



МАРКЕТИНГ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Другий (магістерський)</i>
Галузь знань	<i>13 Механічна інженерія 16 Хімічна та біоінженерія¹</i>
Спеціальність	<i>133 Галузеве машинобудування 161 Хімічні технології та інженерія 162 Біотехнології та біоінженерія 163 Біомедична інженерія</i>
Освітня програма	<i>Хімічні технології неорганічних, електродних матеріалів та водоочищення Хімія і технологія органічних матеріалів Хімічні технології неорганічних і органічних зв'язуючих та композиційних матеріалів Біотехнології Обладнання фармацевтичних та біотехнологічних виробництв Регенеративна та біофармацевтична інженерія</i>
Статус дисципліни	<i>Нормативна</i>
Форма навчання	<i>очна(денна)/очна(вечірня)/заочна/дистанційна/змішана</i>
Рік підготовки, семестр	<i>1 курс, осінній / весняний семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>3 кредити (90 годин)</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>Модульна контрольна робота, залік</i>
Розклад занять	<i>Раз на тиждень практичне заняття, раз на два тижні лекція</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	<i>Лектор 1: к.т.н., доцент кафедри економіки і підприємництва Підлісна О.А., (044)204-98-58 Лектор 2: к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва Ткаченко Т.П., (044)204-98-58 Лектор 3: к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва Тюленєва Ю.В., (044)204-98-58 Практичні: к.т.н., доцент кафедри економіки і підприємництва Підлісна О.А., (044)204-98-58 к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва Ткаченко Т.П., (044)204-98-58 к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва Тюленєва Ю.В., (044)204-98-58</i>

¹ В полях Галузь знань/Спеціальність/Освітня програма:

Для дисциплін професійно-практичної підготовки зазначається інформація відповідно до навчального плану.

Для соціально-гуманітарних дисциплін вказується перелік галузей, спеціальностей, або «для всіх».

Програма навчальної дисципліни**1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання**

Предметом вивчення навчальної дисципліни є управління ринковою та комерційною діяльністю технологічних виробництв, визначення особливостей ресурсів хімічного і біотехнологічного виробництв і управління ними в умовах конкурентного середовища. Досліджується складна сукупність ринкових, господарських, економічних, правових, функціональних технологічних і інженерних відносин у сфері виробництва. Формування комунікаційного середовища на всіх етапах ланцюжка цінностей від ідеї до утилізації відпрацьованих матеріалів, формування навичок ринкових комунікацій і ділового спілкування.

Міждисциплінарні зв'язки: дисципліна "Маркетинг стартап-проектів" базується на фундаментальних, соціально-економічних та професійно-практичних технологічних дисциплінах і є основою техніко-економічного обґрунтування інноваційного розвитку. Дисципліна «Маркетинг стартап-проектів» відноситься до циклу загальної підготовки магістрів.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

1. Стартап-проект як інструмент інноваційної діяльності підприємств на ринку проміжного споживання в Україні
2. Маркетинг промислових підприємств
3. Фінансування і аналіз фінансової стійкості техніко-технологічних стартап-проектів.

Метою викладання навчальної дисципліни "Маркетинг стартап-проектів" є формування у студентів техніко-технологічного напрямку підготовки здатності застосовувати професійно профільовані знання і практичні навички з хімічної та біотехнології і інженерії для оцінювання ринкових перспектив інженерних і технологічних інновацій, прогнозування показників та визначення економічної доцільності прийняття управлінських рішень; здатності застосовувати професійно профільовані знання і практичні навички з технології для управління роботою підрозділу і визначення бюджету інноваційних процесів, формувати ієрархію цілей; навичок і вмінь з управління об'єктами техніко-технологічних виробництв з позиції комерційної доцільності і перспективності реалізації, освоєння методів та технологій прийняття управлінських рішень при організації та забезпеченні ринкової діяльності підрозділів виробництв переробної промисловості України (сектор С), набуття системних знань і навичок щодо ефективного використання ресурсів для досягнення мети господарської діяльності у стислі терміни; здатності формувати напрями інноваційного розвитку виробництв.;

За результатами вивчення студент зможе визначати напрями інноваційного розвитку підприємства, формувати бюджет інновацій і оцінювати економічну ефективність запропонованих рішень; зможе самостійно визначати доцільність маркетингових пропозицій, обирати ефективні методи і інструменти для виведення інновації на ринок (у тому числі на ринок проміжного споживання); отримає навички оцінки ринків і вибору ринкових стратегій для товарів технологічних виробництв (продукції нафтоперероблення, хімічних речовин і хімічної продукції, основних біотехнологічних і фармацевтичних продуктів, фармацевтичних препаратів, гумових і пластмасових

виробів, косметичної і продукції побутової хімії, галузево орієнтованого обладнання та інших специфічних товарів).

