***МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ***

***ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ІВАНА ФРАНКА***

Кафедра (циклова комісія) менеджменту

“**ЗАТВЕРДЖУЮ**”

**Завідувач кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

“\_\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_ року

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**бакалавра**

(назва освітнього рівня)

## дисципліни вільного вибору студента

## соціально-гуманітарного циклу ГСЕ 2.01

**«START-UP МЕНЕДЖМЕНТ»**

галузь знань усі

факультет усі

форма навчання денна

2022– 2023 навчальний рік

**РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:**

Львівським національним університетом імені Івана Франка відповідно до вимог освітньо-професійної програми ГСВО ЛНУ знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» спеціалізації 073 (М) «Менеджмент організацій та адміністрування».

**РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:**

Кохан Маріанна Остапівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту

**ОБГОВОРЕНО ТА РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАТВЕРДЖЕННЯ**

Вченою радою економічного факультету

“\_\_\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року, протокол №\_\_

© Львівський національний університет імені Івана Франка, 2022.

© Кохан М.О., 2022

# ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

# (ГСЕ 2.01 «Start-up менеджмент» )

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Найменування показників** | **Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень** | **Характеристика навчальної дисципліни** | | |
| *денна форма навчання* | *заочна форма навчання* | |
| Кількість кредитів – 3 |  | Варіативна | | |
| Модулів – 1 |  | *Рік підготовки:* | | |
| 3-й |  | |
| *Семестр* | | |
| 5-й |  | |
| Змістових модулів – 1 | *Лекції* | | |
| Курсова робота – нема | 16 год. |  | |
| Загальна кількість годин –90 | *Семінарські* | | |
| 16 год. |  | |
| Тижневих годин для денної форми навчання:  аудиторних – 2  самостійної роботи студента – 3,6 | Освітньо-кваліфікаційний рівень:  «бакалавр» | *Самостійна робота* | | |
| 58 год. | |  |
| *ІНДЗ:* бізнес-план стартапу | | |
| *Вид контролю:* | | |
| Залік | | |

**Примітка**.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 1,5

**2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

2.1. Мета – ознайомлення студентів з природою, методами та стратегією Start-up менеджменту, їх комунікативними основами і практикою в різних сферах діяльності.

1.2. Основні завдання дисципліни полягають у:

* вивчення концепції стартап менеджменту як одного з важливих елементів сучасного механізму бізнесу;
* розумінні сенсу та інструментів стартап менеджменту.
* розвитку здатності працювати в проектній команді.
* розвитку навичок самоорганізації: цілепокладання, планування, контроль досягнення результатів.
* розвитку комунікативних навичок, в тому числі групової комунікації та публічних виступів.
* розвитку навиків групової проектної роботи та управління проектом.

1.3. Згідно вимогосвітньо-професійної програми студенти повинні:

***знати*:**

* |ціль|наукові та практичні основи формування та аналізу стартапу;
* інструменти та стратегії аналізу ринку, функціонування приватного підприємства та публічної організації;
* сучасного стану справ в розвитку підприємницького середовища та навики щодо їх удосконалення, з врахуванням засад міжнародного співробітництва;
* володіння достатніми знаннями впливу факторів на прийняття управлінських рішень в підприємницькій діяльності.
* ***уміти:***
* практично застосовувати та реалізовувати теоретичні положення та практичні навички стартап менеджменту у бізнесі;
* сформувати бізнес-ідею, прототипувати продукт та презентувати його.
* аналізувати ділове середовище, досліджувати ринок, оформляти результати.
* сформувати бізнес-модель розвитку стартапу, виділити споживчу цінність, обрати модель ціноутворення, просування, розробити маркетингову стратегію
* обчислити витрати на проектні роботи та спрогнозувати рух грошових потоків у перший рік функціонування стартапу
* застосовувати гнучкі методи управління проектами.

