



# eНано

Образовательная онлайн-платформа [edunano.ru](http://edunano.ru)

**Контактное лицо:** Виктория Казарцева  
Менеджер по обучению АНО «eНано»

**e-mail:** [viktoriya.kazartseva@rusnano.com](mailto:viktoriya.kazartseva@rusnano.com)

**тел:** [+7 \(495\) 988-53-88 доб. 1366](tel:+7(495)988-53-88)

## **Курс: «Разработка инновационного продукта»**

Курс дает системные и практические знания о поэтапном процессе разработки и вывода на рынок инновационного продукта. В курсе - практические инструменты для использования в вашей работе.

**Стоимость обучения: 6 000 ₽**

**Когда:** 60 дней с момента оплаты

**Тема** Маркетинг, Менеджмент, НИОКР

**Формат** Курс

**Уровень** Базовый

**Тип обучения** Самостоятельно

### ОПИСАНИЕ КУРСА

Из курса вы узнаете о ранних этапах создания новых продуктов. О том, что происходит на переднем крае инноваций, а также о рисках, связанных с разработкой продукта для формирующегося рынка.

Курс дает системные и практические знания о поэтапном процессе разработки и вывода на рынок инновационного продукта. В каждом модуле - примеры из опыта действующих высокотехнологичных компаний (Amazon и электронная книга Kindle, Boston Dynamics и др.) и практические инструменты для использования в вашей работе.

Рекомендуем всем, кто заинтересован в новых технологиях и хочет на их базе создавать продукты будущего - продукты, которые улучшают нашу жизнь, кто вовлечен в действующие бизнесы и стартапы и нуждается в практических инструментах для развития действующих проектов.

### БУДЕТ ПОЛЕЗНО:

- Владельцам бизнесов и стартапов

- Специалистам, работающим с новыми технологиями

## ВЫ НАУЧИТЕСЬ:

- Понимать, есть ли рынок для вашего будущего продукта
- Создавать новый технологический продукт
- Понимать, будет ли ваш продукт удобен и понятен для пользователя

По окончании курса – выдаем **Электронный сертификат АНО "еНано"**

## ПРОГРАММА

- 1. Новый технологический продукт: что это? для чего? как он создается?**
  - В этой теме вы узнаете какую роль в развитии бизнеса компании-производителя играет создание новых продуктов, с какими рисками сталкиваются их разработчики, почему создание нового продукта – это «командный вид спорта».
  - Также познакомитесь с разными «правилами игры» на разных концах «инновационного континуума» продуктового портфеля компании, базовыми понятиями и методологиями создания новых продуктов, организацией и структурой курса.
- 2. Разработка и вывод на рынок новых продуктов: поэтапный итерационный процесс. Основные принципы и инструменты реализации.**
  - В этой теме вы узнаете о том, как строится итерационный (гибкий) процесс создания продуктов, в чем состоят особенности и цели его отдельных этапов.
  - Также вы познакомитесь с такими принципиально важными при создании продуктов направлениями как тестирование и сравнительный анализ продуктов-конкурентов, прототипирование («продуктовое» и «маркетинговое») и т.д., узнаем о концепции связки «продукт-рынок» как цели разработки продукта и основы развития бизнеса.
- 3. Планирование продукта: идея продукта, анализ ситуации и возможностей, выработка стратегии продукта.**
  - В этой теме вы сконцентрируетесь на приемах, принципах и примерах из сферы высокотехнологического бизнеса, которые помогут вам в выработке стратегии создания продукта.
  - Также вы увидите некоторые «мета-принципы» развития технологий и рынков, сценарии «взлета» новых продуктов/бизнесов и «заката» прежних лидеров

рынка (как это происходит).

#### **4. Выявление и уточнение потребностей рынка.**

- Вы будете разбирать один из центральных и важнейших этапов создания нового продукта – этап выявления и уточнения потребности рынка.
- Вы узнаете про основные техники проведения глубинных интервью с потенциальными пользователями, интерпретации и сортировки полученной информации, формирования типичных пользовательских архетипов («персон») и т.д.
- Также познакомитесь с категорией «продвинутых пользователей» и поймем как работать с этой категорией в процессе создания нового продукта.

