



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету економіки і управління

Бондаренко М.І.
(підпис)

« 23 » січня 2021 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Start-up маркетинг

Галузь знань – 07 Управління та адміністрування

Спеціальність – 075 Маркетинг

Рівень вищої освіти – Третій (доктор філософії)

Освітньо-наукова програма – Маркетинг

Обсяг дисципліни – 4 кредити ЄКТС

Мова навчання – українська

Статус дисципліни – вибіркова (поглибленої професійної підготовки)

Факультет – Економіки і управління

Кафедра – Економіки підприємства і підприємництва

Форма навчання	Курс	Семестр	Обсяг дисципліни		Кількість годин					Курсова робота	Форма семестрового контролю	
			Європейські кредити	Години	Аудиторні заняття				Самостійна робота, в т.ч. ІРС		Залік	Іспит
					Разом	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття				
Д	1	2	4	120	54	36		18	66	-	+	
З	1	2	4	120	14	8		4	108	-	+	

Робоча програма складена на основі освітньої-наукової програми підготовки доктора філософії зі спеціальності «Маркетинг»

Програма складена

Підпис

д.е.н., проф. М.В. Диха
Ініціали, прізвище викладача(ів)

Схвалена на засіданні кафедри Економіки підприємства і підприємництва

Протокол № 5 від 22 січня 2021 р.

Зав. кафедри економіки підприємства і підприємництва

Підпис

проф. В.В. Лук'янова
Ініціали, прізвище



Робоча програма розглянута та схвалена вченою радою факультету економіки і управління

/ Голова Вченої ради факультету

Підпис

М.І. Бондаренко
Ініціали, прізвище

2. ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Посада	Назва факультету	Підпис	Ініціали, прізвище
Завідувач кафедри маркетингу і торговельного підприємництва, д.е.н., професор	Факультет економіки і управління		С.В. Ковальчук
Гарант освітньо-наукової програми, д.е.н., професор	Факультет економіки і управління		С.В. Ковальчук
Зав. аспірантури та докторантури			В.І. Петяк

3. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Актуальність та необхідність вивчення дисципліни «Start-up маркетинг» зумовлена тим, що трендовість запитів на «стартапи» потребує знань і вмінь щодо успішної реалізації стартап-ідеї, спираючись на ефективний маркетинговий комплекс, реалізуючи продуману маркетингову політику, застосовуючи дієві маркетингові інструменти. У сучасному суспільстві затребуваності креативних бізнес-ідей відчувається гостра нестача фахівців, експертів, які володіють підходами до створення стартапа, мають навички та вміння оцінювати перспективність бізнес-ідей, реалізовувати підходи щодо їх втілення, формувати ефективний маркетинговий комплекс для успішної реалізації бізнес-ідей.

Відповідно до освітньої наукової програми із спеціальності 075 «Маркетинг» дисципліна має забезпечити:

- **компетентності:** Здатність розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. Здатність працювати в міжнародному контексті. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з маркетингу та суміжних галузей. Здатність усно та письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок. Здатність критичного переосмислення сучасної теорії, методології та практики маркетингу для проведення власних оригінальних наукових досліджень.

- **програмні результати навчання:** Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями та нефахівцями результати наукові та прикладні проблеми сучасного маркетингу. Представляти результати самостійних оригінальних наукових досліджень, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших. Здійснювати самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей економіки, управління та адміністрування з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів.

Мета дисципліни. Формування на основі інтеграції виробництва, освіти і науки ефективної системи підготовки наукових кадрів, здатних продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми маркетингу через здійснення дослідницької інноваційної діяльності, результати якої мають теоретичне і практичне значення.

Предмет дисципліни. Формування у здобувачів системи спеціальних знань та навичок про науково-теоретичні основи, методологічні й організаційні підходи щодо створення стартапів, їх втілення та супровід/функціонування.

Завдання дисципліни. Формування системного бачення теоретико-методологічних та практичних основ стартап-маркетингу. Опанування здобувачами понятійно-термінологічним апаратом, сутністю і підходами до створення стартапів; особливостями процесу пошуку бізнес-ідей; основами бізнес-планування та призначення бізнес-плану стартапа, вимогами до підготовки бізнес-пропозицій, представлення інвесторам; формування ефективного маркетингового комплексу стартапа (товарної політики, цінової політики, політики розподілу та просування товарів чи послуг); формування умінь і навичок щодо побудови команди, організації її ефективної роботи, в т.ч. через вміння застосування принципів корпоративної культури; оволодіння навичками залучення джерел фінансування стартапів, здійснення ефективного управління стартапом, розуміння основ фінансового обліку та права стартапів.

Результати навчання: Здобувач вищої освіти, який успішно завершив вивчення дисципліни, має: *демонструвати* системність наукового світогляду, *аналізувати та*

синтезувати інформацію з різних джерел, абстрактно мислити; *здійснювати* самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей економіки та управління з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів; *представляти* результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності; вільно презентувати та обговорювати з фахівцями та нефахівцями наукові результати та стартап проекти; *володіти* категоріальним апаратом щодо стартап маркетингу та концептуальними підходами формування ефективного маркетингового комплексу; *застосовувати* передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій; отримані знання у науковій та педагогічній діяльності; а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.

