

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Экономический факультет

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины Маркетинговое обоснование старта-ап

**Рекомендуется для направления подготовки
38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг»**

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины состоит в формировании системы знаний и овладении комплексом практических навыков по управлению созданием, сопровождением, развитием стартап-проекта, его маркетингового, организационного планирования и финансового обоснования путем использования современного инструментария управления инновациями, менеджмента проектов, бизнес-аналитики и бизнес-моделирования.

В ходе дисциплины решаются следующие задачи:

- способность генерировать бизнес-идеи стартап-проектов, креативного их поиска, маркетинговые концепции их развития, применять креативность в формировании бизнес-моделей стартапов;
- способность формировать команду стартап-проекта и работать в ней, налаживать межличностное взаимодействие в процессе ее масштабирования стадиями развития стартапа, вовремя менторинг и т.д.;
- способность находить возможности восприятия бизнес-идеи стартапа и минимального жизнеспособного продукта (MVP) рынком, разрабатывать стартап-проект, реализовывать его на основе бизнес-плана в реальных рыночных условиях, привлекать ресурсы, инвестиции, обеспечивать партнерское сотрудничество в процессе реализации стартап-проекта.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина *Маркетинговое обоснование стартап* относится к профессиональной части блока 9 учебного плана (Б1. В.ДВ.09.04 Дисциплин по выбору).

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций для дневного отделения

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Универсальные компетенции			
1	УК-9 способен использовать базовые дефектологические знания и в социальной профессиональной сферах	В2 В маркетинг Менеджмент	Социально-гуманитарные дисциплины Профессиональные дисциплины
2	УК-11 способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Менеджмент В2 В маркетинг	Социально-гуманитарные дисциплины Профессиональные дисциплины
Общепрофессиональные компетенции			
1	ОПК-3 способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их	Менеджмент В2 В маркетинг Методы принятия управленческих решений	Управление проектами Стратегический менеджмент Профессиональные дисциплины

	реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.		
Профессиональные компетенции			
1	ПКО-1 способен к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Менеджмент B2 B маркетинг Методы принятия управленческих решений	Управление проектами Стратегический менеджмент Профессиональные дисциплины
2	ПКО-2 способен к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Менеджмент B2 B маркетинг Методы принятия управленческих решений	Управление проектами Стратегический менеджмент Профессиональные дисциплины

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- УК-9 - способен использовать базовые дефектологические знания и в социальной профессиональной сферах;
- УК-11 - способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению;
- ОПК-3 - способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;
- ПКО-1 - способен к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- ПКО-2 - способен управлять маркетинговой деятельностью организации.

Знать:

- процедуры поиска, сбора и анализа информации для формирования бизнес-идей стартап-проекта, тестирование идеи и продукта стартапа на рынке;
- оценивания объема рынка и ниши бизнеса реализации стартап-проекта;
- процедуры определения стоимости и цены продукта стартапа, расчета финансовой модели стартап-проекта, ключевых факторов успеха стартап-проектив, методов оценки стоимости и привлекательности стартап-проекта для инвесторов.

Уметь:

- применять креативные подходы к поиску идей продуктов для стартапа на основе анализа проблем и скрытых потребностей потребителей,
- определять способы проверки их жизнеспособности, выявление проблем стартапа во время взаимодействия с клиентами на основе клиент-ориентированной методологии, развития жизнеспособного продукта до конечной версии, обеспечения конкурентоспособности, юридически-правового регулирования стартаппроекту, формирования и изменения бизнес-модели, реализации стартаппроекту на основе пивот;

Владеть:

- навыками анализа жизнеспособности продукта стартапа, реализуемости бизнес-модели стартапа, бизнес-плана стартапа, анализа рыночной позиции стартапа, инвестиционной привлекательности стартап-проекта, показателей его успешности;
- навыками осуществления коммуникаций между участниками команды стартап-проекта, с клиентами и субъектами рынка при продвижении продукта стартапа,
- навыками коммуникации в процессе взаимодействия, сотрудничества, регулирования взаимоотношений с инвесторами и партнерами стартап-проекта, во время проведения переговоров с ними и заключение сделок.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

1) для профиля «Маркетинг» экономического факультета очное обучение общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Модули			
		8	9	10	11
Аудиторные занятия (всего)	18		18		
В том числе:					
Лекции					
Практические занятия (ПЗ)	18		18		
Семинары (С)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	54		54		
В том числе:	-	-	-		
Индивидуальный проект (работа)	17		17		
Подготовка тематических презентаций	10		10		
Чтение дополнительной литературы, рекомендованной по курсу	7		7		
Творческие работы	20		20		
<i>Другие виды самостоятельной работы</i>					
		-			
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	экзамен				
Общая трудоемкость	ак. часа				
	зач. ед.				
	72				
	2				

5. Содержание дисциплины**5.1. Содержание разделов дисциплины**

Название разделов (тем) дисциплины:	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Тема 1. Стартап-проект как форма ведения инновационного бизнеса	Сущность, место и роль стартап-проектов в инновационном бизнесе. Различия традиционного бизнеса и предпринимательства от стартапов. особенности реализации стартапов в сфере бизнеса.

