

## ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА

<https://pt.2035.university/project/skif20>(ссылка на проект)

15.11.2023(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	<b>Название стартап-проекта*</b>	Skif2.0
2	<b>Тема стартап-проекта*</b> <i>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.</i>	Улучшение платформы SKIF
3	<b>Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ*</b>	ТЕХНОЛОГИИ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАСПРЕДЕЛЕННЫХ И ВЫСОКОПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫХ ВЫЧИСЛИТЕЛЬНЫХ СИСТЕМ.
4	<b>Рынок НТИ</b>	EDUNET
5	<b>Сквозные технологии</b>	ТЕХНОЛОГИИ ХРАНЕНИЯ И АНАЛИЗА БОЛЬШИХ ДАННЫХ

### ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА

6	<b>Лидер стартап-проекта*</b>	- U1749805 - 4659783 - Скрыпник Михаил Дмитриевич - +79287513097 - misaskrypnik79@gmail.com						
7	<b>Команда стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)</b>							
	<b>№</b>	<b>Unti ID</b>	<b>Leader ID</b>	<b>ФИО</b>	<b>Роль в проекте</b>	<b>Телефон, почта</b>	<b>Должность (при наличии)</b>	<b>Опыт и квалификация (краткое описание)</b>
	1	U1749805	4659783	Скрыпник Михаил	Лидер	+79287513097 misaskrypnik79	-	Разработка мобильных

						@gmail.com		приложений в AndroidStudio
2	U970340	4965077	Муховикова Алина	Взаимодействие с аудиторией		+79528785657 lina.mukhovikova@gmail.com	-	Проектная деятельность (Agrofest, Altterra)
3	U1749827	4402347	Чехлов Владислав	Помощник лидера		+79014927833 krickushka@gmail.com	-	
4	U1547178	4970161	Гордеев Данил	Дизайнер		+79515004779 dgord2106@bk.ru	-	Работа дизайнером и разработка в Unity
5	U1749833		Повержук Даниил	Программист			-	Frontend разработка
6	U1749825	4659520	Сапиев Марат	Дизайнер		+79525805699 sapiev.ma@gs.donstu.ru	-	Работа дизайнером
7	U1749828	2696337	Афанасиани Елизавета	SMM		Lizaaf0707@gmail.com	-	Форумы, и проектная деятельность в Т-университете

## ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ СТАРТАП-ПРОЕКТА

8	<p><b>Аннотация проекта*</b></p> <p><i>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</i></p>	<p><b>Цели:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Единое Приложение: Разработка приложения, объединяющего расписание, материалы, чаты и тесты.</li> <li>2. Интегрированные Чаты: Внутренняя чат-система для эффективной коммуникации.</li> <li>3. Улучшение UX: Оптимизация интерфейса для легкости использования.</li> <li>4. Пуш-Уведомления и Календарь: Оповещения о важных событиях и интегрированный календарь.</li> <li>5. Онлайн Образование: Возможности для онлайн консультаций и лекций.</li> </ol> <p><b>Результаты:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Повышенная Эффективность: Облегчение взаимодействия и повышение качества образования.</li> <li>2. Меньшая Зависимость от Сторонних Приложений: Упрощение коммуникации без использования внешних мессенджеров.</li> <li>3. Увеличение Удовлетворенности Пользователей: Создание приложения, соответствующего потребностям студентов и преподавателей.</li> </ol> <p><b>Задачи:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ Потребностей: Исследование потребностей для определения ключевых функций.</li> <li>2. Разработка Интерфейса: Создание удобного интерфейса и тестирование.</li> <li>3. Чат-Система: Реализация внутренней чат-системы.</li> <li>4. Пуш-Уведомления и Календарь: Внедрение системы оповещений и интегрированный календарь.</li> <li>5. Онлайн-Платформа: Разработка функционала для онлайн образования.</li> </ol> <p><b>Области Применения:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Образовательные Учреждения: Внедрение в университеты и колледжи.</li> <li>2. Корпоративное Обучение: Использование в корпоративных</li> </ol>
---	--	--

