

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра економіки та міжнародних економічних відносин

Бочарова Ю.Г., Лижник Ю.Б.

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИВЧЕННЯ
ДИСЦИПЛІНИ
«ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА УПРАВЛІННЯ
СТАРТАП-ПРОЄКТАМИ»**

Ступінь: бакалавр

Кривий Ріг
2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра економіки та міжнародних економічних відносин

Бочарова Ю.Г., Лижник Ю.Б.

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИВЧЕННЯ
ДИСЦИПЛІНИ
«ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА УПРАВЛІННЯ
СТАРТАП-ПРОЄКТАМИ»**

Ступінь: бакалавр

Затверджено на засіданні
кафедри економіки та міжнародних
економічних відносин
Протокол № 1
від “29” серпня 2022 р.

Схвалено навчально-методичною радою
ДонНУЕТ
Протокол № 1
від “31” серпня 2022 р.

Кривий Ріг
2022

УДК 005.342:005.71-027.31](075.8)

Бочарова, Ю.Г.

Інноваційне підприємництво та управління стартап-проєктами [Текст] : метод. рек. до вивч. дисц. / Бочарова Ю.Г., Лижник Ю.Б. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. економіки та міжнародних економічних відносин. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2022. 52 с.

Методичні рекомендації призначені для здобувачів вищої освіти і включають інформацію щодо змісту модулів та тем дисципліни, планів семінарських занять, завдань з організації самостійної роботи та розподілу балів за видами робіт, що виконуються здобувачами протягом вивчення дисципліни.

УДК 005.342:005.71-027.31](075.8)

© Бочарова Ю.Г., Лижник Ю.Б., 2022

© Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	5
ЧАСТИНА 1. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ	9
ЧАСТИНА 2. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ	15
Змістовий модуль 1. Інноваційне підприємництво та стартап екосистема. Проблема-рішення та пошук бізнес-моделі. Customer Discovery phase	16
Змістовий модуль 2. Валідація бізнес моделі. Customer Validation phase. Знайомство з основними інструментами для управління стартапами	20
ЧАСТИНА 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ	24
Змістовий модуль 1. Інноваційне підприємництво та стартап екосистема. Проблема-рішення та пошук бізнес-моделі. Customer Discovery phase	25
Змістовий модуль 2. Валідація бізнес моделі. Customer Validation phase. Знайомство з основними інструментами для управління стартапами	37
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	44
ДОДАТКИ	46

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку господарських відносин важливим фактором та детермінантом конкурентоспроможності суб'єктів господарювання будь-якої галузевої приналежності є інноваційність, тому підготовка конкурентоспроможних фахівців із підприємництва та економіки має передбачати оволодіти комплексом спеціальних знань та умінь у сфері інноваційного підприємництва та управління стартап-проєктами.

Дисципліна «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проєктами» покликана забезпечити формування у здобувачів вищої освіти сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері інноваційного підприємництва та управління стартап-проєктами.

Завдання дисципліни полягає в теоретичній і практичній підготовці здобувачів ВО у сфері інноваційного підприємництва та управління стартап-проєктами; **формуванні вмінь та навичок: ідентифікації** трендів, факторів та особливостей інноваційного підприємництва та стартап-екосистем; **застосування** організаційних та методичних рекомендацій щодо розвитку стартапу; **аналізу, оцінки та прогнозування** ефективності стратегії розвитку стартап-проєкту; **визначення особливостей розвитку** стартап-екосистем в умовах глобалізації та глобальної інноваційної конкуренції; **презентації та валідації** ідей стартапів.

Після вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти будуть:

Опанування дисципліни дозволяє забезпечити:

1) формування:

– **загальних програмних компетентностей:**

навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;

здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;

уміння бути критичним та самокритичним;

здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);

здатність працювати в команді;

знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;

здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;

здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях;

здатність виявляти ініціативу та підприємливість;

здатність діяти відповідально та свідомо;

– **спеціальних (фахових) компетентностей:**

критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності;

здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування інноваційних підприємницьких, торговельних і біржових структур;

здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин;

здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких структур;

здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій діяльності;

здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур;

здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької діяльності;

здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва з урахуванням ризиків;

здатність підбирати і застосовувати методики, інструменти управління стартап-проектами, здійснювати комплексний аналіз та прогнозування ефективності функціонування стартап-проекту;

2) досягнення програмних результатів навчання:

відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін;

вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземними мовами усно і письмово, фахово використовувати економічну термінологію;

використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології, програмні пакети загального і спеціального призначення;

систематизувати й упорядковувати отриману інформацію щодо процесів і явищ у світовому господарстві; оцінювати та пояснювати вплив ендогенних і екзогенних факторів на них; формулювати висновки і розробляти рекомендації з урахуванням особливостей національного і міжнародного середовища;

володіти навичками самоаналізу (самоконтролю), бути зрозумілим для представників інших бізнес-культур та професійних груп різного рівня (з фахівцями з інших галузей знань/видів діяльності) на засадах цінування різноманітності, мультикультурності, толерантності та поваги до них;

планувати, організувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати результативність колективної праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера, з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу;

застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати;

використовувати базові знання з підприємництва й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях;

застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій діяльності;

використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері інноваційного підприємництва;

організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва;

вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей;

демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати;

демонструвати здатність діяти соціально відповідально;

демонструвати базові й структуровані знання у сфері інноваційного підприємництва для подальшого використання на практиці;

володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування інноваційних підприємницьких структур;

використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності інноваційних підприємницьких структур;

вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій діяльності;

оцінювати характеристики товарів і послуг у інноваційній підприємницькій діяльності за допомогою сучасних методів;

знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і застосовувати його на практиці;

знати основи обліку та оподаткування в підприємницькій, торговельній і біржовій діяльності;

вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності інноваційних підприємницьких структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів;

знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності інноваційних підприємницьких структур з урахуванням ризиків;

підбирати і застосовувати методики, інструменти управління стартап-проєктами, здійснювати комплексний аналіз та прогнозування ефективності функціонування стартап-проєкту;

3) набуття результатів навчання (згідно Дублінських дескрипторів):

– знання:

сутності, характеристик та етапів розвитку стартапів;

сутності та особливостей розвитку стартап-екосистем в умовах глобалізації;

сутності, стадій розвитку, принципів формування та ролей у стартап-команді;

сутності та особливостей формування візії, місії та цінностей організації, у т.ч. стартапу;

методів розробки продуктів та послуг, у т.ч. методу «дизайн мислення»;

важливості емпатії у дизайн мисленні;

стадій, методів та інструментів генерування ідей стартапів;

особливостей процесу валідації ідей стартапу;

інструментів, що дозволяють візуалізувати бізнес-модель стартапів, у т.ч. інструменту «Канва бізнес-моделі»;

сутності та особливостей Customer development та Customer Development Cycle;

особливостей реалізації стадій Customer Development, у т. ч. Customer discovery, Customer validation;

сутності, призначення та особливостей побудови кривої адаптації продукту; категорій користувачів відповідно до кривої адаптації продукту;

сутності, призначення, особливостей підготовки канви ціннісної пропозиції; сутності, особливостей та важливості MVP - Minimum Viable Product;

методики та особливостей проведення аналізу об'єму ринку стартап-проєкту; взаємозв'язку між типами ринку стартапу SAM (Serviceable Available Market), TAM (Total Addressable Market), SOM (Serviceable Obtainable Market);

методики та особливостей ідентифікації та аналізу підприємств-конкурентів на ринку, їх класифікації;

сутності та особливостей пітчінгу, у т.ч. підготовки пітч-дек;

