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\*** | 3D мармелад |
| 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.* | Производство мармелада на 3D принтере различных форм, состав которых будет исключительно натуральным |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Компьютерное моделирование наноустройств, наноматериалов и нанотехнологий |
| 4 | **Рынок НТИ** | FoodNet |
| 5 | **Сквозные технологии** |  |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID  - Leader ID  - ФИО Токарев Владислав Игоревич  - телефон  - почта |
| 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** | **U1752587** | **Id 428227** | **Ишханян Светлана Гургеновна** | **Производитель, администратор, генератор идей** | **89525658020**  **ishkhanyan.sg@gs.donstu.ru** |  | **Лингвистика** | | **2** | **U1753346** | **Id 4282151** | **Назаров Максим Евгеньевич** | **Генератор идей, производитель, администратор** | **89518287590**  **nazarov.me@gs.donstu.ru** |  |  | | **3** | **U1752605** | **Id 2120709** | **Трофименко Лидия Ивановна** | **Администратор, производитель** | **89286250545 Trofimenko.LI@gs.donstu.ru** |  | **Лингвистика** | | **4** | **U1753360** | **id 5197619** | **Токарев Владислав Игоревич** | **Генератор идей, производитель** | **89613170047 vladislaw.tockarew2016@yandex.ru** |  |  | | **5** | **U1753294** | **Id 4282173** | **Кущёва Алина Александровна** | **Администратор, генератор идей, производитель** | **89525735108**  **kushcheva.aa@gs.donstu.ru** |  |  | | **6** | **U1750473** | **id 4393815** | **Титов Михаил Евгеньевич** | **Производитель, администратор** | **89604671399**  **WUMAzxc@yandex.ru** |  |  | | |
|  | **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* | Идея данного проекта заключается в том, чтобы производить мармелад на 3D принтере различных форм, состав которых будет исключительно натуральным.  Можно будет открыть магазин, делать подарочные наборы или сотрудничать с кондитерами и изготавливать кондитерские элементы. |
|  | **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* | Продуктом, который будет продаваться, является мармелад 3D формы. |
| 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* | В современном мире увеличивается количество мармелада ненатурального качества, поэтому мы хотели бы внедрить более натуральный продукт. |
| 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.)* | Предпочитают больше всего вкус клубники, банана и яблока с кислой присыпкой, уровень образования не важен, географическое расположение не важно, сегмент B2C |
| 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* | Технология производства мармелада: разработка оптимальной технологии измельчения фруктов или ягод, определение оптимального соотношения ингредиентов и установление оптимальных режимов обработки сырья для получения качественного мармелада.  Управление качеством продукции: внедрение методов контроля качества сырья , контроля процесса производства (на всех этапах) и контроля готовой продукции.  Исследование и оптимизация вкусовых свойств: проведение исследований для определения оптимальных соотношений ингредиентов и разработка новых вкусовых комбинаций для мармелада. |
| 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.* | Создание ценности и получение прибыли:  Основной способ создания ценности - производство качественного и вкусного мармелада из натуральных ингредиентов.Прибыль планируется получать за счет продажи мармелада на розничном рынке или через интернет-магазин, а также за счет оптовых продаж поставщикам и организациям общественного питания.  Отношения с потребителями:  Планируется активное взаимодействие с потребителями через социальные сети, где можно будет получать обратную связь и предложения.  Отношения с поставщиками:  Планируется установление долгосрочных партнерских отношений с надежными поставщиками натуральных ингредиентов, которые подходят для производства мармелада.Будет проводиться постоянный контроль качества поставляемых ингредиентов.  Финансовые ресурсы:  Первоначальные инвестиции в открытие производства мармелада будут привлечены из собственных средств. Дальнейшую финансовую поддержку и развитие бизнеса планируется осуществлять за счет прибыли от продажи мармелада.  Каналы продвижения и сбыта:  Планируется продвижение товара через социальные сети, интернет-магазины и розничные точки продаж. Возможно участие в рекламных кампаниях и сотрудничество с блогерами и инфлюэнсерами для распространения информации о продукте. |
| 14 | **Основные конкуренты\***  *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | 1. ООО «Нестле Россия» 2. АО «Ударница» 3. ООО «ПЕРФЕТТИ ВАН МЕЛЛЕ» 4. ЗАО «КДВ Павловский Посад» 5. ООО «ХАРИБО КОНФЕТЫ» 6. АО «Би-энд-Би» |
| 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* | Клиенты должны иметь дела с нами, так как наш продукт более натуральный, чем у перечисленных конкурентов.   Качество и натуральность продукта: наш мармелад изготавливается из натуральных ингредиентов, без добавления искусственных консервантов, красителей или ароматизаторов. Мы гарантируем, что каждый кусочек мармелада содержит только полезные для здоровья компоненты, такие как фрукты, ягоды и соки.  Индивидуальный подход к клиентам: мы всегда готовы выслушать пожелания и потребности наших клиентов и предложить индивидуальные решения. Мы можем разработать уникальные вкусовые комбинации и упаковки с логотипом или дизайном заказчика, чтобы сделать наш мармелад еще привлекательнее для целевой аудитории. |
