Приложение №6

к Договору возмездного оказания услуг №70-2023-000732 от «12» июля 2023г.

**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

\_\_\_\_\_\_\_*\_\_\_\_\_(ссылка на проект) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(дата выгрузки)*

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование акселерационной программы | Т-шейп |
| Дата заключения и номер Договора | №70-2023-000732 от «12» июля 2023г |
| Наименование Исполнителя (ИНН, ЕГРИП) | ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ",ИНН 6165033136 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Inspire Me |
| 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.* | Творческое пространство, платформа для продвижения личного бренда и своих работ.Двусторонний сайт для художников и потенциальных покупателей, где можно покупать и продавать свои творческие работы, которые созданы как в материальном, так и в цифровом формате. |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Технологии доступа к широкополосным мультимедийным услугам. Базы данных |
| 4 | **Рынок НТИ** | Медианет |
| 5 | **Сквозные технологии** | 1. CMS (Content Management System) - платформа управления контентом, которая позволяет художникам легко добавлять, редактировать и удалять свои работы, описания, цены и другую информацию на своем сайте.2. SEO (Search Engine Optimization) - оптимизация сайта для поисковых систем, чтобы работа художников была более видимой для потенциальных клиентов в интернете.3. Расширенные возможности фильтрации и поиска - такие функции позволяют посетителям сайта легко находить работы художников по различным критериям, таким как стиль, техника, тема и т. д.4. Интеграция с социальными сетями - позволяет художникам легко делиться своими работами и получать обратную связь от аудитории через популярные платформы, такие как (*Instagram)*, Facebook, Twitter и др.5. Адаптивный дизайн - сайт должен быть оптимизирован для просмотра на различных устройствах, включая компьютеры, планшеты и мобильные телефоны.6. Онлайн-платежи - может быть включена возможность принимать онлайн-платежи за работы художников, что облегчает процесс покупки и продажи.7. CRM (Customer Relationship Management) - система управления отношениями с клиентами, которая помогает художникам отслеживать контакты, заказы и коммуникацию с клиентами.8. Аналитика - инструменты аналитики веб-сайта помогают художникам узнать, какие работы пользуются популярностью, откуда приходят посетители и как они взаимодействуют с сайтом.9. Большие данные |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID -1754909- Leader ID - 4328678- Гурина София Андреевна- 89604635779- gurina.sofia2004@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 иквалификация(краткоеописание) |
| **1** | **1754909** | **4328678** | **Гурина София Андреевна** | **Администратор, копирайтер, менеджер** | **89604635779****gurina.sofia2004@gmail.com** | **Лидер** | **был опыт в создании проекта в рамках студенческой программы обучения** |
| **2** | **1754965** | **667052** | **Орлова Мария Дмитриевна** | **Автор идеи, дизайнер** | **89188916926****maria2003orlova@gmail.com** | **исполнитель** | **был опыт в создании проекта в рамках студенческой программы обучения** |
| **3** | **1754956** | **4327488** | **Белицкая Алина Николаевна** | **опросы, анализ ЦА** | **89287644341****alinabelitskay@gmail.com** | **исполнитель** | **был опыт в создании проекта в рамках студенческой программы обучения** |
| **4** | **1754966** | **4330969** | **Хорошева Анастасия Геннадьевна** | **анализ конкурентов и банков** | **89181993033****nastya.khorosheva2004@gmail.com** | **исполнитель** | **был опыт в создании проекта в рамках студенческой программы обучения** |
| **5** | **1754961** | **1202157** | **Калини-ченко Софья Сергеевна** | **сбор информации и анализ конкурентов** | **89181793322 sonya.not00@gmail.com** | **исполнитель** | **был опыт в создании проекта в рамках студенческой программы обучения** |
| **6** | **1754963** | **2596904** | **Кирбитов Никита Алексеевич** | **тех.специалист** | **89898038834 Kirbitov.n@gs.donstu.ru** | **исполнитель** | **Джуниор full-stack разработчик. Опыт создания сайтов** |
| **7** | **1754960** | **5484176** | **Азовцев Никита Эдуардович** | **Front-end разработчик, дизайнер** | **+7 950 850 02 72****azovtsevnikita@mail.ru** | **исполнитель** | **Написание проектов различной сложности для компании FilmFreeway** |
| **8** | **1754959** | **1845216** | **Прохоров Александр Алексеевич** | **Аналитик ЦА, оформление экономической составляющей** | **+7(999)-472-07-03****prohorovpl2@mail.ru** | **исполнитель** | **Аналитик ЦА, оформление экономической составляющей** |

 |
|  | **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* | Сайт I`m- это двустороннее пространство для людей художественной профессии и для желающих посотрудничать или приобрести продукты творчества первых. Для художников мы предлагаем возможность выставлять свои работы на продажу и прописывать собственные цены. За счёт высокой посещаемости и известности сайта (это достигнется серией рекламных кампаний) художники будут иметь постоянный оборот целевой аудитории, что способствует быстрой продаже их работ. А так же, наш сайт предлагает зарегистрироваться и создать свой профиль. Художники смогут вести свою страницу, выкладывать короткие видеоролики и продвигать личный бренд. Для потребителей мы предлагаем удобный фронтэнд сайта, созданный в приятной цветовой гамме и учитывающий особенности удобства использования. На сайте представлен каталог картин, цены, описание каждой картины, корзина, анкета для оформления заказа, скидочные товары, темы картин, информация о команде разработчиков, поддержка и т.д. Наш сайт предоставляет широкий выбор работ на любой вкус, цены на любой бюджет, удобство и простота использования. Наши цели- сделать удобную онлайн платформу с рекомендациями для покупателей и реализовать продвижение для художников. Ключевым моментом является то, что выставление картин на сайте является бесплатным (предусмотрены платные подписки с более широким спектром возможностей)Задачи- придумать концепцию, опросить ца, сделать касдев художников, просчитать блок экономики полностью, сделать бэкэнд и фронтэнд сайта, отрисовать лого и придумать название, продумать и прописать каналы продвижения и рекламы.Ожидаемые результаты- успешный сайт, который в дальнейшем станет приложением и приобретёт функции онлайн аукциона, образовательной платформы и платформы для творческих знакомств. Окупаемость 2-3 года. Успешное приложение с большой аудиторией разных возрастов.Область применения результатов- образование, знакомства, продажа.Потенциальные потребительские сегменты- Коллекционеры и искусствоведы, Бизнесмены и предприниматели, Частные лица, Дизайнеры интерьеров, Маркетологи и рекламные агентства, Профили людей,  |
