**Федеральное государственное образовательное   
бюджетное учреждение высшего образования   
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»   
(Финансовый университет)**

**Кафедра «Бизнес-информатика»**

утверждаю

Ректор

\_\_\_\_\_\_\_\_\_М.А. Эскиндаров

« 17 » сентября 2020 г.

**Е.В. Васильева**

**Интернет-предпринимательство**

Рабочая программа дисциплины

Для студентов,

обучающихся по направлению подготовки

38.04.05 «Бизнес - информатика»

направленность программы магистратуры

«Управление информационными технологиями в цифровой экономике»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета*

*информационных технологий т анализа больших данных,*

*протокол № 28 от 15 сентября 2020 г.*

*Одобрено кафедрой «Бизнес-информатика»,*

*протокол № 11 от 23 июня 2020 г.*

Москва 2020

УДК

ББК

В13

|  |
| --- |
|  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Рецензент:** | | Алтухова Н.Ф., к.э.н., зав. кафедрой «Бизнес-информатика» | | | | |
| В-13 | Васильева Е.В. «Интернет-предпринимательство». Рабочая программа для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.05 «Бизнес-информатика», направленность программы магистратуры: «Управление информационными технологиями в цифровой экономике» – М.: Финуниверситет, кафедра «Бизнес-информатика», 2020. – 19 с. | | | | | | |
| Дисциплина «Интернет-предпринимательство» знакомит студентов с процессом создания жизнеспособного стартапа у студентов, теоретическими и практическими знаниями в области управления в интернет-проектами.  Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» относится к модулю направленности программы магистратуры. | | | | | | |
| ***Учебное издание*** | | | | | | |
| ***Васильева Елена Викторовна*** | | | | | | |
| **Интернет-предпринимательство** | | | | | | |
| Рабочая программа дисциплины | | | | | | |
| Компьютерный набор, верстка | | | Е.В. Васильева | |
| Формат 60x90/16. Гарнитура *Times New Roman* | | | | | | | |
| Усл. п.л. \_\_\_. Изд. № - 2020. Тираж - экз. | | | | | | | |
| Заказ № \_\_\_\_\_\_ | | | | | | | |
| Отпечатано в Финуниверситете | | | | | | | |
|  | | | © | | Васильева Е.В. 2020 | | |
|  | | | © | | Финуниверситет, 2020 | | |

***Содержание***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | Наименование дисциплины………………………………………………….…... | 4 |
| 2. | Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине…………………………………….……. | 4 |
| 3. | Место дисциплины в структуре образовательной программы……………….... | 5 |
| 4. | Объем дисциплины 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 |
| 5.3. | Содержание семинаров, практических занятий……………………………….... | 8 |
| 6. | Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине…………………………………………………..... | 8 |
| 6.1. | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы……………………………….. | 8 |
| 6.2. | Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю ……………………..……………………………………………………………….. | 9 |
| 7. | Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине………………………………………………..…… | 10 |
| 8. | Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины………………………………………………………… | 15 |
| 9. | Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины…………………….…… | 17 |
| 10. | Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины………………………………………………………………….……. | 17 |
| 11. | Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем………………………………………………………………………………. | 18 |
| 12. | Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине………………………………….….. | 18 |

# 1. Наименование дисциплины

**«**Интернет-предпринимательство».

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

В результате изучения дисциплины у студентов должны быть сформированы следующие компетенции:

