**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

<https://pt.2035.university/project/entra>*(ссылка на проект)*  07.11.23 *(дата выгрузки)*

| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления» |
| --- | --- |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 7721037218 |
| Регион ВУЗа | г. Москва |
| Наименование акселерационной программы | Технологии Будущего |
| Дата заключения и номер Договора | 13 июля 2023г. №70-2023-000649 |

|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Entra - сервис по поиску практик и стажировок для студентов |
| 2 | **Тема стартап-проекта\***  *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.* | *- ТН1. Цифровые технологии и информационные системы;* |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | *«Технологии информационных, управляющих, навигационных систем»* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *Технет* |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Новые производственные технологии TechNet"* |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - U1072454  - Leader ID 3475723  - ФИО Наавгуст Владислав Русланович  - телефон 8(910) 706 54 84  - почта vladnaav31@gmail.com |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**   | № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон,  почта | Должность  (при наличии) | Опыт и  квалификация  (краткое  описание) | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 |  | 3475723 | Наавгуст Владислав Русланович | Лидер проекта | 89107065484 | - | 1,5 года обучения в ГУУ по дисциплине “Проектная работа”, опыт участия в акселерационной программе | | 2 |  | 4152403 | Исмаилова Карина  Александровна | Генератор идей | 89637613071 | - | 1,5 года обучения в ГУУ по дисциплине “Проектная работа” | | 3 |  | 5040287 | Кошелев Сергей  Витальевич | Трабл-Шутер | 89688663811 | - | 1,5 года обучения в ГУУ по дисциплине “Проектная работа” | | 4 |  |  | Ермошин Георгий  Максимович | Координатор | 89671172910 | - | 1,5 года обучения в ГУУ по дисциплине “Проектная работа”, опыт участия в акселерационной программе | | 5 |  | 4107752 | Волчуков Никита Александрович | Исполнитель | 89252816822 | - | 1,5 года обучения в ГУУ по дисциплине “Проектная работа” | | 6 | U1746399 | 5108039 | Моисеенко Елизавета  Игоревна | Исследователь ресурсов | 89121251492 | - | 1,5 года обучения в ГУУ по дисциплине “Проектная работа” | | |
|  | **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 8 | **Аннотация проекта\***  *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* | **Описание продукта:** Проект представляет собой приложение/бота в сети телеграмм, обеспечивающего связь студентов, ВУЗов и компаний-работодателей для организации удобного сервиса по поиску практики.  Изначально, продукт будет сформирован конкретно для ГУУ, затем в планах создать сервис для Москвы и Московской области.  **Целью проекта** является создание единой базы для упрощенного поиска места практики/стажировки студентам, а также возможности выбора практикантов компаниям.  **В задачи входят**: облегчение и ускорение документооборота; обеспечение прозрачности и открытости информации для всех участников;  создание качественного сервиса;  продвижение системы практик в компании для большей заинтересованности в найме студентов.  **Главные потребительские сегменты**: студенты и компании.  В качестве **результата проекта** ожидается рабочая система для кафедры логистики ГУУ. Сам продукт будет выполнен в виде приложения с системой регистрации, со связью личного кабинета студента с внутренней базой данных приложения. |
|  | **Базовая бизнес-идея** | |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться\***  *Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации которого планируется получать основной доход* | Нашим продуктом является телеграмм бот/приложение/сайт, с помощью которого студенты смогут узнать о предлагаемой практике от компаний; hr менеджеры смогут увидеть то, какой кандидат попадет к ним на предприятие (успеваемость в вузе, личные достижения, активность студента) и уже решить, будут ли они брать данного студента на практику; заведующим кафедр это поможет с устройством всех студентов на практику в хорошие компании. |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает\***  *Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт* | 1. Решаем проблему **студентов**, связанную с выбором места прохождения практики/стажировки. Очень часто учащиеся не знают: как выбрать подходящую компанию и направление деятельности, какие обязанности ожидают во время работы, а также, как правильно заключать договор о прохождении практики с компанией и вузом. 2. Даем возможность **работодателю** находить студентов-практикантов/стажеров подходящих компании, чтобы эффективно заполнять свободные вакансии, обеспечивать поток свежих идей, обучать под свои потребности для дальнейшего сотрудничества, а также активно помогать студентам познавать будущую профессию. 