|  | **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* | Сайт I`m- это двустороннее пространство для людей художественной профессии и для желающих посотрудничать/приобрести продукты творчества художников. Сайт- платформа для художников, где они могут выставлять свои произведения и находить потенциальных клиентов для продажи своих художественных работ. А клиенты могут легко и быстро подобрать картину на свой вкус. |
| 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* | Проблемы художников:Проанализировав опросы, мы выяснили, что главной проблемой художников является продвижение своего творчества и привлечение клиентов. На продвижение уходит много времени.Проблемы заказчиков:1. Недостаток информации при поиске художника2. Оценка качества работы художника3. Бюджет и стоимость4. Географическое расположение не всегда доступно5. Непонимание и коммуникация межу заказчиком и художником6. Недостаток времени |
| 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.)* | Наша целевая аудитория включает в себя разнообразных художников:Художники:• Живописцы и графики от 14 лет и старшеЗаказчики:Коллекционеры и искусствоведы:Статус: Любители искусства, коллекционеры.Направление развития: Расширение собственной коллекции, поиск новых талантов.Сферы деятельности: Искусство и культура.Бизнесмены и предприниматели:Статус: Владельцы бизнесов, менеджеры.Направление развития: Украшение коммерческих пространств.Сферы деятельности: Бизнес и предпринимательство.Частные лица:Статус: Обычные потребители.Направление развития: Приобретение персонализированных искусственных работ, подарки.Сферы деятельности: Различные, включая личные интересы и хобби.Дизайнеры интерьеров:Статус: Профессиональные дизайнеры.Направление развития: Поиск уникальных произведений искусства для включения в проекты дизайна интерьера.Сферы деятельности: Дизайн интерьера.Маркетологи и рекламные агентства:Статус: Профессиональные маркетологи.Направление развития: Использование художественных материалов в рекламных кампаниях и брендировании.Сферы деятельности: Реклама и маркетинг.Профили людей:Статус: Различные пользователи приложения.Направление развития: Поиск искусства для собственных интересов и предпочтений.Сферы деятельности: Разнообразные, от хобби до профессиональных интересов. |
| 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* | Для создания сайта для художников, можно использовать различные научно-технические решения и/или результаты. Варианты, которые мы планируем внедрить в наш сайт в течение его развития:1. Разработка персонализированных профилей художников: С помощью существующих разработок в области веб-разработки и баз данных, можно создать сайт, позволяющий каждому художнику создать персональный профиль, на котором он может представить свои работы, контактные данные и другую информацию.2. Визуализация работ художников: Использование собственных или существующих технологий для визуализации изображений может быть полезным для создания галерей с работами художников на сайте. Например, можно использовать библиотеки JavaScript, такие как Three.js, для создания интерактивных 3D-визуализаций произведений и позволить посетителям сайта рассматривать их с разных ракурсов.3. Онлайн-галереи и магазины: С использованием существующих решений в области электронной коммерции, таких как WooCommerce или Shopify, можно создать собственный магазин для художников, где они могут продавать свои работы прямо через сайт. Это позволит художникам получать доход от своего творчества и сделает покупку произведений более удобной для посетителей сайта.4. Интеграция социальных сетей и общность художников: Для создания сайта сообщества художников можно использовать собственные или существующие решения для интеграции с социальными сетями, такими как Facebook или Instagram. Это позволит художникам делиться своими работами и взаимодействовать с другими художниками и ценителями искусства.Все эти возможности могут быть реализованы с помощью существующих технологий, таких как HTML, CSS, JavaScript, базы данных MySQL или PostgreSQL, а также с использованием фреймворков веб-разработки, таких как React, Angular или Django. |
| 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.* | 1. Отношения с потребителями:  - Сайт будет предоставлять платформу для художников, где они смогут загружать и продавать свои произведения. - Будет создана возможность для комментариев, лайков и обратной связи от потребителей, чтобы стимулировать взаимодействие и общение с художниками. - Будут проводиться конкурсы, где потребители смогут оценить и выбрать наилучшие произведения.2. Отношения с поставщиками: - Будут установлены партнерства с художниками и дизайнерами, чтобы привлечь качественный и уникальный контент. - Будет предложена аффилированная программа, где художники смогут получать комиссионные с продаж своих работ.3. Привлечение финансовых и иных ресурсов: - Будут привлечены инвестиции и спонсорство от компаний, связанных с искусством и дизайном. - Будут предоставлены платные услуги художникам, такие как продвижение и маркетинговая поддержка.4. Каналы продвижения и сбыта продукта: - Оптимизация сайта для поисковых систем, чтобы привлечь больше посетителей и потенциальных покупателей. - Продвижение в социальных сетях, через рекламные кампании