**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

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

|  |  |
| --- | --- |
|  | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ** |
| 1 | **Название стартап-проекта\*** | Применение умных зеркал в магазинах одежды |
| 2 | **Тема стартап-проекта\*** *Указывается тема стартап-проекта в рамках темы акселерационной программы, основанной на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынках НТИ и Сквозных технологиях.* | – ТН1. Цифровые технологии и информационные системы в образовании; |
| 3 | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\*** | *Технологии информационных, управляющих, навигационных систем* |
| 4 | **Рынок НТИ** | *TechNet*  |
| 5 | **Сквозные технологии** | *"Технологии машинного обучения и когнитивные технологии"*  |
|  | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА** |
| 6 | **Лидер стартап-проекта\*** | - Unti ID - 1321905- Leader ID- - ФИО – Остапенко Анна Сергеевна - телефон +7 (900) 548-46-87 - почта – annafantasy2@gmail.com  |
| 7 | **Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Unti ID | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) |
| 1 | U1751564 | id 3561608 | Карп Кирилл Петрович | ***Дизайнер***  | 89895920122kirillkarp384@gmail.com |  | ***студент*** |
| 2 | U1751557 | id 5452194 | Воробьёв Михаил Владимирович | ***Копирайтер*** | 89152056580gostrade92@yandex.ru |  | ***студент*** |
| 3 | U1751563 | 1337914 | Остапенко Анна Сергеевна | ***Администратор***  | +7 (900) 548-46-87 - почта – annafantasy2@gmail.com |  | ***студент*** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

 |
|  | **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* | Умные зеркала, оснащенные передовыми технологиями дополненной реальности и искусственного интеллекта, позволяющие клиентам виртуально примерять одежду и получать рекомендации по стилю и моде.***Цель проекта:*** Внедрение виртуальных технологий и искусственного интеллекта в зеркало, для упрощения похода в магазин и выбора образа. ***Конечный продукт:*** умное зеркало, которое будет подбирать образ человеку, исходя из егом предпочтений.***Потребительские сегменты***: коммерческие организации и частные лица |
|  | **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* | Будет продаваться зеркало, которое оснащено виртуальной реальностью и искусственным интеллектом. |
|  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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 результате проведенного опроса более 90% респондентов считают, что умное зеркало решит проблему долгого шоппинга и подбора наряда, а также сэкономит время на посещение стилистов.  |
| 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.)* | Потребительские сегменты: коммерческие организации (магазин одежды); стилисты, для быстрого перевоплощения и подбора новых образов; люди разных возрастов, которые хотят быстро и стильно нарядится в домашних условиях, не меря каждый образ отдельно. |
| 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* | На основе разработки нового искусственного интеллекта, который будет нацелен на сферу моды, а само воплощение в зеркале нового образа будет происходить уже на основе имеющееся виртуальной реакции. |
| 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.*  | Для создания данного продукта будут привлекаться разработчики искусственного интеллекта, которые создадут уникальный ИИ, направленный исключительно на сферу моды. Также потребуются конструктор-механик, который сможет подключить виртуальную реальность и ИИ к самому зеркалу. Каналы продвижения: страница VK и иные соц. сети, Youtube, сайт, специализированные выставки, презентации на собрании ип. Прибыль будет извлекаться за счет продаж данного «умного зеркала» |
| 14 | **Основные конкуренты\****Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | MemoMi – единственный конкурент умных зеркал в США |
| 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* | Это первая в России разработка умных зеркал, которая поможет сократить время похода в магазин, обойтись без стилиста. Заинтересованность целевой аудитории высокая (по результатам опроса). |
| 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* | Благодаря умному зеркалу мы сможем сэкономить время людей на походы в магазин и подбор образа, также предоставление услуги виртуального стилиста поможет уменьшить затраты на офлайн посещение. Люди смогут подобрать образ дома и прийти в магазин уже за конкретными вещами, а в случае, если магазин приобретет данный товар, то помимо экономии времени человека на каждое переодевание, люди смогут пользоваться услугами стилиста и получать новые тренды сезоны.  |
|  | **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* | - Вид локации: определяет место, в котором пользователь будет находиться виртуально. Это может быть, например, комната, улица или фантастический мир.- Графика и визуализация: включает в себя разрешение изображений, уровень детализации, качество текстур и эффектов, а также использование освещения и отображение теней.- Взаимодействие: определяет способы взаимодействия пользователя с виртуальным миром, такие как использование контроллеров, жесты, голосовые команды или глазные движения.- Аудио: включает в себя качество звука, пространственное звучание (3D звук), наличие фоновой музыки и звуковых эффектов, а также возможность использования голосовых команд и чат-коммуникации.- Производительность и оптимизация: важный аспект для обеспечения плавного отображения и работы VR приложения без задержек и снижения производительности. Это включает в себя оптимизацию кода, использование пакетной отрисовки и проверку требований к железу.- Комфортность использования: учитывает факторы, которые могут повлиять на комфортность использования VR приложений, такие как уровень движения, сенсацию вызывающие эффекты, возможность вызвать у пользователя головокружение или тошноту и прочие факторы.- Длительность и содержание: определяет длительность и содержание VR-приложения, такое как качество и продолжительность игрового сюжета или обучающего контента.- Совместимость и доступность: учитывает технические требования VR приложения и поддержку разных VR-устройств, а также доступность для широкой аудитории пользователей. |
| 18 | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса**\**Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | Технической стороной разработки будут заниматься приглашенные сотрудники. Команда проекта обеспечит следующие работы: **Этап концептуализации**• Разработка концепции проекта • Анализ рентабельности проектного предложения• Финансовый анализ• Социальный анализ• Анализ рисков• Технический анализ• Маркетинговый анализ• Резюме проекта **Этап планирования**• Создание календарного графика• Закрепление работ за участниками проекта• Составление бюджета проекта• Разработка базового плана проекта (исследование инвестиционных возможностей, описание бизнес-идеи, проведение функциональных исследований и т.д.)• Поиск стейкхолдеров: а) поиск спонсоров, партнеров и инвесторов б) заключение договоров с компаниями партнерамиПроведение анализа рисков, а также рекламное сопровождение |
| 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.)* | Нашими основными преимуществами будет:1. Экономия большого количества времени;
2. Новейшие технологии, которые способствуют качественной передаче информации и картинки;
3. Первый в России продукт.
 |
| 20 | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции**\**Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность* | Разработка искусственного интеллекта, которые направлен исключительно на сферу моды, а также придачи четкой и яркой картинки. Также ПО программа на базе новой операционной системы. |
| 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 итогам акселерационной программы осуществлены следующие виды работ:• Разработана концепция проекта * Проведён опрос целевой аудитории

