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
Рішення вченої ради
09.09.2024
протокол № 09, п. 8

ВВЕДЕНО В ДІЮ
Наказ № 149 від 09.09.2024

ІННОВАЦІЙНІ ПРОЄКТИ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ ТА ТОРГІВЛІ /

INNOVATIVE PROJECTS IN ENTREPRENEURSHIP AND RTADE

РОБОЧА ПРОГРАМА

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

Вінниця 2024

Розробник: Хачатрян Валентина Валентинівна, доктор економічних наук, професор

Гарант освітньої програми «Підприємництво та торгівля» – Шарко Віталій, доктор економічних наук, професор кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва.

Обговорено та схвалено:
на засіданні кафедри економіки та міжнародних відносин від 19.08.2024 протокол № 09;
на засіданні вченої ради факультету економіки , менеджменту та права від 06.09.2024, протокол № 07.

Рецензенти:
Стратійчук Вікторія, доктор філософії зі спеціальності «Економіка»,
Прокопчук Володимир, директор ПрАТ «Зернопродукт МПХ»

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

Підп. до друку 13.09.2024. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,62.
Обл.-вид. арк. 1,32. Тираж 2. Зам. № 11.

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

І. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Метою ОК є формування у здобувачів вмінь і якостей, необхідних для професійної роботи щодо розуміння основних методів, принципів та інструментів управління інноваційними підприємствами та проєктами, етапів, методик створення та реалізації стартап проєктів. 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.

Завданнями здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «магістр» при вивченн ОК є:

Завдання освтньої компонента полягають у формуванні необхідних компетентностей у фахівців всіх спеціальностей. Самостійна робота здобувачів вищої освіти є основною формою оволодіння дисципліною «Інноваційні проєкти в підприємництві та торгівлі» 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 підприємництві та торгівлі» сприяє глибокому засвоєнню як теоретичного, так і практичного матеріалу

Результатом вивчення ОК «Інноваційні проєкти в підприємництві та торгівлі» для освітньої програми «Підприємництво та торгівля» є формування комплексу компетентностей:

Результатом вивчення Результатом вивчення освітнього компонента «Інноваційні проєкти в підприємництві та торгівлі» для освітньої програми «Підприємництво та торгівля » є формування у майбутніх фахівців комплексу компетентностей:

- ***інтегральна компетентність:***

- Здатність розв’язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та / або здійснення інновацій за невизначених 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).
- ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих

обов’язків.

- ЗК 6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

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 проєктів в підприємницькій та торговельній діяльності.

Програмні результати навчання з ОК «Інноваційні проєкти в підприємництві та торгівлі»:

1. Адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.
2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва і торгівлі та розробляти заходи щодо їх вирішення.
3. Розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети.
4. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.
5. Професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі.
6. 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 і 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. Вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких і торговельних структур за умов невизначеності та ризиків.
11. Впроваджувати інноваційні проєкти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких і торговельних структур.

Критерії оцінювання результатів навчання

Критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання освітнього компоненту. Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Критерії оцінювання результатів навчання

Рівні компетентності	**За шкалою ДТЕУ**	**Критерії оцінювання**
1	2	3
Високий (дослідницький)	90-100	Має обґрунтовані та всебічні знання з освітнього компонента, вміє узагальнювати та систематизувати набуті знання; самостійно знаходить джерела інформації та 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 обгрунтуванням, 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 НПП виконує елементарні завдання.
	1-34	Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів.

Для очної (денна, вечірня) форми навчання поточна робота оцінюється в 100 балів, підсумковий контроль (екзамен) оцінюється в 100 балів.

До екзамену допускаються всі здобувачі вищої освіти, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів.

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.

Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для

здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу від 17.06.2024 № 08.

Згідно з цим же Положенням, здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового контролю, має право в день оголошення результатів звернутися з заявою на ім'я директора з проханням переглянути оцінку.

