Moscow Business School

Дизайн-мышление для разработки нового продукта

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 10.12.2026

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Дизайн-мышление как технология разработки нового продукта

- История возникновения дизайн-мышления
- Инженерное и дизайнерское мышление
- Примеры применения технологии дизайн-мышления
- Формирование гипотезы по созданию нового продукта

Понимание клиента и ключевой проблемы, которую решает новый продукт

- Важность понимания и прочувствования потребительского опыта
- Основные методы дизайн-исследования потребительского опыта
- Создание портрета ключевой персоны — потребителя нового продукта
- Определение ключевой проблемы, которую решает новый продукт
- Формулировка точки зрения (POV — point-of-view) ключевого потребителя нового продукта

- Определение требований к новому продукту

Практикумы:

- Практика использования «карты эмпатии»
- Формирование образа ключевой персоны как потребителя нового продукта
- Формулировка POV ключевого потребителя нового продукта

Генерация идей для нового продукта

- Методы генерации идей (мозговой штурм, молчаливый мозговой штурм, Scamper и другие)
- Lifestyle Matrix для использования нового продукта
- Оценка и отбор идей, пригодных для реализации
- Уточнение первоначальной гипотезы по созданию нового продукта

Практикумы:

- Отработка в мини-группах различных методов генерации идей
- Практикум использования LifeStyle Matrix

Создание прототипа нового продукта и его тестирование

- Что такое прототип (MVP). Основы прототипирования
- Определение ключевого сценария использования нового продукта
- Визуализация ключевого сценария
- Определение критериев успешности

Практикумы:

- Создание прототипа нового продукта
- Тестирование прототипа нового продукта

Завершение тренинга

- Интеграция материала тренинга
- Формирование сценария продолжения работы над проектом разработки нового продукта

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения
- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс
- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы

SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи
- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность
- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии

- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4P
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда
- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение