

Преподавание в онлайн-формате дисциплины, основанной на проектной деятельности “Стартап: от идеи к продукту”

к.э.н., Зобнина М.Р., доцент кафедры Менеджмента инноваций

- *общая идея и цель проведения занятий с использованием представленной методики;*

Курс «**Стартап: от идеи к продукту**», входящий в майнор “**Стартап с нуля**” охватывает весь процесс от поиска идеи до выведения продукта на рынок. В рамках курса студенты придумывают и создают свой стартап и продукт, над которым работают в течение курса, выводят его на рынок и который защищают на итоговом экзамене, который проходит в форме питча перед инвесторами. Стартап создают сами студенты при поддержке преподавателей-практиков, которые учат актуальным инструментам и дают конструктивную обратную связь на практических занятиях, проходящих в формате трекшн-встреч. Студенты работают в командах по 2–4 человека. На группы разбиваются сами, выбирая лидера команды и проект, который будут реализовывать.

Методика преподавания практикоориентированная и максимально приближена к реальной работе над стартапом.

Итогом прохождения данного учебного курса является подготовка студентами реального интернет-продукта (минимальной жизнеспособной версии) и презентация для инвесторов.

Цели проведения занятий по дисциплине:

- Формирование понимания 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.

Задачи, стоявшие при переводе дисциплины в онлайн:

- Предоставление качественного образовательного контента и соблюдение образовательных целей
- Сохранение интерактива, который был на занятиях в максимальном объеме, в частности, перевод в онлайн-формат деловых игр и трекшн-встреч.
- Моральная поддержка студентов в период самоизоляции/перехода в онлайн

План организации занятий

В разработке структуры проведения занятий по дисциплине использованы результаты исследований наиболее частых причин закрытия стартапов, проведенные автором курса, так и различными международными профильными аналитическими компаниями, в частности CB Insights (Рис.1).



Рис. 1. Причины закрытия инновационных стартапов

Источник: исследование CB Insights <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>

На основе результатов данных исследований был определен следующий перечень тем и очередность их проработки в рамках изучаемой дисциплины:

1. Идея стартапа
2. Команда стартапа
3. Целевая аудитория
4. Ценностное предложение
5. Клиентское развитие
6. Анализ конкурентов
7. Анализ рынка и оценка его потенциала
8. Минимально жизнеспособный продукт

(Дальнейшие шаги вынесены в следующую дисциплину майнора: “Стартап: выход на рынок”)

Студенты последовательно изучают темы, начиная с мотивационной лекции и разработки идеи до выведения продукта на рынок и представления проекта инвесторам. В данном случае представление проекта именно инвесторам является важным условием, поскольку они предъявляют наиболее высокие и полные требования к жизнеспособности и проработанности будущего бизнеса.

Второй важной методической разработкой, заложенной в основу курса, является система промежуточных заданий, позволяющих наиболее эффективным способом развивать интернет-проект, а также формировать и развивать перечисленные выше знания, навыки и компетенции. Основу данного набора заданий составляет большой комплекс различных инструментов на основе лучших мировых практик в сфере развития инновационных бизнесов. Среди них можно выделить шаблон бизнес модели (business model canvas) Александра Остервальдера, который позволяет разложить любой бизнес на девять ключевых составляющих и прояснить целевой образ будущего бизнеса. Также можно выделить широко применяемую методологию клиентского развития (customer development), которая позволяет наиболее простым и эффективным способом выявлять потребности и предпочтения клиентов. Также в курс интегрирована гибкая методология разработки (agile), ориентированная на использование итеративного подхода к разработке продукта.

