

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ



МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ЩОДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ РОБІТ
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
**«ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА УПРАВЛІННЯ
СТАРТАП-ПРОЄКТАМИ»**
ДЛЯ СТУДЕНТІВ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 122 – «КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ»
ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

КРЕМЕНЧУК 2023

Методичні вказівки щодо виконання практичних робіт з навчальної дисципліни «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами» для студентів денної форми навчання зі спеціальності 122 – «Комп'ютерні науки» освітньо-професійної програми «Комп'ютерні науки» освітнього ступеня «Бакалавр»

Укладачі: д. е. н., проф. О. І. Маслак,
асист. К. О. Заїка

Рецензент д. е. н., проф. М. М. Хоменко

Кафедра економіки

Затверджено методичною радою Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

Протокол № 9 від 28.06 2023 року

Голова методичної ради  проф. В. В. Костін 

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1 Перелік практичних занять та ситуаційні завдання	7
Практична робота № 1 Стартап екосистема як складова інноваційного бізнесу.....	7
Практична робота № 2 Портрет клієнта, ціннісна пропозиція.....	8
Практична робота № 3 Дослідження клієнтів. Валідація ключових гіпотез.....	9
Практична робота № 4 Особливості реалізації технологічних і продуктових стартап-проектів.....	11
Практична робота № 5 Динаміка продуктової команди.....	15
Практична робота № 6 Мінімально життєздатний продукт (MVP)..	17
Практична робота № 7 Презентація стартапу. Пітч-дек.....	18
2 Критерії оцінювання знань студентів.....	20
Список літератури.....	22

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами» належить до обов'язкового компоненту підготовки бакалаврів зі спеціальності 122 – «Комп'ютерні науки».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є основні закономірності функціонування та розбудова ефективних механізмів управління інноваційними організаціями та стартап-проектами в процесі формування та реалізації їх основних цілей.

Міждисциплінарні зв'язки

Навчальна дисципліна «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами» значно розширює можливості студентів для професійного розвитку, оскільки включає теми й питання, що отримали подальший розвиток у таких фундаментальних науках як менеджмент, основи підприємницької, діяльності, економіка суб'єктів господарювання та ін. Даний курс спрямовано, перш за все, на засвоєння системи знань і практичних навичок у створенні та управлінні інноваційними підприємствами та стартапами на початковій стадії.

Метою навчальної дисципліни «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами» є формування системи знань і практичних навичок управління технологічними стартапами на ранній стадії розвитку, їх проектування від ідеї до мінімально життєздатного продукту, а також підготовка здобувачів до участі в грантових, інкубаційних та акселераційних програмах розвитку підприємництва.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти України (перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 12 «Інформаційні технології», спеціальність 122 «Комп'ютерні науки») навчальна дисципліна (ООК 6) забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких **компетентностей**.

ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 6. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 11. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 14. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 15. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

СК 10. Здатність застосовувати методології, технології та інструментальні засоби для управління процесами життєвого циклу інформаційних і програмних систем, продуктів і сервісів інформаційних технологій відповідно до вимог замовника.

Засвоєння змісту навчальної дисципліни забезпечує формування таких **програмних результатів**.

ПР 11. Володіти навичками управління життєвим циклом програмного забезпечення, продуктів і сервісів інформаційних технологій відповідно до вимог і обмежень замовника, вміти розробляти проєктну документацію (техніко-економічне обґрунтування, технічне завдання, бізнес-план, угоду, договір, контракт).

ПР 21. Вміти враховувати соціальні, політичні, економічні аспекти, під час формування технічних рішень.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- основні поняття стартап-середовища, сучасні концепції управління стартап-проектами у технологічному підприємстві;
- особливості функціонального аналізу існуючих продуктів інформаційних технологій, вимог ринку до ІТ-продуктів;
- методи пошуку та розробки ідей, способи їх валідації, тестування гіпотез;
- практику організації роботи продуктової команди, ключові ролі та прийняття рішень у ІТ-команді розробки;
- принципи аналізу конкурентного середовища та дослідження ринку;
- основи створення мінімально життєздатного продукту (MVP) у середовищі ІТ-розробки;
- критерії успішності ІТ-продуктів, підходи до оцінки їх ефективності.