1. **ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ГСЕ 2.01**

**«START-UP МЕНЕДЖМЕНТ»**

**Тема 1.  Поняття та природа стартапів.**

Поняття стартапу. Інновації. Фінансування інновацій. Життєвий цикл стартапу. Характеристики стартапів. Українські стартапи. Чинники успіху стартапів. Сучасні бізнес-тренди. Історії успіху сучасних стартапів.  
Стартап середовище. Бізнес-інкубатори. Акселератори. Інноваційні центри.

**Тема 2**. **Пошук та тестування ідей**

Творчість. Творчий процес. Характеристики творчості. Методики розвитку креативності. Розвиток інноваційності. Пошук успішної бізнес-ідеї. Методики генерування ідей. Перевірка ідеї на успішність. Історії успіху сучасних стартапів.

Дизайн-мислення для інновацій. Формулювання ідеї.   
Прототипування. Тестування продукту.

**Тема 3. Цільова аудиторія**

Поняття та характеристики ЦА. Потреби споживачів. Сегментування ринку і цільова аудиторія. Що таке ринок та покупець в сьогоднішніх умовах. Теорія голубого та червоного океану.

Дослідження ЦА. Анкетування. Інтервю. Спостереження. Аналіз даних. Експеримент.

Профіль клієнта. Психологічні та поведінкові аспекти. Формула цінності для споживача. Ціннісна пропозиція. Методика Марка Шерінгтона 5W.

**Тема 4. Маркетинг стартапу**

Основи маркетингу власної справи. Поняття маркетингу. Маркетинг 4P. 4 Р (Product, Place, Price, Promotion). Стратегія маркетингу 4C

Брендинг. Бренд. Форма бренду. Зміст бренду. Бренд айдентика. Логотип. Колір. Форма. Кредо.

Система продажів. Лійка продажів. Приклади маркетингових стратегій

**Тема 5. Цифрові комунікації**

Digital-маркетинг. Інструменти цифрового маркетингу. Цільові KPI. Цифрова реклама. Таргетування. Google Adwords. Копірайтинг. Сайт. Критерії ефективності сайту. Емпатичність. Клієнтський досвід. Пошукова оптимізація сайту SEO.

Цільова сторінка (Landing page). Прес-релізи в онлайн медіа, розміщення в каталогах. Сторінки та групи у соціальні медіа  (SMM). Блоги, Влоги, Вебінари. Поштовий маркетинг (E-mail-розсилки). Розсилки у месенджер (Viber, FB Messenger). Реклама - пошукова, банерна та контекстна. Віртуальна / доповнена реальність (VR/AR). Co-creation.

Реклама бренду в соцмережах

**Тема 6. Формування бізнес-моделі**

Поняття та структура бізнес-моделі. Підприємець та підприємство. Соціальне підприємництво. Бізнес для бізнесу. Бізнес для споживача. Масовий ринок. Нішевий ринок. Сегментованість. Диверсифікованість. Багатосторонні платформи. B2B, B2C, B2G. Соціальне підприємництво

Канва бізнес-моделі. Шаблон ціннісної пропозиції. Характеристики продукту. Цінова стратегія. Цільова аудиторія. Контактні аудиторії.

Сегменти бізнес-моделі. Сегменти клієнтівю Ціннісна пропозиція. Канали дистрибуції. Типи каналів. Відносини з клієнтами. Потоки доходів. Ключові ресурси. Ключові види діяльності. Ключові партнерства. Структура витрат

**Тема 7. Фінанси стартапу**

Життєвий цикл проекту і стадії інвестування. Посівні інвенстиції. Ангельські інвестиції. Венчурне інвестування.

Фінансове планування при відкритті стартапу. Структура і динаміка видатків. Види витрат. Постійні і змінні витрати. Стартові видатки. Прогнози видатків.

