ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Декан факультету історії та
міжнародних відносин
_____ Андрейко В.І.
«30» червня 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«МАРКЕТИНГ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ»

Рівень вищої освіти	**перший**
Галузь знань	**07 «Управління та адміністрування»**
Предметна спеціальність	**075 «Маркетинг»**
Освітня програма	**«Маркетинг»**
Статус дисципліни	**обов'язкова**
Мова навчання	**українська**

Ужгород – 2024 р.

Робоча програма навчальної дисципліни **«Маркетинг стартап-проєктів»** здобувачів вищої освіти галузі знань **07 «Управління та адміністрування»** спеціальності **075 «Маркетинг»** освітньої програми **«Маркетинг».**

Розробник: Дюгованець Олеся Михайлівна, к.е.н., доц., доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
протокол № 13 від «28» червня 2024 р.

Завідувач кафедри _____ Дюгованець О.М.

Схвалено науково-методичною комісією факультету історії та міжнародних відносин ДВНЗ «УжНУ»
протокол № 7 від «28» червня 2024 р.
Голова науково-методичної комісії _____ Мишко С.А.

© к.е.н., доц. О.М. Дюгованець, 2024 р.
© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2024 р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

(за ОПП Маркетинг 2022 року вступу)

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td colspan="2">Розподіл годин за навчальним планом</td></tr>
<tr><td>Денна форма навчання</td><td>Заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td>Кількість кредитів ЄКТС – 3,5</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>Загальна кількість годин – 105</td><td>3-й</td><td>3-й</td></tr>
<tr><td>Кількість модулів – 2</td><td colspan="2">Семестр:</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Тижневих годин
для денної форми навчання: 4
аудиторних – 50
самостійної роботи студента – 55</td><td>6-й</td><td>6-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції:</td></tr>
<tr><td>26</td><td>10</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні (семінарські):</td></tr>
<tr><td>24</td><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні:</td></tr>
<tr><td>Вид підсумкового контролю: екзамен</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Форма підсумкового контролю:
комбінований</td><td colspan="2">Самостійна робота:</td></tr>
<tr><td>55</td><td>91</td></tr>
</table>

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни **«Маркетинг стартап-проєктів»** є формування у студентів – майбутніх маркетологів комплексу теоретичних знань і практичних навичок, необхідних для успішного маркетингового супроводу стартап-проєктів на всіх етапах їх життєвого циклу, від генерації ідеї до масштабування бізнесу. Це включає в себе: розуміння специфіки стартап-екосистеми; вміння проводити маркетингові дослідження та аналіз ринку; здатність розробляти та реалізовувати ефективні маркетингові стратегії; оволодіння сучасними інструментами просування стартапів, включаючи використання штучного інтелекту.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких **компетентностей:**

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов’язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп

різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни **«Маркетинг стартап-проєктів»** є опанування таких навчальних дисциплін:

ОК15 Маркетинг

ОК12 Основи рекламної презентації

ОК20 Економіка та фінанси підприємства

ОК22 Маркетингова політика комунікацій

ОК24 Основи менеджменту

ОК25 Маркетингова логістика
ОК26 Маркетинг послуг
ОК27 Інтернет-маркетинг

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми **«Маркетинг»** вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПРН):

Очікувані результати навчання з дисципліни	**Шифр ПРН**
Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	ПРН1
Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	ПРН2
Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	ПРН3
Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	ПРН4
Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	ПРН7
Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	ПРН8
Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень	ПРН9
Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта	ПРН10
Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	ПРН12
Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	ПРН13
Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.	ПРН15
Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки	ПРН16
Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	ПРН18

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами вищої освіти після опанування навчальної дисципліни **«Маркетинг стартап-проєктів»**:

Очікувані результати навчання з дисципліни (для ОП «Маркетинг»)	**Шифр ПРН**

Розуміння теоретичних основ стартап-маркетингу, принципів розробки інноваційного продукту, побудови бізнес-моделі та планування маркетингової стратегії.	ПРН1
Вміння аналізувати ринкові можливості, конкурентне середовище та прогнозувати розвиток стартап-проєктів.	ПРН2
Вміння розробляти маркетингові стратегії, бізнес-плани, проводити аналіз ринку та використовувати сучасні інструменти просування стартапів.	ПРН3
Вміння збирати та аналізувати дані для оцінки ринкових можливостей, конкурентів та ефективності маркетингових кампаній.	ПРН4
Вміння використовувати сучасні інтернет-інструменти, програмні продукти та технології штучного інтелекту для маркетингу стартапів.	ПРН7
Вміння застосовувати інноваційні маркетингові стратегії, особливо в умовах швидко мінливого середовища стартапів.	ПРН8
Вміння оцінювати ризики, пов'язані з запуском та розвитком стартапів, та приймати обґрунтовані рішення в умовах невизначеності.	ПРН9
Вміння ефективно комунікувати свої ідеї та рішення, презентувати стартап-проєкти та вести переговори з інвесторами та партнерами.	ПРН10
Виявляти навички самостійної роботи, критичного мислення та адаптивності.	ПРН12
Розвивати підприємницькі навички, вміння брати на себе відповідальність та проявляти ініціативу.	ПРН13
Розуміння правових та етичних аспектів ведення стартап-бізнесу.	ПРН15
Здатність застосовувати сучасні маркетингові інструменти та інноваційні підходи в стартап-проєктах, підвищуючи професійну компетентність.	ПРН16
Демонструвати відповідальності в маркетинговій діяльності стартапів через дотримання етичних норм, врахування соціального впливу та сприяння розвитку інновацій.	ПРН18

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- стандартизоване тестування;
- підготовка індивідуальних наукових робіт, доповідей по відповідних питаннях (аналітичні звіти, реферати, есе);
- презентації результатів виконаної індивідуальної роботи студента (завдань і досліджень);
- розв’язування практичних ситуаційних завдань;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- складання екзамену.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: комбіноване (усно-письмове) опитування, тестування, виступ на семінарських заняттях, підготовка тематичної доповіді (реферату, есе чи презентації).

Форма модульного контролю відбувається в комбінованій (письмово-усній) формі опитування, тестування по кожній частині дисципліни в середині семестру, таких частин є дві (модулі).

Форма підсумкового семестрового контролю відбувається у комбінованій (усно-письмовій) формі, для чого розробляються екзаменаційні білети.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 1)

Поточне оцінювання та самостійна робота							Модульна контрольна робота	Сума
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	50	100
7	7	7	7	7	7	8		

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (модуль 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота						Модульна контрольна робота	Сума
Т8	Т9	Т10	Т11	Т12	Т13	50	100
8	8	8	8	9	9		

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні (семінарські) заняття	6	42	6	42
Презентація, реферат, есе	1	8	1	8
Модульна контрольна робота	1	50	1	50
Разом		100		100

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Завдання варіанту модульного контролю №1 складаються з двох теоретичних питань. Оцінюються теоретичні питання максимально по 25 балів за кожне, що складає: 2 × 25б = 50 балів.

Завдання варіанту модульного контролю №2 складаються з двох теоретичних питань. Оцінюються теоретичні питання максимально по 25 балів за кожне, що складає: 2 × 25б = 50 балів.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Завдання варіанту екзаменаційного білету складаються з двох теоретичних питань і шести тестових завдань (відкритого та/або закритого типу). Оцінюються теоретичні питання максимально по 44 бали за кожне, а тести – по 2 бали за кожний, що складає: (2 × 44б) + (6 × 2) = 100 балів.

Неформальне навчання

Здобувач вищої освіти має право на неформальну освіту та можливість перезарахування результатів навчання набутих у неформальній освіті згідно відповідного «Положення про порядок визнання в ДВНЗ «УжНУ» результатів навчання, здобутих у неформальній освіті» (затверджено Наказом ректора ДВНЗ «УжНУ» №160/01-04 від 03.03.2020 р.). Підсумками визнання результатів неформального навчання визнаються результати навчання, передбачених цим освітнім компонентом. За це заявнику зараховуються окремі види навчальної роботи за цим освітнім компонентом.

