

**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)
УНИВЕРСИТЕТ**

Составлен в соответствии с
государственными требованиями к
минимуму содержания и уровню
подготовки выпускников по
направлению _____ и
Положением «Об УМКД РАУ».



Институт: Экономике и Бизнеса

Кафедра: Управления и бизнеса

Автор(ы): Саакян Давид Альбертович, к.э.н., доцент
Манукян Лусине Арменовна, преподаватель

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

Дисциплина: Б1.В.10 Стартап - инжиниринг

Для бакалавриата: очной формы обучения

Направление: 38.03.02 Менеджмент

ЕРЕВАН

1. Аннотация

Стартап-инжиниринг – современная технология создания стартапов, которая начинается с генерации идеи и заканчивается созданием готового бизнеса.

Как известно, примерно 90% стартапов терпят неудачу в силу многих причин. Если провести параллели между процессом создания стартапов и производственным процессом, можно заметить, что можно провести и параллели между вероятностью неудач в случае создании стартапов и вероятностью получения браков в производственных процессах. Так-что если в процесс создания стартапов внедрить концепцию системы тотального управления качеством, то можно с уверенностью сказать, что такой подход может снизить вероятность неудач в создании стартапов.

Курс «Стартап-инжиниринг» содержит систематизированное изложение основных понятий и методов генерации бизнес-идеи, техники разработки инновационных решений, генерации названия бизнеса, изучения потребностей клиентов, процесса создания продукта или услуги, далее построения бизнес-модели и создание концепции и прототипа продукта.

Содержание курса охватывает: основные понятия моделей построения организации, описание и анализ инструментальных средств бизнес-моделирования, методов анализа деятельности компании, разработки стратегии и плана действий по достижению запланированных целей. Изучение курса сопровождается практическими занятиями по выполнению индивидуальных заданий и групповыми работами, и созданием собственного бизнеса (стартапа).

1.1. Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления).

Курс «Стартап инжиниринг» взаимосвязан с такими дисциплинами специальности «Экономика», как «Бизнес-инжиниринг», «Финансовая математика», «Экономика фирмы» и т.д.

1.2. Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины.

Приступая к изучению данного курса, предполагается наличие у студентов необходимых знаний в рамках программ по предметам «Математический анализ», «Линейная алгебра» и «Теория вероятностей и математическая статистика».

2. Содержание

2.1. Цели и задачи дисциплины

Программа дисциплины «Стартап-инжиниринг» построена на основе современных требований к уровню подготовки экономистов-стартаперов, владеющих современными инструментами разработки инновационных продуктов и создания стартапов.

Цель преподавания курса «Стартап-инжиниринг» - подготовка бакалавров, владеющих теоретическими знаниями и практическими навыками создания стартапов, разработки продуктов, построения бизнес-модели компании.

В ходе изучения дисциплины ставятся следующие задачи:

- Изучение потребностей потребителей и механизмы валидации проблем;
- ознакомление с техниками генерации инновационных идей и решений, механизмы валидации решений;
- изучение механизмов построения бизнес-моделей и симуляций;
- изучение механизмов тестирования гипотез, построения прототипов и их тестирования.

Принятые в настоящей программе состав и последовательность рассмотрения учебного материала позволяет проходить весь жизненный цикл создания стартапа – от генерации идеи до создания бизнеса.

Особенностью курса является раскрытие каждой темы по схеме:

- освоение теоретических основ, необходимых понятий;
- практическая работа - групповая и индивидуальная работа над собственным бизнесом.

2.2. Требования к уровню освоения содержания дисциплины

В результате изучения дисциплины студенты должны:

знать:

- Инструменты генерации инновационных идей и решений,
- Инструменты валидации проблем, решений и их соответствия,
- Как построить эффективную бизнес-модель,
- Механизмы экспериментов для тестирования гипотез и прототипов.

уметь:

- Разрабатывать новый инновационный продукт,
- Создавать стартап.