- **уміння/навички:**

ідентифікувати основні чинники, наслідки, характерні риси та особливості розвитку глобалізації світової економіки, міжнародного інноваційного процесу, стартап-екосистеми;

підбирати і вміло застосовувати методики, інструменти управління стартап-проєктами;

здійснювати ідентифікацію та дослідження потенційного ринку стартапу;

здійснювати комплексний аналіз та прогнозування ефективності функціонування стартап-проєкту, ефектів розвитку країн в умовах глобалізації та глобальної інноваційної конкуренції;

- **комунікація:**

доносити результати дослідження та прогнозування розвитку стартап-проєктів до фахівців та нефахівців з економіки та міжнародних економічних відносин;

обґрунтовувати та аргументувати власну думку щодо напрямків впливу на розвиток стартап-проєктів, стартап-екосистем;

- **відповідальність і автономія:**

спроможність самостійно проводити дослідження, приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку інноваційного підприємництва, у т.ч. стартап-проєкту;

спроможність нести відповідальність за результати досліджень, вироблення та ухвалення рішень щодо розвитку економічної кон'юнктури, окремих економічних суб'єктів мікро-, мезо- та макrorівнів;

дотримуватися засад відповідального та сталого розвитку.

Дисципліна «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проєктами» – гібридна дисципліна, яка поєднує аудиторну (28 годин лекцій та 28 години практичних занять) та позааудиторну активності (Moodle).

ЧАСТИНА 1.
ЗАГАЛЬНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни денна/заочна форма навчання
Обов'язкова (для студентів спеціальності "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність") / вибіркова дисципліна	Обов'язкова
Семестр (осінній / весняний)	осінній
Кількість кредитів	5
Загальна кількість годин	150
Кількість модулів	1
Лекції, годин	28 / 8
Практичні / семінарські організаційних та методичних рекомендацій щодо, годин	28 / 8
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	94/ 134
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	4
самостійної роботи студента	6,71
Вид контролю	залік

2. Програма дисципліни

Мета вивчення дисципліни полягає у формуванні у здобувачів вищої освіти сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері інноваційного підприємництва та управління стартап-проектами.

Завдання дисципліни полягає в теоретичній і практичній підготовці здобувачів ВО у сфері інноваційного підприємництва та управління стартап-проектами; **формуванні вмінь та навичок: ідентифікації** трендів, факторів та особливостей інноваційного підприємництва та стартап-екосистем; **застосування** організаційних та методичних рекомендацій щодо розвитку стартапу; **аналізу, оцінки та прогнозування** ефективності стратегії розвитку стартап-проекту; **визначення особливостей розвитку** стартап-екосистем в умовах глобалізації та глобальної інноваційної конкуренції; **презентації та валідації** ідей стартапів.

Предмет: теоретичні, методичні та практичні аспекти розвитку інноваційного підприємництва та управління стартап-проектами.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Стартап екосистема.

Тема 2. Основні принципи формування команди, ролі в команді стартапу, динаміка команди.

Тема 3. Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія.

Тема 4. Дизайн мислення. Пошук і вибір ідеї.

Тема 5. Валідація ідеї стартапу.

Тема 6. Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення.

Тема 7. Канва бізнес моделі. Портрет клієнта, ціннісна пропозиція.

Тема 8. Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку. Валідація ключових гіпотез.

Тема 9. Презентація ідей стартапів.

Тема 10. Динаміка команди.

Тема 11. Мінімально життєздатний продукт.

Тема 12. Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Нечесні конкурентні переваги.

Тема 13. Основи маркетингу та фандрайзинг для стартапів.

Тема 14. Презентація стартапу. Пітч-дек.

3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)				
	усього	у тому числі			
		лекц.	пр./сем.	лаб.	СРС
Змістовий модуль 1. Інноваційне підприємництво та стартап екосистема. Проблема-рішення та пошук бізнес-моделі. Customer Discovery phase					
Тема 1. Стартап екосистема.	10	2	2		6
Тема 2. Основні принципи формування команди, ролі в команді стартапу, динаміка команди.	10	2	2		6
Тема 3. Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія.	10	2	2		6
Тема 4. Дизайн мислення. Пошук і вибір ідеї.	10	2	2		6
Тема 5. Валідація ідеї стартапу.	11	2	2		7
Тема 6. Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення.	11	2	2		7
Тема 7. Канва бізнес моделі. Портрет клієнта, ціннісна пропозиція.	11	2	2		7
Тема 8. Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку.	11	2	2		7
Тема 9. Презентація ідей стартапів	11	2	2		7
Разом за змістовим модулем 1	95	18	18	0	59
Змістовий модуль 2. Валідація бізнес моделі. Customer Validation phase. Знайомство з основними інструментами для управління стартапами					
Тема 10. Динаміка команди.	11	2	2		7
Тема 11. Мінімально життєздатний продукт.	11	2	2		7
Тема 12. Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Нечесні конкурентні переваги.	11	2	2		7
Тема 13. Основи маркетингу та фандрайзинг для стартапів.	11	2	2		7
Тема 14. Презентація стартапу. Пітч-дек.	11	2	2		7
Разом за змістовим модулем 2	55	10	10	0	35
Усього годин	150	28	28	0	94

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема семінарського заняття	Кількість годин
1	2	3
1	Семінар – дискусія Стартап екосистема	2
2	Семінар – дискусія Основні принципи формування команди, ролі в команді стартапу, динаміка команди	2
3	Семінар – дискусія Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія	2
4	Семінар – дискусія Дизайн мислення. Пошук і вибір ідеї.	2
5	Семінар – дискусія Валідація ідеї стартапу	2
6	Семінар – дискусія Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення	2
7	Семінар – дискусія Канва бізнес моделі. Портрет клієнта, ціннісна пропозиція	2
8	Семінар – дискусія Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку. Валідація ключових гіпотез	2
9	Семінар – дискусія Презентація ідей стартапів	2
10	Семінар – дискусія Динаміка команди	2
11	Семінар – дискусія Мінімально життєздатний продукт.	2
12	Семінар – дискусія Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Нечесні конкурентні переваги.	2
13	Семінар – дискусія Основи маркетингу та фандрайзинг для стартапів	2
14	Семінар – дискусія Презентація стартапу. Пітч-дек.	2
Всього		28

5. Розподіл балів, які отримують студенти

- вид контролю: залік

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у впродовж семестру (100 балів).

**Оцінювання студентів протягом семестру
(очна форма навчання)**

№ теми семінарського/практичного заняття	Аудиторна робота				Позааудитор на робота	Сума балів
	Тестові завдання	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК	Завдання для самостійного виконання	
Змістовий модуль 1						
Семінар 1	1		1		4	6
Семінар 2	1		1		4	6
Семінар 3	1		1		4	6
Семінар 4	1		1		4	6
Семінар 5	1		1		4	6
Семінар 6	1		1		4	6
Семінар 7	1		1		4	6
Семінар 8	1		1		4	6
Семінар 9	1		1		5	7
Разом за змістовим модулем 1	9	0	9	5	37	60
Змістовий модуль 2						
Семінар 10	1		1		5	7
Семінар 11	1		1		5	7
Семінар 12	1		1		5	7
Семінар 13	1		1		5	7
Семінар 14	1		1		5	7
Разом за змістовим модулем 2	5	0	5	5	25	40
Усього балів	14	0	14	10	62	100

**Оцінювання студентів протягом семестру
(заочна форма навчання)**

Поточне тестування та самостійна робота			Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	100
40	30	30	

Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

Оцінка		
100-бальна шкала	Шкала ECTS	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	

**ЧАСТИНА 2.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПІДГОТОВКИ ДО
СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ**

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1
ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА СТАРТАП ЕКОСИСТЕМА.
ПРОБЛЕМА-РІШЕННЯ ТА ПОШУК БІЗНЕС-МОДЕЛІ. CUSTOMER
DISCOVERY PHASE

Семінар 1 «Стартап екосистема»
Семінар – дискусія

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Особливості інноваційного підприємництва.