Одно из центральных мест, среди внедренных в курс инструментов развития стартапа, занимает трекшн-карта, которая описывает путь стартапа от идеи до создания стабильно работающего бизнеса. Основная ценность данного инструмента состоит в том, что он помогает учащимся понять, на чем надо фокусировать усилия на каждом этапе развития проекта, и тем самым помогает сэкономить много времени на поиске и выборе точки приложения усилий. В рамках разработки перечня заданий в курсе данные инструменты и методики были адаптированы к российским реалиям, согласованы друг с другом, дополнены удобными в использовании шаблонами и гармонично интегрированы в курс.

Методика обучения в рамках изучаемой дисциплины была составлена таким образом, чтобы проработать и более высокие уровни по таксономии Блума. Благодаря применению проектного подхода студенты учатся применять полученные знания сразу в своих проектах, которые они пошагово выполняют и представляют на занятиях. Благодаря обратной связи и обсуждению на занятии примененных инструментов и методик, студенты учатся анализировать и оценивать их. После применения и анализа инструментов студенты также могут предложить варианты усовершенствования инструментов, что соответствует уровню «создание». В курсе также предполагается предложение студентами материалов, дополняющих рассматриваемую тему, что стимулирует студентов лучше включаться в работу и создавать пользовательский контент, позволяющий поддерживать постоянное обновление и, при необходимости, расширение содержания.

В данной ситуации качественная обратная связь от преподавателя является необходимым условием вовлечения студентов в образовательный процесс и достижения высокой эффективности подобной образовательной программы. По этой причине формат проведения каждого занятия в рамках курса включает в себя в качестве обязательного элемента регулярную презентацию результатов работы над проектом перед преподавателем и другими студентами и получение обратной связи.

Занятия выстроены по модели «перевернутого класса» и включают в себя последовательную реализацию четырех шагов (Рис. 3):

1. Преподаватель демонстрирует итоговую оценку студентов, накопленную по итогам пройденных тем и выполненных студентами заданий.

2. Группы студентов, объединенные в команды по проектам, последовательно представляют свои результаты и получают вопросы и обратную связь от аудитории и преподавателя.

3. Преподаватель подводит итоги занятия, озвучивая вопросы, которые вызвали наибольшие затруднения у студентов, объясняет возможные подходы к их преодолению и объясняет ценность для проекта от успешного выполнения данного задания.

4. В конце занятия преподаватель обозначает следующую тему, место размещения видео материалов по ней, и озвучивает задание, которое необходимо выполнить к следующему занятию.



Рис 3. Схема организации занятий

Источник: Методическое пособие по курсу "Интернет-предпринимательство" / Под общ. ред.: М. Р. Зобнина. Издательские решения. Ридеро, 2016.

Дополнительным преимуществом от такого формата проведения занятий является возможность для учащихся наблюдать за ошибками других проектов, что часто помогает им увидеть собственные. А также данный формат создает условия для возникновения соревновательного элемента между студенческими командами. Публичная презентация результатов своего проекта перед сверстниками подталкивает их к соревнованию друг с другом.

В конце курса проводится экзамен в виде деловой игры, которая состоит из защиты презентации перед инвесторами, предпринимателями и экспертами. Подобная практика позволяет налаживать связи с предпринимательским сообществом. Проведение экзамена в подобном формате создает для студентов дополнительные

стимулы, ответственно относится к своей работе над проектом и его итоговой презентации.

Онлайн-технологии развития практических навыков в области предпринимательства

Представленная выше методика при переходе в онлайн дополнена интерактивными технологиями, реализованными на онлайн-платформе курса (Онлайн-курс: <http://starthub.vc>). Ключевой целью реализации данных технологий было создание возможности дешевого, простого и удобного инструмента масштабирования курса на все университеты страны. Однако помимо главной задачи данная разработка позволила решить дополнительный ряд задач, способствующих повышению эффективности образовательного процесса - сохранение в удобном формате всех материалов по курсу.