и сотрудничество с влиятельными художниками и блогерами. - Разработка и расширение партнерских программ с другими площадками и онлайн-магазинами, чтобы увеличить охват аудитории и продажи. -Реклама в Instagram и Facebook, ориентированная на пользователей с интересами в искусстве и творчестве. -Создание видеороликов на платформах, популярных среди творческих людей, таких как YouTube, для демонстрации использования приложения и его возможностей. -Организация конкурсов и мероприятий в сотрудничестве с сообществами художников и творческих групп в реальном мире, например, на выставках и мастер-классах. -Сбор отзывов и рекомендаций от пользователей, а затем использование их в рекламных материалах и на веб-сайте. -Email-маркетинг для отправки персонализированных рассылок с информацией о новых художественных событиях и советами по знакомствам. -Оптимизация приложения на основе аналитики для улучшения пользовательского опыта и увеличения удержания.Пользовательский опыт и удовлетворение потребностей художников и потребителей будут на первом месте, и будут предприниматься дополнительные шаги для повышения возможностей продажи и доходности сайта. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. artnow.ru — на этом сайте можно продавать или творить на заказ (в том случае если найдутся люди заинтересованные в работах определенного художника) не только картины, но и скульптуры и предметы декоративного искусства.2. hiero.ru — на размещение принимаются как картины, так и фотографии. Для размещения работ нужно пройти регистрацию на сайте, она возможна только по приглашению любого художника сайта (т.е. по инвайту). Инвайт можно получит списавшись с художниками сайта. На сайте периодически проходят разные конкурсы, призы не очень большие, но победа в конкурсе может вызвать больший интерес к вашим работам.3. artonline.ru — это информационный портал, как пишет сама администрация сайта «И философия этого сайта зиждется на трех основных принципах: во-первых, создание информационного поля, отражающего артистические события, которые происходят в художественно-выставочной жизни Петербурга и других городов России; во-вторых, аналитическая и популяризаторская деятельность, в рамках которой публикуются самые различные тексты, соответствующие тематике сайта; в-третьих, создание виртуальных художественных галерей, которое осуществляется самими художниками, и служат как для презентации произведений, так и для выставления их на продажу».4. artgorod.ru — сайт специализируется как на продаже картин, так и на написании картин на заказ. По вопросам размещения картин в этой галерее нужно обращаться по адресу info@artgorod.ru.5. Artmajeur (artmajeur.com) - сервисом можно пользоваться бесплатно, при этом у вас будет ряд ограничений (например, комиссия 10% за продажу картины), а можно завести аккаунт с привилегиями, есть несколько видов сотрудничества. Самый бюджетный из них - от четырех евро.6. Artsgallery.pro - продажа картин художников разных стилей и жанров: от реализма до портрета на заказ. Размещение художников и картин бесплатное. Купить картины можно напрямую у собственников.7. vangogh.ru — заявки на размещение работ нужно присылать по адресу: gallery@vangogh.ru8. artrussian.com — чтобы разместить свои работы для продажи или рекламы на ресурсе artrussian.com, нужно прислать анкету и качественные фотографии художественных работ на почтовый ящик: art-babay@mail.ru.9. illustrators.ru — сообщество художников и иллюстраторов, на этом сайте можно как продать уже написанные картины, так и взять в работу заказ на написании картины или иллюстрации. Для того чтобы зарегистрироваться на сайте нужно пройти модерацию. Для того чтобы успешно пройти регистрацию нужно указать ссылки на три лучших работы или или указать ссылку на собственный — портфолио, содержащий работы высокого класса.10. arthit.ru — сайт специализируется на продаже авторских работ современиков, антиквариат не продает. Основные покупатели сайта: 60% США, 30% Великобритания, Австралия, Канада, Ирландия, 10% — остальные.12. Профи. Ру13.Ярмарка Мастеров |
| 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* | Каждый из членов нашей команды так или иначе связан с искусством и творчеством. Мы всегда хотели дать возможность не только себе, но и другим людям развиваться и работать в той сфере, к которой реально тянет, а не там, где приходится. - Для нас принципиально важно следить за обратной связью и совершенствоваться каждый день. Наша цель - обеспечить вам лучший выбор и качественное обслуживание.- Миссия: Мы стремимся сделать искусство доступным и ценным для всех. Мы верим, что художественные работы способны вдохновить и преобразить обычную жизнь, поэтому мы с гордостью предлагаем вам эксклюзивную продукцию от молодых художников.На I’M мы верим, что искусство для всех. Мы -платформа, призванная предоставить вам наилучший опыт покупки и продажи картин.Команда I’M предлагает вам свежие и уникальные произведения искусства, отражающие увлечения и перспективы современной молодежи.Мы создаем динамичное сообщество любителей искусства, где вы можете продать или приобрести произведение искусства, но и общаться, вовлекаться и учиться друг у друга. Посещайте мастер-классы, участвуйте в конкурсах и открывайте для себя эксклюзивные возможности общения с вашими любимыми художниками. |
| 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* | Почему именно мы?- Широкий ассортимент: Мы предлагаем уникальные картинные произведения и художественные работы разных стилей, жанров и тематик. У нас есть работы как классических мастеров, так и современных художников.- Качество и оригинальность: Все наши картины изготовлены с использованием высококачественных материалов, что обеспечивает сохранность их изображений на долгие годы. Каждая картина - оригинальное произведение и неповторимое в своем исполнении Что не всегда найдешь у конкурентов, так как каждая наша картина проходит проверку на подлинность.- Удобство покупки: Мы предлагаем удобную систему онлайн-заказа, с возможностью лично пообщаться с создателем произведения. Заказ и доставка картин осуществляются оперативно.- Надежность и безопасность: Мы гарантируем безопасность ваших данных. Все детали заказа остаются конфиденциальными, а портфолио картин и упаковки располагаются таким образом, чтобы избежать повреждений во время транспортировки. |
