

ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

<https://pt.2035.university/project/licnyj-kabinet-studenta-i-prepodavatela>

Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта)	ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет»
Карточка ВУЗа (по ИНН)	
Регион ВУЗа	Тамбовская область
Наименование акселерационной программы	Акселератор «ЦифРаПром» ТГТУ
Дата заключения и номер Договора	70-2023-000644 11.07.2023

КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ	
1	Название стартап-проекта* Личный кабинет студента и преподавателя
2	Тема стартап-проекта* <i>Указывается тема стартап-проекта в рамках темы акселерационной программы, основанной на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынках НТИ и Сквозных технологиях.</i> Личный кабинет студента и преподавателя

3	Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ*	Технологии информационных, управляющих, навигационных систем.																																				
4	Рынок НТИ	EduNet, TechNet																																				
5	Сквозные технологии	Технологии беспроводной связи и «интернета вещей»																																				
ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА																																						
6	Лидер стартап-проекта*	- 1163829 - 3273117 - Фоломеева Ксения Сергеевна - 89106555958 - ksusha200504@gmail.com																																				
7	<p>Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>№</th> <th>Unti ID</th> <th>Leader ID</th> <th>ФИО</th> <th>Роль в проекте</th> <th>Телефон</th> <th>Почта</th> <th>Должность</th> <th>Опыт и квалификация</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>1196763</td> <td>3273156</td> <td>Гетманцев Ярослав Юрьевич</td> <td></td> <td></td> <td>getmantsev.iaroslav@yandex.ru</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>1196776</td> <td>3273568</td> <td>Сайкина Полина Александровна</td> <td></td> <td></td> <td>sajkinapolina27@gmail.com</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>1197425</td> <td>3273163</td> <td>Шихорина Варвара Алексеевна</td> <td></td> <td></td> <td>v.shihorina@yandex.ru</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		№	Unti ID	Leader ID	ФИО	Роль в проекте	Телефон	Почта	Должность	Опыт и квалификация	1	1196763	3273156	Гетманцев Ярослав Юрьевич			getmantsev.iaroslav@yandex.ru			2	1196776	3273568	Сайкина Полина Александровна			sajkinapolina27@gmail.com			3	1197425	3273163	Шихорина Варвара Алексеевна			v.shihorina@yandex.ru		
№	Unti ID	Leader ID	ФИО	Роль в проекте	Телефон	Почта	Должность	Опыт и квалификация																														
1	1196763	3273156	Гетманцев Ярослав Юрьевич			getmantsev.iaroslav@yandex.ru																																
2	1196776	3273568	Сайкина Полина Александровна			sajkinapolina27@gmail.com																																
3	1197425	3273163	Шихорина Варвара Алексеевна			v.shihorina@yandex.ru																																
ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА																																						
8	<p>Аннотация проекта*</p> <p><i>Указывается краткая информация (не более 1000 знаков, без пробелов) о стартап-проекте (краткий реферат проекта, детализация отдельных блоков предусмотрена другими разделами Паспорта): цели и задачи проекта, ожидаемые результаты, области применения результатов, потенциальные потребительские сегменты</i></p>	<p>1. Описание продукта: Личный кабинет студента и преподавателя. 2. Цель проекта: Создать спроектировать и создать личный кабинет студента и преподавателя. 3. Задачи проекта: - Разработка он-лайн платформы - продвижение продукта внутри своего университета - продвижение продукта внутри других учебных заведений 4. Ожидаемые результаты: - Функционирующая платформа к декабрю 2024 года - Продажи в другие организации 5. Области применения результатов (где применяем продукт): - Оптимизация расписания и навигации - автоматизация процессов навигации 6. Потенциальные потребительские сегменты: - Руководство учебных заведений (школы, вузы, сузы). - Студенты и ученики.</p>																																				