Місткість ринку. Прогнози доходів. Крива життєвого циклу технологій. Цінова стратегія та політика. Потоки доходів. Продаж. Плата за користування. Абонентна плата. Кредитування. Оренда. Лізинг.Ліцензування. Франчайзинг. Оплата посередницьких послуг. Реклама.  
Стратегії ціноутворення. Завоювання ринку багатосторонньою платформи. «Безкоштовно» як бізнес-модель «Бритва й лезо» «Довгий хвіст». Стратегія цінового лідера.   
Звіт про прибутки і збитки. Модель точки беззбитковості. Термін окупності.

Залучення інвестицій. Типи інвестицій. KPI стартапу для інвесторів. Краудфандинг.

**Тема 8. Командоутворення та презентація стартапу**

Сутність керівництва. Навики лідера.

Команда. Оптимізація команди. Розподіл ролей в команді. Створення команди.

Продажі та сутність роботи з клієнтом

Презентації стартапу для інвестора. Пітчинг. Концентрація на основному. Донесення цінності. Стратегії виходу стартапів на ринок

1. **СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Назви змістових модулів і тем** | **Кількість годин** | | | | | | | |
| **Денна форма** | | | | **Заочна форма** | | | |
| **Усього** | **у тому числі** | | | **Усього** | **у тому числі** | | |
| **л** | **пр** | **с.р.** | **л** | **пр** | **с.р.** |
| Тема 1. Поняття та природа стартапів | 11 | 2 | 2 | 7 |  |  |  |  |
| Тема 2. Пошук та тестування ідей | 11 | 2 | 2 | 7 |  |  |  |  |
| Тема 3. Цільова аудиторія | 11 | 2 | 2 | 7 |  |  |  |  |
| Тема 4. Маркетинг стартапу | 12 | 2 | 2 | 8 |  |  |  |  |
| Тема 5. Цифрові комунікації | 11 | 2 | 2 | 7 |  |  |  |  |
| Тема 6. Формування бізнес-моделі | 11 | 2 | 2 | 7 |  |  |  |  |
| Тема 7. Фінанси стартапу | 11 | 2 | 2 | 7 |  |  |  |  |
| Тема 8. Командоутворення та презентація стартапу | 12 | 2 | 2 | 8 |  |  |  |  |
| Усього годин: | **90** | **16** | **16** | **58** |  |  |  |  |

**5. ТЕМИ ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Назви теми** | **Кількість годин** | |
| **ДФН** | **ЗФН** |
| Тема 1. Поняття та природа стартапів | 2 |  |
| Тема 2. Пошук та тестування ідей | 2 |  |
| Тема 3. Цільова аудиторія | 2 |  |
| Тема 4. Маркетинг стартапу | 2 |  |
| Тема 5. Цифрові комунікації | 2 |  |
| Тема 6. Формування бізнес-моделі | 2 |  |
| Тема 7. Фінанси стартапу | 2 |  |
| Тема 8. Командоутворення та презентація стартапу | 2 |  |
| Усього | **16** |  |

**6. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Назви теми** | **Кількість годин** | |
| **ДФН** | **ЗФН** |
| Тема 1. Поняття та природа стартапів | 2 |  |
| Тема 2. Пошук та тестування ідей | 2 |  |
| Тема 3. Цільова аудиторія | 2 |  |
| Тема 4. Маркетинг стартапу | 2 |  |
| Тема 5. Цифрові комунікації | 2 |  |
| Тема 6. Формування бізнес-моделі | 2 |  |
| Тема 7. Фінанси стартапу | 2 |  |
| Тема 8. Командоутворення та презентація стартапу | 2 |  |
| Усього | **16** |  |

**7. САМОСТІЙНА РОБОТА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Назва теми** | **Кількість годин** | |
| **ДФН** | **ЗФН** |
| Тема 1. Поняття та природа стартапів | 7 |  |
| Тема 2. Пошук та тестування ідей | 7 |  |
| Тема 3. Цільова аудиторія | 7 |  |
| Тема 4. Маркетинг стартапу | 8 |  |
| Тема 5. Цифрові комунікації | 7 |  |
| Тема 6. Формування бізнес-моделі | 7 |  |
| Тема 7. Фінанси стартапу | 7 |  |
| Тема 8. Командоутворення та презентація стартапу | 8 |  |
| Усього | **58** |  |