|  | **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* | 1. Дизайн: сайт имеет привлекательный и эстетически приятный дизайн, отображающий стиль и творчество художника. Дизайн сайта адаптирован пока только для версии ПК, версию для мобильных устройств мы добавим позже.2. Портфолио: сайт предоставляет возможность создания и отображения портфолио художника. Это включает в себя галерею с изображениями работ, описание каждой работы, информацию о техниках и материалах, использованных художником, отзывы и комментарии.3. Контактная информация: сайт имеет раздел с контактной информацией художника, чтобы потенциальные заказчики или посетители сайта могли связаться с ним : электронную почту, номер телефона, адрес галереи или студии.4. Блог или новости: сайт имеет раздел новостей, где художник может делиться своими мыслями, новыми работами или событиями, связанными с его творчеством.5. Онлайн-магазин: сайт имеет функцию онлайн-магазина, где посетители могут приобрести произведения и совершить покупку прямо на сайте.6. SEO оптимизация: сайт будет оптимизирован для поисковых систем, чтобы художник мог быть легко найден в интернете по своим работам или ключевым словам. |
| 18 | **Организационные, производственные и****финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Расходы 1. РАСХОДЫ НА СОЗДАНИЕ САЙТА, ПРОГРАММИРОВАНИЯ~500к ⁃ Домен ⁃ Хостинг ⁃ Разработка базы данных  ⁃ Верста под все виды браузеров и технику  ⁃ Онлайн касса  ⁃ Система управления  ⁃ Корзина и заказ  ⁃ Создание каталога и сортировка по каталогу ⁃ Модуль «Избранное» ⁃ Интеграция с соц. сетями  ⁃ Обратная связь ⁃ Личный кабинет покупателя  ⁃ Отзывы  ⁃ Каталог продукции  ⁃ Дизайн сайта  ⁃ Создание внутренней структуры  ⁃ Интерактивный расчёт стоимости  ⁃ Форма обратной связи  2. РАСХОДЫ НА ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ПОДДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ САЙТА ~100к.  3. РАСХОДЫ НА ПРОДВИЖЕНИЕ И МАРКЕТИНГ НА СТАРТЕ~ 80к ⁃ Размещение прямой рекламы в СМИ, в Интернете, наружной ⁃ Расходы на производство самой рекламы(материалы для плакатов и баннеров, аренда оборудования и помещения для съемки видеоролика, гонорары дизайнерам, копирайтерам, актерам) ⁃ Затраты на вспомогательные материалы, такие как фирменные сувениры, визитки, канцтовары, буклеты ⁃ Трейд-маркетинг, направленный непосредственно на взаимодействие с потребительской аудиторией: промоакции, конкурсы, лотереи, розыгрыши призов. ⁃ это продвижение в интернете, то есть затраты на создание сайта, в том числе дизайна и оригинального контента, его техническую поддержку, аккаунты и рекламу в соцсетях, на маркетплейсах, продвижение на сторонних ресурсах. ⁃ SEO 4. РАСХОДЫ ДЛЯ ПОДДЕРЖАНИЯ РЕКЛАМЫ И ПРОДВИЖЕНИЯ~80к 5. АНАЛИЗ РЫНКА- 20-25к 6. НАЛОГИ-  ⁃ оформление Ип ⁃ УСН «Доходы» 5%  ⁃ ЭЦП и регистрация торопливого знака- ⁃ комиссия при выводе средств-1% 7. ДИЗАЙН~350к ⁃ разработка дизайна-концепции и основного дизайна ⁃ дизайн внутренних страниц 8. ПРОТОТИПЫ~120к 9. БЭКЛОГИ И ТЗ~ 100к 10. ЗП ⁃ SMM-60к ⁃ бухгалтер-80к ⁃ юрист-50к ⁃ Работник на телефоне поддержки-20кИТОГО ~1400000 |
| 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. artnow.ru — Минусы:-некрасивый, устаревший и слишком переполненный интерфейс, взгляд не фиксируется -нет возможности прямого диалога с художником, можно только отправить письмо на почту -заказ оформляется по телефону или по почте -вся связь происходит исключительно через почту, даже между сайтом и художником, при оформление заказа на картину-нет номера телефона для обратной связи -полное отсутствие работ современных художников, в основном классика Плюсы+ есть отзывы, обратная связь, в виде почты + есть рекомендации +скидочные предложения+широкий поиск + включён форум для художников +есть версия сайта на английском языке +есть выставки и мероприятия 2. hiero.ru Минусы:-выставлять работы можно только по приглашению -при входе на сайт без регистрации не видны цены-у сайта очень устаревший дизайн-можно зарегистрироваться без приглашения, но это платно-500р-есть форум, но максимально неудобный -очень много бесполезной информации и сервисов -при нажатии на кнопку покупка картин, тебе предлагается тольлк 3 штуки на выбор, при том что и они не грузятся -МАКСИМАЛЬНО неудобный сайт с телефона, очень мелкий шрифт -для того, чтобы начать продавать, нужно иметь вертикальный счёт, на котором должна лежать определенная сумма (сумма не указывается) -также сайт постоянно слетает и приходится перезаходить Плюсы:+есть версия на английский языке+представлены работы разных стилей + географическое расположение художников-по всему миру 3. artonline.ru-сайт не работает без впн, а если работает, то несколько секунд  4. artgorod.ru —Минусы:-нет возможности связи с художниками -нет описания картин -у художников нет профилей-на сайте представлены работы исключительно художников с большим стажем и классическими картинами, современных работ буквально 2 -очень сложно зарегистрироваться в качестве художника, так и не нашла такую функцию Плюсы:+Удобный интерфейс, не отпугивающий дизайн +Простая регистрация в качестве заказчика +есть контактные данные для связи +не высокие цены, по сравнению с другими сайтами 5. Профи. ру-Плюсы :1. Широкий выбор специалистов2. Отзывы и рейтинги3. Удобство использования(на профи.ру удобный интерфейс)4. Гарантия на выполненные работы(многие специалисты на профи.ру предлагают гарантию на выполненные работы.)Минусы:1. Наличие отзывов-фейков2. Ограниченный географический охват(профи.ру основан на платформе онлайн-заказов, поэтому имеет ограниченный географический охват и может быть недоступен для некоторых регионов 3.Высокие цены ( бывает такое, что услугами специалиста воспользоваться напрямую дешевле, чем с профи.ру) 4.Нет гарантии , что специалист окажется высококвалифицированным и выполнить услугу качественно6. Ярмарка мастеров-Минусы:-Слишком много функция, глаза разбегаются -нет контактной информации в виде номера телефона -картины могут продавать только люди, зарегистрированный как: самозанятые, ооо, ип -не удобный, устаревший интерфейс-много рекламы на сайте Плюсы:+есть разделы с распродажами и скидками +удобный расширенный поиск +есть возможность связаться с мастерами +/- -представлены совершенно разнообразные работы, начиная от настольных игр, заканчивая тканями+есть возможность выбора способа доставки |