Обсяг дисципліни в кредитах та його розподіл

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	Усього годин / кредитів	з них				
		лекції	практичні заняття	самостійна робота здобувачів вищої освіти		
Тема 1. Стартап екосистема. Основні принципи формування команди. Динаміка команди.	20	2	4	14	В, РПЗ, УД	10
Тема 2. Дизайн мислення, визначення проблеми потенційних клієнтів і користувачів, емпатія , пошук і вибір ідеї. Валідація ідеї стартапу.	19	2	4	13	К,.РМГ, Д	10
Тема 3. Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення. Канва бізнес моделі. Портрет клієнта	20	2	4	14	РПЗ, УД, Т	10
Тема 4. Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку. Валідація ключових гіпотез	20	2	4	14	Д,П, КТ	10
Тема 5. Презентації ідей стартапів.	20	2	4	14	В, РПЗ, УД	10
Тема 6. Мінімально життєздатний продукт (MVP). Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Маркетинг для стартапів.	19	2	4	13	РЗ,Т,РПЗ	10
Тема 7. Основи про інвестиції, фінанси та юридичні особливості стартапів.	20	2	4	14	В, РПЗ, УД	10
Тема 8. Презентація стартапу. Пітч-дек.	20	2	4	14	Д,П, КТ	10
Індивідуальне завдання	22			22		20
	180	16	32	132		100
Підсумковий контроль	**екзамен**					

Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:

В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал.

РПЗ – розв’язання практичних завдань – 2 бали.

УД – участь у дискусії – 2 бали.

КТ – комп’ютерне тестування – 1 бал.

Т – тестування – 1 бал.

РЗ – розв’язування задач – 2 бали.

К – кейс-стаді – 2 бали.

РМГ – робота в малих групах – 1 бал.

Д – доповідь – 2 бали.

П – презентація – 2 бали.

ІЗ – індивідуальні завдання – 20 балів (курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 10 балів; участь у наукових заходах – 10 балів).

Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.

ІІ. ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Зміст освітнього компоненту (теми програми).

Тема 1. Стартап екосистема. Основні принципи формування команди. Динаміка команди

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 проєктами. Масштабованість стартапу. Етапи розвитку стартапу. Принципи формування команди. Візія, місія, цінності. Ролі в команді. Команда проєкту: визначення та сутність. Основні принципи та організаційні аспекти формування ефективної команди. Життєві стадії команди проєкту. Базові принципи формування ефективної команди. Основні підходи до формування команди. Формування команди в організаційному плануванні проєкту. Робота з інформацією, як перший етап формування команди проєкту. Вимоги до професійної діяльності членів команди. Вибір засобів управління командою проєкту. Розвиток команди. Формування системи заохочень та управління конфліктами в проєкті. 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 і тп). Ділові месенджери (Slack) .Стадії які проходить команда під час роботи над стартапом (за Брюсом Такманом). Позитивні і негативні аспекти роботи в команді.

Тема 2. Дизайн мислення, визначення проблеми потенційних клієнтів і користувачів, емпатія. Дизайн мислення, пошук і вибір ідеї. Валідація ідеї стартапу

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. Понятя «емпатія». Дизайн мислення. проблеми потенційних клієнтів і користувачів. Види мислення. Стадія емпатії. Методи побудови емпатії. Карта емпатії Поняття «валідації».Валідація ідеї стартапу. Процес валідації ідеї стартапу. Перевірка ідеї. Етапи перевірки ідеї стартапу. Визначення цілей стартапу. Побудова гіпотез валідації ідеї стартапу. Створення проєкту на краудфандинговій платформі. Гіпотези на PostIt у кожному з блоків валідації ідеї стартапу. Модель ідеї стартпу Інструменти пошуку ідей. Розбір кейсів. Голосування, кластеризація, SWOT аналіз. Фреймворки для дизайн-мислення. Понятя «дизайн мислення» Стенфордська модель. Брейнстормінг, майндмеппінг, скетчінг. Стадія генерування ідеї. Методи та інструменти. Відбір ідей. Рейнстормінг та як з ним працювати. Правила брейнстормінгу. Мета етапу

генерування ідей. Тапи пошуку ідей.