уміти:

- формулювати, розвивати та валідувати інноваційну бізнес-ідею;
- використовувати базові продуктові метрики для визначення успішності ІТ-продуктів;
- здійснювати аналіз технічних рішень з погляду досягнення цільових показників управління стартап-проектом;
- формувати та мотивувати продуктову команду на ранній стартап-стадії;
- організовувати процеси реалізації бізнес-плану стартап-проекту;
- проводити тестування MVP на представниках цільової аудиторії.

Під час виконання практичних робіт відбувається закріплення гнучких і кросфункціональних навичок у стартап-середовищі: універсальних (креативного, критичного та системного мислення, комунікабельності, самодисципліни, командної роботи, адаптивності до змін) та управлінських (лідерства, управління проектами та командою, постановки цілей і задач).

1 ПЕРЕЛІК ПРАКТИЧНИХ РОБІТ ТА СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Практична робота № 1

Тема. Стартап екосистема як складова інноваційного бізнесу

Мета: ознайомитися зі стартап екосистемою, засвоїти поняття стартапу, особливості стартапів, їх відмінностей від традиційних компаній та значення і ролі у розвитку економіки країни.

План

1. Особливості інноваційного підприємництва, визначення стартапу. Роль стартапів у світовій економіці. Стадії розвитку стартапу.
2. Зв'язок науки та інновацій. Складові стартап екосистеми.
3. Огляд стартап екосистеми України. Екосистеми для технологічних стартапів. Успіх ІТ-продуктів.

Короткі теоретичні відомості

Відносно новим для вітчизняної практики є поняття стартапу, що використовується як спільна назва для радикально нового проекту, який було нещодавно створено, новоствореної компанії або підприємства. Стартап передбачає наявність певної інноваційної бізнес-ідеї, яка наразі не знайшла шляхів своєї реалізації та потребує організаційного оформлення, фінансування, розвитку та ринкової апробації.

Поняття «стартап» виникло у США у 1930 рр. Саме тоді два студента Стенфордського університету Уільям Хьюлетт та Девід Паккард заснували маленьке підприємство, яке називали «Start Up» (нині це всесвітньо відома компанія у сфері інформаційних технологій – Hewlett-Packard).

Стартап – це нещодавно створена компанія (можливо ще не зареєстрована офіційно), що формує свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій, володіє обмеженою кількістю ресурсів (як людських так і фінансових) і планує виходити на ринок.

Завдання до теми

Питання для обговорення

1. Загальне поняття стартапу.
2. Особливості реалізації стартап проектів у сфері інформаційних технологій. Крайні зразки реалізованих стартапів.
3. Особливості реалізації стартап проектів у реальному секторі економіки.
4. Приклади успішних вітчизняних та зарубіжних стартапів.

Дискусія на тему: «Фактори інноваційного розвитку у підприємстві».

Есе про історію розвитку обраного студентом стартапу з зазначенням взаємодії цього стартапу з різними елементами екосистеми.

Тренінг «5 якостей підприємця».

Теми рефератів

1. Стартапи: сутність та основні складові розвитку.
2. Сучасні моделі фінансування стартапів.

Контрольні питання

1. Опишіть поняття «стартап».
2. Наведіть передумови швидкого зростання стартапу.
3. Зобразіть екосистему стартапу.
4. Охарактеризуйте основні засади управління стартап-командами.

Література: [1–3, 5, 8, 10–12].

Практична робота № 2

Тема. Портрет клієнта, ціннісна пропозиція

Мета: закріплення знань з розробки концепції бізнесу, систематизація типів канви бізнес-моделі, опанування способів вимірювання пропозиції цінності.

План

1. Опис видів бізнес моделей. Огляд складових канви бізнес моделі.
2. Визначення терміну customer development. Сегментація клієнтів.
3. Product Adoption Curve.

4. Створення портрету клієнтів. Канва ціннісної пропозиції.