| 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* | Функционал, который сейчас есть:1. I’M• Информация о нашем бренде; Чем занимаемся; Небольшая база картин (ждём её)2. Каталог товаров:• Отображение товаров; по категориям и подкатегориям.• Фильтр: категоризация картин по стилю (абстрактное искусство, реализм, импрессионизм и т.д.) и жанру (пейзажи, портреты, натюрморты) Тут надо будет еще решить, как их будем фильтровать стиль или жанр.3. Страницы товаров:• Описание товара, фотографии, цена.• Система скидок/распродаж/лучший товар4. Корзина покупок:• Добавление товаров в корзину.• Управление количеством и удаление товаров.• Расчет общей суммы покупки.5. Адаптивный дизайн:• Оптимизация для просмотра на различных устройствах (компьютеры, планшеты, смартфоны).Функционал, который частично реализован:1. Каталог товаров:• Фильтрация товаров по различным параметрам (цена, размер, цвет и т.д.).2. Система обратной связи:• Форма для связи с поддержкой или отзывов. Функционал, который планируется в первую очередь: 1. Авторизация и регистрация:• Создание учетной записи пользователя.• Авторизация для доступа к персональной информации и истории заказов.2. Управление аккаунтом:• Изменение персональной информации (адрес доставки, контактные данные).• Просмотр истории заказов.3. Оформление заказа:• Ввод данных для доставки (адрес, способ доставки, способ оплаты).• Подтверждение заказа.4. Информация о доставке и упаковке:• Подробное описание процесса доставки картин, их упаковки и защиты от повреждений.5. Аналитика и отчетность:• Сбор и анализ данных о покупках, посещениях сайта и поведении пользователей.• Формирование отчетов для улучшения работы магазина.6. Поиск:• Возможность быстрого поиска товаров по названию или категории.7. Административная панель:• Управление товарами (добавление, редактирование, удаление).• Управление заказами (подтверждение, отмена, отслеживание статусов).• Управление пользователями и их данными.8. Безопасность:• Защита персональных данных пользователей (шифрование, политика конфиденциальности).• Защита от взломов.9. Блог или образовательный раздел:• Публикация статей о искусстве, истории художественных направлений, интервью с художниками и т.д.10. Уведомления:• Оповещения о статусе заказа (подтверждение, отправка, доставка).11. Галерея картин:• Отображение картины с высококачественными изображениями.• Возможность просмотра деталей и увеличения изображения.Функционал, который планируется в будущем: 1. Информация о художниках:• Страницы с информацией о каждом художнике: биография, портфолио, их работы в наличии.2. Размеры и материалы:• Указание размеров каждой картины и используемых материалов (масло, акрил, холст и т.д.).3. Социальное взаимодействие:• Возможность поделиться продуктами в социальных сетях.• Интеграция с платформами для отзывов и обсуждений товаров.4. Онлайн-консультации:• Возможность связаться с куратором или художником для консультаций по выбору картины.5. Виртуальное размещение в интерьере:• Инструмент для визуализации, как картина будет выглядеть в различных интерьерах.6. Поддержка аукционов или предзаказов:• Возможность участия в аукционах на картины или предзаказах новых работ художников.7. Поддержка местных художественных сообществ:• Организация выставок картин местных художников или участие в культурных событиях.8. Особые предложения и скидки:• Предоставление скидок или особых предложений для постоянных покупателей или при особых событиях. |
| 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* | Стартап-проект сайта для художников с точки зрения:-организационных аспектов: включает в себя установку целей и задач, планирование работы, определение структуры команды, управление процессами и планирование ресурсов. ГОТОВО- кадровых аспектах: были собраны специалисты из разных сфер, которые обладают навыками и знаниями в области веб-разработки, дизайна, маркетинга и управления проектами. Каждому партнёру были поставлены ясные задачи, определены роли и ответственности, и была создана командная динамика для эффективной работы и достижения целей стартапа. ГОТОВО- материальных аспектах: были учтены все необходимые ресурсы и финансовые затраты. Был проведен анализ расходов на разработку и поддержку сайта, приобретение программного обеспечения. Найдены каналы привлечения финансов. ГОТОВО |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или)****научно-техническим приоритетам****образовательной организации/региона****заявителя/предприятия\*** | Проект сайта для художников может быть соотнесен с научно-техническими приоритетами Донского государственного технического университета следующим образом:1. Развитие творческих навыков: Сайт для художников может предложить различные инструменты, пособия и уроки, которые помогут развивать творческие навыки студентов и преподавателей.2. Формирование коммуникативных навыков: Сайт может предоставлять возможность общения и обмена опытом между художниками, студентами и преподавателями.3. Продвижение новых технологий и методов в искусстве: Сайт может представлять новые технологии, программы и приложения, которые помогут художникам в их работе.4. Укрепление связей с научно-техническим сообществом: Сайт может предоставлять информацию о научно-исследовательских работах, проводимых университетом, исследовательских центрах и лабораториях, которая может быть полезна для художников при реализации своих проектов в разделе новости.5. Повышение осведомленности о научно-технических достижениях: Сайт может предлагать публикации, новости и анонсы о последних достижениях в области науки и техники, которые также могут быть интересны художникам в разделе новости.6. Развитие междисциплинарных подходов: Сайт может предлагать возможность для художников объединяться с представителями других дисциплин (например, портретисты с пейзажистами) для создания совместных проектов и исследований.