

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ
ОК 8 «ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ, СТАРТАПИ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ»

Лектор курсу			Сьомкіна Тетяна Віталіївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу		Контактна інформація	t.somkina@duikt.edu.ua	
Галузь знань					Код курсу GWE	5126an3w	
Спеціальність			D5 Маркетинг		Рівень вищої освіти	магістр	
Освітня програма			«Маркетинг»		Семестр	2	
					Тип дисципліни	Обов’язкова	
					Вид контролю	Екзамен	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:				
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка
			4	120	18	-	36

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	ОК 4 Маркетингові дослідження та ринкові інсайти
Освітні компоненти для яких є базовою	ОК 10 Переддипломна практика

Мета курсу:	формування у здобувачів вищої освіти системи знань і практичних навичок щодо дослідження ринку інновацій, виявлення потреб споживачів, створення ціннісної пропозиції та розроблення маркетингової стратегії виведення інноваційного продукту на ринок, опанування підходів до створення стартапів, перевірки бізнес-гіпотез, розроблення мінімально життєздатного продукту, оцінювання ринку й обґрунтування бізнес-моделі, а також ідентифікації результатів інтелектуальної діяльності, вибору способів їх правової охорони та використання у процесі комерціалізації інновацій.
--------------------	---

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Фахові компетентності (ФК)
ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними. ЗК9. Здатність діяти соціально відповідально, керуючись принципами доброчесності, професійної етики та неприпустимості корупції.	ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК 10. Здатність до розробки та комерціалізації маркетингових інновацій та стартап-проєктів.

Результати навчання (РН)

РН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. РН2. Вміти адаптувати і застосувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. РН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами . РН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними РН16. Дотримуватися норм професійної етики та академічної доброчесності; враховувати репутаційні та корупційні ризики при прийнятті маркетингових рішень РН18. Обґрунтовувати стратегії комерціалізації маркетингових інновацій та стартап-проєктів
--

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ		
Тема, опис теми	Вид заняття	Форми і методи навчання / завдання самостійної роботи
РОЗДІЛ 1. ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА ВИЯВЛЕННЯ РИНКОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ І СТВОРЕННЯ СТАРТАПУ		
Тема 1. Концептуальні засади інноваційного маркетингу Знати: сутність та відмінності інноваційного маркетингу від просування традиційного продукту; види інновацій та способи створення цінності для різних груп споживачів; чинники прийняття інновацій, джерела невизначеності й ознаки перспективної ринкової можливості. Вміти: класифікувати інновацію за її змістом та рівнем новизни; порівнювати альтернативні рішення за цінністю для клієнта і можливістю відтворення конкурентами; формулювати гіпотези щодо ринкової проблеми й критерії їх перевірки. Формування компетенцій: ЗК2, ЗК 4, ЗК7, ФК4, ФК 7 Результати навчання: РН1, РН2 Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 4, 5, 7 Оцінювання за тему = 4 балів	Лекція 1 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 1 2 год.	Усне опитування, кейс-стаді, робота в малих групах. Аналіз інноваційного продукту обраної компанії: визначення споживчої проблеми, виду та рівня новизни інновації, порівняння продукту з двома наявними ринковими альтернативами. Обґрунтування того, яку нову цінність отримує споживач і які припущення щодо попиту потребують перевірки. Презентація та обговорення висновків.
	Практичне заняття 2 2 год.	Метод дизайн-мислення. Генерування інноваційних ідей для розв'язання визначеної споживчої проблеми. Відбір перспективної ідеї за критеріями значущості проблеми, відмінності від конкурентних рішень і можливості реалізації. Побудова карти ціннісної пропозиції, визначення цільового сегмента та формулювання трьох гіпотез для перевірки в межах майбутнього стартап-проєкту.
	Самостійна робота 8 год.	Підготовка аналітичного обґрунтування інноваційної ідеї для наскрізного стартап-проєкту: характеристика цільового сегмента й споживчої проблеми; порівняння щонайменше двох конкурентних альтернатив; визначення виду інновації та її цінності для споживача. Формулювання попередньої ціннісної пропозиції і 3–5 гіпотез щодо попиту, які перевірятимуться під час вивчення наступних тем. Результат: оформлений міні-проєкт або «Паспорт інноваційної ідеї» обсягом до 3–4 сторінок, який містить аналітичне обґрунтування життєздатності майбутнього стартапу: портрет споживача, порівняння з конкурентами, визначення цінності інновації, сформульовану ціннісну пропозицію та перелік гіпотез для подальшого тестування.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 1	Innovation for Entrepreneurs: From Idea to Marketplace (Coursera) – курс допоможе оцінити підприємницькі можливості та визначити, чи має інновація потенціал для створення та отримання цінності	
Тема 2. Маркетингове дослідження потреб споживачів та обґрунтування ціннісної пропозиції інноваційного продукту Знати: правила формування вибірки та підготовки сценарію інтерв'ю; підходи до сегментації, аналізу потреб та формулювання ціннісної пропозиції; призначення MVP, критерії підтвердження гіпотези й обмеження невеликих вибірок. Вміти: спроектувати інтерв'ю і тест концепції з урахуванням	Лекція 2 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
	Практичне заняття 3 2 год.	Кейс-стаді. Аналіз ситуації, у якій команда стартапу вважає свій продукт корисним, але не має підтверджень того, що споживачі стикаються із заявленою проблемою. Визначення цільових груп, формулювання дослідницьких запитань і розроблення гайда глибинного інтерв'ю. Проведення навчальних інтерв'ю в парах із розподілом ролей дослідника та респондента. Обговорення запитань, які допомагають з'ясувати реальний досвід споживача, і запитань, що нав'язують йому відповідь.

