

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

Институт бизнеса и делового администрирования

УТВЕРЖДЕНА
ученым советом РАНХиГС
(в составе ДПП)

Протокол от 20 марта 2025 г. № 3

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Стратегия Голубого Океана»
на основе имитационной компьютерной игры
по дополнительной профессиональной программе
профессиональной переподготовки

Мастер делового администрирования

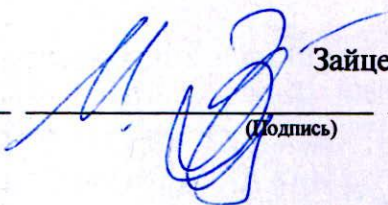
Форма обучения очно-заочная

Москва, 2025

Автор(ы)–составитель(и):
К.физ-мат.н., доцент

Зайцев Михаил Григорьевич

(ученое звание, ученая степень, должность)



(Подпись)

(Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины	4
2. Планируемые результаты обучения дисциплины	5
3. Объем дисциплины	5
4.1. Структура дисциплины	6
4.2. Содержание дисциплины	7
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы слушателей по дисциплине	9
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине	10
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	10
7.2. Основная литература	10
7.3. Дополнительная литература	11
7.4. Интернет ресурсы, справочные системы	11
8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины	11

1. Цель и задачи дисциплины

Основной целью дисциплины является освоение слушателями основных концепций и инструментов Стратегии Голубого Океана и развития навыков их применения на практике

Слушатель должен:

- знать основные принципы Стратегии Голубого Океана, отличающие этот подход от конкурентных маркетинговых стратегий
- знать основные подходы (пути) к реконструкции рынка и открытию латентного спроса для создания маркетинговой ниши, свободной от конкуренции,
- знать и понимать смысл основных инструментов формирования и реализации Стратегии Голубого Океана: стратегической канвы и кривой ценности, решетки четырех действий ERRC и карты полезности продукта/услуги для клиента,
- знать и понимать необходимость периодической смены платформы инновации ценности для потенциального клиента для того, чтобы избавиться от конкурентов и имитаторов и сохранить открытую маркетинговую нишу свободной от конкуренции,
- уметь визуализировать продуктовую стратегию путем формулировки стратегической канвы и построения кривой ценности продукта/ услуги для клиента,
- уметь оценить по виду построенной кривой ценности продукта/ услуги, насколько вероятно открыть новую маркетинговую нишу, свободную от конкуренции (Голубой Океан), с помощью такого продукта/ услуги
- уметь оценивать внутренние ресурсы, способности и ключевые компетенции компании для открытия Голубого Океана
- уметь правильно установить цену на новый продукт/услугу, при которой возможно вскрыть массовый латентный спрос (открыть Голубой Океан),
- уметь, на основе глубоко анализа потребностей потенциальных клиентов (НЕ-КЛИЕНТОВ существующей индустрии, по терминологии Стратегии Голубого Океана), создать продукт/ услугу, представляющую для них беспрецедентную ценность, при невысоких издержках для компании,
- владеть навыками работы с решеткой ERRC (Устранить – Уменьшить – Поднять- Создать) для построения стратегической канвы и кривой ценности продукта/ услуги, предназначенных для открытия Голубого Океана,
- владеть навыками использования карты полезности продукта/ услуги для потенциального клиента Голубого Океана,
- развить навыки создания и презентации Стратегии Голубого Океана.

2. Планируемые результаты обучения дисциплины

Таблица 1.

Планируемые результаты обучения дисциплины

Виды деятельности	Профессиональные компетенции или трудовые функции (формируются и (или) совершенствуются) ПСК	Знания	Умения	Практический опыт
Руководство предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия, учреждения, организации.	ПК-3. Способность построения комплексных, межфункциональных решений ПСК-1. Способность представить межфункциональную деятельность в виде проекта (временной целевой структуры) и руководить его реализацией	Знать: - основные принципы Стратегии Голубого Океана, - основные подходы (пути) к реконструкции рынка и открытию латентного спроса для создания маркетинговой ниши, свободной от конкуренции - знать и понимать необходимость периодической смены платформы инновации ценности для потенциального клиента	Уметь: - оценить по виду кривой ценности продукта/ услуги, насколько вероятно открыть новую маркетинговую нишу, свободную от конкуренции (Голубой Океан) - оценивать внутренние ресурсы, способности и ключевые компетенции компании для открытия Голубого Океана	Владеть: - навыками работы с решеткой ERRC для построения стратегической канвы и кривой ценности продукта/ услуги, - навыками использования карты полезности продукта/ услуги для потенциального клиента Голубого Океана,