**4. СТРУКТУРА ЗАЛІКОВИХ КРЕДИТІВ ДИСЦИПЛІНИ
«Start-up маркетинг»**

Назва теми	Кількість годин, відведених на					
	Денна форма			Заочна форма		
	лекції	Практичні заняття	СР	лекції	Практичні заняття	СР
Змістовий модуль 1. Теоретико-концептуальні основи створення стартапа, команда пошуку ідеї та досягнення цілей						
Тема 1. Стартап: сутність і підходи до створення	2	2	5	2	2	8
Тема 2. Пошук бізнес-ідей	2	2	5			8
Тема 3. Бізнес-планування	4	2	6			10
Тема 4. Побудова команди	2	2	5	2		8
Тема 5. Керівник. Навики лідера	2	2	5			8
Тема 6. Корпоративна культура	2		5			8
Змістовий модуль 2. Маркетинговий комплекс, інвестування та супровід стартапа						
Тема 7. Товарна політика стартапа	4	2	6	2	2	9
Тема 8. Цінова стартап-політика	4		6			9
Тема 9. Збутова стартап-політика	4	2	6			9
Тема 10. Політика стартап-просування	4		6			9
Тема 11. Інвестування стартапів	2	2	5	2		10
Тема 12. Основи фінансового обліку та права стартапів	4	2	6			12
Разом за 2 семестр	36	18	66	8	4	108

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

5.1. Зміст лекційного курсу

Номер лекції	Перелік тем лекцій, їх анотації	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Теоретико-концептуальні основи створення стартапа, команда пошуку ідеї та досягнення цілей		
1	Тема 1. Стартап: сутність і підходи до створення. Сутність стартапа та основи його розробки. Підходи до створення стартапа. Літ.: [3; 4; 9; 15; 16].	2
2	Тема 2. Пошук бізнес-ідей. Джерела ідей для бізнесу. Властивості бізнес-ідей. Оцінювання перспективності бізнес-ідей та помилки при їх пошуку. Літ.: [3; 4; 9; 15; 16].	2
3	Тема 3. Бізнес-планування. Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану. Технологія розробки бізнес-плану. Зміст основних розділів бізнес-плану. Літ.: [3; 4; 5; 6; 9; 15; 16].	2
4	Тема 3. Бізнес-планування. Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану. Технологія розробки бізнес-плану. Зміст основних розділів бізнес-плану. Літ.: [3; 4; 5; 6; 9; 15; 16].	2
5	Тема 4. Побудова команди. Поняття «команда» і «група». Типи команд. Рольові функції в команді. Формування команди. Правила побудови успішної команди. Етапи побудови команди. Фактори, що визначають ефективність досягнення цілей команди. Літ.: [1; 6; 7; 11; 16].	2
6	Тема 5. Керівник. Навики лідера. Керівник і лідер: характерні особливості. Якості, властиві лідеру. Як розвинути лідерські якості. Фактори результативності керівника-лідера. Літ.: [1; 6; 7; 11; 16].	2
7	Тема 6. Корпоративна культура. Корпоративна культура: сутність і вплив на розвиток підприємства. Формування корпоративної культури. Принципи корпоративної культури. Види корпоративної культури. Зміна корпоративної культури. Способи передачі корпоративної культури. Літ.: [1; 6; 7; 11; 16].	2
Змістовий модуль 2. Маркетинговий комплекс, інвестування та супровід стартапа		
8	Тема 7. Товарна політика стартапа. Процес розробки нових товарів/послуг. Товарна політика. Етапи життєвого циклу товару. Управління конкурентоспроможністю товару. Літ.: [2; 3; 4; 6; 12; 13; 16].	2
9	Тема 7. Товарна політика стартапа. Процес розробки нових товарів/послуг. Товарна політика. Етапи життєвого циклу товару. Управління конкурентоспроможністю товару. Літ.: [2; 3; 4; 6; 12; 13; 16].	2