Таблица 1

| **Код компе-тен-ции** | **Наименование компетенции** | **Индикаторы достижения компетенции** | **Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции** |
| --- | --- | --- | --- |
| **ДКН-4** | Способность организовывать инновационную деятельность с использованием инструментов дизайн-мышлении | 1. Применяет технологии дизайн-мышления для организации процесса создания инновационных ИТ-продуктов/услуг 2. Консультирует по вопросам применения практик организации инновационной деятельности в сфере ИТ | Знать:методологию дизайн-мышления  Уметь: применять инструменты дизайн-мышления для организации процесса создания инновационных ИТ-продуктов/услуг  Знать: методологию управления цифровым продуктом Jobs-to-be-Done.  Уметь: применять инструменты Jobs-to-be-Done |
| **ПКН-4** | Способность анализировать и исследовать ИТ отрасль, стартапы и предпринимательство в ИТ | 1. Оценивает развитие ИТ отрасли в России и в мире. 2. Формирует стратегии развития и разработки стартапов с детализацией описания этапов развития. 3. Демонстрирует понимание специфики предпринимательства в области ИТ и консультирует в данной сфере. | Знать: Методологию Lean StartUp (Бережливый стартап)  Уметь: применять методологию Бережливого стартапа для формирования стратегии развития и разработки стартапов с детализацией описания этапов развития.  Знать: Клиент-ориентированную методологию (Customer development methodology).  Уметь: применять Customer development methodology для определения стратегии разработки инновации.  Знать: особенности организации электронного бизнеса и специфику предпринимательства в области ИТ.  Уметь: формулировать бизнес-модель бережливого стартапа. |
| **ПКН-6** | Способность внедрять системы управления знаниями и инновациями с использованием ИТ | 1. Формулирует специфику организации инновационных процессов, включая открытые инновации. 2. Консультирует по вопросам внедрения и оценки эффективности инновационных технологий. 3. Проектирует системы управления знаниями и консультирует во вопросам их внедрения. | Знать: методы оценки потенциала рынка ТАМ, SAM, SOM, PAM.  Уметь: проводить конкурентную разведку и оценивать рынок.  Знать: инструменты и принципы создания минимального жизнеспособного продукта (MVP).  Уметь: разрабатывать просадочные страницы и проводить А/В тестирование.  Знать: основные метрики и расчеты Юнит-экономики (Unit Economics).  Уметь: делать обоснование направления продвижения позиций проекта в сети Интернет. |

# 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет-предпринимательство» относится к модулю направленности программы магистратуры.

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

Таблица 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид учебной работы по дисциплине** | **Всего**  **(в з/е и часах)** | **Модуль 4**  **(в часах)** |
| **Общая трудоемкость дисциплины** | 3 зач. ед./ 108 час. | 108 |
| ***Контактная работа - Аудиторные занятия*** | 30 | 30 |
| *Лекции* | 10 | 10 |
| *Семинары, практические занятия* | 20 | 20 |
| ***Самостоятельная работа*** | 78 | 78 |
| Вид текущего контроля | контрольная работа | контрольная работа |
| Вид промежуточной аттестации | зачет | зачет |

# 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. Интернет-предпринимательство и методология** **Бережливого стартапа**

Особенности организации электронного бизнеса в экономическом пространстве России. Понятие Интернет-предпринимательства. Понятие продукта технологичного предпринимательства. Понятие стратапа. Методология Lean StartUp («бережливый стартап»). Особенности создания и продвижения наукоемких стартапов. Особенности формирования команды стратапа. Этапы жизни Интернет-проекта. Основные тренды на рынке ИКТ.

**Тема 2. Клиенто-ориентированная методология разработки продукта**

Источники идей. Клиент-ориентированная методология (Customer development methodology). Подтверждение идеи в исследованиях клиентов (Customer Discovery). Проведение интервью, анализ результатов изучения целевой аудитории. Фазы проблемного интервью. Фазы решенческого интервью. Customer Discovery и техники Дизайн-мышления.

Подход к управлению продуктом Jobs-to-be-Done. Канвасы контекста: **к**арта эмпатии, канвасы: Customer Journey, Таймлайн, Job stories. Принципы заполнения JTBD Canvas.

**Тема 3. Оценка потенциала рынка Интернет-проекта**

**Канвасы определения мотивации пользователей** 4 forces of progress. Таблица конкурентов.

Нахождение ТАМ (общий объем целевого рынка), SAM (доступный объём рынка), SOM (реально достижимый объём рынка), PAM (потенциальный объём рынка). Этапы оценки рынка. Анализ показателей оценки потенциала рынка. Конкурентная разведка.

**Тема 4. Формирование бизнес-модели стартапа**

Стили бизнес-моделей. Выбор и обоснование модели монетизации продукта. Модель Подписка. Микро-транзакции. Рекламная модель. Генерирование продаж (цепочки, платформы). Краудфандинг. FREE, FREEmium. Построение канвасы ценностного предложения (Value Proposition Canvas). Построение канвасы бережливого стратапа (Lean Canvas).

