

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Завідувач кафедри маркетингу

Куваєва Т.В.



«28» серпня 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ»

Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Рівень вищої освіти.....	Другий (магістерський)
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Статус	обов'язкова
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	екзамен
Термін викладання	1-й семестр (1, 2 чверті)
Мова викладання	українська

Викладач: професор кафедри маркетингу, д.е.н., доцент Касян С.Я.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__»__ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__»__ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро
НТУ «ДП»
2026

Робоча програма навчальної дисципліни «**Маркетинг стартап-проектів**» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», кафедра маркетингу. – Д. : НТУ «ДП», 2026. – 19 с.

Розробник:

– Касян Сергій Якович – д.е.н., професор кафедри маркетингу

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності D5 Маркетинг (протокол № 9 від 14 серпня 2026 р.).

ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	4
3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	5
4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	5
6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ.....	8
6.1 Шкали	8
6.2 Засоби та процедури.....	8
6.3 Критерії.....	10
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	13
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	13

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПР) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни С1 «Маркетинг стартап-проектів» віднесено такі результати навчання

ПР1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу
СР1	Розроблювати і просувати ідею стартап-проекту, аналізувати ринкові можливості запуску та стратегічного управління високотехнологічним стартап-проектом у площині маркетингової системи сталого розвитку

Мета дисципліни «Маркетинг стартап-проектів» – формування у здобувачів вищої освіти компетентностей щодо маркетингового управління стартап-проектами, бізнес-моделей розвитку стартапів, оцінювання впливу факторів маркетингового середовища на успішний розвиток стартапів, комерціалізацію, партнерську взаємодію з бізнес-інкубаторами, венчурними компаніями в площині інноваційної екосистеми розумного міста, стійкості, сталого розвитку.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	шифр ДРН	Зміст
ПР1	ПР1.1-С1	знати макроекономічні умови розвитку інноваційних стартапів, передумови розвитку венчурного підприємництва, маркетинг незалежних та афілійованих стартапів
	ПР1.2-С1	визначати особливості цифрових інновацій, що притаманні інноваційним стартап-проектам у площині сталого розвитку
	ПР1.3-С1	аналізувати конкурентоспроможність стартап-проектів у високотехнологічних галузях, формувати карту кластеру
	ПР1.4-С1	знати складові та види високотехнологічних стартап-проектів, їх маркетингове забезпечення
СР1	СР1.1-С1	формулювати і реалізовувати ідеї стартап-проекту, проводити технологічний аудит під час комерціалізації інновацій з урахуванням безпечності для довкілля
	СР1.2-С1	знати методики розроблення ідеї стартап-проекту в умовах інформаційного суспільства, головні принципи аналізу ринкових можливостей створення, розвитку і подальшого масштабування стартап-проекту
	СР1.3-С1	ефективно управляти процесами створення і просування стартап-проектів у цифровому середовищі, розуміти значення стартап-інкубаторів у забезпеченні сталого розвитку
	СР1.4-С1	знати специфіку успішного запуску стартап-проектів у високотехнологічних галузях, організацію онлайн хакатонів
	СР1.5-С1	застосовувати маркетинговий стратегічний аналіз запуску стартап-проектів, оцінювати інвестування успішних стартапів

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	шифр ДРН	Зміст
	CP1.6-C1	демонструвати навички із формування онлайн репутації для стартапів у міжнародній діяльності, ІТ сфері, застосування стратегій сегментації, позиціонування у маркетингу стартапів

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна викладається в першому семестрі відповідно до навчального плану, тому додаткових вимог до базових дисциплін не встановлюється. Міждисциплінарні зв'язки: вивчення курсу ґрунтуються на знаннях, отриманих з вивчених дисциплін за попереднім рівнем освіти.

