (зарегистрирован Минюстом России 18.09.2017, регистрационный № 48226). «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ

Приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 N 952 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент"

Методические рекомендации по использованию электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации дополнительных профессиональных образовательных программ Министерства образования и науки Российской Федерации от 10.04.2014 года № 06-381.

Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов» (утв. Минобрнауки России 22.01.2015 № ДЛ-1/05вн).

Приказ РАНХиГС «Об утверждении локальных нормативных актов РАНХиГС по дополнительному профессиональному образованию» № 02-461 от 19 апреля 2019 года.

Приказ РАНХиГС от 29 марта 2021 года № 01-3036 «Об утверждении образовательных стандартов Академии по направлениям подготовки 38.03.02 Менеджмент и 38.04.02 Менеджмент»

Приказ РАНХиГС от 13 августа 2021 г. № 02-835 «Об утверждении положения о порядке разработки и утверждения РАНХиГС дополнительных профессиональных программ – программ профессиональной переподготовки, программ повышения квалификации».

Профессиональный стандарт «Специалист цифровой трансформации документированных сфер деятельности организации» (Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 31 марта 2021 г. N 192н)

1.3. Планируемые результаты освоения

Таблица 1

Планируемые результаты освоения

Виды деятельности	Общепрофессиональные/профессиональные компетенции ОПК, или трудовые функции (ПСК) (формируются и (или) совершенствуются) ОПК, ПСК	Знания	Умения	Практический опыт
Аналитическая	ОПК ОС-1 ¹ . Способность решать управленческие задачи на основе теории менеджмента и использования бенчмаркинга с учетом изменений внешней среды.	Знать: основные закономерности менеджмента и управления проектами	Уметь - анализировать основные моменты работающих систем сбыта	Владеть - навыками практического использования основных элементов управления продажами
	ОПК ОС-2 ² . Способность применять современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении управленческих и исследовательских задач.	Знать - теоретические основы организации и проведения исследований в сфере информационно-коммуникационных технологий теоретические основы организации и проведения исследований в сфере информационно-коммуникационных технологий - современные инновационные системы закупок и продаж товаров	Уметь - формулировать постановку задачи, организовывать выполнение и контролировать результаты проведения исследований в сфере информационно-коммуникационных технологий; - проводить комплексный и ситуационный анализ социальных процессов современных рынков общества потребления	Владеть - навыками разносторонних аналитических инструментов в приложении к решению конкретных задач по инвестиционной оценке
	ОПК ОС-3 ³ . Способность разрабатывать стратегии развития инновационных направлений деятельности организаций и трансформации их бизнес-моделей.	Знать: - Что такое стартап-экосистема и инновационная экосистема; - Основные понятия и игроки инновационных экосистем; - Подходы к инновациям; - Понятие открытых инноваций.	Уметь: - Определять специфику игроков инновационной экосистемы; - Подбирать того или иного игрока инновационной экосистемы под нужды стартапа на определенной стадии развития.	Владеть: Навыком подбора необходимых инструментов и партнеров для стартапа, в зависимости от его запросов и стадии развития.

¹ Образовательный стандарт Академии по направлениям подготовки 38.03.02 Менеджмент и 38.04.02 Менеджмент (Приказ РАНХиГС от 29 марта 2021 года № 01-3036)

² Образовательный стандарт Академии по направлениям подготовки 38.03.02 Менеджмент и 38.04.02 Менеджмент (Приказ РАНХиГС от 29 марта 2021 года № 01-3036)

³ Образовательный стандарт Академии по направлениям подготовки 38.03.02 Менеджмент и 38.04.02 Менеджмент (Приказ РАНХиГС от 29 марта 2021 года № 01-3036)

