

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ»



Ступінь освіти	Магістр
Освітня програма	Маркетинг
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС
Тривалість викладання	I семестр, 1, 2 чверть 2021-2022 н.р.
Обсяг навчальних занять у т.ч. аудиторні заняття на тиждень	120 годин 3 / 2 години на тиждень
- лекції	2 / 1 години
- практичні	1 / 1 година
Мова викладання	українська

Кафедра, що викладає: Маркетингу

Сторінка курсу в ДО НТУ «ДП»: <https://do.nmu.org.ua/course/view.php?id=3808>

Консультації: за окремим розкладом, погодженим зі здобувачами вищої освіти

Онлайн-консультації: Microsoft Teams – група «Маркетинг стартап-проектів»

Інформація про викладача:



Касян Сергій Якович

Завідувач кафедри маркетингу

кандидат економічних наук, доцент

Персональна сторінка

<https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/kasian.php>

E-mail: Kasian.S.Ya@nmu.one

1. Анотація до курсу

Маркетинг стартап-проектів – висвітлює основні етапи створення та реалізації стартап-проекту, маркетинговий стратегічний аналіз запуску стартап-проектів, основні кроки для залучення венчурного капіталу в контексті формування маркетингової стратегії. У курсі вивчаються створення і просування стартап-проектів в електронному бізнесі, оцінювання технологічного аудиту стартап-проектів, методики технологічного аудиту в маркетингу стартап-проектів з урахуванням безпечності для довкілля. Здобувачі вищої освіти отримають уявлення про успішний запуск стартап-проектів у високотехнологічних машинобудівній, авіаційній, ракетно-космічній галузях, формування системи цілей і показників ефективності маркетингу інноваційних стартап-проектів, онлайн репутації для стартапів у площині сталого розвитку,

«добрі практики» запуску і масштабування успішних стартапів світу, застосування стратегій сегментації, позиціонування у маркетингу стартапів.

Цей курс побудовано на засадах студентоцентрованого підходу (Student-Centered Approach), який розглядає здобувача вищої освіти як суб'єкта з власними унікальними інтересами, потребами і досвідом, спроможного бути самостійним і відповідальним учасником освітнього процесу.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг стартап-проектів» є формування компетентностей і системи теоретичних знань щодо маркетингового забезпечення створення і просування стартап-проектів, бізнес-моделей розвитку і масштабування стартапів, оцінювання впливу факторів маркетингового середовища на успішний розвиток стартапів, комерціалізацію, партнерську взаємодію з бізнес-інкубаторами, венчурними компаніями в площині інноваційної екосистеми розумного міста, сталого розвитку.

Завдання курсу:

- *ознайомити* здобувачів вищої освіти із підходами до розроблення ідеї стартап-проекту, основними етапами створення та реалізації стартап-проекту;
- *навчити* здобувачів вищої освіти розуміти процес створення і просування стартап-проектів у цифровому середовищі, залучення венчурного капіталу в контексті формування маркетингової стратегії стартап-проектів;
- *ознайомити* здобувачів з підходами до проведення технологічного аудиту в стартап-проектах, застосування методик технологічного аудиту (комерціалізації технології) для організацій з урахуванням безпечності для довкілля;
- *сформувати навички* щодо успішного запуску стартап-проектів у високотехнологічних машинобудівній, авіаційній, ракетно-космічній галузях, формування системи цілей і показників ефективності маркетингу інноваційних стартап-проектів;
- *сформувати навички* формування онлайн репутації для стартапів з урахуванням соціальної відповідальності у площині сталого розвитку;
- *навчити* здобувачів вищої освіти проведенню маркетингового стратегічного аналізу запуску стартап-проектів, дослідженню і порівнянню стартап-проектів світу.

3. Результати навчання:

Реалізація поставлених завдань дозволяє забезпечити наступні програмні 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 стартап-проектом у площині маркетингової системи сталого розвитку.