Визуализация образовательной траектории курса и наличие связей между каждым шагом данной траектории и всеми необходимыми для него учебными материалами открывает для педагогов новые возможности построения образовательного процесса. Возможность удобного и быстрого доступа к любым материалам курса для студентов, дает им возможность изучать все материалы курса перед занятием и освободить время очного занятия для игр, групповых динамик и различных дискуссионных форматов. Также материалы курса (видео лекции, презентации и задания) остаются доступными для студентов и после его окончания, что позволяет им воспользоваться материалами в будущем, когда они захотят освежить в памяти необходимые им знания.

Все материалы лекций и приглашаемых спикеров размещаются на Гугл-драйве, в папке курса, доступной для студентов по ссылке.

Выполненные задания студенты загружают в папку преподавателя на Гугл-драйв.

Семинарские занятия проходят на платформе Zoom с использованием Miro, практические - с использованием сервисов Doodle и Zoom.

- *способы взаимодействия со студентами;*

Занятия построены в 4 этапа:

1. студенты самостоятельно просматривают видеолекцию до занятия,
2. на лекции-вебинаре задают вопросы по теме и получают дополнительные материалы и инструменты и слушают выступление гостевого спикера - предпринимателя. В каждой лекции дается задание, которое необходимо выполнять к каждому практическому занятию (на следующей неделе после лекции). Каждое задание - это шаг по построению их стартапа. Например, если тема «Целевая аудитория и сегментация», то заданием будет являться представление потребительских сегментов для своего продукта, выбор целевой аудитории и составление портрета потребителя.

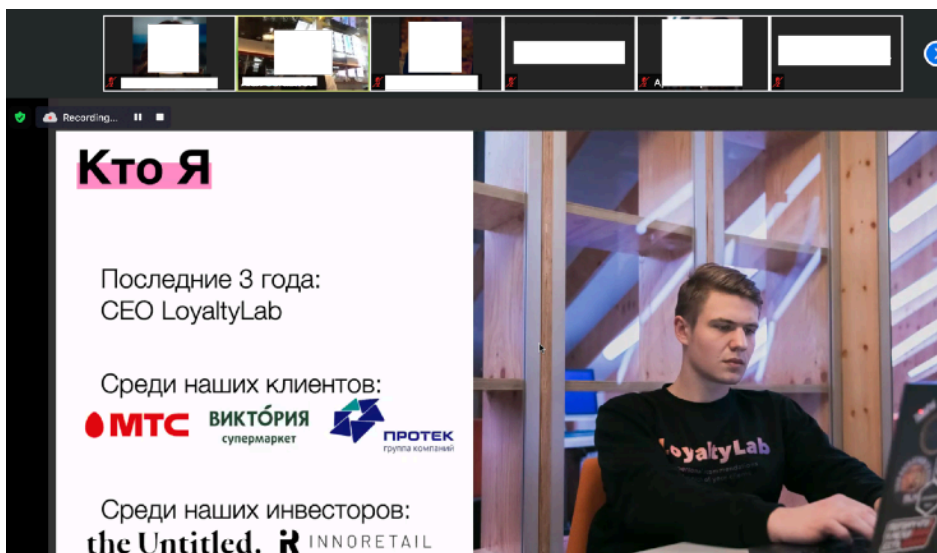


Рис. 4 Скриншот с лекции приглашенного спикера - основателя стартапа Loyalty Lab по теме “Клиентское развитие”

3. В рамках работы на семинаре после лекции студенты обсуждают ключевые идеи по заданной теме, прорабатывают тему в процессе игры или решения кейса и на этапе рефлексии фиксируют полезность материала и применяют инсайты к своим проектам. Семинары, как и лекции, проводятся на платформе zoom, и используют платформу Miro для организации игр (рис. 5 и 6).

