Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кемеровский государственный университет» (КемГУ)
Управление развития дополнительного образования (УРДО)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по цифровой трансформации
_____ / Котов Р.М. /
"___" _____ 2026 г.

ПРОГРАММА ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

(повышение квалификации)

«СТАРТАП: ОТ ИДЕИ ДО РЫНКА»

Начальник УРДО О.М. Левкина

Кемерово 2026

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Миссия

Кемеровский государственный университет – центр академического притяжения, интеграции системы науки и высшего образования Кузбасса, территориальный лидер изменений, инициатор перехода региона от индустриального уклада к модели устойчивого развития на основе технологий и наукоемких прорывных решений в областях здоровье- и средосбережения, социальных практик, опережающих компетенций – способствует через свои разработки, образовательные продукты и социальный импакт настолько значимым трансформациям региона присутствия, что выращиваемые в нем лучшие практики становятся объектом экспорта в глобальное пространство постэкстрактивистской повестки ресурсных регионов мира.

Язык образования

Образовательная деятельность по образовательной программе осуществляется на государственном языке Российской Федерации – русском языке (ст. 14 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации»; ст. 68 Конституции Российской Федерации).

1.1. Цели реализации программы

Цель программы - *ф*ормирование готовности к выполнению трудовых функций по управлению стартап-проектами, включая анализ рыночных возможностей, разработку бизнес-модели и организацию операционной деятельности нового предприятия, *с*овершенствование профессиональных компетенций слушателей в области управления инновационными проектами на ранних стадиях жизненного цикла, обеспечивающих переход от концептуальной идеи к устойчивой бизнес-модели и коммерциализации продукта.

Область профессиональной деятельности – управление стартап-проектами и инновационными бизнес-инициативами; предпринимательская деятельность по созданию, развитию и выводу на рынок новых продуктов и услуг.

Программа повышения квалификации регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника данной программы.

Обеспечение гарантии качества подготовки осуществляется в соответствии с требованиями профессионального стандарта, образовательного стандарта и с Программой развития Кемеровского государственного университета.

Организация учебного процесса в рамках реализуемой программы осуществляется с максимальным использованием элементов научных исследований, инновационных технологий и элементов дистанционных образовательных технологий.

1.2. Трудовые функции, на формирование которых направлена программа профессиональной переподготовки в соответствии с профессиональным стандартом «Специалист по работе с инвестиционными проектами»,

утвержденным Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 23.09.2024 № 497н.
Обобщенная трудовая функция: А/6 – Подготовка инвестиционного проекта
Трудовые функции:
А/01.6 – Разработка инвестиционного проекта.

Требования к результатам освоения программы:

Связь образовательной программы повышения квалификации с профессиональным стандартом

Таблица 1

Наименование программы	Квалификационные характеристики должностей специалистов, осуществляющих работы в сфере профессиональной деятельности	Уровень квалификации
Стартап: от идеи до рынка	Специалист по разработке и организации стартапа	6 уровень квалификации

Связь дополнительной профессиональной программы с ФГОС ВО

Наименование программы	Наименование ФГОС ВО	Уровень квалификации
Стартап: от идеи до рынка	Специальность 38.03.01 «Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки России от «12» августа 2020 г. № 954.	бакалавр

Планируемые результаты обучения

Сопоставление описания квалификации в профессиональном стандарте с требованиями к результатам подготовки по ФГОС ВО

Таблица 2

Квалификационные требования в соответствии с профессиональным стандартом	ФГОС ВО по направлению подготовки
Подготовка предложений по инвестиционным проектам в соответствии с критериями их рыночной привлекательности, а также с целями проекта и критериями отбора продукции, полученными от заказчика	**ОПК-4** Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;

