**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта) | Псковгу |
| Карточка ВУЗа (по ИНН) | 6027138617 |
| Регион ВУЗа | Псковская область |
| Наименование акселерационной программы | Акселератор ПсковГУ |
| Дата заключения и номер Договора | «3» июля 2023 г. № 70-2023-000736 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** | | | | | | | | | |
| **1** | **Название стартап-проекта** | | | | | | *«Ви-Ар Класс»* | | | |
| **2** | **Тема стартап-проекта** | | | | | | *Виртуальный класс, который позволит учителям проводить уроки с использованием современных технологий, таких как виртуальная реальность* | | | |
| **3** | **Технологическое направление в**  **соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | | | | | | — | | | |
| **4** | **Рынок НТИ** | | | | | | **EduNet**— рынок продуктов и сервисов, которые вовлекают человека в развитие и реализацию своего потенциала. | | | |
| **5** | **Сквозные технологии** | | | | | | — | | | |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | | | | | | | | | |
| **6** | **Лидер стартап-проекта\*** | | | | | | Здесь заполняем информацию о капитане команды.   * UntiID — U1734461 * Leader ID — 4260136 * ФИО Тарасов Андрей Сергеевич * телефон 79532411430 | | | |
| **7** | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)** | | | | | | | | | |
|  | № | UntiID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое  описание) |
| 1 | U1734469 | — | Васильева Мария Владиславовна | Разработчик  Маркетолог | | 79113714464 |  | опыта нет |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА** | |
| 8 | **Аннотация проекта** | Цели проекта: решить проблему отсутствия доступа к современным методам обучения  Задачи проекта: позволить учителям проводить уроки с использованием современных технологий, таких как виртуальная реальность.  Ожидаемые результаты: Разработка виртуальной классной комнаты с основными функциями (создание учебного пространства, возможность проведения уроков, взаимодействие между учителем и студентами)  Интеграция существующих учебных материалов и программ  Разработка дополнительных интерактивных элементов (виртуальные экскурсии, эксперименты, визуализации)  Области применения результатов:учебные заведения города Псков  Потенциальные потребительские сегменты (кто будет покупать): инвесторы, Министерство Образования |
|  | **Базовая бизнес-идея** | |
| 9 | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет**  **продаваться** | Сформулировать идею проекта:. Ви-Ар Класс, который поможет решить проблему отсутствия доступа к современным методам обучения |
| 10 | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает** | Ученики смогут погрузиться в виртуальное пространство и получить уникальный опыт обучения |
| 11 | **Потенциальные потребительские сегменты** | Учитель по имени Александр. Он мужчина, 35 лет. Он работает в школе и преподает предметы связанные с информационными технологиями. У него есть жена и двое детей. В свободное время он увлекается программированием и интересуется новыми технологиями. Его мотивирует желание улучшить образовательный процесс и помочь студентам лучше усваивать материал.  Александр будет использовать продукт продукт во время своих уроков. В настоящее время он пытается удовлетворить потребности своих студентов с помощью традиционных методов обучения, таких как доска и презентации. Однако, продукт позволит ему создавать уроки с использованием виртуальной реальности, что сделает обучение более интерактивным и захватывающим. |
| 12 | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих разработок)\*** | Для реализации будут использоваться очки виртуальной реальности |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 13 | Бизнес-модель | Основные экономические показатели:  - Выручка: В зависимости от ценовой политики, предположим, что средняя цена продукта составляет $8. Предположим, что мы ожидаем продать 10 единиц продукта за год. Таким образом, выручка составит 8 \* 100 = $800.  - Инвестиционные затраты: Предположим, что для создания VR Classroom нам необходимо инвестировать $500  - Постоянные затраты: Предположим, что постоянные затраты на обслуживание и поддержку продукта составляют $50 в год.  - Переменные затраты: Предположим, что переменные затраты на производство и маркетинг составляют $200 в год.  - Прибыль: Выручка - (Инвестиционные затраты + Постоянные затраты + Переменные затраты) = $800 - ($500 + $50 + $200) = $50. |
| 14 | **Основные конкуренты** | Google Expeditions: Около 8 миллионов долларов в 2019 году  - ClassVR: Около 5 миллионов долларов в 2019 году  - Nearpod VR: Около 3 миллионов долларов в 2019 году  - zSpace: Около 10 миллионов долларов в 2019 году  -Vrbeing:Около 4 миллионов долларов в 2019 году |
| 15 | **Ценностное предложение** | Наш продукт, ви ар класс, предоставляет учителю возможность использовать современные технологии в образовательном процессе. Это позволяет создавать интерактивные и захватывающие уроки, которые будут легче усваиваться студентами Ви ар класс помогает учителю сделать обучение более интересным и понятным для молодежи, а также предоставляет инновационный инструмент для проведения уроков. Таким образом, наш продукт поможет Александру улучшить образовательный процесс и достичь лучших результатов в обучении своих студентов. |
| 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.)** | Я уверен(а), что проект может быть реализован, потому что мы провели исследования рынка и убедились в том, что наше предложение имеет высокий спрос.  Полезность и востребованность нашего проекта заключается в том, что мы предлагаем уникальные и инновационные решения, которых практически нет на рынке. Наш продукт/услуга приносит значительные преимущества для клиентов и имеет большой потенциал для расширения на различные рынки.  Мы считаем, что наш проект будет прибыльным, потому что мы правильно исследовали рынок и спрос, и спланировали эффективную стратегию маркетинга. Мы также в будущем собираемся применять современные технологии и методы управления, что поможет нам оптимизировать процессы и снижать издержки.  Наш бизнес будет устойчивым благодаря тому, что мы будем используем уникальные технологии, которых практически нет на рынке, что дает нам конкурентное преимущество. У нас также имеется большое количество потенциальных клиентов, и мы будем продолжать привлекать новых заинтересованных лиц. Мы также обеспечим качество продукции/услуги и отличный сервис для удержания клиентов. |