3. **Сотрудники HR- отдела** смогут обеспечить себе удобный и эффективный способ взаимодействия с потенциальными студентами - практиканатами/стажерами. Также, у сотрудников HR- отдела появится возможность получать данные о навыках, успеваемости, уровне образования и видах деятельности потенциальных кандидатов, что поможет компаниям принимать интересующих их претендентов. |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты\***  *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.)* | 1. Студенты, которые ищут место для прохождения практики/стажировки. 2. Компании-партнеры университета, которые сотрудничают с ВУЗом, предлагая базы для практического обучения, а также рабочие места 3. Высшие учебные заведения, которые реализуют практическое обучение для студентов. 4. Сотрудники HR отделов логистических компаний 5. Главы кафедр вузов |
| 12 | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)\***  *Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта* | Наш продукт будет создаваться на основе следующих научно-технических решений:   * CMS * Языки программирования (Python, JavaScript, Java; TypeScript; C#; C++; PHP; Shell) * Фреймворки * Базы данных * Верстка * Кроссбраузерность * Продвинутая аналитика * ИИ * Нейросети (Chat GPT) |
| 13 | **Бизнес-модель\***  *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.* | **Бизнес-модель:** Взаимодействие с потребителем будет осуществляться в онлайн формате. Взаимодействие будет включать в себя: 1. **Для студентов**: Для начала будут отобраны ВУЗы, находящиеся в регионах Москвы и Московской области. Будут заключены договора о сотрудничестве. Следующим шагом будет использование данных ЛК студентов для перенесения их в анкеты приложения. Дополнительно будет составлена база данных московских университетов для абитуриентов со всей необходимой актуальной информацией. Платные услуги для них будут включать в себя: 1. Продажи составленных баз данных по кампаниям или ВУЗам. 2.Продажа готовых резюме или помощь в их конструировании, которые будут предоставляться на основе информации о моментах, которые интересуют работодателей наиболее сильно в анкете студента. Для продвижения анкет студентов возможно подключение платной услуги автоматической рассылки работодателям или нахождение объявления в верхушке списка. Данные услуги предоставляются в виде подписок. **Для компаний:** Схема услуг, предоставляемых кампаниям несколько схожа с тем, что получают студенты. Также имеется консалтинг по конструктору объявлений или полное их составление. Продвижение анкет работодателя будет осуществляться теми же способами, что и студенческих. Дополнительными платными услугами выступят консалтинг по оценке кадров, который будет включать в себя рекомендации по важным деталям резюме, на которые стоит обратить внимание и помощь в анализе первых анкет. Дополнительными источниками дохода будет служить реклама сторонних образовательных учреждений и программ . Важно указать предоставление таких бесплатных услуг, как режим инкогнито, в процессе которого только сам студент будет искать место прохождения практики, а запрос ему никто отправить не сможет., а также предоставление отчетности кампании, студенту и ВУЗу в автоматическом порядке по окончанию прохождения практики. Предусмотрена система жалоб и отзывов. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. Факультетус - цифровая платформа для университетов и колледжей, используемая в 100+ университетах с марта 2020 года. Онлайн-платформа для цифровизации ярмарок вакансий и иных карьерных процессов университетов и учреждений среднего профессионального образования. Включает инструменты скоринга и smart-тестирований. 2. HeadHunter - онлайн-платформа по подбору персонала, где можно найти как постоянную работу, так и подработку или стажировку. 3. SuperJob - IT-сервис по поиску работы и подбору сотрудников, есть раздел “Старт” для студентов, в котором есть подходящие вакансии, в том числе предложения о стажировках. 4. Яндекс.Работа - упразднённая веб-служба компании Яндекс, предназначавшаяся для поиска вакансий в регионах России, Украины, Белоруссии и Казахстана. Также можно найти стажировку. 5. Работа.ру - сервис, предоставляющий услуги по подбору персонала и поиску работы, являющийся третьим по величине в России. Есть предложения о стажировка. 6. Workhere - сервис по поиску работу и сотрудников. По большей части предназначен для работодателей. 7. Авито.Работа - раздел в сервисе “Авито” для поиска сотрудников. |