**Тема 5. Создание минимального жизнеспособного продукта и анализ метрик стартапа**

Разработка прототипа проектного решения. Создание минимального жизнеспособного продукта (MVP). Лэндинговая страница (Landing Page): правила создания и продвижение посадочной страницы. А/В тестирование.

Выбор и обоснование направления продвижения позиций проекта в сети Интернет. Воронка продаж. Юнит-экономика (Unit Economics) в оценке прибыльности единицы товара или одного клиента. Когортный анализ. Условия устойчивости цифровой бизнес-модели и сходимости экономики. Тестирование каналов продвижения Интернет-проекта. Масштабирование бизнеса. Способы привлечения и удержания клиентов Интернет-проекта.

**5.2. Учебно – тематический план**

Таблица 3

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | **Наименование тем (разделов) дисциплины** | **Трудоемкость в часах** | | | | | | **Формы текущего контроля успеваемости** |
| **Всего** | **Аудиторная работа** | | | | **Самостоя тельная работа** |
| Общая, в т.ч.: | Лекции | Семинары, практические занятия | Занятия в интерактивных формах |
| 1 | Интернет-предпринимательство и методология Бережливого стартапа | 20 | 6 | 2 | 4 | 2 | 14 | Дискуссияобсуждение |
| 2 | Клиенто-ориентированная методология разработки продукта | 20 | 6 | 2 | 4 | 4 | 14 | Решение ситуационных заданий |
| 3 | Оценка потенциала рынка Интернет-проекта | 20 | 6 | 2 | 4 | 4 | 14 | Выполнение и защита практических заданий |
| 4 | Формирование бизнес-модели стартапа | 24 | 6 | 2 | 4 | 4 | 18 | Решение ситуационных задач |
| 5 | Создание минимального жизнеспособного продукта и анализ метрик стартапа | 24 | 6 | 2 | 4 | 4 | 18 | Выполнение и защита практических заданий |
|  | В целом по дисциплине | 108 | 30 | 10 | 20 | 18 | 78 | Согласно учебному плану: контроль-ная работа |
|  | Итого в % |  |  |  |  | 60 |  |  |

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование тем (разделов) дисциплины** | **Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9** | **Формы проведения занятий** |
| Тема 1. Интернет-предпринимательство и методология Бережливого стартапа | 1. Изучение особенностей формирования команды стратапа и ее роль в создании и продвижении наукоемких стартапов. 2. Этапы жизни Интернет-проекта.   [2, 3 - 9] | Решение ситуационных задач |
| Тема 2. Клиенто-ориентированная методология разработки продукта | 1. Фазы Customer development methodology 2. Проведение интервью.   [1,2] | Решение ситуационных задач |
| Тема 3. Оценка потенциала рынка Интернет-проекта | 1. Этапы оценки рынка 2. Анализ конкурентов   [2] | Компьютерный практикум |
| Тема 4. Формирование бизнес-модели стартапа | 1. Основные стили бизнес-модели 2. Ключевые элементы бизнес- модели. 3. Способы монетизации Интернет-решений.   [2, 3, 4, 9] | Решение ситуационных задач |
| Тема 5. Создание минимального жизнеспособного продукта и анализ метрик стартапа | 1. Создание минимального жизнеспособного продукта (MVP). 2. Создание ценностного предложения. 3. Лэндинговая страница. 4. Тестирование решения. 5. Unit-экономика.   [2] | Компьютерный практикум |

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

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

Таблица 5

| **Наименование тем (разделов) дисциплины** | **Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение** | Формы внеаудиторной самостоятельной работы |
| --- | --- | --- |
| Интернет-предпринимательство и методология Бережливого стартапа | Методология Lean StartUp (Методология «бережливый стартап»). | Анализ литературных источников (книг, статей на данную тематику)  Изучение методических материалов по теме в электронном виде и рекомендуемых разделов основной и дополнительной литературы, интернет-источников |
| Клиенто-ориентированная методология разработки продукта | Подтверждение идеи в исследованиях клиентов (Customer development methodology) | Выполнение самостоятельных заданий, командная работа |
| Оценка потенциала рынка Интернет-проекта | Анализ показателей оценки потенциала рынка. Конкурентная разведка. | Подготовка к контрольной работе |
| Формирование бизнес-модели стартапа | Стили бизнес-моделей. Модели монетизации продукта. | Подготовка к практическим занятиям |
| Создание минимального жизнеспособного продукта и анализ метрик стартапа | А/В тестирование. Тестирование каналов продвижения Интернет-проекта.  Анализ возможностей программных решений для проведения тестирования Интернет-продуктов. | Выполнение самостоятельных заданий |

