

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет физической культуры»

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе университета

\_\_\_\_\_ Е.В.Фильгина

\_\_\_\_\_

Регистрационный № УД-80/уч.

**СТАРТАП-ТЕХНОЛОГИИ И СИСТЕМНОЕ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО**

Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности  
1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство»

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине составлена на основе образовательного стандарта высшего образования первой ступени ОСВО 1-89 01 01-2013, утвержденного постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 30.08.2013 № 88.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

**В.М.Разуванов**, заведующий кафедрой менеджмента туризма и гостеприимства Института туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры»

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

**В.Е.Подлиских**, заведующий кафедрой спортивного и рекреационного туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры», кандидат биологических наук;

**А.Г.Гататуллин**, заведующий кафедрой технологий в туристической индустрии Института туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры», кандидат исторических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

кафедрой менеджмента туризма и гостеприимства Института туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (протокол от 14.12.2016 № 6);

советом факультета туризма и гостеприимства Института туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (протокол от 21.12.2016 № 5);

научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (протокол от \_\_\_\_ . \_\_\_\_ .2017 № \_\_\_\_)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине «Стартап-технологии и системное предпринимательство» разработана для студентов, обучающихся по специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство», в соответствии с требованиями образовательного стандарта ОСВО 1-89 01 01-2013 и учебного плана вышеуказанной специальности.

Современному специалисту с высшим образованием уже недостаточно быть носителем простой суммы знаний и умений, характерных для той или иной области человеческой деятельности. Сегодня даже специалист высокого уровня может остаться невостребованным, если на его специфические услуги не будет спроса на данном рынке труда. При этом в условиях современной инновационной, динамично развивающейся, турбулентной экономики рассчитывать на гарантированное наличие указанного спроса не приходится. В связи с этими тенденциями современное профессиональное образование все более и более ориентирует студентов и выпускников не на адаптацию к актуальному спросу, а на его создание, иными словами – на самостоятельную предпринимательскую активность. Как метко выразился выдающийся американский ученый в области теории вычислительных систем Алан Кэй: «Лучший способ спрогнозировать будущее – изобрести его». Однако современное предпринимательство является весьма сложным видом деятельности, требующей не только проявления специфических черт характера, личностных качеств, но и большого объема специальных знаний. Можно сказать, что предпринимательство из ремесла превратилось в полноценную технологию со своими закономерностями, научно обоснованными правилами, подходами, регламентированными процессами.

Предпринимательские инициативы с высоким инновационным потенциалом, связанные с созданием новых продуктов или услуг (в особенности в сфере информационных технологий), традиционно именуются «стартапами». Хотя данный феномен существует не так давно, в его рамках выявлены определенные закономерности и выработаны специфические подходы, которые можно принимать во внимание и с успехом использовать при создании и развитии инновационных предприятий.

Таким образом, данная учебная дисциплина по выбору студентов ориентирована как на традиционные модели предпринимательства, так и на инновационные, поскольку и те, и другие являются актуальными для сферы туризма и гостеприимства и могут быть реализованы как в Республике Беларусь, так и за рубежом. Учебная дисциплина «Стартап-технологии и системное предпринимательство» имеет выраженную практическую направленность и, наряду с изучением теоретического материала при помощи традиционных методов, предполагает использование метода сквозного учебного проектирования на протяжении всего периода изучения

учебной дисциплины с финальной защитой подготовленного проекта выбранного стартапа.

Для изучения учебной дисциплины «Стартап-технологии и системное предпринимательство» необходимы знания по следующим учебным дисциплинам: «Основы менеджмента», «Маркетинг в туризме».

## ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины: освоить современные технологии осуществления инновационных бизнес-проектов (стартапов), технологии систематической предпринимательской деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать представление о современном предпринимательстве как о социально-экономическом феномене;
- изучить основы методологии инициирования, реализации и завершения инновационных бизнес-проектов (стартапов);
- изучить методологические основы перехода стартапов к систематической фазе и осуществления предпринимательской деятельности на постоянной основе;
- сформировать практические навыки реализации конкретного инновационного бизнес-проекта (стартапа) в сфере туризма и гостеприимства.

## ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМИРОВАНИЮ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ И УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате изучения учебной дисциплины «Стартап-технологии и системное предпринимательство» формируются следующие компетенции:

**академические:**

- 1) уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- 2) владеть системным и сравнительным анализом;
- 3) владеть исследовательскими навыками;
- 4) уметь работать самостоятельно;
- 5) проявлять инициативу и креативность, в том числе в нестандартных ситуациях;
- 6) владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;
- 7) иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером;
- 8) обладать навыками устной и письменной коммуникации;
- 9) уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни;

**социально-личностные:**

- 1) обладать качествами гражданственности;
- 2) быть способным к социальному взаимодействию;
- 3) обладать способностью к межличностным коммуникациям;
- 4) владеть навыками здоровьесбережения;
- 5) быть способным к критике и самокритике;
- 6) уметь работать в команде;
- 7) совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень, добиваться нравственного и физического совершенствования своей личности;
- 8) пользоваться одним из государственных языков Республики Беларусь, владеть иностранным языком как средством делового общения;
- 9) формировать и аргументировать собственные суждения и профессиональную позицию;
- 10) использовать в практической деятельности основы законодательства и правовых норм;
- 11) уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия;
- 12) обладать чувством ответственности;

**профессиональные:**

- 1) взаимодействовать со специалистами смежных профилей;
- 2) готовить доклады, материалы к презентациям;
- 3) пользоваться глобальными информационными ресурсами;
- 4) анализировать и оценивать собранные данные;
- 5) осуществлять разработку концепции программы тура и стоимости туристических услуг;
- 6) обеспечивать разработку программ туристических маршрутов;
- 7) осуществлять серийное освоение результатов инновационного проектирования, проводить эффективную туроператорскую, турагентскую, физкультурно-спортивную, рекреационно-оздоровительную, культурно-развлекательную деятельность по формированию, продвижению и реализации конкурентоспособной туристической продукции и услуг;
- 8) осуществлять эффективную организацию сервиса размещения, питания, развлечения, лечения и оздоровления, экскурсионно-сопроводительного, социокультурного и транспортного обслуживания туристов;
- 9) планировать направления научно-исследовательских работ в сфере туризма.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

**знать:**

- основные концепции предпринимательской деятельности и стартап-проектирования;
- методы инициации и реализации стартап-проектов;

- бизнес-модели реализации стартап-проектов;
- виды и формы реализации стартап-проектов;
- методы оценки стартап-проектов;

***уметь:***

- провести анализ стартап-проекта и оценить различные варианты его реализации;
- собрать, организовать и управлять командой проекта;
- выбрать оптимальную бизнес-модель и модель монетизации стартап-проекта;
- применять на практике модель развития потребителей и модель гибкого проектирования продукта;
- организовать разработку и реализацию стартап-проекта;

***владеть:***

- основами методологии анализа рынка инноваций, цен и качества инновационной продукции: выявления целевой аудитории стартапа;
- основами методологии инициирования, реализации и завершения инновационных бизнес-проектов (стартапов);
- навыками реализации конкретного инновационного бизнес-проекта (стартапа) в сфере туризма и гостеприимства.

Изучение учебной дисциплины «Стартап-технологии и системное предпринимательство» рассчитано на 72 часа, из них 34 – аудиторные часы.

Распределение аудиторных часов по видам занятий для дневной формы получения образования: лекции – 18 часов, семинарские занятия – 16 часов.

Форма текущей аттестации студентов по учебной дисциплине – зачет в 8 семестре.

## ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование темы	Количество аудиторных часов		
	Всего	Из них	
		Лекции	Семинарские занятия
1	2	3	4
Тема 1. Современное предпринимательство как социально-экономический феномен. Сущность стартапа	2	2	
Тема 2. Идеи стартапов: источники, осмысление, первичное тестирование	4	2	2
Тема 3. Формирование команды стартапа	4	2	2
Тема 4. Бизнес-модели реализации стартапов: разновидности, преимущества и недостатки	4	2	2
Тема 5. Анализ рынка, оценка общего потенциала, конкурентный анализ	4	2	2
Тема 6. Целевая аудитория стартапа: выявление потребителей, развитие потребителей (customer development)	4	2	2
Тема 7. Цикл «идея-продукт»: концепция, «value proposition», «MVP», тестирование каналов и подготовка к масштабированию	4	2	2
Тема 8. Финансы стартапа, эконометрика стартапа, управление рисками	4	2	2
Тема 9. Источники инвестиций для стартапов: виды инвесторов, требования, подготовка питча, продажа стартапа	4	2	2
<b>Итого</b>	<b>34</b>	<b>18</b>	<b>16</b>

