

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГАОУ ВО «СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор

_____ Е.А. Ваганов

«_____» _____ 2017 г.

**ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

**« Трансфер результатов научной деятельности в
инновационный StartUp»**

Красноярск, 2017

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1 Аннотация

Программа повышения квалификации «Коммерциализация результатов научной деятельности в инновационный StartUp» знакомит слушателей с существующими мировыми практиками в области коммерциализации научных технологий, показывает возможности использования этих подходов в практической деятельности, формирует навыки для формирования компетенций, знаний, установок, целеполагания, постановки правильных целевых задач, личностных ориентиров и мотивации поведения, применимых к любым проектам базовых методик. Программа включает в себя лекции, питч-тренинги, индивидуальные консультации отраслевых экспертов по развитию продукта, встречи с потенциальными инвесторами.

По итогам прохождения участники программы смогут сформировать общее видение своего продукта, сегмента рынка, бизнес-модели, подтвердить спрос, сформировать стратегию защиты интеллектуальной собственности. Под руководством трекеров в рамках курса участники программы проверяют основные гипотезы, решают конкретные задачи, готовят бизнес-план проекта. Получают навыки применения слушателями теоретических знаний об этапах развития проекта к собственным проектам

Значительно повысит эффективность образовательной программы используемая в практики классификация проектов участников «на входе» программы в логике деления по отраслевым рынкам Национальной технологической инициативы (НТИ) с привлечением отраслевых экспертов НТИ, предприятий в качестве отраслевых партнеров.

По итогам прохождения программы у выпускников должно сформироваться четкое видение процесса вывода инновационного продукта на рынок.

1.2 Цель программы

Формирование у научно-педагогических и административных кадров университетов компетенций, связанных с видением процесса вывода инновационного продукта на рынок.

1.3 Задачи программы:

1. Популяризация, вовлечение студентов в технологическое предпринимательство.
2. Формирование культуры инновационно-технологического предпринимательства у молодежи региона.
3. Формирование предпринимательских компетенций у фаундеров.
4. Помощь в поиске устойчивой, прибыльной бизнес-модели стартапа.
5. Содействие в определении пула потенциальных инвесторов проекта.

1.4 Планируемые результаты обучения.

В результате освоения образовательной программы обучающие:

1. Получат знания об особенностях проведения маркетинговых исследований целевой аудитории, выявлении потребностей целевой аудитории; способах формирования цены продукта; методиках разделения клиентов по типам и группам, особенностях выявления основной ценности для клиентской и потребительской аудитории; способах защиты интеллектуальной собственности; способах нематериальной мотивации сотрудников стартапа на доинвестиционной фазе; структуре и составляющих презентации для разных видов аудитории.
2. Научатся применять основные методики генерации идей на практике, оценивать сгенерированные бизнес-идеи на жизнеспособность; строить бизнес-модель по шаблону Business Model Canvas, проверять устойчивость бизнес-модели; моделировать базовую экономику продукта; расставлять приоритеты в

- разработке продукта; составлять карту компетенций проекта; создавать продающие презентации и презентации для инвесторов.
3. Освоят основные методы проведения оценки рынка и расчета его емкости; проведения анализа конкурентов, выявление отстройки от них; выработки стратегии поведения на рынке; нахождения каналов сбыта; владения методами разработки, оценки эффективности стратегических маркетинговых решений организаций; умение доносить ценность продукта до клиента, вести переговоры.
 4. Освоят процесс вывода инновационного продукта на рынок.

1.5 Категория слушателей: молодые ученые, преподаватели, обучающиеся (магистры, аспиранты).

1.6 Требования к уровню подготовки поступающего на обучение.
Владеть навыками работы на компьютере.

1.7 Продолжительность обучения: 82ч.

1.8 Форма обучения: очная

1.9 Требования к материально-техническому обеспечению
Аудитория с проектором или интерактивной доской. АРМ с доступом к сети Интернет, с установленным ПО: Microsoft Office, браузер Google Chrome, Mozilla Firefox (Internet Explorer 9 и выше).

1.10. Документ об образовании: удостоверение о повышении квалификации

Документ об образовании: удостоверение о краткосрочном повышении квалификации установленного образца.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1 Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование и содержание разделов и тем программы	Всего часов	В том числе:		Использование средств ЭО и ДОТ	Результаты обучения ¹
			Аудиторные	Дистанционные ²		
1.	Блок 1. Генерация идей	8	4	4	БД Web of Science, Scopus, РИНЦ, Moodle	Получат знания об особенностях проведения маркетинговых исследований целевой аудитории, выявления потребностей целевой аудитории. Научаться применять