4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години					
		денна		Вечірня		Заочна	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	20	40	-	-	6	54
практичні	60	26	34	-	-	6	54
семінари	-	-	-	-	-	-	-
РАЗОМ	120	46	74	-	-	12	108

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	60
ПР1.1-С1 CP1.2-С1	1. Історичні передумови виникнення стартап-проектів. Маркетинг незалежних та афілійованих стартапів	6
	1.1 Аналіз макроекономічних показників у контексті розвитку інноваційних стартапів	
	1.2 Передумови розвитку венчурного підприємництва	
	1.3 Маркетинг незалежних та афілійованих стартапів	
CP1.1-С1 CP1.2-С1 CP1.3-С1	2. Маркетингове забезпечення створення, розвитку і подальшого масштабування стартап-проекту	6
	2.1 «Дорожня карта» розробників стартап-проектів в умовах інформаційного суспільства, індустрії 4.0	
	2.2 Підходи до розроблення ідеї стартап-проекту	
	2.3 Прийняття управлінських рішень щодо розвитку і масштабування стартап-проекту	
	2.4 Етапи створення і маркетингового управління стартап-проектом	
ПР1.2-С1 CP1.1-С1 CP1.2-С1 CP1.3-С1	3. Створення і просування стартап-проектів у цифровому середовищі	8
	3.1 Сходинки стартапу – сім кроків для залучення венчурного капіталу в контексті маркетингової стратегії	

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	3.2 Створення і просування стартап-проектів в електронному бізнесі	
	3.3 Особливості цифрових інновацій, що притаманні інноваційним стартап-проектам	
CP1.1-C1 CP1.3-C1	4. Технологічний аудит ідеї стартап-проекту: дотримання безпечності для довкілля	
	4.1 Сутність технологічного аудиту в стартап-проектах	6
	4.2 Підходи до проведення технологічного аудиту	
	4.3 Оцінювання технологічного аудиту стартап-проектів з урахуванням безпечності впливу на довкілля, стійкості	
PR1.1-C1 CP1.1-C1 CP1.3-C1	5. Методики технологічного аудиту, які використовуються вітчизняними та зарубіжними науково-дослідними організаціями	
	5.1 Розроблення методик технологічного аудиту	8
	5.2 Методики технологічного аудиту (комерціалізація технології) для науково-дослідних організацій	
	5.3 Методика технологічного аудиту П.Г. Перерви в маркетингу стартап-проектів	
	5.4. Маркетинговий механізм комерціалізації високотехнологічних розробок	
PR1.3-C1 CP1.3-C1 CP1.4-C1	6. Специфіка успішного запуску стартап-проектів у високотехнологічних галузях	
	6.1 Науково-методичні засади маркетингового і галузевого аналізу ринкових можливостей запуску стартап-проектів	8
	6.2 Аналіз зовнішніх та внутрішніх чинників запуску стартап-проектів у високотехнологічних машинобудівній, авіаційній, ракетно-космічній галузях	
	6.3 Аналіз конкурентоспроможності стартап-проектів у високотехнологічних галузях. Карта кластеру	
	6.4 Формування системи цілей і показників ефективності маркетингу стартап-проектів у високотехнологічних галузях	
PR1.4-C1 PR1.2-C1 CP1.4-C1 CP1.6-C1	7. Онлайн репутація для стартапів у міжнародній діяльності, ІТ сфері. Соціально відповідальні складові високотехнологічних стартап-проектів	
	7.1 Значення і формування онлайн репутації для високотехнологічних стартапів у рамках концепції маркетингу сталого розвитку	6
	7.2 Детермінанти розвитку маркетингу, індустрії 4.0 як фактори впливу на запуск стартап-проектів у міжнародній діяльності, ІТ сфері	
	7.3 Послідовність маркетингових дій стартап-проекту та їх специфіка у міжнародних ракетно-космічній, ІТ сферах	
	7.4 Складові та види високотехнологічних стартап-проектів	
CP1.4-C1 CP1.5-C1	8. Маркетинговий стратегічний аналіз запуску стартап-проектів, інвестування найбільш успішних стартапів	
	8.1 Послідовність розробки маркетингової стратегії стартап-проекту	6