Якщо зарахуванню підлягають окремі розділи чи теми – результати атестації з заходу неформальної освіти в обов'язковому порядку враховуються викладачем при визначені підсумкової оцінки з навчальної дисципліни.

У разі зарахування окремих складових освітнього компонента, здобувач отримує за них бали відповідно до робочої програми навчальної дисципліни та звільняється від поточного контролю за ними.

У випадку, якщо за підсумками визнання результатів неформального навчання визнається тільки частина результатів навчання, передбачених певним освітнім компонентом, заявнику зараховуються окремі види навчальної роботи за таким освітнім компонентом.

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1. ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТКУ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ

Тема 1. Сутність та особливості стартап-проєктів (2 год.)

1. Зміст і специфіка стартапу
2. Стадії розвитку стартапу
3. Життєвий цикл стартапу
4. Особливості стартапу як інноваційного проекту

Тема 2. Розробка продукту для стартап-проєктів (2 год.)

1. Сутність інноваційного продукту
2. Генерування ідеї продукту
3. Методи і способи перевірки життєздатності ідеї
4. Мінімальний життєздатний (доцільного) продукт, типи та етапи його створення
5. Методи реалізації процесу розробки продукту стартапу

Тема 3. Формування команди стартапу (2 год.)

1. Особливості та етапи формування команди стартапу

2. Ролі та функції учасників команди стартапу
3. Розподіл часток між членами команди стартапу
4. Особливості функціонування стартап команди на етапах розроблення стартап-проекту

Тема 4. Бізнес-модель стартапу (2 год.)

1. Сутність бізнес-моделі
2. Структура бізнес-моделі
3. Види бізнес-моделей
4. Методи дизайну бізнес-моделі

Тема 5. Бізнес-план стартап-проекту (2 год.)

1. Історія, сутність та необхідність складання бізнес-плану
2. Загальні вимоги до бізнес-плану. Класифікація бізнес-планів
3. Особливості складання бізнес-плану для стартапів
4. Актуальні програми для бізнес-плану
5. Типові помилки під час складання бізнес- плану
6. Поради для складання вигідного бізнес-плану

Тема 6. Стартап-екосистема: теорія і практика розвитку в Україні (2 год.)

1. Сутність екосистеми стартапів
2. Стартап-екосистема в Україні
3. Шлях від ідеї до стартапу
4. Розвиток успішних стартапів в Україні
5. Венчурні інвестори
6. Стартап-інфраструктура в Україні

Тема 7. Правові основи запуску, розвитку та фінансування стартапу в Україні (2 год.)

1. Правовий статус стартапу: особливості законодавчого регулювання
2. Дореєстраційні питання та створення підприємства
3. Правовідносини з ключовими учасниками стартапу
4. Управління стартапом та корпоративне право
5. Захист інтелектуальної власності. Патентування стартапу
6. Джерела інвестування в стартап-проекти
7. Методи оцінювання вартості та інвестиційної привабливості стартапів
8. Особливості співпраці з інвесторами стартапу

МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ

Тема 8. Аналіз ринкових можливостей запуску та стратегічне управління стартап-проектом (2 год.)

1. Науково-методичні засади маркетингового аналізу ринкових можливостей запуску стартап-проектів

2. Аналіз зовнішніх та внутрішніх чинників запуску стартап-проектів
3. Загальні положення процесу стратегічного управління

Тема 9. Маркетингове планування стартапу (2 год.)

1. Сутність маркетингу стартапу та його етапи
2. Оцінювання клієнтів стартапу
3. Аналіз ринку стартап-проекту
4. Розроблення маркетингової стратегії стартапу та плану маркетингу стартапу
5. Способи просування товару/послуги стартапу на ринок

Тема 10. Аналіз ринку та конкурентів для стартапів (2 год.)

