



Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики  
Программа дисциплины Интернет-предпринимательство

**Правительство Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Национальный исследовательский университет  
"Высшая школа экономики"**

Факультет менеджмента

**Программа дисциплины**

Интернет-предпринимательство

Автор программы: Зобнина М.Р., к.э.н., доцент [mzobnina@iidf.ru](mailto:mzobnina@iidf.ru)

Москва 2015

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета  
и другими вузами без разрешения автора-разработчика программы.*

## **Аннотация курса**

Интерес к интернет-предпринимательству в последние годы активно растет, поскольку интернет - это наиболее открытая для идей среда, что привлекает в нее множество начинающих предпринимателей. При этом многие стартапы не доживают до вывода продукта на рынок: смертность стартапов в первый год работы составляет около 90% (данные AngelList). Данный курс с одной стороны удовлетворит спрос на знания в стартапах, с другой - повысит качество стартапов. Курс по технологической стороне создания интернет-стартапа (программирование) есть в ведущих университетах мира.

Курс предназначен для студентов, интересующихся интернет-предпринимательством как на уровне малых венчурных предприятий, так и в крупных корпорациях. Исследуются различные вопросы, стоящие перед маркетологами, менеджментом и консультантами при выведении интернет - проектов на рынок и их развития.

## **Цели освоения дисциплины**

Курс имеет целью формирование компетенций в области управления в интернет-сфере, понимание ключевых параметров, влияющих на развитие компании в данной области, механизмов продвижения компаний и их услуг, а так же формирования конкурентоспособного продукта для потребителя.

Цели освоения дисциплины «Интернет-предпринимательство»:

- Формирование понимание процесса создания жизнеспособного стартапа у студентов - потенциальных предпринимателей.
- Ознакомление студентов с моделями и инструментарием предпринимателя применительно к предприятиям, работающим в интернет-сфере;
- Формирование практических навыков в области управления интернет-проектом и развития малого предприятия в интернет-сегменте.

## **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать

- практику организации работы предприятия в интернет-сфере;
- специфику потребительского поведения и маркетинговых аспектов интернет-предпринимательства;
- инструменты исследования и анализа рынка;
- основные бизнес-модели компаний, работающих в интернет-сфере;



- стратегический инструментарий и современные технологии интернет-предпринимательства;
- возможности для формирования устойчивых конкурентных преимуществ компаний в интернет-сфере.

Уметь

- вести предпринимательскую деятельность в компаниях высокотехнологичных секторов.
- разрабатывать и реализовывать бизнес-модели;
- использовать методы, приемы, инструментарий создания интернет-компаний;
- планировать и оценивать результаты предпринимательской деятельности в интернет-сфере.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

Код	Код по ЕК	Компетенция	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
СК-5	СК-М5	Способен принимать управленческие решения, оценивать их возможные последствия и нести за них ответственность	Анализ кейсов, задания промежуточного контроля
ПК-8	СЛК-М8	Способен порождать принципиально новые идеи и продукты, обладает креативностью, инициативностью	Задания промежуточного контроля, итоговый проект
ПК-14	М 3.1_3.2_4.2	Способен выявлять данные, необходимые для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления; осуществлять сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации: отчетности организаций различных форм собственности, ведомств и т.д., баз данных, журналов, и др., анализ и обработку этих данных, информацию отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и	Задания промежуточного контроля (одно из заданий – проведение исследования потребителей)



Код	Код по ЕК	Компетенция	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
		явлениях	
ПК-14	М 3.1_3.2_4.2	Способен представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада	Задания промежуточного контроля, итоговый проект
ПК-25	М 1.1-1.3_ 7.4 (М)	Способен находить и оценивать новые рыночные возможности, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса	Анализ кейсов, итоговый проект
ПК-29	М 2.2_2.5_ 3.1_3.2_4.2_ 7.5(М)	Способен представлять результаты проведенного исследования в виде отчета по консультационному проекту в сфере менеджмента	Итоговый проект

Для достижения баланса между теоретическими основами и практическими навыками, лекционный материал и обсуждения прочитанного материала сочетаются с кейсами и практическими заданиями, направленными на использование получаемых знаний и навыков. Курс включает в себя кейсы из интернет-сферы. Экзаменационный проект, кейсы и выполнение домашних заданий призваны способствовать выработке навыков, позволяющих использовать комплекс инструментов, пригодных для решения вопросов, возникающих перед интернет-предпринимателем.

