

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

*Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT)*

**Кафедра економіки та міжнародних відносин**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Постанова вченої ради

19.06.2023

протокол № 08, п. 8

**ВВЕДЕНО В ДІЮ**

Наказ від 19.06.2023 № 82

**ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ ТА ТОРГІВЛІ**

**INNOVATIVE PROJECTS IN ENTREPRENEURSHIP AND TRADE**

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

Ступінь вищої освіти	магістр /	master
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування» /	07 «Management and Administration»
Спеціальність	076 «Підприємництво та торгівля» /	076 «Business, and Trade»
Освітня програма	«Підприємництво та торгівля» /	«Business, and Trade»

Вінниця 2023

**Розробник:** Хачатрян Валентина, доктор економічних наук, професор

**Гарант освітньої програми** «Підприємництво та торгівля» – Шарко Віталій, доктор економічних наук, доцент

Обговорено та схвалено на засіданні кафедри економіки та міжнародних відносин від 05.06.2023, пр. № 08; на засіданні вченої ради факультету економіки, менеджменту та права від 13.06.2023, пр. № 06.

**Рецензенти:** Кульганік Оксана, кандидат економічних наук  
Онука Володимир, директор ПрАТ «Зернопродукт МХП»

Редактор: Фатєєва Т.  
Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 26.06.2023. Формат 60x84/16.  
Папір офсетний Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,16.  
Обл.-вид. арк. 0,91. Тираж 2. Зам. № 495.

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ  
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25

## I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

**Метою** дисципліни є формування у здобувачів вмій і якостей, необхідних для професійної роботи щодо розуміння основних методів, принципів та інструментів управління інноваційними підприємствами та проектами, етапів, методик створення та реалізації стартап проектів. Це дасть можливість здобувачам ефективно працювати в команді, створювати команду стартапу та розподіляти в ній ролі; розуміти основні принципи роботи стартап екосистеми, а також її складових частин, будувати зв'язки між ними; вміти формувати ідею стартапу; навички креативного мислення та дизайну мислення з метою їх застосування при розробці бізнес-моделі стартапу; вміти підготувати власний проєкт для пошуку фінансування застосовуючи принципи венчурного ринку, різні типи інвесторів, етапів і раундів інвестицій; володіти знаннями щодо базових юридичних аспектів управління стартапами.

**Завдання** дисципліни полягають у формуванні необхідних компетентностей у фахівців спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля». Самостійна робота здобувачів вищої освіти є основною формою оволодіння дисципліною і передбачає такі види робіт, як складання конспекту, вивчення конкретних тем, підготовка відповідей на питання самоконтролю, виконання індивідуальних та інтерактивних завдань, підготовка та презентація власної бізнес-ідеї. Поєднання аудиторних занять із самостійною роботою здобувачів вищої освіти при вивченні дисципліни «Інноваційні проєкти в підприємстві та торгівлі» сприяє глибокому засвоєнню як теоретичного, так і практичного матеріалу

Результатом вивчення навчальної дисципліни «Інноваційні проєкти в підприємстві та торгівлі» для освітньої програми «Підприємництво та торгівля» є формування комплексу компетентностей:

### **інтегральна компетентність**

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми галузі підприємництва та торгівлі, що передбачає проведення досліджень та здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог

### **загальні компетентності:**

ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації;

ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми;

ЗК 3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети;

ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);

### **спеціальні компетентності:**

СК 1. Здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких та торговельних структур;

СК 2. Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій та торговельній діяльності;

СК 3. Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва та торгівлі;

СК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності;

СК 5. Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в підприємницькій та торговельній діяльності.

**Програмні результати навчання» з навчальної дисципліни «Інноваційні проекти в підприємництві та торгівлі»:**

1. Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності

2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва та торгівлі та розробляти заходи щодо їх вирішення

4. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп

5. Вміти професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі

6. Вміти розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність

7. Визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва та торгівлі

8. Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких та торговельних структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень

9. Розробляти й приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької та торговельної діяльності

10. Вміти вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких та торговельних структур за умов невизначеності та ризиків

11. Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких та торговельних структур.

### **Критерії оцінювання результатів навчання**

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни. Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали (табл. 1).

Таблиця 1 – Рейтингова шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти

<b>Рівні компетентності</b>	<b>За шкалою ДТЕУ</b>	<b>Критерії оцінювання</b>
1	2	3
Високий (дослідницький)	90-100	Має обґрунтовані та всебічні знання з дисципліни, вміє узагальнювати та систематизувати набуті знання; самостійно знаходить джерела інформації та

1	2	3
		працює з ними; проводить власні дослідження, може використовувати набуті знання та вміння при розв'язанні задач.
Достатній (частково-пошуковий)	82-89	Володіє навчальним матеріалом, вміє зіставляти та узагальнювати, виявляє творчий інтерес до предмету, виконує завдання з повним поясненням та обґрунтуванням, але допускає незначні помилки; може усвідомити нові для нього факти, ідеї.
	75-81	Володіє визначеним програмою навчальним матеріалом; розв'язує завдання, передбачені програмою, з частковим поясненням.
Елементарний (репродуктивний)	69-74	Володіє навчальним матеріалом на репродуктивному рівні; може самостійно розв'язати та пояснити розв'язання завдання.
	60-68	Ознайомлений з навчальним матеріалом, відтворює його на репродуктивному рівні; виконує елементарні завдання за зразком або відомим алгоритмом.
Низький (фрагментарний)	35-59	Ознайомлений та відтворює навчальний матеріал на рівні окремих фактів та фрагментів матеріалу; під керівництвом викладача виконує елементарні завдання.
	1-34	Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів.