1. Дослідження ринку: методи та інструменти
2. Аналіз конкурентів: SWOT, PESTEL, Porter's Five Forces, Space -аналіз
3. Сегментація цільової аудиторії для стартапу
4. Побудова профілю ідеального клієнта (ICP)
5. Value Proposition Canvas: створення унікальної ціннісної пропозиції
6. Як перевірити попит на продукт перед запуском

Тема 11. Маркетингова стратегія та аналітика для стартапів (2 год.)

1. Контент-маркетинг у стратегії розвитку стартапів
2. Маркетингова аналітика як драйвер зростання стартапів
3. Маркетинговий аналіз як ключовий інструмент для успішного старту та масштабування стартапів

Тема 12. Сучасні інструменти просування стартапів (2 год.)

1. Ключові канали інтернет-маркетингу для просування стартапу
2. Корисні сервіси для просування стартапів
3. Приклади сучасних інструментів для просування стартапів на міжнародному ринку

Тема 13. Використання штучного інтелекту в маркетингу стартапів (2 год)

1. Штучний інтелект у контент-маркетингу: вплив та наслідки для бізнесу.
2. ШІ в маркетингу стартапів: переваги та обмеження.
3. Застосування ШІ в маркетингу: приклади та можливості.
4. Інструменти ШІ в маркетингу стартапів: практичні приклади

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота		лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота
6-й семестр												
Модуль 1. Основи створення та розвитку стартап-проєктів												
Тема 1. Сутність та особливості стартап-проєктів	7	2	2			3		2	2			7
Тема 2. Розробка продукту для стартап-проєктів	7	2	2			3						7
Тема 3. Формування команди стартапу	7	2	2			3		2				7
Тема 4. Бізнес-модель стартапу	7	2	2			3						7
Тема 5. Бізнес-план стартап-проекту	8	2	2			4						7
Тема 6. Стартап-екосистема: теорія і практика розвитку в Україні	8	2	2			4		2				7
Тема 7. Правові основи запуску, розвитку та фінансування стартапу в Україні	7	2	-			5						7
Модульна контрольна робота												
Разом за модуль	51	14	12	-	-	25		6	2	-	-	49
Модуль 2. Маркетинг стартап-проєктів												
Тема 8. Аналіз ринкових можливостей запуску та стратегічне управління стартап-проектом	9	2	2			5		2	2			7
Тема 9. Маркетингове планування стартапу	9	2	2			5						7
Тема 10. Аналіз ринку та конкурентів для стартапів	9	2	2			5						7
Тема 11. Маркетингова стратегія та аналітика для стартапів	9	2	2			5		2				7
Тема 12. Сучасні інструменти просування стартапів	9	2	2			5						7
Тема 13. Використання штучного інтелекту в	9	2	2			5						7

маркетингу стартапів												
Модульна контрольна робота												
Разом за модуль	54	12	12	-	-	30		4	2	-	-	42
Разом за семестр	**105**	**26**	**24**	**-**	**-**	**55**		**10**	**4**	**-**	**-**	**91**

6.3. Теми практичних (семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Сутність та особливості стартап-проєктів	2	2
2	Розробка продукту для стартап-проєктів	2	
3	Формування команди стартапу	2	
4	Бізнес-модель стартапу	2	
5	Бізнес-план стартап-проекту	2	
6	Стартап-екосистема: теорія і практика розвитку в Україні	2	
7	Правові основи запуску, розвитку та фінансування стартапу в Україні	-	
8	Аналіз ринкових можливостей запуску та стратегічне управління стартап-проектом	2	2
9	Маркетингове планування стартапу	2	
10	Аналіз ринку та конкурентів для стартапів	2	
11	Маркетингова стратегія та аналітика для стартапів	2	
12	Сучасні інструменти просування стартапів	2	
13	Використання штучного інтелекту в маркетингу стартапів	2	
	Разом	**24**	**4**