Короткі теоретичні відомості

Етап завершення проєкту відіграє ключову роль з точки зору документування отриманого досвіду та необхідних даних для перевірки успішності мінімального життєздатного продукту, а також обраної бізнес-моделі. Саме на етапі завершення проєкту, можливо оцінити наскільки успішним був мінімальний життєздатний продукт і обрана бізнес-модель. Існує велика кількість способів графічного представлення бізнес-моделі (канва). І якщо все пройшло добре – то наступний етап – це запуск бізнесу.

Завдання до теми

Ситуаційна вправа: «Ідентифікація споживача».

Групове завдання: розбір кейсів портретів клієнтів та розбір кейсів ціннісної пропозиції.

Контрольні питання

1. Визначте сутність і види бізнес-моделі.
2. У чому полягає зміст бізнес-моделі, її відмінності від стратегії?
3. Опишіть структуру бізнес-моделі, зокрема, бізнес-моделі Canvas.
4. Охарактеризуйте структурні блоки бізнес-моделі.
5. Охарактеризуйте ключові типи бізнес-моделей.
6. Які існують методи дизайну бізнес-моделі?
7. Опишіть підходи до розробки бізнес-моделі стартапу.
8. Охарактеризуйте вітчизняний та міжнародний досвід розроблення бізнес-моделей стартапів.

Література: [2, 3, 10–13].

Практична робота № 3

Тема. Дослідження клієнтів. Валідація ключових гіпотез

Мета: вивчення, поглиблення та закріплення теоретичного матеріалу та основних змістовних положень розроблення стартап-проєктів.

План

1. Цикл customer development.
2. Гіпотези. Валідація гіпотез. Інструменти для проведення дослідження клієнтів – опитувальники, інтерв'ю, фокус групи.
3. Дослідження трендів та статистичних даних.
4. Платформи Kickstarter, Product Hunt та ін.

Короткі теоретичні відомості

З метою оцінювання клієнтів стартапу використовується методологія Customer Development Methodology. В основі стартапа лежить бачення – бачення нового продукту або послуги, або бачення того, як саме продукт знайде свого споживача. Однак, усі міркування про ринок і споживачів, в які засновники стартапу вірять – це всього лише гіпотези.

Для втілення бачення в реальність стартапу слід ретельно перевіряти всі гіпотези, щоб з'ясувати, які з них правильні. Первинні гіпотези про ринок і споживачів потрібно протестувати і релевантні перетворити в факти. Однак для цього потрібно не просто аналізувати, а фактично співпрацювати зі споживачем. Існує ряд правил, які мають дотримуватись стартапери під час вивчення майбутнього споживача, зокрема ряд з них стосується того, що не слід здійснювати:

- розуміти потреби і бажання всіх споживачів;
- складати список всіх властивостей продукту, які споживачі хочуть бачити, перш ніж прийняти рішення про покупку;
- передавати розробникам список властивостей, запитаних споживачами;
- створювати фокус-групи і тестувати споживачів, щоб побачити їх реакцію і зрозуміти, чи куплять вони продукт. Команді стартапу, на відміну від зазначеного потрібно розробити продукт не для широкого кола споживачів, а насамперед для потенційних, що допоможе зрозуміти його потрібність та перспективність.

Основна ідея Customer Development Methodology – якомога раніше і якомога частіше перевіряти всі свої ідеї та припущення про майбутнє продукту

на майбутніх клієнтах.

Kickstarter та інші краудсорсінгові платформи дозволяють користувачам робити попередні замовлення того чи іншого продукту і тим самим збирати гроші на реалізацію проєкту. Основна проблема використання таких платформ – це занадто довгий період ітерації. Доводиться працювати з одним і тим же прототипом протягом місяця або більше. У той час як мінімальний життєздатний продукт повинен постійно оновлюватися і вдосконалюватися, механізм краудсорсингу цьому перешкоджає

Завдання до теми

Теми рефератів

1. Використання Гугл трендів, спостереження за трендами та аналітичними даними.
2. Ідеальні методи перевірки ідей.
3. ProductHunt, Kickstarter та інші краудфандингові платформи як інструмент валідації; додаткові інструменти тестування ідей/продуктів.

