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\*** | Онлайн-примерочная Crystal |
| 2 | **Тема стартап-проекта\****Указывается в рамках темы акселерационной программы, основанной на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынках НТИ и Сквозных технологиях.* | Создание стартапа, в направлении информационных технологиях,направленные на помощь людям в выборе одежды,относим себя к рынку НТИ Технет, сквозные технологии Виртуальная и дополнительная реальности |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | Нано-, био-, информационные, когнитивные технологии. |
| 4 | **Рынок НТИ** | Технет |
| 5 | **Сквозные технологии** | Виртуальная и дополненная реальности |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID **U1750786**- Leader ID **4392629**- ФИО **Дьяченко Юлия Николаевна**- телефон **89518498049**- почта **vanessrr1@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** | **U1750876** | **4392348** | **Эмилия Хбликян** | **главная по ЦА,****маркетингу**  | **89613218554****hblikyan.eo@gs.donstu.ru** | **глава по целевой аудитории** |  |
| **2** | **U1750877** | **4665440** | **Денис Ревенко**  | **расчеты**  |  |  |  |
| **3** | **U1750812** | **4965135** | **Валентин Дружинин** | **Поиск информации**  | **89245353412****samurai.samurai.men@gmail.com** |  |  |
| **4** | **U1750879** | **4970225** | **Александр Мищенко** | **презентация** | **79920413504****mishchenko.as@gs.donstu.ru** |  |  |
| **5** | **U1750796** | **4281520** | **Чумаков Данила Владимирович** | **оформление** | **89286031955****chumakov.dv@gs.donstu.ru** |  |  |
| **6** | **U1750803** | **4968035** | **Владислав Епишев**  | **оформление,структура работы**  | **961418765****epishev.vd@gs.donstu.ru** | **зам лидера** |  |
| **7** | **U1750811** | **4966576** | **Федяев Станислав Романович** | **Расчеты** |  |  |  |

 |
|  | **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* | Проект "Онлайн примерочная" предназначен для революционизации онлайн-покупок одежды. Целью является создание инновационной платформы, позволяющей пользователям виртуально примерять одежду перед покупкой. Задачи включают в себя интеграцию с ведущими онлайн-магазинами, и обеспечение удобного интерфейса.Ожидаемые результаты включают повышение удовлетворенности клиентов, сокращение возвратов товаров, и увеличение конверсии в продажи. Проект также нацелен на расширение областей применения в сфере моды, аксессуаров и обуви.Потенциальные потребительские сегменты включают онлайн-покупателей, людей, стремящихся экономить время при выборе одежды, и тех, кто ценит инновационные технологии в сфере шопинга. |
|  | **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* | Мы предоставляем сайт онлайн-примерочной, который поможет людям, которые хотят приобрести себе одежду, но долго определяются с выбором, так же не придётся ездить по разным магазинам в поисках нужной спортивной формы, пиджака или других вещей, это можно будет примерить онлайн и сразу посмотреть подходить вам одежда или нет.Наш сайт для покупки одежды довольно удобен и прост в использовании, это и есть наше главное преимущество: “Лёгкость в использовании и быстрый поиск нужной одежды именно для вас” |
| 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* | Проект "Онлайн примерочная" решает проблему онлайн-покупателей, сталкивающихся с неопределенностью в выборе одежды без возможности физической примерки. Традиционные онлайн-шопинги не предоставляют полного визуального восприятия размера, фасона и стиля изделий. Наша технология виртуальной примерки обеспечивает потребителей уникальной возможностью видеть, как будет выглядеть выбранный товар на них в реальном времени.Этот продукт решает проблему неудовлетворенности клиентов, вызванную покупками, которые не соответствуют их ожиданиям. Он также помогает сократить количество возвратов товаров, что является серьезной проблемой для онлайн-ритейлеров. Пользователи смогут более уверенно принимать решения о покупке, увидев, как новая одежда сочетается с их физическими параметрами и стилем.Таким образом, "Онлайн примерочная" предоставляет эффективное решение для улучшения онлайн-шопинга, делая его более удовлетворительным и персонализированным. |
| 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.)* | Юридические лица:Онлайн-ритейлеры одежды: Веб-платформы, специализирующиеся на продаже модной одежды и аксессуаров.Бренды и дизайнеры: Модные бренды и независимые дизайнеры, желающие предоставить своим клиентам уникальный опыт онлайн-примерки.Физические лица:Молодежь и студенты: Активные потребители модной одежды, готовые экспериментировать с стилем.Работающие специалисты: Занятые люди, ценящие свое время и ищущие удобные способы шопинга.Модные энтузиасты: Люди, следящие за последними трендами и стремящиеся к индивидуальному стилю.Географическое распределение:Глобальный рынок: Онлайн-примерочная ориентирована на мировой рынок электронной коммерции.Мегаполисы и крупные города: Сфокусирована на плотно населенные регионы с высоким уровнем интернет-подключения. |