**8. ІНДИВІДУАЛЬНЕ НАВЧАЛЬНО - ДОСЛІДНЕ ЗАВДАННЯ**

В рамках програми дисципліни студентами виконується під керівництвом викладача **КОМПЛЕКСНЕ ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ (КІЗ)**

**Індивідуальне навчально-дослідне завдання** (практична робота студентів ІНДЗ*)* є видом позааудиторної самостійної роботи студента навчально-дослідного характеру, яке використовується в процесі вивчення програмного матеріалу навчального курсу і завершується разом із складанням підсумкового заліку із даної навчальної дисципліни.

**Мета ІНДЗ**. Самостійне вивчення частини програмного матеріалу, систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студента з навчального курсу та розвиток навичок самостійної роботи.

Студентові необхідно написати дослідницьку роботу реферативного характеру на одну з таких тем:

* + - * 1. Історія успіху відомих компаній (на прикладі певної компанії).
        2. Успішний стартап в Україні (на прикладі певного стартапу).
        3. Успішний стартап в світі (на прикладі певного стартапу).
        4. Мегазаводи та мегавиробництва в світі (на прикладі певної міжнародної компанії).

Студент самостійно та за власним бажанням обирає тему з вище перелічених. На практичному занятті розділяються теми та компанії чи стартапи по яких студент писатиме контрольну роботу. Також студент має публічно доповісти на практичних заняттях по тему контрольної роботи. Компанію чи стартап якого буде стосуватись контрольна робота, студент обирає самостійно та затверджує у викладача з практичних занять.

Обов’язковими складовими **ІНДЗ** є:

1) титульний аркуш;

2) зміст;

3) вступ;

4) основна частина;

5) висновки;

6) список використаних джерел;

На основі вивчення теоретичного матеріалу, власних досліджень, спеціальної літератури, консультацій з викладачем студент складає спочатку стислий, а потім деталізований план контрольної роботи, який у процесі подальшої роботи може доповнюватись і уточнюватись. Вимоги до наповнення структурних складових контрольної роботи наведені у табл.1 .

*Таблиця 1.*

Вимоги до наповнення структурних складових контрольної роботи

|  |  |
| --- | --- |
| Складова частина | * 1. Вимоги |
| Титульний аркуш |  |
| ЗМІСТ | У змісті зазначаються початкові сторінки кожного розділу і пункту. Назви розділів і пунктів у змісті й тексті мають бути однаковими. Розділи й пункти нумеруються арабськими цифрами та друкуються з абзацним відступом. |
| ВСТУП | У вступі пояснюється необхідність (актуальність) обраної тематики дослідження, висвітлюється предмет, об’єкт дослідження, мета і завдання роботи, а також коротко характеризуються компанія, яку обрану за об’єкт дослідження. |
| ОСНОВНА ЧАСТИНА | Наводиться історія компанії чи стартапу (ключові дати, переломні періоди), описується предмет діяльності.  Наводяться ключові елементи та причини успіху стартапу. Розглядається місія, мета та стратегія діяльності компанії. Наводяться основні показники діяльності (кількість філій, потужності виробництва тощо). Описується специфіка ведення бізнесу. |
| ВИСНОВКИ | У висновках коротко підсумовуються результати, отримані в процесі виконання роботи. Висновки за змістом мають відповідати поставленим завданням у вступі роботи. |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | Повинен містити 3 і більше найменувань (за останні 5 років), розташованих за абетковим принципом. |

На всі використані джерела інформації ***обов'язково наводяться посилання*** на перелік літературних джерел в кінці контрольної роботи, одним з наведених способів:

а) зноскою в нижній частині відповідної сторінки контрольної роботи;

б) посиланням в кінці відповідного рядка тексту роботи на перелік літературних джерел (в квадратних дужках наводиться номер літературного джерела з переліку, наведеного в кінці контрольної роботи, і після коми номер сторінки).

