



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.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА повышения квалификации

Стартап как диплом

Самара 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика программы
 - 1.1. Цель и задачи реализации программы
 - 1.2. Нормативная правовая база
 - 1.3. Планируемые результаты обучения
 - 1.4. Категория слушателей
 - 1.5. Форма и продолжительность обучения, срок освоения
 - 1.6. Документ о квалификации
2. Организационно-педагогические условия реализации программы
 - 2.1. Кадровое обеспечение
 - 2.2. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение программы
3. Содержание программы
 - 3.1. Календарный учебный график
 - 3.2. Учебный план
4. Рабочие программы дисциплин (модулей), формы аттестации и оценочные материалы
 - 4.1. Рабочая программа модуля «Введение в стартап-проектирование и генерация идей»
 - 4.2. Рабочая программа модуля «Исследование рынка и разработка продукта»
 - 4.3. Рабочая программа модуля «Финансовое планирование и маркетинг»
 - 4.4. Рабочая программа модуля «Юридические аспекты и управление командой»
 - 4.5. Рабочая программа модуля «Презентация проекта и публичные выступления»
5. Программа итоговой аттестации
 - 5.1. Содержание итоговой аттестации, форма аттестации и критерии оценивания
 - 5.2. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение

1. Общая характеристика программы

1.1. Цель и задачи реализации программы

Цель:

1. Развитие у студентов навыков создания стартапа на основе выпускной квалификационной работы.
2. Развитие у преподавателей навыков и компетенций наставника стартап-проекта.

Задачи:

1. Изучить теоретические основы разработки, запуска и развития стартапа.
2. Развить навыки основных теорий мотивации, лидерства для решения стратегических и управленческих задач.
3. Исследовать возможность коммерциализации выпускной квалификационной работы в формате «Стартап как диплом».

1.2. Нормативная правовая база

Программа разработана на основании:

- Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ;
- приказа Министерства образования и науки РФ от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- приказа Минздравсоцразвития РФ от 26.08.2010 № 761н (ред. от 31.05.2011) «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования», должность «Преподаватель».

1.3. Планируемые результаты обучения

Таблица 1.1

Код и наименование компетенции	Нормативный документ (название, реквизиты), на основании которого сформулирована компетенция, данные анализа рынка труда
ПК-1: Командная работа и лидерство - способность эффективно работать в команде, брать на себя лидерские функции и принимать ответственные решения в рамках стартап-проекта.	- Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников образования», должность «Преподаватель»; - анализ рынка труда.
ПК-2: Управление проектом - знание методов и инструментов управления проектами, включая планирование, оценку рисков, контроль ресурсов и выполнение задач.	
ПК-3: Предпринимательские навыки - способность создавать и развивать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-планы, привлекать инвестиции и продвигать продукт на рынок.	

Таблица 1.2

ПК-1		
Знания	Умения	Практический опыт
Основы командной динамики и типологии	Определять и распределять роли в команде.	Участие в работе проектных команд разных размеров.

