

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри
економіки підприємства
та організації бізнесу

Протокол № 1 від 01.09.2025 р.



ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна НЕМАШКАЛО

**Інноваційне підприємництво та управління START UP проєктами
робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)**

Галузь знань	С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини	
Спеціальність	С1 Економіка та міжнародні економічні відносини (за спеціалізацією С1.01 Економіка)	
Освітній рівень	перший (бакалаврський)	
Освітня програма	Економіка	
Статус дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання.	українська	

Розробник:
к.е.н., доцент

Олена РЕВЕНКО

Завідувач кафедри
економіки підприємства та
організації бізнесу

Тетяна ВЛАСЕНКО

Гарант програми

Юлія КОТЕЛЬНИКОВА

Харків
2026

ВСТУП

Розвиток Startup-культури в українських університетах є ключовим елементом формування інноваційної підприємницької екосистеми. Інновації та підприємництво стають важливим драйвером зростання й підвищення конкурентоспроможності закладів вищої освіти. Стартапи як гнучка форма бізнесу активно розвиваються завдяки інформаційним технологіям та можливості швидкого масштабування. Вони сприяють технологічному прогресу, створюють нові галузі та робочі місця, що зумовлює державну й приватну підтримку стартап-ініціатив в Україні. Інноваційне підприємництво пов'язане з високими ризиками, однак сучасні методології допомагають швидко тестувати ідеї та коригувати бізнес-моделі. Дисципліна «Інноваційне підприємництво та управління START UP проєктами» особливо корисна здобувачам економічних спеціальностей, оскільки сприяє їх професійному розвитку та відкриває можливість створення власного бізнесу ще під час навчання.

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні системи знань і практичних навичок у створенні і управлінні стартапами на початковій стадії, підготовці здобувачів до участі в інкубаційних, акселераційних і грантових програмах підтримки стартапів.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- забезпечення розуміння основних принципів роботи стартап екосистеми;
- формування навичок ефективно працювати в команді та обґрунтовувати ідеї стартапу;
- тренування креативного мислення та дизайн-мислення;
- засвоєння підходів щодо розробки бізнес-моделі стартапу;
- обґрунтування концепції створення продукту;
- формування навичок підготовки власного проєкту для пошуку фінансування.

Об'єктом навчальної дисципліни виступає екосистема. Предметом навчальної дисципліни є економічні процеси та пов'язані з ними впливи на сучасне інноваційне підприємництво.

Програмні результати та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Програмні результати та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Програмні результати	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
PH1	ЗК6
PH4	ЗК6
PH5	ЗК6
PH8	ЗК6
PH9	ЗК6
PH10	ЗК6
PH11	ЗК6
PH17	ЗК6
PH19	ЗК6
PH20	ЗК6

де, ЗК6. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

РН1. Асоціювати себе як члена громадянського суспільства, наукової спільноти, визнавати верховенство права, зокрема у професійній діяльності, розуміти і вміти користуватися власними правами і свободами, виявляти повагу до прав і свобод інших осіб, зокрема, членів колективу.

РН4. Розуміти принципи економічної науки, особливості функціонування економічних систем.

РН5. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, підприємствами та органами державної влади).

РН8. Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.

РН9. Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.

РН10. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.

РН11. Вміти аналізувати процеси державного та ринкового регулювання соціально-економічних і трудових відносин.

РН17. Виконувати міждисциплінарний аналіз соціально-економічних явищ і проблем в одній або декількох професійних сферах з врахуванням ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

РН19. Використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів.

РН20. Оволодіти навичками усної та письмової професійної комунікації державною та іноземною мовами.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Інноваційне підприємництво та стартап екосистема. Проблема-рішення та пошук бізнес-моделі

Тема 1. Економічна сутність підприємництва. Поняття стартапу. Загальна характеристика управління підприємницькими проєктами.

1.1. Сутність підприємництва, його види. Ключові поняття, пов'язані з підприємництвом. Виробниче, комерційне, фінансове та посередницьке підприємництво. Конкурентні переваги у сфері виробництва та сфері послуг.

1.2. Стартап як явище та об'єкт дослідження. Поняття стартапу та інновацій. Проривні технології. Успішні стартапи.

1.3. Управління підприємницькими проєктами. Поняття підприємницького проєкту. Класифікація проєктів. Основні принципи управління проєктами в сучасних умовах.

Тема 2. Інновації та інноваційна діяльність підприємництва.