можливих упереджень; описувати профілі сегментів на основі даних про потреби й поведінку; інтерпретувати результати перевірки та обґрунтовувати зміну або збереження пропозиції. Формування компетенцій: ЗК2, ЗК 4, ЗК7, ФК4, ФК 7 Результати навчання: РН1, РН2 Рекомендовані джерела: 2, 3, 4, 8 Оцінювання за тему = 6 балів	Практичне заняття 4 2 год.	Аналіз результатів інтерв'ю. Групування виявлених потреб, труднощів і очікуваних результатів споживачів; розмежування підтверджених висновків і припущень команди. Побудова карти ціннісної пропозиції для обраного сегмента. Порівняння інноваційного продукту з двома альтернативними способами розв'язання проблеми. Презентація пропозиції та її доопрацювання за результатами запитань і зворотного зв'язку інших груп.
	Самостійна робота 10 год.	Проведення не менше трьох глибинних інтерв'ю з представниками потенційного цільового сегмента для наскрізного стартап-проєкту. Підготовка анонімізованих нотаток, систематизація повторюваних потреб і труднощів, зіставлення отриманих результатів із початковими гіпотезами. Уточнення цільового сегмента та ціннісної пропозиції; визначення припущень, які залишилися неперевіреними. Результат: короткий звіт про дослідження, оновлена карта цінності та перелік гіпотез для подальшої перевірки під час проєктування стартапу.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 2		Developing Innovative Ideas for New Companies (Coursera) – курс дає змогу виявляти та оцінювати підприємницькі можливості, використовуючи перевірені методології в галузі інновацій, пошуку можливостей та створення цінності.
Тема 3. Стратегія виведення інноваційного продукту на ринок Знати: етапи виходу інновації на ринок, підходи до позиціонування та конкурентного аналізу; моделі ціноутворення для нового продукту та критерії добору каналів збуту; способи вимірювання його виконання. Вміти: оцінювати конкурентів та зіставляти альтернативні позиції продукту; формувати цілі, цінове рішення, канали та бюджет для обраного сегмента; обґрунтовувати сценарій виходу на ринок із контрольними показниками і ризиками. Формування компетенцій: ЗК2, ЗК 4, ЗК8, ФК4, ФК 10 Результати навчання: РН1, РН2 Рекомендовані джерела: 2, 3, 4, 8, 9 Оцінювання за тему = 6 балів	Лекція 3 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування
	Практичне заняття 5 2 год.	Робота в малих групах. Аналіз кейсу стартапу, який має підтверджену ціннісну пропозицію, але обмежений бюджет на запуск. Порівняння двох можливих цільових сегментів за актуальністю потреби, доступністю для комунікації, конкурентним середовищем і потенціалом продажів. Вибір пріоритетного сегмента та обґрунтування позиціонування продукту. Формулювання ключового повідомлення для першого контакту зі споживачами. Презентація рішення й обговорення ризиків вибору сегмента.
	Практичне заняття 6 2 год.	Командна робота, сценарне моделювання, розв'язання ситуаційного завдання. Порівняння каналів залучення перших клієнтів за вартістю, охопленням і можливістю виміряти результат. Визначення початкової моделі ціноутворення та підготовка двох сценаріїв тестового запуску в межах заданого бюджету. Розрахунок планових показників: кількості залучених потенційних клієнтів, конверсії, витрат на залучення одного клієнта. Вибір показників, за якими команда вирішуватиме, чи продовжувати запуск, змінювати пропозицію або канал просування.
	Самостійна робота 6 год.	Розроблення маркетингового плану тестового виведення продукту, обраного для наскрізного стартап-проєкту. Визначення пріоритетного сегмента на основі результатів дослідження; обґрунтування позиціонування, ціни та 2–3 каналів залучення перших клієнтів. Складання бюджету й календарного плану запуску, визначення відповідальних дій, показників результативності та основних ризиків. Результат: маркетинговий розділ стартап-проєкту з двома сценаріями запуску й критеріями оцінювання їх результатів.

Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 3	Marketing Strategy for Entrepreneurs (Coursera) – курс про основи аналізу потенційних клієнтів, потім поступово переходить до сегментації, позиціонування, укладання угод, конкуренції, маркетингової стратегії та розширення ринку.	
РОЗДІЛ 2. СТАРТАП ЯК ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЇ		
Тема 4. Бізнес-моделі стартапу та оцінювання ризиків його запуску Знати: етапи розвитку стартапу й логіку переходу від ідеї до перевіреної бізнес-моделі; джерела доходу, ключові ресурси і ролі команди; типові фінансові, ринкові, операційні та репутаційні ризики запуску. Вміти: заповнювати і критично перевіряти бізнес-модель стартапу; порівнювати сценарії доходів і витрат та визначати найризикованіші припущення; розподіляти командні ролі й готувати заходи реагування на пріоритетні ризики. Формування компетенцій: ЗК7, ЗК 8, ЗК 9, ФК4, ФК 7, ФК 10 Результати навчання: РН1, РН2, РН 5 Рекомендовані джерела: 2, 3, 10, 13 Оцінювання за тему = 6 балів	Лекція 4 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування
	Практичне заняття 7 2 год.	Усне опитування, командна робота. Аналіз кейсу інноваційного продукту, для якого визначено цільовий сегмент і стратегію виходу на ринок, але ще не обґрунтовано спосіб отримання доходу. Побудова бізнес-моделі, визначення сегментів клієнтів, ціннісної пропозиції, каналів, джерел доходу, ключових ресурсів, видів діяльності, партнерів і витрат. Порівняння двох можливих моделей монетизації та обґрунтування вибору з урахуванням результатів дослідження споживачів.
	Практичне заняття 8 2 год.	Рольова гра «Команда стартапу». Розподіл ролей між учасниками команди відповідно до завдань тестового запуску: розроблення продукту, маркетинг, продажі, фінанси та робота з партнерами. Визначення компетентностей, яких команді бракує. Складання реєстру ризиків запуску, зокрема ризику відсутності попиту, перевищення бюджету, затримки створення продукту та залежності від ключового партнера. Оцінювання ймовірності та наслідків ризиків, вибір першочергових заходів реагування. Презентація узгодженого плану запуску від імені команди.
	Самостійна робота 8 год.	Розроблення бізнес-моделі наскрізного стартап-проекту на основі ціннісної пропозиції та маркетингового плану, підготовлених у попередніх темах. Обґрунтування джерел доходу, основних статей витрат, ключових ресурсів і партнерств; визначення мінімального складу команди та функцій її учасників на етапі запуску. Підготовка карти щонайменше п'яти ризиків із зазначенням їхніх причин, можливих наслідків, ранніх ознак і заходів реагування. Результат: заповнена канва бізнес-моделі, схема ролей команди та карта ризиків для стартап-проекту.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 4	Entrepreneurship: Launching an Innovative Business (Coursera) - як створювати вигіршні пропозиції для інвесторів, кому і коли їх подавати, як уникати типових помилок і як «довести справу до кінця».	
Тема 5. Стратегічне позиціонування стартапу в інноваційній екосистемі Знати: сутність і структуру інноваційної екосистеми; ролі стартапів, технологічних партнерів, платформ, інвесторів та інших її учасників; джерела конкурентних переваг стартапу; підходи до вибору стратегічних партнерств і способів створення цінності в екосистемі; можливості та ризики залежності від партнерів і платформ.	Лекція 5 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування
	Практичне заняття 9 2 год.	Усне опитування, робота в малих групах. Аналіз кейсу стартапу, який виходить на ринок за участю технологічного партнера та цифрової платформи. Побудова карти інноваційної екосистеми із визначенням ключових учасників, їхніх ресурсів, інтересів і впливу на стартап. Порівняння двох сценаріїв розвитку: самостійний вихід на ринок і вихід через партнерство. Обґрунтування переваг, обмежень та ризиків кожного сценарію.