Реалізація поставлених завдань дозволяє забезпечити наступні дисциплінарні результати навчання:

- *вміти* формувати і реалізовувати ідеї стартап-проекту, проводити технологічний аудит під час комерціалізації інновацій з урахуванням безпечності для довкілля;

- *знати* методики розроблення ідеї стартап-проекту в умовах інформаційного суспільства, головні принципи аналізу ринкових можливостей створення, розвитку і подальшого масштабування стартап-проекту;

- *вміти* ефективно управляти процесами створення і просування стартап-проектів у цифровому середовищі, розуміти значення стартап-інкубаторів у забезпеченні сталого розвитку;

- *знати* специфіку успішного запуску стартап-проектів у високотехнологічних машинобудівній, авіаційній, ракетно-космічній галузях, організацію онлайн хакатонів;

- *вміти* застосовувати маркетинговий стратегічний аналіз запуску стартап-проектів, оцінювати інвестування успішних стартапів;

- *демонструвати навички* із формування онлайн репутації, для стартапів у міжнародній ракетно-космічній, ІТ сфері, застосування стратегій сегментації, позиціонування у маркетингу стартапів.

4. Структура курсу

Календарний план курсу

Тижні	Тематика занять	Вид занять	Ресурси	Оцінка
1	Вступ до курсу Політика курсу. Вимоги Навчальні матеріали Екзаменаційні білети	Лекція	Силабус Екзаменаційні білети Навчальний посібник	-
	Знайомство з методом «мозкового штурму», хакатонами, онлайн сервісами для пошуку команд	Практичне заняття	Завдання вправи	-
2	Історичні передумови виникнення стартап-проектів. Маркетинг незалежних та афілійованих стартапів	Лекція	Базові	-
	Кейси «Успішні стартап-проекти»	Практичне заняття	кейс/завдання	5
3	Маркетингове забезпечення створення, розвитку і подальшого масштабування стартап-проекту	Лекція	Базові, методичні	-
	Групове завдання: формулювання і реалізація ідеї стартап-проекту	Практичне заняття	Базові, додаткові, виконання завдання	5

4	Створення і просування стартап-проектів у цифровому середовищі	Лекція	Базові, методичні	-
	Групове завдання: формулювання і реалізація ідеї стартап-проекту	Практичне заняття	Базові, додаткові, виконання завдання / захист	8
5	Технологічний аудит ідеї стартап-проекту: дотримання безпечності для довкілля	Лекція	Базові	-
	Кейси «Успішні стартап-проекти». IT-стартап Periodix, https://periodix.net	Практичне заняття	кейс/завдання	5
6	Методики технологічного аудиту, які використовуються вітчизняними та зарубіжними науково-дослідними організаціями	Лекція	Базові, додаткові	-
	Групове завдання: проведення технологічного аудиту під час комерціалізації інновацій	Практичне заняття	Базові, додаткові, виконання завдання / захист	10
7	Контрольна робота 1	КЗ	Тести і відкриті запитання	17
	Кейси «Маркетинг стартап-проекту». Функціонування науково-технологічних парків. Стартап-інкубатори у забезпеченні сталого розвитку	Практичне заняття	кейс/завдання	-
8	Специфіка успішного запуску стартап-проектів у високотехнологічних машинобудівній, авіаційній, ракетно-космічній галузях	Лекція	Базові, методичні	-
	Кейси «Маркетинг стартап-проекту». Інжинірингова школа Noosphere: маркетингова підтримка успішного запуску високотехнологічних стартапів. Онлайн хакатон NASA Space Apps Challenge	Виїзне практичне заняття в Інжиніринговій школі Noosphere (офлайн або онлайн)	кейс/завдання	5
9	Специфіка успішного запуску стартап-проектів у високотехнологічних машинобудівній, авіаційній, ракетно-космічній галузях	Лекція	Базові, методичні	-