Организационно-управленческая	ПСК-1 ¹ . Технологическое сопровождение цифровой трансформации документированных сфер деятельности организации	Знать - основные принципы и технологии продуктового менеджмента - место сбытовой политики в системе стратегического управления компанией	Уметь - Анализировать и проводить логическую обработку структурированных данных документированных сфер коммерческой деятельности организации - адаптировать эффективные технологии маркетинга к специфике бизнеса	Владеть - навыками разработки цифрового маркетингового продукта в соответствии со стратегическими целями организации
	ПСК-2 ² . Организационное сопровождение цифровой трансформации документированных сфер деятельности организации.	Знать: - Подходы к инновациям; - Основы теории системного анализа.	Уметь: - применять методологию организационного проектирования при анализе систем управления структурированными данными в организации - экономически грамотно обосновать управленческие решения по проблемам инвестиционного анализа и планирования	Владеть: - навыками сбора и анализа требований к применению систем цифровой трансформации документированных сфер деятельности организации - навыками маркетингового планирования и разработки стратегий в соответствии со стратегическими целями организации

1.4. Категория слушателей

Директора и руководители подразделений компаний, специалисты по внедрению инновационных решений в компаниях, а также руководители стартап проектов.

К освоению программы допускаются:

- лица, имеющие среднее профессиональное или высшее образование (бакалавр, магистр, специалист) по любым направлениям и специальностям.

1.5. Формы обучения и сроки освоения

Форма обучения очно-заочная

Общая трудоемкость программы 108 академических часов (в том числе 90 ауд. час. контактной работы, 16 час. самостоятельной работы и 2 акад. часа на итоговую аттестацию)

1.6. Период обучения и режим занятий

Очно-заочная форма обучения

Модульный формат: 12 учебных дней с 9.00 до 18.50 (табл. 2)

1.7. Документ о квалификации

Удостоверение о повышении квалификации Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

¹ Профессиональный стандарт «Специалист цифровой трансформации документированных сфер деятельности организации» Коды трудовых функций А/02.5 – А/06.5. (Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 31 марта 2021 г. N 192н)

² Профессиональный стандарт «Специалист цифровой трансформации документированных сфер деятельности организации» Коды трудовых функций В/01.6 – В/09.6 (Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 31 марта 2021 г. N 192н)

2. Содержание программы

2.1. Календарный учебный график

Календарный учебный график заполняется с помощью условных обозначений:

УЗ – учебные занятия;

ИА – итоговая аттестация

СР – самостоятельная работа

Таблица 2

Календарный учебный график (модульный формат, группы ПК-42м, 43м)

Период обучения - 12 дней											
1 день.	2 день	3 день	4 день	5 день	6 день	7 день	8 день	9 день	10 день.	11 день	12 день
УЗ	УЗ	УЗ, СР	УЗ	УЗ	УЗ, СР	УЗ	УЗ	УЗ, СР	УЗ	УЗ, СР	УЗ, ИА

2.2. Учебный план

Таблица 3

Учебный план (формат модульный)

№п/п	Наименование (модуля/раздела/дисциплины/темы), практики (стажировки)	Общая трудоемкость, час	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час.	Контактная работа (с применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения), час.					Самостоятельная работа, час.	Текущий контроль успеваемости ⁸¹	Промежуточная аттестация (форма/час)	Итоговая аттестация (вид /час.)	Код компетенции
			Всего	В том числе					Всего	В том числе								
				Лекции / в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) / в интерактивной форме	Практические (семинарские) занятия / в интерактивной форме	Контактная самостоятельная работа, час.			Лекции/ в интерактивной форме	Лабораторные занятия (практикум) / в интерактивной форме	Практические (семинарские) занятия / в интерактивной форме	Контактная самостоятельная работа, час.					
1.	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	16	17	18	19	20
1	Стартапы и инновационная экосистема	10	10	2/0		8/8									О, Д, П			ОПК ОС-3.
2	Клиенто-центричные подходы	28	24	8/0		16/16		4							О, Д, П			ПСК-1
3	Управление цифровым продуктом	20	16	4/0		12/12		4							О, Д, П			ПСК-2
4	Венчурные фонды и инвестиционная оценка	28	24	8/0		16/16		4							О, Д, П			ОПК ОС-2
5	Цифровой маркетинг и инфлюенс маркетинг	20	16	8/0		8/8		4							О, Д, П			ОПК ОС-1.
	Итого:	106	90	30		60		16										
	Итоговая аттестация	2	2														3 (Т) 2 ч	
	Всего:	108	92	30		60		16									2	