3.1. Загальна характеристика інновацій та інноваційної діяльності підприємства. Види інновацій. Поняття інноваційної діяльності та форми її інвестування. Компоненти інноваційного процесу. Напрямки інноваційної діяльності та специфіка інноваційного підприємства.

3.2. Науково-технічний прогрес та його вплив на інноваційну діяльність. Характеристика форм науково-технічного прогресу. Характер впливу форм НТП на здійснення інноваційної діяльності. Приклади інноваційних товарів.

Тема 3. Тенденції інноваційного розвитку економіки.

3.1. Загальна характеристика інноваційного розвитку. Етапи сталого інноваційного розвитку національної економіки. Інноваційний потенціал, інноваційна та технічна конкурентоспроможність країни та її секторів економіки.

3.2. Цифровізація бізнесу як тренд розвитку. Цифрові тренди, ефекти цифровізації бізнесу. Інноваційна активність бізнесу

3.3. Сфери цифрової трансформації в сучасних умовах. Клієнтський досвід. Операційні процеси. Бізнес-моделі на основі цифровізації.

Тема 4. Організаційні форми інноваційних підприємств.

4.1. Інфраструктура інноваційної діяльності. Поняття інфраструктури інноваційної діяльності. Особливості взаємодії інноваторів, інвесторів, товаровиробників конкурентоспроможної продукції через розвинуту інноваційну інфраструктуру.

4.2. Ринкові суб'єкти інноваційної діяльності. Експлеренти. Патієнти. Комутианти. Віоленти.

4.3. Венчурне підприємництво. Форм венчурного підприємництва. Чинники та передумови створення венчурного бізнесу.

4.4. Організаційні структури підтримання інноваційного підприємництва. Види організаційних структур підтримки та їх послуги. Перспективи публічно-приватного партнерства в інноваційній сфері.

Тема 5. Формування команди, розподіл ролей в команді стартапу. Структуризація проєкту.

5.1. Особливості процесу формування команди стартапу. Принципи формування команди. Ролі в команді стартапу.

5.2. Динаміка команди. Розподіл зон відповідальності та особливостей взаємодії в команді. Визначення рівня інноваційності мислення членів команди.

5.3. Структуризація проєкту та чинники впливу. Структура проєкту. Мережеві графіки реалізації проєкту.

Змістовий модуль 2. Валідація бізнес моделі. Знайомство з основними інструментами для управління стартапами

Тема 6. Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія. Пошук і вибір ідей. Валідація ідей стартапів.

6.1. Дизайн мислення. Особливості визначення проблем та емпатія. Кроки дизайн мислення. Методи побудови емпатії. Карта емпатії.

6.2. Пошук і вибір ідей. Пошук ідей для бізнесу. Інноваційні рішення. Роль нейромереж в виборі ідей.

6.3. Валідація ідей стартапів. Перевірка життєздатності ідеї. Мінімально життєздатний продукт (MVP). Бренд. Наймінг. Прототип продукту. Позиціонування компаній.

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

7.1. Канва бізнес моделі. Види бізнес-моделей, їх обмеження та переваги. Структура моделі Lean Canvas. Унікальна ціннісна пропозиція (УЦП).

7.2. Дослідження портрету клієнта та ціннісної пропозиції. Про 6 причин покупки у певних підприємств. Етапи створення клієнтського профілю. Побудова портрета клієнта.

Тема 8. Зовнішнє та внутрішнє середовище стартап-проєкту.

8.1. Середовище стартап-проєкту. Чинники зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Рівень невизначеності середовища.

8.2. Основні моделі аналізу зовнішнього середовища стартапу. Види моделей. Їх характеристика та особливості застосування для інноваційних проєктів.

8.3. Лояльність клієнта. Запити споживачів. Способи підвищення лояльності клієнтів як керованого чинника зовнішнього середовища. Вплив лояльності на показники розвитку внутрішнього середовища підприємства.

Тема 9. Оцінка ринку. Аналіз конкурентів.

9.1. Специфіка оцінки ринку для певного стартапу. Оцінка обсягів ринку, його потенціалу і частки підприємця на ньому. Метрики для визначення обсягу ринку.

9.2. Аналіз конкурентів. Види конкурентів. Критерії аналізу конкурентів для стартапу. Загальна схема послідовності аналізу діяльності основних конкурентів

Тема 10. Місія та цілі стартапів.

10.1. Поняття візії, місії та цілей підприємств. Порівняння візії та місії. Особливості цілей сучасних інноваційних підприємств.