Данный курс обеспечит студентов практическими знаниями, необходимыми для оценки, продвижения и управления интернет-проекта. Для этого предполагается создать у студентов понимание того, какие факторы должны учитываться при работе с интернет-проектом, включая риски и выгоды, понимание поведения потребителей, тактические знания, необходимые для выведения на рынок и управления новым интернет-продуктом.



### Содержание дисциплины

Название темы	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
		Лекции	Семинары	Практические занятия	
1. Вводная мотивационная лекция: Технологическое предпринимательство	4	2			2
2.Идея: источники идей для стартапа, как проверить свою идею	10	2		2	6
3.Команда стартапа. Как собрать и мотивировать команду стартапа	6	2			4
4.Бизнес-модель	16	2	2	2	10
5.Анализ рынка. Оценка потенциала рынка. Анализ конкурентов	12	2	2		8
6. Целевая аудитория. Customer discovery и customer development. Цикл принятия новых продуктов	10	2			8
7. Метрики стартапа и экономика продукта. Финансы стартапа. Модели монетизации.	12	2	2	2	6
8.От идеи к продукту. Концепция, value proposition, MVP	14	2		2	10
9.Customer validation. Тестирование каналов и подготовка к масштабированию	10	2		2	6
10.Маркетинговые коммуникации: как привлечь первых пользователей. Постановка продаж. PR стартапа.	12	2	2		8
11.Инвестиции. Источники инвестиций. Виды инвесторов. Когда идти к инвесторам и надо ли. Требования фондов. Почему отказывают фонды. Подготовка питча для инвесторов	12	2	2		8
<b>Всего</b>	<b>118</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>76</b>



### **Основная и дополнительная учебная литература:**

Основная литература:

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

Дополнительная литература:

- Ноам Вассерман, Главная книга основателя бизнеса // М.: Альпина Паблишер, 2014 г.
- Клейтон Кристенсен, Дилемма инноватора // М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
- Генрих Альтшулер, Найти идею: введение в ТРИЗ // М.: Альпина Бизнес Букс, 2007
- Лоуренс Лич, Вовремя и в рамках бюджета // М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
- Билл Кейтс, Расскажите обо мне: испытанные приемы привлечения новых клиентов // М.: Альпина Паблишер, 2011 г.
- Александр Остервальдер, Ив Пинье, Построение бизнес-моделей // М.: Альпина Паблишер, 2015 г.
- Сет Годин, Пробуй – получится // М.: Альпина Паблишер, 2011 г.
- Стив Бланк, Четыре шага к озарению. Стратегии создания успешных стартапов, // М.: Альпина Паблишер, 2014 г.

### **Образовательные технологии**

Для реализации учебной работы в рамках курса предполагается несколько видов учебной работы:

- Анализ и разбор кейсов и мини-кейсов, посвященных успеху (или провалу) российских и зарубежных интернет-компаний;
- Встречи с представителями компаний, работающих в интернет-сегменте;

В рамках курса предполагается так же использование дистанционных образовательных технологий.

### **Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

Для лекционных и практических занятий используется мультимедийное оборудование для демонстрации презентационных, аудио- и видеоматериалов (ноутбук, мультимедийный проектор).

## **Формы контроля знаний студентов**

*Промежуточный контроль* по результатам работы на занятиях (участие в обсуждениях, решение кейсов), выполнению домашних заданий и подготовленного студентами письменного задания.

Итоговый контроль знаний – групповой проект, выполняемый пошагово в процессе прохождения курса и защищаемый в устной форме. Проект охватывает все темы курса, должен являться результатом самостоятельной научно-исследовательской работы студентов и показывать как знание теории, так и умение применять его для практических целей выведения на рынок интернет-проекта.

## **Тематика заданий по различным формам контроля**

Предусматривается выполнение студентами на семинарах и практических занятиях аудиторных заданий, предусматривающих: анализ ситуаций по материалам практических ситуаций (кейсов), предложение решений кейсов, оценке рынка, обоснование набора характеристик продукта, выбора каналов маркетинговых коммуникаций, предложение набора мероприятий по продвижению продукта.