Здобувачі вищої освіти, які повністю виконали програму дисципліни та набрали достатню кількість балів отримують підсумкову оцінку без опитування чи виконання екзаменаційного задання (згідно з Положенням Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти № 12 від 07.02.2022).

У разі, якщо здобувач вищої освіти бажає поліпшити свою оцінку, або не набрав 75 балів, він складає екзамен з усієї програми навчальної дисципліни у вигляді письмового опитування знань згідно завдань встановленого зразка.

Результат виконання екзаменаційних завдань оцінюється з урахуванням результатів у співвідношенні 80:20, де 80 – максимальна оцінка за виконання екзаменаційного завдання, 20 – результат поточної успішності відповідно до шкали переведення поточної роботи для врахування її при підсумковій оцінці.

Здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового (семестрового) контролю, має право звернутися із проханням переглянути оцінку, одержану на екзамені (згідно Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю знань студентів № 32 від 07.02.2022).

### Обсяг дисципліни у кредитах та його розподіл (тематичний план)

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю
	Усього годин / кред.	з них			
		лекції	практичні заняття	СРС	
Тема 1. Стартап екосистема	12	2	2	8	КТ, УО, ІЗ, ДК
Тема 2. Основні принципи формування команди	12	2	-	10	КТ, УО, ПО
Тема 3. Дизайн мислення, визначення проблеми потенційних клієнтів і користувачів, емпатія	12	2	2	8	ПО, КТ, ІЗ
Тема 4. Дизайн мислення, пошук і вибір ідеї	10	-	2	8	Т, УО, ІЗ
Тема 5. Валідація ідеї стартапу	12	2	2	8	УО, КТ, Р, ІЗ
Тема 6. Канва бізнес-моделі. Вступ, проблема та рішення	12	2	2	8	УО, КТ, Р, ІЗ
Тема 7. Канва бізнес-моделі. Портрет клієнта	12	2	2	8	КТ, УО, ПО
Тема 8. Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку. Валідація ключових гіпотез	12	2	2	8	ПО, Т, УО
Тема 9. Презентації ідей стартапів	12	2	2	8	УО, КТ, ІЗ
Тема 10. Динаміка команди.	12	2	2	8	КТ, УО, ПО
Тема 11. Мінімально життєздатний продукт (MVP)	12	2	2	8	КТ, УО, ПО
Тема 12. Оцінка ринку. Аналіз конкурентів	12	2	2	8	ПО, КТ, ІЗ
Тема 13. Маркетинг для стартапів	14	2	2	10	КТ, УО, ПО
Тема 14. Основи про інвестиції, фінанси та юридичні особливості стартапів	12	2	2	8	ПО, Т, УО
Тема 15. Презентація стартапу. Пітч-дек	12	2	2	8	КТ, УО, ПО
<b>Всього</b>	<b>180</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>124</b>	
<b>Підсумковий контроль</b>					<b>екзамен</b>
Умовні позначення: УО - усне опитування; ІЗ - індивідуальне завдання; ПО - письмове опитування; КТ - комп'ютерне тестування; Т - тестування; ДК - розрахунки та дослідження з використанням комп'ютера, Р – реферат.					

## **II. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ**

### **Тема 1. Стартап екосистема**

Особливості інноваційного підприємництва, визначення стартапу. Роль стартапів у світовій економіці. Зв'язок науки та інновацій. Складові стартап екосистеми. Стадії розвитку стартапу. Поняття «стартап». Поняття «стартап екосистеми». Огляд стартап екосистеми України. Екосистема стартапів в Європі. Управління стартап проектами. Масштабованість стартапу. Етапи розвитку стартапу.

### **Тема 2. Основні принципи формування команди**

Принципи формування команди. Візія, місія, цінності. Ролі в команді. Команда проекту: визначення та сутність. Основні принципи та організаційні аспекти формування ефективної команди. Життєві стадії команди проекту. Базові принципи формування ефективної команди. Основні підходи до формування команди. Формування команди в організаційному плануванні проекту. Робота з інформацією, як перший етап формування команди проекту. Вимоги до професійної діяльності членів команди. Вибір засобів управління командою проекту. Розвиток команди. Формування системи заохочень та управління конфліктами в проекті.

### **Тема 3. Дизайн мислення, визначення проблеми потенційних клієнтів і користувачів, емпатія**

Проблема як джерело ідей для стартапів. Розгляд вдалих і невдалих ідей стартапів з точки зору проблеми. Стейкхолдери стартапу. Методологія How Might We. Огляд інструментів для аналізу проблем. Поняття «емпатія». Дизайн мислення. проблеми потенційних клієнтів і користувачів. Види мислення. Стадія емпатії. Методи побудови емпатії. Карта емпатії

### **Тема 4. Дизайн мислення, пошук і вибір ідей**

Інструменти пошуку ідей. Розбір кейсів. Голосування, кластеризація, SWOT аналіз. Фреймворки для дизайн-мислення. Поняття «дизайн мислення» Стенфордська модель. Брейнстормінг, майндмеппінг, скетчінг. Стадія генерування ідей. Методи та інструменти. Відбір ідей. Рейнстормінг та як з ним працювати. Правила брейнстормінгу. Мета етапу генерування ідей. Тапи пошуку ідей.

