



Економіка та маркетинг стартап проєктів

Major «Організація власного бізнесу»

Спеціальності: 051 Економіка, 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, 073 Менеджмент, 075 Маркетинг, 281 Публічне управління та адміністрування

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)		
Статус дисципліни	вибіркова (Major.Дисципліна 2)		
Обсяг дисципліни	120 годин/ 4 кредити ЄКТС		
Мова викладання	українська		
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Навчальна дисципліна «Економіка та маркетинг стартап проєктів» дозволяє дати майбутнім фахівцям можливість ознайомлення: з маркетинговими особливостями організації та функціонування стартап проєктів; стартап екосистемою; інструментарієм формування стартап проєктів; розробленням ціннісної пропозиції; позиціонуванням та створенням бренду стартап проєктів; особливостям фінансування стартап проєктів; розробленням бізнес-моделювання та обґрунтуванням бізнес-плану стартап проєктів; підбором команди стартап проєкту; маркетинговим плануванням, побудові партнерства та маркетингових комунікацій; юридично-правовими засадами реалізації стартап проєкту; презентуванням стартап проєкту інвесторам		
Чому це цікаво/треба вивчити (мета)	У практичній діяльності через знання економіки та маркетингу стартап проєктів реалізується система компетентностей яка відповідає за успішний запуск, розвиток та управління інноваційними підприємствами та створення власного стартап проєкту. Сферою реалізації набутих знань у майбутній професії є прикладні аспекти розроблення підприємницького проєкту на основі інноваційної бізнес-ідеї та побудови стартап проєкту у сфері нових технологій, автоматизації, IT-галузі, цифрових технологій, моделей виробництва відповідно трендам розвитку Industry 4.0. Розробник дисципліни є автором численних наукових праць з питань економіки та управління		
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Курс розроблено таким чином, щоб надати учасникам необхідні знання, обов'язкові для того, щоб самостійно генерувати, організовувати та презентувати стартап проєкти, а також збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища, уміння управляти персоналом і працювати в команді.		
Пререквізити	Знання з основ економіки, менеджменту, маркетингу		
Кореквізити	Залежать від окремої освітньої програми здобувача освіти		
Організація навчання	Види занять: лекції, практичні заняття. Форми здобуття освіти: денна, заочна. Форми контролю: модульний контроль		
Кафедра	Економіки та публічного управління		
Факультет	Програмної інженерії та бізнесу		
Викладач		ПІБ	Купріянова Валентина Сергіївна
		Посада	доцент
		Вчене звання	доцент
		Науковий ступінь	кандидат економічних наук
		e-mail	v.kupriyanova@khai.edu
		Персональна сторінка	https://faculty6.khai.edu/uk/site/zaviduvach-kafedri-601-zh.html
Посилання на електронні матеріали курсу	https://mentor.khai.edu/course/		
Посилання на робочу програму (силабус)			