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

*Примерные темы контрольной работы:*

1. Источники идей в анализе трендов.
2. Источники идей через выявление лакун.
3. Проблемное и решенческое интервью.
4. Проверка гипотез о проблеме в Customer Discovery и техники проведения глубинного интервью.7
5. Дизайн-мышление как клиенто-ориентированный подход.
6. Оценка потенциала рынка Интернет-проекта.
7. Модели монетизации в проекте.
8. Прототипирование и тестирование решения.
9. Ценностное предложение. Канва ценностного предложения.
10. Стратегия красного, голубого и черного океанов.
11. Особенности новых моделей бизнеса. Канва бизнес-модели по А. Остервальдеру.
12. Продуктовый менеджмент (Product management) или управление продуктом на цифровых рынках.
13. Цифровые товары и рынки.
14. Оценка потенциала цифрового рынка.
15. Модель монетизации в проекте. Выбор оптимальной формы монетизации цифровых услуг.

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

## ***7.1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы***

Перечень компетенций представлен в разделе 2, который характеризует перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

## 

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

Таблица 6

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Код компе-тен-ции** | **Наименование компетенции** | Типовые задания |
| **ДКН-4** | Способность организовывать инновационную деятельность с использованием инструментов дизайн-мышлении | 1.Применяет технологии дизайн-мышления для организации процесса создания инновационных ИТ-продуктов/услуг  **Кейс 1.** Дизайн-мышление и подход JTBD  **Задание 1.**  Определите контекст и мотивацию.   * + Примените CustDev: Составьте скрипт и проведите интервью в формате JTBD (Jobs-As-Progress):фреймворк от Алана Клемента   + Заполните канвы дизайн-мышления: карта эмпатии, HMW, CJM, PEDPL.   **Задание 2.**  Заполнить фреймворк «Таймлайн». На основе полученных инсайтов сформулировать Job stories (фреймворк от Intercom): когда \_\_\_(ситуация –триггер), я хочу \_\_\_(мотивация), то я смогу\_\_\_(результат).  2.Консультирует по вопросам применения практик организации инновационной деятельности в сфере ИТ  **Задание 1.** Для того, чтобы понять мотивацию пользователей, постройте канву «Силы прогрессы» (4 forces of progress).  **Задание 2.** Для того, чтобы создать инновацию, ориентированную на результат: Outcome-Driven Innovation, ODI, заполните канвас JTBD Canvas. Сформулируйте универсальную карту заданий, определите связанные работы, эмоциональные и социальные работы, заполните формулу заявления: Job statement. |
| **ПКН-4** | Способность анализировать и исследовать ИТ отрасль, стартапы и предпринимательство в ИТ | 1.Оценивает развитие ИТ отрасли в России и в мире.  **Задание 1.**  Определите прямых и непрямых конкурентов с помощью фреймворка от *Intercom*: (1) «Прямые и непрямые конкуренты». («) «Люди нанимают ваш продукт чтобы сделать работу \_\_\_\_\_\_\_\_\_ каждый раз \_\_\_\_\_\_\_\_\_, когда \_\_\_\_\_\_\_\_\_. Остальные программы для этой работы: \_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_\_\_\_\_, но ваш продукт всегда будет выполнять работу \_\_\_\_\_\_\_\_\_, потому что \_\_\_\_\_\_\_\_\_.»  **Задание 2.** Заполните расширенный фреймворк «User Stories» от Intercom.  **Задание 3.** Заполните таблицу сравнения конкурентов и расширения функционала собственного продукта. Примените метод Кано.  2.Формирует стратегии развития и разработки стартапов с детализацией описания этапов развития.  **Кейс 1.** Создание ценностного предложения.  Шаг 1. Выберите потребительский сегмент, профиль которого вы хотите составить.  Шаг 2. Составьте профиль потребительского сегмента.   * Определите задачи и действия потребителей. * Определите проблемы (боль) потребителей. * Определите выгодыпотребителей.   Шаг 3. Проранжируйте задачи, проблемы и выгоды, воспользовавшись шаблоном. Расставьте их по порядку в трех столбцах согласно их серьезности. Наиболее важные задачи, серьезные проблемы и значимые выгоды были наверху, а наименее существенное – внизу столбцов. Для значимых - отметьте, как часто они происходят.  