### **Тема 5. Валідація ідей стартапу**

Поняття «валідації». Валідація ідей стартапу. Процес валідації ідей стартапу. Перевірка ідей. Етапи перевірки ідей стартапу. Визначення цілей стартапу. Побудова гіпотез валідації ідей стартапу. Створення проекту на краудфандинговій платформі. Гіпотези на PostIt у кожному з блоків валідації ідей стартапу. Модель ідей стартпу

## **Тема 6. Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення**

Що таке бізнес модель, для чого вона потрібна. Види бізнес моделей. Огляд складових Lean Canvas. Канва бізнес моделі. Проблеми бізнес моделі. Переваги та недоліки побудови канви бізнес моделі за допомогою Lean Canvas. Приклади бізнес-моделей відомих стартапів. Канва Lean бізнес моделі. Пспективи розвитку стартапу. Етапи розвитку стартапу.

## **Тема 7. Канва бізнес моделі. Портрет клієнта, ціннісна пропозиція**

Визначення терміну customer development. Сегментація клієнтів. Клієнт vs Користувач. B2B, B2C, B2G. Створення портрету клієнтів. Канва ціннісної пропозиції. Канва бізнес моделі. Поняття цільової аудиторії. Пояснити поняття клієнт, користувач, customer, personal, сегментація цільової аудиторії. Модель ціннісної пропозиції і чим вона корисна.

## **Тема 8. Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку.**

### **Валідація ключових гіпотез**

Цикл customer development. Гіпотези. Валідація гіпотез. Інструменти для проведення дослідження клієнтів - опитувальники, інтерв'ю, фокус групи. Дослідження трендів та статистичних даних. Платформи Kickstarter, Product Hunt. Процес дослідження клієнтів. Етапи дослідження ринку. Попереднє дослідження ринку. Приклади гіпотез валідації бізнес моделі. Тренди ринку.

## **Тема 9. Презентації ідей стартапів**

Правила презентації бізнес-моделі. Валідувати ідеї команд та результати кастдеву. Опис ідеї – короткий опис ідеї. Проблема яку вирішує стартап для кого вирішується проблема – цільова аудиторія. Аналіз альтернативних рішень. Хмарні технології. Хмарні технології в системі презентації стартапів. Інноваційний проєкт як результат створення соціальної інновації. Методи презентації стартапів. Грантові програми для презентації соціальних інноваційних стартапів.

## **Тема 10. Динаміка команди**

Динаміка команди. Етапи розвитку команди. Стадії роботи команди. Основні виклики при роботі команд на кожній стадії. Методи роботи з командою на різних етапах, мотивація. Як на кожній стадії уникати конфліктів і непорозумінь, бути максимально ефективними і не втрачати мотивацію. Проєктний менеджмент. Інструменти менеджменту команд. Таск-менеджери (Trello, Jira, Asana, ClickUP тощо). Ділові месенджери (Slack ). Стадії які проходить команда під час роботи над стартапом (за Брюсом Такманом). Позитивні і негативні аспекти роботи в команді.

## **Тема 11. Мінімально життєздатний продукт (MVP)**

Поняття «мінімально життєздатний продукт». Стадії розвитку продукту. Інструменти для розробки першого прототипу. Що таке MVP та основні його задачі. Основні принципи створення прототипу/MVP. План створення MVP.



Інструменти та стадії створення MVP. Послідовність процесів під час створення MVP. Функції мінімально життєздатного продукту. Процес створення мінімально життєздатного продукту. Який продукт вважається мінімально життєздатним.

### **Тема 12. Оцінка ринку. Аналіз конкурентів**

Потенціал масштабування стартапу. Методи розрахунку об'єму ринку. Важливість конкурентного аналізу. Процес оцінки ринку. Процес аналізу діяльності конкурентів та його складові. Поняття об'єму ринку. Методи оцінки ринку. Аналіз росту ринку. TAM, SAM, SOM. Метод грошовий і метод носіїв проблеми. Що таке конкурентний аналіз і навіщо він потрібен? Фактори аналізу конкурентів - продукт/послуга, ціна, ключові відмінності, канали комунікації з клієнтами, меседжи, цільова аудиторія, локація. Нечесні конкурентні переваги (unfair advantages). Перелік конкурентних переваг.

### **Тема 13. Маркетинг для стартапів**

Сучасні підходи до маркетингу. Правила обирання каналів комунікації з цільовою аудиторією. Маркетингова стратегія для стартапу. Основи цифрового маркетингу. SMM та інструменти онлайн просування. Реклама, робота з лідерами думок. Особливості різних видів метрики. 7P - основні положення в маркетинговій стратегії продукту чи послуги. Формування ціни - 3C. Сучасний комплекс маркетингу. Маркетинг для стартапів. Поняття «метрика» її складові.

### **Тема 14. Основи про інвестиції, фінанси та юридичні особливості стартапів**

Поняття про інвестиції та умови залучення фінансування в стартапи. Юридичні аспекти які можуть виникати при розвитку стартапа і в процесі пошуку інвесторів. Огляд венчурного ринку. Типи інвесторів та інвестицій. Етапи та раунди інвестицій. Фінанси в стартапі. Юридичні аспекти інвестицій. Умови, розподіл часток, договори, опціони. Аналіз кейсів різних інвестиційних угод. Процес фінансування стартапів. Юридичні інструменти для укладання інвестиційних угод. Юридичні аспекти взаємовідносин в середині команди.

