

Додаток 1
до наказу від 29.04.2024 р. № 446

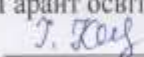
**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ НЕПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ І
ТУРИЗМУ**

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**
Директор Навчально-наукового інституту
неперервної освіти і туризму
Іван ГРИЦЕНКО
« 6 » 06 2024 р.

“СХВАЛЕНО”
на засіданні кафедри готельно -
ресторанної справи та туризму
Протокол № 21 від “ 5 червня ” 2024 р.
Завідувач кафедри
 Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

«РОЗГЛЯНУТО»
Гарант освітньої програми «Туризм»
 Ірина КУДІНОВА

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Стартап-менеджмент у туризмі»

галузі знань 24 «Сфера обслуговування»

спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

освітньо-професійна програма «Туризм»

Навчально-науковий інститут неперервної освіти і туризму

Розробник: доцент кафедри, к.е.н., с.н.с. Стретович О.А.

Київ - 2024 р.

Опис навчальної дисципліни
«Стартап-менеджмент у туризмі»
(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень		
Освітньо-кваліфікаційний рівень	бакалавр	
Напрямок підготовки	24 «Сфера обслуговування»	
Спеціальність	242 «Туризм і рекреація»	
Спеціалізація		
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	вибіркова	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Загальна кількість годин	150	150
Кількість кредитів ECTS	5	5
Кількість змістових модулів	2	2
Курсовий проект (робота) (якщо є в робочому навчальному плані)		
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	4 рік	4 рік
Семестр	7	7
Лекційні заняття	30 год.	6 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	8 год.
Лабораторні заняття		
Самостійна робота	90 год.	136 год.
Індивідуальні завдання		
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання:	4 год.	

1. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни.

Мета викладання навчальної дисципліни. Важливу роль сучасна теорія підприємництва відводить раціональній інвестиційній діяльності, інноваційному підприємству, науково обґрунтованому підприємницькому управлінню, шляхам та засобам підвищення ефективності функціонування підприємств, передбаченню можливих ризиків у підприємницькій діяльності.

Основною метою викладання дисципліни є формування системи знань і практичних навичок у створенні і управлінні стартапами на початковій стадії, підготовка студентів до участі в інкубаційних, акселераційних та грантових програмах підтримки стартапів.

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**:

- засвоєння студентами теоретичних та практичних основ створення і управління стартапами на початковій стадії їх розвитку;
- інтегрувати студентів у стартап екосистему України;
- надати знання для широкого орієнтування в основних термінах і поняттях інноваційного підприємництва;
- навчити розумінню розвитку власного стартапу;
- надати знання і можливість власної розробки першого проекту з бізнес-моделлю, маркетинговим планом, командою;
- підготувати студентів з перспективою подальшого розвитку власного проекту в інкубаційних або акселераційних програмах;
- навчити взаємодіяти з менторами та партнерами з різних сфер діяльності.

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК):

ІК. Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи екологічних та туризмознавчих наук, з урахуванням принципів збалансованого природокористування, в тому числі на природоохоронних територіях та у сільській місцевості.

загальні компетентності (ЗК):

- K03. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо
- K04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу
- K09. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми
- K13. Здатність планувати час та управляти часом
- K14. Здатність працювати в команді та автономно

спеціальні (фахові) компетентності (СК):

- K15. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності
- K16. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- K18. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління
- K19. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів
- K22. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем
- K24. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем
- K27. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння

забезпечувати з ними ефективні
комунікації

K29. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства

K30. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу

програмні результати навчання (ПРН):

ПР08. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.

ПР10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ПР18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

ПР20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.

ПР21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

2. Програма та структура навчальної дисципліни:

Назва змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		л	п	інд.р	с.р.			л	п	інд.р
Модуль 1. Інноваційне підприємництво та стартап екосистема. Проблема-рішення та пошук бізнес-моделі. Customer Discovery phase										
Тема 1. Стартап екосистема	10	2	2	-	6	9,9	0,4	0,5	-	9
Тема 2. Основні принципи формування команди, ролі в команді стартапу	10	2	2	-	6	9,9	0,4	0,5	-	9
Тема 3. Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія в індустрії туризму	10	2	2	-	6	9,9	0,4	0,5	-	9
Тема 4. Дизайн мислення. Пошук і вибір ідей	10	2	2	-	6	9,9	0,4	0,5	-	9
Тема 5. Валідація ідей стартапу в туристичному бізнесі	10	2	2	-	6	9,9	0,4	0,5	-	9
Тема 6. Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення	10	2	2	-	6	9,9	0,4	0,5	-	9