						основные методики генерации идей на практике, оценивать сгенерированные бизнес-идеи на жизнеспособность. Освоят основные методы проведения оценки рынка и расчета его емкости; проведения анализа конкурентов, выявление отстройки от них
1.1.	Что такое бизнес-идея? Как формировать гипотезы? Подходы при создании новых продуктов. Где и как найти идею для стартапа?	2	2			
1.2	Источники идей: анализ, проблемы рынка, цепочка создания ценности, поиск свободной рыночной ниши, модификация существующих продуктов, потребители.	6	2	4		
2.	Блок 2. Экспертная сессия	6	4	2	Moodle, вебинары	Освоят основные методы проведения оценки рынка и расчета его емкости; проведения анализа конкурентов, выявление отстройки от них; выработки стратегии поведения на рынке; нахождения каналов сбыта; владения методами разработки, оценки эффективности стратегических маркетинговых решений организаций;

						умение доносить ценность продукта до клиента, вести переговоры
2.1.	Формат подразумевает индивидуальное общение участника с экспертом в течение 15 минут о гипотезах проекта на ближайшее время. Количество экспертов, с которыми необходимо пообщаться участнику, варьируется от одного до четырех.	6	4	2		
3.	Блок 3. Рабочие выходные.	30	16	14	БД Web of Science, Scopus, РИНЦ, Moodle	Научаться применять основные методики генерации идей на практике, оценивать сгенерированные бизнес-идеи на жизнеспособность; строить бизнес-модель по шаблону Business Model Canvas, проверять устойчивость бизнес-модели; моделировать базовую экономику продукта; расставлять приоритеты в разработке продукта; составлять карту компетенций проекта; создавать продающие презентации и презентации для инвесторов
3.1	Методики формирования ценностного предложения, формулировка ценностного	10	6	4		

	предложения, ключевые вопросы при формировании ценностного предложения, мониторинг, оценка ценности.					
3.2.	Размеры рынка. Методы подсчета рынка (Top down, Bottom up). Описание, анализ конкурентов. Конкурентные преимущества. Критерии устойчивости конкурентных преимуществ. Позиционирование продукта. Формирование матрицы позиционирования. Преждевременный рост – почему стартапы умирают? Что делать? – глубокое понимание клиента. Customer Discovery, Lean Canvas. Масштабирование бизнеса. Ключевые версии MVP для разных стадий развития бизнеса. Типы потребителей.	8	4	4		
3.3	Практикум 1. Построить бизнес-модель выбранной идеи. 2. Выделить основные потребительские сегменты. Сопоставить боли клиентских сегментов и ценностное предложение. 3. Проверить выдвинутые гипотезы при помощи проблемного интервью. 4. Смоделиров	12	6	6		

	ать экономику продукта. Выбрать наиболее реалистичный вариант. 5. Рассчитать рынок: оценить TAM, SAM, SOM, провести конкурентный анализ. 6. Описать устройство и функциональные свойства MVP. Составить план его создания. Построить продукт по шаблону Lean Canvas. 7. Сформировать бизнес-план своего проекта.					
4.	Блок 4. Защита интеллектуальной собственности.	10	6	4		Получат знания о способах защиты интеллектуальной собственности
5	Блок 5. Продажи и техника ведения переговоров.	14	8	6		Освоят основные методы проведения оценки рынка и расчета его емкости; проведения анализа конкурентов, выявление отстройки от них; выработки стратегии поведения на рынке; нахождения каналов сбыта; владения методами разработки, оценки эффективности стратегических маркетинговых решений организаций; умение доносить ценность продукта до клиента, вести переговоры.
5.1	Разновидности моделей монетизации. Ключевые	8	4	4		

	показатели эффективности моделей. Экономика инновационного продукта/услуги. Сходимость экономики продукта. Когортный анализ. Зачем нужна финансовая модель. Почему нужна команда? Кто нужен команде? Как формировать команду? Как сделать так, чтобы команда работала? Каналы коммуникации. Статистика и показатели.					
5.2.	Практикум 1. Сформулировать требования к недостающим членам команды на основе карты компетенций. 2. Составить коммерческое предложение.	6	4	2		
6.	Блок 6. Презентация проектов.	12	8	4		Освоят процесс вывода инновационного продукта на рынок.
6.1.	Основные вопросы, рассматриваемые в рамках темы при самостоятельной подготовке и очном интенсивном занятии: 1. Инвестиции, источники инвестиций. 2. Виды инвесторов, когда надо идти к инвестору. 3. Требования фондов. 4. Структура презентации для	12	8	4		

