

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет економіки та управління
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС
вибіркового освітнього компонента
СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТОК СТАРТАПІВ

підготовки бакалавра
галузі знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 075 Маркетинг
освітньо-професійної програми Маркетинг

Силабус освітнього компонента СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТОК СТАРТАПІВ
підготовки бакалавра у галузі знань 07 Управління та адміністрування,
спеціальності 075 Маркетинг, за освітньою програмою Маркетинг

Розробник: Сак Т.В., завідувач кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент

Гарант освітньо-професійної
програми



Алла ЛЯЛЮК

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри маркетингу

протокол № 1 від 11.09. 2024 р.

Завідувач кафедри



Тетяна САК

I. Опис освітнього компонента

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	07 Управління і адміністрування 075 Маркетинг Маркетинг Перший (Бакалавр)	Вибіркова
Кількість годин/кредитів 150 /5		Рік навчання 2
		Семестр 3
		Лекції 10 год.
		Практичні 20 год.
		Самостійна робота 110 год.
ІНДЗ: є		Консультації 10 год.
		Форма контролю: залік
Мова навчання		українська

II. Інформація про викладача

Сак Тетяна Василівна, к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу,
Контактна інформація – моб. 0501994909, Sak.Tatiana@vnu.edu.ua, G-313.

Дні занять розміщено на <http://94.130.69.82/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

Адреса викладання курсу: вул. Винниченка, 28, корпус G ВНУ імені Лесі Українки

III. Опис дисципліни

1. Анотація освітнього компонента.

Створення та розвиток стартапів є одним із ключових тенденцій сучасної економіки, яка формує нові підходи до підприємництва та інноваційної діяльності. Стартапи використовують як бізнес-ідеї, що прагнуть отримати конкретні проблеми або задовольнити нові потреби, пропонуючи унікальні продукти, послуги чи технології. Вони характеризуються високим рівнем інноваційності, гнучкості та здатності швидко адаптуватися до змінних умов, а також використовують нетрадиційні підходи до управління, фінансування та розвитку. Розуміння особливостей створення стартапів, їх життєвого циклу, допоможе підприємцям знизити ризики та збільшити шанси на успішну реалізацію ідей.

Освітній компонент «Створення та розвиток стартапів» належить до переліку вибірових і спрямований на ознайомлення з теоретичними засадами, інструментарієм та методами створення та забезпечення функціонування стартапу як форми інноваційного підприємництва.

2. Пререквізити: «Мікроекономіка», «Економіка підприємств».

Постреквізити: «Маркетинг», «Цифровий маркетинг», «Маркетинг інновацій».

3. Мета і завдання освітнього компоненту.

Метою освітнього компонента «Створення та розвиток стартапів» є формування у здобувачів освіти комплексу теоретичних знань і прикладних навичок з започаткування та організації стартапів, економічного обґрунтування напрямку його діяльності та забезпечення успішного функціонування.

Освітній компонент спрямований на формування у здобувачів освіти цілісного розуміння стосовно організації та управління процесом реалізації стартап-проекту; оволодіння необхідними знаннями та практичними навичками поетапної реалізації стадій

стартап-проектів від генерування ідеї, сегментування ринку, розроблення бізнес-моделі до виведення продукту на ринок; уміння оцінювати та створювати бізнес-план стартапу.

4. Результати навчання (Компетентності). Компетентності, яких здобувач освіти набуває в результаті вивчення дисципліни:

Інтегральна компетентність (ІНТ)

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

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

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

ЗК11. Здатність працювати в команді.

Фахові компетентності

ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

5. Структура освітнього компонента

Таблиця 2

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю/ Бал
Змістовий модуль 1. Концептуальні основи створення та функціонування стартап проектів						
Тема 1. Стартап як форма реалізації інноваційного підприємництва	19	1	2	15	1	ДС (2), О (4) / 4 бали
Тема 2. Формування команди стартапу	19	1	2	15	1	О (2), РК/3 (2), РМГ (4) / 6 балів
Тема 3. Розробка ідеї (продукту) стартапу. Дизайн мислення.	28	2	4	20	2	О (2), РК/3 (2), РМГ (4) / 6 балів
Разом за модулем 1	66	4	8	50	4	16
Змістовий модуль 2. Методологія та інструментарій реалізації стартап проектів						
Тема 4. Бізнес-модель стартапу	22	2	4	15	1	О (2), РК/3 (2), РМГ (2) / 6 балів
Тема 5. Сегментація ринку та обирання цільового ринку	22	2	4	15	1	О (2), РК/3 (2), РМГ (2) / 6 балів