Стартап.

Основні відмінності стартапа від класичного бізнесу.

Основні характеристики стартапу.

Стадії розвитку стартапу.

Стартап-екосистема.

Суб'єктна структура стартап-екосистема.

Університет та його роль у стартап-екосистемі.

Уряд та його роль у стартап-екосистемі.

Корпорації та їх роль у стартап-екосистемі.

Інкубатори і акселератори та їх роль у стартап-екосистемі.

Інноваційна інфраструктура vs Стартап-екосистема.

Бізнес-яголи, венчурні фонди, центри трансферу технологій, паркові структури та ін.

Роль та місце елементів інноваційної інфраструктури в стартап екосистемі.

The Midas List.

Стартап-екосистема України

2. Індивідуальне тестування.

3. Case study.

Семінар 2 «Основні принципи формування команди, ролі в команді
стартапу, динаміка команди»
Семінар – дискусія

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Команда vs Група.

Взаємодоповнення членів команди.

Принципи формування команди.

Ролі в команді.

CEO.

COO.

СМО.
СТО.
СФО.
Проектний та продуктовий менеджер.
Цінності, місія та візія команди.
С-рівень команди.
Візія.
Місія.
2. *Індивідуальне тестування.*
3. *Case study.*

Семінар 3 «Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія» **Семінар – дискусія**

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Проблема.
Дизайн мислення.
Емпатія.
Пошук проблеми.
Пошук ідей.
Прототипування.
Тестування.
Клієнт.
Користувач.
Первинні методи отримання інформації.
Вторинні методи отримання інформації.
Карту емпатії.
Дизайн мислення. Інструменти дизайнера
2. *Індивідуальне тестування.*
3. *Case study.*

Семінар 4 «Дизайн мислення. Пошук і вибір ідей» **Семінар – дискусія**

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Інструменти пошуку ідей.
Стадія генерування ідей.
Брейнстормінг.
Правила брейнстормінгу.
Скетчінг.

Майндмеппінг.
Відбір ідей.
Голосування.
Кластеризація.
SWOT аналіз.
2. Індивідуальне тестування
Case study.

Семінар 5 «Валідація ідеї стартапу» **Семінар – дискусія**

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Краш-тест ідей.
Валідація ідей стартапу.
Слабкі сторони ідеї стартапу.
Сильні сторони ідеї стартапу.
Перспективні ідеї стартапів.
Інформаційно-аналітичне підґрунтя валідації ідеї стартапів.
2. Індивідуальне тестування.
3. Презентація ідей стартапів та їх краш-тест.

Семінар 6 «Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення» **Семінар – дискусія**

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Бізнес модель.
Бізнес план vs бізнес модель.
Види бізнес моделей.
Бізнес модель Остервальдера і Піньє.
Lean Canvas.
Lean Canvas vs бізнес модель Остервальдера і Піньє.
Канва бізнес моделі.
Канва бізнес моделі для молодих стартапів.
Канва бізнес моделі для дорослих стартапів.
Основні сегменти моделі Lean Canvas.
Клієнтський сегмент.
Стратегія B2B.
Стратегія B2C.
Проблема + Існуючі альтернативи.
Джерела доходів.

Рішення.
Унікальна ціннісна пропозиція.
Канали комунікації з клієнтами.
Ключові метрики.
Структура витрат.
Нечесна перевага.
2. *Індивідуальне тестування.*
3. *Case study.*

Семінар 7 «Канва бізнес моделі. Портрет клієнта, ціннісна пропозиція» ***Семінар – дискусія***

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Цільова аудиторія (ЦА)
Клієнт
Користувач
Customer persona
Сегментація ЦА
Портрет клієнта
Модель ціннісної пропозиції
Customer development
Канва ціннісної пропозиції
Клієнт vs Користувач
B2B
B2C
B2G
P2P
Крива адаптації продукту
Клієнтський блок.
Блок продукту/послуги
фідбек
Новатори
Ранні послідовники
Рання більшість
Пізня більшість
Унікальна ціннісна пропозиція
Клієнтські завдання
2. *Індивідуальне тестування.*
3. *Case study.*

4. Обговорення цільових сегментів та портретів клієнтів стартапів здобувачів вищої освіти.

Семінар 8 «Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку. Валідація ключових гіпотез»

Семінар – дискусія

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Цикл customer development

Customer discovery

Customer validation

Гіпотези. Валідація гіпотез

Інструменти для проведення дослідження клієнтів

Кількісні інструменти дослідження клієнтів

Якісні інструменти дослідження клієнтів

Дослідження трендів та статистичних даних

Google trends

The Mom test

2. Індивідуальне тестування.

3. Case study.

Семінар 9 «Презентація ідей стартапів»

Семінар – дискусія

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Найбільш успішні стартапи сучасності.

Українські стартапи, що підкорили світ.

Ідеї стартапів здобувачів вищої освіти.

2. Індивідуальне тестування.

3. Case study.

4. Презентація стартапів та їх обговорення.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

ВАЛІДАЦІЯ БІЗНЕС МОДЕЛІ. CUSTOMER VALIDATION PHASE. ЗНАЙОМСТВО З ОСНОВНИМИ ІНСТРУМЕНТАМИ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ СТАРТАПАМИ

Семінар 10 «Динаміка команди»

Семінар – дискусія

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Стадії розвитку команди стартапу
Етап формування команди стартапу
Етап конфліктування команди стартапу
Етап стабілізації команди стартапу
Етап продуктивності команди стартапу
Менеджмент команди
Стратегічний менеджмент
Операційний менеджмент
Комунікація
Менеджмент завдань
Зберігання даних
2. *Індивідуальне тестування.*
3. *Case study.*

Семінар 11 «Типи Мінімально життєздатний продукт» *Семінар – дискусія*

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

MVP (Minimum Viable Product)
Прототипування
Лендинг
Головні принципи створення MVP
Основні задачі MVP.
2. *Індивідуальне тестування.*
3. *Case study.*

Семінар 12 «Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Нечесні конкурентні переваги» *Семінар – дискусія*

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Об'єму ринку
Методи оцінки ринку
Сил конкуренції М. Портера
Аналіз росту ринку
TAM (Total Addressable Market)
SAM (Serviceable Available Market)
SOM (Serviceable Obtainable Market)
Фінансовий еквівалент розрахунку TAM, SAM, SOM
Зростання ринку
Привабливі ринки.

Непривабливі ринки.
Прямі конкуренти
Непрямі конкуренти
Карта стратегічних груп ринку
Методи аналізу конкурентів
Нечесні конкурентні переваги
2. *Індивідуальне тестування.*
3. *Case study.*

Семінар 13 «Основи маркетингу та фандрайзинг для стартапів» ***Семінар – дискусія***

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Маркетингова стратегія для стартапу
Основи цифрового маркетингу
SMM та інструменти онлайн просування
SEO
SEA
SMO
SMA
Реклама
Банерна реклама
Контекстна реклама
Робота з лідерами думок (інфлюєнсерами)
Influencer маркетинг
Метрики.
Сучасний комплекс маркетингу
FFF як джерело інвестування.
Типи інвесторів.
Типи інвестицій.
Раунди інвестицій.
Юридичні аспекти інвестицій.
Найризикованіші інвестиції в стартап.
Менш ризиковані інвестиції в стартап.
Round A.
Round B.
Round C.
Round D.
IPO.
M & A.
Опціон.
2. Індивідуальне тестування.

3. Case study

Семінар 14 «Презентація стартапу. Пітч-дек» Семінар – дискусія

План заняття:

1. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійного вивчення:

Пітчінг.