Контрольні питання

1. Поясніть визначення цільової аудиторії стартапу.
2. Охарактеризуйте клієнт-орієнтовану методологію (Customer Development Methodology) та продукт-орієнтовану методологію (Customer Discovery).
3. Які елементи циклу customer development вам відомі?
4. Опишіть процес customer development. Яка специфіка проведення customer development для продукту на ранніх стадіях?

Література: [5, 10–12].

Практична робота № 4

Тема. Особливості реалізації технологічних і продуктових стартап-проєктів

Мета: ознайомитися з особливостями реалізації стартап-проєктів у сфері інформаційних технологій.

План

1. SWOT аналіз для стартап-проєкту.
2. Інвестиції, фінанси та юридичні особливості реалізації стартапів.
3. Розробка бізнес-плану стартапу.
4. Основи маркетингу в продуктовому IT.
5. Інноваційні акселератори: бізнес-інкубатор та технопарк як інструменти підтримки та розвитку стартапів.
6. Метрики як числові показники продукту (MAU, Retention rate, ROI).

Короткі теоретичні відомості

Розробка ідеї для IT-стартапу передбачає глибоке розуміння потреб та проблем цільової аудиторії. Інноваційність ідеї – важливий чинник, проте ще більш значущим є її здатність вирішити конкретні проблеми користувачів. Важливо дослідити ринок та виявити вузькі місця, які ваш проєкт зможе успішно вирішити.

Вагоме значення має виявлення ринкових можливостей та загроз, що дозволять визначити стратегічну поведінку у розвитку стартапу. З цією метою використовується SWOT-аналіз. Під час дослідження ринку важливо виявити ряд вагомих його факторів, які вплинуть на запуск та розвиток стартапу, зокрема обсяг ринку, конкуренцію, потенційне зростання ринку.

Кожний етап розвитку стартап-проєкту передбачає залучення інвестицій. Джерела інвестицій для їх реалізації є специфічними, враховуючи високоризиковість та новітність стартапів. Під час інвестування стартап-проєктів застосовується венчурний капітал.

Фінансуванням проєктів на початкових стадіях їх розробки займаються, як правило, приватні особи («business angels» – бізнес-янголи), які вкладають «посівний капітал» («seed finance»). На більш пізніх стадіях розвитку інвестованих компаній розміри фінансування значно більші.

Існують два основні види фондів: венчурні (Venture Capital), які спеціалізуються на придбанні часток у компаніях, що швидко зростають, на

початковій стадії їх розвитку, і фонди прямих приватних інвестицій (Private Equity), які інвестують капітал в середні і великі підприємства з метою підвищення їх ефективності.

Для успішного залучення інвесторів до вашого ІТ-стартапу необхідно скласти чіткий і детальний бізнес-план, який демонструє потенціал зростання та прибутковості вашого проєкту. Такий документ є доречним у разі прагнення стартапера залучити інвестиції, отримати кредит, або ж запланувати розвиток власного бізнесу.

Бізнес-план – це документ, який містить маркетингову, технічну та фінансову інформацію, що обґрунтовує доцільність інвестування у новий проєкт або розширення уже існуючого бізнесу.

Від ідеї до реалізації та масштабування, кожен крок потребує уважного планування та стратегічного підходу. Не забувайте про важливість просування та реклами для залучення аудиторії. Питаннями маркетингу та комунікацій потрібно починати займатися на ранніх етапах, коли сам продукт у розробці. Потрібно вивчити потреби ринку, знайти перших послідовників – навіть не продукту, а ідеї, – протестувати ідею і зробити корективи.

Можливо, навіть зробити перші продажі (для багатьох типів ІТ-продуктів це поширена практика). Причому маркетинг повинен бути якісним і має бути розуміння, що він відрізняється від маркетингу товарів і послуг. Той факт, що саме маркетинг стартапу – ключовий момент успіху важко поставити під сумнів.

При виборі майданчика для розміщення вашого ІТ-стартапу необхідно враховувати не тільки фінансові аспекти, а й сприятливе середовище для розвитку проєкту. Вивчіть різні варіанти, такі як інкубатори та акселератори, які надають не лише фінансову підтримку, а й цінні консультації з управління бізнесом, маркетингу та технічних аспектів розвитку стартапу.