Таким образом, проект сайта для художников может быть внедрен в рамках научно-технических приоритетов образовательной организации Донского государственного технического университета, способствуя развитию творческих и коммуникативных навыков, интеграции новых технологий в искусство и укреплению связей с научно-техническим сообществом. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести**кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | Наша маркетинговая стратегия нацелена на определение конкретной целевой аудитории и на создание уникального продукта для неё, который бы полностью удовлетворял все озвученные проблемы пользователей.Пути продвижения нашего проекта:1.**Яндекс.Бизнес.** –Рекламная подписка от Яндекс Бизнеса- это простой инструмент для предпринимателей, который автоматически запускает рекламу без больших бюджетов и сложных настроек. Задача Рекламной подписки — привлечь максимум клиентов, не превысив бюджет. Яндекс Бизнес определит, где выгоднее закупать рекламу прямо сейчас, и перенаправит деньги. Будет использовать только те объявления и площадки, которые приводят больше всего клиентов.2.**Контекстная реклама. Яндекс. Директ.**– «Директ» — это система, которая нужна, чтобы размещать контекстную и медийную рекламу на страницах «Яндекса» и его партнеров.3.**SEO**– это продвижение сайта в органической (естественной) выдаче Яндекса и Google. После внешней и внутренней оптимизации он попадет в топ-10 по целевым запросам.4.**Товарная реклама в прайс агрегаторах**­–Разместим товары вашего магазина в сервисах Яндекс.Маркет, Google Покупки, Товары@Mail.Ru, Price.ru. Настроим рекламу.5.**Email-marketing**–Рекламные email-рассылки*Офлайн варианты каналов продвижения:* 6.**Раздача листовок**–Раздача бумажного носителя информации в местах скопления ЦА7.**Реклама на радио**– Мы планируем начать продвигать наш продукт среди студентов ДГТУ, соответственно наиболее эффективным способом продвижения была бы реклама на местном радио, в журналах, на рекламных стендах. Для эффективной рекламы на радио мы можем создать подкаст об искусстве или художниках и о важности поддержки столь незащищенного слоя молодежи. Необходимо продумать программу выступления, его длительность и тд.8.**Стикеры и постеры**– Стикеры с простыми словами, по типу: «ищешь вдохновение? Заходи!» или «Рисуешь? Заходи!» и QR-код. Развешивать мы планируем в местах скопления творческой молодежи.9.**Ивент-событие**–1. Выставка современного искусства: Мы планируем создать выставку картин современных художников, представленных на нашем сайте. Пригласим молодых талантливых художников для демонстрации их работ и общения с посетителями. При этом создадим атмосферу, в которой посетители смогут в полной мере насладиться искусством, а также получить информацию о нашем сайте и возможности приобретения картин.2. Встреча с художниками: Организуем мероприятие, в рамках которого молодые художники смогут познакомиться с потенциальными покупателями. Предложим им возможность представить свои работы и рассказать о своем творческом процессе.3. Организация мастер-классов по искусству: Проведём серию мастер-классов, на которых молодые художники будут обучать посетителей различным техникам рисования и создания картин. Такая инициатива поможет нам привлечь людей, желающих изучить искусство и вдохновить их на приобретение картин.4. Аукционы искусства: Организуем аукцион, на котором можно приобрести картины от молодых и талантливых художников. Предложим уникальные работы и создадим атмосферу соревнования и возможности стать обладателем произведений искусства.5. Конкурсы искусства: Проведём конкурс, в котором молодые художники смогут представить свои работы. Отберём несколько победителей и проведём выставку их работ на нашем сайте. Это привлечет внимание молодежи, заинтересованной в участии в конкурсах и возможности продемонстрировать свои творческие способности. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется**использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | **1.Яндекс**- одна из самых популярных поисковых систем. Она предлагает широкий спектр сервисов и продуктов, включая поисковую систему, картирование, электронную почту, облачное хранилище, музыкальный и видео-стриминг, онлайн-покупки и многое другое.**2.Google** - является одним из крупнейших поисковиков в Интернете и предоставляет разнообразные сервисы и продукты, включая электронную почту Gmail, карты Google, облачное хранилище Google Drive, видеохостинг YouTube, мессенджер Hangouts и многое другое.**3.Safari**- это веб-браузер, разработанный компанией Apple Inc. Так же является одним из крупнейших.**4.Социальные сети**: использование популярных платформ социальных сетей (Instagram, Facebook, Pinterest, ВКонтакте…) для продвижения нашего художественного сайта, привлечения аудитории. |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Так как у нас двусторонний сайт мы опишем основные проблемы каждой из сторон.Художники-Художники сталкиваются с проблемой поиска своей целевой аудитории и заказчиков. Они испытывают трудности в развитии своего личного бренда, что чаще всего делается каждым с нуля. Большое количество сил и времени уходит на то, чтобы найти свою ЦА, зацепиться и сохранить фокус на себе. Всё время приходится думать о продвижении и маркетинге, а не о самом творчестве. Непонимание «где и как» продавать, «а делается ли всё правильно», «а продастся ли вообще»? В большинстве случаев работы начинающего художника не продаются и так и остаются лежать в столе. Вдобавок, абсолютное большинство сайтов выставляют работы художников только платно. Есть большая доля вероятности, что картину не купят, а место на сайте уже будет оплачено. Как итог- художники уходят в минус. Не окупается их труд, время, силы и материалы.