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	8.2 Добрі практики інвестування найбільш успішних стартапів в Україні та світі	
	8.3 Маркетинговий стратегічний аналіз запуску стартап-проектів	
ПР1.3-С1 СР1.5-С1 СР1.6-С1	9. Дослідження маркетингу високотехнологічних стартап-проектів світу. Стратегії сегментації, позиціонування	
	9.1 Дослідження маркетингу стартап-проектів Великобританії, США, Китаю, Канади та України	6
	9.2 Стратегії сегментації. Визначення цільових ринків стартап-проектів	
	9.3 Стратегії позиціонування. Вибір основи позиціонування стартап-проектів	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	60
ПР1.1-С1 ПР1.2-С1 СР1.1-С1 СР1.2-С1	1. Кейсові завдання «Створення та запуск високотехнологічних стартапів, що є «дружніми» до довкілля»: піклування про здоров'я людей та їх комфортне життя. Особливості просування цих стартапів, визначення їх економічної та маркетингової ефективності.	5
ПР1.1-С1 ПР1.2-С1 ПР1.4-С1 СР1.2-С1 СР1.3-С1 СР1.4-С1	2. Групове завдання: формулювання і реалізація ідеї стартап-проекту	5
ПР1.2-С1 СР1.2-С1 СР1.3-С1	3. Кейси «Успішні стартап-проекти». ІТ-стартап Periodix,	6
ПР1.1-С1 СР1.1-С1	4. Групове завдання: проведення технологічного аудиту під час комерціалізації інновацій	6
ПР1.3-С1 СР1.1-С1 СР1.2-С1 СР1.3-С1 СР1.4-С1	5. Кейси «Маркетинг стартап-проекту». Функціонування науково-технологічних парків. Стартап-інкубатори у забезпеченні сталого розвитку	6
ПР1.3-С1 СР1.2-С1 СР1.4-С1	6. Кейси «Маркетинг стартап-проекту». Інжинірингова школа Noosphere: маркетингова підтримка успішного запуску високотехнологічних стартапів. Онлайн хакатон NASA Space Apps Challenge	6
СР1.3-С1 СР1.5-С1	7. Ситуаційне завдання «Опишіть область конкуренції високотехнологічного стартап-проекту». Позитивні кейсові завдання «Маркетингове забезпечення проходження преакселерації високотехнологічних стартапів, які комплексно відображають дотримання цілей сталого розвитку».	7
ПР1.2-С1 СР1.3-С1 СР1.6-С1	8. Групове завдання на базі кейсів «Маркетингове просування і формування онлайн репутації стартапів в ІТ-сфері». Системи розумних скриптів продаж компанії Neuron. ІР-телефонія Nextel; e-chat. Масштабування та просування стартапів у сфері соціального підприємництва.	6

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
CP1.4-C1 CP1.5-C1 CP1.6-C1	9. Задачі: Визначення рівнів, на яких конкурує продукція стартап-проекту та аналіз інтенсивності конкуренції за рівнями, означення основних конкурентів на кожному рівні	7
CP1.4-C1 CP1.5-C1 CP1.6-C1	10. Побудова за відібраними параметрами багатовекторних карт позиціонування високотехнологічного стартап-проекту. Міжнародна маркетингова діяльність ДП «Конструкторське бюро «Південне» ім. М. К. Янгеля»	6
РАЗОМ		120

6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1 Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) здобувачів вищої освіти різних закладів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховується, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації ї відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2 Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності та автономії здобувача за вимогами НРК до 7-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів;
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час екзамену за бажанням студента
	індивідуальне завдання	виконання завдань під час самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольного та індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим опису кваліфікаційного рівня за НРК, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань).

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня за НРК.

6.3 Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерія використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для магістерського рівня вищої освіти (подано нижче).

Загальні критерії досягнення результатів навчання для 7-го кваліфікаційного рівня за НРК