Пітч-дек.

Public speaking.

Текст.

Голос.

Мова тіла.

Правило 738-55.

Монетизація.

Дорожня карта.

Трекшн.

2. Індивідуальне тестування.

3. Фінальний пітч ідей стартапів.

**ЧАСТИНА 3.
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ
РОБОТИ СТУДЕНТІВ**

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1
ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА СТАРТАП ЕКОСИСТЕМА.
ПРОБЛЕМА-РІШЕННЯ ТА ПОШУК БІЗНЕС-МОДЕЛІ. CUSTOMER
DISCOVERY PHASE

Семінар 1 «Стартап екосистема»
Семінар – дискусія

Завдання для самостійної роботи:

1. *Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.*

2. *Самостійно опрацюйте питання:*

Інноваційна інфраструктура vs Стартап-екосистема.

Бізнес-янгели, венчурні фонди, центри трансферу технологій, паркові структури та ін.

Роль та місце елементів інноваційної інфраструктури в стартап-екосистемі.

The Midas List¹

Стартап-екосистема України².

3. *Розв'яжіть тестові завдання.*

1. Тимчасова організація, яка створена для пошуку повторюваної, масштабованої та прибуткової бізнес-моделі

A. компанія єдиноріг

B. компанія газель

C. стартап

D. стартеп

2. Характеристика стартапу, що означає здатність швидко, без великої кількості ресурсів виходити на нові ринки

A. тимчасовість

B. масштабованість

C. ризикованість

D. інноваційність

3. Середовище, в якому взаємодіють всі гравці, так чи інакше пов'язані з індустрією стартапів. Чим активніше і відкритіше взаємодіють між собою гравці екосистеми, тим більше можливостей для стартапів

A. стартап екосистема

B. стартап інфраструктура

C. стартап discovery

D. немає правильної відповіді

¹ Джерело: <https://www.forbes.com/midas/>

² Джерело: <https://techukraine.org/360-%d1%82-%d0%b5%d1%81h-ecosystem-overview/>

4. Стартап екосистема складається з

- A. підприємець
- B. університет
- C. уряд
- D. корпорації
- E. інвестори
- F. всі відповіді вірні

5. Характеристика стартапу, що полягає у тому, що стартап має здатність адаптуватися у часі та у довгостроковій перспективі приносити прибуток

- A. тимчасовість
- B. інноваційність
- C. масштабованість
- D. повторюваність бізнес-моделі

4. Робота в малих групах – робота з воркбуком (воркшит 1.1, 1.2, Додаток А).

Семінар 2 «Основні принципи формування команди, ролі в команді стартапу, динаміка команди»

Семінар – дискусія

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

Як створити команду стартапу?³

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. СТО у команді стартапу – це

- A. генеральний директор
- B. операційний директор
- C. маркетинговий директор
- D. технічний директор
- E. фінансовий директор
- F. проектний та продуктовий менеджер

2. Бачення, куди стартап і команда рухаються і до чого мають прийти в довгостроковій перспективі

- A. місія
- B. стратегія

³ Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=rCTNbNnKeaE>

С. візія
концепція

3. Погляди, які розділяються всією командою та є основним критерієм у прийнятті певних рішень

- А. цінності
- В. візія
- С. місія
- Д. стратегія

4. Група людей, які об'єднані спільною метою та взаємодоповнюють один одного у досягненні мети, розділяють спільні цінності та мають спільну візію і місію

- А. компанія
- В. кампанія
- С. колаборація
- Д. команда
- Е. конкуренти

5. Людина, що відповідає за налаштування операційної діяльності, розподіл обов'язків, внутрішній менеджмент

- А. CEO
- В. COO
- С. CMO
- Д. CFO
- Е. CTO

4. Робота в малих групах - робота з воркбуком (воркшит 2, Додаток А).

Семінар 3 «Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія» Семінар – дискусія

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

Дизайн мислення. Інструменти дизайнера⁴.

Лайфхаки з книжки "Дизайн-мислення".

Dave Gray. Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers Paperback⁵.

Olivier Serrat. The Five Whys Technique⁶.

⁴ Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=8KQAzKPEvNs>

⁵ Джерело: <https://www.academia.edu/39926532/Gamestorming>

⁶ Джерело: <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/27641/five-whys-technique.pdf>

Дизайн мислення: гайд по процесу⁷.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Те, з чого починається стартап

- A. проблема
- B. ідея
- C. рішення
- D. мрія

2. Метод розробки продуктів та послуг, що є клієнт-орієнтованими

- A. дизайн мислення
- B. SWOT
- C. майндмеппінг
- D. Lean Canvas

3. Дизайн мислення складається з

- A. 3 основних сегментів
- B. 4 основних сегментів
- C. 5 основних сегментів
- D. 6 основних сегментів
- E. 7 основних сегментів

4. До первинних методів отримання інформації належать

- A. глибинні інтерв'ю
- B. спостереження
- C. експерименти
- D. використання даних статистики
- E. використання даних аналітики
- F. спостереження за трендами
- G. правильні відповіді A, B, C
- H. правильні відповіді D, E, F
- I. правильні відповіді A, D, F
- J. правильні відповіді A, B, E

5. Той, хто платить за продукцію/послуги стартапу

- A. клієнт
- B. користувач
- C. фаундер
- D. софаундер

4. Робота в малих групах - робота з воркбуком (воркшит 3, Додаток Б).

5. Ознайомлення із курсом «Дизайн-мислення для інновацій» (Prometheus).

⁷ Джерело: <https://tilda.education/courses/web-design/designthinking/>

Семінар 4 «Дизайн мислення. Пошук і вибір ідеї» Семінар – дискусія

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

Handbook of Design Thinking⁸

Як знайти ідею для стартапу?⁹

Найцікавіші українські стартапи 2021 року¹⁰

20 успішних стартапів, які починались як сторонні проєкти¹¹

3. Розв'яжіть тестові завдання

1. Метод пошуку та вибору ідей, який дозволяє коротко та швидко фіксувати ідеї, з'єднувати їх, а потім презентувати візуально

- A. скетчноутінг
- B. брейнстормінг
- C. мандмеппінг
- D. всі відповіді вірні

2. Метою цього різновиду Brainstorming є складання найбільш повного списку мінусів об'єкта дискусії

- A. “місячна” хода
- B. тіньовий штурм
- C. штурм із замальовками
- D. рольовий штурм

3. SWOT-аналіз дозволяє визначити

- A. сильні сторони
- B. слабкі сторони
- C. можливості
- D. загрози
- E. всі відповіді вірні
- F. немає правильної відповіді

4. Сервіс Google, що дозволяє зібрати аналітику та може бути використаний для валідування ідей

- A. Google Trends

⁸ Джерело: https://www.researchgate.net/publication/329310644_Handbook_of_Design_Thinking

⁹ Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=q725DgbfJWs>

¹⁰ Джерело: <https://thepage.ua/ua/business/top-10-ukrayinskih-startapiv-u-2021-roci-spisok>

¹¹ Джерело: <https://uaspectr.com/2020/07/02/20-uspishnyh-startapiv-yaki-pochynalys-yak-storonni-proyekty/>

- B. Coogle
- C. MindNode
- D. MindMeister

5. Різновиду Brainstorming, що передбачає поділ учасників дискусії на три групи, де перша група генерує ідеї публічно, а друга група - не втручається в обговорення, а просто стежить за його ходом, третя група – експерти

- A. “місячна” хода
- B. тіньовий штурм
- C. штурм із замальовками
- D. рольовий штурм

4. Робота в малих групах - робота з воркбуком (воркшит 4, Додаток Б).

5. Підготовка до презентації ідеї стартапу та її краш-тесту.