Обсяг контрольної роботи – **10-15** друкованих сторінок. Відповідь повинна базуватися не тільки на лекційному матеріалі, але й на розгорненій інформації про стан проблеми, що розглядається, перспективи її розвитку тощо. При цьому слід використовувати нормативно-законодавчі матеріали, довідники, статистичні збірники, спеціальну літературу.

Текст контрольної роботи оформлюють за допомогою комп’ютерного набору і друкують на одному боці аркуша білого паперу формату А4 (210 х 297 мм) з використанням шрифту Times New Roman (текстовий редактор Microsoft Word) розміру 14 з полуторним міжрядковим інтервалом.

Текст ІНДЗ друкують, залишаючи поля таких розмірів: ліве, верхнє, нижнє – 20 мм, праве – 15 мм.

Максимальна оцінка за це завдання, тобто кожну контрольну роботу – 15 *балів*, з яких:

за повноту розкриття теми та використання сучасних даних і джерел інформації – *5 балів*;

за чіткість і лаконічність виступу – *5 балів;*

за оформлення роботи згідно з вимогами і наявність посилань на джерела інформації – *5 балів*.

Бальна оцінка зменшується:

за недостатнє розкриття теми – *на 5 балів*;

за неправильні відповіді на поставлені питання – *на 2 бали*;

за відсутність посилань на джерела інформації – *на 1 бал*.

*Реферат* – це короткий виклад певної наукової або навчальної проблеми в письмовому чи усному вигляді. Реферат готується, як правило, на основі аналізу декількох джерел інформації, зміст котрих вільно і компактно викладається в доступній для розуміння формі. Підготовлений у письмовому вигляді реферат оформлюється розбірливим почерком, відповідно з планом, розробленим студентом самостійно. Його обсяг складає не менш 7-10 сторінок. За бажанням студента, замість письмового реферату, він може підготовити публічний виступ на відповідну тему перед студентами групи на семінарському занятті. Тривалість такого виступу не повинна перевищувати 10-12 хвилин. Вимоги до змісту виступу такі ж самі, як до письмового реферату.

*Вимоги до реферату.* Реферат повинен носити характер самостійного дослідження запропонованої літератури. Текст реферату слід структурувати (виділити розділи, параграфи тощо). В ньому дається аналіз вивченої літератури та пропонується власна інтерпретація висновків і фактів, з якими ознайомився студент під час роботи над основними джерелами.

Реферат оформлюється в окремому зошиті або на окремих аркушах паперу формату А-4. Сторінки реферату нумеруються. Перша сторінка – титульна, на другій міститься план реферату, наприкінці – список використаної літератури. При виборі теми реферату можуть бути враховані наукові інтереси студентів. Студент може запропонувати власну тему реферату, яка для нього більш цікава з практичних і теоретичних поглядів. Ця тема повинна бути погоджена з викладачем.