	Ситуаційне завдання «Опишіть область конкуренції високотехнологічного стартап-проекту»	Практичне заняття	Базові, ситуаційне завдання	5
10	Онлайн репутація для стартапів у міжнародній ракетно-космічній, ІТ сфері. Соціально відповідальні складові високотехнологічних стартап-проектів	Лекція	Базові, методичні, додаткові	
	Групове завдання на базі кейсів «Маркетингове просування і формування онлайн репутації стартапів в ІТ-сфері». Системи розумних скриптів продаж компанії Neuron. IP-телефонія Nextel; e-chat, https://neuron-systems.com/	Практичне заняття	кейс/завдання	8
11	Маркетинговий стратегічний аналіз запуску стартап- проектів, інвестування найбільш успішних стартапів	Лекція	Базові, додаткові	
	Задачі: Визначення рівнів на яких конкурує продукція стартап-проекту та аналіз інтенсивності конкуренції за рівнями, означення основних конкурентів на кожному рівні	Практичне заняття	Задачі	10
12	Дослідження маркетингу високотехнологічних стартап- проектів світу. Стратегії сегментації, позиціонування	Лекція	Базові, додаткові	-
	Побудова за відібраними параметрами багатовекторних карт позиціонування високотехнологічного стартап-проекту. Міжнародна маркетингова діяльність ДП «Конструкторське бюро «Південне» ім. М. К. Янгеля»	Практичне заняття	Базові, додаткові	5
13	Контрольна робота 2	КЗ	Тести і відкриті запитання	17
	Підведення підсумків роботи за семестр, оголошення оцінок	КЗ	Силабус	-

Інформація для здобувачів заочної форми навчання. На сайті НТУ «ДП» розміщено графік навчального процесу. Протягом року передбачено заняття з викладачем відповідно до розкладу: 6 год. лекційних занять, 6 год. практичних занять, Решту практичних завдань здобувач опановує самостійно. Здобувачі

заочної форми навчання виконують передбачені навчальним планом індивідуальні завдання (контрольні роботи, курсові проекти та роботи тощо) та подають їх на кафедри на початку сесії, обов'язково до проведення контрольних заходів з дисципліни. Умови завдань розміщено на сторінці курсу на платформі Moodle. Форма контролю – екзамен.

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

На лекційних 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/>).

6. Оцінювання результатів навчання

Сертифікація досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти НТУ «ДП», https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/Regulations_on_evaluation_of_educational_results.pdf. 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) оцінок мобільних студентів.

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 зараховуються, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації.

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за дві контрольні роботи (кожна максимально оцінюється у 17 балів), оцінок за роботу на практичних заняттях (оцінюється 11 занять, участь у занятті максимально може принести здобувачу вищої освіти 6 балів). Отримані бали за контрольні роботи та практичні заняття додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)	Екзамен відбувається у формі письмового іспиту, екзаменаційні білети складаються з 20 тестових запитань, одне відкрите запитання, одне кейсове завдання. Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 3 бали. Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 20 балів. Повна відповідь на кейсове завдання оцінюється у 20 балів. Відкриті запитання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями. Максимальна кількість балів за екзамен: 100
Практичні заняття	Ділові ігри, групові завдання розв'язання задач з маркетингу стартап-проектів, де відпрацьовуються навички індивідуальної та командної роботи. Розгляд та обговорення кейсів (відеокейсів)*. Розв'язання задач. Максимально оцінюються у 50 балів (10 занять×5 балів/заняття).
Контрольні роботи	Охоплюють матеріали лекційного курсу. Містять 20 тестів по 1 балу та одне відкрите запитання – 5 балів. Максимально оцінюються у 25 балів (2 контрольні роботи×25 балів/контрольна робота).

Примітка: * за бажанням замість кейсу здобувач може виконати інше завдання – підготувати та представити на конференції тези доповіді на будь-яку тему. Ця робота буде оцінена еквівалентно кейсу. Вимоги до написання та оцінювання тез доповіді на конференції можна отримати у викладача.

6.3. Критерії оцінювання *письмової контрольної роботи*:

Дванадцять тестових завдань з чотирма варіантами відповідей, 1 правильна відповідь оцінюється у 1 бал.

