



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «СамГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор –
проректор по учебной работе
Овчинников Д.Е.
«29» августа 2025 г.

**Рабочие программы
по дополнительной профессиональной программе
повышения квалификации**

Стартап как диплом

Рабочие программы дисциплин (модулей), формы аттестации и оценочные материалы
Рабочая программа модуля «Введение в стартап- проектирование и генерация идей»
Содержание модуля

Таблица 4.1

Наименование дисциплины, темы	Содержание дисциплины, темы	ЛЗ / ч	ПЗ / ч	СР / ч	Форма ПА / ч
Модуль 1. Введение в стартап-проектирование и генерация идей.					
Тема 1. Понятие стартапа и его отличия от традиционного бизнеса.	Понятие стартапа. Основные характеристики стартапов, их отличия от традиционных бизнес-моделей. Примеры успешных стартапов, которые смогли изменить рынок и стать лидерами в своей отрасли.	1	-		-
Тема 2. Основные этапы развития стартапа.	Развитие стартапа: идея и концепция, создание и запуск, рост и масштабирование, выход на рынок и зрелость. Особенности каждого этапа, основные задачи и вызовы, с которыми сталкиваются стартапы на пути к успеху.	1	-	-	-
Тема 3. Примеры успешных стартапов.	Истории успеха известных стартапов: Google, Facebook, Uber и других. Ключевые факторы, которые способствовали успеху этих компаний. Ошибки и проблемы, с которыми они сталкивались. Такой анализ помогает лучше понять, какие Эффективные стратегии и подходы для собственного стартапа.	1	-	-	-
Тема 4. Методы генерации идей.	Генерация идей в создании стартапа. Мозговой штурм, метод SCAMPER, дизайн-мышление и другие креативные техники. Выявление новых возможностей и формирование уникальных концепций для стартапов.	1	-	2	-
Тема 5. Оценка и отбор идей.	Критерии оценки идей, методы отбора лучших из них, процесс прототипирования и тестирования концепций.	1	-	-	-
Тема 6. Создание бизнес-модели.	Создание бизнес-модели. Основные компоненты бизнес-модели: ценностное предложение, целевая аудитория, каналы сбыта, источники дохода и структура затрат. Шаблон бизнес-модели Canvas и примеры успешных бизнес-моделей, которые помогли стартапам достичь успеха.	1	2	4	

Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение модуля

Для проведения аудиторных занятий используются учебные аудитории, оснащенные техническими средствами обучения (мультимедийным и презентационным оборудованием) для представления учебной информации.

Помещения для работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью выхода в сеть Интернет и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде СамГТУ. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется слушателем по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа включает в себя изучение основной и дополнительной литературы по теме модуля.

Основная литература:

1. Основы маркетинга: Перевод с английского / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 307 с.
2. Шепелев В.М. Основы предпринимательства [Текст] / В.М. Шепелев. — учебное пособие. — Самара, 2009. — 409 с.

Дополнительная литература:

**Рабочая программа модуля «Исследование рынка и разработка продукта»
Содержание модуля**

Таблица 4.2

Наименование дисциплины, темы	Содержание дисциплины, темы	ЛЗ / ч	ПЗ / ч	ЛР / ч	СР / ч	Форма ПА / ч
Модуль 2. Исследование рынка и разработка продукта						
Тема 1. Методы исследования рынка.	Исследование рынка позволяет понять потребности и предпочтения целевой аудитории, а также выявить рыночные тенденции и возможности. Методы первичного и вторичного исследования, количественные и качественные методы. Анализ данных и выводы, которые можно сделать на основе этих данных.	1	-	-	-	-
Тема 2. Анализ конкурентов.	Анализ конкурентов помогает понять сильные и слабые стороны конкурирующих компаний, а также выявить возможности для создания конкурентного преимущества. Методы идентификации конкурентов, проведение SWOT-анализа и разработка стратегий конкурентного преимущества.	1	1	-	2	-
Тема 3. Определение целевой аудитории.	Определение целевой аудитории является важным этапом в разработке продукта и маркетинговой стратегии. Методы сегментации рынка, создание портрета целевого клиента, а также изучение потребностей и поведения аудитории.	1	1	-	4	-
Тема 4. Основы проектирования и разработки продукта.	Проектирование и разработка продуктов: определение требований, создание концепции, проектирование, разработка и тестирование. Основные аспекты каждого из этих этапов, а также важность взаимодействия с пользователями для создания успешного продукта.	1	-	-	-	-
Тема 5. Прототипирование и тестирование.	Прототипирование и тестирование включают методы создания прототипов, которые позволяют визуализировать и оценить продукт до его окончательной разработки. Валидация идей и тестирование продукта: выявление и устранение возможных недостатков на ранних этапах. Примеры успешного прототипирования и тестирования.	1	-	-	-	-
Тема 6. Использование методологии Agile.	Использование методологии Agile: гибкость, адаптивность и итеративное развитие. Основные фреймворки: Scrum и Kanban, помогающие организовать работу команды. улучшить коммуникацию и повысить эффективность. Примеры использования Agile в стартапах.	1	-	-	-	-

Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение модуля

Для проведения аудиторных занятий используются учебные аудитории, оснащенные техническими средствами обучения (мультимедийным и презентационным оборудованием) для представления учебной информации.

Помещения для работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью выхода в сеть Интернет и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде СамГТУ. Внеаудиторная

самостоятельная работа выполняется слушателем по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа включает в себя изучение основной и дополнительной литературы по теме модуля.

Основная литература:

1. Основы маркетинга: Перевод с английского / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 307 с.
2. Шепелев В.М. Основы предпринимательства [Текст] / В.М. Шепелев. — учебное пособие. — Самара, 2009. — 409 с.

Дополнительная литература:

1. Бринкер Скотт. Agile-маркетинг. Хакерские практики для эффективного бизнеса. / Скотт. Бринкер. – Москва: МИФ, 2016. – 280 с.

**Рабочая программа модуля «Финансовое планирование и маркетинг»
Содержание модуля**

Таблица 4.3

Наименование дисциплины, темы	Содержание дисциплины, темы	ЛЗ / ч	ПЗ / ч	ЛР / ч	СР / ч	Форма ПА / ч
Модуль 3. Финансовое планирование и маркетинг						
Тема 1. Основы финансового планирования.	Основы финансового планирования. Прогнозирование доходов и расходов, анализ рентабельности и управление финансами. Примеры успешного финансового планирования.	1	-	-	-	-
Тема 2. Создание финансовой модели стартапа.	Создание финансовой модели стартапа: прогнозирование доходов и расходов (определение финансовых потребностей и возможностей компании). Анализ рентабельности: оценка экономической эффективности проекта. Примеры успешных финансовых моделей.	1	2	-	3	-
Тема 3. Привлечение инвестиций и управление финансами.	Привлечение инвестиций и управление финансами, различные виды инвестиций и их особенности: венчурный капитал, бизнес-ангелы и краудфандинг. Управление финансами в стартапе: разработка стратегий для привлечения капитала и эффективного использования ресурсов. Примеры успешного привлечения инвестиций.	1	1	-	-	-
Тема 4. Разработка маркетинговой стратегии.	Разработка маркетинговой стратегии и стратегический маркетинг: анализ рынка, определение целевой аудитории и позиционирование продукта. Разработка маркетингового плана, тактики продвижения и взаимодействия с клиентами. Примеры успешных маркетинговых стратегий.	1	1	-	2	-
Тема 5. Инструменты цифрового маркетинга.	Инструменты цифрового маркетинга: SEO (поисковую оптимизацию), SEM (маркетинг в поисковых системах) и социальные сети. Эти инструменты помогают стартапам увеличить видимость и привлечь целевую аудиторию в онлайн-среде. Примеры успешного использования цифрового маркетинга.	1	-	-	-	-
Тема 6. Создание бренда и PR.	Создание бренда и PR. Разработка бренда и его элементов: логотип, слоган и фирменный стиль. PR-стратегии: методы взаимодействия с общественностью и СМИ для повышения узнаваемости и укрепления репутации компании. Примеры успешного создания бренда и PR.	1	-	-	2	-

Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение модуля

Для проведения аудиторных занятий используются учебные аудитории, оснащенные техническими средствами обучения (мультимедийным и презентационным оборудованием) для представления учебной информации.

Помещения для работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью выхода в сеть Интернет и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде СамГТУ. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется слушателем по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа включает в себя проведение анализа финансовых показателей, необходимых для привлечения инвестиций.

Основная литература:

1. Основы маркетинга: Перевод с английского / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 307 с.