10.2. «Дерево» цілей підприємства. Принципи та підходи до побудови «дерева» цілей. Декомпонування стратегій інноваційних підприємств.

Тема 11. Бізнес-план стартапів. Управління ризиками та якістю проєкту.

11.1. Структура бізнес-плану стартапів. Особливості планування стартапу. Основні розділи бізнес-плану та їх зміст. Цінність бізнес-плану.

11.2. Управління ризиками та якістю проєкту. Ризики в стартап-проєктах. Діагностика відповідності стратегії стану зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Лаги в життєвому циклі підприємства. Критерії якості інноваційного проєкту.

Тема 12. Презентація стартапу. Пітч-дек.

12.1. Підготовка до презентації стартапу. Основні принципи презентації стартапу. Основи та техніки публічних виступів. Особливості підготовки до публічного виступу. Чинники успіху виступу.

12.2. Практичні поради щодо підготовки до захисту стартап-проєкту. Самопрезентація та презентація ідей. Elevator pitch. Пітч-дек.

Перелік практичних (семінарських) завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Перелік практичних (семінарських) завдань

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Завдання 1.	Аналіз ситуації «Кремніва долина». Мотивація щодо простування.
Тема 2. Завдання 2.	Попереднє визначення учасників проєкту та класифікація підприємницьких проєктів. Аналіз практики діючих стартапів.
Тема 2. Завдання 3.	Оцінка інноваційних структур.
Тема 3. Завдання 4.	Оцінка результативності інноваційної діяльності підприємства. Аналіз доцільності інноваційних рішень.
Тема 4. Завдання 5.	Формування команд. Лідерство та ролі.
Тема 5. Завдання 6.	Розроблення детального план-графіку проєкту. Формування інтегровану схему робочої, витратної і організаційної структур проєкту, розроблення матриці відповідальності для учасників проєкту.
Тема 5. Завдання 7.	Розроблення календарного плану реалізації проєкту, побудова мережевого графіку реалізації проєкту
Тема 6. Завдання 8.	Опанування підходів до дизайн-мислення. Обґрунтування бізнес-ідей.
Тема 7. Завдання 9.	Розробка УЦП. Застосування бізнес-моделі Canvas. Аналіз сформованих портретів клієнтів.
Тема 8. Завдання 10.	Дослідження бізнес-середовища власного проєкту.
Тема 9. Завдання 11.	Визначення специфіку ринку на прикладі власного проєкту.
Тема 10. Завдання 12.	Обґрунтування місії та побудова «дерева цілей».
Тема 11. Завдання 13.	Розробка стартап-проєкту. Обґрунтування плану можливих змін за проєктом.
Тема 12. Завдання 14.	Тренінг з самопрезентації та презентації проєктів.
Тема 12. Завдання 15.	Презентація стартап проєкту командами. Обговорення результатів. Інвестрозбір.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3.

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1 - 12	Вивчення лекційного матеріалу та нормативної бази України
Тема 1 - 12	Підготовка до практичних занять
Тема 2, 3, 6, 7	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань
Тема 4	Підготовка до експрес-опитування
Тема 1 - 4	Підготовка до поточних контрольних робіт
Тема 1 - 5, 6 - 12	Підготовка до колоквиумів
Тема 1 - 12	Підготовка до екзамену

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція (Тема 1, 3, 4, 5, 7), проблемна лекція (Тема 2, 8, 9), лекція-діалог (Тема 6, 10)).

Наочні (демонстрація (Тема 1-12)).

Практичні (практична робота (Тема 1 – 12), експрес-опитування (Тема 5), кейс-метод (Тема 1, 8, 12)).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів. Для дисципліни «Інноваційне підприємництво та управління START UP проектами», де формою семестрового контролю є екзамен (іспит), максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти екзамен (іспит) – 35 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формі семестрового екзамену (іспиту), складання якого здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається шляхом підсумовування балів за поточний та підсумковий контроль.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: Індивідуальні навчально-дослідні завдання (25 балів), письмова контрольна робота (10 балів), колоквіум (20 балів), експрес-опитування (5 балів).

Семестровий контроль: Екзамен (40 балів).

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання для навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність «С1 Економіка та міжнародні економічні відносини (за спеціалізацією С1.01 Економіка)»
Освітня програма «Економіка».
Семестр IV
Навчальна дисципліна «Інноваційне підприємництво та управління START UP проєктами»

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

Завдання 1 (тестове) – (22 бали).

