

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УЖГОРОДСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра технології і організації ресторанного господарства

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою УТЕІ ДТЕУ
(протокол І від 30.08.2024 р.)

Директор



Петро ГАВРИЛКО

**START-UP ТРЕНІНГ/
TRAINING – START-UP**

**РОБОЧА ПРОГРАМА/
COURSE OUTLINE**

ступінь вищої освіти	бакалавр / bachelor
галузь знань	18 Виробництво та технології /« Production and Technology »
спеціальність	181 Харчові технології / « Food Technologies»
освітньо-професійна програма	«Ресторанні технології» / «Restaurant Technologies»

Ужгород 2024

Укладачі: Стадник І. Я., д.т.н., професор кафедри технології і організації ресторанного господарства

Сабадош Г.О., к.т.н., доцент кафедри технології і організації ресторанного господарства

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні кафедри технології та організації ресторанного господарства, протокол №1 від «29» серпня 2024 р.

Рецензент: Нетребський О.А., д.тех.н., професор

Робоча програма складена відповідно до програми навчальної дисципліни «START-UP ТРЕНІНГ», затвердженої вченою радою УТЕІ ДТЕУ від 30.08.2024, протокол № 1.

Робоча програма містить такі розділи:

1. Тематичний план.
2. Тематика та зміст лекційних, практичних занять, самостійної роботи здобувачів.
3. Контроль та критерії оцінювання знань здобувачів.
4. Список рекомендованих джерел.

1.СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ ТА РОЗПОДІЛ ГОДИН ЗА ТЕМАМИ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН)

Назва теми	Кількість годин						
	Всього	Лекції	Лабораторні	Практичні	СРС	КСР	Форми контролю
РОЗДІЛ 1. Стартап екосистема та її складові. Роль стартапів у світовій економіці. Нормативно-законодавча база функціонування start-up в Україні.							
Тема 1. Визначення стартапу. Роль стартапів у світовій економіці.	7			2	5		ІЗ, О
Тема 2. Створення START-UP	18			8	10		ІЗ, О
Тема 3. Особливості та етапи формування команди стартапу.	19			4	15		ІЗ, О
Тема 4. Розробка ідеї (продукту) стартапу.	23			8	15		ІЗ, О
Тема 5. Бізнес – модель стартапу.	23			8	15		ІЗ, О
Разом	90			30	60		
РОЗДІЛ 2. Розробка брендованого продукту start-up. Поняття та сутність бренду.							
Тема 6. Створення бренду START-UP	22			12	10		ІЗ, О
Тема 7. Маркетинг стартапу	23			8	15		ІЗ, О,С
Тема 8. Розробка програми лояльності до продукту START-UP	27			12	15		ІЗ, О,С
Тема 9. Презентація START-UP	18			8	10		ІЗ, О,С
Разом	90			40	50		
Разом	180			70	110		
Підсумковий контроль – іспит/							І/П

*Примітка: Т – тестування; ІЗ – виконання індивідуального завдання, РП – реферативні повідомлення, О – опитування, С – співбесіда

2. ТЕМАТИКА ТА ЗМІСТ ЛЕКЦІЙНИХ, ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час студента, год.
РОЗДІЛ 1.Стартап екосистема та її складові.Роль стартапів у світовій економіці. Нормативно-законодавча база функціонування start-up в Україні.		