командных ролей. Принципы построения и управления эффективными командами. Лидерские стили и их влияние на команду. Методы мотивации и управления конфликтами в команде.	- Принимать и инициировать лидерские решения в различных ситуациях. Мотивировать и вдохновлять членов команды. Управлять конфликтами и находить компромиссные решения.	Руководство командой в рамках учебных или профессиональных проектов. Проведение командных встреч и брейнстормов. Решение возникающих в команде конфликтных ситуаций.
ПК-2		
Знания	Умения	Практический опыт
Основы жизненного цикла проекта и проектного менеджмента. Инструменты и методологии управления проектами (например, Agile, Scrum, Waterfall). Принципы оценки рисков и управления ресурсами. Методы контроля за ходом выполнения проектов и оценки их результативности.	Разрабатывать проектные планы, включая временные графики и бюджеты. Использовать программные инструменты для управления проектами (например, MS Project, Asana, Trello). Оценивать риски и разрабатывать стратегии их минимизации. Контролировать расход ресурсов и прогресс выполнения задач.	Ведение проектной документации и отчетности. Управление небольшими и средними проектами или подкомандами в рамках крупного проекта. Использование аналитических инструментов для оценки рисков и разработки планов по их снижению. Презентация результатов проекта заинтересованным сторонам (стейкхолдерам).
ПК-3		
Знания	Умения	Практический опыт
Основы предпринимательской деятельности и бизнес-моделирования. Принципы создания бизнес-плана и финансового анализа. Методы исследования рынка и оценки потенциальной аудитории. Основы привлечения инвестиций и выстраивания отношений с инвесторами.	Генерировать и оценивать бизнес-идеи на предмет их жизнеспособности. Разрабатывать детализированные бизнес-планы, включая маркетинговые и финансовые разделы. Привлекать и организовывать ресурсы для стартапа, включая финансовые, материальные и человеческие. Проводить презентации своих бизнес-идей потенциальным инвесторам и партнерам.	Разработка и защита бизнес-планов перед экспертной комиссией. Проведение первичных исследований рынка и анализа конкурентной среды. Участие в стартап-хакатонах, конкурсах и акселерационных программах. Взаимодействие с потенциальными инвесторами и ключевыми стейкхолдерами по вопросам финансирования и поддержки стартапа.

1.4. Категория слушателей

Требования к слушателю программы: уровень образования – лица, имеющие или получающие высшее образование.

1.5. Форма и продолжительность обучения, срок освоения

Форма обучения: очная.

Срок освоения: 72 часа, в том числе 40 часов аудиторной работы, 24 часа самостоятельной работы, 8 часов на итоговую аттестацию.

Продолжительность обучения: 3 месяца.

1.6. Документ о квалификации

Обучающимся, успешно освоившим программу, выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

2. Организационно-педагогические условия реализации программы

2.1. Кадровое обеспечение

Реализация программы обеспечивается профессорско-преподавательским составом СамГТУ, а также высококвалифицированными сотрудниками вуза.

Таблица 2

ФИО преподавателя / ведущего специалиста	Специальность, присвоенная квалификация по диплому	Место работы, должность (основное место работы)	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Наименование преподаваемой дисциплины (модуля)	Дополнительное образование, соответствующее профилю преподаваемых модулей
Колибасов Владимир Александрович	«Материаловедение и технологии материалов», магистр	Директор Стартап-Центра ЦИПИ СамГТУ, ассистент кафедр: «Инновационное проектирование» и «Машины и оборудование нефтегазовых и химических производств»	-	Модуль 2. Темы 4, 5, 6. Модуль 4: Темы 1, 2, 3.	Основы проектной деятельности и коммерциализации (повышение квалификации)
Щур Алексей Анатольевич	«Информатика и вычислительная техника», бакалавр	Ассистент кафедры «Информатика и вычислительная техника» СамГТУ	-	Модуль 1. Темы 1, 2, 3, 6. Модуль 2: Тема 2. Модуль 3: Тема 4. Модуль 5: Тема 1, 2.	-
Тихонов Владимир Сергеевич	«Экономика и управление на предприятии», экономист-менеджер	АНО "Университет Национальной технологической инициативы 2035" (Университет 2035), Центр цифрового контента, руководитель группы	Кандидат экономических наук, доцент	Модуль 2. Тема 3 Модуль 3: Темы 5, 6.	Инновационная экономика и технологическое предпринимательство (повышение квалификации)
Вейс Юлия Вячеславовна	«Национальная экономика», экономист	Доцент кафедры «Экономика промышленности и производственный менеджмент» СамГТУ	Кандидат экономических наук, доцент	Модуль 1. Темы 4, 5. Модуль 2. Тема 1. Модуль 3. Темы 1, 2, 3. Модуль 4. Темы 4, 5, 6.	Тьюторское сопровождение проектной деятельности (повышение квалификации)

2.2. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение программы

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.