Тема 3. Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення/Канва бізнес моделі. Портрет клієнта, ціннісна пропозиція

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. Песпективи розвитку стартапу. Етапи розвитку стартапу. 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, personall, сегментація цільової аудиторії. Модель ціннісної пропозиції і чим вона корисна.

Тема 4. 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 5. 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 6. Мінімально життєздатний продукт (MVP) Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Маркетинг для стартапів

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. 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. 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 продукта чи послуги. Формування ціни - 3C. Сучасний комплекс маркетингу. Маркетинг для стартапів. Поняття «метрика» її складові

Тема 7. 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 аспект взаємовідносин в середині команди.

Тема 8. Презентація стартапу. Пітч-дек

Поняття про пітч-дек. Теоретичні засади підготовки презентацій. Правила успішного пітчингу. Розбір прикладів наповнення слайдів та структури презентації різних відомих стартапів. Основні принципи презентації стартапу. Основи та техніки публічних виступів. Тренінг з пітчингу. 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 освітнього компоненту

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час здобувача, год.
Аналізувати структуру стартап екосистеми та чинники впливу на її розвиток. **Пояснювати основні принципи формування ефективної команди стартапу.** **Розуміти етапи розвитку команди та динаміку ролей у ній.** **Характеризувати ключові елементи взаємодії команди у стартап-середовищі.**	**Тема №1 Тема 1. Стартап екосистема.Основні принципи формування команди. Динаміка команди.** **Лекція № 1** План лекції 1. Особливості інноваційного підприємництва 2. Стадії розвитку стартапу.Огляд стартап екосистеми України Принципи формування команди. 3. Динаміка команди. Етапи розвитку команди. Стадії роботи команди. Основні виклики при роботі команд на кожній стадії . 4. Методи роботи з командою на різних етапах, мотивація. **Рекомендовані джерела:** Основні: 1,2,5,7 Додаткові: 10,12,16-18 Інтернет-джерела: 22,25	2
	Самостійна робота здобувачів вищої освіти . 1. Есе про історію розвитку обраного стартапу з зазначенням взаємодії цього стартапу з різними елементами екосистеми; 2. Провести кейс стаді та розібрати приклад Elomia. Обговорити в командах. 3. Дослідити процес оцінки ринку. Процес аналізу діяльності конкурентів та його складові.	14
	Практичне заняття № 1 1. Визначення стартапу. Роль стартапів у світовій економіці. 2. Зв'язок науки та інновацій.Складові стартап екосистеми. 3. Візія, місія, цінності. Ролі в команді	2
	Практичне заняття № 2 1. Як на кожній стадії уникат конфліктів і непорозумінь, бути максимально ефективними і не втрачати мотивацію. 2. Проєктний менеджмент.Інструменти менеджменту команд. 3. Таск-менеджери (Trello, Jira, Asana, ClickUP і тп). Ділові месенджери (Slack) 4. Стадії які проходить команда під час роботи над стартапом (за Брюсом Такманом). 5. Позитивні і негативні аспекти роботи в команді	2