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Знання		
♦ спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: – спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; – критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	95-100
	Відповідь містить не грубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Уміння/навички		
♦ спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур; ♦ здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах; ♦ здатність розв'язувати проблеми у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності	Відповідь характеризує уміння: – виявляти проблеми; – формулювати гіпотези; – розв'язувати проблеми; – оновлювати знання; – інтегрувати знання; – провадити інноваційну діяльність; – провадити наукову діяльність	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з не грубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
♦ зрозуміле і недвозначне донесення власних знань, висновків та аргументації до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються	Зрозумілість відповіді (доповіді). <i>Мова:</i> правильна; чиста; ясна; точна; логічна; виразна; лаконічна. <i>Комунікаційна стратегія:</i> – послідовний і несуперечливий розвиток думки; – наявність логічних власних суджень; – доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; – правильна структура відповіді (доповіді); – правильність відповідей на запитання; – доречна техніка відповідей на запитання; – здатність робити висновки та формулювати пропозиції; – використання іноземних мов у професійній діяльності	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
♦ управління робочими або навчальними процесами, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів; ♦ відповідальність за внесок до професійних знань і практики та/або оцінювання результатів діяльності команд та колективів; ♦ здатність продовжувати навчання з високим ступенем автономії	Відмінне володіння компетенціями: – використання принципів та методів організації діяльності команди; – ефективний розподіл повноважень в структурі команди; – підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини); – стресовитривалість; – саморегуляція; – трудова активність в екстремальних ситуаціях; – високий рівень особистого ставлення до справи; – володіння всіма видами навчальної діяльності; – належний рівень фундаментальних знань; – належний рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок	95-100
	Упевнене володіння компетенціями відповідальності і автономії з незначними хибами	90-94
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано дві вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано три вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано чотири вимоги)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано п'ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (не реалізовано шість вимог)	65-69

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Задовільне володіння компетенціями відповідальності і автономії (рівень фрагментарний)	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Мультимедійне та комп'ютерне обладнання. На навчальних заняттях обов'язково мати з собою гаджети з можливістю підключення до Інтернету. Перевірений доступ з ПК чи мобільного гаджету до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; Zoom. Інстальований на ПК та мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Excel, Power Point). Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365. Використання Mentimeter (<https://www.mentimeter.com/>). Інстальована на гаджетах програма Kahoot! (<https://kahoot.it/>). Можливість використання on-line застосунків Google.

8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Базові

1. Бленд Девід, Остервальдер Алекс. Тестуємо бізнес-ідеї. Від гіпотез до масштабування. Переклад з англійської Вікторія Гармаш. К. : Видавництво Наш Формат, 2026. 360 с.
2. Гобела В. В., Леськів Г. З. Менеджмент стартапів : навчальний посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2024. 188 с. URL: <https://lnk.ua/XfsPN2s3Y>
3. Грицюк Н. О. Інноваційне підприємництво та управління стартап проєктами : навч. посіб. / Н. О. Грицюк, О. А. Івашко, Т. В. Сак. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 172 с. URL: <https://lnk.ua/CJtu6agIH>
4. Колесник Юлія. Люди купують у людей. Як побудувати бренд, маркетинг і комунікацію малого бізнесу та стартапів. К.: Stretovych, 2024. 328 с.
5. Котлер Ф., Сетьяван А., Картаджайя Х. Маркетинг 5.0. Технології для людства. Переклад з англійської Остап Гладкий. К. : Stone Publishing, Видавництво: КМ-Букс, 2024. 280 с.
6. Маркетинг сталого розвитку в зовнішньоекономічній діяльності: навч. посіб. / кол. авт. ; відп. ред.: к.е.н., доц. В. В. Даценко; к.е.н., доц. С. Я. Касян; к.е.н, доц. В. Д. Хурдей. Україна, Дніпро : УМСФ ; ДДУВС, 2025. 440 с. (серія «Митна політика»). DOI: <https://doi.org/10.31733/978-617-560-080-1>. ISBN 978-617-560-080-1
7. Маркетингове управління продуктом і категоріями: підручник. Серія: Бізнес. Економіка. Фінанси / В.Д. Хурдей, В.В. Даценко, І.Г. Павловська, Д.А. Міщенко, С.Я. Касян, Л.Ю. Семенова, Л.С. Квасова, Т.С. Дронова. Україна, Дніпро: УМСФ. 2026. 392 с.
8. Менеджмент стартап-проєктів [Електронний ресурс] : навчальний наочний посібник для студентів спеціальностей 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг» / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 37,15 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 435 с. URI: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/43531>
9. Ріс Ерік. The Lean Startup. Як постійні інновації створюють радикально успішний бізнес. Переклад з англ. Олександра Яцина. К.: Видавництво Vivat, 2025. 368 с.
10. Технології розробки стартапів: навчальний посібник. За загальною редакцією Подольчака Н.Ю., Шаповалової Т.В. К.: Міжнародний фонд соціальної адаптації, 2021. 129 с. URL: <https://ifsa.com.ua/vidannya/navchalnij-posbnik-technolog-rozrobki-startapv.html>
11. Wiersma M. Marketing For Startups: Tips And Techniques To Develop An Effective Marketing Strategy For Startup: Startup Marketing Campaigns. Publisher: Independently published, 2021. 104 p.