Результаты освоения программы

Виды деятельности	Осваиваемые компетенции	Знания	Умения
Подготовка предложений по инвестиционным проектам в соответствии с критериями их рыночной привлекательности, а также с целями проекта и критериями отбора продукции, полученными от заказчика	**ОПК-4** Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	базовые экономические и финансовые категории (выручка, себестоимость, маржинальность, прибыль, точка безубыточности, денежный поток), а также типологию бизнес-моделей и критерии их выбора для стартапа на ранней стадии, методы анализа рынка и оценки его емкости (TAM, SAM, SOM), конкурентной среды, систему ключевых метрик стартапа и методику расчета юнит-экономики.	анализировать рыночные возможности, оценивать экономический потенциал бизнес-идеи, формулировать и сравнивать альтернативные организационно-управленческие решения с учетом их финансовых последствий. Уметь разрабатывать и обосновывать бизнес-модель стартапа, выбирая оптимальный вариант монетизации, строить финансовую модель проекта, проверять ее устойчивость при изменении ключевых параметров, рассчитывать юнит-экономику, определять маржинальность и точку безубыточности. Уметь оценивать потребность стартапа в финансировании, определять оптимальную структуру источников средств, планировать бюджет проекта, прогнозировать доходы, расходы и денежные потоки, а также обосновывать цену продукта с учетом затрат, ценности для клиента и рыночной ситуации.

Требования к уровню подготовки поступающего на обучение:

Программа повышения квалификации предназначена для лиц, имеющих высшее или среднее профессиональное образование.

1.3. Продолжительность обучения: 24 академических часа.

Учебная нагрузка устанавливается не более 4 часов в неделю, включая все виды учебной работы слушателя. Для всех видов аудиторных занятий устанавливается академический час продолжительностью 45 минут.

1.4. Форма обучения: очная

1.5. **Документ о квалификации:** удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план

№ п/п	Наименование темы	Общая трудоемкость (час)	Аудиторные занятия (час)		Самостоятель-ная работа (час)	Формы и методы контроля
			Лекции	Практ. занятия, семинары		
1.	Технологическое предпринимательство и особенности технологических команд, проектов, стартапов	4	2		2	Анализ конкретных ситуаций Тестирование
2.	Целевая аудитория и рынок	6	2	2	2	Анализ конкретных ситуаций Тестирование
3.	Разработка продукта	4	2		2	Тестирование
4.	Подготовка продукта к запуску	4	2	2		Анализ конкретных ситуаций Тестирование
5.	Первые продажи и привлечение финансов	4	2	2		Анализ конкретных ситуаций Тестирование
6.	Итоговая аттестация	2				
		24				

2.2. Календарный учебный график

№ п/п	Наименование дисциплины	Общая трудо-емкость (час)	Недели											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Технологическое предпринимательство и особенности технологических команд, проектов, стартапов	4	**УП**	**УП**										
2	Целевая аудитория и рынок	6			**УП**	**УП**								
3	Разработка продукта	4					**УП**	**УП**						
4	Подготовка продукта к запуску	4							**УП**	**УП**				
5	Первые продажи и привлечение финансов	4									**УП**	**УП**		
6	Итоговая аттестация	2											**ИА**	**ИА**
7	Итого	**24**												

Условные обозначения:
УП – учебный процесс (контактная и самостоятельная работа слушателей, стажировка)
ИА – итоговая аттестация

2.3. Содержание тем

Технологическое предпринимательство и особенности технологических команд, проектов, стартапов

Технологическое предпринимательство: сущность, определение, роль в современной экономике. Отличительные черты технологического предпринимательства: высокая неопределенность, длительный цикл разработки, значительные инвестиции в НИОКР. Технологический стартап как временная организация, ищущая масштабируемую и воспроизводимую бизнес-модель в условиях ограниченных ресурсов. Специфика технологических проектов: ориентация на прорывные инновации, зависимость от научно-технического прогресса, необходимость защиты интеллектуальной собственности. Технологическая команда как ядро стартапа: комплементарные компетенции основателей в технической, продуктовой и бизнес-сферах. Роль технического лидера (CTO) в команде: оценка реализуемости идеи, организация разработки, технологическое видение. Управление технологическими проектами: гибкие методологии, итеративный подход, быстрая проверка гипотез, анализ метрик. Финансирование технологических стартапов: посевные инвестиции, венчурный капитал, гранты, путь к прибыльности. Экосистема технологического предпринимательства: акселераторы, инкубаторы, технопарки, университеты, программы государственной поддержки. Ключевые вызовы технологических

команд: преодоление «долины смерти», масштабирование продукта, защита от быстрого копирования конкурентами.