|  | **Характеристика будущего продукта** | |
| 17 | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)** | Очки виртуальной реальности, язык программирования С++ |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса** | Организационные параметры:  - Разработка и реализация стратегии продукта, включая исследование рынка, определение целевой аудитории и конкурентного преимущества продукта.  - Формирование команды специалистов по разработке, маркетингу и продажам.  - Определение бизнес-модели и ценовой политики.  - Создание системы управления проектами и контроля качества.  Производственные параметры:  - Разработка и тестирование программного обеспечения для продукта.  - Разработка и производство аппаратных компонентов для продукта (если таковые имеются).  - Установка и настройка программного обеспечения на устройствах клиентов.  - Поддержка пользователей и обновление продукта.  Финансовые параметры:  - Определение стартовых инвестиций для разработки и запуска продукта.  - Определение затрат на производство и маркетинг продукта.  - Определение цены продукта и прогнозирование доходов.  - Мониторинг и управление финансовыми показателями, такими как общая выручка, прибыль, расходы и прогнозы. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 19 | **Основные конкурентные преимущества** | Потенциальный объем рынка: 700 миллионов долларов к 2025 году  - Общий объем целевого рынка: Все учителя и студенты, которые могут использовать VR Classroom для обучения  - Доступный объем рынка: Те учителя и студенты, которые имеют доступ к необходимому оборудованию и технологиям  - Реально достижимый объем рынка: Те учителя и студенты, которые активно используют технологии в обучении и заинтересованы в VR Classroom |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции** | Опишите более подробно каждый параметр из пункта 12.  Пример:  *Очки виртуальной реальности: портативные устройства с ограниченным доступом, специальное устройство на голову, благодаря которому можно попасть в искусственно созданное 3D-пространство.* |
| 21 | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL** | Уровни готовности технологии:  TRL 1 –утвердили, что  MVP проекта будет представлять собой виртуальную классную комнату, где учителя смогут проводить уроки с использованием виртуальной реальности. В MVP будут реализованы основные функции, такие как создание учебного пространства, возможность проведения уроков и взаимодействие между учителем и студентами |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Описать, насколько проект нужен, актуален, значим. Пример: *Заказчиком проекта «Ви-ар класс» будут являться учебные заведения г.Псков, так как по итогам опросов в 2023 году было выяснено, что из-за слабой эффективности традиционного образования школьникам неинтересно учиться* |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта** | Социальные сети, сайты |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта** | Прямые продажи через сайт или платформу VR Classroom.  - Партнерство с образовательными учреждениями, которые будут использовать VR Classroom в своих программах обучения.  - Рекламные кампании и маркетинговые активности для привлечения учителей и студентов. |
|  | **Характеристика проблемы,**  **на решение которой направлен стартап-проект** | |
| 25 | **Описание проблемы** | Местный рынок плохо развит |
| 26 | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)** | Если местный рынок плохо развит, то одной из частей проблемы может быть недостаточное количество потенциальных клиентов, которые могут заинтересоваться продуктом. Чтобы решить эту часть проблемы, как руководитель бизнеса, я бы сосредоточился на маркетинговых и рекламных мероприятиях, чтобы привлечь больше клиентов на рынок. Это может включать в себя увеличение осведомленности о продукте через социальные сети, блоги, форумы и другие онлайн-ресурсы. Кроме того, мы можем проводить мероприятия для учителей и школьных администраторов, чтобы продемонстрировать возможности нашего продукта и показать, как он может улучшить образовательный процесс. Также мы можем предложить бесплатные пробные версии продукта для учителей, чтобы они могли попробовать его в своих классах и поделиться своим опытом с коллегами. В целом, наша задача как руководителя бизнеса - показать потенциальным клиентам, что наш продукт является инновационным и эффективным инструментом для обучения, что поможет нам привлечь больше клиентов на рынок. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 27 | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции** | Местный рынок плохо развит, недостаток опыта |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема** | Брать во внимание опыт других стран, изучать их способы и методы продвижения |
| 29 | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса** | Экспертные оценки емкости рынка для VR Classroom показывают, что рынок виртуальной реальности в образовании ожидается достигнуть 700 миллионов долларов к 2025 году.  Оценка динамики рынка на основе поисковых запросов показывает увеличение интереса к виртуальной реальности в образовании за последние несколько лет. |

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № этапа | **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа, мес** | **Стоимость, руб.** |
| 1 | Закупка, реклама | 6 мес. | 110 тыс.руб. |
| 2 | Продажа продукта | 6 мес. | 50 тыс.руб |