### **Тема 15. Презентація стартапу. Пітч-дек**

Поняття про пітч-дек. Теоретичні засади підготовки презентацій. Правила успішного пітчінгу. Розбір прикладів наповнення слайдів та структури презентації різних відомих стартапів. Основні принципи презентації стартапу.

Основи та техніки публічних виступів. Тренінг з пітчінгу. Хмарні технології які використовують під час презентації стартапів. Особливості роботи та використання PowerPoint під час підготовки презентації стартапу. Процес підготовки презентацій. Використання новітніх технологій під час підготовки презентації стартапу.

## Структура навчальної дисципліни

Результати навчання	Навчальна діяльність	Розрахований робочий час
1	2	3
<p><b>Знати:</b> Визначення та характеристики стартапу. Різновиди стартапів (технологічні, соціальні, тощо). Життєвий цикл стартапу (від ідеї до виходу).</p> <p><b>Вміти:</b> Використовувати методів генерування та оцінки бізнес-ідей. Визначення проблем та пошук інноваційних рішень.</p>	<p><b>Тема 1. Стартап екосистема</b> <b>Лекція № 1</b> <b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Особливості інноваційного підприємництва</li> <li>Визначення стартапу.</li> <li>Роль стартапів у світовій економіці.</li> <li>Зв'язок науки та інновацій.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 4, 6, 9, 11. Додаткові: 12, 15, 18, 21, 22, 25. Інтернет-ресурси: 29, 30, 31.</p>	2
	<p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Есе про історію розвитку обраного стартапу з зазначенням взаємодії цього стартапу з різними елементами екосистеми;</li> </ol>	8
	<p><b>Практичне заняття № 1</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Складові стартап екосистеми.</li> <li>Стадії розвитку стартапу.</li> <li>Огляд стартап екосистеми України.</li> </ol>	2
<p><b>Знати:</b> визначення та характеристики команди. Типи команд (робочі, проектні, творчі, тощо).</p>	<p><b>Тема 2. Основні принципи формування команди</b> <b>Лекція №2</b> <b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Принципи формування команди.</li> <li>Візія, місія, цінності.</li> <li>Ролі в команді.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні 2, 6, 8, 10. Додаткові: 13, 14, 15, 22, 25. Інтернет-ресурси: 29, 31.</p>	2
<p><b>Вміти:</b> Визначати цілі та завдань команди. Здійснювати підбір членів команди з урахуванням їх компетенцій та особистих якостей.</p>	<p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>В робочому зошиті заповнити сторінку зі складом команди та ролями.</li> <li>Провести брейншторм в команді з визначення візії і цінностей.</li> <li>Провести тестування в команді на «бізнес хімію», тест на визначення рівня інноваційності мислення</li> </ol>	10

1	2	3
<p><b>Знати:</b> Визначення та принципи дизайн мислення. Відмінність дизайн мислення від інших методів вирішення проблем. Етапи дизайн мислення (емпатія, визначення, генерація, прототипування, тестування).</p> <p><b>Вміти:</b> Застосовувати методи дизайн мислення Використовувати емпатію для розуміння потреб користувачів.</p>	<p><b>Тема 3. Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія</b> <b>Лекція №3</b> <b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проблема як джерело ідей для стартапів.</li> <li>2. Розгляд вдалих і невдалих ідей стартапів з точки зору проблеми. Стейкхолдери стартапу.</li> <li>3. Методологія How Might We.</li> <li>4. Огляд інструментів для аналізу проблем. Дизайн мислення.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 2, 5, 8, 9, 11. Додаткові: 12, 13, 15, 18, 21, 24. Інтернет-ресурси: 29, 31.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. В команді скласти карту емпатії, працювати з інструментами POV, HMW.</li> <li>2. В робочому зошиті заповнити сторінку з аналізом проблеми.</li> <li>3. Провести емпатію та підтвердити проблему.</li> </ol> <p><b>Практичне заняття № 2</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дизайн мислення. проблеми потенційних клієнтів і користувачів.</li> <li>2. Види мислення. Стадія емпатії.</li> <li>3. Методи побудови емпатії. Карта емпатії</li> </ol>	<p>2</p> <p>8</p> <p>2</p>
<p><b>Знати:</b> Принципи використання аналізу конкурентів та трендів. Джерела натхнення та креативності</p> <p><b>Вміти:</b> Проводити аналіз інформації про користувачів, ринок та конкурентів. Використовувати методи дослідження (інтерв'ю, опитування, тестування). Формулювати чіткі та лаконічні дослідницьких питань.</p>	<p><b>Тема 4. Дизайн мислення, пошук і вибір ідеї</b> <b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Провести попереднє дослідження і валідувати ідею. В робочому зошиті заповнити сторінку з описом ідей. На цьому етапі одна команда може генерувати багато ідей для стартапу.</li> </ol> <p><b>Практичне заняття №3</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інструменти пошуку ідей. Розбір кейсів.</li> <li>2. Голосування, кластеризація, SWOT аналіз</li> <li>3. Брейнстормінг, майндмеппінг, скетчінг.</li> </ol>	<p>8</p> <p>2</p>