<u>Вміти:</u> аналізувати місце стартапу в інноваційній екосистемі; визначати учасників, від яких залежить створення та просування продукту; порівнювати альтернативні моделі партнерства; обґрунтовувати стратегічне позиціонування стартапу з урахуванням інтересів клієнтів, партнерів і конкурентів. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК7, ЗК 8, ЗК9, ФК7, ФК 10 <u>Результати навчання:</u> РН1, РН2, РН 5, РН 6 <u>Рекомендовані джерела:</u> 2, 3,6,12,14,15 <u>Оцінювання за тему</u> = 6 балів	Практичне заняття 10 год.	Рольова гра «Стартап — стратегічний партнер». На основі карти екосистеми здобувачі визначають, яку цінність стартап створює для клієнтів і потенційних партнерів. Підготовка пропозиції щодо співпраці з одним учасником екосистеми: внесок сторін, очікуваний результат, показники успіху та можливі суперечності інтересів. Проведення переговорів між командами, перегляд початкової пропозиції та обґрунтування стратегічного позиціонування стартапу.
	Самостійна робота 6 год.	Розроблення карти інноваційної екосистеми для наскрізного стартап-проекту. Визначення щонайменше п'яти її учасників; аналіз їхніх ресурсів, інтересів і можливого впливу на вихід продукту на ринок. Порівняння двох альтернативних моделей взаємодії з партнерами та вибір однієї з обґрунтуванням конкурентних переваг і ризиків залежності. <u>Результат:</u> аналітична записка, карта екосистеми та пропозиція щодо позиціонування стартапу.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 5	<u>Strategic Analysis: Markets, Resources, and Ecosystems (Coursera)</u> – курс для аналізу ресурсів, ринків, бізнес-екосистем і ролі цифрових платформ. <u>Platform Thinking: Designing a Platform (Coursera)</u> – курс для вивчення логіки створення платформи, взаємодії її учасників і розвитку екосистеми. Найбільш доречний для стартап-проектів із платформною моделлю.	
<u>Тема 6. Інвестиційна готовність стартапу та стратегічні сценарії його масштабування</u> <u>Знати:</u> критерії інвестиційної готовності стартапу; показники, за якими оцінюють результати виходу на ринок і потенціал зростання; джерела фінансування; підходи до визначення потреби в капіталі; вплив інвестиційних умов на частки засновників; методи сценарного оцінювання масштабування та його ризиків. <u>Вміти:</u> аналізувати результати діяльності стартапу для обґрунтування подальшого зростання; визначати потребу у фінансуванні; порівнювати джерела залучення коштів; моделювати сценарії масштабування за витратами, очікуваними результатами та ризиками; готувати аргументовану інвестиційну пропозицію. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК7, ЗК 8, ФК4, ФК 7 <u>Результати навчання:</u> РН1, РН2, РН 5, РН 6 <u>Рекомендовані джерела:</u> 2, 3, 8, 9, 12, 15 <u>Оцінювання за тему</u> = 8 балів	Лекція 5 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування
	Практичне заняття 9 год.	Усне опитування. Оцінювання інвестиційної готовності стартапу за матеріалами кейсу: результати продажів або тестового запуску, динаміка залучення клієнтів, доходи, витрати та потреба в ресурсах. Виявлення показників, яких бракує для переконливого інвестиційного рішення. Порівняння двох джерел фінансування з урахуванням вартості капіталу, впливу на засновників і можливостей подальшого розвитку. Формування висновку про те, чи готовий стартап залучати інвестиції.
	Практичне заняття 10 год.	Рольова гра «Інвестиційний комітет». Розроблення двох сценаріїв масштабування стартапу, наприклад виходу в новий сегмент і розширення через партнерську мережу. Порівняння необхідних інвестицій, прогнозованих результатів, строків досягнення ключових показників та основних ризиків. Підготовка короткої інвестиційної пропозиції. Захист обраного сценарію перед групою, яка виконує роль інвесторів, та доопрацювання рішення за результатами запитань.
	Самостійна робота 8 год.	Оцінювання інвестиційної готовності наскрізного стартап-проекту на основі результатів попередніх тем. Визначення досягнутих результатів, відсутніх доказів життєздатності та суми коштів, необхідної для наступного етапу розвитку. Розроблення двох сценаріїв масштабування з прогнозом витрат, очікуваних результатів і ключових ризиків; обґрунтування вибору джерела фінансування. <u>Результат:</u> порівняльна таблиця сценаріїв та інвестиційна записка для включення до підсумкового стартап-проекту.

Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 3	Financing for Startup Businesses (Coursera) – курс присвячений фінансовій стратегії стартапу, зокрема роботі з таблицею часток засновників та інвесторів (<i>cap table</i>). Startup Valuation Methods (Coursera) – курс допоможе опрацювати підходи до оцінювання стартапу й зіставити фінансові інструменти залучення капіталу.	
РОЗДІЛ 3. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ		
Тема 7. Інтелектуальна власність як ресурс інновацій та стартапів Знати: склад об’єктів авторського права, торговельних марок, винаходів і комерційної таємниці; вплив договорів із засновниками, працівниками й підрядниками на належність прав; значення інтелектуальних активів для конкурентної позиції та інвестиційної привабливості. Вміти: ідентифікувати інтелектуальні активи у продукті та маркетинговій діяльності; визначати можливих правовласників і прогалини документального підтвердження прав; обґрунтовувати пріоритети охорони з урахуванням цінності, ризику й ресурсів. Формування компетенцій: ЗК 8, ЗК 9, ФК 7, ФК 10 Результати навчання: РН 5, РН 6, РН 16 Рекомендовані джерела: 2, 3, 4, 10, 13, 15 Оцінювання за тему = 8 балів	Лекція 6 2 год.	Пояснювально – ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування
	Практичне заняття 11 2 год.	Усне опитування, робота в малих групах. Аналіз кейсу технологічного стартапу, який створив програмний продукт, назву, візуальний дизайн і рекламний контент за участю засновників та зовнішніх виконавців. Виявлення результатів інтелектуальної діяльності, що мають значення для продукту й виходу на ринок. Складання карти нематеріальних активів із зазначенням їхнього призначення, осіб, які брали участь у створенні, та питань щодо належності прав, які команда має з’ясувати. Обговорення впливу неврегульованих питань на співпрацю з партнерами та інвесторами.
	Практичне заняття 12 2 год.	Рольова гра «Стартап — інвестор». На основі карти активів групи визначають, які з них є ключовими для ціннісної пропозиції, впізнаваності бренду та отримання доходу. Ранжування активів за їхнім значенням для конкурентоспроможності стартапу й ризиком втрати контролю над їх використанням. Підготовка короткого представлення портфеля інтелектуальної власності для потенційного інвестора. Обґрунтування того, які відомості команда може підтвердити документами, а які ще потребують перевірки.
	Самостійна робота 6 год.	Підготовка попереднього реєстру нематеріальних активів наскрізного стартап-проєкту. Виявлення активів, пов’язаних із технологією, продуктом, дизайном, назвою, контентом і даними; опис їхнього внеску в ціннісну пропозицію та бізнес-модель. Визначення осіб, залучених до створення кожного результату, наявних підтвердних матеріалів і питань щодо прав, які залишаються відкритими. Ранжування активів за стратегічною цінністю для стартапу. Результат: реєстр нематеріальних активів і короткий висновок про їхню роль у розвитку проєкту. Цей реєстр стане основою для наступної теми про стратегію охорони інтелектуальної власності.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 7	Intellectual Property as Competitive Advantage for Companies (Coursera) – курс розглядає інтелектуальну власність як джерело конкурентної переваги компанії, зокрема в контексті стартапу.	
Тема 8. Ліцензування та комерціалізація інтелектуальної власності стартапу Знати: моделі використання активу у власному бізнесі, ліцензування та партнерської співпраці; ключові комерційні умови ліцензії, включаючи обсяг прав, територію, строк і винагороду; чинники доходності й ризику різних форм комерціалізації.	Лекція 8 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування
	Практичне заняття 15 2 год.	Усне опитування, робота в малих групах. Аналіз ситуації, у якій стартап розробив технологію та отримав пропозиції від двох партнерів: один пропонує спільно виводити продукт на ринок, інший — використовувати технологію за ліцензією. Порівняння способів комерціалізації за потенційним доходом, необхідними ресурсами, швидкістю виходу на ринок і можливістю стартапу надалі