	<p>Реализация стартапа как инновационного проекта. Классификации стартап-проектив по различным признакам. Различия стартап-проектов и проектов малого бизнеса. Специфические особенности стартапа как проекта. Типы стартап-проектов. Этапы стартап-проекта: инициация проекта, фандрайзинг, планирование, реализация, мониторинг и контроль, завершение. Применение методов и инструментов проектного управления в стартапах.</p>
<p>Тема 2. Формирование и развитие бизнес-идеи и продукта стартапа</p>	<p>Формирование идеи продукта стартапа. Источники и методы получения идеи инновационного продукта. Креативные методики генерирования идеи продукта стартапа.</p> <p>Морфологические подходы к формированию идеи продукта: метод инвентаризации характеристик, морфологического ящика, метод последовательного изобретательства отрицание и конструирования, систематического покрытия поля, методы создания локальных инноваций для продукта.</p>
<p>Тема 3. Бизнес-моделирование стартапа</p>	<p>Сущность, виды и особенности бизнес-модели стартапа. Содержание бизнес-модели, ее отличии от стратегии и бизнес-плана. Типы бизнес-моделей: А. Остервальдера и И. Пинье, «Lean» бизнес-канва, М. Джонсона «Захват чистого пространства».</p> <p>Бизнес-модель «Canvas». Характеристика структурных блоков бизнес-модели (Потребительские сегменты, ценностная предложение, каналы сбыта, взаимоотношения с клиентами, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнеры, потоки поступления, структура расходов)</p>
<p>Тема 4. Маркетинговый менеджмент стартап-проектов</p>	<p>Маркетинговый менеджмент стартап-проекта: сущность и особенности. Понятие маркетингового менеджмента и маркетинга стартапа. Ключевые различия маркетинга стартапа и маркетинга товара / услуги для уже существующего бизнеса. Этапы реализации маркетинга стартап-проекта (инициатива, тестирование идеи, процесс диффузии (проникновения идеи) на рынок, продвижение продукта).</p> <p>Анализ рынка стартапа. Оценка объема рынка. Оценка конкуренции. Оценка перспектив роста рынка. Выявление потенциальных клиентов</p>

	<p>стартапа. Оценка клиентов стартапа. Клиент-ориентированная методология (Customer Development Methodology) и продукториентована методология (Customer Discovery). Построение коммуникаций стартапа с клиентами. Формирование спроса на продукцию и коммуникация с потребителями стартап-проекта.</p>
<p>Тема 5. Организация реализации стартап-проектов от команды к предприятию</p>	<p>Формирование команды стартап-проекта. Сущность команды стартап-проекта. Формирование команды участников по ролям и функциям ресурсного обеспечения, продажи, развития продукта, финансирование, процессов и операций. Ключевые проблемы в формировании команды стартап-проекта. Распределение участия и долей будущего бизнеса между членами команды стартапа. Масштабирование команды стартап-проекта. Модель развития команды Б. Такман. Этапы масштабирования команды стартап-проекта. особенности работы стартап-команды на каждом из этапов разработки стартап-проекта.</p>
<p>Тема 6. Управление инвестиционным обеспечением стартап-проекта</p>	<p>Источники инвестирования стартап-проектов. Рынок инновационного инвестирования. Венчурное инвестирование. Формы инвестирования стартап-проектов бизнес-ангелами (Корпоративная, лизинг, предоставление займов). Краудфандинг. особенности размещения стартап-проектов на краудфандинговых платформах. Финансово-инвестиционное обеспечение стартап-проекта в течение жизненного цикла. формы привлечения инвесторов в стартап-проект. Способы инвестирования стартап-проектов.</p>
<p>Тема 7. Бизнес-планирование стартап-проекту</p>	<p>Сущность и особенности бизнес-планирования стартап-проекта. Детализация бизнес-плана за стадией готовности стартап-проекта. Структура бизнес-плана стартап-проекта. Структура резюме бизнес-плана стартап-проекта. Описание стартап-проекта. Описание продукта стартап-проекта и его ключевых параметров.</p>
<p>Тема 8. Увеличение и стратегирование стартап-проектов</p>	<p>Бизнес-стратегии развития стартапа: виды и особенности. неопределенность в реализации бизнес-стратегии стартапов. Стратегии стартапов в фокусе стратегий М. Портера: лидерство по затратам, дифференциации, фокусировки. матрица</p>