Для ефективної оцінки стартапу у сфері ІТ необхідно враховувати кілька ключових факторів, таких як потенціал зростання бази користувача, конкурентне середовище та очікувана частка на ринку. Розуміння того, як ваш

проект виділяється на тлі інших гравців на ринку, а також його потенціал для масштабування має важливе значення при оцінці вартості.

Метрики – це кількісні показники, які дозволяють вимірювати якість та продуктивність продажів вашого продукту.

Завдання до теми

Дискусія: обговорення інвестиційної стратегії стартапу. Розробка фінансового плану.

Командна робота: дослідити інвестиційні угоди схожих стартапів. Створити в команді підбірку потенційних світових інвесторів стартапу. Визначитися зі стратегією залучення інвестицій. Підготувати лист інвестору.

Теми рефератів

1. Інноваційні стартапи в Україні: проблеми створення та маркетингового просування.
2. Особливості заснування та розвитку ІТ-стартапів. Українські особливості ІТ-стартапів.
3. Розкриття тенденцій інвестування і, зокрема, венчурного за обсягами та кількістю укладених угод у сфері ІТ.
4. Інноваційні стартап-проекти: досвід, оцінка, протиріччя реалізації.
5. Інноваційні стартапи в Україні: проблеми функціонування та основні фактори успіху.

Контрольні питання

1. Назвіть елементи SWOT-аналізу.
2. Поясніть методи оцінювання ринку зверху вниз та знизу вгору.
3. Процес пошуку венчурного фінансування для ІТ-стартапу.
4. Назвіть законодавчі акти, що регулюють діяльність стартапів в Україні.
5. Які організаційно-правові форми найбільш доцільно використовувати під час створення стартапу?
6. Причини та переваги розробки бізнес-плану стартапу.
7. Як правильно обирати канал комунікації з цільовою аудиторією?
8. Як виміряти успішність маркетингової стратегії?

9. Регулювання відносин між учасниками стартапу.
10. Навіщо потрібні акселератори для стартапів?
11. Продуктові метрики та чому вони важливі.

Література: [2–4, 7].

Практична робота № 5

Тема. Динаміка продуктової команди

Мета: опанувати та набути навички у командному розробленні бізнес-моделі стартапу, засвоїти основи дизайн-мислення, основи проблемного підходу до ідей стартапів.

План

1. Динаміка команди ІТ-продукту. Спеціалісти технічної розробки.
2. Етапи розвитку команди: forming, storming, norming, performing, adjourning.
3. Прийняття рішень в продуктивних командах. Дизайн-мислення.
4. Методи роботи з командою на різних етапах. Agile-менеджмент.

Короткі теоретичні відомості

Ефективність реалізації стартапу залежить від трьох компонентів: ідеї, команди та фінансування. Без інноваційної ідеї стартап, перестає бути стартапом, і має характеристики звичайного бізнесу. Відсутність фінансування може значно затримати реалізацію стартапу, що призводить до появи конкурентів та втрати бажаної частки на ринку. Однак, не меш важливу роль у реалізації стартапу відіграє ефективна команда.

Формування команди стартапу можна розглядати з позиції життєвого циклу стартапу, тобто відповідно до стадії розвитку стартапу може змінюватись і його команда.

Дизайн-мислення – творчий спосіб мислення, націлений на створення нестандартних рішень та інновацій. Наприклад, Стенфордський метод дизайн-мислення полягає у застосуванні неочікуваних ідей, що приводять до найкращого вирішення проблеми.

Етапи дизайн-мислення:

1. Емпатія – максимальне занурення в проблему, спостереження, формулювання запитань.

2. Фокусування – обробка інформації, структуризація, впорядкування, виділення найважливіших моментів.

3. Генерування ідей – створення якомога більшої кількості ідей чи сценаріїв вирішення проблеми. Важливо фіксувати усі ідеї – від примітивних до неможливих.

Завдання до теми

Знайомство з інструментами управління командою (командні чати, таск-менеджери, робота з документацією).