	Базовая бизнес-идея	
9	<p>Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться*</p> <p><i>Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации которого планируется получать основной доход</i></p>	<p>Приложение, в котором будут присутствовать функции информационной рассылки и новостной ленты с помощью которого студенты смогут узнать расписание занятий и экзаменов, найти аудиторию, увидеть баллы в балльно-рейтинговой системе, пройти в университет по электронному пропуску, пообщаться с преподавателями. Включает в себя следующий функционал: - Личный кабинет - Расписание занятий – оценки и баллы в БРС - Электронный пропуск - Возможность коммуникации с преподавателями - Навигация по аудиториям</p>
10	<p>Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает*</p> <p><i>Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт</i></p>	<p>Сложности в навигации внутри учебного заведения - проблема поиска аудиторий в университете. Проблема необходимости возвращаться домой за пропуском, если его забыли. Сложности в коммуникации Учебно-методическим отделом. Получение актуальной информации в момент её появления.</p>
11	<p>Потенциальные потребительские сегменты*</p> <p><i>Указывается краткая информация о потенциальных потребителях с указанием их характеристик (детализация предусмотрена в части 3 данной таблицы): для юридических лиц – категория бизнеса, отрасль, и т.д.; для физических лиц – демографические данные, вкусы, уровень образования, уровень потребления и т.д.; географическое расположение потребителей, сектор рынка (B2B, B2C и др.)</i></p>	<p>Потенциальные потребительские сегменты: - Руководство учебных заведений (вузы, сузы), особенно тех, кто имеет сложную распределенную структуру и сталкиваются с проблемой навигации внутри университета, которые стараются автоматизировать и оптимизировать вышеперечисленные проблемы.</p> <p>Так же студенты, которые будут пользоваться уже конечным продуктом, это облегчит понимание получение актуальной информации.</p>
12	<p>На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)*</p> <p><i>Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта</i></p>	<p>Личный кабинет студента и преподавателя будет создан на основе различных научно-технических решений и результатов, таких как: 1. Использование геолокации и GPS-технологий для определения местоположения пользователя и предоставления индивидуальных маршрутов перемещения по университету. 2. Применение технологии дополненной реальности для создания интерактивных карт кампуса и помещений, в которых пользователь может увидеть и получить информацию о различных объектах. 3. Реализация функционала онлайн-чата с интеллектуальным помощником, который способен ответить на вопросы и помочь пользователю в поиске нужной информации. 4. Создание базы данных, содержащей информацию о местонахождении и описании всех объектов на кампусе, включая аудитории, лаборатории, кафе, столовые, паркинг и т.д. Использование этих научно-технических решений и результатов позволит создать удобный, простой, доступный и информативный личный кабинет студента и преподавателя, который будет полезен как студентам, так и работникам университета. Система будет иметь систему аутентификации, систему технической поддержки, систему виджетов-подсказок, интуитивно понятный функционал. Так же при необходимости</p>