<i>Знати:</i> специфіку підприємства формату «start-up», класифікацію start-up : автоматизатори, змінювачі суспільства, інтегратори, челенджери. <i>Вміти:</i> користуватися нормативно-законодавчої бази функціонування start-up в Україні.	Практична робота 1. Визначення стартапу. Роль стартапів у світовій економіці <i>План</i> 1. Визначення стартапу.Стартап екосистема та її складові. 2. Роль стартапів у світовій економіці. 3. Особливості створення та функціонування start-up в Україні та перспективи розвитку. 4. Передумови створення start-up . Список рекомендованих джерел: Основний: 1,4,5,10,14,15 Додатковий: 16,18,19 Інтернет-джерела: 22,23,26	2/7
	Завдання для самостійної роботи студентів 1.Ключові фактори успіху та помилки створення start-up . 2. Напрямки діяльності, привабливі для створення start-up . 3. Оцінювання рівня привабливості виду діяльності за спеціалізацією start-up.	5/7
<i>Знати:</i> суть методів генерації ідей (мозкова атака, конференція ідей, синектика.) <i>Вміти:</i> вибрати та обґрунтовувати бізнес- ідеї; проводити оцінювання та відбір ідей; визначати місії та цілі start-up; визначити напрями позиціонування.	Практична робота 2. Вибір сфери діяльності start-up. <i>План</i> 1. Підприємницьке середовище, підприємницька ідея. 2. Вибір та обґрунтування бізнес – ідеї. 3. Методи генерації ідей - мозкова атака, конференція ідей, синектика. 4. Оцінювання та відбір ідей.	4/18
	Практична робота 3. Вибір сфери діяльності start-up. 1. Визначення місії та цілей start-up. 2. Поняття місії як призначення start-up і головного напрямку його діяльності на довгострокову перспективу. 3 .Визначення орієнтира при формування місії - на товар/послугу або на потребу.	4/18
	<i>Завдання для самостійної роботи студентів</i> 1. Переваги та недоліки такої орієнтації. 2. Формування цілей діяльності start-up за критеріями результативності передбачуваної діяльності.	10

<i>Знати:</i> особливості планування персоналу, пошуку і підбору персоналу при реалізації start-up; обґрунтування процедур відбору за визначеними критеріями, за якими проводиться оцінка претендентів. <i>Вміти:</i> створювати модель ідеальної командної роботи; розподіляти ролі та функції учасників команди стартапу	Практична робота 4. Особливості та етапи формування команди стартапу. План 1. Ефективність реалізації стартапу. 2. Команда – сутність, види, мета формування. 3. Командні ролі за М.Белбіном. 4. Особливості та етапи формування команди. 5. Ознаки ефективної команди. 6. Правила роботи ефективної команди за Д. МакГрегором. 7. Модель ідеальної командної роботи. 8. Ролі та функції учасників команди стартапу. Список рекомендованих джерел: Основний: 1,4,5,10,14,15 Додатковий: 16,18,19 Інтернет-джерела: 22,23,26	4/19
	<i>Завдання для самостійної роботи студентів</i> 1. Фактори, що впливають на ефективність командної роботи. 2. Команда як тип організаційної культури. 3. Команда як інструмент лідерства. 4. Команда як інструмент вирішення проблем в умовах невизначеності.	15/19
<i>Знати:</i> принципи складання успішної ідеї бізнес-плану; методи і способи генерації ідей. <i>Вміти:</i> проводити аналіз пріоритетів споживачів як основного елемента бізнес- моделі компанії; визначати проблему та аналізувати пріоритети споживачів як основного елемента бізнес- моделі компанії.	Практична робота 5. Розробка ідеї (продукту) стартапу. План 1. Етапи процесу. Емпатія. Генерація ідей. Прототипування. Тестування. Генерування ідеї продукту. 2. Методи і способи генерації ідей. Скетчинг. Ментальна карта Брейнстормінг. Майндмеппінг. 3. Аналіз пріоритетів споживачів як основного елемента бізнес- моделі компанії. 4. Система бізнес-процесів компанії. Список рекомендованих джерел: Основний: 1,4,5,10,14,15 Додатковий: 16,18,19 Інтернет-джерела: 22,23,26	4/23
	Практична робота 6. Розробка ідеї (продукту) стартапу. 1. Ідентифікація ключових компетенцій компанії. 2. Управління життєвим циклом бізнес-моделі: формування, розвиток і трансформація. 3. Основні тенденції формування та розвитку бізнес- моделей в форматі start-up.	4/23