Целевая аудитория и рынок

Понятие целевой аудитории (ЦА) и её роль в стартап-проекте: от идеи до вывода продукта на рынок. Сегментация рынка: критерии и подходы (географические, демографические, психографические, поведенческие). Портрет целевого клиента: потребности, боли, мотивация, барьеры и сценарии использования продукта. Методы исследования целевой аудитории: качественные и количественные (интервью, опросы, фокус-группы, наблюдение). Customer Development: концепция и этапы выявления и валидации потребностей целевых клиентов. Оценка объёма рынка: TAM, SAM, SOM и методы их расчёта для стартапа. Анализ конкурентной среды: прямые и косвенные конкуренты, конкурентные преимущества, карта позиционирования. Определение ценностного предложения (Value Proposition) на основе потребностей целевой аудитории. Проверка гипотез о целевой аудитории и рынке: эксперименты, MVP, метрики подтверждения. Адаптация продукта и стратегии продвижения под выявленные сегменты рынка и особенности целевой аудитории.

Разработка продукта

Понятие продукта в стартапе: отличие от проекта, услуги и технологии; продукт как решение проблемы клиента. Продуктовая гипотеза: формулировка, критерии проверяемости, связь с потребностями целевой аудитории. Минимально жизнеспособный продукт (MVP): сущность, виды, цели создания, критерии минимальности и жизнеспособности. Методологии разработки продукта: Lean Startup, Agile, Scrum, Kanban; принципы гибкого управления. Этапы разработки продукта: от концепции и требований до релиза и сопровождения. Прототипирование и дизайн-мышление (Design Thinking): инструменты создания и визуализации продукта. Тестирование продукта: юзабилити-тестирование, A/B-тесты, сбор обратной связи, интервью с пользователями. Итерационный процесс разработки: цикл «Build – Measure – Learn» и его применение в стартапе. Метрики продукта: вовлечённость, удержание, конверсия, NPS, продуктовые метрики и их интерпретация. Достижение product-market fit: признаки, методы оценки, корректировка продукта и стратегии развития.

Подготовка продукта к запуску

Понятие готовности продукта к запуску: критерии, чек-лист, определение минимально достаточного уровня качества и функциональности. Финализация продукта: завершение разработки, устранение критических ошибок, подготовка релизной версии и документации. Упаковка продукта: брендинг, нейминг, дизайн, пользовательский интерфейс и опыт (UI/UX), сопроводительные материалы. Ценообразование и монетизация: выбор модели монетизации, стратегии ценообразования, тестирование ценовых гипотез. Юридическая и регуляторная

подготовка: лицензирование, сертификация, защита интеллектуальной собственности, типовые договоры. Подготовка инфраструктуры: техническая поддержка, логистика, производственные мощности, партнёрская и дилерская сеть. Разработка стратегии вывода на рынок (Go-to-Market): выбор каналов продвижения, планирование маркетинговых и сбытовых активностей. Планирование запуска: этапы, сроки, ответственные, ресурсы, бюджет и сценарии запуска (мягкий, полный, поэтапный). Тестирование готовности к запуску: пилотный запуск, бета-тестирование, сбор обратной связи и оперативная корректировка продукта. Метрики и критерии успешного запуска: ключевые показатели эффективности (KPI), анализ результатов, план пост-запускового развития и масштабирования.