## **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

### **ТЕМА 1. СОВРЕМЕННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН. СУЩНОСТЬ СТАРТАПА**

Понятия «предпринимательство» и «предприниматель». Социальная и экономическая функции предпринимательства. Эволюция воззрений на предпринимательство. Роль и место предпринимательства в развитых и развивающихся странах мира, в странах с переходной экономикой. Виды предпринимательской деятельности. Формы организации предпринимательской деятельности. Предпринимательство в крупном и малом бизнесе. Стартап как временная структура, занимающаяся поисками масштабируемой, воспроизводимой, рентабельной бизнес-модели. Предпринимательство в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения Республики Беларусь.

### **Тема 2. ИДЕИ СТАРТАПОВ: ИСТОЧНИКИ, ОСМЫСЛЕНИЕ, ПЕРВИЧНОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ**

Источники идей для стартапов. Футуристические методы генерации идей. Экспертные методы; междисциплинарные, синтетические подходы. Проблемно-аналитические методы. Методы принципиального улучшения. Глобализация и потенциал международных рынков как источник предпринимательских начинаний. Стратегия «голубого океана». Новые рынки, крупные технологические инновации как источники стартапов. Критика идей, поиск недостатков. Преодоление препятствий. Формулировка первичной рабочей идеи, гипотезы.

### **Тема 3. ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ СТАРТАПА**

Инструменты и технологии формирования успешной команды. Механизмы формирования команды. Источники для поиска и привлечения специалистов-членов команды. Типология членов команды, концепция РАЕИ И.Адизеса. Типичные ошибки на этапе формирования команды. Моделирование оптимального состава команды. Коммуникативные процессы в деятельности предпринимателя. Психология создания стартапа. Методы поддержки заинтересованности членов команды. Методы построения бесконфликтных отношений внутри команды и с внешними партнерами. Подходы к повышению уровня эффективности работы команды стартап-проекта.

### **Тема 4. БИЗНЕС-МОДЕЛИ РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАПОВ: РАЗНОВИДНОСТИ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ**

Инновационные бизнес-модели. Элементы бизнес-модели. Проблемы создания инновационных бизнес-моделей. Творческое воспроизведение, рекомбинация бизнес-моделей. Инициализация: анализ бизнес-экосистем.

Генерирование идей: адаптирование шаблонов. Интеграция: формирование бизнес-модели. Применение: осуществление планов. Разновидности бизнес-моделей: аренда, аукцион, аффилирование, краудсорсинг, подписка, скрытый доход, freemium, open source и др.

### **Тема 5. АНАЛИЗ РЫНКА, ОЦЕНКА ОБЩЕГО ПОТЕНЦИАЛА, КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ**

Методологические основы анализа рынка инноваций. Определение параметров рынка инноваций и исследование конъюнктуры. Модель инновационного рынка: вывод нового продукта на существующий рынок, вывод нового продукта на новый рынок, клонирование бизнес-модели. Анализ сверху вниз, снизу вверх, конкурентный подход, оценка на основе динамических моделей. Обзоры рынка аналитических агентств. Использование статистики поисковых запросов. Оценка посещаемости интернет-ресурсов. Опросные сетевые методы. Анализ цен и качества инновационной продукции.

### **Тема 6. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ СТАРТАПА: ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (CUSTOMER DEVELOPMENT)**

Выявление целевой аудитории стартапа. Модель развития потребителей и модель гибкого развития продукта (agile). Выявление потребителей, верификация потребителей, расширение клиентской базы, выстраивание компании. Средства приобретения: поисковый маркетинг, e-mail-маркетинг, привлечение блогеров, партнерский маркетинг, определение круга потенциальных потребителей онлайн, стимулы для потребителей. Сегменты потребителей, ценностное предложение, выстраивание отношений с потребителями. «Ранневангелисты» как ключевой ресурс стартапа: технологии взаимодействия. Шаг формулировки гипотез: продукт, потребители, дистрибуция, ценообразование. Шаг тестирования и уточнения гипотез. Шаг тестирования и усовершенствования концепции продукта. Шаг верификации.