Компетенции:

ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет

- ✓ ПК-6 способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;
- ✓ ПК-7 владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;
- ✓ ПК-18 владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)

2.3. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

2.3.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

| Виды учебной работы | Всего, в акад. часах |
|---|----------------------------|
| 1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.: | 108 |
| 1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.: | 50 |
| 1.1.1. Лекции | 34 |
| 1.1.2. Практические занятия, в т. ч. | 16 |
| 1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов | 4 |
| 1.1.2.2. Кейсы | 10 |
| 1.1.2.3. Деловые игры, тренинги | 2 |
| 1.1.2.4. Контрольные работы | |
| 1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.: | 31 |
| 1.2.1. Подготовка к экзаменам | 31 |
| 1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. | |
| Итоговый контроль | экзамен |

2.3.2. Распределение объема дисциплины по темам и видам учебной работы

| Разделы и темы дисциплины | Всего (ак. часов) | Лекции(ак. часов) | Практ. занятия (ак. часов) |
|---------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| | | | |

| 1 | 2=3+4 | 3 | 4 |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Тема 1. Определение бизнес-проблемы | 6 | 4 | 2 |
| Тема 2. Генерация бизнес-идеи | 10 | 8 | 2 |
| Тема 3. Валидация бизнес-идеи | 12 | 8 | 4 |
| Тема 4. Разработка ценностного предложения | 8 | 6 | 2 |
| Тема 5. Построение бизнес-моделей | 6 | 4 | 2 |
| Тема 6. Шаблоны бизнес-модели | 4 | 2 | 2 |
| Тема 7. Прототипы | 4 | 2 | 2 |
| ИТОГО | 50 | 34 | 16 |

2.3.3 Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Определение бизнес-проблемы

Определение потребностей клиентов. Описание канваса проблемы.

Тема 2. Генерация бизнес-идеи

Методики генерации инновационных идей:

- Подход Jobs to be done (техника для новаторов), переход от User story к Job story, определение эмоциональных, функциональных и социальных задач потребителя,
- Техника эвристического мышления HIT Matrix,
- Методика SCAMPER (Substitute Combine Adapt Modify Put Eliminate Reverse),
- создание инновационных идей с помощью книг и журналов.

Описание соответствующих канвасов и форм.

Тема 3. Валидация бизнес-идеи

Определение цели валидации. Определение гипотезы. Выбор и проведение эксперимента.

Оценка результатов.

Тема 4. Разработка ценностного предложения

Построение профиля потребителя, состоящего из трех разделов:

- ✓ Задачи потребителя,
- ✓ Проблемы потребителя,
- ✓ Ожидаемые выгоды.

Построение карты ценностей состоящего из трех разделов:

- ✓ Товары и услуги,

- ✓ Факторы помощи,
- ✓ Факторы выгоды.

Сопоставление построенных моделей – профиля потребителя и карты ценностей и нахождение соответствия факторов (типы соответствий).

Разработка канваса ценностного предложения.

Тема 5. Построение бизнес-моделей

Бизнес-модель канвас. Построение бизнес-модели, состоящей из 9 основных блоков:

1. Сегмент потребителей – группы людей и/или организаций, для которых компания или организация работает и создает ценности, формируя ценностные предложения.
2. Ценностные предложения основаны на совокупности товаров и услуг, представляющих ценность для потребительского сегмента.
3. Каналы сбыта определяют, как ценностное предложение доносится до потребительского сегмента через информационные, дистрибьюторские и торговые сети.
4. Взаимоотношения с клиентами обрисовывают тип отношений, который компания устанавливает и поддерживает со всеми потребительскими сегментами, и объясняют, как привлекаются и удерживаются клиенты.
5. Потоки доходов возникают благодаря успеху ценностных предложений, сделанных потребителю сегменту. Это результат получения ценности организацией через установление цены, которую готовы платить покупатели.
6. Ключевые ресурсы – средства, необходимые для предложения и поставки ранее описанных элементов.
7. Ключевые виды деятельности – наиболее важные виды деятельности, необходимые для успешной работы организации.
8. Ключевые партнеры – сеть поставщиков и партнеров, которые приносят внешние ресурсы и виды деятельности.
9. Структура издержек отражает все издержки, связанные с функционированием бизнес-модели.

Тема 6. Шаблон бизнес-модели

Шаблоны (стили) бизнес-моделей:

- ✓ Разделение бизнес-модели,
- ✓ Длинный хвост,

- ✓ Многосторонние платформы,
- ✓ Free как бизнес-модель,
- ✓ Открытые бизнес-модели.

Тема 7. Прототипы

Обоснование прототипа. Прототипы. MVP.

2.3.4 Краткое содержание практических занятий

Во время практических занятий студенты применяют знания полученные во время лекций на своих проектах/стартапах, развивают навыки и поэтапно создают проект.