Оберіть одну правильну відповідь з представлених варіантів	
1	Що з нижченаведеного не є характеристикою стартапу? а) Масштабованість. б) Інноваційність. в) Тимчасовість. г) Соціальна складова.
2	Розташуйте у правильній послідовності етапи розвитку стартапу: а) тестування; б) пошук проблеми; в) розробка; г) прототипування.
3	Що з вищезазначеного є складовими стартап-екосистеми? а) Університети. б) Держава. в) Інвестори. г) Підприємці.
4	Який з цих стартапів не є українським? а) Bolt. б) Grammarly.

	в) Petcube. г) Preply.
5	Бачення, куди стартап і команда рухаються і до чого мають прийти в довгостроковій перспективі – це: а) місія; б) візія; в) цінності; г) бренд.
6	Те, що стартап робить і як робить на повсякденній основі, щоб досягти довгострокових цілей – це: а) місія; б) візія; в) цінності; г) бренд.
7	Дифузія інновацій як компонента інноваційного процесу пов'язана з розповсюдженням, проникненням в різні сфери економіки технологічних, організаційних та інших інновацій: а) правильно; б) неправильно.
8	Погляди, які розділяються всією командою та є основним критерієм у прийнятті рішень - це а) місія; б) візія; в) цінності; г) мета.
9	Розставте у правильній послідовності етапи дизайн-мислення. а) пошук проблеми; б) прототипування; в) емпатія; г) тестування.
10	Що з цього не є задачею дизайн мислення? а) Знайти ідею. б) Провести глибинний аналіз проблеми, яку ви вирішуєте. в) Спробувати продати продукт клієнтам. г) Створити перший прототип продукту.
11	Що з цього є правилами проведення інтерв'ю з потенційними клієнтами? а) Питати не про конкретні кейси, а про загальне життя; б) Ставити більше питань «чому?»; в) Ставити чіткі і короткі запитання; г) Ходити великими групами більше 6 осіб, щоб проводити інтерв'ю.
12	Мета стадії пошуку проблеми - це: а) проаналізувати проблеми, отримані під час стадії емпатії і подрібнити їх на вужчі проблеми; б) знайти 2-3 глобальні проблеми, і працювати з ними далі; в) знайти рішення до інсайтів, отриманих після стадії емпатії; г) знайти найслабкіший елемент стартапу.
13	Бізнес-модель Lean Canvas складається з: а) 5-ти сегментів; б) 8-ми сегментів; в) 9-ти сегментів; г) 11-ти сегментів.