	стратегий: стратегическое преимущество / стратегическая цель стартапа. Стратегии разработки и внедрение нововведений: интегратор, организатор, лицензиар. Стратегия копирования. Компас предпринимательских стратегий для стартап-проектов (рыночная, ресурсная, организационная, техническая, временная). Выбор стратегии развития стартап проекта.
--	--

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий для дневного отделения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Прак т. зан.	Лаб. зан.	Семина	СРС	Всего час.
1.	Стартап-проект как форма ведения инновационного бизнеса		3			6	9
2.	Формирование и развитие бизнес-идеи и продукта стартапа		2			7	9
3.	Бизнес-моделирование стартапа		2			6	9
4.	Маркетинговый менеджмент стартап-проектов		3			7	9
5	Организация реализации стартап-проектов от команды к предприятию		2			6	9
6	Управление инвестиционным обеспечением стартап-проекта		2			6	9
7	Бизнес-планирование стартап-проекту		2			6	9
8	Масштабирование и стратегирование стартап-проектов		2			6	9
	ИТОГО:		18			54	72

6. Лабораторный практикум (при наличии)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость (час.)
1.			
...			

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1.	Стартап-проект как	1. Рассмотрение кейса: «Развитие VR-проекта Oculus по этапам стартапа».	3

	форма ведения инновационного бизнеса	2. Выполнение упражнения: «Определение проектов, относящихся к стартапам». 3. Разработка контрольного списка запуска стартапа как бизнеса. 4. Составление информационной карты стартап-проекта.	
2.	Формирование и развитие бизнес-идеи и продукта стартапа	1. Рассмотрение кейса «Стартап Ahundred: от идеи до рабочего продукта и платежных клиентов за год »и« Incust: долой «пластик» из своего кармана ». 2. Выполнение упражнения на формирование предложений по тестированию идей стартапов: «Электросамокаты SEGWAY», «Инновационный фонарь для велосипедов от GOTHAM BICYCLE DEFENSE »,« Файлообменник DROPBOX », «Онлайн-сервис экономной кулинарии» FOOD ON THE TABLE », «Мессенджеры SKYPE». 3. Разработка упражнения развития минимально жизнеспособного продукта. 4. Составление морфологической карты идеи продукта для стартапа.	2
3.	Бизнес-моделирование стартапа	1. Выполнение упражнения: «Определение вида бизнес-модели стартапа». 2. Разработка преимуществ и недостатков бизнес-моделей «Google: плата персональными данными», «Носки почте: как обеспечить носками всех желающих», «Плата за копирование mp3». 3. Составление бизнес-модели стартапа за стратегиями «от продукта», «от клиента »,« профессионал »,«фора».	2
4.	Маркетинговый менеджмент стартап-проектов	1. Выполнение упражнения на составление маркетингового бюджета стартапа. 2. Разработка инструментов анализа рынка и конкурентов стартапа. 3. Составление маркетингового плана стартап-проекта.	3
5.	Организация реализации стартап-проектов от команды к предприятию	1. Разработка практического задания по формированию команды стартапа и его масштабирования этапы развития стартапа. 2. Упражнение на выбор юридической формы предприятия для стартапа. 3. Составление контракта на развитие стартапа с менторами и обработки анкеты обратной связи.	2
6.	Управление инвестиционным обеспечением стартап-проекта	1. Упражнение по формированию презентации стартап-проекта для инвестора. 2. Разработка методов определения стоимости стартапов, решения задач. 3. Составление инвестиционного предложения стартап-проекта и инвестиционного меморандума стартап-проекта.	2
7.	Бизнес-планирование стартап-проекту	1. Разработка бизнес-плана избранное стартап-проекта. 2. Составление финансовой модели стартап-проекта, оценка эффективности стартапа (задача).	2

8.	Увеличение и стратегирование стартап-проектов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Упражнение на определение моделей пивот стартапов «PayPal», «Flickr», «Groupon», «Yelp». 2. Разработка «пивот стартап-проекта» на примере стартапа «MoneyHero», применение HADI циклов на примере стартапа «Carrot quest». 3. Составление дорожной карты по стратегии развития стартап-проекта. 	2
	ИТОГО:		18

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории (кабинеты) с рабочими местами для проведения лекций (по числу студентов в потоке) и для проведения семинаров (по числу студентов в отдельных группах); доска; стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office 2010; мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры – ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

№ ауд.	Наименование оборудованных учебных кабинетов	Перечень основного оборудования
423, 327, 325	Учебная аудитория	Мультимедиа проектор Casio XJ-M250- 1 шт., экран -1 шт.
зал 3	Лекционная аудитория	Мультимедиа проектор Casio XJ-N1700- 1 шт., экран -1 шт.