#### **5. Выработка целевых технических требований. Генерирование концепций продукта.**

##### **Прототипирование. Выбор концепции продукта.**

- Вы научитесь формулировать целевые технические требования к продукту, генерировать и выбирать различные концепции продукта.
- А ещё мы остановимся на роли прототипирования в поиске и подтверждении идеи и реализации продукта, вы узнаете какие бывают прототипы, как их делать и тестировать с пользователями. и т.д.

#### **6. Создание функционального прототипа продукта (минимально жизнеспособного продукта). Тестирование прототипа с пользователями.**

- Вы узнаете что такое минимально работоспособный продукт, для чего он необходим и как выбрать функционал для реализации в работоспособном прототипе.
- Еще на этой неделе будем знакомиться с тем, с какими целевыми аудиториями, каким образом и для чего тестировать работоспособные прототипы.

#### **7. Бизнес модель и ее построение в технологической компании.**

- «Бизнес-измерение» и его учет при создании нового продукта. Вы узнаете что такое бизнес модель, какие есть наиболее типичные виды бизнес моделей, как можно применять шаблон бизнес модели (канву) для генерации различных бизнес моделей и их предварительной оценки.
- Еще вы узнаете такие важные для развития бизнеса моменты как цена для потребителя, привлечение клиентов и т.д.

#### **8. Маркетинг технологических продуктов (часть 1).**

- Вы познакомитесь с основами маркетинга технологических продуктов: от определения что такое рынок, как его оценить и представить сценарии развития – к моделированию процесса покупки продукта клиентом и формирования

удовлетворенности и лояльности потребителя.

- Также вы узнаете об основных измеряемых параметрах эффективности маркетинга ("привлечение-удержание-рост" клиента, индекс потребительской удовлетворённости).

#### **9. Маркетинг технологических продуктов (часть 2).**

- Продолжение темы маркетинга технологических продуктов. Вы узнаете о том, как делится рынок потребителей по отношению к принятию инноваций (и о концепции «пропасти» между рынком первых пользователей и массовым рынком), о таких инструментах маркетинга как сегментация рынка, таргетирование, позиционирование, маркетинговый комплекс и д.р.
- Еще вы познакомитесь с особенностями работы в сегментах корпоративного потребителя и клиентского рынка. Дополнительными важными темами станут стратегия вывода продукта на рынок, ценообразование и синхронизация функции маркетинга и других функций предприятия при создании продукта.

#### **10. Управление работой междисциплинарной команды создания нового продукта.**

- Вы познакомитесь с управлением разработкой нового продукта в среде стартапа и уже действующего бизнеса.
- Техники творческой работы при создании нового продукта.

### **ЦИФРОВЫЕ НАВЫКИ:**

- Практические навыки работы с системой дистанционного обучения
- Освоение на практике правил работы с электронным курсом в слайдовом и/или видеоформате
- Опыт составления информационных запросов и поиска необходимой информации

### **АВТОРЫ:**

**МИТРОФАНОВ СЕРГЕЙ**

Имеет более чем 25-летний опыт развития бизнеса в качестве предпринимателя, наемного менеджера и ментора. В его активе проекты в России и за рубежом. Среди них Velle Oats, Быстров (Nestle), Томский государственный университет, ASKONA, Туту.ру, GameLand, Альпина Паблишер, Ростелеком, ИНМАРКО (Unilever), и многие другие компании и организации. Сергей развивал карьеру в сфере маркетинга и продаж сначала в сфере розничных финансовых услуг в ОАО «Промышленно-строительный банк» (1994-1997), а затем в страховой компании AIG (1997-2002).

**НИКОЛАЕВ АЛЕКСЕЙ  
ВЛАДИМИРОВИЧ**

Руководитель программы развития инноваций Intel Россия. Алексей Владимирович является выпускником МГУ им. М. В. Ломоносова (физический факультет) и программ executive education университета Калифорнии, Беркли (Product Design and Development, программы Стива Бланка по теме Lean Startup); автором акселерационных программ в сфере разработки нового продукта и технологий быстрого прототипирования; популяризатором темы «мейкерства», DIY (сделай сам) электроники, «цифровых ремесел», будущих технологических продуктов и рынков; ментором hi-tech стартапов; спикером и экспертом технологических и стартап-мероприятий.