3. Объем дисциплины

Общая трудоемкость курса 40 академических часов

Таблица 2

Объем дисциплины

Вид учебной работы	Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)	С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)
Контактная работа слушателя с преподавателем, в том числе:	20	
лекционного типа (Л) / Интерактивные занятия (ИЗ)	6/0	
лабораторные занятия (практикум) (ЛЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)		
Практические (семинарские) занятия (ПЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)	14/14	
Самостоятельная работа слушателя (СР)	20	
Промежуточная аттестация	форма час.	3 (Т)
Общая трудоемкость по учебному плану (час./з.е)	40	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Структура дисциплины

Таблица 3

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Общая трудоемкость, часы	Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)				С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)				Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточно й аттестации		
			Всего	Контактная работа			СР	Всего	Контактная работа			СР	
				Л	ЛЗ	ПЗ			Л	ЛЗ			ПЗ
1.	Введение в имитационную среду игры Стратегия Голубого Океана	8	2	2		6						КП, ДИ	
2.	Выбор конкурентной стратегии команды для игры в Алом океане.	6	6		6							Презентации команд и Дискуссия	
3.	Введение в концепцию Стратегии Голубого Океана	6	2	2		4						КП, ДИ	
4.	Постановка задач для команд на 3 года первого и второго раунда игры в Голубом Океане.	7	1	1		6						КП, ДИ	
4.	Принятие управленческих решений для 3 лет игры	6	6		6							Презентации команд и Дискуссия	
5.	Постановка задач для команд на 3 года третьего раунда игры в Голубом Океане.	5	1	1		4						КП, ДИ	
6.	Принятие управленческих решений для 3 лет игры	2	2		2							Презентации команд и Дискуссия	
Итого:		40	20	6		14	20				14		
Подготовка и сдача экзамена/зачета												3 (Т)	
Всего		40	20	6		14	20				14		

¹ Формы текущего контроля успеваемости: компьютерный практикум (КП), деловая игра (ДИ).

4.2. Содержание дисциплины

Таблица 4

Содержание дисциплины

Номер и название разделов (тем)	Содержание разделов (тем)	
Тема 1 Введение в имитационную среду игры Стратегия Голубого Океана	<p>Математические модели конкурентных маркетинговых стратегий, реакции рынка на продуктовые стратегии компании, стратегии сегментации и стратегии дистрибуции.</p> <p>Описание имитационной среды игры Стратегия Голубого Океана (BOSS-3).</p> <p>Конкурентные факторы индустрии компьютерных приставок и видео игр и описание конкурентной среды в имитационной игре BOSS-3.</p> <p>Анализ годовых отчетов: котировки акций, доли рынка, выручка и EBIT. Отчет о прибылях и убытках, производственный отчет, отчеты экспертов о реакции рынка на решения компании.</p> <p>Анализ результатов маркетинговых исследований: сравнение котировок акций конкурентов, их рыночной доли, выручки, EBIT, отчет о сравнительных характеристиках затрат, детальный отчет о продажах по сегментам рынка и по каналам дистрибуции, отчет о предпочтениях потенциальных клиентов, прогноз роста рынка по сегментам.</p> <p>Использование данных отчетов для принятия стратегического решения о характеристиках продукта, цене, объеме производства, бюджете маркетинга и продаж по сегментам и каналам дистрибуции, географической экспансии компании.</p> <p>Выбор корпоративных проектов, как способ улучшения организационных характеристик и финансовых показателей компании.</p>	
Тема 2 Выбор конкурентной стратегии команды для игры в Алом океане. Принятие управленческих решений для 3 лет игры		<p>Практическая задача: на основе анализа годовых отчетов компании и результатов маркетинговых исследований определить конкурентную стратегию компании на 3 года в среде Алого Океана:</p> <ul style="list-style-type: none"> - какого из конкурентов атаковать? - как модифицировать продукт? - как изменять цену продукта? - как распределять бюджет на маркетинг и продажи? - использовать ли (и насколько) географическую экспансию для увеличения продаж? <p>Цель добиться резкого повышения котировок акций, рыночной доли, выручки и EBIT за 3 года. Подвести итоги выбранной стратегии и презентовать ее.</p> <p>Сравнение стратегий различных команд.</p>