Аналізувати потреби користувачів та шляхи пошуку релевантних ідей. **Пояснювати етапи дизайн-мислення і роль емпатії у створенні рішень.** **Розуміти значення визначення проблеми як основи для стартап-ідеї.** **Характеризувати методи генерації та валідації ідей.** **Усвідомлювати важливість користувацько-орієнтованого підходу у розробці стартапів**	**Тема № 2.Дизайн мислення, визначення проблеми потенційних клієнтів і користувачів, емпатія. Дизайн мислення, пошук і вибір ідеї. Валідація ідеї стартапу** **Лекція № 2** План лекції 1. Проблема як джерело ідей для стартапів. 2. Дизайн мислення. проблеми потенційних клієнтів і користувачів. Види мислення. Стадія емпатії. 3. Створення проєкту на краудфандинговій платформі. 4. Гіпотези на PostIt у кожному з блоків валідації ідеї стартапу. Модель ідеї стартпу **Рекомендовані джерела:** Основні: 2,3,4,6,8. Додаткові: 11,12-15,19. Інтернет-джерела: 22,25,29	2
	Самостійна робота здобувачів вищої освіти 1. В команді скласти карту емпатії, працювати з інструментами POV, HMW. 2. 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 3. Опишіть, які гіпотези щодо вашого стартапу ви хочете валідувати, заповініть відповідну таблицю (воркшип №8).	13
	Практичне заняття № 3 1. Розгляд вдалих і невдалих ідей стартапів з точки зору проблеми. Стейкхолдери стартапу 2. Методологія How Might We. Огляд інструментів для аналізу проблем. Дизайн мислення. 3. Методи побудови емпатії. Карта емпатії 4. Інструменти пошуку ідей. Розбір кейсів. 5. Голосування, кластеризація, SWOT аналіз	2
	Практичне заняття № 4 1. Брейнстормінг, майндмеппінг, скетчінг. 2. Поняття «валідації».Валідація ідеї стартапу. 3. Процес валідації ідеї стартапу. Перевірка ідеї. 4. Етапи перевірки ідеї стартапу. Визначення цілей стартапу. 5. Побудова гіпотез валідації ідеї стартапу	2
Аналізувати структуру бізнес-моделі за канвою та її елементи. **Пояснювати логіку побудови ціннісної пропозиції для клієнта.**	**Тема № 3. Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення/Канва бізнес моделі. Портрет клієнта, ціннісна пропозиція** **Лекція № 3** План лекції 1. Огляд складових Lean Canvas. 2. Песпективи розвитку стартапу. Етапи розвитку стартапу. 3. Визначення терміну customer development.	2

Розуміти взаємозв'язок між проблемою, рішенням і бізнес-моделлю. **Характеризувати типові портрети клієнтів і їхню поведінку**	Сегментація клієнтів. 4. Модель ціннісної пропозиції і чим вона корисна. Види опису бізнес моделей. **Рекомендовані джерела:** Основні: 1,3,6-8. Додаткові: 9-12,18,20. Інтернет-джерела: 24-28.	
	Самостійна робота здобувачів вищої освіти. 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) 3. Проведіть дослідження цільового ринку та сегментація клієнтів. Опис портретів клієнтів стартапу. Створення канви ціннісної пропозиції стартапу.	14
	Практичне заняття № 5 1. Канва бізнес моделі. Проблеми бізнес моделі. 2. Переваги та недоліки побудови канви бізнес моделі за допомогою Lean Canvas 3. Приклади бізнес-моделей відомих стартапів. Канва Lean бізнес моделі.	2
	Практичне заняття № 6 1. Клієнт vs Користувач. B2B, B2C, B2G. 2. Створення портрету клієнтів. Канва ціннісної пропозиції. 3. Канва бізнес моделі 4. Поняття цільової аудиторії. Поняття клієнт, користувач, customer, personall, сегментація цільової аудиторії.	2
Аналізувати результати клієнтських інтерв'ю та опитувань. **Пояснювати підходи до проведення попереднього дослідження ринку.** **Розуміти процес формулювання та перевірки гіпотез.** **Характеризувати методи валідації попиту**	**Тема № 4 Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку. Валідація ключових гіпотез** **Лекція № 4** План лекції 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. Методи дослідження клієнтів: інтерв'ю, опитування, спостереження, карти емпатії **Рекомендовані джерела:** Основні: 1-5,7. Додаткові:10,12,15,19-20. Інтернет-джерела: 21-23,25-27.	2
	Самостійна робота здобувачів вищої освіти. 1. Опишіть, які гіпотези щодо вашого стартапу ви хочете валідувати	14