14	Покупні напівфабрикати належать до: а) незавершеного виробництва; б) готової продукції; в) витрат майбутніх періодів; г) виробничих запасів; д) валових доходів.										
15	Не входить до Lean Canvas блок: а) ціннісна пропозиція; б) ресурси; в) витрати; г) клієнтський сегмент.										
16	Не є завданням операційного менеджменту а) формування візії команди; б) формування місії стартапу; в) стратегічне планування процесів; г) менеджмент завдань команди.										
17	Не є задачею створення MVP: а) запустити першу мінімальну версію; б) отримати сет найперших користувачів (новаторів); в) продати якнайбільше прототипів; г) покращити продукт.										
18	Порядок розрахунку ринку має бути наступним: а) SAM-TAM-SOM; б) TAM-SOM-SAM; в) TAM-SAM-SOM; г) SOM-SAM-TAM.										
Зіставте поняття та їх визначення											
19	Знайти відповідність наведеним видам неймінгу: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Вид неймінгу</th><th>Характеристика</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Традиційний</td><td>А. Створення назви, коли комбінуються 2-3 слова або перекладаються іноземні слова</td></tr> <tr> <td>2. Складний</td><td>Б. Назва побудована на асоціаціях, зрозуміла широкому колу споживачів, створюються яскраві враження, позитивні емоції, демонстрація певного стилю /способу життя</td></tr> <tr> <td>3. Асоціативний</td><td>В. Вибір назви від імені засновника, характер магазину, товару</td></tr> <tr> <td></td><td>Г. Назва пов'язана з містом або територією, спонукає до прояву патріотизму, викликає бажання підтримати місцевий продукт</td></tr> </tbody> </table>	Вид неймінгу	Характеристика	1. Традиційний	А. Створення назви, коли комбінуються 2-3 слова або перекладаються іноземні слова	2. Складний	Б. Назва побудована на асоціаціях, зрозуміла широкому колу споживачів, створюються яскраві враження, позитивні емоції, демонстрація певного стилю /способу життя	3. Асоціативний	В. Вибір назви від імені засновника, характер магазину, товару		Г. Назва пов'язана з містом або територією, спонукає до прояву патріотизму, викликає бажання підтримати місцевий продукт
Вид неймінгу	Характеристика										
1. Традиційний	А. Створення назви, коли комбінуються 2-3 слова або перекладаються іноземні слова										
2. Складний	Б. Назва побудована на асоціаціях, зрозуміла широкому колу споживачів, створюються яскраві враження, позитивні емоції, демонстрація певного стилю /способу життя										
3. Асоціативний	В. Вибір назви від імені засновника, характер магазину, товару										
	Г. Назва пов'язана з містом або територією, спонукає до прояву патріотизму, викликає бажання підтримати місцевий продукт										
20	Визначте зміст наведених ключових вимог, яким мають задовольняти правильно сформульовані цілі стартап-проєкту: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Вимога</th><th>Характеристика</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Ієрархічність цілей</td><td>А. Співвимірність витрачених зусиль для досягнення цілей</td></tr> <tr> <td>2. Економічність цілей</td><td>Б. Формулювання цілі має дозволяти виміряти (оцінити) наближення зусилля підприємства до мети, що виражається певними індикаторами розвитку</td></tr> <tr> <td>3. Прийнятність цілей</td><td>В. Забезпечення балансу між цілями підприємства й цілями окремих структурних підрозділів</td></tr> </tbody> </table>	Вимога	Характеристика	1. Ієрархічність цілей	А. Співвимірність витрачених зусиль для досягнення цілей	2. Економічність цілей	Б. Формулювання цілі має дозволяти виміряти (оцінити) наближення зусилля підприємства до мети, що виражається певними індикаторами розвитку	3. Прийнятність цілей	В. Забезпечення балансу між цілями підприємства й цілями окремих структурних підрозділів		
Вимога	Характеристика										
1. Ієрархічність цілей	А. Співвимірність витрачених зусиль для досягнення цілей										
2. Економічність цілей	Б. Формулювання цілі має дозволяти виміряти (оцінити) наближення зусилля підприємства до мети, що виражається певними індикаторами розвитку										
3. Прийнятність цілей	В. Забезпечення балансу між цілями підприємства й цілями окремих структурних підрозділів										

	4. Конкретність цілей	Г. Врахування не тільки думки й бажання керівництва підприємства, але також бажання й потреби виконавців (окремого працівника)
--	-----------------------	--

Завдання 2 (діагностичне) – (8 балів).

Створення підприємства «Belu» почалося з простої ідеї: що існує кращий спосіб для ведення бізнесу, шляхом зниження впливу на навколишнє середовище та використання всього прибутку для фінансування чистих водних проєктів. «Belu» отримало нагороди як кращий етичний бізнес і як провідне соціальне підприємство Великобританії. Сутність бізнес-діяльності даного підприємства полягає у виробництві та реалізації природної мінеральної води. Прибуток, отриманий від реалізації бізнес-складової, спрямовується на фінансування неприбуткової організації «WaterAid» (міжнародна організація, чия місія полягає в тому, щоб змінити життя найбідніших і найуразливіших верств населення шляхом поліпшення доступу до безпечної питної води, санітарії та гігієни).

Надати аргументовану відповідь, до якої категорії відноситься описана діяльність: соціальне підприємництво (соціальне підприємство) чи соціально відповідальний бізнес? Зробити висновки щодо перспектив.

Завдання 3 (евристичне) – (10 балів).

У 2009 році українці М. Литвин, О. Шевченко та Д. Лідер заснували сервіс для онлайн-перевірки граматики на основі системи штучного інтелекту. В основі успіху Grammarly лежить проста ідея – занадто багато людей використовують письмову англійську мову, і майже ніхто не має ідеальних навичок. Grammarly – один із чотирьох стартапів-єдинорогів серед компаній з українським корінням, вартістю понад 1 мільярд дол. Кількість клієнтів Grammarly щодня досягає 30 мільйонів людей. За словами засновників, наразі їхня мета – зробити Grammarly доступним скрізь, де може відбуватися письмове спілкування англійською мовою.

Для наведеного стартапу створити портрети двох клієнтів: попередньо описавши суть проєкту (продукту), користуючись структурою табл. 1 та табл. 2.