| 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* | Уникальность и качество продукта: мармелад является сладостью, которая пользуется популярностью у большинства потребителей, особенно среди детей. Уникальные вкусы и ароматы мармелада могут привлечь внимание покупателей и создать спрос на продукт. Кроме того, возможность предоставления экзотических вариантов мармелада (например, с экзотическими фруктами) может стать дополнительным конкурентным преимуществом.  Востребованность продукта: мармелад является популярной сладостью, которая имеет спрос на рынке. Благодаря уникальным вкусам и ароматам, а также качеству продукта, потребители могут предпочитать выбирать мармелад по сравнению с другими конкурентами на рынке.  Прибыльность бизнеса: покупатели готовы платить за качественный и вкусный мармелад. Более того, ограниченное предложение сезонных фруктов и уникальные рецепты могут повысить ценность продукта и спровоцировать спрос по более высоким ценам. |
|  | **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* | Форма и размер: мармелад можно выпускать в различных формах, таких как кубики, фигурки животных или фруктов и т.д. Размер мармелада также может варьироваться, от маленьких кусочков до крупных. К выбранному тематическому направлению можно подобрать форму и размер, которые соответствуют тематике, например, если это детский мармелад, то форма может быть в виде игрушек.  Цвет и аромат: мармелад может иметь различный цвет и аромат, что делает его более привлекательным для потребителей. Например, для праздничного мармелада можно использовать яркие и кричащие цвета.  Используемые ингредиенты и качество: качество и натуральность ингредиентов играют важную роль в конкурентоспособности мармелада. Использование натуральных ингридиентов придаст мармеладу более насыщенный вкус и аромат, а также добавит ему дополнительные питательные характеристики.  Упаковка: оригинальная и привлекательная упаковка также может быть важным фактором конкурентоспособности мармелада.Например, для детского мармелада упаковка может быть яркой и игровой, с изображениями персонажей из детских мультфильмов. |
| 18 | **Организационные, производственные и**  **финансовые параметры бизнеса\***  *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* |  |
| 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.)* | Натуральные ингредиенты: мармелад изготавливается из натуральных фруктов или ягод, что делает его более полезным и безопасным для потребления.  Высокое качество: мармелад имеет уникальный вкус, который отличает его от других продуктов этой категории.  Без добавления искусственных консервантов и красителей: это позволяет сохранить естественные свойства и цвет продукта.  Широкий ассортимент вкусов: мармелад предлагает большое разнообразие вкусов и ароматов, что удовлетворяет различные предпочтения и потребности покупателей.  Разнообразные формы и упаковки: мармелад может быть представлен в различных формах - кубиками, палочками, фигурками и т.д., а также упакован в разных вариантах (индивидуальные упаковки, баночки и др.), что делает его удобным для потребления и подарков. |
| 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* | Фруктовая основа: для создания мармелада необходима свежая или консервированная фруктовая основа. Технические параметры включают качество фруктов (свежих или консервированных), их состояние (целостность, влажность, содержание семечек) и степень предварительной обработки (очистка от кожуры, измельчение).  Гелевая основа: мармелад обычно содержит гелевую основу, которая делает его мягким и упругим. Технические параметры включают выбор и определение концентрации гелевых веществ, таких как пектины или агар-агар, и их взаимодействие с другими ингредиентами.  Кислотность: в зависимости от типа фруктов используется кислота, например, лимонная кислота или яблочная кислота, чтобы придать мармеладу более яркий и свежий вкус. Технические параметры включают выбор и определение концентрации кислоты, её взаимодействие с другими ингредиентами.  Ароматизаторы и красители: для придания мармеладу определенного вкуса и цвета могут использоваться ароматизаторы и красители. Технические параметры включают выбор и определение концентрации ароматизаторов и красителей, их взаимодействие с другими ингредиентами и степень сохранения аромата и цвета при производстве и хранении продукта.  Форма и упаковка: мармелад может иметь различные формы. Технические параметры включают выбор формы, её размер, степень упругости и оригинальность. Также необходимо разработать упаковку, обеспечивающую сохранность продукта во время транспортировки и хранения. |
| 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* | TRL 2 – Формулировка концепции технологии и оценка области применения. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или)**  **научно-техническим приоритетам**  **образовательной организации/региона**  **заявителя/предприятия\*** | Да FoodNet соответствуетнаучным и(или)  научно-техническим приоритетам ДГТУ |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\***  *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести*  *кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | 1. Социальные сети (ВК, YouTube, Telegram и др.) |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\***  *Указать какие каналы сбыта планируется*  *использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Онлайн-магазины: в современном мире все больше людей предпочитают делать покупки в интернете. Онлайн-магазины позволяют привлечь клиентов из разных географических областей и удобно продавать продукт, не имея физического магазина. Кроме того, наличие онлайн-магазина позволяет легко обрабатывать заказы и отслеживать продажи.  