12. Dziuba Radosław, Kasian Serhii, Shebanov Oleksii, Gusak Natalia. Creative technologies and tools of international media communications as components of effective media support for innovative projects / Креативні технології та інструменти міжнародних медіакомунікацій як компоненти ефективної медіапідтримки інноваційних проєктів. Ukraine, Lviv, Bulletin of Lviv University: Series Economics. 2025. Issue 68. P. 147-157. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2025.68.0.6804>. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/13633>, <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/13633/14104>
13. Kasian Serhii, Nikolayev Kyrylo, Iliuk Anastasia, Khridochkin Andrey. Organization of Marketing Pricing at a Railway Enterprise that Affects the Innovation Potential. *Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет»*. 2024. №1. С. 78-85. URL: <http://ek-visnik.dp.ua/uk/arkhiv2024-1/>, <http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2024-1/Kasian.pdf>
14. Kasian Serhii, Shebanov Oleksii, Kolisnyk Larysa. Marketing tool in ensuring effective product promotion on the Ukrainian and global chocolate markets. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2023. Випуск 65. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/issue/view/551>, ISSN 2078-6115. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2023.65.0>
15. Kasian Serhii, Zubchenko Nadiia, Svitenko Oleksandr, Chernysheva Olena. Characteristics of Developing Marketing Communication Strategies and Legal Support for High-Tech IT Startup Projects. *Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет»*. 2026. №1. С. 325-335 URL: <https://ek-visnik.dp.ua/uk/arkhiv20026-1/> <https://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2026-1/Kasian.pdf> <http://dx.doi.org/10.32434/2415-3974-2026-23-1-325-335>
16. Kasian Serhii, Dziuba Radoslaw, Semesenko Maryna. International marketing support for the implementation of startup projects at a municipal enterprise / Міжнародна маркетингова підтримка реалізації стартап-проєктів на муніципальному підприємстві. Україна, Львів, Формування ринкової економіки в Україні. 2026. Випуск 55. С. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/meu.2026.55.0> URL: <https://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/article/view/5256> , <https://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/economics/issue/view/439>
17. Shapoval D.Y., Kasian S.Y. Digital tools for managing startup-project business-modeling products in the sustainable development context. *Majesty of Marketing: Materials of the XXI International conference for the students and junior research staff. Responsible for publication: Head of the Department of Marketing Tetiana Kuvaieva. Edited by: Professor of Department of Marketing Serhii Kasian; PhD student of Department of Marketing Daniil Shapoval (Ukraine, Dnipro, 19 th of December 2025). Ukraine, Dnipro : Dnipro University of Technology, 2025. P. 128-130 (190 p.)*.
18. Svitenko O.V., Kasian S.Y. Marketing strategic support for launching a new Startup-project on the IT market. *Majesty of Marketing: Materials of the XXI International conference for the students and junior research staff. Responsible for publication: Head of the Department of Marketing Tetiana Kuvaieva. Edited by: Professor of Department of Marketing Serhii Kasian; PhD student of Department of Marketing Daniil Shapoval (Ukraine, Dnipro, 19 th of December 2025). Ukraine, Dnipro : Dnipro University of Technology, 2025. P. 157-159 (190 p.)*.
19. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» [Електронний ресурс]. інформаційний портал Верховної Ради України. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1977-12/>
20. Касян С. Я., Шаповал Д. Є. Інтеграція сталого розвитку в сучасні стратегії менеджменту для онлайн-просування товарів. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2025. №3(91). С. 57-66. URL: https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive?arh_article=1697 , https://ev.nmu.org.ua/docs/2025/3/EV20253_057-066.pdf DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/91.057>
21. Касян С. Я., Шебанов О. Б., Цюпа Г. О. Маркетинг сталого розвитку під час виведення нового товару на ринок. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. Національний