9. Информационное обеспечение дисциплины

а) программное обеспечение

ОС MS Windows (XP и выше), MS Office 2007, Mentor

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Университетская библиотека ONLINE – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/> (дата обращения 25.09.2018).
2. Полнотекстовая коллекция российских научных журналов. eLibrary.ru – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp?> (дата обращения 25.04.2021).
3. Рейтинговое агентство «РА-Эксперт» <http://www.raexpert.ru> – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp?> (дата обращения 25.04.2021).
4. Информационно-издательский центр «Статистика России» <http://www.infostat.ru> – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp?> (дата обращения 25.04.2021).

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467740> (дата обращения: 04.06.2021). Серия Высшее образование Тематика/подтематика Экономика и управление / Менеджмент Дисциплины Создание стартапов, Стартапы
2. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468791> (дата обращения: 04.06.2021).

3. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471244> (дата обращения: 04.06.2021).

4. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование : учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06590-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473366> (дата обращения: 04.06.2021).

в) программное обеспечение

1. Microsoft Office 2003 – 2010 (PowerPoint, Word, Excel)

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Преподавание курса предполагает такие методы обучения, как лекции, семинары, групповые и самостоятельные работы студента. Теоретическая часть курса включает изучение традиционных моделей и современных концепций. Практическая часть включает отработку материала по методике «action learning», тренинговые техники, практические упражнения, анализ конкретных ситуаций и деловые игры. Постановка навыков формирования и раскрытия навыков проектирования событий в режиме реального времени с применением инновационных техник позволяет за короткий период сформировать индивидуальный стиль креативного сопровождения мероприятий.

<i>Семинары</i>	Аудиторная диалоговая форма занятий по одной из тем курса, предполагающая активное участие студентов, направленная на закрепление теоретического материала, формирование навыков командного взаимодействия, анализа конкретных ситуаций, «делового театра», по закреплению материала.
<i>Деловые игры</i>	Метод имитации принятия решений в различных деловых ситуациях, осуществляемый по заданным правилам в диалоговом режиме, при наличии конфликтных ситуаций или информационной неопределённости. Данный подход предполагает обучение коллективной мыслительной и практической работе, формирование умений и навыков социального взаимодействия и общения, навыков индивидуального и совместного принятия решений
<i>Самостоятельная работа</i>	Чтение рекомендованной литературы (обязательной и дополнительной), подготовка к устным выступлениям, подготовка к письменным контрольным работам (рубежным, итоговым испытаниям), написание эссе, а также иные виды работы, необходимые для выполнения учебной программы

В рамках курса «Маркетинговое обоснование старт-ап» предусмотрен блок самостоятельной работы, включающий в себя следующие направления:

1. Чтение современных дополнительных тематических источников, анализ и подготовка докладов по актуальным темам с учетом будущих профессиональных предпочтений студента;
2. Работа с аудио- и видео материалами, демонстрирующими наглядные примеры современных подходов;

3. Отработка навыков развития потенциала в полевых условиях:
 - a. посещение деловых мероприятий, тематических выставок, фестивалей и пр.;
 - b. организация мероприятий силами студентов (подготовка, проведение, анализ результатов);
 - c. организация команды, отработка навыков работы в команде;

Самостоятельная работа позволяет студенту расширить, углубить и закрепить полученные знания и навыки с учетом индивидуальной специфики усвоения и обработки информации.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Маркетинговое обоснование стартап» Примерный вариант вопросов для текущего, промежуточного и итогового контроля.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Маркетинговое обоснование стартап» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

1. Сущность стартап-проектов, различия традиционного бизнеса и предпринимательства от стартапов.
2. Классификации и типы стартап-проектов. Различия стартап-проектов и проектов малого бизнеса, его специфические особенности.
3. Этапы стартап-проекта: инициация проекта, фандрайзинг, планирование, реализация, мониторинг и контроль, завершение.
4. Характеристика стартапа как компании.
5. Фаза поиска жизненного цикла стартапа (идея, запуск, минимально целесообразный продукт (Minimum Viable Product), тракция).
6. Фаза роста жизненного цикла стартапа (рост и укрепление позиций масштабирования и захвата рынков, публичное размещение).
7. Управление стартапом по стадиям развития.
8. Поиск и генерирования бизнес-идеи стартапа (выявление проблем, скрытых потребностей, базирование на новых и потерянных стартапах).
9. Методы поиска бизнес-идей стартапа
10. Источники и методы получения идеи инновационного продукта, креативные методики генерирования идеи продукта стартапа.
11. Метод формирования идеи продукта стартапа - инвентаризации характеристик.
12. Метод морфологического ящика формирования идеи продукта стартапа.
13. Метод последовательного изобретательства возражения и конструирования, систематического покрытия поля, методы создания локальных инноваций для формирования идеи продукта стартапа.
14. Производительные и не продуктивны методы проверки идеи. ситуационные методы проверки (интервьюирование потенциальных покупателей, создание прототипа версии 0.01, краудсорсинг).
15. Фундаментальные методы проверки методы проверки идеи стартап-проекта, создание Стоуна.