	<i>Завдання для самостійної роботи студентів</i> 1. Дизайн-мислення. 2. Орієнтованість на людину. 3. Спільна творча робота. 4 Оптимізм, експерименти, нелінійність та повторюваність.	15/23
<i>Знати:</i> сутність бізнес-моделі, структуру бізнес-моделі, види бізнес-моделей. <i>Вміти:</i> орієнтуватися у споживчих сегментах.	Практична робота 7. Бізнес – модель стартапу. <i>План</i> 1. Сутність бізнес-моделі. 2. Структура бізнес-моделі. 3. Види бізнес-моделей. 4. Споживчі сегменти: масовий ринок, нішовий ринок, дробове сегментування, багатопрофільне підприємство, багатосторонні платформи. Список рекомендованих джерел: Основний: 1,4,5,10,14,15 Додатковий: 16,18,19 Інтернет-джерела: 22,23,26	4/23
	Практична робота 8 . Бізнес –модель стартапу. <i>План</i> 1. Канали збуту, взаємовідносини з клієнтами. 2. Потoki надходження доходу (продаж активів (товарів), плата за використання, оплата підписки, оренда / лізинг / рента, ліцензії, брокерські відсотки, реклама). 3. Ключові ресурси (матеріальні, інтелектуальні, людські, фінансові).	4/23
	<i>Завдання для самостійної роботи студентів</i> 1. Стратегічне співробітництво між не конкуруючими компаніями. 2. Стратегічне партнерство між конкурентами. 3. Спільні підприємства для запуску нових бізнес-проектів.	15
РОЗДІЛ 2. Розробка брендованого продукту start-up. Поняття та сутність бренду.		
<i>Знати:</i> поняття та сутність бренду; переваги брендованого товару/послуги. <i>Вміти:</i> реалізовувати алгоритм створення бренду; розробляти програму просування бренду.	Практична робота 9. Створення бренду START-UP <i>План</i> 1. Бренд, як імідж компанії, його репутація на ринку. 2. Розробка брендованого продукту start-up. Поняття та сутність бренду. 3. Переваги брендованого товару/послуги. 4. Визначення характеристик продукту, здатних уособлювати бренд. 5. Складові бренду (ім'я, логотип, гасло). 6. Побудова концепції бренду.	4/22

	Список рекомендованих джерел: Основний: 1,4,5,8 Додатковий: 16-21 Інтернет-джерела: 22-25	
	Практична робота 10. Створення бренду START-UP <i>План</i> 1. Методи забезпечення цінності бренду. 2. Реалізація алгоритму створення бренду. 3. Розробка програми бренд-менеджменту. 4. Оцінювання динаміки змін в споживацькому середовищі і коригування програми бренд-менеджменту.	4/22
	Практична робота 11. Створення бренду START-UP <i>План</i> 1. Розробка програми просування бренду. 2. Визначення засобів та інструментів комунікативної політики start-up щодо брендування. 3. Міжособові та неособові комунікації. 4. Розрахунок комунікативного бюджету.	4/22
	<i>Завдання для самостійної роботи студентів</i> 1. Розробка комунікативних звернень. 2. Обґрунтування вибору засобів поширення інформації. 3. Забезпечення зворотного зв'язку з цільовою аудиторією. 4. Формування співтовариства прихильників бренду.	10
<i>Знати:</i> інструменти мобільного маркетингу; стратегічні комунікації, їхню роль у зв'язках з громадськістю. <i>Вміти:</i> розробляти маркетингову стратегію стартапу та плану маркетингу стартапу.	Практична робота 12. Маркетинг стартапу. <i>План</i> 1. Особливості маркетингу стартапу. 2. Розроблення маркетингової стратегії стартапу та плану маркетингу стартапу. 3. Способи просування товару / послуги стартапу на ринок. 4. Залучення споживачів, інвесторів. Список рекомендованих джерел: Основний: 1,4,5,10,14,15 Додатковий: 16,18,19 Інтернет-джерела: 22,23,26	4/23
	Практична робота 13. Маркетинг стартапу. <i>План</i> 1. Форми інтерактивного маркетингу (інтернет та комерційні інтерактивні служби). 2. Цінові моделі розміщення реклами. 3. Програма зв'язків з громадськістю, її сутність та основні елементи. 4. Особливості реклами в соціальних мережах.	4/23