Первые продажи и привлечение финансов

Первые продажи как инструмент валидации бизнес-модели: цели, отличия от массовых продаж, роль ранних сделок в подтверждении спроса. Каналы первых продаж: прямые продажи, партнёрства, онлайн-платформы, профессиональные сообщества, нетворкинг и рекомендации. Воронка продаж на ранней стадии: этапы, конверсия, инструменты CRM, учёт и анализ первых сделок. Работа с ранними клиентами: привлечение, удержание, сбор обратной связи, превращение первых покупателей в адвокатов продукта. Юнит-экономика первых продаж: расчёт CAC, LTV, маржинальности и точки безубыточности на основе реальных сделок. Источники финансирования стартапа на ранней стадии: собственные средства, гранты, краудфандинг, бизнес-ангелы, венчурные фонды, акселераторы. Подготовка к привлечению инвестиций: финансовая модель, обоснование оценки, due diligence, формирование инвестиционного меморандума. Инвестиционная презентация (pitch deck): структура, ключевые слайды, правила публичного выступления и ответы на вопросы инвесторов. Переговоры с инвесторами: типы инвесторов, условия сделки, терминология, юридические аспекты и защита интересов основателей. Управление финансами после привлечения инвестиций: распределение средств, отчётность перед инвесторами, планирование следующих раундов и масштабирование.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-технические условия реализации программы

Лекции и практические занятия проводятся как в учебных аудиториях, оснащенных мультимедийным оборудованием и компьютерных классах.

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечений

Мультимедийная аудитория	Лекции. Практические занятия.	Компьютер с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, доска, интерактивная доска.
Рабочее место пользователя, компьютерный класс.	Самостоятельная работа.	Компьютер с выходом в Интернет, 1С бухгалтерия

3.2. Методы, средства и образовательные технологии

При реализации программы рекомендуются следующие основные образовательные технологии: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов.

Используются активные формы лекции – лекции-визуализации и лекции-беседы.

Лекция-визуализация является результатом нового использования принципа наглядности, содержание которого меняется под влиянием данных психолого-педагогической науки, форм и методов активного обучения. Подготовка данной лекции преподавателем состоит в переконструировании учебной информации по теме лекционного занятия в визуальную форму для представления студентам через технические средства обучения (мультимедийные презентации). Чтение лекций сводится к связному, развернутому комментированию преподавателем подготовленных наглядных материалов, полностью раскрывающему тему данной лекции. Представленная таким образом информация обеспечивает систематизацию имеющихся у обучающихся знаний, создание проблемных ситуаций и возможности их разрешения.

Лекция-беседа («диалог с аудиторией») предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией и позволяет привлекать внимание обучающихся к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом возрастных и психологических особенностей обучающихся. В основе лекции-беседы лежит диалогическая деятельность, что обеспечивает более высокую активность аудитории, поскольку диалог требует постоянного умственного напряжения, мыслительной активности.

Ролевые игры, представляющие собой разыгрываемые участниками ситуаций реальной действительности, как правило, построенные на конфликте сторон. Ролевые игры используются, прежде всего, для демонстрации и освоения участниками социальных (гибких) навыков и этических компетенций.

Анализ конкретных ситуаций (метод кейсов) – изучение специалистами ситуаций, основанных на описании конкретного опыта принятия управленческих решений, и организация коллективного анализа специалистами возникающих проблем и предпринимаемых действий;

Экспертные консультации и мастер-классы – обмен опытом между самими специалистами, консультации с экспертами, приглашенными практикующими

специалистами (в том числе завершившими Программу подготовки управленческих кадров), руководителями и консультантами в сфере управления, представителями организаций-работодателей; - обучение действием (action learning) – совокупность методов обучения, когда отдельные обучающиеся или их малые группы выполняют задания и обучаются в процессе разработки решений реальных бизнес-проблем и ситуаций. Подход включает в себя выполнение определенных действий и рефлексию по полученным результатам, которая помогает улучшить процесс принятия решений, а также качество решений, принимаемых командой. Обучение может строиться вокруг действий как групп, так и отдельных участников: работа над мини-проектами, выполнение заданий по личностному развитию, работа с подопечными, проведение мини-исследований (в т.ч. полевых), социальные проекты, экспедиции и исследования окружающего мира, приобретение опыта в экстремальных ситуациях, анализ прошлых действий (в т.ч. ошибок), иных аналогичных действий;

Иные форматы интерактивных методов: дискуссия, дебаты, конкурс, мозговой штурм, выполнение практических заданий.