Балльно-рейтинговая система оценки знаний, шкала оценок:

**Соответствие систем оценок
(используемых ранее оценок итоговой академической успеваемости, оценок ECTS и балльно-рейтинговой системы оценок текущей успеваемости)**

Баллы	Традиционные оценки	Оценки ECTS
95-100	5	A
86-94		B
69-85	4	C
61-68	3	D
51-60		E
31-50	2	FX
0-30		F
51-100	зачет	зачет

Критерии выставления оценок по балльно - рейтинговой системе:

- посещаемость занятий – 10 баллов
- активность на занятиях – 10 баллов
- посещение мероприятия – 20 баллов
- тематические эссе – 10 баллов
- тематические тесты – 10 баллов
- финальный проект – 40 баллов
- ИТОГО – 100 баллов**

Сводная оценочная таблица дисциплины «Маркетинговое обоснование стартап»

Тема	Формы контроля уровня освоения ООП								Баллы темы	Баллы раздела
	опрос	проект	эссе	Посещение	выполнение КР	работа на занятии	деловые игры	зачет		
Стартап-проект как форма ведения инновационного бизнеса	5					10			15	30
Формирование и развитие бизнес-идеи и продукта стартапа	3		2	10					15	
Бизнес-моделирование стартапа	8					7			15	30
Маркетинговый менеджмент стартап-проектов	7					5			15	
Организация реализации стартап-	5				5				10	30

проектов от команды к предприятию										
Управление инвестиционным обеспечением стартап-проекта		5					5			10
Бизнес-планирование стартап-проекту	4						6			10
Итоговый проект										40
ИТОГО										100
										100

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН

Разработчики:

ассистент кафедры Маркетинга

Должность, название кафедры

 подпись

Нога В.И.

инициалы, фамилия

Руководитель программы:

зав.кафедрой Маркетинга

Должность, название кафедры

 подпись

Зобов А.М.

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

Маркетинг

название кафедры

 подпись

Зобов А.М.

инициалы, фамилия

УТВЕРЖДЕН
На заседании кафедры Маркетинга
« _____ » _____ 2021 г., протокол № ____
Заведующий кафедрой Маркетинга
_____ Зобов А.М.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Маркетинговое обоснование старта-ап

(наименование дисциплины)

**38.03.02 «Менеджмент»
Профиль «Маркетинг»**

(код и наименование направления подготовки)

Бакалавр

Квалификация (степень) выпускника

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Маркетинговое обоснование старт-ап»

Направление/Специальность 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

Дисциплина «Маркетинговое обоснование старт-ап»

Код контролируемой	Тема	Формы контроля уровня освоения ООП									Баллы темы	Баллы раздела	
		опрос	тест	проект	эссе	Посещение	выполнение КР	работа на занятии	деловые игры	зачет			
УК-9,11	Стартап-проект как форма ведения инновационного бизнеса	5								10		15	30
УК-9,11, ОПК-3	Формирование и развитие бизнес-идеи и продукта стартапа	3			2	10						15	
ОПК-3, ПКО-1, ПКО-2	Бизнес-моделирование стартапа		8							7		15	30
ОПК-3, ПКО-1, ПКО-2	Маркетинговый менеджмент стартап-проектов	7								5		15	
ПКО-1, ПКО-2	Организация реализации стартап-проектов от команды к предприятию	5						5				10	30
ПКО-1, ПКО-2	Управление инвестиционным обеспечением стартап-проекта			5							5	10	
ПКО-1, ПКО-2	Бизнес-планирование стартап-проекту	2								3		2	
ПКО-1, ПКО-2	Увеличение и стратегирование стартап-проектов	2								3		3	
УК-9,11, ОПК-3, ПКО-2	Итоговый проект											40	

	ИТОГО		100
			100

**Соответствие систем оценок
(используемых ранее оценок итоговой академической успеваемости, оценок ECTS
и балльно-рейтинговой системы оценок текущей успеваемости)**

Баллы	Традиционные оценки	Оценки ECTS
95-100	5	A
86-94		B
69-85	4	C
61-68	3	D
51-60		E
31-50	2	FX
0-30		F
51-100	зачет	зачет

Описание оценок ECTS:

A ("Отлично") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

B ("Очень хорошо") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.

C ("Хорошо") - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

D ("Удовлетворительно") - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

E ("Посредственно") - теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.

FX ("Условно неудовлетворительно") - теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий

F ("Безусловно неудовлетворительно") - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.

