

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ А. С. МАКАРЕНКА

ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан фізико-математичного
факультету

Михайло КАЛЕНИК

« 31 » серпня 2023 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

START UP ПРОЄКТУВАННЯ

галузь знань 07 Управління та адміністрування

спеціальність 075 Маркетинг

освітня-програма Маркетинг

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

мова навчання українська

Погоджено науково-методичною комісією
фізико-математичного факультету

« 31 » серпня 2023 р.

Голова ОД

Оксана ОДІНЦОВА, к. фіз.-мат. наук, доц.

Суми – 2023

Розробник:

Наталія ІЛЛЯШЕНКО, доцент кафедри бізнес-економіки та адміністрування
Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка

Робоча програма розглянута та схвалена на засіданні кафедри бізнес-економіки та адміністрування Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка

Протокол № 1 від «29» серпня 2023 р.

Завідувач кафедри

Вікторія БОЖКОВА, д.е.н., професор, професор кафедри бізнес-економіки та адміністрування



Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	бакалавр	Обов'язкова	
		Рік підготовки:	
1-й			
Семестр			
1-й			
Лекції			
34 год.		6 год.	
Практичні, семінарські			
34 год.		8 год.	
Лабораторні			
год.		год.	
Самостійна робота			
80 год.		134 год.	
Консультації:			
2 год.		2 год.	
Загальна кількість годин – 150	Вид контролю: залік		

1. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Start up проектування» є формування у студентів комплексу знань і умінь з започаткування та організації start-up, економічного обґрунтування напрямку його діяльності та забезпечення успішного функціонування.

Завданнями дисципліни є формування у студентів компетенцій, достатніх для виконання комплексних завдань зі створення інноваційного формату підприємницької діяльності start up та управління розвитком новоствореного підприємства.

Предметом навчальної дисципліни «Start up проектування» є загальні закономірності, принципи формування, функціонування та розвитку start up проєктів.

Відповідно до ОПП вивчення навчальної дисципліни передбачає набуття таких компетентностей:

Інтегральна компетентність	ІК. 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	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. ЗК10. Здатність спілкуватися державною та іноземною мовами.

	<p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	<p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>

3. Результати навчання за дисципліною

ПРН 2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності
ПРН 3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу
ПРН9	Оцінювати ризики впровадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень
ПРН10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і не фахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта
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
--------------	--

4. Критерії оцінювання результатів навчання

Шкала ECTS	Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти
A	Оцінки « відмінно » заслуговує відповідь здобувача вищої освіти, який виявляє бездоганні знання матеріалу, повноту аргументації; при цьому також враховується активність здобувача вищої освіти на практичних заняттях, виконання передбаченого програмою обсягу самостійної роботи. Відповіді на теоретичні питання, розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань ґрунтуються на глибокому знанні чинного законодавства, теорії та практики інноваційно-інвестиційних процесів.
B	Оцінки « дуже добре » заслуговує відповідь здобувача вищої освіти, який недостатньо повно та ґрунтовно засвоїв окремі питання робочої програми. Здобувач вищої освіти вміє самостійно викласти зміст основних питань програми навчальної дисципліни, виконав завдання кожної теми та поточного контролю в цілому. Відповіді на питання, розв'язання практичних завдань, висловлення власної думки стосовно дискусійних питань переважно ґрунтуються на знанні чинного законодавства, теорії та практики інноваційно-інвестиційних процесів.
C	Оцінки « добре » заслуговує відповідь здобувача вищої освіти, який недостатньо повно та ґрунтовно засвоїв деякі теми робочої програми, не вміє самостійно викласти зміст деяких питань програми навчальної дисципліни. Окремі завдання кожної теми та поточного контролю в цілому виконав не повністю.
D	Оцінки « задовільно » заслуговує відповідь здобувача вищої освіти, який засвоїв лише окремі теми робочої програми. Не вміє вільно самостійно викласти зміст основних питань навчальної дисципліни, окремі завдання кожної теми поточного контролю не виконав.
E	Оцінки « задовільно » заслуговує відповідь здобувача вищої освіти, який засвоїв лише окремі питання навчальної програми. Не вміє достатньо самостійно викласти зміст більшості питань програми навчальної дисципліни. Виконав лише окремі завдання кожної теми поточного контролю.
FX	Оцінки « незадовільно » заслуговує відповідь, в якій допущені грубі помилки, незнання навчального матеріалу в межах програми навчального курсу; в розкритті змісту категорій здобувач допускає неправильні відповіді або зовсім не відповідає на питання; при цьому також враховується його активність на практичних заняттях, виконання передбаченого програмою обсягу самостійної роботи.
F	Оцінки « незадовільно » заслуговує відповідь здобувача вищої освіти, який мало усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності, робить спробу знайти способи дій, розповісти суть заданого, проте відповідає лише за допомогою викладача на рівні «так» чи «ні», може самостійно знайти в підручнику відповідь. не засвоїв більшості тем навчальної програми не вміє викласти зміст більшості основних питань навчальної дисципліни. Не виконав більшості завдань кожної теми поточного контролю в цілому.