• Проведён анализ рентабельности проектного предложения• Разработана бизнес-модель с бюджетом проекта• Проведён социальный анализ• Проведён анализ рисков• Проведен технический анализ создаваемого продукта• Проведен маркетинговый анализ• Сформировано резюме проекта• Разработан календарный график проекта• Закреплены работы за участниками проекта• Разработан базовый план проекта (исследование инвестиционных возможностей, описание бизнес-идеи, проведение функциональных исследований и т.д.)• Проведен анализ и определены потенциальные спонсоры, партнеры и инвесторы |
| 22 | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\*** | Проект соответствует следующим Стратегическим направлениям, направленным на достижение целевой модели развития ГУУ:- Стратегическое направление 1: «Подготовка нового поколения управленческих кадров как лидеров изменений» (Подпункт 1.2. «Университетская экосистема акселерации студенческих стартапов»);- Стратегическое направление 2: «Создание экосистемы сопровождения и реализации комплексных прорывных исследований по стратегическим направлениям научно-технологического и пространственного развития страны». |
| 23 | **Каналы продвижения будущего продукта\****Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | Каналы продвижения: страница VK, Youtube, специализированные выставки, презентации в вузах и колледжах. Выбор каналов продвижения обоснован с точки зрения максимального доступа к информации целевой аудитории. |
| 24 | **Каналы сбыта будущего продукта\****Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора* | Прямое заключение договоров, разработка собственного сайта, интернет-магазины, выставки. Выбор обоснован степенью доверия целевой аудитории к каналу сбыта. |
|  | **Характеристика проблемы,****на решение которой направлен стартап-проект** |
| 25 | **Описание проблемы\****Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  | Нехватка времени у людей на походы в магазин, а также незнание всех аспектов моды.  |
| 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* | Экономия времени на походы в магазин; замена дизайнера. |
| 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)*  | Для восполнения полученных знаний и практических навыков 80% опрошенных людей и предприятий готовы использовать наш продукт |
| 28 | **Каким способом будет решена проблема\****Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой* |  Одежду в магазине можно будет не мерить, а смотреть в зеркало и выбирать тип и стиль одежды; также искусственный интеллект подскажет и даст советы по новым трендам |
| 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.* | Данный проект будет являться первым в России. Точной оценки дать нельзя, однако рентабельность бизнеса будет. |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |
| --- |
| **Этап реализации**• Обеспечение команды профессиональными сотрудниками: поиск экспертов в области технологий, программистов• • Разработка ПО и интеллектуального интелекта, настройка и тестирование• Сбор первых заказов **Этап завершения**• Финальная проверка выполненной работы• Закрытие бюджета и всех схем• Запуск продукта |