Реализация курса предусматривает интерактивные лекции, практические занятия (семинары) с использованием мультимедийного оборудования и интерактивного учебника, подготовку

самостоятельных творческих работ и их последующие презентации, тестирование, проведение групповых дискуссий по тематике курса, современные технологии контроля знаний.

Дисциплина Маркетинговое обоснование стартап

Вопросы по темам дисциплины

1. Сущность стартап-проектов, различия традиционного бизнеса и предпринимательства от стартапов.
2. Классификации и типы стартап-проектов. Различия стартап-проектов и проектов малого бизнеса, его специфические особенности.
3. Этапы стартап-проекта: инициация проекта, фандрайзинг, планирование, реализация, мониторинг и контроль, завершение.
4. Характеристика стартапа как компании.
5. Фаза поиска жизненного цикла стартапа (идея, запуск, минимально целесообразный продукт (Minimum Viable Product), тракция).
6. Фаза роста жизненного цикла стартапа (рост и укрепление позиций масштабирования и захвата рынков, публичное размещение).
7. Управление стартапом по стадиям развития.
8. Поиск и генерирования бизнес-идеи стартапа (выявление проблем, скрытых потребностей, базирование на новых и потерянных стартапах).
9. Методы поиска бизнес-идей стартапа
10. Источники и методы получения идеи инновационного продукта, креативные методики генерирования идеи продукта стартапа.
11. Метод формирования идеи продукта стартапа - инвентаризации характеристик.
12. Метод морфологического ящика формирования идеи продукта стартапа.
13. Метод последовательного изобретательства возражения и конструирования, систематического покрытия поля, методы создания локальных инноваций для формирования идеи продукта стартапа.
14. Производительные и не продуктивны методы проверки идеи. ситуационные методы проверки (интервьюирование потенциальных покупателей, создание прототипа версии 0.01, краудсорсинг).
15. Фундаментальные методы проверки методы проверки идеи стартап-проекта, создание Стоуна.
16. Содержание бизнес-модели, ее отличия от стратегии и бизнес-плана. Типы бизнесмоделей О. Остервальдера и И. Пинье, «Lean» бизнес-канва, М. Джонсона «Захват чистого пространства».
17. Бизнес-модель «Canvas» характеристика структурных блоков.

18. Различия в построении бизнес-моделей «Lean» и «Canvas».
19. Различия экономного стартапа от традиционного стартапа. Бизнес-модель с позиции стратегии экономного стартапа. Факторы избрания стратегии экономного стартапа.
20. Процедура построения бизнес-модели по стратегии от продукта, от клиента, профессионалу, форы.
21. Виды и типы построения бизнес-моделей стартап-проекта.
22. Методы дизайна бизнес-модели стартап-проекта.
23. Понятие маркетинга стартапа. Ключевые отличия маркетинга стартапа и маркетинга товара / услуги для уже существующего бизнеса.
24. Этапы реализации маркетинга стартап-проекта.
25. Структура анализа рынка стартап-проекта. Методы оценки объема рынка стартап-проекта.
26. Оценка конкуренции на рынке стартап-проекта.
27. Метод оценки перспектив роста рынка.
28. Клиент-ориентированная методология (Customer Development Methodology) привлечения и оценки клиентов стартапа.

Критерии оценки.

1. Корректность изложения материала, содержание и структура ответа, охват темы.
2. Владение предметом исследования, его понятийным аппаратом, терминологией.
3. Стил изложения, грамотность речи.
4. Способность отвечать на вопросы в рамках темы и привести актуальные примеры.

Составитель _____ В.И. Нога
« _____ » августа 2021г.

Дисциплина Маркетинговое обоснование старта-ап

Тематика практических занятий

1. Рассмотрение кейса: «Развитие VR-проекта Oculus по этапам стартапа».
2. Выполнение упражнения: «Определение проектов, относящихся к стартапам».
3. Разработка контрольного списка запуска стартапа как бизнеса.
4. Составление информационной карты стартап-проекта.
5. Рассмотрение кейса «Стартап Ahundred: от идеи до рабочего продукта и платежных клиентов за год» и «Incust: долой «пластик» из своего кармана ».
6. Выполнение упражнения на формирование предложений по тестированию идей
7. стартапов: «Электросамокаты SEGWAY», «Инновационный фонарь для велосипедов от GOTHAM BICYCLE DEFENSE», «Файлообменник DROPBOX», Онлайн-сервис экономной кулинарии «FOOD ON THE TABLE», «Мессенджеры SKYPE».
8. Разработка упражнения развития минимально жизнеспособного продукта.
9. Составление морфологической карты идеи продукта для стартапа.
10. Выполнение упражнения: «Определение вида бизнес-модели стартапа».
11. Разработка преимуществ и недостатков бизнес-моделей «Google: плата персональными данными», «Носки почте: как обеспечить носками всех желающих», «Плата за копирование mp3».
12. Составление бизнес-модели стартапа за стратегиями «от продукта», «от клиента »,« профессионал »,«фора».
13. Выполнение упражнения на составление маркетингового бюджета стартапа.
14. Разработка инструментов анализа рынка и конкурентов стартапа.
15. Составление маркетингового плана стартап-проекта.
16. Разработка практического задания по формированию команды стартапа и его масштабирования этапы развития стартапа.
17. Упражнение на выбор юридической формы предприятия для стартапа.
18. Составление контракта на развитие стартапа с менторами и обработки анкеты обратной связи.