2.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для эффективной организации лекционных занятий необходим[1]

- 1) Аудитория с проектором;
- 2) Слайды, представляемые в течение занятий, составленные авторами;
- 3) Учебники и учебные пособия в электронном виде, предоставляемые студентам в начале курса.

Для практических занятий особых требований нет.

2.5. Распределение весов по модулю и формам контроля

| Формы контролей | Веса форм текущих контролей в результирующих оценках текущих контролей | | | Веса форм промежуточных контролей в оценках промежуточных контролей | | | Веса оценок промежуточных контролей и результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей | | | Веса итоговых оценок промежуточных контролей в результирующей оценке промежуточных контролей | Веса результирующей оценки промежуточных контролей и оценки итогового контроля в результирующей оценке итогового контроля |
|-----------------------------|--|----|----|---|----|----|--|----|----|--|---|
| | M1 ¹ | M2 | M3 | M1 | M2 | M3 | M1 | M2 | M3 | | |
| Вид учебной работы/контроля | | | | | | | | | | | |
| Контрольная работа | | | | | | | | | | | |
| Тест | | | | | | | | | | | |
| Курсовая работа | | | | | | | | | | | |
| Лабораторные работы | | | | | | | | | | | |
| Письменные домашние задания | | | | | | | | | | | |
| Реферат | | | | | | | | | | | |
| Эссе | | | | | | | | | | | |

¹ Учебный Модуль

ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский) университет

| | | | | | | | | | | | |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------------|
| <i>Другие формы (Презентация)</i> | 1 | | | 1 | | | | | | | |
| <i>Другие формы (Указать)</i> | | | | | | | | | | | |
| Весы результирующих оценок текущих контролей в итоговых оценках промежуточных контролей | | | | | | | 0,5 | | | | |
| Весы оценок промежуточных контролей в итоговых оценках промежуточных контролей | | | | | | | 0,5 | | | | |
| Вес итоговой оценки 1-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей | | | | | | | | | | 1 | |
| Вес итоговой оценки 2-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей | | | | | | | | | | | |
| Вес итоговой оценки 3-го промежуточного контроля в результирующей оценке промежуточных контролей | | | | | | | | | | | |
| Вес результирующей оценки промежуточных контролей в результирующей оценке итогового контроля | | | | | | | | | | | 0,5 |
| Экзамен/зачет (оценка итогового контроля) | | | | | | | | | | | Экзамен, 0,5 |
| | $\Sigma=1$ |

3 и 4. Теоретический и практический блоки

1) Учебник(и)

- Марк Найджер, Клинт Нильсен и Фрэнк Нурига, Startup Weekend. От идеи до компании за 54 часа. “Манн, Иванов и Фербер”, Москва, 2012, 176 стр.
- Пинье Ив, Остервальдер Александр, Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора, «Альпина Паблишер», Москва, 2019, 288 стр.
- Остервальдер Александр, Пинье Ив, Разработка ценностных предложений. Как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители, «Альпина Паблишер», Москва, 2020, 312 стр.
- Блэнд Дэвид, Остервальдер Александр, Тестирование бизнес-идей, «Альпина Паблишер», Москва, 2020, 356 стр.

2) Электронные материалы (электронные учебники, учебные пособия, краткие конспекты лекций, презентации PPT и т.п.)

- http://slon.ru/business/nazovi_svoe_imya-731803.xhtml

- <http://www.entrepreneur.com/article/223694>
- Презентации лектора.

5. Блок ОДС и КИМ

В начале изучения дисциплины студентам необходимо сгенерировать бизнес-идеи и создать группы 1-4 человек. В течение всего семестра студенты должны применять все пройденные техники/методики/модели на своих проектах и во время экзамена представить готовый стартап, демонстрируя прототип.

Во время экзамена студент должен представить/защитить свой проект, демонстрируя бизнес-идею в виде презентации и представления прототипа.

Презентация должна иметь следующую структуру:

1. Наименование Startup-а,
2. Члены команды (указать роль каждого участника в проекте),
3. Idea formation (Jobs to be done, HIT matrix, SCAMPER, Invite Big Ideas to the Table with Books and Magazines),
4. Value proposition Canvas (Профиль потребителя и карта ценности с определением соответствия),
5. Business model canvas
6. Business model pattern (указать используемый шаблон/стиль бизнес-модели),
7. Idea validation:
 - Goal
 - Hypothesis
 - Experiment
 - Validation
8. Proof of concept,
9. Prototype,
10. MVP.