*Промежуточные задания:*

Промежуточные задания даются после лекции и представляют собой шаги по созданию интернет-проекта:

- Формирование бизнес-идей и их отбор.
- Описание концепции проекта и ценностного предложения.
- Выбор и описание бизнес-модели своего проекта. Проверка гипотез.
- Анализ и оценка объема рынка. Характеристика целевой аудитории.
- Проведение анализа конкурентов. Выработка позиционирования.
- Коммуникационный план продвижения продукта.
- Формирование модели монетизации проекта. Постановка целевых показателей проекта
- Создание MVP своего проекта. Протестирование его на представителях целевой аудитории. Доработка MVP.

Задание для присоединившихся к курсу позднее, либо пропустивших по уважительной причине часть курса:

анализ причин успеха интернет-проекта, анализ причин неудачного выведения на рынок интернет-проекта. Проекты для анализа выбираются студентами самостоятельно и согласовываются с преподавателем.



### *Итоговый проект:*

Презентация интернет-проекта перед инвестором.

Требования к итоговому проекту:

- Формат проведения: защита проекта.
- Выбор компании: идеи для интернет-компании выбираются студентами в малых группах самостоятельно в начале курса и не могут повторяться. Необходима консультация с преподавателем для утверждения проекта.
- Работа (полный текст проекта) должна быть оформлена согласно правилам оформления письменных работ, иметь титульный лист.
- Презентация по проекту присылается за день до защиты и представляется в формате Power Point, Keynote или аналогичном. Максимальный объем презентации составляет 12-15 слайдов (20 минут).

### **Порядок формирования оценок по дисциплине**

Результующая оценка учитывает результаты студента за работу на семинарских занятиях и по итоговому проекту следующим образом:

$$O_{\text{итог}} = 0,6 \cdot O_{\text{пром}} + 0,4 \cdot O_{\text{проект}}$$

$O_{\text{пром}}$  формируется следующим образом: преподаватель оценивает работу студентов на семинарских занятиях: активность студентов в дискуссиях, правильность и полнота ответов на вопросы практических ситуаций на семинаре. Оценки за работу на семинарских занятиях и за выполнение домашних заданий (эссе) преподаватель выставляет в рабочую ведомость. Результующая оценка по 10-ти балльной шкале за работу на семинарских и практических занятиях определяется перед промежуточным или итоговым контролем –  $O_{\text{пром}}$ .

Вторая составляющая итоговой оценки,  $O_{\text{проект}}$  является оценкой за итоговый проект. В итоговом проекте оценивается качество представленного анализа и проработки предлагаемой маркетинговой стратегии, а так же презентация и защита проекта перед аудиторией. Оценка за итоговый проект формируется следующим образом ( $O_{\text{проект}}$ ):

$$O_{\text{проект}} = 0,5 \cdot O_{\text{содержание}} + 0,5 \cdot O_{\text{презентация}}$$

На передаче студенту не предоставляется возможность получить дополнительный балл для компенсации оценки за текущий контроль.

### **Материально-техническое обеспечение дисциплины**





Для лекционных и практических занятий используется мультимедийное оборудование для демонстрации презентационных, аудио- и видеоматериалов (ноутбук, мультимедийный проектор).

### **Академическая честность**

Каждая работа, представленная в рамках данной дисциплины, должна быть выполнена студентом самостоятельно. Исключением являются групповые задания, которые студенты выполняют в командах по 3-4 человека.

Поощряется совместная работа студентов в виде обсуждения информации и знаний полученных во время лекции и семинарских занятий. Студент может оказывать или получать "консультативную" помощь от своих сокурсников. Однако подобное сотрудничество ни в коем случае не подразумевает заимствование выполненной другим студентом какой-либо части работы или целой работы будь то в форме электронного письма, приложения к электронному письму, компьютерной дискеты или распечатанного на бумаге текста. В случае "списывания" оба студента получают оценку "0" за данное задание. За нарушение правил академической честности студент может получить неудовлетворительную оценку за весь курс по данной дисциплине, а также понести иные дисциплинарные наказания.

### **Обеспечение условий для студентов с ограниченными возможностями**

Высшая школа экономики обязуется предоставлять студентам с ограниченными возможностями равные условия для учебы на основе принципов обеспечения жизнедеятельности, доступности и неограниченности. Преподаватель создает все условия, которые могут быть необходимыми для обучения студентов с ограниченными возможностями. Запросы студентов с ограниченными возможностями относительно обеспечения условий для получения образования принимаются в течение трех недель с момента начала семестра (кроме экстренных случаев). Студенты могут зарегистрироваться в Учебной части факультета для того, чтобы удостоверить свою потребность в соответствующих условиях обучения.