

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до проведення практичних занять
з навчальної дисципліни

ТРЕНІНГ-КУРС «START-UP»

*(для студентів заочної форми навчання
освітнього рівня «бакалавр» за спеціальністю 051 – Економіка)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2021

Методичні рекомендації до практичних занять з навчальної дисципліни
Тренінг-курс «Start-up» (для студентів заочної форми навчання освітнього рівня
«бакалавр» за спеціальністю 051 – Економіка) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва
ім. О. М. Бекетова ; уклад. Д. О. Серьогіна. – Харків : ХНУМГ ім. Бекетова,
2021. – 15 с.

Укладач канд. екон. наук, доц. Д. О. Серьогіна

Рецензент

Г. І. Базецька, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки
Харківського національного університету міського господарства імені
О. М. Бекетова

Рекомендовано кафедрою економіки, протокол № 1 від 29.08.2019.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Загальний опис практичних занять.....	6
2 Розгорнута програма практичних занять.....	7
Практичне заняття № 1.....	7
Практичне заняття № 2.....	9
Список джерел.....	12

ВСТУП

Предметом вивчення навчальної дисципліни є започаткування та діяльність підприємства формату «start-up» у всіх аспектах їх прояву.

Метою викладання навчальної дисципліни «Тренінг-курс «Start-up» є надання студентам системи теоретичних знань і прикладних навичок з започаткування та організації start-up, економічного обґрунтування напрямку його діяльності та забезпечення успішного функціонування.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Тренінг-курс «Start-up» є формування у студентів компетенцій, достатніх для виконання комплексних завдань зі створення інноваційного формату підприємницької діяльності start-up та управління розвитком новоствореного підприємства.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- сутність, логіку формування та функціонування start-up;
- особливості розробки бізнес-моделі компанії в форматі start-up;
- прикладні методики відбору та оцінки персоналу компанії;
- особливості залучення інвестицій для реалізації проекту;
- основні аспекти ефективного брендингу та просування start-up продуктів;
- технологію побудови партнерських зв'язків.

вміти:

- оцінювати та обирати інноваційні ідеї для реалізації в форматі start-up;
- обирати ефективні форми залучення капіталу;
- презентувати бізнес-ідеї інвесторам, постачальникам, споживачам;
- формувати команду проекту, правильно обирати цільову аудиторію та засоби комунікацій;

мати компетентності:

- здатність обрати ефективну бізнес-модель start-up;
- здатність аналізувати можливі варіанти фінансування діяльності start-up;

- здатність розробляти бізнес-план для start-up;
- здатність підбирати персонал, здатний працювати у форматі start-up;
- здатність побудови партнерства для ефективного функціонування start-up;
- здатність обирати оптимальні напрямки інтерактивного маркетингу, просування в соціальних мережах.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 105 годин – 3,5 кредити ЄКТС.

Теми практичних занять з курсу наведено у таблиці.

Таблиця 1 – Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 2. Започаткування діяльності start-up	2
2	Тема 3. Розбудова start-up	2
	Разом	4

1 ЗАГАЛЬНИЙ ОПИС ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Готуючись до практичного заняття чи семінару, необхідно прочитати лекцію, відредагувати текст, виписати визначення, формули, вивчити матеріал. Активна робота на лекціях, хороший конспект полегшить розуміння та засвоєння матеріалу. Однією з форм самостійної роботи є підготовка до семінарів і практичних занять, завдання яких полягає в тому, щоб закріпити і поглибити знання, навчити творчо працювати з літературою, виробити вміння аналізувати процеси і події, розвивати здатність до самостійних суджень, висловлювати і відстоювати свої погляди, навчити готувати реферати, повідомлення з окремих питань, виступати з ними на заняттях. Студенти в процесі роботи повинні перевіряти свої знання, з'ясувати, чи вірно вони розуміють матеріал, який вивчають. Значні можливості для самостійного усвідомлення теми, аналізу проблемних ситуацій, формування особистого ставлення до обговорюваного питання дають семінари-диспути. Практичні заняття сприяють рішенню пізнавальних завдань, розглядають результати виконання практичних вправ, пов'язаних зі змістом дисципліни.

Готуватись до практичних занять бажано у наступному порядку.

1. Ознайомитися з темою, планом заняття, рекомендованою літературою, прочитати конспект лекції і усвідомити матеріал даної теми.

2. Вивчити навчальний матеріал, підібрати додаткову літературу.

3. Скласти план виступу або тези з кожного питання заняття, що дуже важливо для систематизації і засвоєння знань, чіткого та послідовного виступу. Рекомендується вести словник специфічних термінів.