Тема 7. Канва бізнес моделі. Портрет клієнта, ціннісна пропозиція	10	2	2	-	6	9,9	0,4	0,5	-	9
Разом за змістовим модулем 1	70	14	14	-	42	69,3	2,8	3,5	-	63
Модуль 2. Валідація бізнес моделі. Customer Validation phase. Знайомство з основними інструментами для управління стартапами										
Тема 8. Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку. Валідація ключових гіпотез	10	2	2	-	6	9,8	0,4	0,4		9
Тема 9. Презентації ідей стартапів в туристичному бізнесі	10	2	2	-	6	9,9	0,4	0,5		9
Тема 10. Динаміка команди	10	2	2	-	6	10	0,4	0,6		9
Тема 11. Мінімальний життєздатний продукт – MVP (Minimum Viable Product)	10	2	2	-	6	10	0,4	0,6		9
Тема 12. Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Нечесні конкурентні переваги	10	2	2	-	6	10	0,4	0,6		9
Тема 13. Основи маркетингу для стартапів в індустрії туризму	10	2	2	-	6	10	0,4	0,6		9
Тема 14. Основи про інвестиції, фінанси та юридичні особливості стартапів	10	2	2	-	6	10	0,4	0,6		9
Тема 15. Презентація стартапу. Пітч-дек	10	2	2	-	6	11	0,4	0,6		10
Разом за змістовим модулем 2	80	16	16	-	48	80,7	3,2	4,5	-	73
Всього годин	150	30	30	-	90	150	6	8	-	136

3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Стартап екосистема	2
2	Основні принципи формування команди, ролі в команді стартапу	2
3	Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія в індустрії туризму	2
4	Дизайн мислення. Пошук і вибір ідей	2
5	Валідація ідеї стартапу в туристичному бізнесі	2
6	Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення	2
7	Канва бізнес моделі. Портрет клієнта, ціннісна пропозиція	2
8	Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку. Валідація ключових гіпотез	2
9	Презентації ідей стартапів в туристичному бізнесі	2
10	Динаміка команди	2
11	Мінімальний життєздатний продукт – MVP (Minimum Viable Product)	2
12	Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Нечесні конкурентні переваги	2
13	Основи маркетингу для стартапів в індустрії туризму	2
14	Основи про інвестиції, фінанси та юридичні особливості стартапів	2
15	Презентації стартапів. Пітч-дек	2
	Разом	30

4. Самостійна робота під керівництвом НПП

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Есе про історію розвитку обраного студентом стартапу з зазначенням взаємодії цього стартапу з різними елементами екосистеми. Робота студентів з відповідною таблицею з воркбука	6
2	Основні принципи формування команди, ролі в команді стартапу	6
3	Дизайн мислення. Визначення проблем, емпатія в індустрії туризму	6
4	Дизайн мислення. Пошук і вибір ідей	6
5	Валідація ідеї стартапу в туристичному бізнесі	6
6	Канва бізнес моделі. Вступ, проблема та рішення	6
7	Канва бізнес моделі. Портрет клієнта, ціннісна пропозиція	6

8	Дослідження клієнтів. Попереднє дослідження ринку. Валідація ключових гіпотез	6
9	Підготовка презентації ідеї стартапу в туристичному бізнесі	6
10	Динаміка команди	6
11	Мінімальний життєздатний продукт – MVP (Minimum Viable Product)	6
12	Оцінка ринку. Аналіз конкурентів. Нечесні конкурентні переваги	6
13	Основи маркетингу для стартапів в індустрії туризму	6
14	Основи про інвестиції, фінанси та юридичні особливості стартапів	6
15	Підготовка до презентації стартапу. Пітч-дек	6
	Разом	90

5. Засоби діагностики результатів навчання:
Зразки контрольних питань, тестів для визначення рівня засвоєння
знань студентами.
Контрольні питання