### **Тема 7. ЦИКЛ «ИДЕЯ-ПРОДУКТ»: КОНЦЕПЦИЯ, «VALUE PROPOSITION», «MVP», ТЕСТИРОВАНИЕ КАНАЛОВ И ПОДГОТОВКА К МАСШТАБИРОВАНИЮ**

Статичный бизнес-план и динамичная бизнес-модель. Метод проб и ошибок (перманентной верификации гипотез) как основа реализации успешного стартапа. Итерации и развороты бизнес-модели. Опасности преждевременного расширения масштабов стартапа. Продукт с минимально достаточными потребительскими свойствами (minimum viable product) (далее «MVP») как источник получения информации. Версия MVP с расширенным функционалом. Управление каналом распределения. Тестирование канала. Участники физического канала: производитель, национальный оптовик, дистрибьютор, розничный торговец, потребитель. Виртуальные каналы распространения: методы тестирования и оптимизации.

## **Тема 8. ФИНАНСЫ СТАРТАПА, ЭКОНОМЕТРИКА СТАРТАПА, УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ**

Ключевые KPI проекта. Экономика продукта. Привлечение и стоимость привлечения. Соотношение показателей LTV и CPA. Источники роста ARPU. Методы расчета дохода с платящего пользователя. Учет основных доходов и расходов. Прибыль от существующих покупателей. Три основных источника расходов и их динамика при масштабировании. Расчет плеча метрики. Методика расчета потолка прибыли. Использование KPI и «дорожной карты». Расчет рисков стартапа. Финансовые методы управления рисками.

## **Тема 9. ИСТОЧНИКИ ИНВЕСТИЦИЙ ДЛЯ СТАРТАПОВ: ВИДЫ ИНВЕСТОРОВ, ТРЕБОВАНИЯ, ПОДГОТОВКА ПИТЧА, ПРОДАЖА СТАРТАПА**

Венчурные фонды и бизнес-ангелы как основные инвесторы стартапов. Стартап-биржи и форумы. Бизнес-акселераторы. Бизнес-инкубаторы. Использование грантового финансирования. Кредитное финансирование стартапов. Краудфандинговые платформы: Kickstarter, Boomstarter, MaeSens. Внутрикorporативные стартапы. Выход на IPO (initial public offering). Цели проведения IPO: привлечение капитала, инструмент оценки деятельности компании, капитализация будущих доходов, повышение ликвидности. Оценка компании перед IPO. Предварительный, подготовительный, основной, заключительный этапы IPO.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ  
 «СТАРТАП-ТЕХНОЛОГИИ И СИСТЕМНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»  
 (дневная форма получения образования)

Номер темы, подтемы	Название темы, подтемы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия		
1	<b>Современное предпринимательство как социально-экономический феномен. Сущность стартапа</b>	2	-	-	
1.1	Понятие, функции, виды, формы предпринимательства.				
1.2	Роль и место предпринимательства в развитых и развивающихся странах мира.				
1.3	Стартап как форма предпринимательства				
2	<b>Идеи стартапов: источники, осмысление, первичное тестирование</b>	2	2	-	Учебный проект Презентация
2.1	Источники идей для стартапов.				
2.2	Стартап-стратегии и методы.				
2.3	Работа с первичными идеями и гипотезами				

Номер темы, подтемы	Название темы, подтемы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия		
<b>3</b> 3.1 3.2 3.3	<b>Формирование команды стартапа</b> Инструменты, технологии, механизмы формирования команды стартапа. Моделирование оптимального состава команды. Коммуникативные процессы, психология создания команды стартапа	2	2	-	Учебный проект Презентация
<b>4</b> 4.1 4.2 4.3	<b>Бизнес-модели реализации стартапов: разновидности, преимущества и недостатки</b> Инновационные бизнес-модели. Элементы бизнес-модели. Разновидности бизнес-моделей	2	2	2	Учебный проект Презентация
<b>5</b> 5.1 5.2 5.3	<b>Анализ рынка, оценка общего потенциала, конкурентный анализ</b> Определение параметров рынка инноваций и исследование конъюнктуры. Типология инновационных рынков. Методические аспекты анализа инновационных рынков	2	2	2	Учебный проект Презентация