- технічний університет «Дніпровська політехніка». Дніпро. 2024. №2 (86). С. 140148.
<https://ev.nmu.org.ua/docs/2024/EV20242.pdf>
22. Касян С.Я. Маркетингове забезпечення комунікаційних та логістичних процесів з впровадження енергозберігаючих технологій на підприємствах. дис. доктора екон. наук : 08.00.04 - Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Одеса: Одеський національний технологічний університет. 2026.
<https://uacademic.info/ua/document/0526U000085>
23. Касян С. Я. Енергоощадна поведінка у площині маркетингу стартап-проектів і маркетингової діяльності високотехнологічних підприємств світу. *Економічний вісник НТУ «Дніпровська політехніка»*. 2021. №2. С. 137-151. <https://ev.nmu.org.ua/docs/2021/EV20212.pdf>
24. Касян С. Я. *Енергоощадна цінність логістичних та комунікаційних детермінант маркетингової діяльності високотехнологічних підприємств в електронному бізнесі*: Монографія. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2020. 232 с.
25. Касян С. Я. Просування екологічних, енергозберігаючих інновацій високотехнологічних підприємств у системі холистичного цифрового маркетингу / Promotion of High-Tech Enterprises Environmental, Energy-Saving Innovations in The System of Holistic Digital Marketing. *Економічний вісник НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського»*. 2021. №18. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/237535>
26. Касян, С., Куваєва, Т., Гусак, Н., & Шаповал, Д. (2025). Методологічні підходи до дослідження медіакомунікацій у супроводі інноваційних проектів. *Communications and Communicative Technologies*, (25). <https://doi.org/10.15421/292512>. URL: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/282>
27. Касян С., Ізовіта А., Басараб Я. Маркетингові комунікаційні та юридичні складові формування брендів та просування стартап-проектів у сфері автосервісу. Україна, Львів, Вісник Львівського університету: Серія економічна. 2026. Випуск 70. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/ves.2026.70.0.7022> URL: <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/14259>, <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/view/14259/14889>
28. Касян С., Михайлишин Р., Шевченко В. Організація маркетингу стартап-проектів компанії на ринках паливно-мастильних матеріалів. Україна, Дніпро, Економічний простір. 2026. Випуск 215. С. 253-259. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.215.253-259> URL: <https://economicspace.pgasa.dp.ua/article/view/369586>
29. Касян С.Я., Мекушкін В. Д., Шебанов О. Б. Міжнародний маркетинг високотехнологічної стартап-платформи Periodix та управління інтернет-магазином у площині просування товарів. *B2B Marketing : зб. наук. пр. XIX Міжнар. наук.-практ. конф. Програмний комітет: Мельниченко А.А. (голова), Касян С.Я., Федорченко А.В.* Україна, м. Київ, 30 квіт., 2026 р. [Електрон. ресурс] ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електрон. текстові дані (1 файл: 3,9 Мбайт). Україна, Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка». С. 99 (233 с.). URL: https://marketing.kpi.ua/wp-content/uploads/2026/05/zbirnyk-naukovyh-pracz-b2b_2026.pdf
30. *IT-стартап Periodix. Технології штучного інтелекту, спрямовані на знаходження роботи фрілансерам і віддаленим співробітникам на ринках США і Європи*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://periodix.net/>
31. *Системи розумних скриптів продаж компанії Neuron. IP-телефонія Nextel; e-chat*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://neuron-systems.com/> <https://nextel.cloud/> <https://e-chat.tech/>
32. *Інжинірингова школа Noosphere / Noosphere Engineering School*. Мережа науково-технічних лабораторій на базі закладів вищої освіти України, відкритих та обладнаних громадською організацією «Асоціація Noosphere». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://noosphereengineering.com/> <https://www.facebook.com/noosphere.engineering>

Методичні

1 Касян С.Я. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг стартап-проектів» [Електронний ресурс]. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 174 с.