Відкрите питання – відповідь оцінюється в 5 балів, причому:

5 балів – відповідність еталону, наведення прикладів з додаткової літератури;

4 бали – відповідність еталону, правильна мова викладення матеріалу;

3 бали – відповідність еталону, помилки в граматиці та/або орфографії;

2 бали – зміст відповіді має стосунок до предмету запитання, проте не відповідає еталону, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення;

1 бал – наявність текстової відповіді, яка не відповідає еталону, та/або не має стосунку до предмету запитання, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

6.4. Критерії оцінювання *ділових ігор* та *групових завдань* доводяться викладачем до відома здобувачів вищої освіти перед початком кожної ділової гри у вигляді правил та умов отримання оцінки. При цьому до уваги береться

результат команди, злагодженість дій учасників, правильність виконання інструкцій, розподіл обов'язків між учасниками команди. У залежності від специфіки ділової гри зазначені умови можуть доповнюватися або змінюватися.

6.5. Критерії оцінювання розв'язання задач з маркетингу стартап-проектів:

5 балів: отримано правильну відповідь (згідно з еталоном), використано формули з поясненням змісту окремих їх складових, зазначено одиниці виміру.

4 бали: отримано правильну відповідь з незначними неточностями згідно з еталоном, використано формули з поясненням змісту окремих їх складових, зазначено одиниці виміру.

3 бали: отримано неправильну відповідь, проте використано формулу з поясненням змісту окремих її складових, зазначено одиниці виміру.

2 бали: отримано неправильну відповідь, проте не використано формулу з поясненням змісту окремих її складових та/або не зазначено одиниці виміру.

1 бал: наведено неправильну відповідь, до якої не надано жодних пояснень.

6.6. Критерії оцінювання дискусій:

5 балів: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом, наведення аргументованих відповідей із посиланням на джерела.

4 бали: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання), володіння навчальним матеріалом з незначними помилками за сутністю обговорюваних питань.

3 бали: активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання) без достатнього володіння навчальним матеріалом, що має стосунок до теми обговорення.

2 бали: залученість до дискусії викладачем, неувважність, відсутність достатніх знань про предмет обговорення.

1 бал: залученість до дискусії викладачем, небажання брати участь в дискусії, відсутність достатніх знань про предмет обговорення.

6.7. Критерії оцінювання кейсового завдання:

5 балів: наявність повного розуміння сутності кейсу, повні і правильні відповіді на поставлені питання, правильна мова викладення, наявність висновку, дотримання встановленого обсягу.

4 бали: наявність майже повного розуміння сутності кейсу, майже повні і правильні відповіді на поставлені питання, правильна мова викладення, незначні помилки у мові викладення, наявність висновку, дотримання встановленого обсягу.

3 бали: не повне розуміння сутності кейсу, не повні і не зовсім правильні відповіді на поставлені питання, наявність орфографічних та/або граматичних помилок або недотримання встановленого обсягу.

2 бали: не розуміння сутності кейсу, не повні і не зовсім правильні відповіді на поставлені питання, значна кількість орфографічних та/або граматичних помилок та/або недотримання встановленого обсягу.

1 бал: не розуміння сутності кейсу, відсутність відповідей на поставлені питання гу, велика кількість орфографічних та/або граматичних помилок, відсутність переконливих аргументів на користь кейсу.

7. Політика курсу

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», <https://cutt.ly/mERLa5A>, Кодекс академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», <https://cutt.ly/vERLfxF> У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту. Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на день поштової скриньки на Офіс365 та відвідування групи у Telegram-каналі. Рекомендуємо створити профілі та підписатися на сторінки кафедри маркетингу в соціальних мережах Facebook, Instagram. Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота з дистанційним курсом «Маркетинг стартап-проектів» (www.do.nmu.org.ua). Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту.