Номер темы, подтемы	Название темы, подтемы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия		
<b>6</b>	<b>Целевая аудитория стартапа: выявление потребителей, развитие потребителей (customer development)</b>	2	2	2	Учебный проект Презентация
6.1	Выявление целевой аудитории стартапа.				
6.2	Модель развития потребителей и модель гибкого развития продукта.				
6.3	Работа с различными группами потребителей стартапа				
<b>7</b>	<b>Цикл «идея-продукт»: концепция, «value proposition», «MVP», тестирование каналов и подготовка к масштабированию</b>	2	2	2	Учебный проект Презентация
7.1	Метод перманентной верификации гипотез как основа разработки стартапа.				
7.2	Продукт с минимально достаточными потребительскими свойствами (minimum viable product – MVP).				
7.3	Управление каналом распределения				

Номер темы, подтемы	Название темы, подтемы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия		
<b>8</b> 8.1 8.2 8.3	<b>Финансы стартапа, эконометрика стартапа, управление рисками</b> Основные финансовые показатели стартапа. Использование KPI и «дорожной карты». Расчет рисков стартапа. Финансовые методы управления рисками	2	2	-	Учебный проект Презентация
<b>9</b> 9.1 9.2 9.3	<b>Источники инвестиций для стартапов: виды инвесторов, требования, подготовка питча, продажа стартапа</b> Основные источники инвестиций для стартапов. Особенности работы с различными типами инвесторов, подготовка питча Продажа стартапа, выход на IPO	2	2	-	Учебный проект Презентация
	<b>Зачет – 8 семестр</b>				
	<b>Итого (по видам работ)</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в следующих основных формах, отличающихся степенью самостоятельности ее выполнения и управления/контроля со стороны преподавателя:

– управляемая самостоятельная работа (УСР), предусматривающая самостоятельное выполнение обучающимся учебного или исследовательского задания при опосредованном контроле и управлении преподавателя (указания с его стороны, рекомендации, научно-методическое и информационное обеспечение и др.);

– собственно самостоятельная работа, организуемая обучающимся в рациональное с его точки зрения время, мотивируемая собственными познавательными потребностями и контролируемая им самим (например, подготовка к экзамену).

Наиболее эффективными формами и методами организации самостоятельной работы при освоении учебной дисциплины являются: ответы на контрольно-обучающие вопросы по каждой теме; решение проблемно-ситуационных задач; выполнение самостоятельно разработанных индивидуальных и коллективных творческих заданий (учебных проектов); подготовка и публичная защита с мультимедийной презентацией учебных проектов; участие в учебно-исследовательской деятельности; подготовка к публикации статей и тезисов докладов.

### ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

1. Идеи стартапов: источники, осмысление, первичное тестирование.
2. Формирование команды стартапа.
3. Бизнес-модели реализации стартапов: разновидности, преимущества и недостатки.
4. Анализ рынка, оценка общего потенциала, конкурентный анализ.
5. Целевая аудитория стартапа: выявление потребителей, развитие потребителей (customer development).
6. Цикл «идея-продукт»: концепция, «value proposition», «MVP», тестирование каналов и подготовка к масштабированию.
7. Финансы стартапа, эконометрика стартапа, управление рисками.
8. Источники инвестиций для стартапов: виды инвесторов, требования, подготовка питча, продажа стартапа.

## МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

При организации лекционных занятий предпочтительны следующие методы осуществления учебно-познавательной деятельности:

- словесные: рассказ, лекция, беседа, объяснение, описание;
- наглядные: демонстрация, иллюстрация, наблюдение, видеометод.

При организации семинарских занятий предпочтительны следующие методы осуществления учебно-познавательной деятельности:

- практические: упражнения, решение практических задач стартапов;
- работа с книгой: составление плана, конспектирование, реферирование, цитирование, аннотирование.

Методы контроля и самоконтроля: презентация самостоятельных и групповых учебных проектов стартапов, самоконтроль.