		адаптации функционала под определенную организацию система будет содержать функционал интеграции с существующими системами учебных заведений.
13	<p>Бизнес-модель*</p> <p><i>Указывается кратко описание способа, который планируется использовать для создания ценности и получения прибыли, в том числе, как планируется выстраивать отношения с потребителями и поставщиками, способы привлечения финансовых и иных ресурсов, какие каналы продвижения и сбыта продукта планируется использовать и развивать, и т.д.</i></p>	<p>1. Сегмент потребителей: Руководство учебных заведений (вузы,сузы),и студенты. 2. Проблема и существующие альтернативы Сложности в навигации внутри учебного заведения - проблема поиска аудиторий в университете. Проблема необходимости возвращаться домой за пропуском, если его забыли. Получение актуальной информации в момент её появления. Аналоги: Использование статичного расписания на сайте учебного заведения/ в социальных сетях/мессенджерах. Доска объявления. 3. Уникальная ценность Продукт который объединит в себе навигатор внутри университета, информированиет о расписании ти личный кабинет для БРС. 4. Решение Создание Личного кабинета студентов и преподавателей с широким функционалом. 5. Каналы распространения Каналы продвижения: Основное веб-приложение (сайт продукта). Сарафанное радио. 6. Потоки доходов Ежегодная подписка, реклама. 7. Структура расходов Аренда сервера. 8. Ключевые метрики Количество использующих учебных заведений. Процент положительных отзывов от студентов. 9. Скрытое преимущество Широкий функционал. Невысокая стоимость.</p>
14	<p>Основные конкуренты*</p> <p><i>Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)</i></p>	<p>Аналоги: Использование статичного расписания на сайте / в группах в социальных сетях/мессендерах. Доска объявления. Кампус Univer Mobile Smart ARSU ТГУ имени Г.Р. Державина Мой ТГУ</p>
15	<p>Ценностное предложение*</p> <p><i>Формулируется объяснение, почему клиенты должны вести дела с вами, а не с вашими конкурентами, и с самого начала делает очевидными преимущества ваших продуктов или услуг</i></p>	<p>Продукт, который позволяет в кратчайшие сроки уведомлять об изменениях в расписании, экономить время на поиске аудитории, попасть в университет если забыли пропуск и получать информацию об успеваемости</p>
16	<p>Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества (включая наличие уникальных РИД, действующих индустриальных партнеров, доступ к ограниченным ресурсам и т.д.); дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.)*</p> <p><i>Приведите аргументы в пользу реализуемости бизнес-идеи, в чем ее полезность и востребованность продукта по сравнению с другими продуктами на рынке, чем обосновывается потенциальная прибыльность бизнеса, насколько будет бизнес устойчивым</i></p>	<p>Приложение позволяет собрать все важные организационные функции для студента в одном месте, имеет широкий функционал, возможность интеграции с существующей системой университета.</p>
Характеристика будущего продукта		

17	<p>Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)*</p> <p><i>Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению</i></p>	<p>Обоснование принадлежности к сегменту EduNet</p> <p>Основные технические параметры, которые способствуют конкурентоспособности образовательного IT продукта и соответствуют рынку EduNet: 1. Легкость использования. интуитивно понятный функционал и виджет подсказки Приложение достаточно просто использовать и студентам, и преподавателям 2. Поддержка. Обеспечивается качественная поддержка Сегменты рынка EduNet • Платформы/сервисы построения индивидуальных траекторий обучения и сопровождения непрерывного образования 3. Совместимость Образовательный IT продукт должен быть совместимым с существующими стандартами и программным обеспечением учреждений</p>
18	<p>Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса*</p> <p><i>Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности</i></p>	<p>ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ: Организационно-правовая форма: ООО Штат: 3 чел.</p> <p>ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ: Студенты регистрируются в приложении и могут им пользоваться.</p> <p>ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ: Структура затрат из бизнес-модели: - Постоянные расходы (оплата домена, программист, администратор, бухгалтер, налоги) - Переменные расходы (прочие расходы, например, реклама)</p>
19	<p>Основные конкурентные преимущества*</p> <p><i>Необходимо привести описание наиболее значимых качественных и количественных характеристик продукта, которые обеспечивают конкурентные преимущества в сравнении с существующими аналогами (сравнение по стоимостным, техническим параметрам и проч.)</i></p>	<p>В одном приложении содержатся все важные организационные элементы. Интеграция с существующими системами учебного заведения, что позволяет максимально эффективно использовать имеющуюся инфраструктуру и данные. Многоязычная поддержка: Наш продукт обеспечивает поддержку нескольких языков, что особенно важно в многоязычных образовательных учреждениях, способствуя более широкому охвату аудитории. Гибкая система уведомлений. Поддержка мобильных устройств: Продукт оптимизирован для использования на мобильных устройствах, что обеспечивает доступ к расписанию и информации о распределении аудиторий, и в целом личному кабинету в любое время и в любом месте.</p>
20	<p>Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции*</p> <p><i>Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных в пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность</i></p>	<p>1. Создание детального плана университета, который будет использоваться в качестве основы для онлайн-путеводителя. 2. Сбор и анализ информации о различных зданиях, учебных и научных лабораториях, библиотеках и других объектах на территории университетского кампуса. 3. Разработка логической структуры и навигации для онлайн-путеводителя 4. Создание визуальных материалов, таких как фотографии и видео, для использования в онлайн-путеводителе. 5. Разработка программного обеспечения для создания интерактивных карт, которые позволят пользователям быстро и легко находить нужные объекты на кампусе. 6. Разработка системы управления данными, которая позволит получать и обновлять информацию о кампусе и обновлять и вносить изменения в онлайн-путеводитель быстро и эффективно. 7. Разработка мобильного приложения для доступа к онлайн-путеводителю, которое позволит пользователям находить нужную информацию о кампусе в любое время 8. Интеграция системы БРС в личный кабинет</p>