4. Систематично здійснювати самоконтроль повноти засвоєння матеріалу, даючи відповідь на запитання, які вміщені в підручниках в кінці кожного розділу, в методичних посібниках та рекомендаціях, а також виконуючи практичні вправи та навички, рекомендовані до засвоєння при вивченні певних тем. Самоконтроль здійснюється і в бесідах з певних питань з іншими

студентами. Якщо виявляються прогалини в знаннях, уміннях, слід ще раз звернутися до навчальної літератури, незрозумілі питання з'ясувати з викладачем.

Виступ на занятті повинен бути розгорнутий, переконливий, доказовий і аргументований, повинен розкривати суть питання, його значимість, супроводжуватись висновками, порівняннями, узагальненнями. Студенти повинні бути готові доповнити виступи товаришів, прорецензувати їх, висловити свою точку зору і обґрунтувати її. По ходу заняття необхідно робити короткі записи щодо уточнення, доповнення запитань. Семінар чи практичне заняття передбачають участь кожного студента в його підготовці і проведенні з оцінкою по всіх темах, що вивчаються.

2 РОЗГОРНУТА ПРОГРАМА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття № 1 (дві академічні години)

Теми практичного заняття охоплюють тему першого змістового модулю:

Започаткування діяльності start-up.

На занятті розглядаються наступні питання:

1. Створення start-up.
2. Відбір персоналу до start-up.

Практичне завдання: «Що таке мантра?»

- Мантра

– коротке і звучне священне заклинання, якому приписується чарівна, надприродна, цілюща сила.

- Не плутайте мантру і слоган. Мантра

– для колективу start-up: вона допомагає зрозуміти, для чого вони працюють. Слоган – для клієнтів: пояснює, для чого розроблено продукт чи послугу start-up.

- Мантра Nike – «Усе для справжнього спорту».

- Слоган Nike – «Просто зроби це. Не дай себе зупинити».

У таблиці наведені реальні програмні заяви компаній і мантри. Порівняйте їх та визначте розбіжності?

Таблиця 2 – Реальні програмні заяви компаній і мантри

Компанія	Реальна програмна заява	Гіпотетична мантра
Авіакомпанія «Southwest Airlines»	Місія компанії – неухильно дотримуватися найвищих стандартів якості обслуговування клієнтів, складовими яких є індивідуальний підхід, тепло, дружелюбність, повага і корпоративний дух	Краще, ніж за кермом!
«Coca-Cola»	Компанія існує для того, щоб нести у світ благодать і свіжість	Освіжимо світ!
«Wendy's»	Місія компанії – надати клієнтам продукти і послуги найвищої якості і робити це завдяки лідерству, інноваціям і партнерській взаємодії	Здоровий фаст-фуд
«Червоний хрест»	Допомагати людям уникнути критичних ситуацій, готуватися до них і виходити з кризи	Зупинимо СНІД!
ВПС США	Охороняти США і захищати їх інтереси за рахунок повітряно-космічної могутності	Найкрутіші в небі і космосі!
«United Way» (Гаваї)	Завдання – очолити об'єднання людей задля побудови більш здорового, небайдужого суспільства	Об'єднаємо людей!
«March of Dames»	Учені, педагоги й адвокати організували компанію для об'єднання зусиль з метою допомоги в боротьбі за здоров'я всіх дітей — недоношених, із вродженими вадами та іншими патологіями розвитку	Врятуємо дітей!

Доповніть таблицю відомими вам програмними заявами та гіпотетичними мантрами.

Запропонуйте програмну заяву та мантру для вашого start-up.

Таблиця 3 – Програмна заява і мантра вашої компанії

Програмна заява	Мантра
-----------------	--------

Практичне заняття № 2 (дві академічні години)

Теми практичного заняття охоплюють тему другого змістового модулю:

Розбудова start-up.

Розглядаються наступні питання:

Бренд-менеджмент start-up.

Позиціонування start-up.

Практичне завдання

«Що потрібно враховувати при розробці бренду для стартапу?»

Багато починаючих підприємців задаються питанням: «Що потрібно враховувати при розробці бренду для стартапу?»

Відповісти на нього дуже важливо. Адже бренд впливає на весь бізнес, він багато в чому визначає його успіх. Щоб ваша пропозиція мало то вплив і ефект, які ви плануєте, потрібно поглянути на проект через призму брендингу.

ЗАВДАННЯ: Проаналізуйте ідею відомого вам проекту, давши відповіді на наступні питання.