Для успешного усвоения содержания учебной дисциплины рекомендуются информационно-коммуникационные технологии (мультимедийные слайд-презентации лекций с дополнением их аудио- и видеоматериалами и др.).

Образовательная технология рассматривается как система целей, задач, содержания, методов, средств, форм педагогического взаимодействия с учетом специфики субъектов деятельности, направленных на достижение гарантированных результатов.

Рекомендуется использовать предметно ориентированные технологии, которые ставят в центр обучения освоение учебной дисциплины:

- технологию полного усвоения знаний;
- технологию разноуровневого обучения.

## ДИАГНОСТИКА КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

Учебным планом специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» в качестве формы текущей аттестации студентов по учебной дисциплине «Стартап-технологии и системное предпринимательство» предусмотрен зачет.

Результаты текущей аттестации студентов в форме зачета оцениваются отметками «зачтено», «не зачтено». Положительной является отметка «зачтено», отметка «не зачтено» является неудовлетворительной.

Для диагностики компетенций рекомендуется использовать следующие формы:

1. устная форма (собеседование, презентации учебных проектов на семинарских занятиях);
2. письменная форма (подготовка учебных проектов).

**ПРОГРАММНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ  
К ЗАЧЕТУ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «СТАРТАП-ТЕХНОЛОГИИ И  
СИСТЕМНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»**

1. Понятия «предпринимательство» и «предприниматель», социальная и экономическая функции предпринимательства.
2. Виды и формы предпринимательской деятельности.
3. Стартап как временная структура по поиску и реализации масштабируемой, воспроизводимой, рентабельной бизнес-модели.
4. Предпринимательство в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения Республики Беларусь.
5. Источники идей для стартапов, методы генерации идей.
6. Стратегии стартапов.
7. Критика идей, поиск недостатков, преодоление препятствий.
8. Формулировка первичной рабочей идеи.
9. Инструменты и технологии формирования успешной команды.
10. Типология членов команды, концепция RAЕI И.Адизеса.
11. Психология создания команды стартапа.
12. Подходы к повышению уровня эффективности работы команды стартап-проекта.
13. Инновационные бизнес-модели, проблемы создания инновационных бизнес-моделей.
14. Элементы бизнес-модели.
15. Генерирование, интеграция, применение, осуществление планов.
16. Разновидности бизнес-моделей.
17. Методологические основы анализа рынка инноваций.
18. Определение параметров рынка инноваций и исследование конъюнктуры.
19. Модель инновационного рынка: вывод нового продукта на существующий рынок, вывод нового продукта на новый рынок, клонирование бизнес-модели.
20. Анализ рынка «сверху вниз», «снизу вверх», конкурентный подход, оценка на основе динамических моделей.
21. Количественные аналитические методы.
22. Выявление целевой аудитории стартапа.
23. Модель развития потребителей и модель гибкого развития продукта.
24. Средства приобретения потребителей.
25. Сегменты потребителей, ценностное предложение, выстраивание отношений с потребителями.
26. «Ранневангелисты» как ключевой ресурс стартапа: технологии взаимодействия.
27. Метод перманентной верификации гипотез как основа реализации успешного стартапа.
28. Итерации и развороты бизнес-модели.

29. Опасности преждевременного расширения масштабов стартапа.
30. MVP – продукт с минимально достаточными потребительскими свойствами (minimum viable product).
31. Управление каналом распределения, тестирование канала.
32. Участники физического, виртуального и смешанного каналов.
33. Виртуальные каналы распространения: методы тестирования и оптимизации.
34. Ключевые KPI стартап-проекта.
35. Расчет рисков стартапа.
36. Финансовые методы управления рисками.
37. Венчурные фонды и бизнес-ангелы как основные инвесторы стартапов.
38. Стартап-биржи и форумы.
39. Бизнес-акселераторы и бизнес-инкубаторы.
40. Использование грантового и кредитного финансирования.
41. Краудфандинговые платформы.
42. Методология выхода стартапа на IPO.