1	2	3
<p><b>Знати:</b> Критерії оцінки ідей (життєздатність, новизна, цінність). Методи прийняття рішень (матриця пріоритетів, метод 5W). Ризики та виклики при виборі ідеї.</p> <p><b>Вміти:</b> Аналізувати інформацію та приймати обґрунтовані рішення. Виявлення та оцінка ризиків.</p>	<p><b>Тема 5. Валідація ідеї стартапу</b> <b>Лекція № 4</b> <b>План лекції</b> 1. Поняття «валідації».Валідація ідеї стартапу. 2. Процес валідації ідеї стартапу. Перевірка ідеї. 3. Етапи перевірки ідеї стартапу. Визначення цілей стартапу. 4. Побудова гіпотез валідації ідеї стартапу. <b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 10, 11. Додаткові: 12, 24, 25, 26, 28. Інтернет-ресурси: 29, 30, 32.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b> 1. Опишіть, які гіпотези щодо вашого стартапу ви хочете валідувати, заповніть відповідну таблицю (воркшип № 8). 2. Напишіть есе (до 1800 знаків) про те, на якому етапі знаходиться зараз ваша команда і як вам потрібно вирішувати існуючі проблеми.</p> <p><b>Практичне заняття № 4</b> 1. Створення проєкту на краудфандинговій платформі. 2. Гіпотези на PostIt у кожному з блоків валідації ідеї стартапу. 3. Модель ідеї стартапу.</p>	<p>2</p> <p>8</p> <p>2</p>
<p><b>Знати:</b> Важливість правильної бізнес-моделі, що є ключовою складовою успіху підприємства і як вона допомагає вирішувати проблеми та досягати цілей.</p> <p><b>Вміти:</b> Критично оцінювати існуючі бізнес-моделі та пропонувати вдосконалення.</p>	<p><b>Тема 6. Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення.</b> <b>Лекція № 5</b> <b>План лекції</b> 1. Огляд складових Lean Canvas. 2. Канва бізнес-моделі. Проблеми бізнес-моделі. 3. Переваги та недоліки побудови канви бізнес-моделі за допомогою Lean Canvas. <b>Рекомендовані джерела:</b> Основні 1, 2, 5, 6, 8, 10, 11. Додаткові:12, 14, 16, 18, 20, 22, 25. Інтернет-ресурси: 29, 31, 32.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b> 1. Проаналізуйте, які альтернативи існують щодо вирішення вашої проблеми. Які у них є переваги і недоліки? 2. Підготуйте презентацію на тему: «Приклад бізнес моделі відомого стартапу» (на прикладі конкретного спартапу)</p> <p><b>Практичне заняття № 5</b> 1. Приклади бізнес-моделей відомих стартапів. Канва Lean бізнес моделі. 2. Песпективи розвитку стартапу. 3. Етапи розвитку стартапу.</p>	<p>2</p> <p>8</p> <p>2</p>

1	2	3
<p><b>Знати:</b> Значення портрету клієнта. Методи створення портрету клієнта</p> <p><b>Вміти:</b> Проводити аналіз потреб клієнта: Проводити Сегментаці. аудиторії:</p>	<p><b>Тема 7. Канва бізнес-моделі. Портрет клієнта</b> <b>Лекція № 6</b> <b>План лекції</b> 1. Визначення терміну customer development. Сегментація клієнтів. 2. Клієнт vs Користувач. B2B, B2C, B2G. 3. Створення портрету клієнтів. Канва ціннісної пропозиції. 4. Канва бізнес-моделі</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 6, 7, 8, 10, 11. Додаткові: 12, 13, 15, 18, 20, 22, 24, 25, 28. Інтернет-ресурси: 29, 31.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b> 1. Проведіть дослідження цільового ринку та сегментація клієнтів. Опис портретів клієнтів стартапу. Створення канви ціннісної пропозиції стартапу.</p> <p><b>Практичне заняття № 6</b> 1. Поняття цільової аудиторії. Поняття клієнт, користувач, customer, personall, сегментація цільової аудиторії. 2. Модель ціннісної пропозиції і чим вона корисна. 3. Види опису бізнес-моделей. 4. Огляд складових канви бізнес-моделі</p>	<p>2</p> <p>8</p> <p>2</p>
<p><b>Знати:</b> Різні методи збору та аналізу інформації про цільову аудиторію, таких як опитування, спостереження, інтерв'ю, фокус-групи тощо.</p> <p><b>Вміти:</b> Аналізувати отримані дані та робити висновки для подальшого вдосконалення бізнес-моделі.</p>	<p><b>Тема 8. Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку. Валідація ключових гіпотез.</b> <b>Лекція № 7</b> <b>План лекції</b> 1. Цикл customer development. Гіпотези. 2. Валідація гіпотез. Інструменти для проведення дослідження клієнтів - опитувальники, інтерв'ю, фокус групи. 3. Дослідження трендів та статистичних даних. 4. Платформи Kickstarter, Product Hunt.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 5, 6, 8, 10, 11. Додаткові: 12, 14, 15, 16, 20, 22. Інтернет-ресурси: 29, 31, 32.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b> 1. Опишіть, які гіпотези щодо вашого стартапу ви хочете валідувати 2. Опишіть, які інсайти щодо кожної з гіпотез ви отримали після проведення інтерв'ю.</p> <p><b>Практичне заняття № 7</b> 1. Процес дослідження клієнтів. Етапи дослідження ринку. 2. Попереднє дослідження ринку. 3. Приклади гіпотез валідації бізнес-моделі. Тренди ринку</p>	<p>2</p> <p>8</p> <p>2</p>