2 Касян С.Я. Методичні вказівки щодо виконання самостійних робіт з дисципліни «Маркетинг стартап-проектів» для студентів денної форми навчання. [Електронний ресурс]. Дніпро: НТУ «Дніпровська політехніка», 2026. 32 с.

3 Методичні вказівки для виконання групового проекту із дисципліни «Маркетинг стартап-проектів» для студентів I курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг [Електронний ресурс] : для студ. спеціальності D5 «Маркетинг», Освітня програма «Маркетинг» / НТУ «Дніпровська політехніка» ; уклад.: С. Я. Касян. Електронні текстові дані (1 файл: 1,12 Мбайт). Дніпро : НТУ Дніпровська політехніка», 2026. 36 с.

Додаткові

1. Cherniavska, T., Cherniavskiy, B., Zghurska O., Kasian, S., Nakonechna, K., & Mudra, Y. (2026). Reengineering of management processes for the restoration of transport and logistics infrastructure through image recognition and BIM-oriented remediation. In V. Lukin (Ed.), & V. Lukin, S. Kryvenko, F. Li, S. Abramov, V. Abramova, B. Kovalenko, I. Dohtiev, O. Arkhipov, N. Stojanović, B. Bondžulić, P. Mykhalichenko, T. Cherniavska, B. Cherniavskiy, V. Nadtochii, A. Nadtochyi, M. Korkh, Zghurska O., S. Kasian, K. Nakonechna, ... I. Kalinichenko, Pattern recognition in surveillance systems and diagnostics (pp. 73-101). Scientific Route OÜ®. Scopus. <https://doi.org/10.21303/978-9908-845-05-0.ch3>. URL: <https://monograph.route.ee/rout/catalog/book/978-9908-845-05-0/chapter/155>

2. Digital Marketing: Textbook / O. Chupryna, I. Arakelova, V. Tokareva, O. Zelenko, S. Kasian, S. Lytvynenko, Y. Popova, L. Horbach. Kasian S.: Chapter 2. Digital Marketing Processes, Strategies and Models; Chapter 9. Sustainability and Digital Marketing. Ukraine, Kyiv : Publishing House “Condor”, 2025. P. 26–45, 165–184 (304 p.). ISBN 978-617-8471-85-9

3. Garland R. Venture investments soar, driven by later-stage deals. *The Wall Street Journal*. URL : <https://www.wsj.com/articles/venture-investments-soar-driven-by-later-stage-deals-1421296203>.

4. Kasian Serhii, Parkhomets Mykola, Pochynok Nataliia, Uniat Liudmyla, Matviy Igor, Sybyrka Liudmyla. Business process: modelling based on logistics and management concepts. *Studies of Applied Economics. University of Almeria, Spain* 2021. Nr 3. Vol. 39 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4523>. **Journal Indexed in:** Emerging Sources Citation Index, **Scopus**, EconLit, RePec, Isoc, Latindex, Dialnet, Redalyc. DOI: <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v39i3.4523>

5. Kasian S., Havrylenko N., Opalko V., Ptytsia N., Lytvynenko L. Innovative marketing in intelligence urban logistics systems. E3S Web of Conferences 616, 2nd International Conference on Renewable Energy, Green Computing and Sustainable Development (ICREGCSD 2025) 03014 (2025). Number of page(s) 10. Section Sustainable Development. E3S Web Conf., 616 (2025) 03014 DOI: <https://doi.org/10.1051 /e3sconf/202561603014> Published online 24 February 2025. E3S Web of Conferences eISSN: 2267-1242I. CREGCSD 2025. The Authors, published by EDP Sciences. This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). URL: <https://www.e3sconferences.org/articles/e3sconf/abs/2025/16/3sconficregcsd202503014/e3sconficregcsd202503014.html>

6. Kasian Serhii. Eurointegration, marketing communication and virtual logistic in Ukrainian and Polish enterprises / Integracja europejska, komunikacja marketingowa i logistyka wirtualna w przedsiębiorstwach ukraińskich i polskich. *Przegląd Europejski / European Review. Poland. University of Warsaw. Faculty of Political Science & International Studies*. Warsaw: Issue: 2022 (1). P. 163-169. Published: 2022-05-05. Access: <https://przegladeuropejski.com.pl/resources/html/articlesList?issueId=14611>,

<https://przegladeuropejski.com.pl/resources/html/article/details?id=229475> ISSN: 1641-2478. E-ISSN: 2657-6023. Index Copernicus. ICI Journals Master List 2020:100. GICID: 01.3001.0015.8466.