## ЛИТЕРАТУРА

## ОСНОВНАЯ

1. Бланк, С. Стартап: Настольная книга основателя / С. Бланк, Б. Дорфф; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2013. — 616 с.
2. Гассман, О. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов / О. Гассман, К. Франкенбергер, М. Шик ; Пер. с англ. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 432 с.
3. Кавасаки, Г. Стартап: 11 мастер-классов от экс-евангелиста Appie и самого дерзкого венчурного капиталиста Кремниевой долины / Г. Кавасаки; пер. с англ. Е. Корюкиной, предисл. Д. Яна. — М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2010. — 254 с.
4. Рис, Э. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис; Пер. с англ. — 2-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2013. — 253 с.

## ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

5. Гильбо, К. Стартап за \$100. Создай новое будущее, делая то, что ты любишь / К. Гильбо ; пер. с англ. Е. Бузниковой. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 240 с.
6. ДеКарло, Д. eXtreme Project Management. Экстремальное управление проектами / Дуг ДеКарло; Пер. с англ. Финогенова М.С., Смыковской Е.И.; Науч. ред. Баженов А.Д., Арефьев А.О. — М.: Компания р.m.Office, 2005. — 588 с.
7. ДеМарко, Т. Deadline. Роман об управлении проектами. / ДеМарко Т.; Пер. с англ. — М.: Издательство «Вешина», 2006. — 143 с.
8. Дитхелм, Г. Управление проектами. В 2 т. Т. I: пер. с нем. — СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2004. — 400 с.
9. Дитхелм, Г. Управление проектами. В 2 т. Т. II: пер. с нем. — СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2004. — 288 с.
10. Иноземцева, Е. С. Стартап без купюр, или 50 и 1 урок, как сделать бизнес в Москве для клиентов со всего мира / Екатерина Иноземцева. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 368 с.
11. Клиффорд Ф. Грей, Эрик У. Ларсон. Управление проектами: Практическое руководство/ Пер. с англ — М.: Издательство «Дело и сервис», 2003. — 528 с.
12. Краля Н.А. Метод учебных проектов как средство активизации учебной деятельности учащихся: Учебно-методическое пособие / Под ред. Ю.П. Дубенского. — Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. — 59 с.
13. Кэмпбелл К. А. Управление проектом на одной странице. / Кэмпбелл К. А.; Пер. с англ. — М.: Вильямс, 2009. — 160 с.
14. Мартин П., Тейт К. Управление проектами / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2006. — 224 с.
15. Милошевич Д. Набор инструментов для управления проектами / Драган З. Милошевич; Пер. с англ. Мамонтова Е.В.; Под ред. Неизвестного С.И. — М.: Компания АйТи; ДМК Пресс, 2008. — 729 с.

16. Стэнли Э. Портни. Управление проектами для «чайников» = Project Management For Dummies. / Стэнли Э. Портни; Пер. с англ. – М.: «Диалектика», 2006. – С. 368.

17. Уикхэм Ф. Косалтинг в управлении проектами: пер 2-го англ. изд. / Уикхэм Филип; Пер. с англ. – М.: Дело и сервис, 2006. – 368 с.

18. Хелдман К. Профессиональное управление проектом / К. Хелдман; Пер. с англ. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. – 517 с.

19. Хэлдман К. Управление проектами. Быстрый старт / Ким Хелдман; Пер. с англ. Шпаковой Ю.; Под ред. Неизвестного С. И. – М.: ДМК Пресс; Академия АйТи, 2008. – 352 с.

#### ПЕРЕЧЕНЬ НОРМАТИВНЫХ ПРАВОВЫХ АКТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

1. О поддержке малого и среднего предпринимательства: Закон Респ. Беларусь от 01.07.2010 № 148-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 30.12.2015 № 344-З.

2. О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования: декрет Президента Респ. Беларусь от 16.01.2009 № 1: в ред. декрета Президента Респ. Беларусь от 21.02.2014 № 3.

3. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь : директива Президента Респ. Беларусь от 31.12.2010 № 4.

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Основы менеджмента	Кафедра менеджмента туризма и гостеприимства	Согласовать	Согласовать без изменений
Маркетинг в туризме	Кафедра менеджмента туризма и гостеприимства	Согласовать	Согласовать без изменений

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО**  
на \_\_\_\_ / \_\_\_\_ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
\_\_\_\_\_ (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 201\_ г.)  
(название кафедры)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание) \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (И.О.Фамилия)

**УТВЕРЖДАЮ**  
Декан факультета

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание) \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (И.О.Фамилия)