Для проведения входного и итогового тестирования используется дидактический тест. Дидактический тест – специально организованный набор заданий, позволяющий осуществить все наиболее важные функции процесса обучения: организующую, обучающую, развивающую. Более того, тестовый контроль имеет значительные преимущества перед другими технологиями обучения. Во- первых, он обеспечивает проверку знаний большого количества слушателей одновременно, во-вторых, создает равные условия для всех тестируемых, в-третьих, занимает незначительное количество времени преподавателя и слушателей и, наконец, обеспечивает возможность контроля, как качества усвоения знаний, так и процесса формирования умений и навыков, использования их на практике.

3.3. Требования к педагогическим кадрам

Реализация дополнительной образовательной программы обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, ученую степень и систематически занимающимися научной и/или научно-методической деятельностью.

Более 70% преподавателей, обеспечивающих учебный процесс по реализации программы повышения квалификации, имеют российские ученые степени доктора и кандидата наук и ученые звания профессора и доцента.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу, составляет 100 процентов.

3.4. Учебно-методическое обеспечение программы

3.4.1 Нормативно-правовую основу разработки программы составляют:

1. Конституция Российской Федерации.
2. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
3. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по специальности 38.03.01 «Экономика», утвержденный приказом Минобрнауки России от «12» августа 2020 г. № 954.
4. Приказ Минтруда России от 23.09.2024 № 497н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по работе с инвестиционными проектами»».
5. Приказ Минобрнауки России от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».
6. Постановление Правительства РФ от 11.10.2023 № 1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».
7. Нормативно-методические документы Минобрнауки России.
8. Устав Кемеровского государственного университета.
9. Локальные документы КемГУ, регулирующие образовательную деятельность.
10. Программа развития университета на 2021–2030 годы в рамках реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет 2030».

3.4.2 Литература

1. Бланк, С. Предпринимательство и стартапы. — Москва : Альпина Паблишер, 2023. — 156 с. — ISBN 978-5-9614-7479-4.
2. Волкова, О. Н. Учетная информация для принятия решений : учебник и практикум для вузов / О. Н. Волкова, И. Ю. Чуракова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 449 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/534065
3. Вики, Т., Тома, Д., Гонс, Э. Корпоративный стартап: как создать инновационную экосистему в крупной компании. — Москва : Альпина Паблишер, 2020.
4. Казакова, Н. А. Финансовый анализ : учебник и практикум для вузов / Н. А. Казакова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 490 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/532112
5. Кемпбел, К. Как создать, масштабировать и выгодно продать стартап: Лучшие стратегии серийных предпринимателей. — Москва : Библос, 2026. — 432 с. — ISBN 978-5-6052450-6-3.

6. Остервальдер, А., Пинье, И. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора. — Москва : Альпина Паблишер.
7. Полякова, Э. И. Технологическое предпринимательство : учебник. — Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2025. — 343 с. — ISBN 978-5-9729-2475-2
8. Рис, Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. — Москва : Альпина Паблишер. — ISBN 978-5-9614-7479-4
9. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2025. — 187 с. — ISBN 978-5-534-21303-4
10. Тиль, П., Мастерз, Б. От нуля к единице: Как создать стартап, который изменит будущее. — Москва : Альпина Паблишер. — ISBN 978-5-9614-4839-9.
11. Уланов, В. Л., Лашкова, Е. Г., Иванова, Е. В. Технологическое предпринимательство : учебник для вузов. — Москва : Юрайт, 2025. — 149 с. — ISBN 978553420398

3.2.5 Нормативные правовые акты

1. Федеральный закон от 04.08.2023 № 478-ФЗ «О развитии технологических компаний в Российской Федерации».
2. Федеральный закон от 31.07.2020 № 258-ФЗ «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации».
3. Федеральный закон от 28.09.2010 № 244-ФЗ «Об инновационном центре «Сколково»».
4. Федеральный закон ФЗ № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений».