| 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 3D-сканирования: Использование точных алгоритмов 3D-сканирования для создания детальных цифровых моделей одежды, учитывая их фасон, размеры и текстуры.Алгоритмы компьютерного зрения: Разработка высокоточных алгоритмов для обработки изображений и визуализации выбранной одежды на 3D-моделях пользователей в режиме реального времени.Интерактивный пользовательский интерфейс: Создание интуитивного и удобного интерфейса для пользователей, обеспечивающего легкость взаимодействия с виртуальной примерочной.Интеграция с онлайн-магазинами: Разработка механизмов интеграции с популярными онлайн-магазинами для автоматического импорта товаров и экспорта данных о покупках.Обеспечение безопасности данных: Использование современных методов шифрования и защиты данных для обеспечения безопасности личной информации пользователей.Проект "Онлайн пр |
| 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.* | Модель подписки: Предоставление услуги виртуальной примерочной по подписке, с ежемесячной или годовой оплатой. Это обеспечит стабильный доход и лояльность клиентов.Лицензирование технологии: Предложение лицензий на использование технологии виртуальной примерочной для онлайн-ритейлеров, брендов и дизайнеров, что может стать значительным источником дохода.Интеграция с онлайн-магазинами: Установка комиссионных сборов за успешные транзакции, при осуществлении покупок через виртуальную примерочную в интегрированных магазинах.Рекламные партнерства: Сотрудничество с модными брендами и рекламодателями для размещения рекламы и спонсорских материалов, создавая дополнительные источники дохода.Аналитика и данные: Предоставление анонимизированных данных о предпочтениях пользователей и модных тенденциях сторонним компаниям за определенную плату.Партнерства с онлайн-ритейлерами: Установление стратегических партнерств с крупными онлайн-ритейлерами для включения встроенной виртуальной примерочной в их платформы.Финансирование: Привлечение инвестиций от венчурных фондов или частных инвесторов для расширения масштабов и улучшения технологии. |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | У нашего проекта много прямых,и еще больше косвенных конкурентов: Из косвенных:Офлайн магазины, ателье, онлайн магазины, любые площадки для продажи одежды Из прямых: get-color.ru, GUCCI, Lamoda, ecco |
| 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* | В отличии от конкурентов мы предоставляем обзор 3д модели, человек заполняет свои параметры тела(начиная от возраста и пола, заканчивая различными параметрами охвата груди и бёдер и т.д.), благодаря чему пользователь сможет в полной мере рассмотреть подходит ли ему данная одежда. Так же на нашем сайте не будет навязчивой и бесполезной рекламы, которая перекрывает весь экран. |
| 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* | Стратегические партнерства: Установление партнерств с ведущими онлайн-ритейлерами и модными брендами обеспечивает доступ к эксклюзивным коллекциям, укрепляя позиции "Онлайн примерочной" на рынке.Лояльность пользователей: Удовлетворенные клиенты, использующие виртуальную примерочную, создают повторные продажи и рекомендации, что способствует устойчивости бизнеса.Данные и аналитика: Собранные данные о предпочтениях пользователей предоставляют ценную информацию для маркетинговых исследований и разработки модных тенденций, что может быть монетизировано через аналитические услуги.Конкурентоспособные цены: Эффективное использование технологий и оптимизированные процессы позволяют нам предложить конкурентоспособные цены для клиентов и партнеров.Глобальный потенциал: Модель подписки и лицензирование технологии обеспечивают глобальный охват рынка, что увеличивает потенциальные источники дохода.Постоянное развитие: Активное внедрение инноваций и обновлений, а также гибкость в адаптации к изменениям в индустрии моды, поддерживают устойчивость бизнеса на долгосрочной перспективе. |
|  | **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* | CMS(система управления контентом) - Headless Скорость сайта - 500-600мсЗеркало - без префикса www |
| 18 | **Организационные, производственные и****финансовые параметры бизнеса\****Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Выручка в месяц: 684кЗатраты в месяц: 362кНа основание проекта: 87кТребуемые ресурсы: работники, материальные(деньги) и технические(компьютеры) ресурсы. |
| 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.)* | Возможность создать свой 3D образ, на основе введенных размеров, и дальнейшее его использование для примерки одежды без вашего личного присутствия в магазинах |