| 15 | **Ценностное предложение\***  *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* | Сервис Entra предоставляет быстрый и удобный доступа к информации на рынке практик и стажировок с возможность выбрать компанию под себя, сделать этот процесс прозрачным, более быстрым и доступным.  Сервис также помогает компаниям, которые ищут студентов для прохождения практики/стажировки, и дает им ценность в виде дополнительного потока рабочей силы, новых партнерств с ВУЗами, возможности масштабироваться за счёт притока "новых людей" и получать потенциальных будущих работников в штат.  Помимо этого, Entra помогает высшим учебным заведениям, которые ищут место для прохождения практики/стажировки своим студентам и новых партнеров, путем ускорения процесса нахождения практик для студентов, упрощения коммуникации с компаниями, повышения качества контроля за практическим обучением и, как следствие, улучшение качества образования в целом. |
| 16 | **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.)\***  *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* | Наше приложение делает упор на поиск практик обязательных для прохождения для каждого студента, на данный момент ни у одного из наших конкурентов этот аспект не реализован в достаточной мере, мы создаем прямой контакт между студентом, ВУЗом и работодателем. |
|  | **Характеристика будущего продукта** | |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)\***  *Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению* | **Пользовательский интерфейс и удобство использования:**   * Интуитивно понятный интерфейс для студентов и компаний, предлагающих практики. * Простая навигация и возможность фильтрации вакансий по различным критериям (местоположение, продолжительность, навыки и т.д.).   **Размещение информации о практиках и стажировках:**   * Возможность размещения разнообразных вакансий от компаний. * Конкретное и информативное описание каждой позиции (задачи, требования, условия).   **Профиль студента и персонализированные рекомендации:**   * Возможность создания профиля студента с указанием навыков, образования и интересов. * Возможность авторизации в сервисе с помощью личного кабинета студента. * Система рекомендаций, основанная на профиле студента, чтобы предложить наиболее подходящие вакансии.   **Инструменты для общения и связи:**   * Чаты или системы обратной связи для студентов и работодателей. * Возможность проведения интервью в онлайн-формате.   **Мобильная совместимость:**   * Адаптивный дизайн для удобства использования сайта на мобильных устройствах.   **Аналитика и отзывы:**   * Инструменты для оценки практик и стажировок студентами. * Отзывы о компаниях от студентов, завершивших стажировку.   **Безопасность и защита данных:**   * Гарантированная конфиденциальность личной информации студентов и компаний. * Меры по защите от мошенничества или недобросовестных предложений.   **SEO и маркетинг:**   * Оптимизация для поисковых систем для повышения видимости сайта. * Маркетинговые усилия для привлечения как можно большего числа студентов и компаний-работодателей.   Таким образом, обеспечив удобство использования, персонализацию, безопасность и качественное взаимодействие между студентами, компаниями и ВУЗами, сервис Entra станет конкурентоспособным и привлекательным для целевой аудитории. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\*  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Основную часть предполагаемых расходов будет составлять разработка собственного сайта - данную задачу планируется реализовать с помощью наемных сотрудников. Для проекта лучше всего подойдет модель многостраничного сайта, который имеет разветвленную структуру и множество ссылок.  Цены разработки подобных сайтов варьируются в диапазоне от 300000 до 350000 руб. Сроки исполнения - 14-30 дней. После разработки необходимо также ежемесячно оплачивать техническую поддержку сайта - 5000 - 10000 руб./мес.  Как указано выше, технической стороной разработки будут заниматься приглашенные сотрудники. Команда проекта обеспечить выполнение следующих работ:  Концептуализация проекта:   1. Разработка концепции проекта (определение целей и задач проекта, проведение исследований с целью выявить возможную успешность реализации проекта, определение основных характеристик проекта); 2. Маркетинговый анализ (выявление спроса, поиск и анализ конкурентов, существующих предложений); 3. Социальный анализ (опрос основных клиентских групп для выявления «болей»); 4. Финансовый анализ (финансовая оценка рынка; анализ первоначальных вложений, стоимости разработки, запуска MVP, запуска основного проекта, расходов на рекламу; анализ расходов на найм сотрудников, услуги сторонних компаний); 5. Анализ рисков (оценка благоприятных и неблагоприятных факторов); 6. Создание резюме проекта (написание паспорта проекта, создание презентации).   Этап планирования:   1. Создание календарного графика работ (планирование работы, постановка дедлайнов); 2. Распределение работ между участниками проекта (назначения ответственных лиц за выполнение конкретных задач); 3. Составление бюджета проекта (анализ предполагаемых расходов и вложений и согласование бюджета); 4. Поиск стейкхолдеров проекта (поиск потенциальных инвесторов: грантовые программы, частные инвесторы; поиск консультантов: работников отрасли, предприниматели; поиск партнеров и спонсоров) |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества\***  *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.)