3.2.6 Информационно-правовые системы

1. СПС «КонсультантПлюс» (отечественное программное обеспечение).
2. ЭПС «Система Гарант» (отечественное программное обеспечение).

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

4.1. Текущий контроль и промежуточная аттестация

Оценка качества освоения программы включает текущую, промежуточную и итоговую аттестацию слушателей. Текущий и промежуточный контроль при обучении осуществляется преподавателем соответствующей дисциплины. Текущий контроль проводится в форме выполнения контрольных работ, тестовых и ситуационных заданий (кейс-стади) и др. Промежуточный контроль знаний осуществляется путем сдачи зачета или экзамена по дисциплинам, предусмотренным учебным планом.

4.2 Итоговая аттестация

Целью итоговой аттестации является оценка сформированности компетенций

Итоговая аттестация (далее – ИА) направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки слушателей требованиям. Итоговая аттестация слушателей проводится в форме междисциплинарного экзамена в форме тестирования:

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл. Сумма баллов переводится в 100- балльную шкалу.

Оценка по 5-ти балльной шкале	Соответствие баллов по применяемой в вузе системе оценивания
2 «неудовлетворительно»	0-50 баллов
3 «удовлетворительно»	51-59 балла
4 «хорошо»	60-79 баллов
5 «отлично»	80-100 баллов

4.2 Примерные вопросы для подготовки к итоговой аттестации

1. Что является определяющей характеристикой стартапа, отличающей его от традиционного малого бизнеса?

а) Небольшой штат сотрудников

б) Временная организация, созданная для поиска масштабируемой и воспроизводимой бизнес-модели

в) Обязательное использование информационных технологий

г) Государственная регистрация в качестве юридического лица

2. Какой этап жизненного цикла стартапа следует сразу после стадии «Посевное финансирование» (Seed)?

а) IPO

б) Раунд A (Series A)

в) Стадия идеи

г) «Долина смерти»

3. Что означает аббревиатура MVP в контексте разработки продукта?

а) Most Valuable Product (самый ценный продукт)

б) Minimum Viable Product (минимально жизнеспособный продукт)

в) Maximum Viable Profit (максимально возможная прибыль)

г) Market Validation Process (процесс рыночной валидации)

4. Какая методология разработки продукта основана на цикле «Build – Measure – Learn» (Создать – Измерить – Освоить)?

а) Waterfall (водопадная модель)

б) Lean Startup (бережливый стартап)

в) Six Sigma

г) PRINCE2

5. Что такое Customer Development (CustDev)?

а) Процесс найма и обучения сотрудников отдела продаж

б) Методология выявления и валидации потребностей целевых клиентов через интервью и обратную связь

в) Стратегия продвижения продукта через реферальные программы

г) Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)

6. Что показывает метрика TAM (Total Addressable Market)?

а) Долю рынка, которую стартап планирует занять в первый год

б) Общий объем целевого рынка в денежном выражении, доступный для продукта

в) Количество активных пользователей продукта на текущий момент

г) Объем рынка, который компания может обслужить с учетом своих ресурсов

7. Что представляет собой метрика LTV (Lifetime Value)?

а) Стоимость привлечения одного клиента

б) Суммарная прибыль, которую компания получает от одного клиента за все время сотрудничества

в) Средний чек одной покупки

г) Количество повторных покупок клиента

8. Что такое юнит-экономика стартапа?

