

Интернет-предпринимательство: практика применения дизайн-мышления в создании проекта : учебно-практическое пособие / коллектив авторов ; под. ред. Е.В. Васильевой. — Москва : КНОРУС, 2019. — 308 с.— (Бакалавриат и магистратура).

Оглавление

Авторский коллектив	7
Введение	8
ЧАСТЬ I. ТЕХНИКИ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ	15
Глава 1. Обзор инструментов, техник и методов креативного мышления	15
1.1. Добро пожаловать в мир VUCA, или методы создания инноваций: ТРИЗ, латеральное мышление и дизайн-мышление.	15
1.2. Ключевые шаги дизайн-мышления.	21
1.3. Методы и техники дизайн-мышления.	24
Глава 2. Первый шаг – эмпатия.	33
2.1. Эмпатия и зеркальные нейроны.	33
2.2. Карта эмпатии.	35
2.3. Customer Activity Cycle, или модель PEP.	41
2.4. Анализ проблем и возможностей для роста (Waste&Value Gap).	44
2.5. Модификация PEDPL	44
2.6. Пользовательский путь (Customer Journey Map).	46
Глава 3. Второй шаг – фокусировка, или Point-of-View (POV).	54
3.1. Вопрос «Как мы можем...?».	55
3.2. SCAMPER в модификации решений.	57
3.3. «Персона-модель» и цитаты.	59
3.4. Технологии визуализации ассоциативного мышления.	61
Глава 4. Третий шаг – генерация идей	71
4.1. Мозговой штурм (brainstorming).	71
4.2. SIL	73

4.3. КИ	74
4.4. Метод случайного стимула	74
4.5. Работа в команде	78
4.6. Дивергентное или конвергентное мышление	78
4.7. «Смысловые облака»	81
4.8. Матрицы положительного и отрицательного клиентского опыта	82
4.9. Техника шести шляп	85
4.10. Метод Уолта Диснея	88
4.11. Метод «Плохие и хорошие идеи»	92
4.12. «Мировое кафе» (World café)	93
Глава 5. Четвертый шаг — выбор	98
5.1. Голосование разноцветными стикерами	98
5.2. Группировка идей	98
5.3. Матрица оценки идей по критерию «польза и затраты»	99
Глава 6. Пятый шаг — прототипирование	104
6.1. Активное прототипирование	104
6.2. Бизнес-оригами	106
Глава 7. Шестой шаг — тестирование	107
7.1. «Волшебник из страны Оз»	108
7.2. Включенное наблюдение	109
7.3. Тестирование с пользователем	109
Глава 8. Презентация идеи	110
8.1. Работа над спичем (Elevator speech)	110
8.2. Серия иллюстраций? Нет, это сториборд	111
8.3. Метод истории (Storytelling)	113
8.4. Ролевое разыгрывание решений (Bodystorming)	113
8.5. Игровое моделирование (Lego Serious Play)	114
Резюме к первой части	119
ЧАСТЬ II. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА	
ИНТЕРНЕТ-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	121
О курсе «Интернет-предпринимательство»	121
Глава 9. Основные блоки разработки проектного решения	125
9.1. Разработка инновационной идеи по подсказкам потребителя	125
9.2. Аналитический блок	127

9.3. Разработка минимального жизнеспособного продукта (<i>MVP</i>) . . .	128
9.4. Менеджмент.	128
9.5. Маркетинг.	129
Глава 10. Разработка инновационной идеи по подсказкам	
потребителя.	131
10.1. Первый этап — формулировка гипотез для интернет-проекта . . .	132
10.2. Второй этап — Customer Discovery, или подтверждение идеи в исследованиях клиентов	144
10.3. Третий этап — оценка потенциала рынка.	196
10.4. Четвертый этап — конкурентная разведка.	210
10.5. Пятый этап — прототипирование и создание минимального жизнеспособного продукта (<i>MVP</i>).	218
10.6. Шестой этап — разработка лендинговой страницы (Landing Page).	222
10.7. Седьмой этап — создание ценностного предложения.	230
10.8. Восьмой этап — тестирование решения.	254
10.9. Девятый этап — построение бизнес-модели стартапа.	260
10.10. Десятый этап — выбор модели монетизации.	269
10.11. Одиннадцатый этап — анализ метрик стартапа и расчет экономических показателей проектного решения.	279
Резюме ко второй части.	294
Заключение.	295
Список литературы.	298
Интернет-источники.	303