* | 1. Полная прозрачность процесса прохождения практики (регламенты, четкие требования, политика публикации предложений, посредничество ВУЗов);  2. Наличие реальных отзывов студентов, экспертных оценок;  3. Ускорение процесса поиска практики/стажировки;  4. Повышение качества практического обучения;  5. Расширение связей между образовательными организациями и бизнесом = формирование рабочей силы под реальные запросы;  6. Глубокая проработка логистического рынка, изучение специфики отрасли, требований работодателей и необходимых навыков для успешного трудоустройства.  7. Повышение % конверсии найма на 20-30% выше, чем у конкурентов. |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции**\*  *Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность* | Разработка сайта будет осуществляться сторонними сотрудниками. Преимущественно будут задействованы два языка программирования: HTML и CSS. Помимо этого, будут внедрены дополнительные инструменты: DNL, SSL-сертификат, защита от DDoS-атак, базы данных, хранение резервных копий, натяжка на CMS, SEO оптимизация, установка сервисов аналитики). Написание текстов для сайта, вакансий и т.п. будет осуществляться с помощью ИИ. (Chat GPT, Yandex GPT).  Интуитивно-понятный интерфейс будет обеспечен в процессе разработки сайта, а также его последовательной доработкой на основе отзывов пользователей.  Рейтинги работодателей будут формироваться на основе анализа вакансий, отзывов и критериев, составленных.  Система рекомендаций будет основана на базе ИИ, который будет принимать входящие данные, анализировать их и подбирать подходящие варианты. |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL**  *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* | Проверены гипотезы, проводятся интервью с ЦА, подготовлена канва продукта.  Уровень готовности продукта TRL - TRL 3 |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект соответствует следующим Стратегическим направлениям, направленным на достижение целевой модели развития ГУУ:   1. Стратегическое направление: «Подготовка нового поколения управленческих кадров как лидеров изменений» (Подпункт 1.2. «Университетская экосистема акселерации студенческих стартапов»); 2. Стратегическое направление: «Создание экосистемы сопровождения и реализации комплексных прорывных исследований по стратегическим направлениям научно-технологического и пространственного развития страны». |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Реклама в социальных сетях (ВКонтакте: официальные группы ВУЗов; Telegram-каналы), сарафанное радио, презентации для студентов, ярмарки вакансий.  Выбор данных каналов продвижения основан на удобстве доступа к целевой аудитории и гибких возможностях рекламы. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Основной поток сбыта будет идти через собственный сайт сервиса Entra. Кроме этого, планируется реализовывать продукт путем заключения договоров с ВУЗами и работодателями - на них можно выходить с помощью специализированных выставок, конференций. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | **Студенты:** У обучающихся существуют две основные “боли”, связанные с практикой. Первая из них - это несоответствие ожиданий и реальности, а вторая - ограниченные сроки выбора места практики. Страх неизвестности и отсутствие информации о месте проведения практики усложняют процесс выбора организации, однако многие ВУЗы требуют уже за полгода указать компанию, где будет проходиться данный вид отчетности. В связи с этим многие делают неудачный выбор в спешке и не получают должного опыта и навыков во время работы.  **Работодатели:** Компании набирают студентов на практику с целью воспитания и обучения будущих работников. Однако не все студенты старательные и ответственные. Из-за отсутствия четкой и полной информации о месте обучения, курсе, достижениях, успеваемости и личных качествах студента, работодатели часто берут недобросовестных работников, которые либо никак не способствуют качественной работе организации, либо вовсе нарушают ее. В то же время, подобные студенты не будут полезны компании в дальнейшем. Более того, некоторые обучающиеся могут вовсе предоставить некорректные или ложные данные о себе. Для этого работодателям необходим сервис, предоставляющий наиболее полную информацию о студентах и предлагающий выбор.  **ВУЗы:** Основной проблемой для учебных заведений является долгая процедура заключения договоров с компаниями, предоставляющими места для практики. Процедура занимает большое количество времени, а также заставляет уменьшать сроки подачи заявлений для студентов. В особенности это касается организаций проводящих одноразовую практику для конкретного студента, а не заключающих долгосрочное соглашение с учебным заведением. Также данная проблема относится и к самим работодателям. |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)\***  *Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта* | Благодаря системе отзывов интегрированной в нашем приложении мы помогаем **студентам** определиться с практикой, понять чего именно они хотят и какая работа им предстоит на той или иной должности.  