а) Бухгалтерский учет всех хозяйственных операций компании

б) Метод анализа прибыльности отдельной единицы продукта или клиента (юнита)

в) Система налогообложения малого бизнеса

г) План производства и реализации продукции

9. Какая метрика показывает, за сколько месяцев стартап исчерпает свои денежные средства при текущем уровне расходов?

а) Burn Rate

б) Runway

в) Churn Rate

г) MRR

10. Что означает термин «product-market fit» (соответствие продукта рынку)?

а) Полное завершение разработки продукта и его техническая готовность

б) Состояние, при котором продукт востребован рынком и бизнес-модель подтверждена устойчивым спросом

в) Соответствие продукта требованиям государственных стандартов

г) Готовность продукта к патентованию и защите интеллектуальной собственности

11. Какой источник финансирования наиболее типичен для стартапа на самой ранней стадии (идея/прототип)?

а) Венчурный фонд (раунд A)

б) IPO (публичное размещение акций)

в) Собственные средства основателей («FFF» — friends, family, fools)

г) Банковский кредит под залог активов

12. Что такое «долина смерти» в жизненном цикле стартапа?

а) Период между запуском продукта и выходом на IPO

б) Этап между созданием прототипа и коммерциализацией, когда стартап тратит ресурсы, но не имеет устойчивой выручки

в) Момент полного прекращения деятельности компании

г) Стадия, на которой основатели покидают проект

13. Какой инструмент используется для визуального описания бизнес-модели стартапа по методологии Александра Остервальдера?

а) Диаграмма Ганта

б) Канвас бизнес-модели (Business Model Canvas)

в) SWOT-анализ

г) Матрица БКГ

14. Что такое CAC (Customer Acquisition Cost)?

а) Стоимость товара для конечного потребителя

б) Затраты на привлечение одного нового клиента

в) Совокупная прибыль от одного клиента

г) Средний срок окупаемости маркетинговых вложений

15. Какой метод исследования целевой аудитории предполагает проведение глубинных интервью с потенциальными пользователями для выявления их «болей» и потребностей?

а) A/B-тестирование

б) Качественное исследование (глубинное интервью)

в) Массовый онлайн-опрос

г) Анализ веб-аналитики

16. Что означает пилотный запуск (soft launch) продукта?

а) Полномасштабный запуск с максимальным маркетинговым бюджетом

б) Ограниченный запуск на узком сегменте рынка для проверки гипотез и сбора обратной связи

в) Запуск продукта одновременно на всех географических рынках

г) Официальная презентация продукта для инвесторов

17. Что такое pitch deck (инвестиционная презентация) стартапа?

а) Финансовый отчет компании для налоговой службы

б) Краткая структурированная презентация проекта для потенциальных инвесторов

в) Техническое задание на разработку продукта

г) Договор с поставщиками и партнерами

18. Что такое точка безубыточности (break-even point)?

а) Момент, когда стартап привлекает первый раунд инвестиций

б) Объем продаж, при котором выручка полностью покрывает все затраты, но прибыль еще не образуется

в) Максимально возможный объем производства продукта

г) Стоимость выхода основателей из проекта

19. Что показывает метрика Churn Rate (отток клиентов)?

а) Скорость роста базы пользователей

б) Долю клиентов, прекративших пользоваться продуктом за определенный период

в) Средний доход с одного пользователя

г) Стоимость удержания одного клиента

20. Какая стратегия вывода продукта на рынок (Go-to-Market) предполагает фокус на узком сегменте с последующим расширением на смежные рынки?

а) Стратегия «большого взрыва» (одновременный запуск на всех рынках)

б) Стратегия «пляжного плацдарма» (beachhead market)

в) Стратегия франчайзинга

г) Стратегия вертикальной интеграции

Составители программы: Секлецова О.В.– канд. Экон. Наук, доцент кафедры бухгалтерского учета налогообложения и финансов ИЭУ КемГУ