7.3. Політика щодо перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

7.4. Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти денної форми відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрядження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту. Якщо здобувач вищої освіти захворів, ми рекомендуємо залишатися вдома і навчатися за допомогою дистанційної платформи. Здобувачу вищої освіти, чий стан здоров'я є незадовільним і може вплинути на здоров'я інших здобувачів вищої освіти, буде пропонуватися залишити заняття (така відсутність вважатиметься пропуском з причини хвороби). Практичні заняття не проводяться повторно, ці оцінки неможливо отримати під час консультації, це саме стосується і колоквіумів. За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна академічна мобільність) навчання може відбуватись дистанційно – в онлайн-формі, за погодженням з викладачем.

7.5. Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.6. Бонуси

Здобувачі вищої освіти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та приймають участь у конференціях, конкурсах, протягом семестру підготують та подадуть до публікації наукову статтю за тематикою дисципліни у фахове видання України або іншої країни тощо отримують додатково 5 балів до результатів оцінювання, але в підсумку не більше 100 балів за дисципліну.

7.7. Участь в анкетуванні

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, що розміщено на сайті кафедри маркетингу: <https://cutt.ly/QERFzUj> та у Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та урахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Маркетинг стартап-проектів».

8. Методи навчання

Лекційні заняття мають інтерактивний, науково-пізнавальний характер. На практичних заняттях застосовуються методи мозкового штурму, евристичних питань, ситуативне моделювання, імітаційні ігри.

9. Рекомендовані джерела інформації

Базові

1. About Technology Transfer : section “About” Site of the Association of University Technology Managers, USA. 2015. URL: http://www.autm.net/Tech_Transfer/14733.htm

2. Blank S., Dorf B. *The startup owner's manual. The step-by-step guide for building a great company*. Pescadero, California : K&S Ranch Press, 2012. 608 p.
3. Yudina N. V. Methods of the Startup-Project Developing Based on 'the Four Dimensional Thinking' in Information Society. Marketing and Management of innovations. 3'2017, P. 245–256. DOI:10.21272/mmi.2017.3-23. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2017/3/245-256> 25.
4. Зозульов О.В., Кофанов О.Е. Маркетинг у забезпеченні стартап-проектів. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. Запоріжжя: Запорізький національний університет. 2016. № 4(32). С. 165–172.
5. Касян С. Я., Юферова Д. О. Управління Інтернет-маркетинговими комунікаційними стратегіями високотехнологічних підприємств і стартап-проектів. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. Дніпро: Придніпровська державна академія будівництва та архітектури, Видавничий дім «Гельветика». 2020. №161. С. 36–42 (154 с.). URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/675/657>
6. Касян Сергій. Маркетингове забезпечення просування інновацій у сфері енергозбереження і відповідального споживання. *Маркетинг в Україні. Видання Української Асоціації Маркетингу*. 2021. №3 (126). С. 36–38. Режим URL: <http://uam.in.ua/upload/iblock/fb4/fb460172fb645e82e472ac9b138f05a9.pdf>.
7. 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. URL: <https://ev.nmu.org.ua/docs/2021/EV20212.pdf>
8. Касян С. Я. *Енергоощадна цінність логістичних та комунікаційних детермінант маркетингової діяльності високотехнологічних підприємств в електронному бізнесі*: Монографія. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2020. 232 с.
9. 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. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/237535>
10. Касян С. Я., Барсуков А. Г. Маркетингове забезпечення ефективного просування інноваційних електротехнічних розробок високотехнологічних підприємств. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. Дніпро: Придніпровська державна академія будівництва та архітектури. 2017. №126. С. 178–191 (216 с.) (Index Copernicus, Google Scholar).
11. Касян С. Я., Лисова Н. О. Маркетингове забезпечення інноваційного розвитку стартапів. *Зб. наук. праць XIII Всеукр. наук.-практ. конф. «B2B маркетинг»*. Наукове видання. Секція 4. Маркетинг у сфері високих технологій та стартап-проектів. К. : НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського», 2019. С. 80–81 (124 с.).
12. Касян С. Маркетингові комунікаційні і розподільчі стратегії стартап-проектів у площині інноваційних логістичних систем ЄС. *Тези доповідей XIII Міжн. наук.-практ. конф. «Маркетинг та логістика в системі менеджменту»*. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2020. С. 64–66 (192 с.).
13. Кравченко М.О., Газарян Є.А. Особливості формування екосистеми стартапів в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 5 (22) 2019. С. 90–97.
14. *Маркетинг стартап-проектів*: навч. посіб. для усіх спеціальностей другого освітнього ступеню «магістр» / За заг. ред. С. О. Солнцева / С. О. Солнцев, О. В. Зозульов, Н. В. Юдіна, Т. О. Царьова, Н. В. Язвінська. Електронні текстові дані К. : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 218 с.
15. Юдіна Н. В. Міждисциплінарні платформи стартап-проектів. *Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки»*, №13. Київ, 2018. С. 20–23. URL : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3286