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

У структурно-логічній схемі навчання зазначена дисципліна розміщена на першому курсі магістерського рівня підготовки, є логічним продовженням нормативної дисципліни ОС бакалавр «Економіка, організація і менеджмент хімічного виробництва» або «Економіка, організація та управління хімічним підприємством», основана на професійно-адаптованих знаннях цієї дисципліни, базується на фундаментальних, соціально-економічних та професійно-практичних технологічних дисциплінах таких як «Технологічне управління виробництвом», «Сучасні технології у виробництві», «Устаткування та проектування виробництв», «Хімічні технології», «Біотехнології», тощо. Є етапом підготовки до виконання дисертаційної роботи магістра – комерціалізація наукової розробки, оцінка ринкових перспектив інновації, управління ризиками господарської діяльності, техніко-економічне обґрунтування вибору управлінських рішень з метою оптимізації витрат і формування сприятливого психологічного клімату у колективі.

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Стартап-проект як інструмент інноваційної діяльності підприємств на ринку проміжного споживання в Україні

Стартап. Сутність, особливості організації.

Бізнес-моделі

Стартап як активна фаза підприємницької діяльності.

Змістовий модуль 2 Маркетинг промислових підприємств.

Система маркетингу.

Суб'єкти і об'єкти маркетингової діяльності

Маркетинг як система управління інноваціями

Сучасні бізнес-моделі для стартап-проектів

Інформаційне забезпечення стартапу

Базові методи ціноутворення

Конкурентне середовище. Типи конкуренції

Державне регулювання конкуренції

Фактори успіху проекту

Стратегії маркетингу

Просування і розповсюдження як елементи системи маркетингу

Сучасні методи просування товару на ринок

Системи розповсюдження товару

План маркетингу на виробничому підприємстві

Ризики та страхування у підприємницькій діяльності:

Змістовий модуль 3. Фінансування і аналіз фінансової стійкості техніко-технологічних стартап-проектів.

Джерела і моделі фінансування стартап-проектів

Аналіз фінансової стійкості стартап-проектів

Прибуток як результат ефективного управління.

Оподаткування діяльності суб'єктів господарювання. Врахування оподаткування при визначенні ефективності запровадження стартап-проєкту.

Управління витратами стартап-проєкту

Діяльність суб'єктів господарювання на фінансовому ринку.

Фінансовий розвиток стартап-проєкту.

4. Навчальні матеріали та ресурси

Основні джерела:

- a) Основи виробничого підприємництва: Навчальний посібник / під ред. Підлісної О.А., Янкового В.В. –К.: ІВЦ «Видавництво Політехніка», НТУУ «КПІ», 2010. –287 с
- b) Підлісна, О. А. Розроблення стартап-проєкту. Практикум [Електронний ресурс] : навчальний посібник для студентів спеціальності 151 «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології» та спеціальності 161 «Хімічні технології та інженерія» / О. А. Підлісна, Ю. В. Тюленєва ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 836,93 Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 46 с. – Назва з екрана. – <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/28628>
- c) Стив Бланк, Боб Дорф. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію. **ISBN:**978-617-7552-67-2: - Наш формат, 2018. – 512 с.
- d) У.Чан Кім, Рене Моборн. Стратегія блакитного океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. **ISBN:** 978-617-12-2217-5,978-617-12-2218-2,978-617-12-1640-2, 2015, 282 с. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://findbook.in.ua/books/strategiehii-blakitnogho-okieanu-iaak-stvoriti-biezhkhmarnii-rinkovii-prostir->

Додаткові джерела:

- a) Господарський Кодекс України//Режим доступу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
- b) Податковий Кодекс України//Режим доступу <http://sts.gov.ua/nk/>
- c) Цивільний Кодекс України //Режим доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
- d) How to Start a Startup.//Creativ Commons (eng). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://startupclass.samaltman.com>.
- e) Правове регулювання посередництва у сфері господарювання (теоретичні аспекти) [Текст] : монографія / Резнікова Вікторія Вікторівна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Хмельниц. ун-т упр. та права. - Хмельницький : [Вид-во Хмельниц. ун-ту упр. та права], 2010. - 706 с. - Бібліогр.: с. 675-706 . - 300 экз. - ISBN 978-966-8823-38-1
- f) Практичні завдання з навчальної дисципліни "Управління процесом розробки й освоєння виробництва нових продуктів"" для студентів спеціальності 8.03060102 "Менеджмент інноваційної діяльності" денної форми навчання [Текст] / Харк. нац. екон. ун-т ; [уклад.: Разінкова В. П.]. - Х. : Вид-во ХНЕУ, 2012. - 27 с. : табл. - Бібліогр.: с. 24-26. - 50 экз.
- g) 43 полезных сервиса для управления проектами. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://habrahabr.ru/post/276873/>

- h) *Економіка підприємства: Навчальний посібник / за заг. ред. П.В. Круша, В.І. Плдвігіної, Б.М. Сердюка. – К.: Ельга-Н, КНТ, 2007. – 780 с. – Бібліогр. у кінці тем – 1000 пр. – ISBN 966-373-205-9.*
- i) *Методичні вказівки до курсу «Основи підприємництва» для студентів хіміко-інженерних, хіміко-технологічних та біотехнологічних спеціальностей усіх форм навчання (бізнес-планування). / Уклад.: О.А. Підлісна, В.В. Янковий, М.П. Дорошенко. – К.: ІВЦ „Видавництво „Політехніка”, 2004 – 48 с. – Бібліогр. с. 44-45. - 300 пр.*

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Стартап-проект як інструмент інноваційної діяльності підприємств на ринку проміжного споживання в Україні												
Тема 1. Предмет і завдання дисципліни	2	-	-	-	-	2	2	-	-			2
Тема 2. Стартап. Сутність, особливості організації	3	1	1	-	-	1	2,5	0,5	-			2
Тема 3. Бізнес моделі.	6	2	2	-	-	2	5,5	0,5	1			4
Тема 4. Стартап як інструмент інноваційної діяльності	4	1	2	-	-	1	7	-	1			6
Разом за змістовим модулем 1	15	4	5	-	-	6	17	1	2			14
Змістовий модуль 2. Маркетинг промислових підприємств												
Тема 1. Система маркетингу.	2,5	1	1	-	-	0,5	2	-	-			2
Тема 2. Маркетинг як система управління	2	-	1	-	-	1	4,5	0,5-	-			4

інноваціями.												
Тема 3.. Сучасні бізнес-моделі для стартап-проектів	6	2	2	-	-	2	5,5		0,5			5
Тема 4. Інформаційне забезпечення стартапу	3	0,5	2	-	-	0,5	2	-	-			2
Тема 5. Базові методи ціноутворення	3,5	1	2			0,5	5	0,5	0,5			4
Тема 6 . Державне регулювання конкуренції	4	1	2			1	2,5		0,5			2
Тема 7. Стратегії маркетингу	3,5	0,5	2			1	4					4
Тема 8. План маркетингу на виробничому підприємстві	4,5	1	2			1,5	5	0,5	0,5			4
Тема 9. Ризики та страхування підприємницької діяльності	5	1	2			2	5,5	0,5	1			4
Разом за змістовим модулем 2	34	8	16	-	-	10	36	2	3			31

Змістовий модуль 3. Фінансування і аналіз фінансової стійкості техніко-технологічних стартап-проектів.

Тема 1. Джерела і моделі фінансування стартап-проектів	5	1	2	-	-	2	5,5	0,5	1			4
Тема 2. Аналіз фінансової стійкості	8	2	4	-	-	2	6,5	0,5	1			5
Тема 3. Прибуток як результат	7	1	4	-	-	2	5		1			4

ефективного управління												
Тема 4. Оподаткування суб'єктів господарювання	6	1	3			2	4					4
Тема 5. Діяльність суб'єктів господарювання на фінансовому ринку	5	1	2			2	4					4
Разом за змістовим модулем 3	31	6	15	-	-	10	25	1	3			21
ІНДЗ	10	-	-	-	4	6	12	-	-	-	6	6
Усього годин	90	18	36	-	4	32	90	4	8		6	72

Під час практичних занять у вигляді диспутів засвоюється теоретичний матеріал. Практичні навички управління студенти набувають під час ділових ігор і симуляцій.