⁸¹ О (опрос), Д (диспут), П (презентация), З(Т) зачет традиционный

2.3. Содержание программы

Таблица 4

Номер темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
Раздел 1	Понятие инновационной экосистемы. Рейтинги инновационных экосистем. Выбор инновационной экосистемы. Частные и государственные участники стартап-экосистемы России. Особенности международной стартап-экосистемы. Эволюция моделей инноваций: от линейной закрытой до открытой модели
Раздел 2	Разнообразие клиенто-центричных подходов. Связка между клиенто-центричными подходами. В чём отличие бережливого стартапа от дизайн-мышления. Бизнес-модели и customer development. Составные части бизнес-модели. Jobs to be done. Понятие JTBD. Customer Journey Map. Какие задачи решает CJM. Построение CJM. Гибкие методики разработки
Раздел 3	История продуктового менеджмента. Понятие продукта и проекта в стартапе. Разработка стратегии развития через продуктовый подход. Жизненный цикл продукта, продуктовая разработка и дорожная карта. Принципы и методы управления этапами разработки и внедрения ИТ-продукта. Гибкие подходы и методологии в разработке продукта. Нюансы разработки сложных продуктов. Архитектура системы, базовые понятия.
Раздел 4	Принципы работы венчурного фонда. Рынок венчурных инвестиций. Инструменты работы венчурных фондов. Устройство венчурного фонда. Правовые основы и формы. Что венчурные фонды хотят видеть в проектах? Оценка и структурирование сделок. Типы оценки бизнеса
Раздел 5	Основы цифрового маркетинга. Ключевые принципы. Введение в digital и тренды. Анализ целевой аудитории. Составление портрета клиента. Конкурентный анализ: методология. Инструменты и каналы цифрового маркетинга. Инфлюенс-маркетинг и работа с лидерами мнений.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы слушателей по дисциплине

Самостоятельная работа подразумевает: повторение и углубленное изучение лекционных материалов и подготовку к текущему контролю и итоговой аттестации в соответствии с приведенным ниже перечнем вопросов

3. Организационно-педагогические условия реализации программы

3.1 Кадровое обеспечение

Таблица 5

Сведения о профессорско-преподавательском составе

Ф.И.О. преподавателя/ведущего специалиста	Специальность, присвоенная квалификация по диплому	Дополнительная/ые квалификация/и	Место работы, должность, основное/дополнительное место работы	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности/по дополнительной квалификации	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой дисциплины/темы (модуля), практики/стажировки (при наличии) по данной программе
						Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Головин Тимофей Юрьевич	ФГОУ Санкт-Петербургский государственный университет, 2012 г. магистр по специальности «Конфликтология», квалификация «Магистр конфликтологии, University of St. Andrews бакалавр "Математика"	2018 г. Член рабочей группы FinNet	ООО «Френчинвест» Генеральный директор	нет	14	8	8	Стартапы и инновационная экосистема, Клиентоцентричные подходы

Васильев Андрей Владимирович	Диплом о ВО по специальности: «Автоматизированные системы обработки информации и управления» РГТУ им. К.Э. Циолковского (МАТИ-РГТУ) Диплом о ВО по специальности: «Системный анализ и управление» РГТУ им. К.Э. Циолковского (МАТИ-РГТУ)	Диплом о высшем дополнительном образовании по специальности: «Преподаватель высшей школы» (РАНХиГС при Президенте РФ)	ООО «Сеолайт», Генеральный директор	нет	14	5	5	Управление цифровым продуктом, Клиентоцентричные подходы
Байдусов Владимир Вячеславович	МИФИ 2012 год, инженер по специальности «вычислительные машины, комплексы, системы и сети»	Бизнес-школа INSEAD, 2019 «Формирующие лидеры в цифровую эпоху»	ПАО «Росбанк», Руководитель по развитию цифровых продуктов для малого бизнеса	нет	3	2	2	Управление цифровым продуктом
Селицкий Андрей Александрович	МФТИ, 2011 г., магистр по направлению «прикладная математика и физика»		ООО "Алхена", партнёр, руководитель венчурной практики	нет	13	3	1	Венчурные фонды и инвестиционная оценка
Макеев Анастасия Егоровна	РЭУ им. Г.В. Плеханова, факультет Маркетинга, направление "Менеджмент", 2015 г, бакалавр		Директор проектов по ИТ-бренду ПАО "Ростелеком", экс-руководитель направления по работе со стартапами Microsoft Russia	нет	10	4	4	Цифровой маркетинг и инфлюенс маркетинг
Хлопова Дарья	University of Hertfordshire, BA Hons Arts & Design, Product Design, 2012		Product Owner @ Atom ex-UX Lead @ Sber	нет	5	3	3	Клиентоцентричные подходы

