

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Высшая школа управления и инноваций



УТВЕРЖДАЮ
и.о.декана
/В.В.Печковская /
«12» февраля 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗВИТИЕ ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ

ЦЕННОСТНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

МАГИСТРАТУРА

27.04.05 "ИННОВАТИКА"

Форма обучения:

очная, очно-заочная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
Советом факультета

(протокол № 2, 12 февраля 2019 г.)

Москва 2019

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки / специальности 27.04.05 «Инноватика» (программа магистратуры), утвержденным приказом МГУ от 22 июля 2011 года № 729 (в редакции приказов МГУ от 22 ноября 2011 года № 1066, от 21 декабря 2011 года № 1228, от 30 декабря 2011 года № 1289, от 22 мая 2015 года № 490, от 30 июня 2016 года № 746).

Год (годы) приема на обучение: 2019, 2020.

1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Развитие отношений с клиентами и проектирование ценностных предложений» является приобретение знаний, умений и навыков в области разработки и проверки ценностных предложений и улучшения взаимодействия с клиентами организации.

При изучении курса ставятся следующие **задачи**:

- приобретение знаний о процессе проектирования ценностных предложений;
- получение знания инструментов разработки и проверки ценностных предложений;
- развитие умений и навыков анализа проблем клиентов и их потребительского опыта;
- формирование умений и навыков разработки ценностного предложения.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО: относится к профессиональному блоку вариативной части (дисциплины по выбору студента) учебного плана, реализуется на 2 году обучения (2 курс, 3 семестр).

3. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия (если есть): освоение дисциплин бакалавриата: «Экономика», «Общий менеджмент», а так же дисциплин магистратуры – «Моделирование и количественные методы анализа в бизнесе», «Управленческая экономика», «Управление инновационными проектами».

Знания, навыки и умения, полученные при изучении обеспечивают успешное освоение необходимы для прохождения преддипломной практики, осуществления научно-исследовательской работы и написания выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

4. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников.

Компетенции выпускников, формируемые (полностью или частично) при реализации дисциплины (модуля):

УК-2. Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.

УК-3. Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.

ОПК-1. Готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.

ОПК-3. Способностью решать профессиональные задачи на основе философии, математических методов и моделей для управления инновациями, компьютерных технологий в инновационной сфере.

ОПК-4. Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу.

ПК-3. Способностью произвести оценку экономического потенциала инновации, затрат на инновационный проект и осуществление инновационной деятельности в организации.

ПК-4. Способностью найти (выбрать) оптимальные решения при создании новой наукоемкой продукции с учетом требований качества, стоимости, сроков исполнения, конкурентоспособности и экологической безопасности.

ПК-6. Способностью применять теории и методы теоретической и прикладной инноватики, систем и стратегий управления, управления качеством инновационных

проектов, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач.

ПК-10. Способностью критически анализировать современные проблемы инноватики с учётом экономического, социального, экологического и технологического аспектов жизнедеятельности человека.

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю):

Знать:

- особенности этапов процесса разработки ценностного предложения;
- основные методы анализа пользовательского опыта.

Уметь:

- ставить и проверять гипотезы по разработке или развитию продукта;
- проводить анализ потребительского опыта и целевой аудитории;
- проводить проблемное интервью;
- выявлять значимые и незначимые факторы при разработке ценностного предложения.

Владеть:

- инструментами анализа целевой аудитории для решения профессиональных задач;
- навыками разработки ценностного предложения.

Иметь опыт разработки минимально жизнеспособного продукта (minimal viable product, MVP).

5. Форма обучения: очная, очно-заочная.

6. Формы контроля

Контроль за освоением дисциплины осуществляется в каждом дисциплинарном разделе отдельно.

Рубежный контроль: устный опрос по отдельным разделам дисциплины.

Итоговая аттестация в 3-м семестре – зачёт.

Результаты текущего контроля и итоговой аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов по отдельным видам работ в процессе освоения дисциплины осуществляется в соответствии с Приложением 1.