*Может быть у нас получится развеять миф, что художники- это бедный народ?*Как следствие всего вышеперечисленного, наступает кризис и выгорание. Творческий блок или недостаток вдохновения могут замедлить творческий процесс и привести к поиску источников вдохновения. Такое явление может повлиять на эмоционально-психическое состояние личности, когда человек думает, что он бездарный и ни на что не годится.Заказчики-1. Недостаток информации: люди, которые ищут художников, могут столкнуться с недостатком информации о доступных художниках, их стилях и практиках. Это может затруднять процесс выбора и нахождения подходящего художника.2. Оценка качества работы: выбор художника может быть вызовом из-за неспособности оценить его профессиональный уровень и качество работы.Визуальное искусство является субъективным, и то, что может понравиться одному человеку, может не понравиться другому. Без предварительного просмотра работ художника может быть сложно сделать обоснованное решение.3. Бюджет и стоимость: некоторые люди могут иметь ограниченный бюджет для найма художника. Поэтому поиск художника, который соответствует их любымтребованиям, может быть сложным.4. Географическое расположение: иногда люди ищут художников для работы над каким-то проектом лично, но могут ограничиваться выбором художников всвоем регионе. Это может усложнить процесс поиска, особенно если требуется определенный стиль или специализация.5. Непонимание и коммуникация: из-за того, что художественное восприятие субъективно, может быть сложно точно объяснить свои желания и предпочтенияхудожнику. Это может привести к недопониманию и неудовлетворительному результату.6. Недостаток времени: некоторым людям может быть сложно найти достаточное время для поиска и выбора художника, особенно если проект требует срочного выполнения. |
| 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* | Проанализировав данные проблемы, можно сделать вывод, что все они решаемы, если создать такой сайт, который будет связывать художников разныхспециализаций и их заказчиков и где была бы широкая аудитория единомышленников, которые смогли бы делиться вдохновением. Это бы намного упростило процесс поиска нужного художника, также коммуникацию между заказчиком и художником,укоротило сроки создания работы, также дало бы возможность найти художника поблизости. А ещё такой сайт решил бы главную проблему художников- поиск работы, ведь аудитория у нашего сайта будет большой, а следовательно и количество заказов тоже. Более того, выставление своих работ на сайте будет бесплатным, что позволит сохранить бюджет наших пользователей |
| 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)* | Большинство художников «живут» своим творчеством, тратят на это время и вкладывают много денег на материалы. И очень часто все эти усилия не окупаются: картины не продаются, заказчики не находятся, приходит творческий кризис и заканчиваются деньги. Проанализировав опросы, мы выяснили, что главной проблемой художников является продвижение своего творчества и привлечение клиентов. Конкуренция среди художников и художественных работ велика, и это делает сложным выделиться. Из-за необходимости продвигать свои работы, художники вынуждены уделять больше времени на маркетинг и продажи, что не всегда приносит удовольствие, а лишь отнимает время и силы на изучение посторонней информации. Увеличение видимости их творчества и доступ к более широкой аудитории помогли бы решить насущные проблемы, что и предоставляет наше приложение. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Мы, команда амбициозных и пытливых предпринимателей, обеспечим вам возможность пользоваться сайтом, который будет удовлетворять вашу потребность в раскрутке и продаже ваших художественных работ, поможет вам в продвижении своего продукта, поспособствует совершенствованию своего навыка и насытит вдохновением сполна. С другой стороны, сайт обеспечит безопасную покупку и широкий выбор картин, удобный интерфейс и новости из мира искусства. |
| 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.* | При низком среднем чеке TAM (Total Addressable Market) - это максимальный рынок, то есть все потенциальные клиенты:TAM = Численность креативного класса \* Средний чек картин = 3.4 млн \* 5347 руб = около 18.2 миллиарда рублей.SAM (Serviceable Available Market) - это рынок, который доступен вашей компании с учетом факторов, таких как рыночная стратегия и прочее. Допустим, ваша компания может обслужить 20% креативного класса:SAM = TAM \* Процент рынка, доступный вашей компании = 18.2 млрд \* 0.20 = около 3.64 миллиарда рублей.SOM (Serviceable Obtainable Market) - это рынок, который ваша компания может реально привлечь. Предположим, это 10% от SAM:SOM = SAM \* Процент рынка, который ваша компания может привлечь = 3.64 млрд \* 0.10 = около 364 миллионов рублей.Таким образом, при предположении, что средний чек за картину составляет 5347 рублей, объем рынка картин для творческих людей в составляет около 18.2 миллиарда рублей для TAM, около 3.64 миллиарда рублей для SAM и около 364 миллионов рублей для SOM.При высоком среднем чекеTAM (Total Addressable Market):TAM = Численность креативного класса \* Средний чек картин = 3.4 млн \* 15428.6 руб = около 52.4 миллиарда рублей.SAM (Serviceable Available Market):Предположим, ваша компания может обслужить 20% креативного класса:SAM = TAM \* Процент рынка, доступный вашей компании = 52.4 млрд \* 0.20 = около 10.48 миллиарда рублей.SOM (Serviceable Obtainable Market):Предположим, ваша компания может привлечь 10% от SAM:SOM = SAM \* Процент рынка, который ваша компания может привлечь = 10.48 млрд \* 0.10 = около 1.048 миллиарда рублей.Таким образом, при среднем чеке за картину в 15428.6 рублей, объем рынка картин для творческих людей составляет около 52.4 миллиарда рублей для TAM, около 10.48 миллиарда рублей для SAM и около 1.048 миллиарда рублей для SOM |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| Также, будут воплощены такие идеи, как:﻿﻿-Выставление своих работ или услуг на продажу.﻿﻿-Различные учебные курсы.﻿﻿-Ведение своего профиля.﻿﻿-Возможность выставления историй и коротких роликов. |