3.2 Материально-техническое и программное обеспечение реализации программы

Все учебные занятия, а также текущий контроль знаний слушателей и промежуточная и итоговая аттестации проводятся в аудиториях, оборудованных мультимедиа проектором, компьютерными рабочими местами с выходом в интернет, мобильным освещением, видеозэкраном, универсальной интерактивной доской (маркеры), флипчартами. На занятиях используется также съемка тренингов на видеокамеру с целью последующего анализа.

Всё программное обеспечение, установленное на компьютерах, лицензировано:

- пакет программного обеспечения общего назначения Microsoft Office (презентационный редактор MS PowerPoint, текстовый редактор MS Word, электронные таблицы MS Excel), а также Adobe Acrobat Reader
- интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

3.3 Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Нормативно-правовые документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
2. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ
3. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 14.07.2022) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2022)
4. Министерство Экономического Развития РФ – "Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов" (утв. Минэкономки РФ, Минфином РФ, Госстроем РФ 21.06.1999 N ВК 477)

Основная литература:

1. Дилемма инноватора. Клейстон М. Кристенсен. Альпина Паблишер; Москва; 2019
2. Стартап: Настольная книга основателя. Стив Бланк, Боб Дорф «Альпина Паблишер», 2014 г.
3. Спроси маму: Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут? Роб Фитцпатрик, Издание на русском языке ООО «Альпина Паблишер», 2020
4. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора. Александр Остервальдер, Ив Пинье Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2012.
5. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Эрик Рис, Альпина Паблишер; Москва; 2014
6. Разработка ценностных предложений / Дэвид Мошелла. – М.: Альпина Диджитал, 2020, 172 стр.
7. Фрайд, Хенссон - Rework. Бизнес без предрассудков, М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. – 208 с.

Дополнительная литература

1. Гай, Кавасаки Стартап по Кавасаки: проверенные методы начала любого дела / Кавасаки Гай ; перевод Д. Глебов ; под редакцией В. Потапова. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 336 с. — ISBN 978-5-9614- 5891-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86879.html>.
2. Закон успешных инноваций: зачем клиент «нанимает» ваш продукт и как знание об этом помогает новым разработкам / Клейтон Кристенсен, Тедди Холл, Карен Диллон, Дэвид Данкан ; перевод Е. Бакушева. — М.: Альпина Паблишер, 2019
3. Основы проектного менеджмента. Классическое руководство. Хигни Джозеф. М.: Манн, Иванов и Фербер (МИФ), 2018, — 270 с.
4. Захарова, Ю. А. Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром: практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018.
5. Постигая Agile. Ценности, принципы, методологии / Эндрю Стеллман, Дженифер Грин, М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. — 448 с.
6. Подрывные инновации. Как выйти на новых потребителей за счет упрощения и удешевления продукта / С. Энтони, М. Джонсон, Дж. Синфилд, Э. Олтман ; перевод А. Соломина. — М. : Альпина Паблишер, 2018

Интернет ресурсы

1. <http://www.rb.ru>
2. <https://incrussia.ru/>
3. <https://www.forbes.ru/>
4. <https://www.crunchbase.com/>
5. <https://www.cbinsights.com/>
6. <https://www.reuters.com/innovative-universities-2019>
7. <https://www.bloomberg.com>
8. <https://techcrunch.com/> - Новостной портал по новым технологиям.
9. <https://medium.com/topic/entrepreneurship/> - Статьи по предпринимательству

4. Оценка качества освоения программы

Текущий контроль осуществляется на практических занятиях при опросах и дискуссиях, где слушателей просят осветить следующие вопросы:

- Понятие инновационной экосистемы
- -Рейтинги инновационных экосистем
- - HELIX-схема
- Частные участники стартап-экосистемы России
- -Государственные участники стартап-экосистемы России
- -Особенности стартап-экосистемы России
- Brand man в компании P&G
- Путь HP
- Путь Toyota
- Кто такой продакт (product manager)
- Понятие продукта.
- Способы получения нового продукта.
- Факторы успеха нового продукта
- Сравнение бизнес-ориентированного подхода с подходом ориентации на пользователя для генерирования инноваций.