1	2	3
<p><b>Знати:</b> Методи визначення цільової аудиторії та адаптувати презентацію до її потреб та очікувань.</p> <p><b>Вміти:</b> Створювати презентаційні слайди з чіткою структурою, лаконічними текстами та наочними зображеннями.</p>	<p><b>Тема 9. Презентації ідей стартапів.</b> <b>Лекція № 8</b> <b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Правила презентації бізнес моделі. Валідувати ідеї команд та результати кастдеву.</li> <li>2. Опис ідеї - короткий опис ідеї.</li> <li>3. Проблема яку вирішує стартап для кого вирішується проблема – цільова аудиторія.</li> <li>4. Аналіз альтернативних рішень.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 5, 6, 8, 10, 11. Додаткові: 12, 14, 15, 16, 20, 22. Інтернет-ресурси: 29, 31, 32.</p>	2
	<p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b> Підготувати презентацію бізнес-ідеї за наступною структурою:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- опис ідеї - короткий опис ідеї на 3-4 речення;</li> <li>- яку проблему вирішує стартап;</li> <li>- для кого вирішується проблема – ЦА;</li> <li>- аналіз альтернативних рішень;</li> <li>- як команда бачить варіанти монетизації;</li> <li>- команда та яких компетенцій не вистачає</li> </ul>	8
	<p><b>Практичне заняття № 8</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Хмарні технології. Хмарні технології в системі презентації стартапів.</li> <li>2. Інноваційний проєкт як результат створення соціальної інновації.</li> <li>3. Методи презентації стартапів.</li> <li>4. Грантові програми для презентації соціальних інноваційних стартапів</li> </ol>	2
<p><b>Знати:</b> Принципи та концепції, що лежать в основі ефективної роботи команди</p> <p><b>Вміти:</b> Планувати та організувати роботу команди для досягнення поставлених цілей.</p>	<p><b>Тема 10. Динаміка команди</b> <b>Лекція № 9</b> <b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Динаміка команди. Етапи розвитку команди.</li> <li>2. Стадії роботи команди. Основні виклики при роботі команд на кожній стадії .</li> <li>3. Методи роботи з командою на різних етапах, мотивація.</li> <li>4. Як на кожній стадії уникати конфліктів і непорозумінь, бути максимально ефективними і не втрачати мотивацію.</li> <li>5. Проєктний менеджмент</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 5, 6, 8, 10, 11. Додаткові: 12, 14, 15, 16, 20, 22. Інтернет-ресурси: 29, 31, 32.</p>	2
	<p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Провести гру з імітації різних стадій динаміки команди.</li> <li>2. Обрати 1 таск-менеджер для команди (Trello, Asana, Jira) і протестувати постановку задач та менеджмент.</li> </ol>	8

1	2	3
	<p><b>Практичне заняття № 9</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інструменти менеджменту команд.</li> <li>2. Таск-менеджери (Trello, Jira, Asana, ClickUP і тп). Ділові месенджери (Slack )</li> <li>3. Стадії які проходить команда під час роботи над стартапом (за Брюсом Такманом).</li> </ol> <p>Позитивні і негативні аспекти роботи в команді</p>	2
<p><b>Знати:</b> Концепції MVP Процес проведення тестування MVP серед цільової аудиторії та збір відгуків для подальшого вдосконалення продукту.</p> <p><b>Вміти:</b> Планувати стратегію масштабування продукту на основі результатів MVP.</p>	<p><b>Тема 11. Мінімально життєздатний продукт (MVP)</b></p> <p><b>Лекція № 10</b></p> <p><b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття «мінімально життєздатний продукт».</li> <li>2. Стадії розвитку продукту. Інструменти для розробки першого прототипу. Що таке MVP та основні його задачі.</li> <li>3. Основні принципи створення прототипу / MVP.</li> <li>4. План створення MVP. Інструменти та стадії створення MVP.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 5, 6, 8, 10, 11. Додаткові: 12, 14, 15, 16, 20, 22. Інтернет-ресурси: 29, 31, 32.</p>	2
	<p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b> Проаналізувати ще раз проблему потенційного користувача; зрозуміти, які функції має виконувати перший продукт; взяти до уваги всі відвалідовані гіпотези та фідбеки; провести брейнстормінг щодо можливих варіантів прототипу; визначити, які інструменти та ресурси необхідні на створення прототипу; спланувати процес створення MVP з відповідальними, дедлайнами, задачами.</p>	8
	<p><b>Практичне заняття № 10</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Послідовність процесів під час створення MVP</li> <li>2. Функції мінімально життєздатного продукту.</li> <li>3. Процес створення мінімально життєздатного продукту.</li> <li>4. Який продукт вважається мінімально життєздатним</li> </ol>	2
<p><b>Знати:</b> Методи проведення аналізу конкурентів, включаючи ідентифікацію конкурентів, їх сильні та слабкі сторони, стратегії та тактики.</p>	<p><b>Тема 12. Оцінка ринку. Аналіз конкурентів</b></p> <p><b>Лекція № 11</b></p> <p><b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Потенціал масштабування стартапу. Методи розрахунку об'єму ринку.</li> <li>2. Важливість конкурентного аналізу.</li> <li>3. Процес оцінки ринку. Процес аналізу</li> </ol>	2