Привязывая клиент к личному кабинету мы позволяем **HR менеджерам** видеть с кем именно они будут работать (личные данные, успеваемость), что позволит реально оценивать списки кандидатов. Также личный кабинет даст нам возможность систематизировать и ускорить заполнение документов на прохождение практик, что снимет часть работы с **ВУЗов** и позволит **студентам** оперативнее реагировать на вакансии.  Через нашу площадку **работодатели** будут доносить напрямую до студентов новые вакансии, разделяя их по специальностям и направлениям, что позволит получать качественно лучший результат работы, что более вероятно приведет к долговременному сотрудничеству. |
| 27 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции\***  *Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9, 10 и 24)* | **Студенты** хотят сэкономить свое время и пройти “полезную” для них практику. По этой причине они тратят много своих ресурсов, чтобы найти достойную компанию по их мнению. Соответственно, студенты в поисках удобной системы/платформы/личных связей, для того, чтобы за один раз решить все проблемы.  **Работодатели** хотят: чтобы их будущий сотрудник приносил пользу компании и желал в нее вернуться.. Они, с помощью hr-менеджеров, проводят в разных вузах конференции со студентами.. Это делается, чтобы : 1. найти подходящий вуз, в котором будет наиболее высокий процент подходящих студентов. 2. Подстроится под обучающихся(например, под студентов очного обучения), выявить их потребности и цели на практику/стажировку в компанию. Поскольку на обработку и анализ учащихся требуется много ресурсов и времени , компании в поисках заменить “рутину” на что-то простое. Именно это сможет предоставить наш продукт, т.к. в нем будет собрана база данных по каждому ВУЗу-партнеру.  **Вузы** хотят: обеспечить рабочую занятость студентам, получить выгоду с этого (повысить рейтинг вуза, завести новых партнеров) . Вузы также как и компании тратят много ресурсов для реализации стажировок и практик, соответственно, вузы также заинтересованы в упрощении “рутины” путем использования методов ускорения документооборота и подписания соглашений. Наш сервис поможет решить эти задачи. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | **Студенты:** Наш продукт предоставляет студентам наиболее полную информацию о работодателе. именно это позволяет проанализировать большое количество вариантов в ограниченные сроки и уложиться в них. Также будет облегчена связь с компанией, что также поможет быстрее устроиться на практику. Функция написания отзывов позволит студентам увидеть, как другие практиканты характеризуют работу в данной организации. Это поможет им в формировании четких ожиданий от практики.  **Работодатели:** Интеграция системы личных кабинетов в наш сервис позволит работодателю получать полную и достоверную информацию о личных данных студента, его успеваемости, курсе, ВУЗе и участии в дополнительных проектах. Это позволит подбирать наиболее подходящих и способных кандидатов на каждую из должностей.  **ВУЗы**: Сервис позволит обмениваться необходимыми документами с компаниями, а также проводить все необходимые процедуры по заключению договоров внутри него. Это позволит значительно сократить время заключения соглашений и четко определить обязанности сторон, часть из которых будет закреплена в самом сервисе для всех его партнеров. |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса\***  *Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.* | Наше дальнейшее развитие направлено на интегрирование нашей платформы в массы, чтобы студенты, работодатели и вузы могли просто и понятно найти практикантов, а практиканты в свою очередь хороших работодателей. Также дальнейшим развитием будет объединение всех вузов страны, а также колледжей.  Предполагаемое число клиентов - 7500. Ожидаем, что конверсия составит 20% при среднем чеке - 700 руб. Таким образом, рентабельность проекта составит: R = (1000000 - 420000-350000)\*0,2 / 700000 \* 100% = 26% |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

| *Этап реализации:*   1. *Поиск квалифицированных сотрудников, которые будут разрабатывать сайт, систему рекомендаций. (до 01.03.2024)* 2. *Поиск и заключение соглашений с компании-работодателями на публикацию вакансий. (до 01.03.2024)* 3. *Заключение соглашений с ВУЗами о сотрудничестве в области трудоустройства студентов и их практического обучения. (до 01.03.2024)* 4. *Разработка платформы (сайта) для запуска сервиса. (до 01.05.2024)*   *Этап завершения:*   1. *Оценка финансовой модели проекта.* 2. *Автоматизация основных бизнес-процессов.* 3. *Дальнейшее масштабирование на рынке РФ.* |
| --- |