Шаг 4. Составьте карту ценностей. Сформулируйте, чем полезен ваш продукт для потребителя.  Шаг 5. Проранжируйте факторы помощи и источники выгод.  Шаг 6. Протестируйте предположения о потребителе. Апробируйте канву ценностного предложения на 5 представителях целевой аудитории. Скорректируйте предлагаемую вами ценность.  Шаг 7. Постройте два вида бизнес-моделей: по А. Остервальдеру и LEAN CANVAS. Включите канву ценностного предложения в бизнес-модель.  3.Демонстрирует понимание специфики предпринимательства в области ИТ и консультирует в данной сфере.  **Кейс 1.**  Изучить особенности целевой аудитории *(https://www.liveinternet.ru/stat/ru/, Яндекс.Аудитории).* Сформулировать несколько вариантов ключевых слов и составить поисковые запросы (на основе мозгового штурма, а также сервисов: схожие по ассоциациям слова на *wordassociations.Ru, wordstat.yandex.ru, Direct Digger, https://adwords.google.com/o/KeywordTool и пр.).* Рассчитать количество пользователей в Москве по количеству запросов, в т.ч. похожих, в Яндексе, используя *wordstat.yandex.ru* (по умолчанию - статистика за последний месяц) или другими способами оценки   * 1. Оценить платежеспособность клиента и возможный средний чек (счет). Размер комиссии можно рассчитать по аналогичным сервисам и из анализа конкурентов.   2. Провести анализ конкурентов – кто (наличие и кол-во), количество выполненных записей через порталы (приложения) конкурентов (Ключевые слова конкурентов *advse.ru*.   3. Провести анализ аналогичного сервиса.   4. Рассчитать доход по количеству пользователей и среднему чеку   5. Определить общий объем целевого рынка, доступный объём рынка, реально достижимый объём рынка.   Оценить перспективы спроса: PAM (потенциальный объём рынка). |
| **ПКН-6** | Способность внедрять системы управления знаниями и инновациями с использованием ИТ | 1.Формулирует специфику организации инновационных процессов, включая открытые инновации.  **Задание 1.**  *Сервис онлайн-агрегатор услуг цветочных магазинов и флористов со всех регионов России. Пользователь может изучить каталог для города, где находится получатель букета, и заказать его с доставкой у местных флористов напрямую на платформе».* Оформить проектное задание с помощью шаблонов: канва ценностного предложения, канва бизнес-модели, таблица метрик юнит-экономики, таблица TAM-SAM-SOM.  **Задание 2.**  Маркетплейс, система онлайн-бронирования, в которую базы отдыха и отели в восточной Сибири выкладывают свои свободные номера, а турагенства продают их в режиме онлайн». Оформить проектное задание с помощью шаблонов: канва ценностного предложения, канва бизнес-модели, таблица метрик юнит-экономики, таблица TAM-SAM-SOM.    2.Консультирует по вопросам внедрения и оценки эффективности инновационных технологий.  **Задание 1.**   1. Разработать посадочную страницу для каждого продукта или клиента (лендинг, Landing Page). Использовать сервисы: tilda, LPgenerator.ru, wix.com. 2. Оформить действия на странице по блокам:  * Эмоциональный блок; * Блок рационализации:   Блок социализации.  **Задание 2.** Разработать MVP продукта Интернет-предпринимательства. Провести тестирование MVP. Провести тестирование эффективности работы посадочной страницы. Провести А/В тестирование. Для A/B-тестирования веб-дизайна использовать инструменты: Google Analytics, Google Web Optimizer, Яндекс.Метрика. Заполнить таблицу, используя принцип HADI-циклов.  3.Проектирует системы управления знаниями и консультирует во вопросам их внедрения.  **Задание 1.** «*Проект «Мой Механик» позволяет автовладельцам удобно и выгодно обслуживать автомобиль при помощи онлайн сервиса расчета стоимости ремонта автомобиля и подбора автомеханика, который приезжает в удобное для клиента место и время».* Составить воронку продаж для продукта интернет-предпринимательства. Показать на примере анализ расчетов конверсии. Рассчитать метрики юнит-экономики.  **Задание 2.** *Интернет-проект***:** «*Торговая площадка по предметам интерьера, мебели, услугам проектирования и строительства».* Составить воронку продаж для продукта интернет-предпринимательства. Показать на примере анализ расчетов конверсии. Рассчитать метрики юнит-экономики. |