Семінар 5 «Валідація ідеї стартапу» Семінар – дискусія

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

ТОП стартапів Європи, що швидко зросли у 2020 році¹²

What is a unicorn company?¹³

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Ефективний спосіб вирішення проблем і поточних завдань, заснований на стимулюванні творчої активності членів команди

- A. скетчноутінг
- B. брейнстормінг
- C. майндмеппінг
- D. всі відповіді вірні

2. Спосіб структурувати та обробляти інформацію про ідею стартапу виходячи з центральної думки

- A. скетчноутінг
- B. брейнстормінг
- C. майндмеппінг
- D. всі відповіді вірні
- E. немає правильної відповіді

¹² Джерело: <https://www.imena.ua/blog/top-european-startups-that-grew-rapidly-in-2020/>

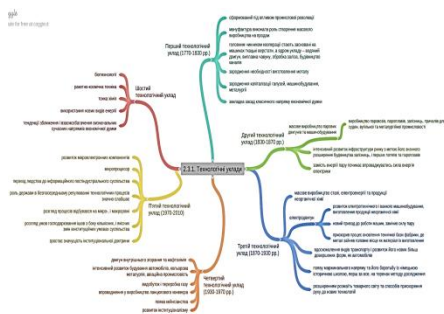
¹³ Джерело: <https://pitchbook.com/blog/what-is-a-unicorn>

3. Головні поради щодо проведення мозкового штурму зводяться до наступних

- A. готуйтеся заздалегідь
- B. запрошуйте різних
- C. створіть загальне інформаційне поле
- D. налаштуйте учасників говорити все
- E. всі відповіді вірні
- F. немає правильної відповіді

4. Моделі скетчів

- A. лінійний
- B. променеподібний
- C. вертикальний
- D. траєкторальний
- E. модульний
- F. хмарочос
- G. попкорн
- H. всі відповіді вірні
- I. немає правильної відповіді



5. - це

- A. скетч
- B. брейнсторм
- C. майндмеп
- D. всі відповіді вірні
- E. немає правильної відповіді

- 4. Коригування ідеї стартапу із урахуванням результатів її краш-тесту
- 5. Робота в малих групах - робота з воркбуком (воркшит 4, Додаток Б).

**Семінар 6 «Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення»
Семінар – дискусія**

Завдання для самостійної роботи:

- 1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.
- 2. Самостійно опрацюйте питання:

Як обрати бізнес-модель?¹⁴

Канванайзер¹⁵.

LEANSTACK: From the makers of the Lean Canvas¹⁶.

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Інструмент, що дозволяє візуалізувати бізнес-модель стартапу на одному аркуші

A. канва бізнес моделі

B. карта емпатії

C. Lean Canvas

D. B2B

E. B2C

F. B2G

G. P2P

2. Дві найвідоміші канви для створення бізнес моделі

A. Карта емпатії

B. Lean Canvas

C. Бізнес модель Остервальдера і Піньє

D. Canvas B2B

E. Canvas B2C

F. Canvas B2G

G. Canvas P2P

H. правильні відповіді B та C

I. правильні відповіді A та B

J. правильні відповіді C та D

K. правильні відповіді E та F

3. Для молодих стартапів краще використовувати

A. Карта емпатії

B. Lean Canvas

C. Бізнес модель Остервальдера і Піньє

D. Canvas B2B

E. Canvas B2C

F. Canvas B2G

G. Canvas P2P

4. Канва бізнес моделі, що включає клієнтський сегмент, проблема + існуючі альтернативи, джерела доходу, рішення, унікальна ціннісна пропозиція, канали комунікації з клієнтом, ключові метрики, витрати

¹⁴ Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=w98IqEwYrUs>

¹⁵ Джерело: <https://canvanizer.com/>

¹⁶ Джерело: <https://leanstack.com/>

- A. Карта емпатії
- B. Lean Canvas
- C. Бізнес модель Остервальдера і Пінье
- D. Canvas B2B
- E. Canvas B2C
- F. Canvas B2G
- G. Canvas P2P

5. Стратегія стартапу B2B означає, що основними клієнтами стартапу є

- A. інші компанії
- B. держава
- C. звичайні люди
- D. всі відповіді вірні
- E. немає правильної відповіді

4. Робота в малих групах - робота з воркбуком (воркшит 6, Додаток Б).

Семінар 7 «Канва бізнес моделі. Портрет клієнта, ціннісна пропозиція» Семінар – дискусія

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

How to really understand your customer with the Value Proposition Canvas¹⁷

Step into the shoes of your customers with the Persona Canvas¹⁸

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Інструмент, який дозволяє визначити унікальну цінність, яку прагнете донести стартап до клієнтів та користувачів

- A. Портрет клієнта
- B. Унікальна ціннісна пропозиція
- C. Канва ціннісної пропозиції
- D. Клієнтський блок в бізнес моделі

2. Уособлена уявна людина, що є ідеальним типовим користувачем чи клієнтом

- A. Портрет клієнта
- B. Унікальна ціннісна пропозиція

¹⁷ Джерело: <https://designabetterbusiness.com/2017/10/12/how-to-really-understand-your-customer-with-the-value-proposition-canvas/>

¹⁸ Джерело: <https://designabetterbusiness.com/2017/09/21/step-into-the-shoes-of-your-customers-with-the-persona-canvas/>

- C. Клієнтські завдання
- D. Клієнтський блок в бізнес моделі

3. Тип клієнтського завдання, який представляє собою те, що часто впливає на рішення людей через їх бажання

- A. Функціональний
- B. Соціальний
- C. Емоційний
- D. Всі відповіді вірні

4. Термін, що був введений Стівом Бланком в 90-х рр ХХ століття і позначає тестування гіпотез, ідей або конкретного прототипу на цільовій аудиторії

- A. Product Adoption Curve
- B. Customer development
- C. Value Proposition Canvas
- D. Всі відповіді вірні
- E. Немає правильної відповіді

5. Динаміку “визрівання” різних типів користувачів інноваційними продуктами візуалізує

- A. Крива адаптації продукту
- B. Крива аллокації продукту
- C. Крива апробації продукту
- D. Крива адаптації продукту

4. Робота в малих групах - робота з воркбуком (воркшит 7, Додаток В).

Семінар 8 «Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку. Валідація ключових гіпотез»

Семінар – дискусія

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

Як користуватися сервісом Google Trends?¹⁹

Serpstat — Інструмент для вибухового росту в SEO, PPC та ін.²⁰

The Mom Test²¹

3. Розв'яжіть тестові завдання.

¹⁹ Джерело: <https://adwservice.com.ua/uk/yak-korystuvatysya-servisom-google-trends>

²⁰ Джерело: <https://serpstat.com/uk/>

²¹ Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=H1a1jzhan78>

1. Категорія користувачів продукції стартапу, що включає людей, які прагнуть спробувати новинку якомога раніше, ентузіастів нових технологій

- A. Новатори
- B. Ранні послідовники
- C. Рання більшість
- D. Пізня більшість

2. Категорія користувачів продукції стартапу, яка охоплює лише 2,5-5% клієнтського сегменту стартапу

- A. Новатори
- B. Ранні послідовники
- C. Рання більшість
- D. Пізня більшість

3. Стартап починає отримувати прибутки на етапі, коли йому вдається сформулювати категорію користувачів

- A. Новатори
- B. Ранні послідовники
- C. Рання більшість
- D. Пізня більшість

4. Категорія користувачів продукції стартапу, для залучення якої необхідна вже перевірена інформація про переваги продукту, інструкції з експлуатації, перелік технічних характеристик тощо

- A. Новатори
- B. Ранні послідовники
- C. Рання більшість
- D. Пізня більшість

5. Категорія користувачів продукції стартапу, що скептично ставиться до змін і адаптує інновацію тільки після того, як її було успішно апробовано більшістю населення

- A. Новатори
- B. Ранні послідовники
- C. Рання більшість
- D. Пізня більшість

4. Робота в малих групах - робота з воркбуком (воркшит 8, Додаток В).