1	2	3
<p><b>Вміти:</b> Визначати та реалізовувати стратегію позиціонування продукту на ринку відносно конкурентів.</p>	<p>діяльності конкурентів та його складові. 4. Поняття об'єму ринку. Методи оцінки ринку. Аналіз росту ринку. TAM, SAM, SOM. <b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 5, 6, 8, 10, 11. Додаткові: 12, 14, 15, 16, 20, 22. Інтернет ресурси: 29, 31, 32.</p>	
	<p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b> 1. Провести кейс стаді та розібрати приклад Elomía. Обговорити в командах. 2. Дослідити процес оцінки ринку. Процес аналізу діяльності конкурентів та його складові.</p>	8
	<p><b>Практичне заняття № 11</b> 1. Метод грошовий і метод носіїв проблеми .Що таке конкурентний аналіз і навіщо він потрібен? 2. Фактори аналізу конкурентів - продукт/послуга, ціна, ключові відмінності, канали комунікації з клієнтами, меседжи, цільова аудиторія, локація. 3. Нечесні конкурентні переваги (unfair advantages). 4. Перелік конкурентних переваг.</p>	2
<p><b>Знати:</b> Процес формулювання унікальної пропозиції продукту або послуги, яка виділяє їх на ринку.</p> <p><b>Вміти:</b> Створювати та просувати бренд стартапу, роблячи його впізнаваним та привабливим для цільової аудиторії.</p>	<p><b>Тема 13. Маркетинг для стартапів</b> <b>Лекція № 12</b> <b>План лекції</b> 1. Сучасні підходи до маркетингу. 2. Правила обирання каналів комунікації з цільовою аудиторією. 3. Маркетингова стратегія для стартапу. Основи цифрового маркетингу. 4. SMM та інструменти онлайн просування. <b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 5, 6, 8, 10, 11. Додаткові: 12, 14, 15, 16, 20, 22. Інтернет ресурси: 29, 31, 32.</p>	2
	<p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b> 1. Проаналізувати маркетингові стратегії головних конкурентів. Знайти соцмережі або сайти 10 конкурентів, визначити їх стиль комунікації, використання прийомів (знижки, розіграші), зручність сайтів, основні меседжі і переваги.</p>	10
	<p><b>Практичне заняття № 12</b> 1. Реклама, робота з лідерами думок. Особливості різних видів метрики. 2. 7P - основні положення в маркетинговій стратегії продукту чи послуги. 3. Формування ціни - 3C. Сучасний комплекс маркетингу. 4. Маркетинг для стартапів. Поняття «метрика» її складові.</p>	2



1	2	3
<p><b>Знати:</b> Види інвестицій, включаючи акції, облігації, нерухомість, власний капітал стартапу тощо.</p> <p><b>Вміти:</b> Складати фінансові плани для стартапів, включаючи прогнозування витрат, доходів та потреби в капіталі.</p>	<p><b>Тема 14. Основи про інвестиції, фінанси та юридичні особливості стартапів.</b> <b>Лекція № 13</b> <b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття про інвестиції та умови залучення фінансування в стартапи.</li> <li>2. Юридичні аспекти які можуть виникати при розвитку стартапа і в процесі пошуку інвесторів.</li> <li>3. Огляд венчурного ринку</li> <li>4. Типи інвесторів та інвестицій. Етапи та раунди інвестицій.</li> </ol> <p><b>5. Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 5, 6, 8, 10, 11. Додаткові: 12, 14, 15, 16, 20, 22. Інтернет-ресурси: 29, 31, 32.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підготувати інформаційну доповідь про найвідоміші інвестиційні компанії, найвідоміші інвестиції в українські стартапи: Grammarly, PetCube і т.д.</li> <li>2. Визначити потенційних інвесторів для вашого стартапу.</li> </ol> <p><b>Практичне заняття № 13</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Фінанси в стартапі. Юридичні аспекти інвестицій.</li> <li>2. Умови, розподіл часток, договори, опціони.</li> <li>3. Аналіз кейсів різних інвестиційних угод. Процес фінансування стартапів.</li> <li>4. Юридичні інструменти для укладання інвестиційних угод.</li> <li>5. Юридичні аспекти взаємовідносин в середині команди.</li> </ol>	<p>2</p> <p>8</p> <p>2</p>
<p><b>Знати:</b> Основні розділи та елементи, які повинні бути включені в пітч-дек: проблема, рішення, ринок, конкуренція, модель бізнесу, команда, потреба в інвестиціях, прогрес тощо.</p> <p><b>Вміти:</b> Виділити ключові моменти своєї ідеї та презентувати їх у компактній та переконливій формі.</p>	<p><b>Тема 15. Презентація стартапу. Пітч-дек</b> <b>Лекція № 14</b> <b>План лекції</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття про пітч-дек. Теоретичні засади підготовки презентацій.</li> <li>2. Правила успішного пітчінгу. Розбір прикладів наповнення слайдів та структури презентації різних відомих стартапів.</li> <li>3. Основні принципи презентації стартапу.</li> <li>4. Основи та техніки публічних виступів.</li> </ol> <p><b>Рекомендовані джерела:</b> Основні: 1, 5, 6, 8, 10, 11. Додаткові: 12, 14, 15, 16, 20, 22. Інтернет-ресурси: 29, 31, 32.</p>	<p>2</p>