1. Що ваш новий бренд змінить в світі? Чому цим змінам будуть раді?
2. На кого конкретно орієнтовані ваші зміни? Чому саме на них?
3. Чи потрібні гроші для здійснення цих змін?
4. Наскільки великий ринок для цих змін?
5. Що поява вашого бренду зробить для економіки і динаміки розвитку існуючих ринків? Скільки часу на це піде?
6. Чому цього ще не сталося? (Причини повинні бути переконливими).
7. Наскільки люди готові до того, що ви пропонуєте? (Вам доведеться навчати ринок?)
8. Чи можуть інші скопіювати те, що ви плануєте пропонувати? Як швидко? (Що станеться, якщо вони вас проігнорують?).
9. Які елементи вашої ідеї (якщо такі є) ви можете захистити?

10. У вас є чіткі цінності? Чи роблять вони ваш бренд більш конкурентоспроможним?

11. Що споживачі побачать в вас з того, що вони цінують?

12. З ким ви не будете мати справу?

13. З яким поведінкою ви зможете змиритися? Що ви вважаєте неприйнятним (навіть якщо це може бути вигідно)?

14. Як ваша позиція може мотивувати споживачів перестати купувати те, що вони купували раніше? Як швидко вони перемикаються на ваш бренд?

15. Чим ви будете відомі? (Іншими словами, яку репутацію ви хочете мати?) Ви повторюєтесь в цьому? (Ви конкуруєте в новій сфері або в уже відомій?).

16. Як ви привернете увагу ринку? Як ви будете підтримувати інтерес?

17. У вас є чітко сформульоване пропозицію? Ви бачите, як ця пропозиція може розширюватися і трансформуватися з часом?

18. Які ваші кінцеві цілі щодо цінності бренду? Ви створюєте бренду на 5 мільйонів або на 500? Як ви це зрозумієте?

19. Як ви поясните, чому ваш бренд буде ставати все більш цінним з часом? Як ви плануєте вимірювати успіх?

20. Що ви можете запропонувати безкоштовно, щоб переконати споживачів спробувати ваш бренд? Як довго вам доведеться це робити?

21. За що ви будете просити споживачів заплатити? Чому (якщо вони отримають те, що ви надали безкоштовно)?

22. Де споживачі вас знайдуть? (І чому вони вас захотять там знайти?)

23. Як споживачі вас впізнають? (Чи зрозуміло, частиною якого сектора ви є? Очевидно, що ви не схожі на всіх інших?).

24. Що обране ім'я говорить про вашу бізнес-моделі? Що воно говорить про вашу культуру?

25. Як довго буде існувати бренд? (Чи існує можливість його зникнення?).

Практичне завдання

«Дослідження ринку Start-up проекту»

Таблиця 4 – Дослідження ринку дає відповіді на наступні питання

Питання	Характер досліджень
Загальний стан і розвиток економіки	
Коли можна продавати?	«Мертві часи, сезонність, коливання купівельної спроможності, кон'юнктура»
Який вплив чинять законодавчі акти?	Податкова політика, ліцензування видів діяльності
Яку економічну політику проводить уряд?	Оподаткування, заходи стимулювання розвитку малого бізнесу, протекціонізм
Розвиток галузі	
Де можна продавати?	Регіон збуту, насиченість ринку
Який рівень конкуренції?	Хто конкуренти? Її ринкова активність? Які товари/послуги вони пропонують?
Які перспективи розвитку галузі?	Чи перспективна галузь? Очікується підйом/спад?
Мотиви покупки і споживання	
Чому купують саме ці товари/послуги?	Вигідна ціна, висока якість, престиж, необхідність, цікавість, розвага та ін.
Як оцінюється обслуговування?	Люб'язність та привітність персоналу, дотримання термінів
Шанси та асортимент товарів/послуг	
Що можна продавати?	Переваги та недоліки товарів/послуг, ціна, ніші на ринку, вплив загальної ідеї
Кому можна продавати?	Коло покупців по соціальному статусу, віку, статі, купівельній спроможності, звичках
Скільки можна продавати?	Який рівень попиту зараз? Які прогнози на майбутнє?
Який асортимент вимагає покупець?	Диверсифікація, спеціалізація
Які додаткові послуги очікує покупець?	Відстрочення платежу, обслуговування на дому
Канали збуту	
Як знайти покупців?	Рекламна компанія, пропаганда діяльності фірми, «дірект мейл»
Чи використовувати посередників?	Які види товарів/послуг можна продавати через посередників?
Вплив реклами	
За допомогою якої реклами можна стимулювати збут?	Рекламні засоби, регіон, тривалість та періодичність, бюджет на рекламу, використання рекламних агенцій