<u>Вміти:</u> порівнювати альтернативні моделі використання активу за сценаріями продажу; готувати таблицю умов переговорів щодо ліцензії; розраховувати та обґрунтовувати варіант винагороди й контролю якості. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК7, ЗК 8, ЗК 9, ФК 7, ФК 10 <u>Результати навчання:</u> РН 5, РН 6, РН 16, РН 18 <u>Рекомендовані джерела:</u> 2, 3, 4, 8, 9, 10, 15 <u>Оцінювання за тему</u> = 8 балів		використовувати власну розробку. Визначення умов співпраці, які потребують узгодження, та обґрунтування вибору партнерської моделі.
	Практичне заняття 16 2 год.	Рольова гра «Стартап — ліцензіат». Підготовка переговорних позицій сторін щодо об'єкта ліцензування, сфери й території використання, строку, платежів та очікуваних результатів співпраці. Порівняння двох навчальних моделей винагороди — фіксованого платежу та роялті — на основі заданих сценаріїв продажів. Проведення переговорів, фіксація узгоджених умов і пояснення того, як вони вплинуть на доходи та подальший розвиток стартапу.
	Самостійна робота 8 год.	На основі реєстру нематеріальних активів, підготовленого в попередній темі, обрати один актив наскрізного стартап-проекту для комерціалізації. Порівняти щонайменше два способи його використання: власний продаж продукту, ліцензування партнеру або передання майнових прав. Для кожного варіанта визначити джерело доходу, потребу в ресурсах, ключові ризики та вплив на стратегічні можливості стартапу. Розрахувати надходження за двома умовними сценаріями й обґрунтувати вибір. <u>Результат:</u> порівняльна таблиця моделей комерціалізації та коротка пропозиція для ІР-розділу підсумкового стартап-проекту.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 3	IP Panorama (WIPO) - курс, що охоплює, зокрема, засади ліцензування інтелектуальної власності	
<u>Тема 9. Міжнародний розвиток та стратегія захисту інтелектуальної власності</u> <u>Знати:</u> критерії вибору зовнішнього ринку, способи адаптації продукту й бренду; територіальний характер охорони прав інтелектуальної власності; необхідність узгоджувати маркетинговий запуск, локалізацію та охорону ключових активів. <u>Вміти:</u> порівнювати потенційні ринки за попитом, конкуренцією, ризиками і ресурсними потребами; визначати активи, що потребують правової перевірки та охорони на обраному ринку; складати поетапну дорожню карту міжнародного розвитку й аргументувати її перед групою. <u>Формування компетенцій:</u> ЗК7, ЗК9, ФК7, ФК 10 <u>Результати навчання:</u> РН16, РН18 <u>Рекомендовані джерела:</u> 2, 3, 4, 8, 9, 10, 13 <u>Оцінювання за тему</u> = 8 балів	Лекція 9 2 год.	Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування
	Практичне заняття 17 2 год.	Усне опитування. Розгляд кейсу стартапу, який планує вихід на два зовнішні ринки з одним брендом та інноваційним продуктом. Порівняння ринків за потенціалом продажів, каналами збуту, наявністю партнерів, конкурентним середовищем і значенням інтелектуальної власності для продукту. Визначення об'єктів, щодо яких потрібна попередня перевірка перед виходом на кожен ринок. Проведення навчального пошуку у відкритих базах, фіксація результатів і формулювання питань, які потребують фахової правової оцінки.
	Практичне заняття 18 2 год.	рольова гра «Команда стартапу — міжнародний партнер». Порівняння двох сценаріїв міжнародного розвитку: прямий вихід стартапу на ринок і вихід через місцевого партнера. Визначення пріоритетів охорони бренду, технології, дизайну та контенту для кожного сценарію. Побудова поетапної дорожньої карти із зазначенням послідовності дій, орієнтовних витрат, відповідальних осіб і ризиків затримки. Захист обраного сценарію перед групою та доопрацювання рішення за результатами обговорення.
	Самостійна робота 10 год.	Розроблення стратегії охорони інтелектуальної власності для міжнародного розвитку наскрізного стартап-проекту. Вибір двох потенційних зовнішніх ринків і обґрунтування пріоритетності одного з них. На основі реєстру нематеріальних активів із теми 7 визначення об'єктів, важливих для виходу на ці ринки. Проведення