Номер и название разделов (тем)	Содержание разделов (тем)	
		Выводы о возможных стратегиях и наилучшей стратегии в имитационной среде Алого Океана.
Тема 3 Введение в концепцию Стратегии Голубого Океана	Сопоставление инвестиционных проектов в Алом и в Голубом Океане. Примеры стратегической канвы и кривых ценности для продуктов/ услуг, открывших Голубой Океан. Основные признаки построения успешной стратегической канвы и кривой ценности: Фокус, Дивергенция, Короткий и привлекательный девиз. Решетка ERRC (Устранить –Снизить –Повысить- Создать). Шесть путей реконструкции рынка – способы обнаружить группы НЕ-Клиентов индустрии и потенциальных клиентов Голубого Океана.	
Тема 4 Построение стратегической канвы и кривых ценности для потенциальных новых продуктов компании для открытия Голубого океана. Принятие управленческих решений для 3 лет игры		Проанализировать кейс по полемому исследованию НЕ-КЛИЕНТОВ индустрии. Практическая задача: на основе анализа результатов полевого исследования построить стратегические канвы и кривые ценности для 3-х обнаруженных групп НЕ-КЛИЕНТОВ, выбрать единственный продукт и запустить его. Принять решение о том, какая из рассмотренных групп НЕ-КЛИЕНТОВ наиболее перспективна с точки зрения открытия Голубого океана, исходя из объема потенциального рынка, перспективности стратегической канвы и кривой ценности, соотношения стратегически приемлемого уровня цены для этой группы и себестоимости продукта. Принять решение о цене, производственном плане, соотношении затрат на маркетинг и продажи. Правильно выбрать степень географической экспансии. Сделать 3 шага (года), анализируя результаты годовых отчетов, маркетинговых исследований, и обратную связь экспертов рынка. Подвести итоги выбранной стратегии и презентовать ее. Сравнение стратегий различных команд. Выводы о возможных стратегиях и наилучшей стратегии открытия Голубого океана в имитационной среде BOSS-3.
Тема 5 Смена платформы инноваций ценности, как единственный	Появление конкурентов и имитаторов сразу же после выпуска нового успешного продукта, открывшего массовый латентный спрос (Голубой Океан). Как избавиться от конкурентов и сохранить открытую	

Номер и название разделов (тем)	Содержание разделов (тем)	
способ сохранения ниши свободной от конкуренции. Постановка задач для команд на 3 года третьего раунда игры в Голубом Океане.	маркетинговую нишу, свободной от конкуренции? Платформы для инноваций: продукт, дополнительные услуги, нестандартные методы продаж. Успешные примеры открытия массового латентного спроса за счет введения дополнительных услуг и не стандартной организации продаж. Сложность понятия Стратегической канвы. «Визуальное пробуждение» – ключ к открытию Голубого Океана. Карта полезности продукта / услуги для клиента. Анализ существующих дополнительных услуг и способов продажи (дистрибуции) в индустрии компьютерных приставок и видео игр среды BOSS-3. Уровень конкурентных факторов.	
Тема 6 Построение стратегической канвы и кривой ценности для потенциальных новых услуг и способов организации продаж компании для сохранения Голубого океана. Принятие управленческих решений для 3 лет игры		Проанализировать 2-ю часть кейса по полемому исследованию НЕ-КЛИЕНТОВ индустрии. Практическая задача: на основе анализа результатов полевого исследования построить стратегическую канву и кривую ценности для 2-х обнаруженных групп НЕ-КЛИЕНТОВ. Принять решение о цене, производственном плане, соотношении затрат на маркетинг и продажи. Правильно выбрать степень географической экспансии. Сделать 3 шага (года), анализируя результаты годовых отчетов, маркетинговых исследований, и обратную связь экспертов рынка. Подвести итоги выбранной стратегии и презентовать ее. Сравнение стратегий различных команд. Выводы о возможных стратегиях и наилучшей стратегии смены платформы инноваций для сохранения Голубого океана, сохранения открытой маркетинговой ниши, свободной от конкуренции, в имитационной среде BOSS-3.