	Завдання для самостійної роботи студентів 1. Генерація та осмислення ідеї нового продукту. 2. Тестування ідеї нового продукту. 3. Дифузія ідеї нового продукту.	15
Знати: етапи програми лояльності; визначення інструментів, завдяки яким стартап буде спокушати клієнта. Вміти: проводити вимірювання реакції цільових споживачів на діяльність, товари та комунікативну політику start-up; розробляти, впроваджувати, удосконалювати програми роботи з клієнтами.	Практична робота 14. Розробка програми лояльності до продукту START-UP <i>План</i> 1. Вивчення поведінки цільової групи споживачів start-up. 2. Оцінювання та вибір варіанту програми лояльності. Д 3. Дисконтна програма як метод забезпечення лояльності. Варіації дисконтної програми. 4. Переваги і недоліки дисконтної програми. Список рекомендованих джерел: Основний: 1,4,5,8 Додатковий: 16-21 Інтернет-джерела: 22-25	4/27
	Практична робота 15. Розробка програми лояльності до продукту START-UP 1. Особливості бонусних програм лояльності. 2. Обґрунтування доцільності впровадження програм лояльності. 3. Комунікативна підтримка програм лояльності. 4. Розробка, впровадження та удосконалення програм роботи з клієнтами.	4/27
	Практична робота 16. Розробка програми лояльності до продукту START-UP 1. Організація маркетингових досліджень. 2. Оперативне реагування на трансформацію потреб і запитів споживачів.	4/27
	Завдання для самостійної роботи студентів 1. Управління взаємовідносинами з соціумом. 2. Формування каналу зворотного зв'язку з клієнтами. 3. Вимірювання реакції цільових споживачів на діяльність, товари та комунікативну політику start-up.	15
Знати: зміст загальної структури презентації стартап-проекту; типи презентацій; ознаки ефективної і неефективної	Практична робота 17. Презентація START-UP <i>План</i> 1. Мета створення презентації. 2. Визначення цільової аудиторії. 3. Визначення мети передачі необхідної інформації і можливої (бажаної) реакції. 4.	4/18

презентації. Вміти: розробляти презентації в який висвітлено проведення дослідження у ринковій ніші, попит, інтерес цільової аудиторії, платоспроможність споживачів; робити висновки про прибутковість.	Підготовка і створення комунікативного повідомлення (дії). 5. Вибір засобу передачі повідомлення (здійснення дії). 6. Відстеження зворотного зв'язку - отримання реакції цільової аудиторії. Список рекомендованих джерел: Основний: 1,4,5,8 Додатковий: 16-21 Інтернет-джерела: 22-25	
	Практична робота 18. Презентація START-UP <i>План</i> 1. Якісне визначення цільової аудиторії. 2. Формування «портрету потенціального покупця». 3. Підготовка платформи для презентації start-up (головні слова, з яких варто розпочинати презентацію). 4. Особливості та правила визначення спікерів під час презентації. 5. Креативність презентації start-up .	4/18
	Завдання для самостійної роботи студентів 1. Вибір засобу передачі повідомлення (здійснення дії). 2. Відстеження зворотного зв'язку - отримання реакції цільової аудиторії. 3. Якісне визначення цільової аудиторії.	10
	ПМК	2
	Всього	180

3. КОНТРОЛЬ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Навчальний матеріал дисципліни, передбачений програмою та робочою програмою для засвоєння студентом денної форми навчання, виносяться на поточний, модульний та підсумковий контроль.

Поточний контроль пов'язаний з усіма видами навчальної діяльності і здійснюється на основі комплексної діагностики знань за 100-бальною системою оцінювання успішності. Форми контролю – усне опитування, тестування, виконання практичних робіт, індивідуальні завдання, самостійна робота. Поточне оцінювання складає від 0 до 60 балів.

Студенти ознайомлюються з критеріями оцінювання знань перед початком викладання дисципліни. Максимальна сума балів з навчальної дисципліни, яку отримує студент протягом семестру дорівнює 100 балам.