21	<p>«Задел». Уровень готовности продукта TRL</p> <p><i>Необходимо указать максимально емко и кратко, насколько проработан стартап-проект по итогам прохождения акселерационной программы (организационные, кадровые, материальные и др.), позволяющие максимально эффективно развивать стартап дальше</i></p>	<p>Проект соответствует уровню TRL-3, т.к. соответствует следующим аспектам: 1. Цель проекта: описана основная проблема, которую проект предполагает решить или удовлетворить, а также определена целевая аудитория проекта 2. Технологическое описание: в проекте имеется подробное описание предлагаемой технологии, включая уже существующие аналоги и отличия от них, а также проведено обоснование выбора технологических инструментов и платформ для создания прототипа. 3. Исследовательская база: в рамках подготовки проекта проведен обзор предварительных исследований, и данных, подтверждающих возможность реализации проекта, а также изучены данные о первоначальных экспериментах или разработках, подтверждающих работоспособность основных функций технологии. 4. Прототипирование: на данный момент в проекте создан кликабельный прототип продукта, позволяющий визуализировать концепцию и продемонстрировать ключевые функции. Также проведено тестирование прототипа и получены результаты по возможным улучшениям 5. Интеграция и совместимость: командой сформулированы планы по интеграции существующих образовательных стандартов и технологий в проект, а также выделены возможности к обеспечению совместимости с различными платформами и устройствами, используемыми в образовательной сфере. 6. План дальнейших исследований: определены следующие шаги для перехода к следующему уровню готовности технологии (TRL-4), включая план действий для разработки и тестирования. Осуществлен прогноз рисков, связанных с дальнейшей разработкой, и стратегий их минимизации. 7. Рыночный анализ: командой проведен анализ потенциального рынка и конкурентов, а также определение уникальных продажных предложений проекта, а также проведена оценка потенциального спроса и экономической жизнеспособности проекта на рынке образовательных технологий. 8. Команда и партнерства: в проекте четко структурирована информация о команде проекта, их компетенциях и опыте работы над аналогичными проектами, а также продуманы потенциальные партнерства с другими заинтересованными сторонами. 9. Этические и правовые соображения: команда проекта учитывает этические соображения, связанные с использованием технологий в образовательном процессе. Т.о в проекте уже проведены начальные эксперименты, подтверждающие жизнеспособность основных функций прототипа, что позволяет отнести проект к уровню TRL-3</p>
22	<p>Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия*</p>	<p>Соответствует научным и научно-техническим приоритетам соответствует научным и научно-техническим приоритетам ФГБОУ ВО «ТГТУ».</p>
23	<p>Каналы продвижения будущего продукта*</p> <p><i>Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения</i></p>	<p>Каналы продвижения: Основное веб-приложение (сайт продукта). Реклама во время участия в конференциях/фестивалях. Сарафанное радио. Оптимизация для поисковых систем (SEO): наличие ключевых слов и фраз, связанных с продуктом, на страницах сайта. Социальные сети: социальные</p>