Ігри з імітації різних стадій динаміки.

Теми рефератів

1. Методичний інструментарій оцінки рівня інвестиційної привабливості стартапів.

2. Інноваційні акселератори: бізнес-інкубатор і технопарк як інструмент підтримки розвитку стартапів.

3. Аналіз причин загибелі і довгострокові стратегії розвитку стартапів.

4. Стейкхолдери та їх характеристики.

Ситуаційна справа: «Методи командного генерування стартап ідей».

Ігрове завдання: в команді скласти карту емпатії, працювати з інструментами POV, CJM, картою розривів.

Контрольні питання

1. Що таке команда та як можна визначити її роль у реалізації стартап-проекту?

2. Охарактеризуйте етапи формування команди стартап-проекту.

3. Проблеми формування команди та шляхи їх вирішення.

4. Ролі та функції учасників команди стартапу.

5. Особливості мінімальної життєздатної команди.

6. Особливості мінімальної ідеальної команди.

7. Розподіл участі та часток майбутнього бізнесу між членами команди стартапу.

8. Ключові відмінності звичайної команди від стартап команди.

9. Особливості роботи стартап команди на кожному з етапів розробки стартап-проекту.

10. Розкрити поняття «дизайн мислення».

11. Дайте перелік моделей дизайн-мислення та охарактеризуйте їх.

12. Які інструменти дизайн-мислення Вам відомі? Дайте характеристику і розкрийте їхню роль у креативному процесі.

13. Навіщо потрібна підготовка до інтерв'ю та як брати інтерв'ю для емпатії?

14. Охарактеризуйте POV як унікальне бачення ситуації, сформульоване на основі знайдених на етапі емпатії інсайтів.

Література: [3–5, 10–13].

Практична робота № 6

Тема. Мінімально життєздатний продукт (MVP)

Мета: опанувати і набути навички розроблення плану продукту.

План

1. Створення MVP: процес та методи.
2. Ресурси, задачі, інструменти для прототипування.
3. Приклади MVP стартапів у IT-розробках.

Короткі теоретичні відомості

Перед тим, як продукт стартапу стає успішним на ринку його необхідно протестувати. Створення версії продукту, яка матиме усі очікувані споживачами функції, проте ще не буде його кінцевою версією є доцільним, адже допомагає якомога краще врахувати всі побажання користувачів до продукту. «Мінімальний доцільний продукт» – це така версія продукту, яка дозволяє команді зібрати максимальну кількість підтвердженої інформації про клієнтів з мінімальними витратами.

Ерік Піс у своїй праці «Бізнес з нуля. Метод Lean Startup для швидкого тестування ідей та вибору бізнес-моделі» наводить наступне визначення MVP: MVP – це версія продукту, що дозволяє запустити цикл «створити-оцінити-навчитися» з мінімальними зусиллями, витративши якнайменше часу на розробку.

Завдання до теми

Колективне завдання: Основи UI/ UX дизайну. Прототипування. Розбір кейсів з UI/UX. Робота над концепцією першого продукту.

Завдання у парах: розробити концепт MVP, описати базовий функціонал. Візуалізувати прототип. Створення customer journey map.

Контрольні питання

1. Вкажіть, яким чином обчислюється NVP для оцінювання проєктів.
2. Вкажіть, які групи критеріїв виділяють для оцінювання стартапів та наведіть критерії однієї з груп.
3. Опишіть перший рівень – фазифікація вхідних даних у моделі оцінювання стартап-проєктів.
4. Опишіть другий рівень моделі оцінювання стартап-проєктів.
5. Опишіть, яким чином отримується агрегована оцінка стартап-проєктів.
6. Опишіть пасивну стадію розвитку стартапу.
7. Опишіть стадії запуску, зростання, розширення та «виходу» у фазах розвитку стартапу.

Література [5, 6, 10–12].

Практична робота № 7

Тема. Презентація стартапу. Пітч-дек

Мета: опанувати теорію і практику презентації стартап-проєкту.

План

1. Основні принципи створення презентації стартапу: сервіси та програми.
2. Техніки публічних виступів. Пітчінг стартапу: алгоритм дій.
3. Тренінг з пітчінгу. Розбір кейсів tech-проєктів.