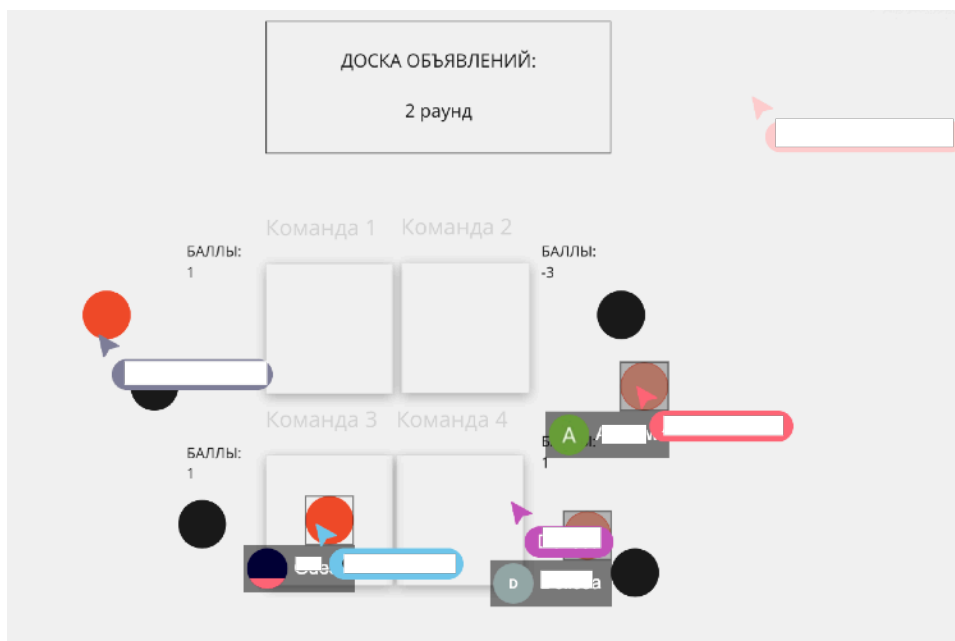


Рис.5 Доска Miro при игре “Красное и черное”

Практические занятия выстроены по модели «перевернутого класса» на основе методики трекшн, которая используется в акселераторах и проходят на платформе zoom. На каждом практическом занятии студенты презентуют подготовленное задание, соответствующее теме, а также делятся достигнутым прогрессом своего проекта с классом и преподавателем. После каждой презентации студенты получают обратную связь и вопросы от преподавателя и дорабатывают проект в соответствии с комментариями.

Для того, чтобы студенты не терялись в большом количестве задач и видели свой путь, руководителем майнора и студентами-активистами были подготовлены онлайн-памятки - чеклисты (рис. 6), которые рассылаются студентам после каждой лекции.



Рис. 6 Чеклист по теме “Ценностное предложение”.

Взаимодействие со студентами вне занятий:

Помимо стандартного взаимодействия со студентами по электронной почте, был создан телеграмм-канал с дополнительной полезной информацией для стартапов “Предпринимательский класс” <https://t.me/starstartup> и телеграм-чат для интерактивного взаимодействия со студентами, где они могут задавать вопросы, делиться впечатлениями и соображениями и получать ответы и поддержку от преподавателей.

Чтобы морально поддержать студентов в условиях самоизоляции, в телеграмм-чате для студентов введены регулярные рубрики: мысль дня (иллюстрация с поддерживающей мыслью или цитатой), полезное видео (видео, как правило, с

конференции TEDx, с развивающими идеями, относящимися к темам эмоционального интеллекта, поддержания психологического здоровья, мотивации, тайм-менеджменту, soft skills и тд), полезное чтение (статьи из HBR).

Для того, чтобы студенты не чувствовали себя оторванными от общения в условиях полного перехода в онлайн, была достигнута договоренность со стартапом Random Coffee о создании для студентов чат-бота - Random Coffee Startup Bot, который каждую неделю случайным образом соединяет в пары для разговора “за чашкой кофе” в zoom или Skype подписавшихся на него студентов и преподавателей майора Стартап с нуля (для расширения охвата и обмена опытом между студентами, был включен и второй год майнора). Чатбот был запущен в начале ноября 2020 и студенты активно включились в такой формат нетворкинга.