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	**Сутність та особливості стартап-проєктів** Визначте ключові відмінності між стартап-проєктом та традиційним бізнесом. Сформулюйте власне визначення стартап-проєкту, виділивши його основні характеристики. Опишіть основні стадії розвитку стартап-проєкту та їхні особливості. Поясніть, як життєвий цикл стартапу впливає на його стратегію та тактику. Наведіть приклади успішних та неуспішних стартап-проєктів, проаналізувавши причини їхнього успіху чи невдачі. Охарактеризуйте особливості стартап-проєкту як інноваційного продукту. Визначте ключові ризики, які пов'язані з запуском стартап-проекту. Опишіть основні фактори, що впливають на успіх стартап-проєкту в Україні.	3	7
2	**Розробка продукту для стартап-проєктів** Визначте ключові характеристики інноваційного продукту в контексті стартап-проєкту. Сформулюйте власні методи генерування ідей для стартап-	3	7

	продуктів. Опишіть методи та способи перевірки життєздатності ідеї стартап-продукту. Поясніть, що таке мінімальний життєздатний продукт (MVP) та опишіть його типи. Наведіть приклади успішних та неуспішних MVP стартап-продуктів. Опишіть етапи створення MVP стартап-продукту. Охарактеризуйте методи реалізації процесу розробки продукту стартапу. Визначте ключові фактори, що впливають на успішну розробку стартап-продукту. Опишіть основні помилки, яких слід уникати при розробці стартап-продукту. Розробіть концепцію MVP для власної ідеї стартап-продукту.		
3	**Формування команди стартапу** Визначте ключові етапи формування команди стартапу та опишіть їхні особливості. Сформулюйте основні принципи формування ефективної команди стартапу. Опишіть основні ролі та функції учасників команди стартапу (CEO, CTO, CMO, тощо). Поясніть, як правильно розподілити частки між членами команди стартапу. Наведіть приклади успішних та неуспішних команд стартапів, проаналізувавши причини їхнього успіху чи невдачі. Охарактеризуйте особливості функціонування стартап-команди на різних етапах розроблення стартап-проєкту. Визначте ключові фактори, що впливають на ефективність роботи команди стартапу. Опишіть основні методи мотивації та управління командою стартапу. Розробіть план формування команди для власної ідеї стартап-проєкту.	3	7
4	**Бізнес-модель стартапу** Визначте ключові елементи бізнес-моделі стартапу та опишіть їхні функції. Сформулюйте власне визначення бізнес-моделі стартапу, виділивши її основні характеристики. Опишіть основні види бізнес-моделей, які використовуються в стартапах (наприклад, freemium, SaaS, marketplace). Поясніть, як використовувати інструмент Business Model Canvas для розробки бізнес-моделі стартапу. Наведіть приклади успішних та неуспішних бізнес-моделей стартапів, проаналізувавши причини їхнього успіху чи невдачі. Охарактеризуйте особливості бізнес-моделі стартапу на різних етапах його розвитку. Визначте ключові фактори, що впливають на вибір бізнес-моделі стартапу. Опишіть основні методи тестування та валідації бізнес-моделі стартапу. Розробіть бізнес-модель для власної ідеї стартап-проєкту.	3	7
5	**Бізнес-план стартап-проекту** Визначте ключові розділи бізнес-плану стартап-проекту та опишіть	4	7