Як індивідуальне семестрове завдання студенти виконують підготовку до формалізації теми магістерського дослідження у вигляді стартап-проекту.

6. Самостійна робота студента/аспіранта

Основними видами самостійної роботи студентів є опрацювання законодавчих актів і нормативів для формалізації галузевої підприємницької діяльності. Також під час підготовки до практичних занять студенти опрацьовують і креативно індивідуалізують отримані знання. Проводять пошук статистичної і ринкової інформації, формують прогнози на їх підставі. Систематизують матеріали до виконання економічного аналізу та ринкової перспективи монетизації теми магістерської дисертації у терміни часу, які на це відводяться.

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Система вимог, які викладач ставить перед студентом/аспірантом:

- Лекції та практичні заняття є допомогою студенту в освоєнні матеріалу дисципліни. Студент за згодою викладача може взяти на себе відповідальність за самостійне вивчення теоретичного матеріалу і підготовку до залікової роботи на основі списку основної і додаткової літератури;*
- Активність студента на практичних заняттях оцінюється балами відповідно до PCO;*
- Для отримання додаткових балів студент має можливість самостійно або за допомогою викладача підготувати матеріали за темами дисципліни і профілем підготовки до міжнародних і вітчизняних конференцій або підготувати наукову*

роботу до публікації у вигляді наукової статті. Оцінка наукової складової підготовки магістра відбувається у балах відповідно до РСО;

- Для закріплення отриманих знань, опрацювання умінь і навичок студенти виконують індивідуальну семестрову роботу за матеріалами дисципліни відповідно до тем їх магістерських дисертацій. Захист робіт відбувається публічно. Оцінка – відповідно до РСО;
- Штрафні бали нараховуються при порушенні студентом календарного плану семестру.;
- РСО передбачено три варіанти набору студентом балів для доведення компетентності за матеріалами дисципліни;
- Індивідуальні роботи студентів, які порушують правила академічної доброчесності, не перевіряються викладачем і не зараховуються до рейтингової оцінки;
- Перескладання семестрової оцінки відбувається відповідно до Правил КПІ ім. Ігоря Сікорського.

8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (РСО)

Рейтинг студента з дисципліни складається з балів, що він отримує за:

- a) відповіді на практичних заняттях (3 відповіді кожного студента в середньому (за умови, що на одному занятті опитано 5 студента при максимальній чисельності групи 20 осіб; $12 \text{пр.} * 5 \text{ст.} / 20 \text{ст.} = 3 \text{ відповіді}$)
- b) виконання домашніх завдань за матеріалами практичних занять (12 пр)
- c) робота в команді під час ділових ігор
- d) виконану індивідуальну самостійну роботу і захищену у вигляді презентаційної доповіді проблемного характеру за темою магістерського дослідження

a). Відповіді на практичних заняттях

Ваговий бал -2. Всього 8 балів ($2\text{б} * 4 \text{ відп} = 8\text{б}$).

Критерії оцінювання:

«відмінно» - 2 бали – відповіді на основні та додаткові запитання повні, вичерпні, обґрунтовані;

«добре», «задовільно» - 1 бал – студент знайшов правильну відповідь в результаті колективного аналізу питання;

«незадовільно» - 0 балів – відповідь на основне запитання відсутня.

б). Виконання домашніх завдань за матеріалами практичних занять

Ваговий бал 4.

Всього $12 \text{пр} * 4 = 48 \text{ балів}$

Завдання може бути одним, або складатися з двох частин, кожна по 2 бали.

Студент виконує домашнє завдання, адаптуючи саме завдання до теми стартапу за матеріалами магістерського дослідження

Критерії оцінювання домашнього завдання визначаються для кожного завдання і надаються разом із завданням.

Узагальнені критерії оцінювання:

«відмінно» - максимальна оцінка за роботу (4 чи 2 бали залежно від того, чи робота є єдиним завданням, чи сформована з двох частин);

«незадовільно» - 0 балів – робота відсутня.

в). Робота в команді під час ділових ігор

Ваговий бал –4 Кількість ділових ігор і ситуаційних вправ 2 за семестр. Максимальна кількість балів за ділові ігри дорівнює 8 балів.