**9. ПИТАННЯ НА ЗАЛІК**

**(ОПРАЦЬОВУЮТЬСЯ ПРОТЯГОМ СЕМЕСТРУ)**

1. Поняття та природа стартапів.
2. Інновації. Фінансування інновацій.
3. Життєвий цикл стартапу.
4. Характеристики стартапів.
5. Українські стартапи.
6. Чинники успіху стартапів.
7. Сучасні бізнес-тренди.
8. Історії успіху сучасних стартапів.
9. Стартап середовище.
10. Бізнес-інкубатори. Акселератори. Інноваційні центри.
11. Творчий процес.
12. Характеристики творчості.
13. Методики розвитку креативності.
14. Розвиток інноваційності.
15. Пошук успішної бізнес-ідеї.
16. Методики генерування ідей.
17. Перевірка ідеї на успішність.
18. Історії успіху сучасних стартапів.
19. Дизайн-мислення для інновацій.
20. Формулювання ідеї.
21. Прототипування.
22. Тестування продукту.
23. Поняття та характеристики ЦА.
24. Потреби споживачів.
25. Сегментування ринку і цільова аудиторія.
26. Теорія голубого та червоного океану.
27. Дослідження ЦА. Анкетування.
28. Дослідження ЦА. Інтерв’ю.
29. Дослідження ЦА. Спостереження.
30. Дослідження ЦА. Аналіз даних.
31. Дослідження ЦА. Експеримент.
32. Профіль клієнта.
33. Ціннісна пропозиція. Формула цінності для споживача.
34. Методика Марка Шерінгтона 5W.
35. Маркетинг 4P.
36. Стратегія маркетингу 4C
37. Бренд. Форма бренду. Зміст бренду. Бренд айдентика.
38. Бренд. Логотип. Колір. Форма. Кредо.
39. Система продажів. Лійка продажів.
40. Приклади маркетингових стратегій
41. Інструменти цифрового маркетингу.
42. Цільові KPI цифрового маркетингу.
43. Цифрова реклама. Таргетування. Google Adwords.
44. Сайт. Критерії ефективності сайту. Емпатичність.
45. Клієнтський досвід. Пошукова оптимізація сайту SEO.
46. Цільова сторінка (Landing page).
47. Прес-релізи в онлайн медіа, розміщення в каталогах. Сторінки та групи у соціальні медіа  (SMM). Блоги, Влоги, Вебінари.
48. Поштовий маркетинг (E-mail-розсилки). Розсилки у месенджер (Viber, FB Messenger).
49. Реклама - пошукова, банерна та контекстна. Віртуальна / доповнена реальність (VR/AR). Co-creation.
50. Поняття та структура бізнес-моделі. Канва бізнес-моделі.
51. Багатосторонні платформи
52. Цінова стратегія.
53. Канали дистрибуції. Типи каналів.
54. Відносини з клієнтами.
55. Ключові ресурси. Ключові види діяльності. Ключові партнерства
56. Структура витрат
57. Життєвий цикл проекту і стадії інвестування.
58. Посівні інвенстиції. Ангельські інвестиції. Венчурне інвестування.
59. Фінансове планування при відкритті стартапу.
60. Структура і динаміка видатків. Види витрат. Постійні і змінні витрати. Стартові видатки. Прогнози видатків.
61. Місткість ринку. Прогнози доходів.
62. Крива життєвого циклу технологій.
63. Потоки доходів. Продаж. Плата за користування. Абонентна плата. Кредитування. Оренда. Лізинг.Ліцензування. Франчайзинг. Оплата посередницьких послуг. Реклама.
64. Стратегії ціноутворення. Завоювання ринку багатосторонньою платформи. «Безкоштовно» як бізнес-модель «Бритва й лезо» «Довгий хвіст». Стратегія цінового лідера.
65. Звіт про прибутки і збитки. Модель точки беззбитковості. Термін окупності.
66. Залучення інвестицій. Типи інвестицій. KPI стартапу для інвесторів. Краудфандинг.
67. Сутність керівництва. Навики лідера.
68. Команда. Створення команди. Оптимізація команди.
69. Розподіл ролей в команді.
70. Презентації стартапу для інвестора. Пітчинг. Концентрація на основному.
71. Донесення цінності. Стратегії виходу стартапів на ринок

**10. МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

Підчас вивчення студентами навчальної дисципліни «Управління інтернет-комунікаціями в бізнесі» застосовують такі методи навчання:

* *Наочні*: презентації до лекцій, аналіз студентами існуючої практики договірного регулювання;
* *Практичні*: управлінсько-правові ситуації, завдання для моделювання юридичних рішень, завдання для семінарських занять, індивідуальне науково-дослідне завдання.