7. Kasian S., Shapoval D., Makarova Ye., Riabyk H. The eDnipro company's integration marketing communications complex aimed at ensuring sustainable development and ecological sustainability. *Економічний вісник Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет»*. 2024. №2. С. 70-78 URL: <https://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2024-2/Kasian.pdf>

8. Kasian Serhii. Challenges of implementing eco-digital strategies in educational institutions. Chapter 12. Digital Innovation and Sustainability in Education. Edited by Joanna Rosak-Szyrocka, Shashi Kant Gupta, Xin Zhao, and Markus A. Launer. Monograph Book. Elgaronline.com online platforms, Edward Elgar Publishing, Published: 09 Dec 2025. P. 231–251 (278 p). Collection: Sociology, Social Policy and Education 2025. Scopus. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781035359561.00020> URL: https://www.elgaronline.com/edcollchap/book/9781035359561/chapter12.xml?tab_body=abstract-copy1, <https://www.e-elgar.com/shop/gbp/digital-innovation-and-sustainability-in-education-9781035359554.html>

9. Державне підприємство «Конструкторське бюро «Південне» ім. М. К. Янгеля». Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.yuzhnoye.com/ua/home>

10. Закон України «Про космічну діяльність». Із змінами. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1997. № 1. ст. 2. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/502/96-vp#Text>

11. Касян С. Я., Шаповал Д. Є., Михайлишин Р. В. Маркетингові комунікації, сталий розвиток під час просування побутової техніки в Інтернет-магазинах в умовах війни. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2023. №2(82). С. 111-118. URL: https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive?arh_article=1510, https://ev.nmu.org.ua/docs/2023/2/EV20232_111-118.pdf, DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/82.111>

12. Касян С. Я., Колісник Л. О., Безвитний М.С. Маркетингові інструменти просування товарів в середовищі об'єднаних територіальних громад та районів України: інклюзивний контекст. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки». Розділ V. Теорії мікро-, макро-, регіональної та міжнародної економіки. № 62 (лютий, 2026). С. 583-589. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.20.02.2026.060> ISSN 2710-3056 URL: <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/issue/view/20.02.2026/50>

13. Касян Сергій, Світенко Олександр, Патинок Ксенія. Наук. кер. - професор Касян Сергій Якович. Маркетинг стартап-проекту «Побудова 3D прототипу біонічного протезу верхньої кінцівки людини» / Marketing for the startup project “Building a 3D Prototype of a Bionic Upper Limb Prosthesis”. Програма XXXIII Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми функціонування господарської системи України» (22-23 травня 2026 року). Україна, Львів. ЛНУ імені Івана Франка. С. 33. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2026/05/Program_XXXIII_MNKSAMU_2026v2.pdf

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. ComeBack Mobility - Смарт насадки на милиці: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=9NJgvBLBLXc>

2. Аналітика ринків: Trends.google.com, marketfinder.thinkwithgoogle.com

3. Аналітичні інструменти компанії Google: Google analytics, Google ads, Google search console 4. Бенчмарк ключових метрик: Worldstat.com, Adstage.io

5. Сапітон Михайло. Український стартап ComeBack Mobility отримав \$1 млн інвестицій. Він створює розумні насадки на милиці. [Електронний ресурс]. Режим доступу:

<https://forbes.ua/innovations/ukrainskiy-startap-comeback-mobility-otrimav-1-mln-investitsiy-vin-stvoryue-rozumni-nasadki-na-militsi-15072021-2094#>

6. Маркетинг і менеджмент інновацій. Журнал: **<http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>**

7. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua/>

8. Українська асоціація маркетингу, журнал «Маркетинг в Україні»: <http://uam.in.ua/>

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Маркетинг стартап-проектів»
для здобувачів

для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
освітньої програми «Маркетинг»
спеціальності D5 Маркетинг

Розробник: Касян Сергій Якович

В редакції автора

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
Україна, 49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19