5. Підготовка до презентації стартапів та їх обговорення.

Семінар 9 «Презентація ідей стартапів» Семінар – дискусія

Завдання для самостійної роботи:

1. *Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.*

2. *Розв'яжіть тестові завдання.*

1. Гіпотеза → Експеримент → Тест → Інсайти – це

- A. цикл customer development
- B. цикл customer validation
- C. цикл customer discovery
- D. немає правильної відповіді

2. Валідація готовності потенційних потенційних клієнтів платити за продукт

- A. customer development
- B. customer validation
- C. customer discovery
- D. немає правильної відповіді

3. До моменту успішного завершення цієї фази існує високий ризик для стартапа щодо успішності виходу на ринок

- A. customer development
- B. customer validation
- C. customer discovery
- D. немає правильної відповіді

4. Підтверджуючі факти щодо обраної гіпотези стартапу

- A. інсайти
- B. фідбеки
- C. мінімально життєздатні продукти
- D. немає правильної відповіді

5. Валідація наявності проблеми, валідація цільової аудиторії, валідація відповідності рішення проблемі має місце на

- A. customer development
- B. customer validation
- C. customer discovery
- D. немає правильної відповіді

3. *Робота в малих групах – урахування зауважень, пропозицій, ідей, що отримала команда стартапу під час презентації та обговорення стартапів*

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2
ВАЛІДАЦІЯ БІЗНЕС МОДЕЛІ. CUSTOMER VALIDATION PHASE.
ЗНАЙОМСТВО З ОСНОВНИМИ ІНСТРУМЕНТАМИ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ
СТАРТАПАМИ

Семінар 10 «Динаміка команди»
Семінар – дискусія

Завдання для самостійної роботи:

1. *Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.*
2. *Самостійно опрацюйте питання:
In-TEAMний процес або Групова динаміка у невеликій компанії²²*
3. *Розв'яжіть тестові завдання.*

1. Під час розвитку стартапу, кожна команда проходить наступні стадії

- A. формування (forming)
- B. конфліктування (storming)
- C. стабілізація (norming)
- D. продуктивність (performing)
- E. всі відповіді вірні
- F. правильні A та B
- G. правильні B та C
- H. правильні C та D

2. Менеджмент команди та роботи стартапу складається з

- A. стратегічного
- B. операційного
- C. тактичного
- D. річного
- E. правильні відповіді A та B
- F. правильні відповіді B та C
- G. правильні C та D

3. Операційним плануванням процесів, постановкою та виконанням завдань керує

- A. CEO
- B. COO
- C. CMO
- D. немає правильної відповіді

²² Джерело: <https://dou.ua/lenta/articles/group-dynamics/>

4. Стратегічний менеджмент як правило функція

- A. CEO
- B. COO
- C. CMO
- D. немає правильної відповіді

5. Етап розвитку команди, на якому треба максимально чітко розподілити зони відповідальності, налагодити структуру менеджменту

- A. етап формування
- B. етап конфліктування
- C. етап стабілізації
- D. етап продуктивності

4. Робота в малих групах - робота з воркбуком (воркшит 10, Додаток В).

5. Тестування інструментів для командної роботи (Trello, Asana, Jira).

Семінар 11 «Мінімально життєздатний продукт»

Семінар – дискусія

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

Прототипування (Tilda.ws, Figma, Sketch та ін.)

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. До основних задач MVP слід віднести

- A. запустити першу мінімальну версію
- B. отримати сет найперших користувачів (новаторів)
- C. отримати фідбеки від перших користувачів
- D. всі відповіді вірні

2. До основних задач MVP слід віднести

- A. запустити першу мінімальну версію
- B. отримати сет найперших користувачів (новаторів)
- C. отримати фідбеки від перших користувачів
- D. всі відповіді вірні

3. До головних принципів створення MVP слід віднести

- A. швидкість, мінімальний функціонал, не ідеальний
- B. швидкість, мінімальний функціонал, ідеальний
- C. швидкість, максимальний функціонал, не ідеальний
- D. швидкість, максимальний функціонал, ідеальний

4. Minimum Viable Product - це

- A. перша версія продукту/послуги
- B. максимально можливий об'єм ринку
- C. пошук аналітичних звітів, статистичних даних, звітів, досліджень
- D. означає той його сегмент, який може бути охоплений продуктом, враховуючи географічний таргет

5. Створювати прототипи можна у

- A. Tilda.ws
- B. Figma
- C. Sketch
- D. Всі відповіді вірні
- E. Немає правильної відповіді

4. Робота в малих групах - робота з воркбуком (воркшит 11-12, Додаток Г, Додаток Д).

Семинар 12 «Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Нечесні конкурентні переваги» Семинар – дискусія

Завдання для самостійної роботи:

1. Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.

2. Самостійно опрацюйте питання:

Understanding Porter's Five Forces Model (How to Use It + Template)²³

Institute For Strategy & Competitiveness²⁴

3. Розв'яжіть тестові завдання.

1. Максимально можливий об'єм ринку, який може охопити теоретично стартап, якщо припустити, що не існує взагалі ніяких обмежень

- A. TAM
- B. SAM
- C. SOM

2. Реалістична частка ринку, яку стартап може завоювати за допомогою доступних йому ресурсів

- A. TAM

²³ Джерело: https://www.semrush.com/blog/understanding-porters-five-forces-model/?kw=&cmp=WW_SRCH_DSA_Blog_EN&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=622204002140&kwid=dsa-1754979153285&cmpid=18352133756&agpid=142750739193&BU=Core&extid=60113890226&adpos=&gclid=EAiaIQobChMI-6f_zP--_AIV_wWiAx2guAUeEAAYASAAEgJ2C_D_BwE

²⁴ Джерело: <https://www.isc.hbs.edu/strategy/business-strategy/Pages/the-five-forces.aspx>

B. SAM

C. SOM

3. Відношення різниці об'єму ринку на кінець поточного періоду й об'єму ринку на кінець попереднього періоду до об'єму ринку на кінець попереднього періоду відображає

A. інтенсивність конкуренції на ринку

B. зростання ринку

C. SOM

D. SAM

E. немає правильної відповіді

4. Визначте об'єм сегменту ринку стартапу, який може бути охоплений його продуктом, враховуючи географічний таргет, портрети цільової аудиторії, якщо відомо стартап оцінив свої обсяги ринку, враховуючи різні обмеження, у 10 тис. ум.од., 20 тис ум.о., 15 тис. ум. од

A. 10 тис. ум. од

B. 15 тис. ум. од

C. 20 тис ум. од

D. Немає правильної відповіді

5. Частина TAM, яка означає той його сегмент, який може бути охоплений продуктом, враховуючи географічний таргет, портрети ЦА тощо

A. TOM

B. SAM

C. SOM

4. Робота в малих групах - робота з воркбуком (воркшит 12).