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.
2. Рис Эрик Бизнес с нуля / Эрик Рис. – Москва: Альпина Паблишер, 2022. – 256 с. – ISBN 978-5-9614-6623-2.

3. Содержание программы

3.1. Календарный учебный график

ЛЗ – лекционные занятия
 ПЗ – практические занятия
 СР – самостоятельная работа
 ПА – промежуточная аттестация
 ИА – итоговая аттестация

Таблица 3.1

Виды занятий	1 нед.	2 нед.	3 нед.	4 нед.	5 нед.	6 нед.	7 нед.	8 нед.	9 нед.	10 нед.	11 нед.	12 нед.	Итого часов
ЛЗ	3	3	3	3	3	-	3	3	3	1	1	-	26
ПЗ	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	-	14
СР	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	-	24
ИА	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	8
Всего часов													72

Учебный план

Таблица 3.2

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля), раздела / практики (стажировки)	Всего (ч)	ЛЗ (ч)	ЛЗ (эл. ч)	ПЗ (ч)	ПЗ (эл. ч)	СР (ч)	Форма ИА	Код компетенции
1.	Модуль 1. Введение в стартап- проектирование и генерация идей	14	6	-	2	-	6	-	ПК-1, ПК-3
2.	Модуль 2. Исследование рынка и разработка продукта	14	6	-	2	-	6	-	ПК-2
3.	Модуль 3. Финансовое планирование и маркетинг	17	6	-	4	-	7	-	ПК-1, ПК-2, ПК-3
4.	Модуль 4. Юридические аспекты и управление командой	9	6	-	2	-	1	-	ПК-2
5.	Модуль 5. Презентация проекта и публичные выступления	10	2	-	4	-	4	-	ПК-1, ПК-2, ПК-3
6.	Итоговая аттестация	8	-	-	-	-	-	Зачет	Все компетенции
	Итого часов	72	26	-	14	-	24	8	

4. Рабочие программы дисциплин (модулей), формы аттестации и оценочные материалы

4.1. Рабочая программа модуля «Введение в стартап-проектирование и генерация идей»

4.1.1. 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	

4.1.2. 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 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. Рис Эрик. Бизнес с нуля / Эрик Рис. – Москва: Альпина Паблишер, 2022. – 256 с. – ISBN 978-5-9614-6623-2.

4.2. Рабочая программа модуля «Исследование рынка и разработка продукта»

4.2.1. 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	-	-	-	-

4.2.2. 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 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.

4.3. Рабочая программа модуля «Финансовое планирование и маркетинг»

4.3.1. 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	Инструменты цифрового маркетинга: SEO (поисковую оптимизацию), SEM (маркетинг в	1	-	-	-	-

маркетинга.	поисковых системах) и социальные сети. Эти инструменты помогают стартапам увеличить видимость и привлечь целевую аудиторию в онлайн-среде. Примеры успешного использования цифрового маркетинга.					
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	-

4.3.2. 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.

4.4. Рабочая программа модуля «Юридические аспекты и управление командой»

4.4.1. 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 разрешение конфликтов.	Коммуникация и разрешение конфликтов; методы эффективной коммуникации: активное слушание и ясное выражение мыслей. Методы разрешения конфликтов: медиация и переговоры. Примеры успешного разрешения конфликтов.	1	1	-	-	-

4.4.2. 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 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.

4.5. Рабочая программа модуля «Презентация проекта и публичные выступления»

4.5.1. 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	-

4.5.2. 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.

5. Программа итоговой аттестации

5.1. Содержание итоговой аттестации, форма аттестации и критерии оценивания

Итоговая аттестация слушателей проводится в виде зачета. Зачет проходит в форме компьютерного тестирования по всем темам программы. Тест состоит из 31 вопроса. Максимально возможное количество баллов, набранных за ответы на один вопрос теста, - 1 балл. Максимально возможная сумма баллов – 31 балл.

Критерии оценивания: «зачтено» / «не зачтено».