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Инновационный бизнес : формирование моделей коммерциализации перспективных разработок : учеб. пособие / В. А. Антонец, Н. В. Нечаева, К. А. Хомкин, В. В. Шведова; Под ред. К. А. Хомкина. – М. : Издательство «Дело» АНХ, 2009. – 320 с.
2. Балдин К. В. Инвестиции в инновации : учеб. пособие / К. В. Балдин, И. И. Передеряев, Р. С. Голов. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашкова и К», 2012. – 328 с.
3. Баранчеев В. П. Управление инновациями : учебник для бакалавров / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 711 с.
4. Бланк С. Настольная книга основателя Старт Up/ Стив Бланк, Боб Дорф. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 616 с.
5. Гозман О. Бизнес – это FUN! От российского стартапа к международной компании. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2009 – 176 с.
6. Давила Т. Работающая инновация. Как управлять ею, измерять ее и извлекать из нее выгоду / Т. Давила, Марк Дж. Эпштейн, Р. Шелтон; Пер. с англ. – Днепропетровск, Баланс Бизнес Букс, 2007. – 320 с.
7. Дрейпер Уильям. Стартапы. Профессиональные игры Кремниевой долины / Уильям Дрейпер. – М. : ЗАО «Издательство «Эксмо-пресс», 2012. – 384 с.
8. Зинов В. Г. Инновационное развитие компании : управление интеллектуальными ресурсами : учеб. пособие / В. Г. Зинов, Т. Я. Лебедева, С. А. Цыганов. – М. : Издательство «Дело» АНХ, 2009. – 248 с.
9. Кавасаки Г. Стартап : (Изд.2) 11 мастер-классов от экс-евангелиста Apple и самого дерзкого венчурного капиталиста Кремниевой долины. – М. : Юнайтед Пресс, 2011. – 253 с.

10. Кесслер Энди. Радикальный стартап. 12 правил бизнес-дарвинизма / Энди. Кесслер. – М. : Альпина Паблишерз, 2011. – 224 с.
11. Коэн Дэвид. Стартап в сети. Мастер-классы успешных предпринимателей / Дэвид Коэн, Бред Фелд. – Альпина Паблишерз, 2011. – 340 с.
12. Купер Б. Стартап вокруг клиента / Б. Купер, П. Власковиц – М. : 2011. – 168 с.
13. Кэтрин Кэтлин Управление стартапом. Как руководить компанией на разных этапах / Кэтлин Кэтрин и Мэтьюз Джейна. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 176с.
14. Майкл Л. Стремительные инновации / Пер. с англ. / Л. Майкл, Д. Воркс, К. Вотсон-Хемфилл. – Киев : Companion Group, 2006. – 350 с.
15. Медведев В. П. Инновации как средство обеспечения конкурентоспособности организации / В. П. Медведев. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 160 с.
16. Михаловиц М. Стартап без бюджета : Пер. С. Филин / М. Михаловиц. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 200 с.
17. Норіцина Н. І. START-UP: створення та функціонування. Тренінг-курс : навч. посібник / Електронний ресурс/ Н. І. Норіцина, В. М. Кужель. – Київ : КНЕУ, 2014. – 300 с.
18. Петрук О. М. Теорія та практика венчурного фінансування : Монографія / О. М. Петрук, С. З. Мошенський. – Житомир : ЖДТУ, 2008. – 196 с.
19. Соловьев Ю. 5 золотых законов Start-up / Ю. Соловьев. – М. : 2008. – 30 с.
20. Страхова С. А. Инновационный продукт: инструменты маркетинга : учеб. пособие / Страхова. – М. : Издательство «Дело» АНХ, 2009. – 296 с.
21. Такер Роберт Б. Инновации как формула роста. Новое будущее ведущих компаний: Пер. с англ. / Роберт Б. Такер. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006 – 240 с.

22. Ягудин С. Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг / С. Ю. Ягудин. – СПб. : Питер, 2011. – 256 с.

23. Харниш В. Правила прибыльных стартапов. Как расти и зарабатывать деньги / В. Харниш. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 264 с.

Виробничо-практичне видання

Методичні рекомендації

до практичних занять з навчальної дисципліни

ТРЕНІНГ-КУРС «START-UP»

*(для студентів заочної форми навчання освітнього рівня «бакалавр»
за спеціальністю 051 – Економіка)*

Укладач **СЕРЬОГІНА** Дар'я Олександрівна

Відповідальний за випуск *О. І. Славути*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарова*

План 2019, поз. 398М.

Підп. до друку 30.09.2019. Формат 60 × 84/16.

Друк на ризографі Ум. друк. арк. 1,0.

Тираж 50 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса: rektorat@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 5328 від 11.04.2017.