Тема 6. Маркетинг стартапу	20	1	2	15	2	О (2), РК/З (2), РМГ (6) / 6 балів
Тема 7. Бізнес-план стартап-проекту	20	1	2	15	2	О (2), РК/З (2), РМГ (2) / 6 балів
Разом за модулем 2	84	6	12	60	6	24
Пітч стартапів						60
Всього годин / Балів	150	10	20	110	10	100

*Форма контролю: ДС – дискусія, О – опитування, РК/З – розв’язування кейсів (задач), РМГ – робота в малих групах.

6. Завдання для самостійного опрацювання.

Самостійна робота – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються здобувачами освіти самостійно під методичним керівництвом викладача.

До завдань самостійної роботи, які запропоновані здобувачам освіти, віднесено:

1. Вивчення лекційного матеріалу.
2. Робота з рекомендованою літературою.
3. Підготовка до практичних занять, дискусій, роботи в малих групах.
4. Опрацювання тем, що винесені на самостійне вивчення.
5. Заповнення робочих зошитів стартаперів (воркшит).
6. Контрольна перевірка знань за запитаннями для самоконтролю.

Питання та завдання для самостійної роботи визначені відповідними темами освітнього компонента та містяться в електронному курсі у веб-середовищі системи управління навчанням Moodle.

IV. Політика оцінювання

Політика щодо відвідувань занять: відвідування занять є обов’язковим. Здобувачі освіти зобов’язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених силабусом. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений час згідно затвердженого графіка.

За об’єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування, участь в наукових заходах тощо) навчання може відбуватись в цей період в онлайн формі або за індивідуальним планом за погодженням із викладачем.

Здобувач освіти повинен старанно виконувати завдання, брати активну участь в освітньому процесі.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти визначається Положенням про визнання результатів, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки (<http://surl.li/qbxvmw>).

Політика щодо академічної доброчесності окреслюється Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату в науковій та навчальній діяльності здобувачів вищої освіти, докторантів, науково-педагогічних і наукових працівників Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/jntduw>) та Кодексом академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/aagxg>).

Політика щодо дедлайнів та перескладання: у випадку, якщо здобувач освіти не відвідував окремі аудиторні заняття (з поважних причин), на консультаціях він має право

відпрацювати пропущені заняття та добрати ту кількість балів, яку було визначено на пропущені теми.

Політика щодо додаткових (бонусних) балів: здобувачам освіти можуть бути присуджено додаткові (бонусні) бали, які зараховуються як результати поточного контролю максимум 15 балів за такі види робіт: опубліковану наукову статтю у фахових виданнях України чи рецензованих закордонних журналах – 10 балів; публікацію тез – з виступом на конференції 5 балів, без виступу – 3 бали; підготовку та участь у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 7 балів; перемогу у всеукраїнському етапі предметних олімпіад, всеукраїнському та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт – 15 балів; подачу проектних заявок на участь в студентських програмах обміну, стипендійних програмах, літніх та зимових школах тощо – 7 балів.

V. Підсумковий контроль

Порядок організації поточного та підсумкового контролю знань здобувачів освіти регламентується Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки (<http://surl.li/ukitbu>).

Семестровий залік виставляється здобувачам освіти на підставі результатів виконання усіх видів запланованої навчальної роботи протягом семестру за 100-бальною шкалою.

Перездача підсумкового контролю освітнього компонента проводиться у вигляді письмового тестування. Тестові запитання складено відповідно до структури курсу. Містять 50 запитань з однією правильною відповіддю. Кожне запитання оцінюється у 2 бали. Максимальна оцінка 100 балів.

Терміни проведення підсумкового семестрового контролю встановлюються графіком освітнього процесу.