*Примерные вопросы к зачету:*

1. Выделить и пояснить основные этапы жизненного цикла стартапа.
2. Выделить основные стили бизнес-моделей в интернете, привести примеры.
3. Указать особенности выбора модели монетизации продукта.
4. Выделить характеристики стартапа.
5. Поясните разницу интерпретаций подхода JTBD.
6. Поясните особенности применения методологии дизайн-мышления при разработке инноваций.
7. Поясните подход JTBD в управлении цифровым продуктом.
8. Дайте расширенный ответ по особенностям применения техник дизайн-мышления.
9. Поясните основные инструменты и канвасы подхода JTBD.
10. Дать обоснование и пояснить методику оценки потенциала рынка, привести примеры.
11. Дать определение воронки продаж, потребительской воронки. Показать на примере анализ расчетов конверсии.
12. Дать оценку способов привлечения клиентов проектов интернет-предпринимательства. Привести примеры и дать пояснения моделей монетизации. Дать оценку способов продвижения проектного решения и стартапа.
13. Дать пояснение видов проектов интернет-предпринимательства, привести примеры и указать возможности и недостатки.
14. Дать пояснения этапов анализа продуктовой воронки на примере: E-commerce, Email.
15. Обозначить типы новых продуктов, выделить источники идей, показать на примере определение рыночной ниши для продукта интернет-предпринимательства.
16. Обозначить этапы развития команд в модели Bruce Tuckman. Пояснить Матрицу «Функционал-Сотрудник» на примере команды стартапа».
17. Обосновать возможности и ограничения страницы захвата Landing Page.
18. Обосновать ключевые шаги построения бизнес-модели технологического стартапа.
19. Обосновать необходимость и пояснить особенности создания минимального жизнеспособного продукта (MVP). Дать пояснения назначения и структуры страниц посадки (захвата).
20. Обосновать подходы Customer Discovery и Дизайн-мышления для выявления новой ценности для потребителя технологического стартапа.
21. Обосновать подходы Customer Discovery и Дизайн-мышления для выявления новой ценности для потребителя технологического стартапа.
22. Обосновать этапы создания ценностного предложения, его особенности формулировки в разделах посадочных страниц.
23. Описать возможности анализа метрик unit-экономики проектов интернет-предпринимательства.
24. Описать ключевые стороны бережливого стартапа, основные принципы и характеристики. Показать пересечения с позициями бережливого производства
25. Описать характеристики подхода к продукту Customer development.
26. Определить способы удержания клиентов проектного решения. Дать пояснение анализа воронки продаж с позиции подхода бережливого стратапа и Customer Development.
27. Перечислить и дать характеристику подхода Customer Development. Обосновать этап Customer discovery и метод глубинного интервью и наблюдения поведенческой динамики Customer journey.
28. Показать варианты создания новой ценности предложения. Сформулировать основные возможности создания инноваций для проектов интернет-предпринимательства.
29. Показать особенности прохождения основных этапов разработки мобильного приложения или сервиса и продвижения проектного решения в сети Интернет.
30. Пояснить основные принципы анализа воронки продаж, пояснить понятие конверсии.
31. Пояснить, как технологическая компания создает, доносит ценность клиентам и получает от этого прибыль в условиях конкуренции.
32. Указать возможности и недостатки наблюдения поведенческой динамики в подходе CustDev.
33. Указать возможности и недостатки описания «Стадий развития компании» - кривая Грейнера.
34. Указать классификацию подходов к определению ценности в ИТ. Привести примеры моделей монетизации в различных интернет-проектах.
35. Указать основные принципы кривой жизненного цикла принятия новых технологий, понятие преодоления пропасти. Дать пояснение модели монетизации «Длинный хвост» (The Long Tail).
36. Указать основные принципы формирования бизнес-модели компании, ведущей предпринимательскую деятельность в среде Интернет.
37. Указать особенности анализа целевой аудитории. Пояснить шаги (этапы) анализа воронки продаж для продукта интернет-предпринимательства.
38. Указать особенности и фазы проведения глубинного интервью, его роль в исследовании клиентских запросов.
39. Указать особенности проведения этапа Customer validation: Тестирование каналов и подготовка к масштабированию.
40. Указать особенности формирования ценностного предложения для страницы захвата Landing Page. Пояснить структуру посадочной страниц ценностного предложения. Сформулировать и обосновать заголовки ценностного предложения для различных разделов Landing Page.
41. Указать преимущества и недостатки методов учёта клиентов в воронке продаж. Дать пояснение анализа воронки продаж с позиции подхода бережливого стратапа Э. Риса и CustDev С. Бланка.