**11. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ**

**Поточний контроль**(включає усне і письмове опитування, розв’язування ситуацій, доповнення на семінарських заняттях, відвідування занять, виконання ІНДЗ, виконання завдань самостійної роботи) – студенти можуть набрати **до 60 балів.**

**Проміжний контроль** (проведення 2-х змістових модулів (тестування)) - студенти можуть набрати **до 40 балів.**

**Підсумковий контроль** – це оформлення заліку за результатами поточного і проміжного контролю. Якщо студент набрав **не менше 51 балу** та виконав усі передбачені програмою види робіт, його робота вважається успішною та **оформляється залік.** Якщо студент набрав **менше 51 балу, то залік не зараховується.**

**11. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЩО ПРИСВОЮЄТЬСЯ СТУДЕНТАМ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Види завдань** | **Максимальна кількість балів** |
| ***Змістовий модуль 1*** | |
| 1. Відвідування занять | 5 |
| 2. Поточне опитування (усне, письмове опитування, розв’язування задач (ситуацій), доповнення до виступу, участь у дискусіях) | 10 |
| 3. Контрольне тестування по модулю 1 | 20 |
| ***Разом*** | ***35*** |
| ***Змістовий модуль 2*** | |
| 1. Відвідування занять | 5 |
| 2. Поточне опитування (усне, письмове опитування, розв’язування задач (ситуацій), доповнення до виступу, участь у дискусіях) | 10 |
| 3. Комплексне індивідуальне завдання | 30 |
| 4. Контрольне тестування по модулю 2 | 20 |
| ***Разом*** | ***65*** |
| ***Разом за семестр*** | ***100*** |

Оцінювання знань студента здійснюється за 100-бальною шкалою (університету, національною та ECTS):

| **Оцінка в балах** | **Оцінка ECTS** | **Визначення** | **За національною шкалою** |
| --- | --- | --- | --- |
| 90-100 | А | **Відмінно** | **Відмінно** |
| 81-89 | В | Дуже добре | Добре |
| 71-80 | С | Добре |
| 61-70 | D | Задовільно | Задовільно |
| 51-60 | Е | Достатньо |
| 0-50 | FX | Не достатньо | Незадовільно |

Загалом, оцінювання знань студента ґрунтується на таких критеріях:

Оцінка *«відмінно»*:

* студент у повному обсязі володіє програмним матеріалом,
* вільно і логічно-аргументовано висвітлює проблеми управління,
* бачить місце питання, яке розглядається, у контексті загальної теорії та історії менеджменту,
* при відповіді на питання посилається на рекомендовану програмою курсу додаткову науково-монографічну літературу,
* вміє показати методологічне значення теорій та технік коучингу для вибору шляхів вирішення конкретних соціально-економічних прикладних проблем;

Оцінка «*добре*»:

* студент володіє фактичним матеріалом курсу, але допускає окремі неістотні помилки,
* висновки й узагальнення, які він зробив, не є вичерпними,
* відсутні посилання на додаткову літературу,
* практичне застосування теоретичних знань є дещо розпливчастим;

Оцінка «*задовільно*»:

* студент в основному володіє фактичним матеріалом курсу, але в окремих аспектах питань припускається істотних помилок,
* не в змозі самостійно робити чіткі закінчені висновки й узагальнення та пов’язати теоретичні знання з практикою,
* виклад матеріалу утруднений, неповною мірою використовується категоріальний апарат навчальної дисципліни;

Оцінка «*незадовільно*»:

* студент не володіє матеріалом курсу, не орієнтується в його проблематиці,
* при спробі викладу матеріалу припускається грубих помилок,
* не може зробити жодних висновків та узагальнень,
* не бачить взаємозв’язку теорії та практики, яка розглядається.