организация обратной связи

Обратная связь собирается на каждом лекционном занятии через Socrative (таблица 1).

И, помимо этого, студенты имеют возможность задать вопрос преподавателям в общем телеграм-чате или в личке в Telegram.

Таблица 1. Пример вопросов и ответов студентов на последнем занятии в семестре.

Семестр закончился и пора подводить итоги. Что вы узнали и чему научились в семестре?
ну я стал более организованным! научился планировать и думать в более прагматичном ключе теперь есть ощущение что любая проблема для меня это не проблема, а цель, к которой я должен идти. прозвучит странно, но жить стало легче и одновременно сложнее Полезного было действительно очень много)
Научились работать в команде, узнали кухню ведения стартапов изнутри, поняли, на что стоит обращать внимание.
узнал о бизнесе и о том, что именно нужно делать. раньше это все казалось очень туманным и невозможным, но сейчас я вижу конкретные задачи и ставлю цели для их выполнения
Стартапы это интересно. Это самая главная мысль, которая ко мне пришла за этот семестр. В будущем хочу заниматься именно этим. Научился я многому: планирование, управлению командой, практическому маркетингу. Также я приобрел знания в области своего проекта.
я узнала, что такое MVP, Customer Development, как проводить интервью, как создать идею, что такое TAM, SAM, SOM. И просто много всего интересного для общего развития
1. Всегда нужно обращать внимание на "боли" потребителя. Большинство продуктов не может реализоваться на рынке не потому что они не качественные, а потому что они оказались никому не нужны. 2. Перед выходом на рынок важно продумать всё до мелочей: от портрета клиента до действующего MVP. 3. Научился качественно организовывать работу команды. Грамотное распределение задач, здоровая мотивация и качественное планирование – фундамент командной работы. 4. Конкуренты потенциально могут стать коллегами. В некоторых случаях в разы эффективнее сотрудничать, нежели вступать в конфронтацию.
Самое главное, чему я научился - не бояться сложных и нестандартных задач. Запомнился cust-dev, которые мы всё-таки успешно пережили :) Узнал алгоритм поднятия стартапа с нуля, просто по шагам. Это помогло разложить в голове по полочкам весь процесс.

порядок оценивания работы студентов, элементы кумулятивной оценки

ОЦЕНКА ЗА КУРС =

$0.1 \cdot \text{Лекции} + 0.2 \cdot \text{Семинары} + 0.5 \cdot \text{Практические занятия} + 0.2 \cdot \text{экзамен}$

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ЗАДАНИЯ

Промежуточные задания связаны с созданным студентами стартапом и последовательно даются на занятиях.

ЭКЗАМЕН

проходит в виде питча перед инвесторами

Экзамен/зачет (итоговый проект)

Зачет проводится в формате презентации проекта перед инвесторами. Инвесторы не знакомы ни с создателями, ни с командой и оценивают проекты безотносительно предыдущих работ и заслуг, с нуля. Структура питча:

1. Описание продукта (идея)
2. Команда
3. ЦА, уточненная по результатам Customer Development (результаты CustDev стоит показать)
4. Ценностное предложение
5. Оценка рынка
6. Анализ конкурентов
7. Позиционирование и УТП
8. MVP
9. План развития проекта на декабрь-январь (после окончания занятий на курсе и до начала продолжающего курса “Стартап: выход на рынок”).

Критерии оценки за питч

50% - содержание выступления: реалистичность, аргументированность, проработанность, полнота

20% - качество выступления: последовательность, логичность, информативность презентации

10% - вау-фактор: дизайн, живость презентации

20% - ответы на вопросы

Организация питча:

Питч происходит в Zoom, где присутствуют как преподаватели, так и внешние эксперты (1 преподаватель + 2 эксперта): предприниматели и инвесторы, которые дают независимую оценку и обратную связь командам для дальнейшего развития их стартапов.

