

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 2 «Створення та розвиток стартапів»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	2 курс, 3 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу Сак Тетяна Василівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу
Що буде вивчатися	Особливості стартапу як форми реалізації підприємництва. Стадії життєвого циклу стартапів. Формування команди стартапу. Розробка ідеї (продукту) стартапу. Дизайн мислення. Валідація ідеї стартапу. Сегментація ринку та обирання цільового ринку. Ідентифікація споживача. Бізнес-модель стартапу. Мінімально життєздатний продукт. Маркетинг стартапу. Бізнес-план стартап-проекту. Джерела фінансування стартапу. Оцінка ефективності стартап-проекту. Презентація стартапу для інвесторів.
Чому це цікаво/треба вивчати	Здобувачі освіти зможуть отримати систематизовані знання для розробки власних ідей стартапів, запуску та розвитку стартап-проектів, набудуть навичок поетапної реалізації стадій стартап-проектів від генерування ідеї, сегментування ринку, ідентифікації споживача, розроблення бізнес-моделі до виведення продукту на ринок; уміння оцінювати стартап-проекти та створювати його бізнес-план.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового

	суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. Фахові компетентності: ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.