Короткі теоретичні відомості

Презентування стартап-проекту та виступ перед фаховою аудиторією є важким завданням для стартапера/автора ідеї. Від його результатів та вдалого презентації залежить можливість отримати інвестиції або відмову щодо фінансування пропозиції. Пітч-дек – у звичних термінах просто презентація, який забезпечує успішний пітч (виступ). Зазвичай під час презентування стартапу застосовують стандартну структуру презентації:

1. Вступ;
2. Проблема;
3. Рішення, в якому показано як проблематику, так і її вирішення (ідея, схема роботи, вигоди), що завершується представленням доказів;
4. Висновок з резюме.

Існує декілька видів пітча:

1) Elevator pitch, тривалість якого 1 хвилина. Основна ціль – зацікавити інвестора для наступної зустрічі. Для даної хвилини необхідно успішно коротко сказати про справжню проблему, пропоноване її вирішення, перспективні монетаризації проекту;

2) Idea pitch, тривалість – до 3 хвилини. Даний вид пітчинга часто практикується в стартап-конкурсах;

3) Funding pitch, тривалість – близько 7-10 хвилин. Характеризується більш широкою презентацією порівняно з Idea pitch, включаючи такі розділи як: конкуренти, стратегія виходу на ринок, позиція та необхідні інвестиції.

Завдання до теми

Ситуаційна вправа: «Бізнес-план на одну сторінку».

Контрольні питання

1. Поясніть сутність «пітч» стартап-проекту.
2. Дайте характеристику видам пітча, на яких стадіях стартапу доцільно застосовувати кожний з них?
3. Надайте характеристику структурі пітчу.

Література: [5, 11, 12].

2 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Перелік практичних робіт з навчальної дисципліни «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами» складається із семи тем, які спрямовані на перевірку знань студентів з теорії та практики розв'язання ситуаційних завдань.

Для виконання практичних робіт для студентів розроблено окремий робочий зошит (хмарний документ з таблицями для заповнення результатів). Виконання практичних робіт є обов'язковим для всіх студентів. За виконання всіх практичних робіт студент може отримати максимальну кількість балів – 35 (за кожну практичну роботу максимально 5 балів):

- 2 бали за умови успішного виконання практичних робіт згідно з методичними вказівками (заповнення робочого зошиту);

- 1,5 бали за опитування під час проведення практичних робіт;

- 1 бал за виконання домашнього завдання (доповіді, реферати та їх презентація відповідно до тематики курсу).

- 0,5 бал за відвідування практичного заняття.

Під час практичних занять студенти працюють над власними ідеями стартапів. Власний проєкт передбачає презентацію свого стартапу та пітч за структурою, наданою під час лекцій. Презентації готуються у форматі PowerPoint. Пітч з розрахунку тривалості 4–5 хв. IT-сферу, для якої розробляється стартап-проект, студент обирає самостійно та інформує викладача. Виконання власного проєкту оцінюється в 20 балів.

Розподіл балів, що отримують студенти за видами занять, наведено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1 – Розподіл балів за видами занять

Зміст роботи	Бали
<i>Робота над лекційним матеріалом (активна участь у дискусіях, розгляд практичних кейсів, обговорення конспекту тощо)</i>	
Тема 1 Стартап екосистема як складова інноваційного бізнесу	1
Тема 2 Портрет клієнта, ціннісна пропозиція	2
Тема 3 Дослідження клієнтів. Валідація ключових гіпотез	2
Тема 4 Особливості реалізації технологічних і продуктових стартап-проектів	2
Тема 5 Динаміка продуктової команди	2
Тема 6 Оцінка ринку ІТ-стартапу. Аналіз конкурентів	2
Тема 7 Мінімально життєздатний продукт (MVP)	2
Тема 8 Презентація стартапу. Пітч-дек	2
<i>Виконання практичних робіт</i>	
ПР 1 Стартап екосистема як складова інноваційного бізнесу	5
ПР 2 Портрет клієнта, ціннісна пропозиція	5
ПР 3 Дослідження клієнтів. Валідація ключових гіпотез	5
ПР 4 Особливості реалізації технологічних і продуктових стартап-проектів	5
ПР 5 Динаміка продуктової команди	5
ПР 6 Мінімально життєздатний продукт (MVP)	5
ПР 7 Презентація стартапу. Пітч-дек	5
Виконання власного проєкту	20
<i>Контроль</i>	
Тест за змістовим модулем 1	15
Тест за змістовим модулем 2	15
Диференційований залік	–
Усього балів	100