2. Шепелев В.М. Основы предпринимательства [Текст] / В.М. Шепелев. — учебное пособие. — Самара, 2009. — 409 с.

Рабочая программа модуля «Юридические аспекты и управление командой» Содержание модуля

Таблица 4.4

Наименование дисциплины, темы	Содержание дисциплины, темы	ЛЗ / ч	ПЗ / ч	ЛР / ч	СР / ч	Форма ПА / ч
Модуль 4. Юридические аспекты и управление командой.						
Тема 1. Правовые аспекты в развитии стартапа.	Правовые аспекты в развитии стартапа. Лицензирование и получение разрешений. Основные правовые требования для стартапов: нормативные акты и защита интеллектуальной собственности.	1	-	-	-	-
Тема 2. Регистрация и защита интеллектуальной собственности.	Регистрация и защита интеллектуальной собственности: патенты, которые защищают изобретения, авторские права, которые защищают оригинальные произведения, и товарные знаки, которые защищают бренды и логотипы. Примеры успешной защиты интеллектуальной собственности.	1	1	-	1	-
Тема 3. Договорные отношения и юридические риски.	Договорные отношения и юридические риски. Трудовые, коммерческие и лицензионные соглашения. Управление юридическими рисками: идентификация и минимизация рисков, связанных с юридическими обязательствами. Примеры успешного управления договорными отношениями.	1	-	-	-	-
Тема 4. Основы управления командой.	Основы управления командой; формирование команды: подбор и набор сотрудников с необходимыми навыками и компетенциями. Разделение ролей и задач. Примеры успешного управления командой.	1	-	-	-	-
Тема 5. Лидерство и мотивация.	Лидерство и мотивация; стратегии лидерства: трансформационное и транзакционное лидерство. Мотивационные техники: методы поощрения и стимулирования сотрудников для повышения их продуктивности и удовлетворенности. Примеры успешного лидерства и мотивации.	1	-	-	-	-
Тема 6. Коммуникация и	Коммуникация и разрешение конфликтов; методы эффективной коммуникации: активное	1	1	-	-	-

разрешение конфликтов.	слушание и ясное выражение мыслей. Методы разрешения конфликтов: медиация и переговоры. Примеры успешного разрешения конфликтов.					
------------------------	--	--	--	--	--	--

Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины модуля

Для проведения аудиторных занятий используются учебные аудитории, оснащенные техническими средствами обучения (мультимедийным и презентационным оборудованием) для представления учебной информации.

Помещения для работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью выхода в сеть Интернет и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде СамГТУ. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется слушателем по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа включает в себя изучение процедур регистрации товарных знаков, патентов и авторских прав, проведение патентного поиска и анализа.

Основная литература:

1. Основы маркетинга: Перевод с английского / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 307 с.
2. Шепелев В.М. Основы предпринимательства [Текст] / В.М. Шепелев. — учебное пособие. — Самара, 2009. — 409 с.

Рабочая программа модуля «Презентация проекта и публичные выступления» Содержание модуля

Таблица 4.5

Наименование дисциплины, темы		ЛЗ / ч	ПЗ / ч	ЛР / ч	СР / ч	Форма ПА / ч
Модуль 5. Презентация проекта и публичные выступления.						
Тема 1. Подготовка презентации для инвесторов.	Подготовка презентации для инвесторов. Ключевые элементы: проблема, решение, рынок, бизнес-модель и команда. Финансовые прогнозы и план привлечения инвестиций. Примеры успешных презентаций для инвесторов показывают.	1	2	-	2	-
Тема 2. Техника публичных выступлений.	Техника публичных выступлений: подготовку и репетицию. Управление стрессом. Примеры успешных публичных выступлений.	1	2	-	2	-

Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для проведения аудиторных занятий используются учебные аудитории, оснащенные техническими средствами обучения (мультимедийным и презентационным оборудованием) для представления учебной информации.

Помещения для работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью выхода в сеть Интернет и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде СамГТУ. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется слушателем по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа включает в себя разработку презентации для инвесторов для стартапа.

Основная литература:

1. Основы маркетинга: Перевод с английского / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж.

Сондерс, В. Вонг. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 307 с.

2. Шепелев В.М. Основы предпринимательства [Текст] / В.М. Шепелев. — учебное пособие. — Самара, 2009. — 409 с.