		попереднього інформаційного пошуку, порівняння можливих шляхів охорони та складання дорожньої карти дій відповідно до плану міжнародного розвитку. <u>Результат:</u> аналітична таблиця двох ринків і підсумкова ІР-дорожня карта для стартап-проєкту.
Орієнтовний перелік курсів для отримання додаткових балів або зарахування замість практичних робіт / самостійної роботи до теми 9	<u>Specialized Course on the Madrid System for the International Registration of Marks (DL-303) (WIPO Academy)</u> – курс доцільний для стартап-проєктів, у яких міжнародний розвиток пов’язаний із просуванням бренду.	
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
Комп’ютерний клас для проведення практичних занять. Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, електронної бібліотеки ДУКТ, віртуального навчального середовища Google Workspace for Education, інформації сайту Університету.		
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ		
- Гобела В. Леськів Г. Менеджмент стартапів: <i>навчальний посібник</i>. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2024. 188 с. https://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/8616 - Старчук О. В. П Право інтелектуальної власності: <i>практикум</i>. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 63 с https://evnuir.vnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b208ab06-5d4a-452a-99c2-8eb8d5904efa/content Ю. А. Даниленко, О. Я. Юрчишин. Інтелектуальна власність. Практичні аспекти. <i>Посібник</i>. Харків: Вид-во «ІСМА», 2023. 188 с. https://functmaterials.org.ua/contents/book/Dan-Yurch-book-2023.pdf - Харитонов О. І., Ульянова Г. О., Мазуренко С. В., Кирилюк А. В., Бааджи Н. П., Галупова Л. І., Мартинюк І. В. Права інтелектуальної власності та їх захист : навч.-метод. посіб. для здобувачів вищої освіти галузі знань 08 «Право» спец. [Електронне видання]; НУ «ОЮА». Одеса, 2024. 121 с. https://hdl.handle.net/11300/27459 - Гавриш О. А., Бояринова К. О., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Менеджмент стартап-проєктів: <i>Навчальний наочний посібник</i>: навч. посіб. для студ. спеціальностей 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг». КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 435 с. - Поліщук В.В. StartUp проєкти та їх оцінювання (StartUp projects and their evaluation): <i>конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти</i>, Ужгород: 2023. 70 с. - Попова Л.М. Інтелектуальна власність. <i>Підручник</i>. Л.М. Попова., А.В. Хромов, І.В. Шуба: Харків, «Федорко», 2021, с. 262. - Верба І.І. Основи інтелектуальної власності: <i>навчальний посібник</i>/ І.І.Верба, В.О.Коваль; за ред. С.В. Чікін. 2-ге вид., пер. і доп. К.: НТУУ «КПІ», 2023. 262 с. - Biletska I., Somkina T., Kharchuk T. (2026). Technological entrepreneurship management and sme startup development management. <i>Актуальні проблеми економіки</i> № 3 (297), 2026. С.729-736. https://eco-science.net/wp-content/uploads/2026/03/3.26. topic_Iryna-Biletska-Tetiana-Somkina-Tet%D1%96ana-Kharchuk-729-736.pdf - Виноградова О. В., Сьомкіна Т. В., Кондрашов О.А. (2025). Методика дослідження споживчої оцінки привабливості атрибутів комплексу послуг інтернет-маркетингу торговельного підприємства. <i>Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту</i>, № 2. http://nasoa.edu.ua/pidrozdily/redaktsijno-vydavnychij/nv/ - Головніна О. Г., Денисенко М. П., Сьомкіна Т. В. (2025). Інновації, маркетинг цінностей та омніканальний маркетинг в закупівельній діяльності компанії. <i>Агросвіт</i>. №2. С.14-20. URL: https://nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/5444/5499 - Головніна О. Г., Сьомкіна Т. В., Денисенко М. П. (2024). Управління якістю корпоративного людського капіталу. <i>Економіка. Менеджмент. Бізнес</i>. №2. С.19-27. URL: https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/2959 - Головніна О. Г., Гальцова О. Л., Сьомкіна Т. В., Слава С. С. (2023). Деякі аспекти управління розвитком людського капіталу. <i>Приазовський економічний вісник</i>. Вип. 1. С. 22-31. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2023/1_33_ukr/6.pdf - Сьомкіна Т.В., Головніна О.Г., Гальцова О.Л. (2023). Управління структурою людського капіталу на основі концепту інноваційних змін. <i>Приазовський економічний вісник</i>. Вип. 2(34), С. 13-19. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2023/2_34_ukr/5.pdf		

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- **Робота в колективі:** Курс передбачає роботу в колективі.
- **Аудиторне середовище:** Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- **Відвідування та самостійна робота:** Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- **Дедлайни:** Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- **Пропущені заняття:** Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- **Актуалізація курсу:** За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення за тематикою освітньої компоненти та пропозиції стейкхолдерів (провідних компаній галузі, академічної спільноти та випускників). Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу.
- **Неформальна освіта:** Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, згідно з [«Положенням про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій»](#).