«Зачтено»: слушатель набрал 25 баллов и более.

«Не зачтено»: слушатель набрал менее 25 баллов.

Технические средства обучения: компьютеры с доступом в Интернет.

Каждый слушатель имеет возможность посетить консультацию с преподавателем программы для последующего выполнения итоговой аттестации.

Вопросы, рассматриваемые на зачете

1. Какое из следующих утверждений лучше всего описывает стартап?
 - A) **Новый высокорисковый бизнес, ориентированный на быстрое масштабирование.**
 - B) Бизнес, работающий только в интернете.
 - C) Устойчивый бизнес с долгосрочной прибылью.
 - D) Бизнес, который не требует инвестиций.
2. Какой из следующих этапов не является частью жизненного цикла стартапа?
 - A) Закрытие бизнеса.
 - B) Идея и концепция.
 - C) Рост и масштабирование.
 - D) **Создание и запуск.**
3. Какой из следующих методов исследования рынка является качественным?
 - A) **Глубинные интервью.**
 - B) Опросы.
 - C) Анализ статистики.
 - D) Онлайн-опросы.
4. Что такое SWOT-анализ?

- A) Метод оценки финансовых рисков.
 - B) **Инструмент для анализа сильных и слабых сторон бизнеса.**
 - C) Метод оценки удовлетворенности клиентов.
 - D) Метод прогнозирования рыночных тенденций.
5. Какой из следующих факторов не влияет на определение целевой аудитории?
- A) Демографические характеристики.
 - B) **Финансовые отчеты компании.**
 - C) Поведение потребителей.
 - D) Потребности и предпочтения.
6. Какой из следующих этапов не относится к проектированию продукта?
- A) Определение требований.
 - B) **Создание бренда.**
 - C) Разработка концепции.
 - D) Тестирование.
7. Какой из следующих инструментов не относится к цифровому маркетингу?
- A) **Реклама на ТВ.**
 - B) SEO.
 - C) Социальные сети.
 - D) SEM.
8. Какой из следующих аспектов не является частью финансового планирования?
- A) Прогнозирование доходов.
 - B) Управление расходами.
 - C) Анализ рентабельности.
 - D) **Управление персоналом.**
9. Какой из следующих методов не используется для создания прототипов?
- A) 3D-моделирование.
 - B) Быстрое прототипирование.
 - C) **Финансовый анализ.**
 - D) Визуализация идей.
10. Что такое Agile в контексте стартапов?
- A) **Методология, основанная на гибкости и адаптивности.**
 - B) Методология, игнорирующая отзывы пользователей.
 - C) Методология, ориентированная на долгосрочные проекты.
 - D) Методология, основанная на жестком планировании.
11. Какой из следующих аспектов не относится к правовым требованиям для стартапов?
- A) Защита интеллектуальной собственности.
 - B) **Маркетинговая стратегия.**
 - C) Лицензирование.
 - D) Нормативные акты.
12. Какой из следующих типов инвестиций не является венчурным капиталом?
- A) Бизнес-ангелы.
 - B) Инвестиции в недвижимость.
 - C) Прямые инвестиции.
 - D) **Краудфандинг.**
13. Какой из следующих аспектов не входит в управление командой?
- A) Мотивация сотрудников.
 - B) Подбор сотрудников.
 - C) Разделение ролей.
 - D) **Финансовый анализ.**