7. Объем дисциплины (модуля) составляет 72 часов, 2 зачетные единицы, в том числе 24 часа – аудиторная нагрузка, 48 часов – самостоятельная работа студентов. Изучается на 2 курсе (3 семестр), итоговая форма отчетности – *зачет*.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам):

Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы			
		Занятия лекционного типа (очная и очно-заочная форма)	Занятия семинарского типа (очная и очно-заочная форма)	Всего	
1. Основные положения Customer Development Основы понятия Customer development. Подход С. Бланка и Б. Дорфа. Составляющие Customer development.	10	0/2	4/2	4	6 Тест Устный опрос Домашнее задание 1.
2. Разработка ценностного предложения Изучение потребности пользователя. Эмпатия и фокус. Ценность продукта для потребителя. Выявление потребителя. Профиль потребителя. Верификация потребителя. Разработка уникального ценностного предложения.	12	0/2	4/2	4	8 Тест Реферат КР Устный опрос Домашнее задание 2.
3. Особенности формирования ценности продукта Карта ценности. Соответствие. Разработка интегрированного ценностного предложения.	10	0/2	4/2	4	6 Тест Устный опрос Домашнее задание 3.
4. Инструменты проверки гипотез и поиска клиентов	12	0/2	4/2	4	8 Тест Устный опрос Домашнее задание 4.

Методы генерации идей. Формулировка идеи. Прототипирование.					
5. Анализ проблем клиентов. Процесс выявления проблем клиентов. Этапы проведения проблемного интервью. Обработка и обобщение результатов проблемного интервью.	12	0/2	4/2	4	8 Тест Устный опрос Домашнее задание 5.
6. Разработка и запуск минимально жизнеспособного продукта (minimal viable product, MVP). Выявление факторов, важных для потребителя. Анализ конкурентов. Построение стратегической канвы. Разработка MVP.	12	0/2	4/2	4	8 Тест Устный опрос Итоговое задание.
Промежуточная аттестация (зачет)					4
Итого	72		24		48

9. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

9.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.

9.1.1 Темы курсовых работ

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена.

9.1.2 Темы рефератов

1. Перспективы применения Customer development в практической деятельности.
2. Процесс выявления потребителей.
3. Практические примеры формирования профиля потребителя.
4. Процесс верификации потребителей.
5. Разработка уникального ценностного предложения продукта.

9.1.3 Вопросы для текущего контроля и самостоятельной работы студентов:

1. Содержание концепции Customer development (С. Бланк и Б. Дорф).
2. Выявление потребителей.
3. Верификация потребителей.

4. Расширение клиентской базы.
5. Выстраивание компании.
6. Изучение потребностей и запросов потребителей.
7. Методы моделирования потребностей потребителей.
8. Факторы поведения потребителя.
9. Разработка уникального ценностного предложения.
10. Содержание карты ценности.
11. Соответствие ценности и бизнес-сегмента.
12. Разработка интегрированного ценностного предложения.
13. Методы генерации идей.
14. Процесс формулирования идеи.
15. Прототипирование идеи.
16. Процесс выявления проблем клиентов.
17. Этапы проведения проблемного интервью. Обработка и обобщение результатов.
18. Выявление факторов, важных для потребителя.
19. Инструменты анализа конкурентов.
20. Построение стратегической канвы.
21. Сущность MVP.

9.1.4 Типовые домашние задания:

1. Проанализируйте существующие подходы к Customer development, определит общие особенности и различия.
2. Разработайте профиль потребителя для вашего будущего продукта.
3. Используя инструментарий Customer development разработайте уникальное ценностное предложение.
4. Разделитесь на команды по 3 человека, сформулируйте бизнес-идеи. С помощью метода мозгового штурма оцените их перспективность и выберете наиболее привлекательную.
5. Подготовьте сценарий и проведите проблемное интервью с 5-ю потребителями. Сделайте обобщенный вывод.

9.1.5 Типовые контрольные работы

Вопросы 1

1. Основные этапы процесса анализа потребителя.
2. Понятие эмпатии и фокуса.
3. Верификация потребителя.

Вопросы 2

1. Процесс выявления потребителя.
2. Профиль потребителя.
3. Процесс разработки ценностного предложения.

9.1.6 Пример теста для проверки знаний обучающихся

Открытый тест:

1. Под Customer development следует понимать: ...

2. Профиль потребителя состоит: ...
3. Карта ценности представляет собой: ...
4. Выделяют следующие методы генерации бизнес-идей: ...
5. Под проблемным интервью понимают: ...
6. Метод мозгового штурма представляет собой: ...
7. Под MVP понимается: ...
8. Выделяют следующие этапы проведения проблемного интервью: ...
9. Под интегрированным ценностным предложением понимается: ...
10. Под стратегической канвой понимают: ...

9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Итоговое задание

Проведите конкурентный анализ изучаемого рынка, постройте стратегическую канву и разработайте концепцию MVP.

