

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

	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定产品和服务的改进计划，使用户满意度得到提高</li> </ul>
4	<p><b>创新与商业模式 Innovation and Business Models</b></p> <p>主要内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>创新的性质与执行</li> <li>将创新植入企业的 DNA</li> <li>商业模式总览</li> <li>商业模式变化的工具和技巧</li> </ul> <p>学员获益:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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;</li> <li>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;</li> <li>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;</li> <li>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。</li> </ul>
5	<p><b>价值机会分析：产品和服务定位 Value Opportunity Analysis: Product and Service Positioning</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>产品和服务价值机会</li> <li>产品和服务价值机会表</li> <li>产品和服务机会缺口分析方法</li> <li>生态系统的风险与持份者评估</li> </ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>运用所学工具找出市场中未被满足的客户需求</li> <li>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</li> <li>通过价值主张,清晰分析当前产品或服务所能带来的价值</li> </ul>

<p>6</p>	<p><b>体验策略与服务创新 Experience Strategy and Service Innovation</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 体验策略定义</li><li>• 体验策略框架</li><li>• 五个服务设计的原则思想</li><li>• 用户为本的设计</li><li>• 以用户为本为理念, 进行服务分析</li></ul> <p>完成本单元后, 学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 分析商业层面的情况, 制定体验设计的策略</li><li>• 整合以人为本的思维, 加强用户体验</li><li>• 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</li><li>• 阐释用户为本的设计(User Centred Design)理念、动机及价值观, 判断设计</li><li>• 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</li><li>• 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</li></ul>
<p>7</p>	<p><b>概念原型与设计 Concept Prototyping and Design</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 5D 设计流程</li><li>• 原型类别</li><li>• 测试原型</li><li>• 纸原型与用户测试</li></ul> <p>完成本单元后, 学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 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</li><li>• 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</li><li>• 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</li><li>• 制作基本的纸张设计原型, 对基本功能和可行性进行测试</li></ul>

8	<p><b>AI 与数字智能：应用与体验优化</b> <b>AI and Digital Intelligence: Application and Experience Optimisation</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 对 AI 与数位智慧的认知</li><li>● 全方位整合</li><li>● AI、数字化体验</li><li>● 用户体验评估</li></ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 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</li><li>● 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</li><li>● 分析线上线下设计场景，制定客户体验计划</li><li>● 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</li></ul>
9	<p><b>品牌承诺与增值服务 Brand Commitment and Value-added Services</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 客户心理学</li><li>● 品牌的形象和定位</li><li>● 客户行为</li><li>● 客户期望管理及增值服务</li></ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 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</li><li>● 懂得运用合适的工具分析客户的心理及行为</li><li>● 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</li><li>● 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</li></ul>

10	<b>产品规划与全生命周期管理 Product Planning and Life Cycle Management</b>
	<p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 以客户为中心的价值管理</li> <li>● 集成产品开发 (IPD) — 2B 场景</li> <li>● 集成产品营销 (IPMS) — 2C 场景</li> <li>● 集成服务 (ITR)</li> </ul> <p>完成本单元后, 学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● 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</li> <li>● 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</li> <li>● 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</li> </ul>
11	<b>创业融资规划与创新风险管理</b> <b>Startup Financial Planning and Innovation Risk Management</b>
	<p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 初创企业股权设计的基本原则与分配策略</li> <li>● 融资路线与规划</li> <li>● 融资策略与管理</li> <li>● 风险的预测与管理</li> </ul> <p>完成本单元后, 学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● 了解天使、VC、PE、IPO 等不同阶段的资本路线图</li> <li>● 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)</li> <li>● 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</li> <li>● 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</li> </ul>

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）（每集约 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。