		платформы для распространения информации о продукте. Публикация обновлений, акций, отзывов пользователей, и взаимодействие с аудиторией.
24	<p>Каналы сбыта будущего продукта*</p> <p><i>Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора</i></p>	<p>Каналы сбыта: Основное веб-приложение. Веб-приложение является цифровой платформой, которая позволяет компании предоставлять информацию о своих продуктах или услугах, принимать заказы, обрабатывать платежи и взаимодействовать с клиентами онлайн. Основное веб-приложение, будучи каналом сбыта, будет обладать рядом преимуществ: Глобальная доступность: Веб-приложение позволяет достигать клиентов по всей стране и всему миру, обеспечивая глобальную доступность к продукту или услуге в любое время суток. Интерактивность и информационная поддержка: Через веб-приложение компания может предоставлять детальную информацию о продукте, инструкции по его использованию, отзывы клиентов, а также обеспечивать возможность онлайн-консультаций или поддержки.</p>
<p>Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект</p>		
25	<p>Описание проблемы*</p> <p><i>Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9</i></p>	<p>Сложности в навигации внутри учебного заведения - проблема поиска аудиторий в университете. Проблема необходимости возвращаться домой за пропуском, если его забыли. Сложности в коммуникации с Учебно-методическим отделом. Получение актуальной информации в момент её появления.</p>
26	<p>Какая часть проблемы решается (может быть решена)*</p> <p><i>Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта</i></p>	<p>Приложение полностью решит проблему адаптации личного кабинета под мобильные устройства и поиска нужной аудитории. Студенты смогут найти аудиторию очень быстро, просто вбив ее номер в приложении</p>
27	<p>«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции*</p> <p><i>Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9, 10 и 24)</i></p>	<p>ВУЗ, у которого есть следующие проблемы: Сложности в навигации внутри учебного заведения: Физическое пространство: Здания университета могут быть сложными для ориентирования из-за неудобного расположения аудиторий, слабой индикации маршрутов и отсутствия информационных щитов. По результатам проведенного опроса среди студентов у почти половины из них возникают сложности с поиском аудитории. Следовательно, для этих студентов важно наличие функции поиска аудитории в личном кабинете студента Электронные ресурсы: Возможно, также существуют проблемы с веб-платформой университета, которая должна обеспечивать навигацию по онлайн-ресурсам, расписанию и другой важной информации. Улучшение репутации: Решение указанных проблем может привести к повышению репутации университета, что, в свою</p>

		очередь, может привлечь больше студентов и выдающихся преподавателей. Повышение эффективности учебного процесса: Решение проблем в управлении расписанием и навигации также может способствовать повышению производительности и успешности обучения.
28	<p>Каким способом будет решена проблема*</p> <p><i>Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справиться с проблемой</i></p>	<p>Приложение, в котором будут присутствовать функции информационной рассылки и новостной ленты с помощью которого студенты смогут узнать расписание занятий и экзаменов, найти аудиторию, увидеть баллы в балльно-рейтинговой системе, пройти в университет по электронному пропуску, пообщаться с преподавателями. Включает в себя следующий функционал: - Личный кабинет - Расписание занятий – оценки и баллы в БРС - Электронный пропуск - Возможность коммуникации с преподавателями - Навигация по аудиториям</p>
29	<p>Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса*</p> <p><i>Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.</i></p>	<p>Оценка потенциала «рынка»: Студентов: Пользователями личного кабинета студентов и преподавателей будут студенты, которые знакомятся с университетом и его инфраструктурой, ищут информацию о расписании занятий, лекциях, экзаменах и впоследствии используют ЛК для получения информации о своих оценках. Согласно данным статистики, в России на 2022 год учились 8,1 млн студентов. В связи с этим, существует большой потенциал потребителей. Работодателей: работодатели также могут использовать личный кабинет студентов и преподавателей, чтобы найти талантливых выпускников и составить свой рейтинг университетов. Это может привлечь большое количество рекламодателей, что может быть основным источником дохода. Таким образом, потенциальная аудитория личного кабинета студентов и преподавателей очень широка, и оценка рынка показывает, что проект имеет большой потенциал. Оценка рентабельности: Для оценки рентабельности необходимо учитывать несколько факторов: • Доход от рекламы: личный кабинет студентов и преподавателей может привлечь рекламодателей, предоставляя доступ к целевой аудитории. Это может быть основным источником дохода для проекта.</p>

ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА

1. январь - май 2024г. - Доработка прототипа до MVP
2. июнь - октябрь 2024 г. - тестовое использование приложения
3. Октябрь - ноябрь 2024 г. - доработка приложения и продвижение приложения среди студентов
4. Декабрь 2024 - подготовка рекламных предложений и поиск рекламодателей