**13. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

До системи методичного забезпечення дисципліни належить програма курсу, робоча навчальна програма, плани семінарських занять, завдання для самостійної роботи, тестові завдання, а також Методичні вказівки для самостійної роботи студентів з курсу.

**14. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

1. Ворона Т. В. Стартап на мільйон як українці заробляють статки на технологіях / Т. В. Ворона. – Харків: Vivat, 2017. – 223 с.
2. Ворона Т.В. Стартап на мільйон. Як українці заробляють статки на технологіях. – Х.: Віват, 2017. – 224 с.
3. Гільбо К. Стартап на 100$. Як перетворити хобі на бізнес. – К.: Наш формат, 2017. – 264с.
4. Гладка Л.І. Українські стартапи: сучасний стан розвитку інноваційного підприємництва // Гладка Л.І., Колєснік Є.О. – Young Scientist. – № 4 (44). 2017 – С. 647-651
5. Корнух О. В. Стартап як прогресивна форма інноваційного підприємництва [Електронний ресурс] / О. В. Корнух, Л. В. Маханько // Економічна наука. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2014/8.pdf>
6. [Крістенсен](http://www.yakaboo.ua/ua/author/view/Klajton_M_Kristensen/) К. Дилема інноватора. Як нові технології нищать сильні компанії. – Х.: Клуб сімейного дозвілля, 2016
7. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні - проблеми, перешкоди і можливості / Баб’ячок Р.І., Кульчицький І.І. Аналітична доповідь К.: ГО «Агенція Європейських Інновацій», 2018. – Електронний ресурс. – Режим доступу <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-startapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf>
8. Р. Моборн та ін. [Стратегія Блакитного Океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції](https://www.bookclub.ua/ukr/catalog/books/psychology/product.html?id=39820). – Х.: Клуб сімейного дозвілля, 2015.-288с.
9. Райс Е. Стартап без помилок. Посібник зі створення успішного бізнесу з нуля. – Х.: Віват, 2018. – 368 с.
10. [Синґер](http://www.yakaboo.ua/ua/author/view/Sol_Singer/) С. [Країна стартапів. Історія ізраїльського економічного дива](http://www.yakaboo.ua/ua/kraina-startapiv-istorija-izrail-s-kogo-ekonomichnogo-diva.html#.WNQjuhJ976Z). – K.: [Yakaboo Publishing](http://www.yakaboo.ua/ua/book_publisher/view/Yakaboo_Publishing/), 2016.
11. Ситник Н. І. Концептуальні основи стартапів: їх сутність і класифікація [Електронний ресурс] / Н. І. Ситник/ Науковий журнал «Бізнес Інформ». – 2016. – №8. – Режим доступу: <http://business-inform.net/export_pdf/business-inform-2016-8_0-pages-64_68.pdf>.
12. [Тіль](http://www.yakaboo.ua/ua/author/view/Piter_Til_/) П. Г. Від нуля до одиниці: Нотатки про стартапи / пер. з англ. Романа Обухіва [Наш Формат](http://www.yakaboo.ua/ua/book_publisher/view/Nash_Format/), 2015. – 232 с .
13. Gross B. The single biggest reason why startups succeed // TED talks 2015. [Electronic resourse]. – 2015. – Mode of access: <https://www.ideatovalue.com/inno/nickskillicorn/2017/05/single-biggest-reason-startups-succeed/>
14. Reinventing innovation: Five findings to guide strategy through execution. PwC's Innovation Benchmark Report. [Electronic resourse]. – 2017. – Mode of access: <https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/innovation-benchmark-findings.html>
15. The 2018 Global Innovation 1000 study. Investigating trends at the world’s 1000 largest corporate R&D spenders. [Electronic resourse]. – 2018. – Mode of access: <https://www.strategyand.pwc.com/innovation1000>

**14. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

1. Innovations.com
2. Dou.ua
3. Ain.ua
4. Management.com.ua