10	Тема 8. Цінова стартап-політика. Цінова політика. Цілі ціноутворення. Чинники ціноутворення. Етапи процесу ціноутворення. Літ.: [2; 3; 4; 6; 12; 13; 16].	2
11	Тема 8. Цінова стартап-політика. Цінова політика. Цілі ціноутворення. Чинники ціноутворення. Етапи процесу ціноутворення. Літ.: [2; 3; 4; 6; 12; 13; 16].	2
12	Тема 9. Збутова стартап-політика. Збутова політика. Канали розподілу. Функції каналів розподілу. Угоди. Логістика. Обслуговування. Стратегія комунікації в системі розподілу. Процес товароруху. Літ.: [2; 3; 4; 6; 14; 16].	2
13	Тема 9. Збутова стартап-політика. Збутова політика. Канали розподілу. Функції каналів розподілу. Угоди. Логістика. Обслуговування. Стратегія комунікації в системі розподілу. Процес товароруху. Літ.: [2; 3; 4; 6; 14; 16].	2
14	Тема 10. Політика стартап-просування. Цілі та засоби комунікаційної політики. Процес вивору комплексу просування. Стимулювання збуту. Реклама: цілі, види, засоби. Паблік рилейшинз та інші засоби комплексу маркетингових комунікацій. Літ.: [2; 3; 4; 6; 14; 16].	2
15	Тема 10. Політика стартап-просування. Цілі та засоби комунікаційної політики. Процес вивору комплексу просування. Стимулювання збуту. Реклама: цілі, види, засоби. Паблік рилейшинз та інші засоби комплексу маркетингових комунікацій. Літ.: [2; 3; 4; 6; 14; 16].	2
16	Тема 11. Інвестування стартапів. Стартапи як об'єкти для інвестування. Основні джерела інвестування стартапів. Літ.: [3; 4; 6; 8; 10; 16].	2
17	Тема 12. Основи фінансового обліку та права стартапів. Фінансовий облік, його предмет і метод, принципи ведення. Регламентування та організація бухгалтерського (фінансового) обліку на підприємстві. Формування облікової політики підприємства. Нормативно-правова база ведення діяльності стартапів. Літ.: [3; 6; 9; 15; 16].	2
18	Тема 12. Основи фінансового обліку та права стартапів. Фінансовий облік, його предмет і метод, принципи ведення. Регламентування та організація бухгалтерського (фінансового) обліку на підприємстві. Формування облікової політики підприємства. Нормативно-правова база ведення діяльності стартапів. Літ.: [3; 6; 9; 15; 16].	2
Разом за 2 семестр		36

Перелік оглядових лекцій для здобувачів заочної форми навчання

Номер лекції	Перелік тем лекцій, їх анотації	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Теоретико-концептуальні основи створення стартапа, команда пошуку ідеї та досягнення цілей		
1	<p>Теми 1-3. Теоретико-концептуальні основи створення стартапа. Сутність стартапа та основи його розробки. Підходи до створення стартапа. Джерела ідей для бізнесу. Властивості бізнес-ідеї. Оцінювання перспективності бізнес-ідей та помилки при їх пошуку. Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану. Технологія розробки бізнес-плану. Зміст основних розділів бізнес-плану. Літ.: [3; 4; 9; 5; 6; 9; 15; 16].</p>	2
2	<p>Тема 4-6. Команда пошуку ідеї та досягнення цілей. Поняття «команда» і «група». Типи команд. Рольові функції в команді. Формування команди. Правила побудови успішної команди. Етапи побудови команди. Фактори, що визначають ефективність досягнення цілей команди. Керівник і лідер: характерні особливості. Якості, властиві лідеру. Як розвинути лідерські якості. Фактори результативності керівника-лідера. Корпоративна культура: сутність і вплив на розвиток підприємства. Формування корпоративної культури. Принципи корпоративної культури. Види корпоративної культури. Зміна корпоративної культури. Способи передачі корпоративної культури. Літ.: [1; 6; 7; 11; 16].</p>	2
Змістовий модуль 2. Маркетинговий комплекс, інвестування та супровід стартапа		
3	<p>Теми 7-10. Маркетинговий комплекс стартапа. Процес розробки нових товарів/послуг. Товарна політика. Етапи життєвого циклу товару. Управління конкурентоспроможністю товару. Цінова політика. Цілі ціноутворення. Чинники ціноутворення. Етапи процесу ціноутворення. Збутова політика. Канали розподілу. Функції каналів розподілу. Угоди. Логістика. Обслуговування. Стратегія комунікації в системі розподілу. Процес товароруку. Цілі та засоби комунікаційної політики. Процес вивору комплексу просування. Стимулювання збуту. Реклама: цілі, види, засоби. Паблік рилейшинз та інші засоби комплексу маркетингових комунікацій. Літ.: [2; 3; 4; 6; 11; 12; 13; 14; 16].</p>	2
5	<p>Теми 11-12. Інвестування та супровід стартапа. Стартапи як об'єкти для інвестування. Основні джерела інвестування стартапів. Фінансовий облік, його предмет і метод, принципи ведення. Регламентування та організація бухгалтерського (фінансового) обліку на підприємстві. Формування облікової політики підприємства. Нормативно-правова база ведення діяльності стартапів. Літ.: [3; 4; 6; 8; 9; 10; 15; 16].</p>	2
Разом за 2 семестр		8

5.2. Зміст практичних (семінарських) занять
Перелік практичних занять для здобувачів денної форми навчання