*Примерные практические задания к зачету:*

Решение кейса: *«Сервис для сбора статистики о поведении продавцов и покупателей в точках розничной торговли»*

* Рассчитать потенциал рынка (TAM, SAM, SOM). Определить основных конкурентов.
* Построить канву ценности [Ив Пинье и Алан Смит].
* Сформулировать, чем полезен ваш продукт для потребителя: какие боли он снимает / какую выгоду он приносит / какую работу пользователя выполняет.
* Создать ценностное предложение.

Предложить модель монетизации.

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

***Нормативно-правовые акты***

1. Государственная программа Российской Федерации "Информационное общество (2011‑2020 годы)" (в ред. Постановления Правительства РФ от 18.05.2011 N 399).
2. Программа "Цифровая экономика Российской Федерации", утверждена распоряжением Правительства от 28 июля 2017 № 1632-р.
3. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации, на 2017 – 2030 годы. Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203.
4. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 "О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года".
5. Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг». N 210-ФЗ от 27 июля 2010 года.
6. Федеральный Закон Российской Федерации «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 13.07.2015 г.
7. Федеральный Закон Российской Федерации «Об электронной цифровой подписи» № 1-ФЗ от 10.01.2002 г. (в редакции последующих законов).

***а) основная:***

1. [Интернет-предпринимательство: практика применения дизайн-мышления в создании проекта: учебно-практическое пособие для направлений бакалавриата и магистратуры "Бизнес-информатика" / Е.В. Васильева, Н.Ф. Алтухова, А.А. Громова [и др.]; Финуниверситет; под ред. Е.В. Васильевой. - Москва: Кнорус, 2021 - 307 с. - (Бакалавриат и магистратура). – Текст : непосредственный. – То же. - ЭБС BOOK.ru. – URL:](javascript:DoNothing()) <https://www.book.ru/book/936109> [(дата обращения: 03.08.2020). - Текст : электронный.](javascript:DoNothing())
2. [Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора: Пер. с англ. / А. Остервальдер, И. Пинье. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 288 с. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL:](javascript:DoNothing()) <http://znanium.com/catalog/product/916078> [(дата обращения: 03.08.2020). - Текст : электронный.](javascript:DoNothing())
3. Экономика информационных систем = Economics of information systems: учебное пособие / А.Л. Рыжко [и др.]; Финуниверситет, Каф. "Бизнес-информатика" ; под ред. А.Л. Рыжко. - Москва: Финуниверситет, 2014. - 204 с. - ЭБ Финуниверситета. - URL: http://elib.fa.ru/fbook/Ryzko.pdf (дата обращения: 03.08.2020). - Текст : электронный.

Экономика информационных систем : учебное пособие для вузов / А. Л. Рыжко, Н. А. Рыжко, Н. М. Лобанова, Е. О. Кучинская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 176 с. – ЭБС Юрайт. - URL: https://urait.ru/bcode/454005 (дата обращения: 03.08.2020). – Текст : электронный.

