



课程大纲

产品创新与服务设计研究生文凭

Postgraduate Diploma in Product Innovation and Service Design (PISD)

完成「校内工作坊」，十门必修课及「专案」，并通过评核者，可获颁发「产品创新与服务设计研究生文凭」。

1	<p>开学典礼 暨 校内工作坊 Opening Ceremony cum Workshop</p>
2	<p>创意与企业突围策略 Creativity and Business Breakthrough Strategy</p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 创意-驱动力的源泉 ● 创新-企业突围战略 ● 生命周期中不同阶段的创新 ● 将创新植入企业的 DNA <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 对创意和创新之间的差异与关系有明确的理解 ● 识别产品生命周期不同阶段所带来的挑战 ● 应用相关的工具及模型，帮助制定解决方案针对正面临着的具体挑战 ● 设立可行的计划把创新建立成企业可持续的核心竞争力
3	<p>用户与情景研究 User Study in Persona and Scenario</p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 用户群的画像分析 ● 用户研究 (定性及定量用户研究) ● 目标用户使用产品或服务的情景 ● 目标用户现有的任务流程分析 <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 系统地分析目标用户的背景及心理 ● 分析目前产品对现有用户的短板 ● 锁定当前服务对现有用户的短板



	<ul style="list-style-type: none">制定产品和服务的改进计划，使用户满意度得到提高
4	<p>创新与商业模式 Innovation and Business Models</p> <p>主要内容:</p> <ul style="list-style-type: none">创新的性质与执行将创新植入企业的 DNA商业模式总览商业模式变化的工具和技巧 <p>学员获益:</p> <ul style="list-style-type: none">精确地找出和分析形成创新的要素和特点，以应对中国经营环境及其贸易伙伴的变化;应用一套结构性的创新方法，有效提高并加强组织在产品服务及开发上对资源的运用;通过整合技术、市场、设计及管理创新计划，为组织创造最大价值;利用适当的创新管理介入和技巧，设计及实行能克服组织内部阻力的创新计划。
5	<p>价值机会分析：产品和服务定位 Value Opportunity Analysis: Product and Service Positioning</p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none">产品和服务价值机会产品和服务价值机会表产品和服务机会缺口分析方法生态系统的风险与持份者评估 <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none">系统地分析市场前景，了解客户对不同的产品和服务的满意度运用所学工具找出市场中未被满足的客户需求对企业的产品与服务做出战略性的定位，使之与客户需求相匹配通过价值主张,清晰分析当前产品或服务所能带来的价值



6	<p>体验策略与服务创新 Experience Strategy and Service Innovation</p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none">• 体验策略定义• 体验策略框架• 五个服务设计的原则思想• 用户为本的设计• 以用户为本为理念, 进行服务分析 <p>完成本单元后, 学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none">• 分析商业层面的情况, 制定体验设计的策略• 整合以人为本的思维, 加强用户体验• 从客户体验策略框架、分析策略定位、客户体验系统、营运与组织去评估用户体验效果• 阐释用户为本的设计(User Centred Design)理念、动机及价值观, 判断设计• 以用户为本作为理念及系统的思考, 评价和分析新兴服务设计领域• 运用共同创造(Co-creation)的服务设计理念, 对服务相关因素进行初步分析和审视
7	<p>概念原型与设计 Concept Prototyping and Design</p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none">• 5D 设计流程• 原型类别• 测试原型• 纸原型与用户测试 <p>完成本单元后, 学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none">• 审阅整个产品或服务设计过程, 确定何时应用设计原型, 有系统地优化设计• 对不同类型的概念原型有一个全面的了解, 根据不同需求使用不同的工具• 设计有效的测试, 利用原型引证设计概念的可行性, 并适当引入潜在的新功能• 制作基本的纸张设计原型, 对基本功能和可行性进行测试



8	<p>AI 与数字智能：应用与体验优化 AI and Digital Intelligence: Application and Experience Optimisation</p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none">• 对 AI 与数位智慧的认知• 全方位整合• AI、数字化体验• 用户体验评估 <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none">• 提升人工智能 (AI) 和数字化的实践能力，在实际项目中通过对数字化流程和工具的分析，制定合适的体验解决方案• 在不同行业和应用场景中评估 AI 及数字化对提升体验的成效• 分析线上线下设计场景, 制定客户体验计划• 运用适当科技, 使企业有效地触达客户及提升营运效率、加强客户互动、增加满意度
9	<p>品牌承诺与增值服务 Brand Commitment and Value-added Services</p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none">• 客户心理学• 品牌的形象和定位• 客户行为• 客户期望管理及增值服务 <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none">• 明确辨识出自己的客户群，检验现有的产品和服务是否能够满足目标客户的需求及为用户增值• 懂得运用合适的工具分析客户的心理及行为• 分析企业所期望的品牌定位与目前品牌在市场中实际定位间的差距，同时了解客户对品牌的现有认知• 使用课程中所学的工具和方法，进行专业的品牌管理，及主动管理客户的期望值



10	产品规划与全生命周期管理 Product Planning and Life Cycle Management
	课程内容:
	<ul style="list-style-type: none">• 以客户为中心的价值管理• 集成产品开发 (IPD) — 2B 场景• 集成产品营销 (IPMS) — 2C 场景• 集成服务 (ITR)
	完成本单元后，学生应该能够:
	<ul style="list-style-type: none">• 掌握管理在产品及服务全生命周期中的核心作用，并通过需求、客户关系及体验等管理要素应用价值管理理念• 分析在 2B 及 2C 场景下，不同产品全生命周期的关键要素、流程架构体系及相关组织保障• 衡量服务在组织中的核心价值，及作为一项重要的组织能力，服务的关键要素、流程架构体系及相关组织保障• 评估新技术革命的发展趋势及在此宏观背景下，对产品及服务设计开发运营的影响
11	创业融资规划与创新风险管理 Startup Financial Planning and Innovation Risk Management
	课程内容:
	<ul style="list-style-type: none">• 初创企业股权设计的基本原则与分配策略• 融资路线与规划• 融资策略与管理• 风险的预测与管理
	完成本单元后，学生应该能够:
	<ul style="list-style-type: none">• 根据创业项目实际情况，设计合理的股权与融资规划，免融资过程中常见的陷阱与挑战• 了解天使、VC、PE、IPO 等不同阶段的资本路线图• 阐释风险的定义，识别和分类开发过程所面对的各种风险，运用风险概率分析 (Probabilistic Risk Analysis)• 推断开发过程中常见的不确定性因素，识别项目发展的关键部份，制定预备替补方案• 构建产品与服务开发风险管理与监控计划，及制定创新项目的风险管理计划书



12

专案 Final Project

学员需要综合运用从本课程首 11 个单元所吸取的知识和技术去完成小组习作（专案）（每组约 4 至 7 人）。学员需要拟定习作的主题和研究方法，并依此寻找及收集有关参考资料和数据，准备一份不少于 1,000 字的专案建议书。另，小组成员亦需个别完成一份自我反思及学习成果汇报。之后，须对专案建议书作 30-40 分钟的口头报告，并由教师及同学作出不少于 30 分钟的提问和点评。同时，亦要对其他小组口头报告作出点评和建议。除此之外，小组还需要出席由教师主持的咨询及简介会，并进行数据收集、研究、分析，报告撰写和口头报告的排练。每个小组成员必须参与，以完成专案期终报告（不少于 10,000 字）。

注：因应课程发展需要，学院保留调整课程内容的权利。