Семінар 13 «Основи маркетингу та фандрайзинг для стартапів»

Семінар – дискусія

Завдання для самостійної роботи:

1. *Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.*

2. *Самостійно опрацюйте питання:*

Що таке SEO, SMM, SEA, SMO, SEM і яка між ними різниця?²⁵

Що таке Search Engine Marketing?²⁶

101 Vitaly Important Influencer Marketing Statistics You Need to Know Today²⁷

Influencer marketing worldwide - statistics & facts²⁸

²⁵ Джерело: <https://seo-akademiya.com/ua/baza-znan/osnovi-seo/shho-take-seo-smm-sea-smo-sem-i-yaka-mizh-nimi-rizniczya/>

²⁶ Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=Kqq6wNrnoH4>

²⁷ Джерело: <https://grin.co/blog/influencer-marketing-statistics/>

The winning pitch at MIT Global Startup Workshop²⁹
Winner "Best Pitch" Competition - Willy Green (Party on Demand)³⁰
5 Pitch Mistakes Entrepreneurs Make, and How To Fix Them³¹
The Airbnb Pitch Deck that raised \$500K in 2009³²
Startup Pitches: The 20 best of all time³³

3. *Розв'яжіть тестові завдання.*

1. SMM

- A. маркетинг у пошукових системах
- B. маркетинг у соціальних мережах
- C. маркетинг для стартапів
- D. всі відповіді вірні

2. SEM складається із

- A. SEO
- B. SEA
- C. SMO
- D. SMA
- E. Правильні відповіді А та В
- F. Правильні відповіді В та С
- G. Правильні відповіді А та С

3. Round А інвестицій відповідає стадії життєвого циклу стартапу

- A. pre-seed
- B. seed
- C. launch
- D. scale
- E. maturity
- F. правильні відповіді А та В
- G. правильні відповіді В та С
- H. правильні відповіді С та D
- I. правильні відповіді D та E

4. Фінансовий інструмент, який засвідчує право придбати або право продати у майбутньому акції на певних умовах

- A. Convertible note
- B. IPO
- C. FFF
- D. Опціон

²⁸ Джерело: <https://www.statista.com/topics/2496/influence-marketing/#editorsPicks>

²⁹ Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=UBNJh2rOOII>

³⁰ Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=VCVRgpSPSVQ>

³¹ Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=xr1PKaoflLo>

³² Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=uuxnzuH3XiM>

³³ Джерело: <https://www.twine.net/blog/the-20-best-startup-pitches-of-all-time/>

5. Є 2 засновника з частками 60% і 40%. Новий інвестор погодився на інвестиції в обмін 10% частки в компанії. За умови використання механізму розмиття часток, перші два засновники володітимуть

- A. 54% та 36% акцій відповідно
- B. 50 та 30% акцій відповідно
- C. 50% акцій
- D. немає правильної відповіді

4. *Робота в малих групах - робота з воркбуком (воркшит 13,14, Додаток Г).*

Семінар 14 «Презентація стартапу. Пітч-дек» **Семінар – дискусія**

Завдання для самостійної роботи:

1. *Опрацюйте конспект лекцій та рекомендовану літературу для обговорення теоретичних питань теми на семінарському занятті.*
2. *Розв'яжіть тестові завдання.*

1. Структурований презентаційний матеріал, в якому команда стартапу відображає всю інформацію про ідею і продукт

- A. Пітччинг
- B. Пітч-дек
- C. M & A
- D. Всі відповіді вірні

2. Орієнтовно, для 3-4 хвилинного пітччингу необхідно підготувати текст

3

- A. 100-200 слів
- B. 200-300 слів
- C. 300-400 слів
- D. 400-500 слів
- E. 100 слів

3. Блок Інтро пітч-деку містить

- A. назва стартапу, логотип, слоган або короткий тизер
- B. підтвердження існування проблеми
- C. показати розмір ринку: TAM, SAM, SOM
- D. досягнення стартапу, заплановані майлстоуни на найближче майбутнє

4. Пітч-дек стартапів, що вже мають продажі, клієнтів тощо має включати блок

- A. Інтро

- В. TAM, SAM, SOM
- С. Монетизація
- Д. Дорожня карта
- Е. Команда
- Ф. Трекшн

5. Правило 738-55 констатує, що найважливішим елементом успішного пітчінгу є

- А. текст
- В. голос
- С. мова тіла
- Д. немає правильної відповіді

3. Підготовка до пітчу, у.т.ч. розробка пітч-дек, що має містити наступний контент:

1-й блок. Інтро - назва стартапу, логотип, слоган або короткий тизер (3-5 слів).

2-й блок. Проблема - підтвердження існування проблеми: результати емпатії, дослідження, аналітика, сторі телінг тощо. Важливо також показати масштаб проблеми, підтвердивши це статистикою або посиланням на аналітику чи медіа.

3-й блок. Рішення - як вирішення проблеми пропонує команда стартапу. Необхідно дати визначення - "що є продуктом", як саме продукт вирішує проблему та надати опис механіки. На цьому слайді/слайдах можна показати скріншоти або демо продукту.

4-й блок. Розмір ринку - показати розмір ринку: TAM, SAM, SOM; динаміку його зростання, тренди тощо.

5-й блок. Конкуренція - аналіз конкурентів, порівняльний аналіз по продукту і його характеристикам, нечесні конкурентні переваги. Важливо показати, за рахунок яких переваг, стартап збирається конкурувати та завойовувати свою долю на ринку.

6-й блок. Монетизація - моделі монетизації; хто, як і скільки буде платити за продукт; додаткові джерела монетизації та плани щодо прибутків від продажу.

7-й блок. Дорожня карта - досягнення стартапу, заплановані майлстоуни на найближче майбутнє (6-12 місяців), стратегія виходу на ринок.

8-й блок. Команда - інформація про команду, ролі, імена, фото, компетенції, досвід - все, що може підтвердити компетенції команди та дати враження, що ця команда є найкращою для реалізації проекту.

9-й блок. Трекшн - цей блок для стартапів, які вже мають продажі, клієнтів та можуть продемонструвати цифри, доходи, графіки тощо (на етапі ідеї та пре-MVP не обов'язковий блок).

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами: робочий зошит студента. Київ, 2020. 51 с.
2. Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами: робочий зошит викладача. Київ, 2020. 87 с.
3. Бочарова Ю.Г. Концепція формування та стратегія розвитку інноваційної інфраструктури: монографія. Кривий Ріг: Чернявський Д.О., 2017. 327 с.
4. 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.

Додаткова

5. Стів Бланк, Боб Дорф: Стартап. Настільна книга засновника. 2017. 616 с.
6. Райз Е. Стартап без помилок Посібник зі створення успішного бізнесу з нуля. 2016. 368 с.


Інформаційні ресурси

7. Український фонд стартапів. URL: <http://plaiburo.com>.
8. Інвестиційний портал InVenture. URL: <http://inventure.ua>.
9. Українська асоціація венчурного та приватного капіталу. URL: <http://uvca.eu>.
10. Українська асоціація інвестиційного бізнесу. URL: <http://www.uaib.com.ua>.
11. Ferguson L. A Business Model for Success – and for Good : Interview with Neil Blumenthal. Tufts Now. 2019. April, 4. URL: <https://now.tufts.edu/articles/business-model-success-and-good>.
12. Graham P. Startup equals Growth : Want to Start a Startup? URL: <http://www.paulgraham.com/growth.html>.
13. Minimum Viable Product: A Proven Methodology to Maximize Return on Risk. SyncDev. URL: <http://www.syncdev.com/minimumviable-product>.
14. Top 20 Reasons Why High Tech Startups Fail. Online Media, Marketing, Business & Technology Discussions. 2014. October 3. URL: <http://joopcrijk.com/startup-business-failure>.
15. Discover, Rank and Prospect Startups Worldwide. Startup Ranking. URL: <http://www.startupranking.com>.
16. Holger M. UBI Global World Rankings of Business Incubators and Accelerators 2019-2020. URL: https://www.researchgate.net/publication/338992258_UBI_Global_World_Rankings_of_Business_Incubators_and_Accelerators_2019-2020.
17. Startup Glossary. URL: <https://gust.com/startup-glossary/>.