Усвідомлювати ризики невірної інтерпретації клієнтських потреб .	**Практичне заняття № 7** 1. Платформи Kickstarter, Product Hu 2. Процес дослідження клієнтів. Етапи дослідження ринку. 3. Попереднє дослідження ринку. 4. Приклади гіпотез валідації бізнес моделі. Тренди ринку 5. Побудова карти клієнтського шляху (Customer Journey Map)	2
	Практичне заняття № 8 1. Сегментація ринку: принципи, приклади, практичне значення 2. Конкурентний аналіз: прямі та непрямі конкуренти, матриця конкурентів 3. Гіпотези про продукт: ціннісна пропозиція, унікальність, користь для клієнта 4. Валідація гіпотез: методи тестування, MVP, прототипи, A/B-тестування 5. Інтерпретація результатів тестування. Прийняття рішень за підсумками валідації	
Аналізувати сильні та слабкі сторони презентацій стартап-ідей. **Пояснювати структуру ефективної презентації.** **Розуміти значення візуального супроводу та чіткої комунікації.** **Характеризувати основні помилки, яких слід уникати при пітчингу ідеї**	**Тема № 5. Презентації ідей стартапів** **Лекція № 5** План лекції 1. Правила презентації бізнес моделі. Валідувати ідеї команд та результати кастдеву. 2. Опис ідеї - короткий опис ідеї. 3. Проблема яку вирішує стартап для кого вирішується проблема – цільова аудиторія. 4. Аналіз альтернативних рішень. **Рекомендовані джерела:** Основні: 1,2-6. Додаткові: 10,12,15-19. Інтернет-джерела: 21-23,25.	2
	Самостійна робота здобувачів вищої освіти. Підготувати презентацію бізнес-ідеї за наступною структурою: - опис ідеї - короткий опис ідеї на 3-4 речення; - яку проблему вирішує стартап; - для кого вирішується проблема – ЦА; - аналіз альтернативних рішень; - як команда бачить варіанти монетизації; - команда та яких компетенцій не вистачає	14
	Практичне заняття № 9 1. Хмарні технології. Хмарні технології в системі презентації стартапів. 2. Інноваційний проєкт як результат створення соціальної інновації. 3. Методи презентації стартапів. 4. Грантові програми для презентації соціальних інноваційних стартапів 5. Формування сильного Value Proposition. Як чітко пояснити цінність ідеї	2

	Практичне заняття № 10 1. Візуалізація ідей: дизайн слайдів, інфографіка, використання мінімалізму 2. Техніка сторітелінгу у стартап-презентації. Як створити емоційний зв'язок із аудиторією 3. Часті помилки у презентаціях стартапів: що не варто робити 4. Підготовка до публічного виступу: голос, жести, впевненість, таймінг 5. Презентація онлайн та офлайн: особливості форматів і технічна підготовка	2
Аналізувати ринок та конкурентне середовище для створення MVP. **Пояснювати призначення MVP і його значення для швидкої перевірки ідеї.** **Розуміти основи маркетингових стратегій для просування стартапу.** **Характеризувати ключові метрики успішності MVP.** **Усвідомлювати необхідність швидкого тестування ітерацій продукту.**	**Тема № 6. Мінімально життєздатний продукт (MVP) Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Маркетинг для стартапів** **Лекція № 6** План лекції 1. Поняття «мінімально життєздатний продукт». 2. Процес створення мінімально життєздатного продукту. 3. Формування ціни - 3С. Сучасний комплекс маркетингу. 4. Маркетинг для стартапів. Поняття «метрика» її складові. **Рекомендовані джерела:** Основні: 1,2-5,8. Додаткові: 9-12,15,18-20. Інтернет-джерела: 21,23-25,28.	2
	Самостійна робота здобувачів вищої освіти. Проаналізувати ще раз проблему потенційного користувача; - зрозуміти, які функції має виконувати перший продукт; - взяти до уваги всі відвалідовані гіпотези та фідбеки; - провестибрейнстормінг щодо можливих варіантів прототипу; - визначити, які інструменти та ресурси необхідні настворення прототипу; - спланувати процес створення MVP з відповідальними, дедлайнами, задачами.	13
	Практичне заняття № 11 1. Стадії розвитку продукту. Інструменти для розробки першого прототипу. Що таке MVP та основні його задачі. 2. Основні принципи створення прототипу/MVP. 3. План створення MVP. Інструменти та стадії створення MVP. 4. Послідовність процесів під час створення MVP 5. Функції мінімально життєздатного продукту. 6. Метод грошовий і метод носіїв проблеми .Що таке конкурентний аналіз і навіщо він потрібен? 7. Фактори аналізу конкурентів - продукт/послуга,	2