***б) дополнительная:***

1. Рис, Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис. — Москва: Альпина Паблишер, 2016. — 253 с. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: http://znanium.com/catalog/product/768886 (дата обращения: 03.08.2020). - Текст : электронный.
2. Остервальдер, А. Твоя бизнес-модель: Системный подход к построению карьеры: Практическое пособие / А. Остервальдер, Т. Кларк, И. Пинье . —Москва: Альпина Паблишер, 2018. — 258 с. — ЭБС ZNANIUM.com. — URL: http://znanium.com/catalog/product/1003586 (дата обращения: 03.08.2020). - Текст: электронный.
3. Васильева, Е.В. Дизайн-мышление: немного о подходе и много об инструментах развития креативного мышления, изучения клиентских запросов и создания идей. (Как понять клиентов и создать полезный опыт в экономике впечатлений): монография / Е.В. Васильева. - Москва: Русайнс, 2020. - 204 с. – Текст : непосредственный. - То же. - ЭБС BOOK.ru. - URL: https://book.ru/book/934928 (дата обращения: 03.08.2020). — Текст : электронный.

**9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Портал государственных программ Российской Федерации: http://programs.gov.ru/Portal
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: http://www.gks.ru/
3. Информационно-образовательный портал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации http://portal.ufrf.ru/
4. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) http://elib.fa.ru/ (http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf)
5. Электронно-библиотечная система BOOK.RU http://www.book.ru
6. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
7. Электронно-библиотечная система Znanium http://www.znanium.com
8. «Деловая онлайн библиотека» издательства «Альпина Паблишер» http://lib.alpinadigital.ru/en/library
9. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» https://e.lanbook.com/
10. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.urait.ru/>
11. Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru
12. Национальная электронная библиотека: <http://нэб.рф/>
13. Коллекция научных журналов Oxford University Press: https://academic.oup.com/journals/

# 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Таблица 7

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование методических материалов для обучающихся | Год утверждения | Адрес Интернет-ресурса |
| 1. Аннотация дисциплины 2. Приложение к рабочей программе дисциплины | 2017 | Образовательный интернет-портал  Финуниверситета  https://portal.fa.ru/Files/Data/67f49515-24ec-4006-9c30-8df0e44b1296/Akt\_rp\_Internetpredprin\_mBi\_17.pdf |
| 1. Кейсы | 2018 | Образовательный интернет-портал Финуниверситета  https://portal.fa.ru/Files/Data/4304f327-0fef-4514-8aa7-02fc6e251714/Case\_Internetpredpr\_mBi\_18.pdf |
| 1. Сборник заданий к контрольной работе | 2017 | Образовательный интернет-портал Финуниверситета  https://portal.fa.ru/Files/Data/240a0010-4cea-43fa-a8f9-893ab24561f3/Szd\_Internetpredprin\_mBi\_17.pdf |
| 1. Методический материал | 2017 | Образовательный интернет-портал Финуниверситета  https://portal.fa.ru/Files/Data/a9d0a2d1-31d0-46ea-ab95-5ef157995ed1/Mr\_Internetpredprin\_mBi\_17.pdf |
| 1. Слайды к видеолекциям |  | Образовательный интернет-портал Финуниверситета |
| 1. Видеолекции |  | Образовательный интернет-портал Финуниверситета |

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

***11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:***

1. Компьютерные программы общего назначения Windows, MicrosoftOffice

2.Антивирус ESETEndpointSecurity

***11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

Таблица 8

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения | Наименование разделов и тем |
| 1 | Правовая база данных «КонсультантПлюс» | Все темы |
| 2 | Справочно-правовая система «Гарант» | Все темы |
| 3 | www.skrin.ru – Система комплексного раскрытия информации «СКРИН». | Все темы |
| 4 | www.iteam.ru/publications/strategy/ - ITeam-Технологии корпоративного управления. | Все темы |
| 5 | Информационная система СПАРК. | Все темы |
| 6 | Информационная система Bloomberg. | Все темы |
| 7 | Информационная система Thomson Reuters | Все темы |

***11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации:*** не предусмотрены.

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

Помещения для проведения лекций, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.