Розничные магазины и супермаркеты: они остаются основным каналом сбыта для продуктов питания. Расположение продукта на полках розничных магазинов и его наличие в супермаркетах позволяет привлечь местных клиентов и увеличить узнаваемость бренда. Также важно выбирать магазины, которые специализируются на продаже натуральных и экологически чистых продуктов, чтобы привлечь целевую аудиторию. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы\***  *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Качество сырья: если мармелад изготавливается с использованием низкокачественных ингредиентов, таких как консерванты, красители и ароматизаторы, это может негативно сказаться на его вкусе. Некачественные ингредиенты могут также вызвать аллергические реакции у некоторых людей.  Искажение вкуса и аромата: некоторые мармелады могут иметь искаженный вкус и аромат из-за применения сильных и искусственных ароматизаторов и добавок. Это может быть проблемой для тех, кто предпочитает натуральные и нежные вкусы.  Присутствие аллергенов: мармелад может содержать определенные аллергены, такие как фрукты, фруктовые кислоты и пектины. Это может вызывать аллергические реакции у некоторых людей, особенно у тех, кто страдает от фруктовой аллергии или пищевых непереносимостей. |
| 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* | Эти проблемы могут быть решены путем использования качественных ингредиентов, правильного соотношения и приготовления, правильного хранения и отказа от использования сильных и искусственных добавок и ароматизаторов. Также важно указывать наличие аллергенов на упаковке мармелада, чтобы потребители смогли принять информированное решение о его потреблении. |
| 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)* | Целевая аудитория для 3D мармелада может быть теми людьми, которые ценят высокое качество, инновационный и необычный дизайн, а также оригинальные и эксклюзивные продукты. Это могут быть любители сладостей, гурманы, коллекционеры, люди, ориентированные на статус и роскошь, а также те, кто готов заплатить высокую цену за уникальный продукт. Основная целевая аудитория может состоять из более состоятельных покупателей, которые могут позволить себе потратить больше на премиум-продукты. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\***  *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Качественный мармелад: мы предлагаем потребителям широкий ассортимент качественного и свежего мармелада. Наши продукты изготовлены из натуральных ингредиентов, без искусственных добавок и консервантов. Это позволяет устранить проблему, связанную с некачественным и вредным мармеладом, который может вызывать различные проблемы со здоровьем.  Разнообразие вкусов и форм: наш ассортимент включает в себя различные вкусы и формы мармелада. Это позволяет потребителям выбрать наиболее подходящий для них вариант и удовлетворить их предпочтения.  Удобная упаковка: наши товары упакованы в практичные и удобные для хранения и использования упаковки. Такая упаковка помогает потребителям сохранять мармелад свежим и предотвращает его ухудшение. |
| 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.* | Сегментация рынка: важно определить целевую аудиторию для продукта мармелада. Например, целевая аудитория может включать в себя людей всех возрастов, любящих сладости, а также любителей натуральных и качественных продуктов.  Размер рынка: оценка размера рынка может быть произведена на основе данных о потреблении сладостей в целом и специфических данных о спросе на мармелад в данном регионе.  Анализ конкуренции: важно оценить конкурентную ситуацию на рынке мармелада, включая главных конкурентов и их долю рынка. Анализ конкурентов может помочь понять, каким образом можно выделиться и достичь конкурентного преимущества.  Себестоимость продукта: необходимо провести анализ стоимости производства мармелада, включая затраты на ингредиенты, энергию, трудовые ресурсы и другие издержки.  Цена и спрос на продукт: Оценка оптимальной цены продажи мармелада, исходя из потребительского спроса и конкурентной ситуации на рынке.  Продвижение и маркетинг: необходимо рассмотреть планы по продвижению и маркетингу продукта, чтобы привлечь и удержать клиентов. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
|  |

**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 разработке  продукции 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 уточнению  параметров 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 членов  проектной команды в «Акселерационно-образовательных интенсивах по формированию и преакселерации команд»: |  |
| Участвовал ли кто-либо из членов  проектной команды в программах  «Диагностика и формирование  компетентностного профиля человека /  команды»: |  |
| Перечень членов проектной команды,  участвовавших в программах Leader ID и  АНО «Платформа НТИ»: |  |
| **ДОПОЛНИТЕЛЬНО** | |
| **Участие в программе «Стартап как диплом»** |  |
| **Участие в образовательных**  **программах повышения**  **предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:** |  |
| **Для исполнителей по программе УМНИК** | |
| Номер контракта и тема проекта по  программе «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.** |