- Понятие Customer Experience, UX/UI дизайна и юзабилити интерфейса
- Определение требований к продукту
- Этапы разработки нового продукта
- Разработка стратегии развития через продуктовый подход
- Концепция жизненного цикла продукта
- Жизненные циклы продукта и проекта
- Основные подходы к разработке продукта
- Метод водопада (каскадный метод).
- Метод гибкой разработки.
- Планирование разработки с помощью линейной диаграммы Ганта
- Модели управления жизненным циклом продукта.
- Базовый обзор инструментов и связи между ними: бережливое производство и Lean Startup, Agile, водопадная модель управления проектами.
- Принципы и методы управления этапами разработки и внедрения ИТ-продукта
- Генерация бизнес-идей и формирование стратегий управления серий ИТ-продуктов.
- Стандартизация и унификация процедур разработки и внедрения ИТ-продукта
- Введение в Agile: обзор культуры и принципов гибкого управления проектами
- Преимущества и недостатки итеративного и инкрементального подхода к разработке, Agile-манифест.
- Гибкие подходы к созданию/управлению продуктом
- Методология Scrum: роли, артефакты, встречи участников, масштабирование на крупные проекты
- Создание пользовательских историй, визуализация процессов, формирование и приоритезация бэклога задач
- Методология Kanban: принципы, практики и ценности метода, количественный и качественный анализ потребностей, жизненный цикл типов работ и работа с ожиданиями заказчиков, стоимость задержки;
- Дизайн Kanban-системы, обзор примеров внедренных систем, практики анализа эффективности внедрения.
- Принципы и методы управления этапами разработки и внедрения ИТ-продукта.
- Специфические особенности ПО как продукта
- Этапы выполнения исследований, их документальное сопровождение. Методы планирования исследований.
- особенности распределения работ проекта по стадиям жизненного цикла.
- Особенности архитектуры информационных систем
- Предпроектные исследования предметной области
- Формирование технического задания, согласование технических характеристик
- Аспекты UX/UI-дизайна и использование новейших тенденций дизайна
- Распределения работ проекта между участниками команды.
- Человеческий фактор в управлении.
- Продуктовые задачи в ритейле
- Конфликт Спарк и Интерфакс
- Стратегия продукта в Банке
- Внутренний стартап в Банке
- Разнообразие клиенто-центричных подходов
- Дизайн-мышление
- Связка между клиенто-центричными подходами. В чём отличие бережливого стартапа от дизайн-мышления.

- Стартап и бережливый стартап.
- Составляющие бережливого стартапа
- Понятие pivot
- Цикл бережливого стартапа
- Понятие бизнес-модели
- Модель Остервальдера-Пинье
- Модель Эш-Мойры.
- Понятие протоперсоны
- Составные части бизнес-модели
- Customer development и основные этапы
- Понятие гипотезы
- Типы глубинных интервью
- Вопросы для глубинного интервью
- Понятие CJM
- Точки касания
- CJM As is и CJM to be
- Какие задачи решает CJM
- Построение CJM
- Источники финансирования предпринимательской деятельности.
- Возвратное финансирование. Виды.
- Долговое и доленое финансирование.
- Инструменты работы венчурных фондов.
- История венчура.
- Доходность венчурных фондов. Рынок и статистика. РФ и международный рынок.
- Стартапы и венчур.
- Устройство венчурного фонда. Правовые основы и формы.
- Виды венчурного финансирования.
- Корпоративные венчурные фонды.
- Экономика венчурного фонда.
- Инвестиционный процесс.
- Стратегия венчурного фонда.
- Три типа оценки бизнеса.
- Доходный метод.
- Сравнительный метод. Примеры.
- Итоговая оценка.
- Условия сделок. Основные типы от вклада в капитал до SAFE.