14. Какой из следующих методов не используется для разрешения конфликтов?
- A) **Игнорирование.**
 - B) Переговоры.
 - C) Медиация.
 - D) Активное слушание.
15. Какой из следующих аспектов не является частью разработки маркетинговой стратегии?
- A) Анализ рынка.
 - B) **Создание финансовых отчетов.**
 - C) Определение целевой аудитории.
 - D) Позиционирование продукта.
16. Какой из следующих элементов не является частью создания бренда?
- A) **Финансовая отчетность.**
 - B) Логотип.
 - C) Слоган.
 - D) Фирменный стиль.
17. Какой из следующих методов не используется для анализа конкурентов?
- A) SWOT-анализ.
 - B) **Финансовый прогноз.**
 - C) Анализ сильных и слабых сторон.
 - D) Исследование рыночных тенденций.
18. Какой из следующих методов не используется для создания бизнес-модели?
- A) Анализ целевой аудитории.
 - B) **Создание рекламной кампании.**
 - C) Шаблон бизнес-модели Canvas.
 - D) Определение ценностного предложения.
19. Какой из следующих аспектов не относится к управлению финансами в стартапе?
- A) Привлечение инвестиций.
 - B) Анализ рентабельности.
 - C) **Разработка продукта.**
 - D) Создание финансовой модели.
20. Какой из следующих факторов не влияет на создание успешного стартапа?
- A) **Наличие больших инвестиций.**
 - B) Идея.
 - C) Команда.
 - D) Бизнес-модель.
21. Какой из следующих аспектов не является частью разработки маркетинговой стратегии?
- A) Анализ рынка.
 - B) Определение целевой аудитории.
 - C) Позиционирование продукта.
 - D) **Создание рекламных материалов.**
22. Какой из следующих методов не относится к исследованию рынка?
- A) Опросы.
 - B) **Создание рекламной стратегии.**
 - C) Фокус-группы.
 - D) Анализ данных.
23. Какой из следующих элементов не является частью создания бренда?
- A) Логотип.

- В) Слоган.
 - С) **Маркетинговая стратегия.**
 - Д) Фирменный стиль.
24. Какой из следующих аспектов не является частью оценки идей для стартапа?
- А) **Формирование команды.**
 - В) Критерии оценки.
 - С) Процесс тестирования.
 - Д) Методы отбора.
25. Какой из следующих методов не используется для создания бизнес-модели?
- А) Анализ целевой аудитории.
 - В) Определение ценностного предложения.
 - С) Шаблон бизнес-модели Canvas.
 - Д) **Разработка рекламной стратегии.**
26. Какой из следующих аспектов не связан с управлением денежными потоками в стартапе?
- А) Прогнозирование наличности.
 - В) Оценка кредитоспособности.
 - С) **Анализ расходов на рекламу.**
 - Д) Управление запасами.
27. Какой из следующих методов не применяется для получения обратной связи о продукте?
- А) Интервью с пользователями.
 - В) Анализ данных продаж.
 - С) **Прототипирование.**
 - Д) Опросы об удовлетворенности клиентов.
28. Какой из следующих аспектов не является частью разработки продукта?
- А) Проектирование.
 - В) Тестирование.
 - С) **Создание бренда.**
 - Д) Определение требований.
29. Какой из следующих факторов не является критичным для успешного выхода на рынок?
- А) Наличие уникального предложения.
 - В) Эффективная маркетинговая стратегия.
 - С) Устойчивое финансирование.
 - Д) **Высокие цены на продукцию.**
30. Какой из следующих аспектов не относится к соблюдению норм и стандартов в стартапе?
- А) Экологические нормы.
 - В) **Защита интеллектуальной собственности.**
 - С) Разработка маркетинговой стратегии.
 - Д) Трудовые права сотрудников.
31. Какой из следующих методов не применяется для оценки потребительского спроса?
- А) Фокус-группы.
 - В) **Прогнозирование на основе исторических данных.**
 - С) Анализ конкурентоспособности.
 - Д) Опросы.

5.2. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение

Для проведения итоговой аттестации используется учебная аудитория, оснащенная техническими средствами обучения (мультимедийным и презентационным оборудованием) для представления учебной информации. Аудитория оснащена компьютерной техникой с возможностью выхода в сеть Интернет и обеспечена доступом к электронной информационно-образовательной среде СамГТУ.

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.
2. Рис Эрик. Бизнес с нуля / Эрик Рис. – Москва: Альпина Паблицер, 2022. – 256 с. – ISBN 978-5-9614-6623-2.