Критерии оценки.

- активность обучающихся;
- использование дополнительных материалов;
- качество и эффективность принятых решений, их аргументированность;
- взаимопомощь, уровень межличностных отношений в команде;
- достижение поставленной цели(ей) мероприятия;
- выбор формата мероприятия;

- определение системы мотивации участников;
- подготовка заключения по мероприятию;
- определение способа оценки результатов мероприятия.

Составитель _____ В.И. Нога
«_____» августа 2021г.

Ситуационные задачи

1. Сущность стартапов.

Проанализируйте некоторые реализованные проекты, определите, какие из них относятся к стартап-проектов и ответьте на поставленные вопросы.

Google Glass. Пожалуй, Google Glass является самым упоминаемым устройством из разряда «Переносной электроники», которая сегодня получает заметное распространение. Сегодня, богатые функциями очки от Google, которые принимают простые голосовые команды и умеют вести съемку, запись, отправлять сообщения, указывать дорогу, выдавать информацию о людях и объекты и т.п., интересные восторженным новыми технологиями людям. но Google взял в партнеры компанию Luxottica, которая владеет брендами Ray-Ban и Oakley, а это означает, что скоро на рынок попадут новые модели Google Glass более веселых цветов и в безусловно стильном исполнении. Без сомнений, Google Glass имеет огромный потенциал влияния на ритейл. Если сегодня речь идет о шоуруминг и сравнительный шопинг с применением смартфона, то завтра ритейлеры будут проклинать умные очки, которые вообще лишают физические магазины любых преимуществ. Или будут не проклинать их, а благодарить, если вовремя определятся, развернут на своих площадях сети маячков и узнавать каждого входящего, на лету составляя для него предложения.

DPD "Follow My Parcel". Логистическая компания DPD запустила сервис Follow My Parcel, который позволяет получателям посылок отслеживать их местоположение на карте в реальном времени. Первым партнером, который предлагает своим клиентам воспользоваться этим сервисом, стал интернет-магазин ASOS. Кроме отслеживания, сервис

Follow My Parcel позволяет получателям быстро изменить место доставки, выбрать точку самовывоза и т.п. Время доставки прогнозируется с точностью до 15 минут.

Ящики InPost в лондонской подземке. Логистическая компания InPost оснастила ряд станций лондонского метро пунктами самовывоза, представляющие собой ящики с кодовыми замками. Первыми клиентами новой сети стали ритейлеры Asda, Tesco и Waitrose. Пункты самовывоза InPost расположены в удобных для покупателей местах, на пути их следования, что удобно для всех вовлеченных сторон.

Предзаказ и мобильный платеж в исполнении PayPal. Если Starbucks ввел функцию предварительного заказа только для себя, PayPal предлагает ее своим клиентам. Пионерами стали сети ресторанов Wagamama, Prezzo и Gourmet Burger Kitchen. Функция предварительного заказа является частью программы и позволяет, собственно, оформить заказ и оплатить его в непосредственные посещения заведения. Мобильный платеж - еще одно новшество PayPal, эта функция позволяет, например, посетителям ресторана самостоятельно разделить между собой оплату.

Самообслуживания и предзаказ в McDonald's. В некоторых английских ресторанах сети McDonald's в качестве эксперимента устанавливаются киоски самообслуживания, позволяющие посетителям оформить и оплатить заказ без участия кассира. Предварительный заказ можно оформить, стоя в длинной очереди: сотрудник MacDonaldd's

со специальным устройством подходит к очереди и принимает заказы у тех, кто уже знает, чего хочет.

Лицо как средство оплаты. 12 магазинов у лондонского Уэст-Энда приняли участие в тестировании системы распознавания лиц, разрабатывается PayPal. Естественно, лицо здесь используется как идентификатор плательщика. Чтобы принять оплату, продавцу достаточно кликнуть по фотографии покупателя, возникающей на экране его планшета / смартфона в специальном приложении.

Дополненная реальность от IKEA. Приложение IKEA, который сопровождает каталог 2014 года, позволяет пользователям расставлять мебель по дому и смотреть, как они вписываются в интерьер, еще до фактической покупки. Любители шведских мебели также могут просматривать ролики о тех или другие предметы, комбинировать столешницы с ножками, добавлять в виртуальный интерьер фотографии домашних животных, родных и близких.