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Економіка та бізнес-інновації: підручник / за ред. д. е. н., проф. Л. Г. Мельника, д. е. н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2023. 702 с.

2. Менеджмент стартапів: конспект лекцій для здобувачів вищої освіти денної та заочної форми навчання / упорядник С. О. Заїка. Харків: ДБТУ [б. в.], 2023. 121 с.

3. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Управління стартапами: підручник для здобувачів вищої освіти за економічними спеціальностями / за заг. ред. О. А. Гавриша. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.

4. Єрешко Ю. О., Крейдич І. М., Шевчук О. А. Менеджмент стартап-проектів: практикум: навч. посіб. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с.

5. Бланк С., Дорф Б. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію / пер. з англ. Н. Валецька. Київ: Наш формат, 2019. 512 с.

6. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап проектів: конспект лекцій. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с.

7. Основи управління ІТ-проектами [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальності 122 «Комп'ютерні науки» / укладачі: В. О. Кузьмініх, Р. А. Тараненко. Електронні текстові дані (1 файл:1,998 Мбайт). Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 75 с.

Додаткова

8. Маслак О. І., Глазунова О. О., Пирогов Д. Л., Титаренко І. О., Глазунов В. В., Гришко В. М. Стратегічні орієнтири розвитку інноваційного потенціалу України з урахуванням євроінтеграційного вектору. *Наука і техніка сьогодні*. 2023. Випуск № 10 (24). С. 126–136.

9. Маслак О. І., Гришко Н. Є., Зайцев С. С., Колісник А. О., Панчеліна, Ю. М. Бізнес-діагностика конкурентоспроможності інноваційного підприємництва в умовах діджиталізації. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*. 2022. (4). С. 3–8.

10. Гришко Н. Є., Маслак О. І., Маслак М. В., Пирогов Д. Л. Information analytical provision in formation of innovational projects portfolio of enterprises in the context of safety-oriented management. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2020. № 2 (33). С. 205–214.

11. Бала В. В. Роль інвестиційно-інноваційної діяльності у розвитку національного господарства: теоретичний аспект. *Європейська інтеграція: пріоритети стратегічного розвитку національного господарства України: колективна монографія / за заг. ред. А. Б. Почтовюк*. Кременчук: Видавець СВД Олексієнко В. В. 2020. С. 9–16.

12. Глазунова О. О., Скрипнюк К. О., Колісник А. О. Витрати на якість продукції інноваційно активних підприємств. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (Економічні науки)*. 2020. Вип. 3.

13. Маслак О. І., Гришко Н. Є., Іщенко С. В., Шевчук Ю. В. Управління людським капіталом: знання як основа забезпечення інноваційного розвитку економіки. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. 2019. Вип. 2. С. 47–56.

Інформаційні ресурси

14. Аналітично-практичний портал з інновацій. URL: <http://www.innovations.com.ua/>

15. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index>

16. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Методичні вказівки щодо виконання практичних робіт з навчальної дисципліни «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами» для студентів денної форми навчання зі спеціальності 122 – «Комп'ютерні науки» освітньо-професійної програми «Комп'ютерні науки» освітнього ступеня «Бакалавр»

Укладачі: д. е. н., проф. О. І. Маслак,
асист. К. О. Заїка

Відповідальний за випуск д. е. н., проф. М. М. Хоменко

Підп. до др. _____. Формат 60×84 1/16. Папір тип. Друк ризографія.
Ум. друк. арк. _____. Наклад _____ прим. Зам. № _____. Безкоштовно.

Редакційно-видавничий відділ
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського
вул. Університетська, 20, м. Кременчук, 39600