	разных видов аудитории.					
	Итоговый контроль	2	2			
	ИТОГО	82	48	34		

2.2. План учебной деятельности

Результаты обучения ³	Учебные действия / формы текущего контроля	Используемые ресурсы / инструменты / технологии
Получат знания об особенностях проведения маркетинговых исследований целевой аудитории, выявлении потребностей целевой аудитории; способах формирования цены продукта; методиках разделения клиентов по типам и группам, особенностях выявления основной ценности для клиентской и потребительской аудитории; способах защиты интеллектуальной собственности; способах нематериальной мотивации сотрудников стартапа на доинвестиционной фазе; структуре и составляющих презентации для разных видов аудитории.	Создание схемы привлечения клиентов. Мастер-класс в форме тренинга, трендскаутинг, Технология Customer development, Настольная игра «PIVOT» / эксперт сессия	Видеоролики / Дискуссия / LMS Moodle / База данных / Банк кейсов, тексты / вебинары
Научаться применять основные методики генерации идей на практике, оценивать сгенерированные бизнес-идеи на жизнеспособность; строить бизнес-модель по шаблону Business Model Canvas, проверять устойчивость бизнес-модели; моделировать базовую экономику продукта; расставлять приоритеты в разработке продукта; составлять карту компетенций проекта;	Мастер-класс в форме тренинга, трендскаутинг, Технология Customer development, Настольная игра «PIVOT» / эксперт сессия	Видеоролики / Дискуссия / LMS Moodle / База данных / Банк кейсов, тексты / вебинары

³ Соответствуют п.1.4

создавать продающие презентации и презентации для инвесторов.		
Освоят основные методы проведения оценки рынка и расчета его емкости; проведения анализа конкурентов, выявление отстройки от них; выработки стратегии поведения на рынке; нахождения каналов сбыта; владения методами разработки, оценки эффективности стратегических маркетинговых решений организаций; умение доносить ценность продукта до клиента, вести переговоры.	Мастер-класс в форме тренинга, трендскаутинг, Технология Customer development, Настольная игра «PIVOT» / эксперт сессия.	Видеоролики / Дискуссия / LMS Moodle / База данных / Банк кейсов, тексты / вебинары
Освоят процесс вывода инновационного продукта на рынок.	Мастер-класс в форме тренинга, трендскаутинг, Технология Customer development, Настольная игра «PIVOT» / PitchBattle	Видеоролики / Дискуссия / LMS Moodle / База данных / Банк кейсов, тексты / вебинары

2.3. Виды и содержание самостоятельной работы

Программа предусматривает практическую форму самостоятельной работы, которая предполагает использование полученных навыков при подготовке различных научно-популярных материалов и представлении результатов научной деятельности внешней аудитории.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

3.1. Учебно-методическое обеспечение, в т.ч. электронные ресурсы в корпоративной сети СФУ и сети интернет

Основная литература:

1. Стив Бланк, Стартап: настольная книга основателя // М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
2. Эрик Рис, Бизнес с нуля // М.: Альпина Паблишер, 2015 г.

Дополнительная литература:

3. Ноам Вассерман, Главная книга основателя бизнеса // М.: Альпина Паблишер, 2014 г.
4. Клейтон Кристенсен, Дилемма инноватора // М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
5. Лоуренс Лич, Вовремя и в рамках бюджета // М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
6. Билл Кейтс, Расскажите обо мне: испытанные приемы привлечения новых клиентов // М.: Альпина Паблишер, 2011 г.
7. Александр Остервальдер, Ив Пинье, Построение бизнес-моделей // М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
8. Сет Годин, Пробуй – получится // М.: Альпина Паблишер, 2011 г.
9. Стив Бланк, Четыре шага к озарению. Стратегии создания успешных стартапов, // М.: Альпина Паблишер, 2014 г.

3.2. Информационное обеспечение (информационные обучающие системы, системы вебинаров, сетевые ресурсы, презентации, программное обеспечение и др.)

В процессе обучения используются электронные ресурсы, размещенные на сайте Научной библиотеки СФУ, а также возможности LMS Moodle для самостоятельной работы слушателей и промежуточного контроля.

IV. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

1.1. Формы аттестации, оценочные материалы, методические материалы.

Проводится промежуточная аттестация в виде практических заданий.

4.2. Требования и содержание итоговой аттестации

Основанием для аттестации являются качественно выполненные практические задания. По итогам прохождения трекин-программы проект рекомендуется для рассмотрения Экспертной комиссией КГАУ «КРИТБИ» на получение статуса резидента бизнес-инкубатора.