Цифровая лояльность от Greggs. Крупнейшая в Соединенном Королевстве сеть магазинов свежей выпечки запустила программу Greggs Rewards. Чтобы принять участие в программе, покупатель должен загрузить соответствующую программу и зарегистрировать аккаунт, в котором учитываются все его покупки, накапливаются бонусные баллы и т.д. Кроме того, приложение является мобильным кошельком и позволяет быстро оплачивать покупки в магазинах Greggs.

Приложение FlyPay: самостоятельная оплата счета в ресторанах. Компания FlyPay разработала и внедряет в ресторанах систему самостоятельной оплаты. Загрузив приложение, потребитель получает возможность не только воспользоваться скидками, но и расплатиться с заведением самостоятельно, не дожидаясь, пока официант принесет ему чек.

Также, приложение позволяет и разбить счет, чтобы принять участие в оплате могли все присутствующие за столом гости. Бонус для тех, кто подключился к системе ресторанов - интеграция с программами лояльности и сбор данных о посетителях, позволяющие персонализировать общение с ними. FlyPay также отдельно продает систему заказа с бесплатным приложением для пользователей

Критерии оценки.

1. Глубокое и аргументированное раскрытие темы
2. Логическое и последовательное изложение идеи;
3. Четко сформулирована концепция мероприятия.
4. Смысловое единство сценария
5. Заключение, содержащее выводы, логично вытекающие из содержания основной части.

Составитель _____ В.И. Нога

« ____ » августа 2021г.

1. Задачей команды стартапа на этапе «Seed» являются:

- а) создать идею или гипотезу продукта; найти сторонников; «Отшлифовать» идею
- б) сформировать техзадание, создать предложение; принять наиболее перспективные направления;
- в) определить цели; проанализировать рынок; идентифицировать и изучить клиента; доказать спрос на продукт;
- г) разработать маркетинговую стратегию; найти свою узкую нишу на рынке.

2. Что такое «Death of valley»?

- а) место, где собираются стартаперы, не преуспели в реализации собственных идей;
- б) период развития стартапа, когда инвестиции и денежные вложения были осуществлены, а прибыли пока отсутствуют.
- в) бизнес-инкубатор, который не смог найти инвестора для стартапа;
- г) период развития стартапа, когда инвестиции и денежные вложения отсутствуют.

3. Минимально жизнеспособная команда состоит из:

- а) 3 человек;
- б) 4 человек;
- в) 5 человек;
- г) 2 человека.

4. Какие роли имеют участники минимально жизнеспособной команды:

- а) человек-продукт, человек-ресурсы, человек-процессы, человек-финансы;
- б) человек-продукт, человек-капитал, человек-процессы;
- в) человек-продукт, человек-ресурсы, человек-маркетинг, человек-финансы;
- г) человек-продукт, человек-ресурсы, человек-процессы.

5. Минимально идеальная команда состоит из:

- а) 3 человек;
- б) 4 человек;
- в) 5 человек;
- г) 6 человек.

6. Какого из типов лидеров, которые необходимы стартапа для достижения успеха не существует:

- а) «Исполнитель»;

- б) «Влиятельный»;
- в) «Стратег»;
- г) «Лояльный».

7. Типичные трудности при формировании команды стартап-проекта:

- а) отсутствие необходимого образования, минимальный бюджет, командная работа по проекту;
- б) отсутствие необходимого опыта, минимальный бюджет, удаленная работа по проекту;
- в) возраст, минимальный бюджет, сложная работа;
- г) отсутствие дополнительного образования, опыт, командная работа по проекту.

8. Что не относится к обычной деятельности контролера качества в ИТ-стартапе:

- а) написание кода
- б) думать за программиста, где он мог ошибиться, не учел, о чем забыл;
- в) доработки ТС продукт-менеджерами;
- г) отчетности менеджерам о необработанные задачи.

9. Лучший вариант для распределения долей в стартапе:

- а) «50/50»;
- б) «70/30»;
- в) «40/60»;
- г) учета многих факторов, которые могут возникнуть в будущем, а также качество подготовки каждого из участников, его непосредственное участие в реализации проекта.

6. Критерии оценки

Тест является промежуточным контролем знаний пройденного материала и выполняется самостоятельно по итогам каждой темы на семинарском занятии. Максимальный балл зависит от количества вопросов, степени их сложности и важности темы с точки зрения курса. На получение максимального балла влияют следующие положения:

1. В закрытых вопросах – правильность ответа. Если вопрос содержит несколько правильных ответов, то балл за вопрос выставляется только, если все ответы правильные

2. В открытых вопросах – правильность ответа, а также грамотность изложения, способность пользоваться терминологией по предмету.

Составитель _____ В.И. Нога

« ____ » августа 2021г.