Після проведення модульного контролю студенти отримують загальний бал, що формується шляхом накопичення балів за весь період вивчення дисципліни з урахуванням результатів усіх виконаних видів робіт, тобто 100 балів.

Політика оцінювання

I. За кожне практичне заняття – 3 бали

На практичному занятті оцінюється:

1. Постановка та правильність виконання заняття (1 бал);
2. Обговорення результатів виконання практичного заняття; (1 бал);
3. Повнота і обґрунтування висновків за результатами лабораторного заняття (1 бал).

II. Самостійна робота студента оцінюється у 10 балів.

1. Виконання індивідуального завдання у вигляді підготовки доповіді та презентації, її повідомлення за темою, яку пропонує викладач відповідно до програми дисципліни (10 балів);

III. Науково-дослідна робота студента оцінюється у 10 балів

Підготовка доповідей на наукові студентські конференції та публікація наукових статей і тез (10 балів).

Разом за семестр – 100 балів

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти		
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні заняття	15	45
Реферат	1	5
Презентація	1	5
Науково-дослідна робота студента		5
Разом		60
Модульна контрольна робота	1	40
Разом		100

Підсумковий контроль – вид контролю знань студентів, який здійснюється з метою оцінювання їх відповідності моделі фахівця. Формою підсумкового контролю є письмовий екзамен. Екзаменаційна оцінка (100 балів) є результатом відповіді на теоретичне питання – 40 балів, виконання тестових питань – 40 балів та практичного завдання – 20 балів.

Оцінка 90-100 балів – виставляється студентам, які постійно готувалися до занять та, відповідно до програми, глибоко та всебічно розкривали зміст питань, які обговорювалися; виявили вміння формулювати висновки, узагальнення за питанням/темою, здатність аналізувати

навчальний матеріал; виявили творчий підхід до виконання індивідуальних та колективних завдань; правильно розраховували певні показники, працювали з нормативною й інструктивною літературою; допускав при відповідях окремі несуттєві неточності.

Оцінка 82-89 балів – виставляється студентам, які у розкривали зміст питань, які обговорювалися; робили узагальнення та висновки з окремих питань; логічно викладали свої думки; брали участь у виконанні колективних завдань; виконували завдання для самостійної роботи, виконали завдання модульного контролю; але недостатньо використовували додаткову літературу; не досить повно і аргументовано викладали матеріали при усних відповідях, під час тестування припускалися окремих помилок, виявили недостатньо творчий підхід при виконанні індивідуальних завдань.

Оцінка 75-81 балів – виставляється студентам, які розкрили зміст питань, які обговорювалися відповідно до програми курсу; формулювали висновки з окремих питань; виконували завдання для самостійної роботи, виконали завдання модульного контролю; брали участь у виконанні колективного завдання, але виявили деякі недоліки при усних відповідях, припускалися окремих помилок при тестуванні, не виявляли належної активності при обговоренні питань, недостатньо використовували додаткову літературу.

Оцінка 69-74 балів – виставляється студентам, які засвоїли значну частину питань згідно з програмою та робочою програмою дисципліни; виконали завдання для самостійної роботи; виконали завдання модульного контролю; але припускалися окремих неточностей при усних відповідях та під час тестування; не виявили належної активності при обговоренні усних питань, старанності при виконанні завдань для самостійної роботи, недостатньо використовували додаткову літературу.

Оцінка 60-68 балів – виставляється студентам, які виявили мінімально достатній рівень знань, відповідали на окремі питання, які обговорювалися на заняттях, але припускалися суттєвих помилок при усних відповідях та тестуванні; не виявляли належної активності на заняттях; недостатньо використовували основну та додаткову літературу.

Оцінка 1-59 балів – виставляється у разі, якщо студент: несистематично відвідував лекційні заняття; не отримав позитивних оцінок за результатами опитувань; неякісно або взагалі не виконував завдань; частково та неякісно виконав або не виконував завдання самостійної роботи.