Критерії оцінювання:

«відмінно» - 4 бали – виконані всі поставлені завдання, виявлено лідера команди, активна робота команди;
«добре» - 3 бали – виконані всі поставлені завдання, але з певними неточностями та незначними помилками, виявлено лідера команди, активна робота команди;
«задовільно» - 2 бали – виконано 80% завдань, виявлено лідера, пасивна робота команди;
«незадовільно» - 0 балів - виконано 60% завдань, виявлено лідера, пасивна робота команди.

г). Виконання модульної контрольної роботи як індивідуальної семестрової роботи та захист її

Ваговий бал – 40, в т.ч.:

- а. виконання індивідуальної самостійної роботи – 15 балів,
- б. захист індивідуальної самостійної роботи – 25 балів.

Критерії оцінювання виконання ІСР:

«відмінно» - 15-13 балів – робота подана на перевірку вчасно, за змістом і сутністю повністю відповідає завданню, вірно розв'язані задачі;
«добре» - 12-10 балів – робота подана на перевірку вчасно, за змістом і сутністю повністю відповідає завданню, присутні неточності у теоретичних завданнях або розрахункові помилки в задачах;
«задовільно» - 9-5 балів – робота подана на перевірку вчасно, за сутністю повністю відповідає завданню, робота містить правильні відповіді на теоретичні завдання і не повний розв'язок практичного завдання;
«незадовільно» -4- 0 балів – робота відсутня або студент не володіє матеріалом;
за несвоєчасну здачу ІСР – до «-5» балів

Критерії оцінювання захисту ІСР:

«відмінно» - 25-23 балів – доповідь відбувається згідно календарного плану, підготовлена у відповідності з темою, розкриті теоретичні та практичні аспекти, доповідь містить критичний аналіз маркетингових інструментів і техніко-економічних показників, високий рівень презентації, повні відповіді на додаткові запитання;

«добре» - 22-18 балів – доповідь відбувається згідно календарного плану, підготовлена у відповідності з темою, в доповіді містяться деякі неточності або є питання до структуризації доповіді, відсутні висновки за результатами роботи, неповні відповіді на додаткові запитання;

«задовільно» - 17-10 балів – доповідь відбувається згідно календарного плану, підготовлена у відповідності з темою, питання висвітлені на неналежному рівні, низький рівень презентації, студент не може відповісти на додаткові запитання але володіє основними економічними поняттями, орієнтується в проблемі;

9-0 балів - доповідь відбувається не за календарним планом, питання висвітлені на неналежному рівні, низький рівень презентації, студент не може відповісти на додаткові запитання але володіє основними економічними поняттями, орієнтується в проблемі.

Штрафні та заохочувальні бали (загальною сумою не більше 10 балів) за:

- несвоєчасна здача ІСР – мінус 1 бал за кожен день прострочки (але не більше 10 балів);
- участь у конференції з дисципліни, написання тез + до 5 балів;
- написання наукової статті з дисципліни + до 10 балів.

Максимальна сума балів за семестр складає 100. **Необхідною умовою допуску до заліку є позитивна оцінка з ІСР та презентаційна доповідь за темою ІСР.** Для

отримання заліку з навчальної дисципліни «автоматом» потрібно мати рейтинг не менше 60 балів, а також зараховану і захищену ІСР.

$$R_c = 44 + 8 + 8 + 40 = 100$$

Студенти, які наприкінці семестру мають рейтинг менше 60 балів, а також ті, хто хоче підвищити оцінку в системі ECTS, виконують залікову контрольну роботу.

Завдання залікової контрольної роботи складається з двох питань (теоретичне і аналітичне) різних розділів робочої програми та задачі. Додаткове питання з тем практичних занять отримують студенти, які не брали участі у роботі певного практичного заняття. Незадовільна відповідь з додаткового питання знижує загальну оцінку на 5 бали.

Питання контрольної роботи оцінюють у 40 балів і задача оцінюється у 60 балів відповідно до системи оцінювання:

- «відмінно», повна відповідь (не менше 90% потрібної інформації) або правильно розв'язана задача – 60-58 балів;; 40-37 балів
- «добре», достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації або незначні неточності) або є незначні неточності при розв'язування задачі – 57-45 балів;; 37-30 балів
- «задовільно», неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації та деякі помилки) або задача розв'язана частково невірно – 36-34 балів;; 29-26 балів
- «незадовільно», незадовільна відповідь, не розв'язана задача – 0 балів.