Розподіл балів

	Розділ	Тема	Поточний контроль	Контроль самостійно ї роботи
Поточний контроль	РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК START-UP	Тема 1	5	2
		Тема 2	5	2
		Тема 3	5	2
	РОЗДІЛ 2. ЕТАПИ СТВОРЕННЯ START-UP	Тема 4	5	2
		Тема 5	5	2
		Тема 6	5	2
		Тема 7	5	2
		Тема 8	5	2
		Тема 9	5	2
		Тема 10	5	2
		Тема 11	5	2
		Тема 12	5	2
		Тема 13	5	2
		Тема 14	5	4
Контроль самостійної роботи				30
Поточний контроль			70	
Загальна сума			100	

Результати навчання, здобуті у неформальній та / або інформальній освіті визначаються в системі формальної освіти у процесі опанування навчальної дисципліни в порядку визначеному Положенням про порядок визнання результатів навчання у неформальній та / або інформальній освіті в СумДПУ імені А.С. Макаренка.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену, заліку, курсового проекту (роботи), практики
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	задовільно
60 – 63	E	
35 – 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1 – 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

5. Засоби діагностики результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є:

- усне опитування під час проведення практичних занять;
- проведення поточних письмових самостійних робіт;
- виконання практичних завдань;
- виконання завдань для самостійного опрацювання;
- виконання здобувачами індивідуальних завдань;
- виконання тестових завдань.

6. Програма навчальної дисципліни

6.1. Інформаційний зміст навчальної дисципліни

РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК START-UP

Тема 1. Start-up як інноваційний формат започаткування бізнесу

Сучасні форми ведення інноваційної діяльності. Поняття старт-апу. Історія виникнення страт-апу. Характерні риси старт-апу. Різновиди старт-апів.

Тема 2. Особливості функціонування start-up

Етапи розвитку страт-апу, його життєвий цикл та характерні риси кожної стадії.

Тема 3. Бізнес-моделювання у форматі start-up

Поняття бізнес-моделі, різновиди її концепцій, типології та підходів. Концепція розвитку споживачів: модель Бланка-Дорфа. Модель Остервайлдера. LEAN CANVAS: «ощадливий шаблон» Еша Мауро. Захоплення чистого простору: модель Джонсона. Відкриті інновації: модель Чесбро.

РОЗДІЛ 2. ЕТАПИ СТВОРЕННЯ START-UP

Тема 4. Створення start-up

Ключові стадії створення старт-апу, їх загальна характеристика.

Тема 5. Відбір персоналу до start-up

Команда старт-апу. Підбір персоналу. Вимоги до майбутнього співробітника. Мотивація праці. П'ять типів працівників, які необхідно залучити до команди старт-апу.