Номер п/п	Теми практичних занять	Кількість годин
1	Тема 1. Стартап: сутність і підходи до створення. Літ.: [3; 4; 9; 15; 16].	2
2	Тема 2. Пошук бізнес-ідей. Літ.: [3; 4; 9; 15; 16].	2
3	Тема 3. Бізнес-планування. Літ.: [3; 4; 5; 6; 9; 15; 16].	2
4	Тема 4. Побудова команди. Літ.: [1; 6; 7; 11; 16].	2
5	Теми 5-6. Керівник, навички лідера. Корпоративна культура. Літ.: [1; 6; 7; 11; 16].	2
6	Теми 7-8. Товарна та цінова політика стартапа. Літ.: [2; 3; 4; 6; 12; 13; 16].	2
7	Теми 9-10. Збутова стартап-політика та політика стартап-просування. Літ.: [2; 3; 4; 6; 14; 16].	2
8	Тема 11. Інвестування стартапів. Літ.: [3; 4; 6; 8; 10; 16].	2
9	Тема 12. Основи фінансового обліку та права стартапів. Літ.: [3; 6; 9; 15; 16].	2
Разом за 2 семестр		18

Перелік практичних занять для здобувачів заочної форми навчання

Номер п/п	Теми практичних занять	Кількість годин
1	Теми 1-6. Теоретико-концептуальні основи створення стартапа, команда пошуку ідеї та досягнення цілей. Літ.: [1; 3; 4; 5; 6; 7; 9; 11; 15; 16].	2
2	Теми 7-12. Маркетинговий комплекс, інвестування та супровід стартапа. Літ.: [2; 3; 4; 6; 9; 12; 13; 14; 15; 16].	2
Разом		4

5.3. Зміст самостійної (у т.ч. індивідуальної) роботи

Самостійна робота здобувачів денної форми навчання включає систематичне опрацювання програмного матеріалу, підготовку до практичних занять, підготовку до тестування, виконання ІДЗ, підготовку до заліка.

Індивідуальне домашнє завдання здобувачів включає написання реферату (1-ша частина) та пошук бізнес-ідеї, презентацію бізнес-ідеї стартапа – на 16-му тижні, але не пізніше 18-го тижня навчання (2-а частина ІДЗ). Здобувачі самостійно або за орієнтованою тематикою обирають напрям індивідуального завдання. Методичні вказівки підготовки ІДЗ викладені в Інформаційній системі університету: <https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=7426>.

Зразок варіанта ІДЗ

1. Діяльність венчурних інвестиційних фондів в Україні та їх роль у фінансуванні стартапів.

2. Практичне завдання – пошук бізнес-ідеї стартапа. Презентація бізнес-ідеї стартапа.

Зміст самостійної (індивідуальної) роботи здобувачів денної форми навчання по тижнях навчання представлено нижче.

Зміст самостійної роботи здобувачів денної/заочної форм навчання

Номер тижня	Зміст самостійної (індивідуальної) роботи	Кількість годин
1	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 1, підготовка до практичного заняття. Вибір теми індивідуального навчально-дослідницького завдання.	5/8
2	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 2, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	5/8
3	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 3, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	3/5
4	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 3, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	3/5
5	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 4, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	5/8
6	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 5, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	5/8
7	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 6, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ. Узагальнення знань по темах 1-6. Підготовка до тестування по темах 1-6.	5/8
8	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 7, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	3/5
9	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 7, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	3/4
10	Опрацювання лекційного матеріалу по темі 8, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	3/5
11	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 8, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	3/4
12	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 9, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	3/5
13	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 9, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	3/4
14	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 10, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	3/5
15	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 10, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ.	3/4
16	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 11, підготовка до практичного заняття. Робота над ІДЗ. Представлення /презентація ІДЗ.	5/10
17	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 12, підготовка до практичного заняття.	3/6
18	Опрацювання теоретичного матеріалу по темі 12, підготовка до практичного заняття. Узагальнення знань по темах 7-12. Підготовка до тестування по темах 7-12.	3/6
Разом		66/108

Керівництво самостійною роботою здійснює викладач згідно з розкладом консультацій.

6. ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Процес навчання з дисципліни ґрунтується на використанні традиційних та сучасних технологій, зокрема: лекції проводяться з використанням науково-теоретичних методів, на основі словесних, наочних методів, а також таких продуктивних методів навчання як дослідницький, евристичні бесіди, проблемне навчання тощо. У ході практичних занять у навчальному процесі використовуються емпіричні методи, методи спостережень, гіпотези та припущення, графічний метод, ігрові методи, імітаційні тренінги, ігрове проектування, кейси та розгляд ситуацій, а також активні неімітаційні методи навчання (дискусії), і, звичайно, інформаційні технології, що базуються на використанні Інтернет. При організації самостійної роботи в частині написання індивідуального домашнього завдання використовуються дослідницькі, розрахунково-аналітичні та графічні методи з подальшим захистом.

Вивчаючи дисципліну, здобувачі, крім лекційного матеріалу, мають використовувати додаткову навчальну і спеціальну літературу, рекомендовану програмою курсу, спиратися на законодавчу базу України та урядові інструктивні матеріали.

7. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Поточний контроль знань здобувача здійснюється під час проведення занять, а також у дні проведення контрольних заходів за видами:

– усне опитування, що дає можливість з'ясувати рівень засвоєння теоретичного матеріалу з тем дисциплін, рівень опанування теоретичних основ здобувачами, який дозволить їм вирішувати практичні завдання;

– участь здобувачів у дискусіях, розгляді ситуацій, кейсів, їх активність та вміння аналізувати, систематизувати та вирішувати імітаційні завдання;

– тестовий контроль (виконується у модульному середовищі), який дає можливість перевірити чіткість засвоєння ключових понять, визначень та характеристик по кожній з тем дисципліни, тобто рівень засвоєння теоретичного матеріалу;

– захист / презентація індивідуального завдання.

При виведенні підсумкової семестрової оцінки (заліка) враховуються результати усіх форм контролю (усного опитування, результати тестових контролів, рівень виконання та захисту ІДЗ) з урахуванням вагових коефіцієнтів за видами та здійснюється адаптація національної чотирибальної шкали оцінювання до шкали оцінювання ЄКТС.

8. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ З ДИСЦИПЛІНИ «START-UP МАРКЕТИНГ»

Оцінювання академічних досягнень здобувача здійснюється відповідно до «Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ». Кожний вид роботи з дисципліни оцінюється за інституційною чотирибальною шкалою. Семестрова підсумкова оцінка визначається як середньозважена з усіх видів навчальної роботи, виконаних і зданих позитивно з урахуванням коефіцієнта вагомості. Вагові коефіцієнти змінюються залежно від структури дисципліни і важливості окремих видів її робіт.

Оцінювання знань, умінь і навичок здобувачів враховує види занять, передбачених робочим навчальним планом дисципліни, який передбачає лекційні заняття, практичні заняття, самостійну роботу студентів, контрольні зрізи оцінювання засвоєння матеріалу студентами.

Оцінювання знань студентів проводиться за такими критеріями:

- розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядається;
- ступінь засвоєння фактичного матеріалу курсу; вільне володіння здобувачем спеціальною термінологією і уміння професійно обґрунтувати прийняті рішення;
- обізнаність з основною та додатковою літературою з питань, що розглядаються;
- уміння поєднувати теорію з практикою при розгляді ситуацій, виконанні завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- логіка, структура, стиль викладу матеріалу при виступах на заняттях, вміння захищати свою позицію та здійснювати узагальнення інформації, отриманої з доповідей інших осіб.

Пропущене заняття здобувач зобов'язаний відпрацювати у встановлений викладачем термін з реєстрацією у відповідному журналі, але не пізніше, ніж за два тижні до кінця теоретичних занять

у семестрі. Засвоєння здобувачем теоретичного матеріалу з дисципліни оцінюється тестуванням. Виконання індивідуального завдання завершується його презентацією у терміни, встановлені графіком самостійної роботи. Тобто, своєчасний захист презентацій.

Оцінювання знань здобувачів здійснюється за такими критеріями:

Оцінка за інституційною шкалою	Узагальнений критерій оцінювання
Відмінно	Здобувач вищої освіти глибоко і у повному обсязі опанував зміст навчального матеріалу, легко в ньому орієнтується і вміло використовує понятійний апарат; вміє пов'язувати теорію з практикою, вирішувати практичні завдання, впевнено висловлювати і обґрунтовувати свої судження. Відмінна оцінка передбачає логічний виклад відповіді державною мовою (в усній або у письмовій формі), демонструє якісне оформлення роботи і володіння спеціальними приладами та інструментами. Здобувач вищої освіти не вагається при видозміні запитання, вміє робити детальні та узагальнюючі висновки. При відповіді допустив дві-три несуттєві похибки.
Добре	Здобувач вищої освіти виявив повне засвоєння навчального матеріалу, володіє понятійним апаратом, орієнтується у вивченому матеріалі; свідомо використовує теоретичні знання для вирішення практичних задач; виклад відповіді грамотний, але у змісті і формі відповіді можуть мати місце окремі неточності, нечіткі формулювання правил, закономірностей тощо. Відповідь здобувача вищої освіти будується на основі самостійного мислення. Здобувач вищої освіти у відповіді допустив дві-три несуттєві помилки.
Задовільно	Здобувач вищої освіти виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та практичної діяльності за професією, справляється з виконанням практичних завдань, передбачених програмою. Як правило, відповідь здобувача вищої освіти будується на рівні репродуктивного мислення, здобувача вищої освіти має слабкі знання структури дисципліни, допускає неточності і суттєві помилки у відповіді, вагається при відповіді на видозмінене запитання. Разом з тим, набув навичок, необхідних для виконання нескладних практичних завдань, які відповідають мінімальним критеріям оцінювання і володіє знаннями, що дозволяють йому під керівництвом викладача усунути неточності у відповіді.
Незадовільно	Здобувач вищої освіти виявив розрізнені, безсистемні знання, не вміє виділяти головне і другорядне, допускається помилок у визначенні понять, перекручує їх зміст, хаотично і невпевнено викладає матеріал, не може використовувати знання при вирішенні практичних завдань. Як правило, оцінка «незадовільно» виставляється здобувачу вищої освіти, який не може продовжити навчання без додаткової роботи з вивчення дисципліни.

Структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання здобувачів денної форми навчання за ваговими коефіцієнтами

Аудиторна робота	Контрольні заходи		Самостійна, індивідуальна робота	Семестровий контроль (залік)
Практичні заняття	Тестовий контроль		ІДЗ	За рейтингом
Теми: 1-12	ТК 1 1-6	ТК 2 7-12	Теоретична та практична складові	1
ВК: 0,4	0,2		0,4	-

Структурування дисципліни за видами робіт і оцінювання результатів навчання здобувачів заочної форми навчання за ваговими коефіцієнтами

Аудиторна робота	Контрольні заходи		Самостійна, індивідуальна робота	Семестровий контроль (залік)
Практичні заняття	Підсумкове тестування		ІДЗ	За рейтингом
Теми: 1-12	0,4		ІЗ (якість виконання та захист)	1
ВК: 0,2			0,4	-

Умовні позначення: ВК – ваговий коефіцієнт.

Методичні вказівки до виконання індивідуального завдання з дисципліни викладені у модульному середовищі <https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=7426>.

Оцінювання тестових завдань

Тематичний тест для кожного здобувача складається з двадцяти п'яти завдань, кожне з яких оцінюється одним балом. Максимальна сума балів, яку може набрати здобувач, складає 25.

Оцінювання здійснюється за чотирибальною шкалою.

Відповідність набраних балів за тестове завдання оцінці, що виставляється здобувачеві, подана у наведеній нижче таблиці.

Сума балів за тестове завдання	1–13	14–16	17–22	23–25
Оцінка	2	3	4	5

Тестування здобувач проходить в он-лайн режимі у модульному середовищі для навчання MOODLE. У системі здобувач має можливість контролювати час, відведений на тестування, тобто йде зворотний відлік відведеного часу в залежності від кількості тестових завдань у відповідному тестовому контролі. На тестування відводиться 25 хвилин.

За негативної оцінки тестування, здобувач має перездати тест в установленому порядку, але обов'язково до терміну наступного контролю.

Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС наведені у таблиці.

Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Інституційна інтервальна шкала балів	Вітчизняна оцінка, критерії	
A	4,75–5,00	зараховано	Відмінно – глибоке і повне опанування навчального матеріалу і виявлення відповідних умінь та навичок
B	4,25–4,74		Добре – повне знання навчального матеріалу з кількома незначними помилками
C	3,75–4,24		Добре – в загальному правильна відповідь з двома-трьома суттєвими помилками
D	3,25–3,74		Задовільно – неповне опанування програмного матеріалу, але достатнє для практичної діяльності за професією
E	3,00–3,24		Задовільно – неповне опанування програмного матеріалу, що задовольняє мінімальні критерії оцінювання
FX	2,00–2,99	незараховано	Незадовільно – безсистемність одержаних знань і неможливість продовжити навчання без додаткових знань з дисципліни
F	0,00–1,99		Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота і повторне вивчення дисципліни

Залік виставляється при отриманні здобувачем з дисципліни від 3,00 до 5,00 балів. При цьому за вітчизняною шкалою ставиться «зараховано», а за шкалою ЄКТС – позначення оцінки літерою, що відповідає набраній кількості балів відповідно до таблиці Співвідношення.

9. ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

1. Що Ви розумієте під стартапом?
2. Які умови створення стартапів в Україні?
3. З чого почати при створенні стартапа?
4. Сутність концепції «економічний стартап».
5. Які основні елементи, що визначають успіх (провал) стартапа?
6. Які ключові фактори успіху стартапа?
7. Які джерела ідей для бізнесу?
8. Охарактеризуйте основні властивості бізнес-ідей.
9. Які основні помилки при пошуку ідей для бізнесу?
10. Підходи до оцінювання перспективності бізнес-ідей.
11. Що таке бізнес-план?
12. Які етапи бізнес-планування?
13. Які завдання бізнес-плану?