**ДОПОЛНИТЕЛЬНО ДЛЯ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ**

**НА КОНКУРС СТУДЕНЧЕСКИЙ СТАРТАП ОТ ФСИ**:

(подробнее о подаче заявки на конкурс ФСИ - https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/#documentu )

|  |  |
| --- | --- |
| Фокусная тематика из перечня ФСИ(https://fasie.ru/programs/programmastart/fokusnye-tematiki.php ) |  |
| **ХАРАКТЕРИСТИКА БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ****(РЕЗУЛЬТАТ СТАРТАП-ПРОЕКТА)***Плановые оптимальные параметры (на момент выхода предприятия на самоокупаемость):* |
| Коллектив *(характеристика будущего**предприятия)**Указывается информация о составе**коллектива (т.е. информация по количеству, перечню должностей, квалификации), который Вы представляете на момент**выхода предприятия на самоокупаемость.**Вероятно, этот состав шире и(или) будет отличаться от состава команды по проекту, но нам важно увидеть, как Вы представляете себе штат созданного предприятия в будущем, при переходе на самоокупаемость*Техническое оснащение*Необходимо указать информацию о Вашем представлении о планируемом техническом оснащении предприятия (наличие технических и материальных ресурсов) на**момент выхода на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.* |  |
| Партнеры (поставщики, продавцы)*Указывается информация о Вашем**представлении о партнерах/**поставщиках/продавцах на**момент выхода предприятия на**самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.* |  |
| Объем реализации продукции (в натуральных единицах)*Указывается предполагаемый Вами объем реализации продукции на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше**представление о том, как может быть осуществлено* |  |
| Доходы (в рублях)*Указывается предполагаемый Вами объем всех доходов (вне зависимости от их источника, например, выручка с продаж и т.д.) предприятия на момент выхода 9 предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше**представление о том, как это будет**достигнуто.* |  |
| Расходы (в рублях)*Указывается предполагаемый Вами объем всех расходов предприятия на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше**представление о том, как это будет**достигнуто* |  |
| Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость*Указывается количество лет после**завершения гранта* |  |
| **СУЩЕСТВУЮЩИЙ ЗАДЕЛ,****КОТОРЫЙ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВОЙ БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ:** |
| Коллектив |  |
| Техническое оснащение: |  |
| Партнеры (поставщики, продавцы) |  |
| **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА***(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок,**но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)* |
| Формирование коллектива: |  |
| Функционирование юридического лица: |  |
| Выполнение работ по разработкепродукции с использованием результатов научно-технических и технологических исследований (собственных и/или легитимно полученных или приобретенных), включая информацию о создании MVP и (или) доведению продукции до уровня TRL 31 и обоснование возможности разработки MVP / достижения уровня TRL 3 в рамках реализации договора гранта: |  |
| Выполнение работ по уточнениюпараметров продукции, «формирование» рынка быта (взаимодействие с потенциальным покупателем, проверка гипотез, анализ информационных источников и т.п.): |  |
| Организация производства продукции: |  |
| Реализация продукции: |  |
| **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА****ПЛАНИРОВАНИЕ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА** |
| Доходы: |  |
| Расходы: |  |
| Источники привлечения ресурсов для развития стартап-проекта после завершения договора гранта и обоснование их выбора (грантовая поддержка Фонда содействия инновациям или других институтов развития, привлечение кредитных средств, венчурных инвестиций и др.): |  |
| **ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РАБОТ С ДЕТАЛИЗАЦИЕЙ** |
| Этап 1 (длительность – 2 месяца)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** |
|  |  |  |  |

 |
| Этап 2 (длительность – 10 месяцев)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование работы** | **Описание работы** | **Стоимость** | **Результат** |
|  |  |  |  |

 |
| **ПОДДЕРЖКА ДРУГИХ ИНСТИТУТОВ****ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ** |
| Опыт взаимодействия с другими институтами развития |
| **Платформа НТИ** |  |
| Участвовал ли кто-либо из членовпроектной команды в «Акселерационно-образовательных интенсивах по формированию и преакселерации команд»: | нет |
| Участвовал ли кто-либо из членовпроектной команды в программах«Диагностика и формированиекомпетентностного профиля человека /команды»: | нет |
| Перечень членов проектной команды,участвовавших в программах Leader ID иАНО «Платформа НТИ»: |  |
| **ДОПОЛНИТЕЛЬНО** |
| **Участие в программе «Стартап как диплом»** | нет |
| **Участие в образовательных****программах повышения****предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:** | нет |
| **Для исполнителей по программе УМНИК** |
| Номер контракта и тема проекта попрограмме «УМНИК» | --- |
| Роль лидера по программе «УМНИК» в заявке по программе «Студенческий стартап» | --- |

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

***Календарный план проекта:***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № этапа | **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа,****мес** | **Стоимость, руб.** |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| … |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Заказчик:**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донской государственный технический университет» | **Исполнитель:**Индивидуальный предприниматель Гусев Дмитрий Владимирович |
| **Проректор по научно-исследовательской работе****и инновационной деятельности****\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/Ефременко И.Н**. | **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /Гусев Д.В.** |