16. IT-стартап Periodix. *Технології штучного інтелекту, спрямовані на знаходження роботи фрілансерам і віддаленим співробітникам на ринках США і Європи.* URL:: <https://periodix.net/>
17. Системи розумних скриптів продаж компанії Neuron. IP-телефонія Nextel; e-chat. URL: <https://neuron-systems.com/> <https://nextel.cloud/> <https://e-chat.tech/>
18. Інжинірингова школа Noosphere / Noosphere Engineering School. Мережа науково-технічних лабораторій на базі закладів вищої освіти України, відкритих та обладнаних громадською організацією «Асоціація Noosphere». URL: <https://noosphereengineering.com/> <https://www.facebook.com/noosphere.engineering>

Методичні

- 1 Касян С.Я. *Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг стартап-проектів»* Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2021. 174 с.
- 2 Касян С.Я. *Методичні вказівки щодо виконання самостійних робіт з дисципліни «Маркетинг стартап-проектів» для студентів денної форми навчання..* Дніпро: НТУ «Дніпровська політехніка», 2021. 32 с.
- 3 *Методичні вказівки для виконання групового проекту із дисципліни «Маркетинг стартап-проектів» для студентів 1 курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг: для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», Освітня програма «Маркетинг» / НТУ «Дніпровська політехніка» ; уклад.: С. Я. Касян. Електронні текстові дані Дніпро : НТУ Дніпровська політехніка», 2021. 36 с.*

Додаткові

1. Garland R. Venture investments soar, driven by later-stage deals. *The Wall Street Journal*. 15.01.2015. URL : <https://www.wsj.com/articles/venture-investments-soar-driven-by-later-stage-deals-1421296203>.
2. 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 URL: <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>
3. Бояринова К.О., Копішинська К. О. Півот як інструмент забезпечення успішності реалізації стартапу. *Ефективна економіка*. 2019. №3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6958>
4. Державне підприємство «Конструкторське бюро «Південне» ім. М. К. Янгеля». Офіційний сайт. URL: <https://www.yuzhnoye.com/ua/home>
5. Закон України «Про космічну діяльність». Із змінами. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1997. № 1. ст. 2. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/502/96-вр#Text>
6. Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції : монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С. М., к.е.н., доц. Біловодської О. А. Суми : Триторія, 2018. 382 с.
7. Касян С. Я. Цифрові інноваційні інструменти маркетингового стратегічного управління стартап-проектами. *Матеріали II Міжн. наук.-практ. конф. до 90-річ. заснув. ХНТУСГ. «Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток»*. Харків : ХНТУСГ, 2020. С. 124–127 (330 с.).
8. *Менеджмент стартап проектів: підручник* / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко та ін. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка». 2019. 344 с.
9. Перерва П. Г., Коциски Д., Сакай Д., Верешне Шомоши М. *Трансфер технологій* : монографія. Х. : Віровець А. П. «Апостроф», 2012. 668 с.
10. Юдіна Н. В. Технологізація управління маркетинговою діяльністю. *Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ»*. 2015. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/download/45629/41850>

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. ComeBack Mobility - Смарт насадки на милиці: URL: <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. URL: <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», «Маркетинг-газета»: <http://uam.in.ua/>