1. Дайте визначення поняття стартапу.
2. Які якості важливі при формуванні команди?
3. Охарактеризуйте поняття масштабованості. Чому це так важливо для стартапу?
4. Назвіть основні етапи розвитку стартапу. Як ви думаєте, який з них є найскладнішим і чому?
5. Дайте визначення поняттю стартап-екосистеми. Які гравці є ключовими для стартап екосистеми?
6. Охарактеризуйте українську стартап-екосистему. Які ключові гравці є на українському ринку?
7. Наведіть приклади успішних та неуспішних українських стартапів. Як ви думаєте, чому їм вдалося або не вдалося стати глобально відомими?
8. Дайте визначення поняття команди.
9. Які якості важливі при формуванні команди?
10. Опишіть основні ролі, притаманні стартапам. Проаналізуйте ролі в будь-якому українському стартапі.
11. Дайте визначення поняттям місії та візії. Чим вони відрізняються?
12. Які якості важливі для засновника стартапу? Поясніть на прикладі відомого засновника, що дозволило йому чи їй зробити свій продукт успішним.
13. Опишіть методологію дизайн-мислення і її основні етапи.
14. Що таке емпатія? Опишіть методи побудови емпатії.
15. Як правильно проводити емпатичне інтерв'ю? Спробуйте провести інтерв'ю зі своїм викладачем.
16. Як можна знайти глибинну проблему? Опишіть відомі вам способи.
17. Яка мета стадії генерування ідей?

- 18.Опишіть, які методи генерування ідей вам відомі. Чим вони відрізняються?
- 19.Що таке брейнстормінг? Опишіть основні правила брейнстормінгу.
- 20.Дайте визначення Lean Canvas.
- 21.Опишіть переваги Lean Canvas та характеристики
- 22.Чим відрізняються Business Model Canvas та Lean Canvas?
- 23.Розкажіть, з яких сегментів складається Lean Canvas. Опишіть сегменти Проблема (та альтернативні рішення) та Ідея.
- 24.Дайте визначення терміну Customer development.
- 25.Що таке сегментація клієнтів?
- 26.Чим відрізняються поняття «клієнт» та «користувач»?
- 27.Опишіть і дайте характеристику Кривої адаптації клієнта.
- 28.Що таке Кава ціннісної пропозиції? З яких сегментів вона складається?
- 29.Які елементи циклу customer development вам відомі?
- 30.Опишіть способи валідації гіпотез. Які інструменти можна використовувати для валідації?
- 31.Опишіть процес customer development. Яка специфіка проведення customer development для продукту на ранніх стадіях?
- 32.Які стадії роботи в команді вам відомі? Які їх основні характеристики?
- 33.В чому складність стадії конфліктування команди? Як можна стабілізувати роботу команди?
- 34.Які інструменти менеджменту роботи в командах ви знаєте? Опишіть, які з них краще використовувати для маленьких команд, а які для великих?
- 35.Що таке MVP?
- 36.Які основні принципи створення прототипу?
- 37.Які інструменти для формування MVP вам відомі?
- 38.Опишіть послідовність процесів під час створення MVP
- 39.Які рівні оцінки ринку вам відомі?
- 40.Як рахувати ТАМ? Які інструменти можна використовувати?
- 41.Навіщо проводити аналіз конкурентів?
- 42.Які методи аналізу конкурентів можна використовувати?
- 43.Які критерії для оцінювання конкурентів вам відомі?

Тести

- 1) Що з нижченаведеного не є характеристикою стартапу?
 - А) масштабованість
 - Б) інноваційність
 - В) тимчасовість
 - Г) соціальна складова
- 2) Розташуйте у вірній послідовності етапи розвитку стартапу
 - А) Тестування
 - Б) Пошук проблеми
 - В) Розробка
 - Г) Прототипування
 - Д) Валідація проблеми та ЦА

- Е) Формування команди
- Ж) Пошук ідеї

3) Що з вищезазначеного є складовими стартап-екосистеми?

- А) університети
- Б) держава
- В) інвестори
- Г) підприємці
- Д) фонди

4) Який з цих стартапів не є українським?

- А) Bolt
- Б) Grammarly
- В) Petcube
- Г) Preply

5) Бачення, куди стартап і команда рухаються і до чого мають прийти в довгостроковій перспективі - це

- А) місія
- Б) візія
- В) цінності

6) Те, що стартап робить і як робить на повсякденній основі, щоб досягти довгострокових цілей - це

- А) місія
- Б) візія
- В) цінності

7) Погляди, які розділяються всією командою та є основним критерієм у прийнятті рішень - це

- А) місія
- Б) візія
- В) цінності

8) Розставте у вірній послідовності етапи Дизайн-мислення.

- А) пошук проблеми
- Б) прототипування
- В) емпатія
- Г) тестування
- Д) генерування ідей

9) Що з цього не є задачею Дизайн мислення?