Правила академічної доброчесності та використання штучного інтелекту (ШІ)

- **Дотримання цінностей:** Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- **Самостійність виконання:** Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або умовами завдання дозволено використання допоміжних матеріалів, мережі Інтернет та інструментів ШІ.
- **Правила цитування:** Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуальної праці інших авторів (текстів, ідей, розробок, відомостей тощо) зобов'язаний зробити належне посилання на відповідне джерело.
- **Самоплагіат:** Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- **Правила використання інструментів ШІ:**
 - Використання генеративних систем ШІ (ChatGPT, Claude, Gemini тощо) дозволяється як допоміжний інструмент для генерації ідей, пошуку джерел, структурування матеріалу або перевірки синтаксису/коду, якщо інше прямо не вказано в умовах конкретного завдання.
 - Якщо під час виконання завдання або підготовки науково-дослідної роботи використовувалася ШІ, здобувач зобов'язаний зазначити це у роботі (наприклад, у формі примітки: «Під час підготовки розділу X використано [назва сервісу ШІ] для [ціль використання: аналіз структури / переклад]»).
 - Здобувач вищої освіти несе повну особисту відповідальність за достовірність, точність і перевірку фактів, даних та посилань, згенерованих ШІ
 - Пряме подання згенерованого ШІ тексту, коду чи розрахунків без критичного аналізу, власного опрацювання та зазначення використання ШІ розцінюється як академічна нечесність (плагіат/приховування авторства).
 - Заборонено завантажувати в публічні моделі ШІ персональні дані, конфіденційну інформацію, закриті наукові чи службові розробки.
 - В аудиторії здобувачі не допускаються до списування, обману та прихованого використання ШІ. За порушення принципів академічної доброчесності можливе зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, недопущення до захисту роботи тощо.
 - Здобувачі можуть ознайомитися із [Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій](#) та [Рекомендаціями МОН України щодо відповідального використання технологій ШІ у закладах вищої освіти](#).

КРИТЕРІЙ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Поточна успішність складається з успішності за активність під час лекцій, роботу на практичних заняттях, виконання завдань під час самостійної роботи. Всі завдання оцінюються відповідно вимог щодо змістовності та встановлених строків виконання і їх здачі. Для отримання додаткових балів, студент повинен надати копію сертифіката або друкованої публікації чи письмове повідомлення видавця, про прийняття до друку публікації. Тематика публікації (вебінара, курсу) повинна відповідати змісту дисципліни, при цьому студенту зараховується додаткові бали замість балів за виконання суміжних за тематикою практичних робіт. Максимальна кількість додаткових балів, що можуть бути зараховані за дисципліну – 10 балів. Разом це є балами за поточну успішність здобувача. Максимальна кількість балів – 60 мінімальна кількість балів – 20.

Якщо студента не допущено до підсумкового контролю, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Студент має право на два перескладання. При повторному перескладанні його у студента може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. У випадку отримання студентом 0 балів (неприйнятно), що тягне відразування за невиконання навчального плану

Форми контролю / Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ:	
<i>Робота на заняттях, у т.ч.</i>	
участь у експрес-опитуванні	за кожну правильну відповідь - 0,2 бали
доповідь з презентацією за тематикою самостійної роботи	за кожну презентацію (реферат) максимум - 2 бали (оцінка залежить від повноти розкриття теми, якості інформації, самостійності та креативності матеріалу, якості презентації і доповіді)
усне опитування, тестування	за кожну правильну відповідь – 0,2 бали
рішення практичних задач	за кожну правильну відповідь – 1 бал
участь у обговоренні ситуаційного завдання	за кожну правильну відповідь – 1 бал
участь у навчальній дискусії	за кожну участь - 0,5 бали
<i>Додаткова оцінка за видами діяльності за тематикою дисципліни</i>	
Участь у вебінарах, тренінгах	за кожні 0,1 кредити (3 год.) участі з отриманням сертифікату - 3 бали
Тези доповіді за участю у конференції	за кожні тези, які опубліковані - 3 бали
Стаття у виданні в Україні	за кожну статтю, яка опублікована - 5 балів
Стаття у іноземному виданні	за кожну статтю, яка опублікована - 8 балів
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ: екзамен	Екзамен проходить у письмовій формі. Максимальна оцінка - 40 балів

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ

бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка / запис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає силабусу дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого силабусом, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в силабусі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (А)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (В)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає силабусу дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом силабусу дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для	Добре / Зараховано (С)

	значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	практичного використання викликають утруднення.	
67-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений силябусом дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни	Задовільно / Зараховано (D)
60-66	Студент має певні знання, передбачені в силябусі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових силябусу дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що силябус дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) В залікову книжку не проставляється
0-34	Студент повністю не виконав вимог силябусу навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) В залікову книжку не проставляється

Гарант освітньої програми



Олена ВІНОГРАДОВА