	ціна, ключові відмінності, канали комунікації з клієнтами, меседжи, цільова аудиторія, локація. 8. Нечесні конкурентні переваги (unfair advantages).	
	Практичне заняття № 12 1. Який продукт вважається мінімально життєздатним 2. Потенціал масштабування стартапу. Методи розрахунку об'єму ринку. 3. Важливість конкурентного аналізу. Процес оцінки ринку. Процес аналізу діяльності конкурентів та його складові. 4. Поняття об'єму ринку. Методи оцінки ринку. Аналіз росту ринку. TAM, SAM, SOM 5. Перелік конкурентних переваг. Сучасні підходи до маркетингу. 6. Правила обирання каналів комунікації з цільовою аудиторією. Маркетингова стратегія для стартапу. Основи цифрового маркетингу. 7. SMM та інструменти онлайн просування. 8. Реклама, робота з лідерами думок. Особливості різних видів метрики. 9. 7P - основні положення в маркетинговій стратегії продукта чи послуги.	2
Аналізувати джерела фінансування та їхню доцільність для стартапів. **Пояснювати основи фінансового планування та звітності.** **Розуміти юридичні аспекти заснування і функціонування стартапу.**	**Тема № 7. Основи про інвестиції, фінанси та юридичні особливості стартапів.** **Лекція № 7** План лекції 1. Поняття про інвестиції та умови залучення фінансування в стартапи. 2. Юридичні аспекти які можуть виникати при розвитку стартапа і в процесі пошуку інвесторів. 3. Огляд венчурного ринку 4. Типи інвесторів та інвестицій. Етапи та раунди інвестицій. **Рекомендовані джерела:** Основні: 1-3, 5,7-8. Додаткові: 10,12,15,18. Інтернет-джерела:21-25.	2
Характеризувати різні типи інвесторів та умови залучення коштів. **Усвідомлювати важливість**	**Самостійна робота здобувачів вищої освіти.** 1. Підготувати інформаційну доповідь про найвідоміші інвестиційні компанії, найвідоміші інвестиції в українські стартапи: Grammarly, PetCube і т.д. 2. Визначити потенційних інвесторів для вашого стартапу.	14

дотримання правових норм для захисту бізнесу.	**Практичне заняття № 13** 1. Фінанси в стартапі. Юридичні аспекти інвестицій. 2. Умови, розподіл часток, договори, опціони. 3. Аналіз кейсів різних інвестиційних угод. Процес фінансування стартапів. 4. Юридичні інструменти для укладання інвестиційних угод. 5. Юридичні аспект взаємовідносин в середині команди.	2
	Практичне заняття № 14 1. Фінансова модель стартапу: базові поняття, призначення та складові 2. Джерела фінансування стартапу: власні кошти, гранти, бізнес-ангели, венчурні фонди, краудфандинг 3. Стадії фінансування стартапу: pre-seed, seed, Series A, B, C 4. Фінансова грамотність для підприємця: дохід, витрати, прибуток, cash flow, точка беззбитковості 5. Бюджетування: складання бюджету стартапу, планування витрат та доходів 6. Основні показники ефективності: ROI, CAC, LTV, ARPU, Burn rate, Runway	2
Аналізувати структуру та зміст пітч-деку успішних стартапів. **Пояснювати правила ефективної комунікації ідей інвесторам.** **Розуміти логіку побудови переконливої презентації бізнесу.** **Характеризувати основні блоки пітч-деку (проблема, рішення, ринок, команда, фінанси).**	**Тема № 8. Презентація стартапу. Пітч-дек** **Лекція № 8** План лекції 1. Поняття про пітч-дек. Теоретичні засади підготовки презентацій. 2. Правила успішного пітчингу. Розбір прикладів наповнення слайдів та структури презентації різних відомих стартапів. 3. Основні принципи презентації стартапу. 4. Основи та техніки публічних виступів. **Рекомендовані джерела:** Основні: 1-6, 8. Додаткові: 9-12,15,18,20 Інтернет-джерела: 21-27.	2
	Самостійна робота здобувачів вищої освіти. 1. Підготувати інформаційну доповідь про найвідоміші інвестиційні компанії, найвідоміші інвестиції в українські стартапи: Grammarly, PetCube і т.д. 2. Визначити потенційних інвесторів для вашого стартапу.	14