10. Ресурсное обеспечение:

10.1. Перечень основной и дополнительной литературы

а) Основная литература:

1. Браун, Т. Дизайн-мышление. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей / Т. Браун. -М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 256 с.
2. Горев, П.М., Утёмов, В.В. Научное творчество. Практическое руководство по развитию креативного мышления. Приемы ТРИЗ и открытые задачи / Горев Павел Михайлович, Утёмов Вячеслав Викторович. – М.: Едиториал УРСС, 2019. – 184 с.
3. Кемпкенс, О. Дизайн-мышление. Все инструменты в одной книге / Оливер Кемпкенс. – М.:Бомбора, 2019. – 224 с.
4. Микалко, М. Рисовый штурм в карточках. 56 инструментов для поиска нестандартных идей / Микалко Майкл. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 64 с.
5. Придумай. Сделай. Сломай. Повтори. Настольная книга приемов и методов дизайн-мышления / Томич М., Ригли К., Бортвик М. и др.. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 208 с.

б) Дополнительная литература:

1. Креативное мышление в бизнесе [Текст] / Harvard Business Review. – М.: Юнайтед Пресс, 2014. – 232 с.
2. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора / И. Пинье — «Альпина Диджитал», 2010
3. Разработка ценностных предложений. Как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители. Ваш первый шаг. / И. Пинье — «Альпина Диджитал», 2015

10.2. Перечень лицензионного программного обеспечения (при необходимости):

MS Office

10.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. ЭБС «Юрайт» [раздел «ВАША ПОДПИСКА: учебники и учебные пособия издательства «Юрайт»]: сайт. – URL: <https://www.biblio-online.ru/catalog/>
2. ЭБС издательства «Лань» [учебные, научные издания, первоисточники, художественные произведения различных издательств; журналы]: сайт. – URL: <http://e.lanbook.com>
3. Электронная библиотека экономического факультета МГУ – URL: <https://www.econ.msu.ru/elibrary>

10.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости)

1. <https://www.bloomberg.com> – информационное агентство «Блумберг».
2. <https://www.econ.msu.ru/elibrary> – Электронная библиотека экономического факультета МГУ.
3. <https://www.mckinsey.com/quarterly> журнал «Вестник МакКинзи».
4. <https://4brain.ru> – материалы по творческому мышлению.

10.5. Описание материально-технического обеспечения:

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория с трансформируемым пространством, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций. Обязательное программное обеспечение – MS Office.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе изучения курса обучающиеся обязаны соблюдать дисциплину, вовремя приходить на занятия, делать домашние задания, осуществлять подготовку к семинарам и контрольным работам, проявлять активность на занятиях.

При этом важное значение имеет самостоятельная работа, которая направлена на формирование у учащегося умений и навыков правильного оформления конспекта и работы с ним, работы с литературой и электронными источниками информации, её анализа, синтеза и обобщения. Для проведения самостоятельной работы обучающимся предоставляется список учебно-методической литературы.

12. Образовательные технологии

В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

1. Стандартные методы обучения:

- лекции;
- семинары;
- письменные или устные домашние задания;
- консультации преподавателей;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к семинарам, выполнение указанных выше письменных работ.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;
- анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода и имитационных моделей;
- круглые столы;
- обсуждение подготовленных студентами рефератов;
- групповые дискуссии и проекты;
- обсуждение результатов работы студенческих исследовательских групп.

Приложение 1

СИСТЕМА РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ И КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

№ п/п	СТРУКТУРА	Баллы по каждому модулю
1.	Оценка за активное участие в учебном процессе и посещение занятий: <div style="margin-left: 40px;"> Всех занятий Не менее 75% Не менее 50% Не менее 25% </div> Итого:	5 4 3 2 до 5
2.	устный опрос в форме собеседования (УО-1) письменный опрос в виде теста (ПР-1) письменная контрольная работа (ПР-2) письменная работа в форме реферата (ПР-4) домашнее задание Итого:	5 10 10 10 10 45
3.	Зачет (итоговая работа)	50
	ВСЕГО:	100

Пересчет на 5 балльную систему

2 (неудовлетворительно)	3 (удовлетворительно)	4 (хорошо)	5 (отлично)
< 50	50-64	65-84	85-100

Язык преподавания: русский.

Автор программы: Карандин Дмитрий Вячеславович, преподаватель, менеджер по развитию международного бизнеса АО «Росинфокоминвест».

Преподаватель (преподаватели) программы: Карандин Дмитрий Вячеславович, преподаватель, менеджер по развитию международного бизнеса АО «Росинфокоминвест».