Студенти, які за результатами вивчення дисципліни отримали незадовільні результати навчання, повинні додатково виконати індивідуальні завдання для підвищення рівня своїх знань і повторно перескласти підсумковий контроль.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основний

1. Олет Б. 24 кроки успішного стартапу / пер. з англ. Н. Палій. Київ: Книголав, 2019. 288 с.
2. Бланк С., Дорф Б. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію / пер. з англ. Н. Валецька. Київ: Наш формат, 2019. 512 с.
3. Гільбо К. Стартап на \$100. Як перетворити хобі на бізнес / пер. з англ. А.Ящук. Київ: Наш формат, 2017. 264 с.
4. Райз Е. Стартап без помилок. Посібник зі створення успішного бізнесу з нуля / пер. з англ. О.Яцини. Харків: Vivat, 2016. 368 с.
5. Вассерман Н. Дилеми засновника бізнесу. Як попередити помилки й уникнути їх під час створення стартапу / пер. з англ. А. Клімової. Харків: Vivat, 2017. 480 с.
6. Тіль П. Від нуля до одиниці. Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє / пер. з англ. Р. Обухів. 3-є вид. Київ: Наш формат, 2016. 232 с.
7. Ворона Т. Стартап на мільйон. Харків: Vivat, 2017. 224 с.
8. Васильців Т.Г., Качмарик Я.Д., Блонська В.І., Лупак Р.Л. Бізнес-планування: навч. посіб. Київ: Знання, 2013. 173 с.
9. Норіцина Н.І. Start-up: створення та функціонування. Тренінг-курс: навч.посібник. / Електронний ресурс/ Н.І.Норіцина, В.М.Кужель - К.: КНЕУ, 2014. С. 300
10. Бланк С., Дорф Б. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію / пер. з англ. Н. Валецька. Київ : Наш формат, 2019. 512 с.
11. Технології розробки стартапів: навч.посіб. / за заг. Ред. Подальчака Н.Ю., Шаповалової Т.В. К.: МФСА. 2021. 128 с.
12. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проектів: навч. посіб. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с.
13. Управління стартапами : підручник для для здобувачів вищої освіти за економічними спеціальностями / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська; за заг. ред. О. А. Гавриша. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.
14. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посібник . - К.: КНЕУ, 2009. - 208 с.

Допоміжний

16. Malyar M., Polishchuk V., Sharkadi M., Liakh I. Model of start-ups assessment under conditions of information uncertainty. Eastern European Journal of Enterprise Technologies, Mathematics and cybernetics – applied aspects, 2016. № 3/4(81). P. 43-49.
17. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О., Дерев'янка О. Г. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навч. посібник.

- Вид. 2-ге, доп. Київ : КНЕУ, 2002. 379 с.
18. Кучіна С.Є., Дмитренко Р.В. Бізнес-план підприємства: необхідність впровадження. Вісник НТУ «ХПІ». 2013. № 22. С. 96-99.
 19. Князь С.В., Георгіаді Н.Г., Богів Я.С. Бізнес-планування інноваційних проєктів: сутність технологій, переваги та недоліки. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 2. С. 199-207.
 20. Корнух О.В., Маханько Л.В. Стартап як прогресивна форма інноваційного підприємництва. Інвестиції: практика та досвід. 2014. № 23. С. 26- 30.
 21. Ерік Райз. Стартап без помилок. Посібник зі створення успішного бізнесу з нуля. Харків.: "Vivat", 2016 – 180 с.

Інтернет-ресурси

22. Офіційний сайт мережі академічних стартап-інкубаторів YEP! URL: <http://www.yepworld.org/ua/about/>
23. Global Startup Ecosystem Report (GSER 2022). 380 p. URL:<https://startupgenome.com/>
24. Попко О.В., Мальчик М.В. Сучасна парадигма стартапів у бізнесі. URL: <http://ena.lp.edu.ua>.
25. Yalouskikh V. Переконлива презентація стартапу для інвестора. Стартапи та бізнес у США: URL: <http://www.theusaconsult.com/startup-presentation-investor/>
26. C. Zott, R. Amit, L. Massa. The business model: theoretical roots, recent development and future reasearch. URL:<http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0862-E.pdf>