- А) знайти ідею
- Б) провести глибинний аналіз проблеми, яку ви вирішуєте
- В) спробувати продати продукт клієнтам
- Г) створити перший прототип продукту

- 10) Що з цього є правилами проведення інтерв'ю?
- А) Питати не про конкретні кейси, а про загальне життя
 - Б) Ставити більше питань “Чому”
 - В) Ставити чіткі і короткі запитання
 - Г) Ходити великими групами більше 6 осіб, щоб проводити інтерв'ю
- 11) Мета стадії пошуку проблеми - це:
- А) проаналізувати проблеми, отримані під час стадії емпатії і подрібнити їх на вужчі проблеми
 - Б) знайти 2-3 глобальні проблеми, і працювати з ними далі
 - В) знайти рішення до інсайтів, отриманих після стадії емпатії
- 12) Оберіть ті інструменти і методики, які використовуються на першому етапі дизайн-мислення:
- А) аналіз соціальних медіа цільової аудиторії
 - Б) створення прототипу
 - В) глибинне інтерв'ю
 - Г) масове анкетування
 - Д) спостереження
 - Є) брейнштурмінг
- 13) Що є результатом етапу пошуку проблеми?
- А) опис цільової аудиторії
 - Б) задача користувача
 - В) обрана ідея
 - Г) інсайти аудиторії
- 14) Мета етапу генерування ідей - придумати якнайбільше неочевидних варіантів вирішення проблеми. Оберіть ті правила, які застосовуються на етапі генерування, щоб досягнути мети:
- А) зібрати різно профільну команду
 - Б) одразу оцінювати ідеї по критеріях
 - В) відмічати позитивне в кожній ідеї
 - Г) використовувати принцип “так, але..”
 - Д) обговорювати ідеї один за одним
- 15) Перед вами 4 визначення терміну Дизайн-мислення. Виберіть невірне:
- А) спосіб пошуку рішення проблеми через дослідження користувацького досвіду
 - Б) алгоритм створення продукту, в основі якого лежить емпатія
 - В) креативна методологія
 - Г) один з підтипів візуального мислення
- 16) Дизайн-мислення - це циклічний алгоритм. Якщо на етапі тестування ви зрозуміли, що невірно визначили потребу користувача - на який етап вам необхідно повернутися?

- А) емпатія
 - Б) прототипування
 - В) пошук проблеми
 - Г) генерування ідей
- 17) Бізнес модель Lean Canvas складається з:
- А) 5-ти сегментів
 - Б) 8-ми сегментів
 - В) 9-ти сегментів
 - Г) 11-ти сегментів
- 18) НЕ входить до Lean Canvas блок:
- А) ціннісна пропозиція
 - Б) ресурси
 - В) витрати
 - Г) клієнтський сегмент
- 19) Аналіз альтернатив в контексті Lean Canvas - це
- А) як ще можна заробити на продукті
 - Б) як ще люди вирішують проблему
 - В) які ще цільові сегменти ви можете охопити
 - Г) які ще статті витрат ви маєте
- 20) Customer development - це
- А) тестування гіпотез, ідей або конкретного прототипу на цільовій аудиторії.
 - Б) пошук цільової аудиторії
 - В) пропрацювання портрету клієнта
- 21) Оберіть правильну послідовність елементів у Кривій адаптації клієнтів
- А) Рання більшість
 - Б) Новатори
 - В) Пізня більшість
 - Г) Ранні послідовники
- 22) Канва ціннісної пропозиції допомагає:
- А) об'єктивно оцінити функції і параметри продукту
 - Б) вивчити мотивацію клієнтів;
 - В) проектувати і тестувати функціональність продукту/послуги/сервісу;
 - Г) послідовно дослідити всі варіанти досягнення відповідності між потребами клієнтів і вашого продукту;
 - Д) розставити пріоритети та акценти при просуванні продукту.
- 23) Customer discovery - це
- А) валідація наявності проблеми, валідація цільової аудиторії, валідація відповідності рішення проблеми