14. Технологія розробки бізнес-плану.
15. Які розділи бізнес-плану?
16. Мета та характеристика розділів бізнес-плану.
17. Поняття «команда» і «група». Які основні відмінності між ними?
18. Які основні ознаками команди?
19. Які різновиди команд?
20. Рольові функції в команді. Які ролі в команді виділяє М. Белбін?
21. Які правила побудови успішної команди?
22. Характеристика етапів побудови команди.
23. Які види конфліктів імовірні в команді?
24. Які фактори визначають ефективність досягнення цілей команди?
25. Керівник і лідер: характерні особливості
26. Які якості, властиві лідеру?
27. Як розвинути лідерські якості?
28. Які фактори визначають результативність керівника-лідера?
29. Якими здібностями має володіти керівник для ефективної роботи?
30. Які якості необхідні керівнику для ефективної роботи?
31. Які характерні риси діяльності ефективного керівника?
32. Які вимоги до психологічних якостей керівника-лідера у взаємовідносинах з підлеглими?
33. Сутність корпоративної культури.
34. Складові корпоративної культури.
35. Які функції виконує корпоративна культура?
36. Які джерела формування корпоративної культури?
37. Які критерії формування корпоративної культури сучасної організації?
38. Які шляхи формування корпоративної культури?
39. Які складові елементи корпоративної культури?
40. Етапи формування корпоративної культури.
41. Які інструменти формування та розвитку культури?
42. Принципи корпоративної культури.
43. Види корпоративної культури.
44. Які фактори впливають на зміну корпоративної культури?
45. Які способи передачі корпоративної культури?
46. Які елементи маркетингового комплексу?
47. Які фактори впливають на виробництво нових товарів?
48. Що Ви розумієте під «новим товаром»?
49. Які товари відносяться до «нових»?
50. Які правила успішного входження на ринок товарів та причини невдач?
51. Етапи розробки нового товару.
52. Які методи генерації ідей для розробки нового товару?
53. Які методи оцінки/відбору нових ідей?
54. Поняття ціни товару.
55. Процес ціноутворення.
56. Які функції ціни?
57. Які методи ціноутворення?
58. Стратегічні цілі цінової політики.
59. Тактичні заходи цінової політики.
60. Розподіл. Завдання політики розподілу.
61. Канали розподілу та їх характеристики.
62. Функції збуту.
63. Типи посередників збуту.
64. Поняття товароруху або маркетинг-логістики.
65. Форми просування продукції. Їх характеристика.
66. Яку інформацію потрібно надати потенційному інвестору?

67. Які основні джерела інвестування стартапів?
68. Що таке венчурний інвестиційний фонд?
69. Як працюють бізнес-ангели?
70. Дайте характеристику краудфандингу.
71. Важливі види нефінансової підтримки стартапа.
72. Сутність фінансового обліку
73. Які особливості фінансового обліку?
74. Які принципи побудови фінансового обліку на підприємстві?
75. Яким вимогам має відповідати фінансовий облік?
76. Мета, предмет, об'єкт фінансового обліку?
77. Які елементи методу фінансового обліку? Їх характеристика.
78. Яким чином здійснюється регулювання фінансового обліку?
79. Яка нормативно-правова база ведення діяльності стартапів та інвестиційної діяльності в Україні?

10. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Навчальний процес з дисципліни «Start-up маркетинг» забезпечений необхідними навчально-методичними матеріалами.

Зокрема, усі необхідні матеріали (лекційні матеріали, завдання до практичних занять, завдання для самостійної роботи, методичні вказівки для виконання завдань) для здобувачів денної і заочної форм навчання викладені в модульному середовищі для навчання:

Диха М.В. Start-up маркетинг. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=7426>.

Також підготовлено необхідні роздаткові матеріали (задачі до розв'язання на практичних заняттях, опис ситуацій до обговорення), які видаються здобувачам на заняттях.

11. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом: підручник для студ. вищ. навч. закл. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 468 с.
2. Ковальчук С.В. Маркетинг: навчальний посібник / С.В. Ковальчук, В.Л. Карпенко, Л.М. Коваль, Р.В. Бойко, Л.А. Бичікова та ін.; [за ред. Ковальчук С.В.]. – Львів: Новий Світ – 2000, 2018. – 679 с.
3. Купер Б. Стартап вокруг клиента. Как построить бизнес правильно с самого начала / Б. Купер, П. Власковиц; пер. с англ. – М.: 2012. – 68 с.
4. Рис Э. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели: пер. с англ. – 2-е изд. / Э. Рис. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 253 с.
5. How to Create a Marketing Plan for Startups. [Електронний ресурс]. Доступ до ресурсу: <https://www.business.com/articles/startup-killer-marketing-plan/>
6. Osterwalder A. Business model generation / A. Osterwalder. [Електронний ресурс]. Доступ до ресурсу: <http://www.alexosterwalder.com/books.html>

Додаткова

7. Диха М.В. Інтелектуальний капітал у системі забезпечення інноваційного розвитку країни / М.В. Диха // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2019. – № 6. – С. 45–49.
8. Диха М.В. Стан венчурного підприємництва в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення / М.В. Диха, О.О. Лабунець, В.О. Лабунець // Науковий журнал «Економіка і фінанси». – 2017. – № 10. – С. 31–40.
9. Лучшие стартапы: маркетинг изнутри. [Електронний ресурс]. Доступ до ресурсу: <https://www.mind-arts.tech/ru/best-startups-2/>
10. Dykha Mariia V. Business angels as an alternative to financial support at the early stages of small businesses' life cycle / Nataliya Pedchenko, Victoria Strilec, Galina M. Kolisnyk, Mariia V. Dykha, Serhiy Frolov // Investment Management and Financial Innovations. – 2018. – Volume 15, Issue 1. – P. 166–179. Retrieved from: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.15\(1\).2018.15](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.15(1).2018.15)

11. Dykha Mariia. Management of Corporate Social Activity in the Organization / Mariia Dykha, Yuliia Cheban, Olena Bilyk, Zinoviy Siryk, Olena Khytra and Alla Dudnyk // International Journal of Management. – May 2020. – Volume 11, Issue 5. – pp. 97–107. DOI: 10.34218/IJM.11.5.2020.010