Программу составили и руководители программы:

Римацкая Надежда Валерьевна, научный сотрудник лаборатории биологически активных биотехнологий ФГАОУ ВО СФУ

Францева Марина Вячеславовна, главный специалист отдела акселерации КГАУ «КРИТБИ»

Гайдашева Ирина Игоревна, начальник отдела ЦИК ФГАОУ ВО СФУ

СОСТАВ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

Утьманов Игорь Николаевич (Красноярск), Опыт работы со стартапами 5 лет (выстраивание устойчивой бизнес-модели). Представитель Фонда развития интернет-инициатив в Красноярском крае

Гардер Кристина Александровна (Красноярск), Опыт работы в сфере привлечения инвестиций в проекты 2 года. Начальник отдела сопровождения проектов КГАУ «КРИТБИ»

Санников Иван Сергеевич (Красноярск), Опыт бизнес-тренера по продажам – 5 лет. Специалист B2C. Резидент КГАУ «КРИТБИ». Эксперт акселерационных программ КГАУ «КРИТБИ»

Марковин Алексей Валентинович (Красноярск), Генеральный директор «Агентства инновационной деятельности Красноярского края». Опыт работы в сфере привлечения инвестиций в проекты 4 года.

Гетц Евгений Александрович (Красноярск), Заместитель генерального директора АЭВ «Кластер инновационных технологий ЗАТО г. Железногорск». Член рабочей группы Аэронет НТИ. Руководитель Проектного офиса НТИ в регионе.

Францева Марина Вячеславовна, главный специалист отдела акселерации КГАУ «КРИТБИ»

ПРИГЛАШЕННЫЕ ЭКСПЕРТЫ:

«Опора России»

Консалтинговая фирма Emerson Consulting group

Осипенко Владимир Борисович

Заместитель генерального директора ОАО «Красцветмет» по техническим изделиям.

Руководитель направления инновационного развития ОАО «Красцветмет»

Сиваев Александр Владимирович

**Общественный представитель АСИ в Красноярском крае. Директор
Индустриального парка «Красный Яр».**

Колташев Александр Андреевич

Предприниматель. Трекер заочного акселератора ФРИИ

Вилков Дмитрий Вячеславович

Директор компании «Инфоком» (компания, входит в число лидеров рынка Красноярского края в сфере системной интеграции и автоматизации технологических и бизнес-процессов предприятий на базе различного программного обеспечения).

ПАРТНЕРЫ ПРОГРАММЫ.

КГАУ «КРИТБИ»

Совет молодых ученых и специалистов при губернаторе Красноярского края

Совет является коллегиальным совещательным органом при Губернаторе Красноярского края, созданным для реализации молодыми учеными и специалистами своих интересов, привлечения их к участию в общественно-политической жизни Красноярского края и консультирования по вопросам осуществления на территории Красноярского края государственной молодежной политики в областях науки, образования и инновационной деятельности.

Основными задачами Совета являются формирование предложений Губернатору Красноярского края, представление интересов молодых ученых и специалистов, обеспечение взаимодействия молодых ученых и специалистов с органами исполнительной власти, местного самоуправления, реализация мероприятий, направленных на популяризацию достижений молодых ученых, специалистов и науки в целом и разработка предложений по стимулированию деятельности молодых ученых и специалистов.

<https://vk.com/krsksmus>

Глоссарий: термины и определения

Венчурный фонд - инвестиционный фонд, ориентированный на работу с инновационными предприятиями и проектами (стартапами).

Ключевые компетенции - набор способностей, в которых команда превосходит других.

Лендинг (Landing page) – вебстраница, построенная определенным образом, основной задачей которой является сбор контактных данных целевой аудитории. Используется для усиления эффективности рекламы, увеличения аудитории. Целевая страница обычно содержит информацию о товаре или услуге. Главной задачей таких страниц является конвертация посетителя в покупателя или клиента компании, побуждение к целевому действию. Анализ действий пользователей на целевой странице позволяет маркетологам определить успешность рекламы.

Масштабирование - процесс кратного увеличения масштабов бизнеса (количеств потребителя и /или оборота).

Ментор (mentor) - наставник, исполняющий в проекте роль консультанта. Поддерживает знаниями и опытом, помо

гает с поисками контактов нужных людей и инвестиций, но, как правило, не оказывает материальную поддержку.

Национальная технологическая инициатива (НТИ) – программа мер по формированию принципиально новых рынков и созданию условий для глобального технологического лидерства России к 2035 году.

Раунд А - стадия, на которой продукт уже создан, но еще не тестирован на рынке.

Стадия pre-seed - стадия, когда есть идея, что нужно рынку и потребителям, но четкого представления о том, как ее следует реализовывать, чтобы она приносила прибыль, еще нет, или есть в самом общем виде.

Стартап - временная организация, созданная для поиска масштабируемой и прибыльной бизнес-модели в условиях ограниченных ресурсов и экстремальной неопределенности с целью быстрого роста.

Трекшн-карта - это таблица, позволяющая четко определить, какой из шагов на пути роста проекта сейчас является бутылочным горлышком - наиболее важным ограничением, сдерживающим рост, на снятие которого и должны быть направлены основные усилия команды.

Фаундер (Founder) - основатель, учредитель бизнеса.