Перелік питань до заліку

1. Визначення стартапу
2. Стартап екосистема та її складові
3. Роль стартапів у світовій економіці
4. Огляд стартап екосистеми України
5. Стадії розвитку стартапу
6. Життєвий цикл стартапу
7. Особливості стартапу як інноваційного проекту
8. Особливості та етапи формування команди стартапу
9. Ролі та функції учасників команди стартапу
10. Дизайн мислення
11. Проблема як джерело ідей для стартапів
12. Генерування ідей продукту.
13. Методи і способи генерації ідей
14. Прототипування.
15. Тестування ідей стартапу
16. Сутність бізнес-моделі
17. Структура бізнес-моделі
18. Види бізнес-моделей
19. Customer development
20. Крива адаптації продукту (Product Adoption Curve)
21. Сегментація клієнтів
22. Створення портрету клієнтів
23. Канва ціннісної пропозиції
24. Аналіз ринку стартап-проекту
25. Визначення обсягу цільового ринку
26. Особливості маркетингу стартапу

27. Розроблення маркетингової стратегії стартапу та плану маркетингу стартапу
28. Способи просування товару / послуги стартапу на ринок
29. Особливості формування ринку венчурного капіталу в Україні
30. Головні інструменти просування стартапу в соціальних мережах
31. Функції резюме бізнес-плану
32. Структура бізнес-плану стартапу
33. Показники бізнес-плану, на які першочергово звертають увагу потенційні інвестори
34. Які головні чинники формують логіку розробки бізнес-плану.
35. Оцінка ризиків в бізнес-плані.
36. Презентація start-up та бізнес-плану start-up.
37. Сучасні методики оцінки стартапів
38. Точка беззбитковості проєкту
39. Показники ефективності стартап проєктів
40. Вимоги до пітчу.

VI. Шкала оцінювання

Оцінювання результатів складання підсумкового контролю у вигляді заліку здійснюється у порядку, передбаченому прийнятою в Університеті системою контролю знань за 100-бальною шкалою з переведенням у лінгвістичну оцінку.

Таблиця 3

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 - 81	
67 -74	
60 - 66	
1 – 59	Незараховано (необхідне перескладання)

Критерії оцінювання результатів навчання:

60-100 балів (зараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента в обсязі, необхідному для подальшого навчання і майбутньої роботи за фахом, здатний виконувати завдання, передбачені силабусом, ознайомлений з основною рекомендованою літературою; при виконанні завдань припускається помилок, але демонструє спроможність їх усувати.

1-59 балів (незараховано): здобувач володіє понятійним і фактичним апаратом освітнього компонента на елементарному рівні, теоретичний зміст курсу не освоєний, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених силабусом завдань не виконано або містять грубі помилки.

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна література

1. Бланк С., Дорф Б. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію / пер. з англ. Н. Валевська. Київ : Наш формат, 2019. 512 с.
2. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проєктів: навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с.
3. Грицюк Н. О. Івашко О. А., Сак Т. В. Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами : навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 172 с.
4. Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами. Робочий зошит викладача. Київ: 2021. 132 с.
5. Олет Б. 24 кроки успішного стартапу / пер. з англ. Н. Палій. Київ : Книголав, 2019 288 с.
6. Технології розробки стартапів: навч. посіб. / за заг. Ред. Подальчака Н.Ю., Шаповалової Т.В. К.: МФСА. 2021. 128 с.

Додаткова література

1. C. Zott, R. Amit, L. Massa. The business model: theoretical roots, recent development and future reasearch. URL: <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0862-E.pdf>
2. Nataliia Hrytsiuk, Tetyana Sak. British startup ecosystem: prospects for Ukraine. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2023. №3(35). С. 14-23. <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023-03-14-23>
3. Милько І.П., Сак Т.В., Савчук Я.О. Інноваційні підходи маркетингу у сфері туризму. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2023. №4 (36). С. 166–173. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023-04-166-173>.
4. Сак Т.В. Маркетинг стартапу: особливості, цифрові інструменти та канали просування. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Том 7, №1. С. 107-119. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/292>.
5. Сак Т.В., Грицюк Н.О. Бізнес-модель стартапу: сутність, види та можливості для застосування. *Науковий вісник Полісся*. 2022. № 1. (24). С. 93-107. URL: <http://nvp.stu.cn.ua/article/view/274379/269522>
6. Сак Т.В., Шостак Л.В., Вознюк Ю.С. Розвиток стартапів в Україні: теоретичні аспекти, тенденції, можливості. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 65. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/65-2022>
7. Сак Тетяна Василівна. Тренінг-курс «Start-up»: курс лекцій. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2022. 43 с.

Інтернет-ресурси

1. GIST community. URL: <https://www.gistnetwork.org/va>.
2. Офіційний сайт мережі академічних стартап-інкубаторів YEP! URL: <http://www.yepworld.org/ua/about/>