- Б) лише пропрацювання портрету клієнта
В) лише валідація наявності проблеми
- 24) Customer validation це
А) оцінка потенційного об'єму ринку
Б) валідація готовності потенційних потенційних клієнтів платити за продукт
В) валідація проблеми
- 25) Якої стадії динаміки роботи у команді не існує?
А) Формування
Б) Продуктивність
В) Валідація
Г) Стабілізація
- 26) Стратегічний менеджмент - це
А) операційне планування процесів
Б) формування цілей і напрямку руху команди
В) налагодження процесів роботи в команді
- 27) Не є завданням операційного менеджменту
А) формування візії команди
Б) стратегічне планування процесів
В) менеджмент завдань команди
- 28) MVP - це
А) продукт для продажу з усіма необхідними функціями
Б) перша версія продукту з мінімумом функцій
В) тестова версія продукту з найкращих матеріалів та усіма функціями
- 29) Не є задачею створення MVP
А) запустити першу мінімальну версію
Б) отримати сет найперших користувачів (новаторів)
В) отримати фідбеки від перших користувачів
Г) покращити продукт
Д) продати якнайбільше прототипів
- 30) MVP має
А) робитися швидко
Б) розроблятися повільно і вдумливо
В) бути з підручних матеріалів
Г) формуватися з тих матеріалів, з яких буде фінальна версія продукту
Д) бути повнофункціональним рішенням проблеми
- 31) TAM - це
А) реалістична частка ринку, яку стартап може завоювати за допомогою доступних йому ресурсів.

- Б) максимально можливий об'єм ринку, який може охопити теоретично стартап, якщо припустити, що не існує взагалі ніяких обмежень.
- В) ринок, який може бути охоплений продуктом, враховуючи географічний таргет, портрети ЦА тощо.
- 32) Порядок розрахунку ринку має бути наступним:
- а) SAM-TAM-SOM
 - б) TAM-SOM-SAM
 - в) TAM-SAM-SOM
- 33) Нечесні конкурентні переваги – це:
- А) те, що робить команду/продукт стартапу кращою за команду/продукт конкурентів, і що важко скопіювати
 - Б) переваги, отримані в результаті нечесного виведення з гри конкурента вашого продукту на ринку
 - В) те, в чому ви гірші за продукт конкурента

6. Методи навчання

Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності студентів, які використовуються при вивченні дисципліни:

- 1) словесний (лекція, дискусія, співбесіда);
- 2) практичний метод (практичні заняття);
- 3) наочний (ілюстрація, демонстрація);
- 4) робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату, написання тез, статей);
- 5) відеометод (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- 6) самостійна робота (виконання завдань, «есе», навчальні тести);
- 7) індивідуальна науково-дослідна робота здобувачів вищої освіти.

7. Методи оцінювання

- усне та письмове опитування;
- модульне тестування;
- розрахункові роботи (воркшит);
- командні проекти;
- есе;
- захист практичних робіт;
- презентації та виступи на наукових заходах;
- екзамен. Перша частина екзамену - Презентація стартапу. Пітч-дек. Друга частина екзамену - Екзаменаційний тест.

8. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти. Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в

національні оцінки згідно з табл. 1 чинного «Положення про екзамен та заліки у НУБіП України»

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна та результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу здобувача вищої освіти з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}$.

9. Навчально-методичне забезпечення

1. Електронний навчальний курс дисципліни (на навчальному порталі НУБіП України eLearn - <https://elearn.nubip.edu.ua/mod/page/view.php?id=>
2. Конспекти лекцій та їх презентації (в електронному вигляді).
3. Робочі зошити (воркшит).

10. Рекомендована література

Основна

1. Ден Сенор, Сол Сингер. Країна стартапів. Історія ізраїльського економічного дива. Видавництво: Yakaboo Publishing, Рік видання 2016. 360 с.
2. Erik Ries. The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Publisher: Grown Business, Publication Year 2011. 336 p.
3. Leigh Gallagher. The Airbnb Story: How Three Ordinary Guys Disrupted an Industry, Made Billions...and Created Plenty of Controversy. Publisher: Harper Business; First Edition, Publication Year 2017. 256 p.
4. Bill Aulet. Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup. Publisher: John Wiley & Sons, Publication Year 2013. 288 p.