Тема 6. Бренд-менеджмент start-up

Модель бренду 5 P: Purpose (мета), Penetration (проникнення), Prominence (популярність), Participation (участь), Portfolios (портфоліо). Модель дифузії інновацій Роджерса. Модель дифузії інновацій Гарднера. Життєвий цикл та ринкова стратегія. Репозиціонування, рестайлінг і ребрендинг.

Тема 7. Позичування start-up

Концепції позиціонування. Депозиціонування. 7 концепцій для позиціонування. Принципи роботи свідомості. Особливості позиціонування стартапу на ринку. Основні кроки до успішного позиціонування.

Тема 8. Залучення капіталу

Джерела фінансування стартапу. Особисті кошти. Кошти знайомих. Краудфандінг. Кредитні кошти. Кошти бізнес-ангелів. Державні кошти. Венчурний фонд.

Тема 9. Побудова партнерства

Основні кроки формування та реалізації партнерства.

Тема 10. Розробка програми лояльності start-up

Поняття лояльності. Мета, формат та розробка концепції програми лояльності. Практичне здійснення програми лояльності. Механізми та інструменти підвищення ефективності й результативності програми лояльності.

Тема 11. Формування програми соціальної відповідальності start-up

Можливості для розвитку соціального підприємництва. Обмеження для розвитку соціального підприємництва.

Тема 12. Інтерактивний маркетинг у форматі start-up

Поняття інтерактивного маркетингу. Можливості інтерактивного маркетингу. Інструменти інтерактивного маркетингу.

Тема 13. Обґрунтування бізнес-плану start-up

Етапи бізнес-планування. Процеси, що лежать в основі бізнес-планування. Основні розділи бізнес-плану.

Тема 14. Презентація start-up та бізнес-плану start-up

Форми презентації бізнес-плану. Поняття пітчу.

6.2. Структура та обсяг навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		Лекції	Практи.	Лаб.	Конс.	Сам.		Лекції	Практи.	Лаб.	Конс.	Сам.
РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК START-UP												
Тема 1. Start-up як інноваційний формат започаткування бізнесу	11	2	2		2	5	12	2				10
Тема 2. Особливості функціонування start-up	9	2	2			5	12	2				10
Тема 3. Бізнес-моделювання у форматі start-up	9	2	2			5	10					10
РОЗДІЛ 2. ЕТАПИ СТВОРЕННЯ START-UP												

Тема 4. Створення start-up	9	2	2			5	12	2				10
Тема 5. Відбір персоналу до start-up	9	2	2			5	10					10
Тема 6. Бренд-менеджмент start-up	9	2	2			5	10					10
Тема 7. Позичування start-up	9	2	2			5	10					10
Тема 8. Залучення капіталу	9	2	2			5	10					10
Тема 9. Побудова партнерства	9	2	2			5	10					10
Тема 10. Розробка програми лояльності start-up	9	2	2			5	10					10
Тема 11. Формування програми соціальної відповідальності start-up	9	2	2			5	12		2			10
Тема 12. Інтерактивний маркетинг у форматі start-up	9	2	2			5	12		2			10
Тема 13. Обґрунтування бізнес-плану start-up	22	6	6			10	12		2			10
Тема 14. Презентація start-up та бізнес-плану start-up	18	4	4			10	8		2		2	4
Разом з дисципліни	150	34	34		2	80	150	6	8		2	134

6.3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
	РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК START-UP		
1	Start-up як інноваційний формат започаткування бізнесу	2	
2	Особливості функціонування start-up	2	
3	Бізнес-моделювання у форматі start-up	2	
	РОЗДІЛ 2. ЕТАПИ СТВОРЕННЯ START-UP		
4	Створення start-up	2	
5	Відбір персоналу до start-up	2	
6	Бренд-менеджмент start-up	2	
7	Позичування start-up	2	
8	Залучення капіталу	2	
9	Побудова партнерства	2	
10	Розробка програми лояльності start-up	2	
11	Формування програми соціальної відповідальності start-	2	2