	їхній зміст. Сформулюйте основні вимоги до складання бізнес-плану для стартапу. Опишіть особливості складання бізнес-плану для стартапів порівняно з традиційним бізнесом. Поясніть, як використовувати актуальні програми та інструменти для складання бізнес-плану. Наведіть приклади типових помилок, яких слід уникати при складанні бізнес-плану стартапу. Охарактеризуйте основні методи оцінки вартості та інвестиційної привабливості стартапу в бізнес-плані. Визначте ключові фактори, що впливають на успішне залучення інвестицій за допомогою бізнес-плану. Опишіть основні стратегії та поради для складання вигідного бізнес-плану. Розробіть структуру бізнес-плану для власної ідеї стартап-проєкту. Проаналізуйте приклади реальних бізнес-планів стартапів.		
6	**Стартап-екосистема: теорія і практика розвитку в Україні** Визначте ключові елементи стартап-екосистеми та опишіть їхні функції. Сформулюйте власне визначення стартап-екосистеми, виділивши її основні характеристики. Опишіть особливості розвитку стартап-екосистеми в Україні. Поясніть, як ідея трансформується в стартап-проєкт в українських умовах. Наведіть приклади успішних українських стартапів, проаналізувавши фактори їхнього успіху. Охарактеризуйте роль венчурних інвесторів у розвитку стартап-екосистеми України. Визначте ключові елементи стартап-інфраструктури України (інкубатори, акселератори, коворкінги, тощо). Опишіть основні проблеми та перспективи розвитку стартап-екосистеми в Україні. Проаналізуйте роль держави у підтримці розвитку стартапів в Україні. Дослідіть та порівняйте стартап-екосистеми різних регіонів України.	4	7
7	**Правові основи запуску, розвитку та фінансування стартапу в Україні** Визначте особливості правового статусу стартапу в Україні та основні аспекти законодавчого регулювання. Сформулюйте перелік дореєстраційних питань та опишіть процес створення підприємства для стартапу. Опишіть основні види правовідносин з ключовими учасниками стартапу (засновниками, інвесторами, працівниками). Поясніть, як здійснюється управління стартапом та які аспекти корпоративного права необхідно враховувати. Наведіть приклади способів захисту інтелектуальної власності стартапу та опишіть процес патентування. Охарактеризуйте основні джерела інвестування в стартап-проєкти в Україні. Визначте ключові методи оцінювання вартості та інвестиційної привабливості стартапів.	5	7

	Опишіть особливості співпраці з інвесторами стартапу. Проаналізуйте основні ризики та можливості, пов'язані з правовим регулюванням стартапів в Україні. Дослідіть та порівняйте правове регулювання стартапів в Україні з іншими країнами.		
8	**Аналіз ринкових можливостей запуску та стратегічне управління стартап-проектом** Визначте ключові науково-методичні засади маркетингового аналізу ринкових можливостей запуску стартап-проектів. Сформулюйте власні методи аналізу зовнішніх та внутрішніх чинників запуску стартап-проектів. Опишіть основні етапи процесу стратегічного управління стартап-проектом. Поясніть, як використовувати SWOT-аналіз для оцінки ринкових можливостей стартапу. Наведіть приклади успішного та неуспішного стратегічного управління стартапами, проаналізувавши причини їхнього успіху чи невдачі. Охарактеризуйте особливості стратегічного управління стартапом на різних етапах його розвитку. Визначте ключові фактори, що впливають на вибір стратегії розвитку стартапу. Опишіть основні методи прогнозування ринкових тенденцій та оцінки конкурентного середовища. Розробіть стратегічний план розвитку для власної ідеї стартап-проєкту. Проаналізуйте роль маркетингового аналізу в процесі стратегічного управління стартапом.	5	7
9	**Маркетингове планування стартапу** Визначте ключові етапи маркетингу стартапу та опишіть їхній зміст. Сформулюйте власні методи оцінювання клієнтів стартапу. Опишіть основні методи та інструменти аналізу ринку стартап-проєкту. Поясніть, як розробити ефективну маркетингову стратегію та план маркетингу для стартапу. Наведіть приклади успішних та неуспішних маркетингових планів стартапів, проаналізувавши причини їхнього успіху чи невдачі. Охарактеризуйте особливості вибору способів просування товару/послуги стартапу на ринок. Визначте ключові фактори, що впливають на ефективність маркетингового планування стартапу. Опишіть основні методи оцінки ефективності маркетингових заходів стартапу. Розробіть маркетинговий план для власної ідеї стартап-проєкту. Проаналізуйте роль маркетингового планування в процесі розвитку стартапу.	5	7
10	**Аналіз ринку та конкурентів для стартапів** Визначте ключові методи та інструменти дослідження ринку для стартапу. Сформулюйте власні методи аналізу конкурентів, використовуючи SWOT, PESTEL, Porter’s Five Forces та Space-аналіз. Опишіть процес сегментації цільової аудиторії для стартапу.	5	7