| 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* | Технология 3D-сканирования: Использование точных алгоритмов 3D-сканирования для создания детальных цифровых моделей одежды, учитывая их фасон, размеры и текстуры.Алгоритмы компьютерного зрения: Разработка высокоточных алгоритмов для обработки изображений и визуализации выбранной одежды на 3D-моделях пользователей в режиме реального времени. |
| 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* | По методике **TRL**, на данный момент идея реализована на **третьем уровне**.- Сформулирована идея нашего сайта (продукта);- Проведен анализ существующих (похожих) решений;- Выявлена реальная потребность в данной технологии. Проект можно считать ценным, удобным, реализуемым и востребованным;- Предоставлено практическое использование нашей идеи;- Выявлена реализуемая концепция и определенно отсутствие похожих на наш продукт решений;- Описан план нашего сайта, возможный функционал, а также способы по взаимодействию с потребителями и производителями.- Построен образец (макет) нашего продукта, где показан вид построения сайта. Выведены компоненты, связи и взаимодействия. Разработан предварительный дизайн. |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или)****научно-техническим приоритетам****образовательной организации/региона****заявителя/предприятия\*** | Соответствует. |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести**кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения* | ***Онлайн:*** - продвижение в соц.сетях (SMM), - e-mail маркетинг - реклама на сайтах маркетплейсов и/или компаний - SEO - контекстная реклама*Оффлайн:* - реклама в газетах и журналах (объявления, рекламные блоки) - реклама в ТЦ (промо-стойка в ТЦ, листовки с магазинов) |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется**использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Наш продукт является **Косвенным сбытом**. Посредствам *посредничества* мы будем взаимодействовать как с производителями (бренды, компании, маркетплейсы), так и с потребителями (клиентами, покупателями). Можно сказать, что в приоритете стоит функция **Партнерского канала**. Отсюда будут идти ветки на **социальные сети** (где нам необходимо себя выставить) и на **сарафанное радио** (где клиенты будут рекомендовать нас).  |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9* | Покупка одежды “вслепую” является проблемой онлайн шопинга. Покупатель наблюдает фото одежды на стенде или фото модели в образе, не учитывая своих параметров: рост и(или) обхват бедер талии плеч. |
|  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* | Стартап-проект, позволяет закрыть большую часть проблем в сфере онлайн шопинга. Количество возвратов будет снижено. Удобство онлайн шопинга будут увеличено.  |
| 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)* | Потенциальный потребитель, при онлайн шопинге может столкнуться с проблемой выбора из-за большого ассортимента вещей в большом количестве магазинов. Человек может растеряться в этом изобилии товара и сделать неправильный выбор, который в будущем за собой потерю личного времени и возврат вещи обратно в магазин. |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* | Наш стартап-проект предлагает помощь в выборе одежды. По заданным параметрам мы получаем манекен, который позволит выбрать максимально комфортный и визуально красивый наряд. Также алгоритмы будут давать подсказки и советы с готовыми образами. |
| 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.* | Потенциал рынка безграничен, так как в наше время рынок онлайн покупок развивается в быстром темпе. Наш продукт идеально вписывается в этот рынок, предлагая свои услуги всем желающим сэкономить время. Также наш продукт позволит снизить количество возвратов до минимума, благодаря своему функционалу.  |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

| В дальнейшем с ростом потенциальных пользователей нашего сайта планируется добавление нового функционала в нашем сайте, направленного на облегчение выбора одежды для пользователей. Планируется увеличение количества разработчиков для более быстрого и качественного расширения функций нашего сайта. Сотрудничество с магазинами одежды, на прямую в будущем, позволит осуществлять покупки более быстро и дешевле заказывая их напрямую из магазинов. |
| --- |

**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»: |  |
| Участвовал ли кто-либо из членовпроектной команды в программах«Диагностика и формированиекомпетентностного профиля человека /команды»: |  |
| Перечень членов проектной команды,участвовавших в программах Leader ID иАНО «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 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.** |