Допоміжна

1. Майбутнє університетів URL: <https://uifuture.org>
2. Український університет нового покоління URL: <https://readymag.com>
3. Стартап-екосистема України. URL: [Tech ecosystem guide i techukraine.org/ecosystem-map/](https://techukraine.org/ecosystem-map/)
4. Prometheus: Дизайн-мислення для інновацій: URL: <https://prometheus.org.ua/designthinking/>

5. Christian Müller-Roterberg. Handbook of Design Thinking: URL: https://www.researchgate.net/publication/329310644_Handbook_of_Design_Thinking/link/5c3d987b299bf12be3c8b626/download
6. Business model canvas: URL: <https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas/>
7. Steve Blank Entrepreneurship and Innovation: URL: steveblank.com
8. Mindtools. Team management. The Skills You Need to be a Great Boss : URL: https://www.mindtools.com/pages/main/newMN_TMM.htm
9. BuzzFeed з Подолу. Як українська компанія Genesis робить медіа для мільйонів американців URL: <https://ua-news.liga.net/economics/articles/buzzfeed-z-podolu-yak-ukrainska-kompaniya-genesis-robit-media-dlya-milyoniv-amerikantsiv>
10. «Покупець — король. В Україні, в Нігерії — всюди». Як український онлайн-маркетплейс Jiji покоровив Африку — URL: <https://vctr.media/jiji-ne-taka-kotoraya-hadid-36732/>
11. Кузня українських стартапів або досвід трьох компаній: Universe, Headway та Boosters, які розробляють мобільні апки та заробляють мільйони доларів. URL: <https://vctr.media/specials/genesis-startups-history/>
12. Українці створили медіа для читачів зі всього світу, їх річний дохід — десятки мільйонів доларів. Велика історія AmoMedia URL: https://mc.today/ukraintsy-sozdali-media-dlya-chitatelej-so-vsego-mira-ih-godovaya-vyruchka-desyatki-millionov-dollarov-bolshaya-istoriya-amomedia/?fbclid=IwAR3bcKKJydrLfQB_6Ju8U7_HngwMbEELW6xlQpojbIQ6qRS1RHzRw8EvWMg
13. Про проекти та напрямки розвитку Genesis URL: <https://mc.today/company/genesis/>
14. Як стати лідером у ніші: поради від Head of Web, Макса Лукомінського з проєкту OBRIО, що входить до холдингу Genesis. URL: <https://gen.tech/blog/maks-lukominskij-z-obrio-zapustiv-4-startapi-2-kickstarter-kampani%d1%97-i-napisav-knigu-pro-rozvitok-biznesu-os-urivok-z-ne%d1%97/>
15. Генерація ідей: поради від Employer Brand Manager в Genesis Анастасії Овчаренко URL: <https://drive.google.com/file/d/1W526jSz9sTg0hAyqqJnf2HBTJax5UmUQ/view?usp=sharing>
16. Genesis вивів додаток для схуднення в ТОП-10 в США (рейтинг за виручкою). Як їм це вдалося? — кейс проєкту BetterMe з екосистеми Genesis URL: <https://mc.today/prilozhenie-v-top-10-po-ssha-milliony-polzuyutsya-im-kazhdyj-den-kak-etogo-dobilis-v-genesis-chast-2/>
17. 15 млн завантажень і десятки мільйонів доларів доходу в рік — кейс проєкту BetterMe з екосистеми Genesis URL: <https://mc.today/15-mln-skachivaniy-i-desyatki-millionov-dollarov-dohoda-v-god-kejs-betterme-ot-genesis/>
18. Як венчурні фонди обирають стартапи і що відбувається після інвестицій?: Як інвестують венчурні фонди? — діляться експерти з венчурного фонду Genesis Investments Олена Мажуга, Investment Manager та Олексій Єрмоленко, Senior Investments Analyst URL: https://drive.google.com/file/d/1OasFvoBAPrDWlkQv49ex_HZFY_Bv1P9s/view?usp=sharing

19. Genesis Investments: як працює фонд та що зробити стартапу, щоб отримати інвестиції? — розповідає співзасновник BetterMe та керівний партнер Genesis Investments Віталій Лаптенюк URL: <https://dou.ua/forums/topic/33537/>
20. Оцінка компаній на фондовому ринку, шлях від приватної компанії до публічної: поради від Сергія Подоляка, Financial Analyst у холдингу Genesis URL: https://drive.google.com/file/d/1S-J_zLm52iPv98pXCliK0vw5xYw4fHBa/view?usp=sharing
21. Як стартапу ефективно пітчити, незважаючи на кризу — поради від Олени Мажуги, Investment Manager у венчурному фонді Genesis Investments URL: <https://gen.tech/blog/yak-startapu-efektivno-pitchiti-nezvazhayuchi-na-crizu/>
22. Що таке юніт-економіка і як з її допомогою уникнути втрати вкладень (приклад розрахунку) URL: <https://ain.ua/2019/10/23/unit-ekonomika/>