18. MIT Information Services and Technology. Guide for Creating Teams: Definition of Teams. MIT Information Services and Technology . URL: <http://archive.tlt.psu.edu/suggestions/teams/about/definition.html>.
19. Understanding Team. What is a Team? Management Study Guide. URL: <http://www.managementstudyguide.com/understandingteam.htm>.
20. Team Building – A Complete Guide. Team Technology. URL: <http://www.teamtechnology.co.uk/tt/-articl/tb-basic.htm>.
21. Top-4 методології управління проектами. Проектні сервіси. 2015. 26 марта. URL: <http://www.pmservices.ru/projectmanagement-news/top-4-metodologii-upravleniya-proektami>.
22. Mind Meister Review. Finances Online. URL: <https://reviews.financesonline.com/p/mindmeister>.
23. Intuitive and Beautiful Project Planning. TeamaGantt. URL: <https://www.teamgantt.com>.
24. Venture monitor. National Venture Capital Association. <https://nvca.org/research/venture-monitor/>.
25. Global Startup Ecosystem Ranking (2017-2021). URL: <https://startupgenome.com/report/gser2021>.
26. Баб'ячок Р.І., Кульчицький І.І. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні - проблеми, перешкоди і можливості. URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/676124/mod_resource/content/1/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B0%D0%BF%D0%B8.pdf.
27. Європейська мережа стартапів. URL: <http://europeanstartupnetwork.eu/vision/>.
28. UNIT Factory. URL: <https://unit.ua>.

ДОДАТКИ

Додаток А

 Воркшоп №1.1.

ЕСЕ	
Напишіть есе на 1 сторінку (до 1800 знаків) про стартап, який вам подобається і його взаємодію з різними елементами екосистеми	

Воркшоп №1.2.

№	Питання	Полі для заповнення
1.	Ідея для стартапу	
2.	Яку проблему вирішує ця ідея	
3.	Для кого вирішується проблема	
4.	Як можна монетизувати ідею	
5.	Які ресурси потрібні для запуску проекту	
6.	Хто має бути в команді	
7.	Персональні компетенції - які навички, досвід в мене є для стартапу: лідерство, ІТ, маркетинг, дизайн, фінанси, управління проектами тощо	
8.	Яку роль в команді займете/хочете займати	

Використайте цю ворку для підготовки презентації на 1 хвилину. Ідей може бути декілька.

 Воркшоп №2

1. Заповніть таблицю про членів вашої команди

Ім'я та прізвище	Роль у команді	Факльбет	Група	Email	Телефон

2. Опишіть вашу візію

3. Опишіть вашу місію

4. Опишіть ваші цінності

уер! Воркшит №3

Напишіть список питань, що будуть використані для емпатії та проведення інтерв'ю чи досліджень (не менше 15).

1. _____
... _____

Опишіть проблему, яку ви будете вирішувати

Напишіть питання "Як саме ви..." до вашої проблеми

1. _____
... _____

Заповніть карту емпатії

Що користувач	_____
Що користувач чує?	_____
Що користувач	_____
Про що користувач	_____

	Будь ласка, дайте відповідь на питання (кожен член команди) і вирішіть, чи ви будете продовжувати працювати над своєю ідеєю	Yes	No
1	Я часто думаю про рішення для цієї проблеми - коли я на прогулянці, п'ю каву, в спортзалі і т.д.		
2	Я би працював/ла над вирішенням цієї проблеми, навіть якби я би мав/мала фул-тайм навантаження.		
3	Моя 5 друзів думають, що мені варто взятися за вирішення цієї проблеми.		
4	Я би з гордістю говорив/ла своїм друзям, що я працюю над рішенням цієї проблеми.		
5	Я хочу витратити наступні 5 років на дослідження/розв'язання цієї проблеми.		
6	Я хочу стати професіоналом у цій галузі.		
7	Це моя найбільша проблема зараз.		
8	Я маю достатньо досвіду, щоб вирішити цю проблему.		

уер! Воркшит №4

Напишіть 3 найкращі ідеї, які вам вдалося нагенерувати

1. _____
2. _____
3. _____


Опишіть, як саме кожна з цих ідей вирішує обрану вами проблему


1. _____
2. _____
3. _____


уер! Воркшит №6

Проаналізуйте, які існуючі альтернативи існують щодо вирішення в вашій проблемі. Які у них є переваги і недоліки?

Альтернатива	Переваги	Недоліки
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

		Воркшит №7	
Створіть портрет клієнта 1 (B2C, якщо є)		Заповніть канву ціннісної пропозиції для вашого стартапу	
Ім'я		Для якого сегменту клієнтів ви робите цю канву?	
Країна			
Місто			
Вік		Задачі	
Стать		Функціональні	
Сімейний стан		Соціальні	
Хобі		Емоційні	
Дохід			
Професія		Болі	
Створіть портрет клієнта 2 (B2B, якщо є)			
Розмір компанії			
Сфера діяльності			
Країна діяльності			
Структура компанії (корпорація, стартап, аутсорс)		Переваги	
		Знеболюючі	
		Додаткові переваги	
		Продукти та послуги	

		Воркшит №8	
Опишіть, які гіпотези щодо вашого стартапу ви хочете валідувати:			
1			
2			
3			
4			
5			
Опишіть, які інсайти щодо кожної з гіпотез ви отримали після проведення інтерв'ю:			
1			
2			
3			
4			
5			

		Воркшит №10	
Напишіть есе (до 1800 знаків) про те, на якому етапі знаходиться зараз ваша команда і як вам потрібно вирішувати існуючі проблеми.			



Визначте основні канали комунікації зі своєю цільовою аудиторією

Розпишіть 7P для свого продукту

Price (яка ціна буде у вашого продукту/послуги?)	
Place (де саме ви будете продавати свій продукт чи послугу)	
Product (опишіть, який саме продукт чи послугу ви будете продавати)	
Promotion (як ви будете просувати свій продукт/послугу, які маркетингові канали будуть використовувати)	
People (хто з людей контактуватиме з вашою ЦА? Людина зі сторінки інстаграм, продавець у магазині і т.д.)	
Process (який процес використання чи покупки вашого продукту? Як цей процес полегшити і зробити приємнішим? Як змусити людину купити ще?)	
Physical evidence (який фізичний товар отримає людина? Навіть якщо це послуга - що фізичного має отримати людина з нею (ж квиток при послугі перегляду фільму)	



Воркшит №11

Опишіть свій концепт MVP, базовий функціонал
 Що має бути?
 Чого не має бути?



Воркшит №14

Потенційні інвестори вашого стартапу:

1	
...	

Напишіть листа потенційному інвестору:

--



Воркшит №12

Розрахуйте об'єм ринку:		Конкурентний аналіз					
TAM			Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Конкурент 4	Конкурент 5
Грошове значення		Продукт					
Кількість носіїв проблеми		Проблема					
		Ціна					
SAM		Основна					
Грошове значення		Основна					
Кількість носіїв проблеми		Основна					
		Основна					
SOM		Основна					
Потужності		<p>Впишіть назви конкурентів, яких ви хочете проаналізувати. В полях “Основна характеристика” впишіть 5 характеристик, які ви вважаєте найбільш унікальними і цінними у своєму продукті. Потім напишіть “+” чи “-”. “+” - якщо конкурент має таку хар-ку, “-” - якщо не має.</p>					
Конкуренти							
Early adopters (% SAM)							
Розрахуйте MGR ринку							
Опишіть, хто ваші прямі							
Опишіть, хто ваші непрямі							

Навчальне видання

*Бочарова Юлія Геннадіївна,
Лижник Юлія Борисівна*

Кафедра економіки та міжнародних економічних відносин

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ
ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА УПРАВЛІННЯ СТАРТАП-
ПРОЄКТАМИ**

Формат 60×84/8. Ум. др. арк. 2,75.

Донецький національний університет
економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
50042, Дніпропетровська обл.,
м. Кривий Ріг, вул. Курчатова, 13.
Свідоцтво суб'єкта видавничої
справи ДК № 4929 від 07.07.2015 р.