Также **текущий контроль** предполагает создание слушателем небольшой устной презентации проекта по каждому предмету курса, сопровождаемого подготовленными материалами в формате Power Point.

Список вопросов/тематик, обязательных для указания и проработки в презентации проекта:

1. Анализ целевой аудитории продукта
2. Анализ конкурентов
3. Описание выбранной маркетинговой стратегии для продвижения продукта
4. Примеры контента, разработанного для продвижения продукта в сети Интернет
5. Маркетинговый план
6. Описание продукта
7. Схема работы продукта

8. Бэклог по запуску продукта
 9. Стратегия продукта
 10. Стратегия и модель «идеального» венчурного фонда для продукта.
 11. Таблица отобранных фондов для коммуникации и инвестиционная стратегия.
 12. Инвестиционное предложение для венчурного фонда.
 13. Расчёт экономической эффективности, оценки стартапа и предлагаемой доли.
 14. Портрет клиента
 15. Результаты Customer Development или JTBD
 16. Бизнес-модель
 17. CJM as is и CJM to be
 18. Бэклог продукта
-
19. Потенциальные партнёры (кто будет помогать с запуском и развитием стартапа или продукта)
 20. Дорожная карта

Итоговая аттестация состоит в создании сводной презентации, разработанной на основе тех, что слушатель готовил к окончанию каждой из прослушанных дисциплин. Сводная презентация должна отвечать следующим требованиям и освещать перечисленные ниже вопросы:

- 1) Титульный слайд
- 2) Портрет клиента/ Анализ целевой аудитории продукта
- 3) Описание продукта/ Схема работы продукта
- 4) CJM as is и CJM to be
- 5) Стратегия продукта + Описание выбранной маркетинговой стратегии для продвижения продукта
- 6) Анализ конкурентов
- 7) Маркетинговый план
- 8) Расчёт экономической эффективности, оценки стартапа и предлагаемой доли.
- 9) Потенциальные партнёры (кто будет помогать с запуском и развитием стартапа или продукта)
- 10) Дорожная карта
- 11) Команда
- 12) Призыв к действию/ Инвестиционное предложение для венчурного фонда.

В итоговую презентацию могут быть включены приложения. Вот их примерные темы:

- 1) Стратегия и модель «идеального» венчурного фонда для продукта.
- 2) Таблица отобранных фондов для коммуникации и инвестиционная стратегия.
- 3) Результаты Customer Development или JTBD
- 4) Бизнес-модель
- 5) Бэклог по запуску продукта
- 6) Примеры контента, разработанного для продвижения продукта в сети Интернет

Шкала оценивания

Презентация выполнена на качественном уровне с соблюдением всех требований. Устный комментарий слушателя подтверждает правильность составленного им маркетингового плана по созданию нового продукта и дорожной карты по его продвижению	Зачтено
---	---------

Характеристика результатов освоения программы

В результате освоения программы у слушателя сформированы компетенции:

Компетенция (код, содержание)	Индикаторы
ОПК ОС-1. Способность решать управленческие задачи на основе теории менеджмента и использования бенчмаркинга с учетом изменений внешней среды.	У обучающихся выработано понимание текущих игроков инновационной экосистемы, их типология, особенности и различия. Освоены способы определять, какие участники инновационной экосистемы будут им полезны и на какой стадии развития стартапа или цифрового продукта с учетом изменений внешней среды.
ОПК ОС-2. Способность применять современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении управленческих и исследовательских задач.	Освоены навыки подбора необходимых инструментов и партнёров для стартапа, в зависимости от его запросов и стадии развития.
ОПК ОС-3. Способность разрабатывать стратегии развития инновационных направлений деятельности организаций и трансформации их бизнес-моделей.	Освоены навыки самостоятельно формулировать проблемы, строить цели и ставить задачи построения эффективных стратегий цифровых маркетинговых коммуникаций с использованием современных инновационных технологий
ПСК-1. Технологическое сопровождение цифровой трансформации документированных сфер деятельности организации	Освоены навыки анализа и разработки цифрового маркетингового продукта в соответствие со стратегическими целями организации
ПСК-2. Организационное сопровождение цифровой трансформации документированных сфер деятельности организации.	Выработана способность сбора и анализа требований к применению систем цифровой трансформации