Таблиця 1

Клієнт 1 (B2C)

Ім'я	
Країна	
Місто	
Вік	
Стать	
Сімейний стан	
Хобі, інтереси	
Дохід	
Професія	

Таблиця 2

Клієнт 2 (B2B)

Розмір компанії	
Сфера діяльності	
Країна розташування бізнесу	
Ринок (сегменти)	

Описати доцільні маркетингові технології комунікації з ними.

Надати обґрунтований висновок щодо вибору найбільш ефективного варіанту цільової аудиторії для наведеного стартапу.

Затверджено на засіданні кафедри економіки підприємства та організації бізнесу протокол № ____ від « ____ » _____ 20 ____ р.

Екзаменатор

к.е.н., доц. Олена РЕВЕНКО

Зав. кафедри ЕПтаОБ

д.е.н., проф. Тетяна ВЛАСЕНКО

Критерії оцінювання

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

Завдання 1 (тестове, максимальна оцінка 22 бали).

Тестові завдання включають *16 тестів різного типу*, серед яких:

18 тестових завдань з вибором одного правильного варіанта з представлених – 1 бал;

2 тестових завдань на знаходження відповідності – 2 бали.

Завдання 2 (діагностичне, максимальна оцінка 8 балів).

2 бали – за правильно обрану послідовність етапів аналізу;

3 бали – за наявність пояснень щодо алгоритму аналізу;

3 бал – за наявність та ґрунтовність висновків, правильну інтерпретацію в них значення визначеного показника.

Завдання 3 (евристичне, максимальна оцінка 10 балів).

1 бали – за правильно обрану послідовність етапів виконання завдання, логіку викладення матеріалу та здійснення розрахунків;

3 бали – за правильне представлення та використання методичного апарату (обрану формулу) визначення показника;

2 бали – за наявність пояснень щодо алгоритму та правильне застосування методичного апарату для додаткових розрахунків;

4 бали – за наявність та ґрунтовність висновків, правильну інтерпретацію отриманих результатів.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Менеджмент стартап-проектів: Навчально-методичний комплекс дисципліни [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: К. О. Бояринова. – Електронні текстові дані (1 файл: 5,85 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 153 с. – Режим доступу: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/35988/1/Menedzhment_s-p.pdf.

2. Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами. Робочий зошит викладача / Громадська організація “Платформа інноваційного партнерства” (УЕР™), 2021.

3. Грицюк Н. О. Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами : навч. посіб. / Н. О. Грицюк, О. А. Івашко, Т. В. Сак. – Луцьк : Вежа-Друк, 2022. – 172 с. Режим доступу : <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/72966>

4. Стартапи: створення та масштабування : монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2023. 224 с.

Додаткова

5. Власенко Т. А., Ревенко О.В. Особливості цифрової трансформації бізнесу в умовах невизначеності. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*. 2022. Т. 27. Вип. 3(93). С. 44–49. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28758>

6. Власенко Т. А., Ревенко О. В. Управління розвитком підприємства на основі комплексної технології: стратегічний та інноваційний аспект. *Development Service Industry Management*. 2023. № 4. С. 16–20. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/32926>

7. Гнатківський Б., Ревенко О., Гудко Т. Обґрунтування тенденцій інноваційної діяльності підприємств в Україні та пошук джерел фінансування інноваційного розвитку. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Том 9, № 9. С. 104–108. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/34943>

8. Ревенко О. В. Вплив податкових факторів на результати діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2021. № 8. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26858>

9. Ревенко О. В., Ларіна Т. Ф., Іванова В. О. Розвиток конкурентних переваг аграрного підприємства: сучасні виклики та питання цифровізації. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Том 9. № 3. С. 75 – 79. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/34850>

10. Ревенко О. В., Полежаєва О. В. Диджиталізація освітніх послуг: перспективи розвитку персоналу підприємств у контексті сучасних бізнес-моделей. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2025. – Т. 10. № 1. С. 87 – 91. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/35582>

Інформаційні ресурси

11. Інформаційні матеріали щодо стану інноваційної діяльності // Міністерство економіки, довкілля та сільського господарства України. [Електронний ресурс] <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=69b9a9bf-5fbc-4035-8c0f-ac26b853c0eb&title>

12. Закон України «Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно-правових форм у перехідний період та об’єднань юридичних осіб» від 09.01.2025 р. № 4196-IX // Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4196-20#Text>

13. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2022 р. № 40-IV // Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>

14. Цивільний кодекс України // Верховна Рада України: від 31.03.2019. № 435-IV. [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>