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы слушателей по дисциплине

Самостоятельная работа слушателя предполагает:

- предварительное знакомство с описанием имитационной среды BOSS-3, изучение руководство участника игры
- предварительно знакомство с кейсом о полевым исследовании НЕ-Клиентов индустрии компьютерных приставок и видео игр в имитационной среде BOSS-3

- повторение лекции по Введению в Стратегию Голубого океана
- знакомство с книгой Чен Кима и Рене Моборн «Стратегия Голубого Океана»
- подготовку к командной презентации результатов игры команды в Алом и Голубом раундах имитационной игры BOSS-3.

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Оценка результатов деятельности команды учащихся проводится в ходе самой игры BOSS-3. В случае удачных решений, котировки акций команды, доля рынка, выручка и EBIT соответствующим образом возрастают (или нет).

Презентации команд позволяют сопоставить и оценить не только результаты игры, но и те выводы, которые команды сделали на этой основе.

Зачет получают команды, доигравшие до конца и представившие презентацию, свидетельствующую о понимании тех реакций, которая имитационная среда BOSS-3 выдавала в ответ на принятые командой решения.

Для слушателей, не сдавших зачет или отсутствовавших на занятии, зачет проводится в режиме индивидуального письменного задания с дальнейшей проверкой его преподавателем.

Таблица 5

Оценивание слушателя на зачете по дисциплине

Оценка	Требования к знаниям
<i>зачтено</i>	Оценка «зачтено» выставляется слушателю, если он в полной мере, достаточно глубоко и прочно (или хотя бы в целом) усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно, (или хотя бы верно) излагает его во время зачета, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, умеет увязывать теорию с практикой, однако иногда затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение. Учебными достижениями в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрирует овладение программным материалом в достаточной мере.
<i>незачтено</i>	Оценка «незачтено» выставляется слушателю, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «незачтено» ставится слушателям, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. Учебными достижениями в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрирует не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

Раздаточный материал, содержащий перевод с английского

- Введения в имитационную среду BOSS-3 и руководство участника
- Перевод кейса по полемому исследованию НЕ-КЛИЕНТОВ индустрии компьютерных приставок и видео игр

7.2. Дополнительная литература.

Чен Ким, Рене Моборн, Стратегия Голубого Океана: Как найти или создать рынок, свободный от других игроков, перевод с английского, изд-во Манн-Иванов-Фербер, 2022.

7.3. Интернет ресурсы, справочные системы

- <http://www.stratxsimulations.com> – сайт компании StratX – провайдера имитационной игры

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Список учебно-лабораторного оборудования для реализации дисциплины и проведения промежуточной аттестации.

Для проведения занятий необходимо

- 1) Купить у компании StratX ключи активации – РАК, для возможности участникам программы МВА зайти на сервер компании StratX, просматривать результаты годовых отчетов и маркетинговых исследований и, на этой основе, ввести свои стратегические решения последовательно по 9 годам имитационной деловой игры. Для каждой команды должно быть не менее 3 ключей. В команде может быть 5-6 человек.
- 2) Необходимо, чтобы в каждой команде было 3 портативных компьютера или планшета для того, чтобы зарегистрированные (с помощью активационных ключей РАК) участники команды могли зайти на сервер StratX и просматривать различные экраны имитационной игры.
- 3) Аудитория должна быть снабжена быстродействующим wi-fi Интернет, проектором и компьютером преподавателя с выходом в Интернет, доской и маркерами

Приложение BOSS3-Instructor-Guide-master – гид для Преподавателя по проведению игры на англ. языке.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний слушателей.

- пакет лицензионного 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).