12. Dykha Mariya V. Applying Dynamic Programming Method to Solving the Problem of Optimal Allocation of Funds between Projects / Hrypynska Nadezhda V., Dykha Mariya V., Korkuna Natalya M., Tsehelyk Hryhoriy H. // Journal of Automation and Information Sciences. – 2020. – 52 (1), pp. 56-64. DOI: 10.1615/JAutomatInfScien.v52.i1.60

13. Dykha M. Optimization of the production plan by three-criterion modeling / M. Dykha, N. Hrypynska, H. Tsehelyk, M. Marko // Technology audit and production reserves. – 2019. – VOL 5, NO 4 (49). – P. 40–45. DOI: 10.15587/2312-8372.2019.181104

14. Dykha Mariia V. Modeling the influence of economic factors on the management of business processes of cluster association enterprises / Mykhaylo Voynarenko, Mariia V. Dykha, Viktoriya V. Hurochkina, Olena M. Menchynska // Espacios. – 2020. – Volume 41. – Issue 12. – P. 17.

15. Startup Marketing Strategy: 18 Ideas and Tactics That Actually Work. [Електронний ресурс]. Доступ до ресурсу: <https://blog.hubspot.com/marketing/startup-marketing>

12. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

16. Модульне середовище для навчання. [Електронний ресурс]. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=7426>.

17. Модульний курс для дистанційної форми навчання / М.В. Диха // [Електронний ресурс]. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1413&lng=1

18. Електронна бібліотека університету. [Електронний ресурс]. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php/f/page_lib.php.

19. Репозитарій ХНУ. [Електронний ресурс]. Доступ до ресурсу: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/simple-search?filterquery=Диха%2C+М.В.&filtername=author&filtertype>equals>

Опис дисципліни (анотація)

Тип дисципліни	Вибіркова
Рівень вищої освіти	Третій (доктор філософії)
Мова викладання	Українська
Семестр	Другий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	4,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна / заочна

Результати навчання: Здобувач вищої освіти, який успішно завершив вивчення дисципліни, має: *демонструвати* системність наукового світогляду, *аналізувати та синтезувати* інформацію з різних джерел, абстрактно мислити; *здійснювати* самостійні дослідження наукового і прикладного характеру в сфері маркетингу чи на межі предметних галузей економіки та управління з метою встановлення траєкторії розвитку реальних ринкових процесів і поведінки ринкових суб'єктів; *представляти* результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності; вільно презентувати та обговорювати з фахівцями та нефахівцями наукові результати та стартап проекти; *володіти* категоріальним апаратом щодо стартап маркетингу та концептуальними підходами формування ефективного маркетингового комплексу; *застосовувати* передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій; отримані знання у науковій та педагогічній діяльності; а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.

Зміст навчальної дисципліни: Теоретико-методологічні та практичні основи стартап-маркетингу. Понятійно-термінологічний апарат, сутність і підходи до створення стартапів. Пошук бізнес-ідей, особливості процесу пошуку бізнес-ідей. Бізнес-планування та призначення бізнес-плану стартапа. Побудова команди, її ефективність. Результативність керівника-лідера. формування умінь і навичок щодо побудови команди, організації її ефективної роботи, у т.ч. через вміння застосування принципів корпоративної культури. Маркетинговий комплекс стартапа. Формування ефективного маркетингового комплексу стартапа (товарної політики, цінової політики, політики розподілу та просування товарів чи послуг). Інвестування стартапів. Вимоги до підготовки бізнес-пропозицій, представлення інвесторам. Оволодіння навичками залучення джерел фінансування стартапів, здійснення ефективного управління стартапом. Розуміння основ фінансового обліку та права стартапів.

Запланована навчальна діяльність: лекції - 36 год., практичні заняття - 18 год., самостійна робота - 66 год., разом 120 год.

Методи викладання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації, словесні: пояснення, бесіда); практичні заняття (дискусії з використанням методів логічного мислення та аналізу, розгляд ситуацій, кейси, аналіз проблемних ситуацій).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання.

Вид семестрового контролю: залік.

Навчальні ресурси:

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом: підручник для студ. вищ. навч. закл. / Л.В. Балабанова, О. В. Сардак. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. – 468 с.
2. Ковальчук С.В. Маркетинг: навчальний посібник / С.В. Ковальчук, В.Л. Карпенко, Л.М. Коваль, Р.В. Бойко, Л.А. Бичікова та ін.; [за ред. Ковальчук С.В.]. – Львів: Новий Світ – 2000, 2018. – 679 с.
3. Купер Б. Стартап вокруг клиента. Как построить бизнес правильно с самого начала / Б. Купер, П. Власковиц; пер. с англ. – М.: 2012. – 68 с.
4. Рис Э. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели: пер. с англ. – 2-е изд. / Э. Рис. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 253 с.
7. Модульне середовище для навчання. MOODLE / М.В. Диха // [Електронний ресурс]. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua/course/view.php?id=7426>.
8. Електронна бібліотека університету. [Електронний ресурс]. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php.

Викладач: доктор економічних наук, професор

Диха М.В.