	<p><b>Самостійна робота здобувачів вищої освіти:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підготувати інформаційну доповідь про найвідоміші інвестиційні компанії, найвідоміші інвестиції в українські стартапи: Grammarly, PetCube і т.д.</li> <li>2. Визначити потенційних інвесторів для вашого стартапу.</li> </ol>	8
	<p><b>Практичне заняття № 14</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Тренінг з пітчінгу. Хмарні технології які використовують під час презентації стартапів.</li> <li>2. Особливості роботи та використання PowerPoint під час підготовки презентації стартапу.</li> <li>3. Процес підготовки презентацій.</li> <li>4. Використання новітніх технологій під час підготовки презентації.</li> </ol>	2
	<b>Всього</b>	<b>180 / 6</b>

### III. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

#### Основні

1. Britchenko, I., Kraus, N., Kraus, K. University innovative hubs as points of growth of industrial parks of Ukraine. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики*. 2019. № 4 (31). С. 448-456.
2. Horiashchenko, Y., Onyshchenko, U., & Malykhina, K. Фінансування малого інноваційного підприємництва в сучасних умовах розвитку. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2022. № 4 (81). С. 74-86.
3. Антонюк Д.А., Бухаріна Л.М., Онищенко О.А., Шишкін В.О. Підприємництво в сучасних умовах розвитку України : науково-практичний посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2018. 428 с.
4. Афанасьєв К. М. Зубко Т. Л. *Бізнес-планування: опорний конспект лекцій*. Київ : КНТЕУ, 2018. 81 с.
5. Баб'ячок Р.І., Кульчицький І.І. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні - проблеми, перешкоди і можливості. К. ГО «Агенція Європейських Інновацій». 2018. 28 с.
6. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проектів: практикум. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 116 с.
7. Грицюк Н.О. Івашко О.А. Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами: методичні вказівки до практичних занять. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки. 2020. 46 с.
8. Заблоцький Б.Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: навч. посібник. Львів: «Новий світ - 2000», 2020. 427 с.
9. Котлубай В. О., Отливанська Г. А. Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами. Economic evaluation of innovative solution: практикум. Одеса, 2021. 131 с.
10. Михайленко О.В., Лобас А.А. *Характеристика особливостей складання бізнес-планів. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*. 2018. Т. 29 (68). № 3. С. 74-77.
11. Приходько Д. О. Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами: конспект лекцій. Харків : ХНАДУ, 2021. 58 с.

#### Додаткові

12. Orlov V., Otylvanska G., Haitan A The Relevant Trends of Crowdfunding and Practical Aspects Of Its Development In Ukraine. *Галицький економічний вісник*. 2019. № 6 (61). С 14-21.
13. Otylvanska G. A. IPO: an emerging trend for Ukrainian telecommunications providers. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 2. С. 11-17.
14. The Business plan shop. TAM SAM SOM - what it means and why it matters. URL: <https://www.thebusinessplanshop.com>.

15. Бізнес-планування та управління проектами : навч. посіб. 2-ге вид., допов. та онов. / П. Г. Ільчук та ін. Львів : Новий Світ-2000, 2023. 242 с.
16. Бурлуцький, А. Споживач майбутнього – який він і як задовольнити його потреби? *Digital Evolution Forum*. 2018. URL: <https://deforum.com.ua/#2018>.
17. Гавриш О.А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проектів: Конспект лекцій : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с. –
18. Гус В.М. Економіка і організація інноваційної діяльності: конспект лекцій. Рівне : НУВГП, 2018. 125 с.
19. Должанський І. З., Загорна Т. О. Бізнес-план: технологія розробки : навч. посіб. 2-ге вид. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 384 с.
20. Економічне планування операційної діяльності підприємства : монографія / І. Б. Скворцов та ін. Львів, Магнолія 2006, 2023. 550 с.
21. Жигалкевич Ж. Бізнес-планування: навчальний посібник до виконання розрахункової роботи. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 36 с.
22. Заблоцький Б.Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: навч. посіб. Львів : «Новий світ - 2000», 2020. 427 с.
23. Конкурентний аналіз: URL: <http://5-sil-portera-primer-analiza>.
24. Конкурентні переваги. URL: <http://ask.leanstack.com/en/articles>.
25. Кушнір Р. Бізнес. Покрокова інструкція створення системного, ефективного і прописаного бізнесу в Україні. Київ : Коло, 2019. 432 с.
26. Македон С.В. Бізнес-план : навч. посіб. Київ, 2019. 233 с.
27. Поліщук В.В. Стартап проекти та їх оцінювання : конспект лекцій. Ужгород, 2018. 74 с.
28. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз : навч. посіб. Київ : Каравела, 2022. 280 с.

### Інтернет-ресурси

29. Bruce W. Tuckman, Mary Ann C. Jensen. Stages of Small-Group Development Revisited. URL: <https://webpace.science.uu.nl/~daeme101/Stages%20of%20SmGroup%20Development%20Revisted.pdf>
30. Business model canvas. URL: <https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas/>
31. Crossing The Chasm - Disruptive Innovation - Technology Adoption Life Cycle. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y-97AXOPzJo>.
32. Geoffrey Moore Shares His Advice from 'Crossing the Chasm' and 'Zone to Win' at Lean Product Meetup. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=Giyqalua\\_S8](https://www.youtube.com/watch?v=Giyqalua_S8).