	ур		
12	Інтерактивний маркетинг у форматі start-up	2	2
13	Обґрунтування бізнес-плану start-up	6	2
14	Презентація start-up та бізнес-плану start-up	4	2
Разом		34	8

7. Рекомендовані джерела інформації

Базова література:

1. Котлер Ф. Десять смертних гріхів маркетингу. Пер. з англ. Н. Палій. Харків: Кн. Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2018. 159 с.
2. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.
3. Менеджмент стартап проектів : підручник для студентів технічних спеціальностей другого (магістерського) рівня вищої освіти / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко та ін.; Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2019. 337 с.
4. Норіцина Н. І. START-UP: створення та функціонування. Тренінг-курс : навч. посібник / Електронний ресурс/ Н. І. Норіцина, В. М. Кужель. – Київ : КНЕУ, 2014. – 300 с.
5. Розробка стартап-проектів: Конспект лекцій [Електронний ресурс] / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, К. О. Копішинська; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: X,XX Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 188 с.
6. Серьогіна Д. О. Тренінг-курс «Start-up» : конспект лекцій для студентів заочної форм навчання освітнього рівня «бакалавр / Д. О. Серьогіна; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 92 с.
7. StartUp проекти та їх оцінювання (StartUp projects and their evaluation): конспект лекцій / Укладач: д.т.н., доц. Поліщук В.В. – Ужгород: 2023. – 70 с.

Додаткова література:

1. Божкова В.В., Башук Т.О. Мерчандайзинг: Навчальний посібник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2017. 125 с, 16 с.
2. Мних О.Б. Взаємодія маркетингового та інноваційного потенціалів як основа зростання ринкової вартості підприємства [колективна монографія] Актуальні проблеми соціально-орієнтованої економіки / за ред. В.В. Прохорової. Харків, 2017. 283-293 с.
3. Прокопенко О.В., Троян М.Ю. Поведінка споживачів: Навч. пос. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 176 с.
4. Процишин Ю.Т. Ефективність використання Е-mail маркетингу. «ЛОГОС. Мистецтво наукової думки». 2019. №5. С. 13–15. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2617-7064/article/view/20>
5. Процишин Ю.Т., Іванечко Н.Р., Крулевський А.В.. Інтернет-маркетинг: email-розсилка в освітній сфері. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. Випуск 3(77), Ч.2, С. 134-142. URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-3-39>

7. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С. Інноваційний капітал і інноваційна культура в управлінні інноваційним розвитком підприємств в умовах технологічних трансформацій. Проблеми економіки. 2023. №1. С. 96-104.

8. Iliashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Iliashenko Nataliia, Golysheva Ievgeniia. Digitalization as a direction of innovative development of Ukrainian universities in the conditions of technological transformations. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2023. № 1. P. 128-138.

9. Iliashenko Sergii, Shypulina Yuliia, Iliashenko Nataliia, Raiko Diana. Management of the innovative development potential of industrial enterprises in the digital economy. Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2022. № 2. С. 97-106.

10. Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко С.М. Маркетингове управління інтелектуальним капіталом підприємства в контексті його інноваційного розвитку. Маркетинг і цифрові технології. 2022. Т 6. № 1. С. 64-78.

Електронні ресурси:

1. <https://startup.ua/ua/startups/>

2. <https://sendpulse.ua/support/glossary/startup>

3.

https://saveukraine.co.ua/?p=16890&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAlcyuBhBnEiwAOGZ2S6WlQM8A4Z-2-MXd6-

[FXuMLASP5UDyF7d76CvaEB4u5h5V9OGSBw4hoC0BwQAvD_BwE](https://saveukraine.co.ua/?p=16890&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAlcyuBhBnEiwAOGZ2S6WlQM8A4Z-2-MXd6-FXuMLASP5UDyF7d76CvaEB4u5h5V9OGSBw4hoC0BwQAvD_BwE)

8. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна (за потребою)

Мультимедійне обладнання в аудиторії для проведення лекційних занять.

Програмне забезпечення (для підтримки дистанційного навчання, Інтернет-опитування та ін.).