Сума балів за залікову роботу переводиться до залікової оцінки згідно з таблицею:

Кількість балів	Оцінка
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

9. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

- перелік питань, які виносяться на семестровий контроль (додаток А);
- студентам надається можливість зарахування сертифікатів проходження дистанційних чи онлайн курсів за відповідною тематикою;
- вивчення дисципліни має прикладний характер і є основою виведення на ринок продукту за темою магістерського дослідження.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено доцентом кафедри економіки і підприємництва, к.т.н. Підлісною О.А.

Ухвалено кафедрою економіки і підприємництва (протокол № 1 від 26.08.2020)

Погоджено Методичною радою університету (протокол № 6 від 25.02.2021)

Питання семестрового контролю
з дисципліни «Маркетинг стартап-проектів», ХТФ, ФБТ.

- Запропонуйте об'єкти для стартапів, що сприятимуть максимальній віддачі для підприємства на основі аналізу моделі ділової досконалості.
- Які основні показники цікавитимуть автора стартапу з плану маркетингу?
- Запропонуйте об'єкти маркетингу на етапах ланцюжка цінностей продукту
- На чому концентрується суб'єкт стартапу, якщо об'єктом є краща ціна?
- Поясніть термін «бізнес-модель для стартап-проекту».
- Розкрийте взаємозв'язок термінів «стартап-проект» і «бізнес-модель».
- Надайте характеристики термінів «споживач» і «потенційний споживач».
- Який економічний показник стає наслідком бізнес-діяльності і стартап-діяльності?
- Надайте аналіз оптимальних об'єктів для стартап-проектів на технологічному виробництві з позиції максимізації конкурентоспроможності підприємства.
- Поясніть особливості стартап-проекту у порівнянні з бізнес-проектом.
- Надайте аналіз підходів до формування рейтингу стартап-проектів
- Надайте аналіз моделей фінансування стартап-проекту залежно від етапу його життєвого циклу.
- Запропонуйте перелік можливих суб'єктів і об'єктів маркетингу для підприємства, результат діяльності якого знаходиться на різних етапах ланцюжка цінностей продукту
- Надайте порівняльний аналіз вартості первинних і вторинних джерел інформації
- Розкрийте основні вторинні джерела інформації для розробників стартап-проекту.
- Первинна інформація. Поясніть сутність, розкрийте об'єкти первинної інформації. Надайте аналіз витрат на її отримання, запропонуйте джерела фінансування цих витрат.
- Розкрийте сутність терміну «стандарт споживача».
- Надайте порівняльний аналіз термінів «собівартість виробництва» і «ціна виробника».
- Поясніть сутність основних елементів системи маркетингу.
- Надайте характеристику основних методів просування товару.
- Розкрийте поняття «канали розповсюдження товару».
- Які види питань від виробника до споживача Ви знаєте? Надайте порівняльний аналіз економічної ефективності питань.
- Поясніть термін «лояльність споживача»
- Торгові і посередницькі надбавки при формуванні ціни продукту стартапу. Доцільність встановлення і визначення розмірів.
- Надайте порівняльний аналіз базових методів ціноутворення.
- Запропонуйте оптимальний метод ціноутворення для продукту стартапу на різних етапах його життєвого циклу.
- Поясніть терміни «формування конкуренції» і «відповідь ринку».
- Маркетинг як система управління. Розкрийте основні функції управління.
- Надайте порівняльний аналіз типів ринків і запропонуйте стратегію виходу стартапу на ринок певного типу.
- Яким чином можна спровокувати потенційного споживача на потрібну виробнику дію?

- Поясніть терміни «конкуренти», «конкурентне середовище», «місце зустрічі товару і споживача»
- Аналоги, прототипи, замінники. Поясніть особливості конкуренції серед зазначених товарів.
- Розкрийте особливості реклами на ринку товарів проміжного споживання.
- Поясніть роль держави при формуванні конкурентного середовища.
- Надайте характеристику основних стратегій маркетингу.
- Запропонуйте джерела фінансування специфічних технологічних витрат при розробці і впровадження стартап-проєкту.
- Надайте порівняльний аналіз економічної ефективності методів просування товару на ринок.
- Надайте характеристику сучасних бізнес-моделей для стартап-проєктів.
- Бізнес-моделі. Розкрийте сутність і структуру наповнення терміну.
- Лізинг як інструмент фінансування стартап-проєктів. Розкажіть про переваги і недоліки лізингу.