	Поясніть, як побудувати профіль ідеального клієнта (ICP) для стартапу. Наведіть приклади використання Value Proposition Canvas для створення унікальної ціннісної пропозиції. Охарактеризуйте методи перевірки попиту на продукт перед запуском стартапу. Визначте ключові фактори, що впливають на вибір стратегії позиціонування стартапу на ринку. Опишіть основні методи оцінки конкурентоспроможності стартапу. Розробіть план аналізу ринку та конкурентів для власної ідеї стартап-проєкту. Проаналізуйте роль аналізу ринку та конкурентів у процесі розробки маркетингової стратегії стартапу.		
11	**Маркетингова стратегія та аналітика для стартапів** Визначте роль контент-маркетингу в стратегії розвитку стартапу. Сформулюйте власні методи використання маркетингової аналітики як драйвера зростання стартапу. Опишіть, як маркетинговий аналіз є ключовим інструментом для успішного старту та масштабування стартапу. Поясніть, як створити ефективну контент-стратегію для стартапу. Наведіть приклади успішного та неуспішного використання маркетингової аналітики стартапами. Охарактеризуйте особливості використання маркетингової аналітики на різних етапах розвитку стартапу. Визначте ключові метрики, які необхідно відстежувати для оцінки ефективності маркетингової стратегії стартапу. Опишіть основні інструменти та методи маркетингової аналітики, які використовуються в стартапах. Розробіть маркетингову стратегію та план аналітики для власної ідеї стартап-проєкту. Проаналізуйте роль маркетингової стратегії та аналітики в процесі залучення інвестицій у стартап.	5	7
12	**Сучасні інструменти просування стартапів** Визначте ключові канали інтернет-маркетингу, які є найбільш ефективними для просування стартапу. Сформулюйте власні рекомендації щодо вибору корисних сервісів для просування стартапу. Опишіть приклади сучасних інструментів для просування стартапів на міжнародному ринку. Поясніть, як використовувати соціальні мережі для просування стартапу. Наведіть приклади успішного та неуспішного використання інтернет-маркетингу стартапами. Охарактеризуйте особливості використання різних інструментів просування на різних етапах розвитку стартапу. Визначте ключові фактори, що впливають на ефективність інструментів просування стартапу. Опишіть основні методи оцінки ефективності інструментів просування стартапу. Розробіть план просування для власної ідеї стартап-проєкту, використовуючи сучасні інструменти. Проаналізуйте роль сучасних інструментів просування в процесі	5	7

	залучення інвестицій у стартап.		
13	**Використання штучного інтелекту в маркетингу стартапів** Визначте вплив штучного інтелекту на контент-маркетинг та наслідки для бізнесу. Сформулюйте власні висновки щодо переваг та обмежень використання ШІ в маркетингу стартапів. Опишіть приклади застосування ШІ в маркетингу та можливості, які він відкриває. Поясніть, як використовувати конкретні інструменти ШІ в маркетингу стартапів на практиці. Наведіть приклади успішного та неуспішного використання ШІ стартапами в маркетингових цілях. Охарактеризуйте особливості використання ШІ на різних етапах розвитку стартапу. Визначте ключові етичні аспекти, які необхідно враховувати при використанні ШІ в маркетингу. Опишіть основні тенденції розвитку ШІ в маркетингу стартапів. Розробіть план використання ШІ для маркетингу власної ідеї стартап-проєкту. Проаналізуйте роль ШІ в процесі залучення інвестицій у стартап.	5	7
	Разом	**55**	**91**

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

Дистанційне та електронне навчання здійснюється за допомогою платформи Google Meat та Moodle.

Обладнання: персональні комп’ютери, ноутбуки.

Програмне забезпечення: Microsoft Office, Microsoft Excel; сервіс Google Meet, дистанційна платформа Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта ДВНЗ «УжНУ»; особистий кабінет викладача на основі відкритих медіа ресурсів корпорації Google тощо.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Войтко С. В. Управління проектами та стартапами в Індустрії 4.0: підручник для здобувачів ступеня магістра за технічними спеціальностями. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 199 с.

2. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проектів. Конспект лекцій: навчальний посібник для студентів спеціальностей 151 – «Автоматизація та комп’ютерно-інтегровані технології» та 152 – «Метрологія та інформаційно-вимірювальна техніка» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, К. О. Копішинська; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні

текстові данні (1 файл: 2,88 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с. URL: http://ela.kpi.ua/handle/123456789/29447

3. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Управління стартапами: підручник для здобувачів вищої освіти за економічними спеціальностями. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.

4. Годін С. Це маркетинг / Сет Годін; пер. з англ. С. Ведмідь. Київ : ArtHuss, 2024. 212 с.

5. Колесник Ю. Люди купують у людей. Як побудувати бренд, маркетинг і комунікацію малого бізнесу та стартапів. Видавництво: Stretovych, 2024. 328 с.

6. Солнцев С. О., Зозульов О. В., Юдіна Н. В., Царьова Т. О., Язвінська Н. В. Маркетинг стартап-проектів: навчальний посібник для усіх спеціальностей другого освітнього ступеню «магістр» / за заг. ред. С.О. Солнцева; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 218 с. URL : http://ela.kpi.ua/handle/123456789/27437.

Допоміжна література

7. Балановська Т.І., Гогуля О.П., Троян А.В. Основи менеджменту маркетингу та підприємництва: Навчальний посібник для підготовки фахівців галузі знань 15 «Автоматизація та приладобудування» спеціальності 151 «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології». Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2018. 518 с.

8. Ґільбо, Кріс. Стартап на $ 100. Як перетворити хобі на бізнес; переклала з англійської Антоніна Ящук. Київ: Наш формат, 2017. 261 с.

9. Довгань Л. Є, Мохонько Г. А., Малик І. П. Управління проєктами: навчальний посібник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 420 с.

10. Коллінз Дж. Від хорошого до величного. Видавництво: Наш Формат, 2022. 368 с.

11. Котлер Ф., Сетьяван А., Картаджайя Х. Маркетинг 5.0. Технології для людства. Видавництво: КМ-Букс, 2024. 280 с.

12. Мастерс Б., Тіль П. Від нуля до одиниці! Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє. Видавництво: Наш Формат, 2023. 184 с.

13. Менеджмент стартап-проектів: практикум: навч. посіб. для студ. спеціальностей 141 "Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка", 144 "Теплоенергетика" всіх спеціалізацій / Ю. О. Єрешко, І.М. Крейдич, О. А. Шевчук; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 1,00 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с.

14. Менеджмент стартап-проєктів: Навчально-методичний комплекс дисципліни: навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: К. О. Бояринова. Електронні текстові дані (1 файл: 5,85 Мбайт). Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 153 с.

15. Піньє І., Остервальдер А. Створюємо бізнес-модель. Видавництво: Наш Формат, 2017. 288 с.

16. Чемберс Дж. Від крапки до крапки. Уроки лідерства у світі стартапів. Видавництво: КМ-Букс, 2020. 336 с.

17. The Ultimate Startup Book: Find Your Big Idea; Write Your Business Plan; Master Sales and Marketing / Kevin Duncan, Iain Maitland, Christine Harvey, John Sealey. Publisher: Teach Yourself, 2020. 448 p.

18. Wiersma M. Marketing For Startups: Tips And Techniques To Develop An Effective Marketing Strategy For Startup: Startup Marketing Campaigns. Publisher: Independently published, 2021. 104 p.

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. 100 корисних сайтів та інструментів для стартапів: веб-сайт. URL: http://aphd.ua/100-korysnykh_saitiv-ta-instrumentiv-dlia-startapiv/
2. Kickstarter: веб-сайт. URL: https://kickstarter.com
3. RocketHub: веб-сайт. URL: https://rockethub.com
4. TechUkraine: веб-сайт. URL: https://techukraine.org