Усвідомлювати роль підготовки та тренування в успішному пітчингу.	**Практичне заняття № 15** 1. Тренінг з пітчингу. Хмарні технології які використовують під час презентації стартапів. 2. Особливості роботи та використання PowerPoint під час підготовки презентації стартапу. 3. Процес підготовки презентацій. 4. Використання новітніх технологій під час підготовки презентації	2
	Практичне заняття № 16 1. Мета презентації стартапу. Кому і навіщо ми презентуємо свою ідею 2. Що таке пітч-дек. Його призначення у стартап-екосистемі 3. Короткий пітч (elevator pitch) vs повноцінна презентація. Коли і як використовуються 4. Ключові елементи ефективного пітч-деку	2
Індивідуальне завдання		22
Разом за семестр:		**180 / 6**

ІІІ. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

1. 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.

2. Афанасьєв К. М. Зубко Т. Л. Бізнес-планування: опорний конспект лекцій. К. : КНТЕУ, 2018. 81 с.

3. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проектів: практикум. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 116 с.

4. 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.

5. Заблоцький Б.Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: навч. посібник. Львів: «Новий світ - 2000», 2020. 427 с.

6. Котлубай В. О., Отливанська Г. А. Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами. Economic evaluation of innovative solution: практикум. Одеса. 2021. 131 с.

7. 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.

8. Приходько Д. О. Інноваційне підприємництво та управління стартаппроєктами: конспект лекцій. Х.: ХНАДУ, 2021. 58 с.

Додаткові:

9. 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.

10. Otlyvanska G. A. IPO: an emerging trend for Ukrainian telecommunications providers. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 2. С. 11–17.

11. 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.

12. Біркович, В. Й. Інноваційне підприємництво в умовах сучасних викликів. Науковий вісник Ужгородського університету. *Серія «Економіка*», 2024, (63): 66-72.

13. Гавриш О.А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проектів: Конспект лекцій : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с. –

14. Гус В.М. Економіка і організація інноваційної діяльності: конспект лекцій Рівне: НУВГП, 2018. 125 с.

15. Должанський І. З., Загорна Т. О. Бізнес-план: технологія розробки : навч. посіб. 2-ге вид. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 384 с.

16. Жигалкевич Ж. Бізнес-планування: навчальний посібник до виконання розрахункової роботи. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 36 с.

17. Заблоцький Б.Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: навч. посібник. Львів: «Новий світ - 2000», 2020. 427 с.
18. Кушнір Р. Бізнес. Покрокова інструкція створення системного, ефективного і прописаного бізнесу в Україні. К. : Коло, 2019. 432 с.
19. Поліщук В.В. Стартап проекти та їх оцінювання: конспект лекцій . Ужгород: 2018. 74 с.

Інтернет-ресурси

20. Bruce W. Tuckman, Mary Ann C. Jensen. Stages of Small-Group DevelopmentRevisited.URL: https://webspace.science.uu.
21. Business model canvas: URL: https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business- model-canvas/
22. Crossing The Chasm - Disruptive Innovation - Technology Adoption Life Cycle. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Y-97AXOPzJo.
23. Deloitte URL: https://www2.deloitte.com/ua/uk.html
24. 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.
25. Harvard Business Review (HBR) URL: https://hbr.org/
26. Stanford Graduate School of Business URL: https://www.gsb.stanford.edu/
27. TechCrunch URL: https://techcrunch.com/
28. World Intellectual Property Organization URL: https://www.wipo.int/
29. Міністерство цифрової трансформації України URL: https://thedigital.gov.ua/