		<p>образовательных программах.</p> <p>Потенциальные Сегменты:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Студенты и Преподаватели: Улучшение учебного процесса.</li> <li>2. Корпорации и Центры Образования: Повышение эффективности обучения.</li> <li>3. Дистанционное Обучение: Возможность для организаций, осуществляющих дистанционное обучение.</li> </ol>
<b>Базовая бизнес-идея</b>		
9	<p><b>Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться*</b></p> <p><i>Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации которого планируется получить основной доход</i></p>	<p>Предлагается годовая подписка для получения полного доступа ко всем функциям Skif.</p> <p>Подписки на Skif будут предлагаться как основной источник дохода. Возможность расширения на другие университеты позволит увеличить базу подписчиков и масштабировать бизнес</p>
10	<p><b>Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает*</b></p> <p><i>Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт</i></p>	<p>Наше усовершенствованное приложение, названное "Skif", целенаправленно решает проблемы студентов и преподавателей ДГТУ, предоставляя цифровые инструменты для более эффективного учебного процесса.</p>
11	<p><b>Потенциальные потребительские сегменты*</b></p> <p><i>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.)</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Студенты ДГТУ: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Демография: Студенты различных курсов и специальностей.</li> <li>- Потребности: Удобное управление учебными материалами, эффективная подготовка к тестам, онлайн встречи для консультаций.</li> </ul> </li> <li>2. Преподаватели ДГТУ: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Демография: Преподаватели разных дисциплин и уровней опыта.</li> <li>- Потребности: Удобное ведение журналов, эффективная система тестирования, возможность организации онлайн встреч.</li> </ul> </li> <li>3. Учебные Заведения: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Категория Бизнеса: Университеты, колледжи.</li> <li>- Потребности: Централизованный инструмент для улучшения образовательного процесса, удобное взаимодействие между студентами и преподавателями.</li> </ul> </li> <li>4. Корпоративные Образовательные Программы: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Категория Бизнеса: Компании, предоставляющие образовательные услуги своим сотрудникам.</li> <li>- Потребности: Удобное управление корпоративными образовательными программами, мониторинг прогресса сотрудников.</li> </ul> </li> <li>5. Другие Университеты и Образовательные Организации: <ul style="list-style-type: none"> <li>- География: Национальный рынок.</li> <li>- Потребности: Необходимость современных образовательных технологий, улучшения коммуникации.</li> </ul> </li> </ol> <p>Сектор Рынка:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- B2B и B2C: Ориентирован как на учебные заведения (B2B), так и на конечных пользователей – студентов и преподавателей (B2C).</li> </ul>
12	<p><b>На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан продукт (с указанием использования собственных или существующих</b></p>	<p>- Система тестирования с адаптацией повышает эффективность обучения, адаптируя сложность вопросов под уровень каждого студента.</p>

	<p><b>разработок)*</b></p> <p><i>Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Цифровые журналы упрощают ведение учета успеваемости, сокращая рутинные процессы для преподавателей.</li> <li>- Система пуш-уведомлений и календарь интегрируются для своевременного оповещения о важных событиях и сроках.</li> <li>- Интегрированные инструменты для онлайн встреч улучшают доступность консультаций и взаимодействия внутри приложения.</li> </ul>
13	<p><b>Бизнес-модель*</b></p> <p><i>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.</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подписочная Модель: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Описание: Предоставление годовой подписки на полный функционал приложения студентам и преподавателям.</li> <li>- Преимущества: Обеспечивает стабильный и предсказуемый доход, сохраняя при этом права и собственность на приложение у компании.</li> </ul> </li> <li>2. Масштабирование на Другие Университеты: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Описание: Расширение целевой аудитории путем предложения подписок другим университетам.</li> <li>- Преимущества: Развитие бизнеса за счет привлечения новых клиентов, расширение географии использования приложения.</li> </ul> </li> <li>3. Дополнительные Опции и Услуги: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Описание: Предложение дополнительных функциональностей или услуг (например, персональные консультации, расширенная аналитика) за дополнительную плату.</li> <li>- Преимущества: Дополнительные источники дохода, удовлетворение индивидуальных потребностей пользователей.</li> </ul> </li> <li>4. Партнерские Соглашения с Образовательными Институтами: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Описание: Установление партнерских отношений с университетами для совместного продвижения и использования приложения.</li> <li>- Преимущества: Увеличение доверия клиентов, расширение распространения приложения через официальные каналы.</li> </ul> </li> <li>5. Рекламные Партнерства: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Описание: Сотрудничество с компаниями, предоставляющими образовательные услуги или ресурсы, для размещения рекламы в приложении.</li> <li>- Преимущества: Дополнительные поступления средств за счет рекламных партнеров, при условии минимизации воздействия на пользовательский опыт.</li> </ul> </li> </ol> <p>Стратегия Привлечения Финансовых Ресурсов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Привлечение инвестиций на начальном этапе для разработки и запуска приложения.</li> <li>- Генерация дохода сразу после запуска через подписочную модель.</li> </ul> <p>Продвижение и Сбыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Маркетинговые кампании, ориентированные на студентов и преподавателей в ДГТУ.</li> <li>- Активное взаимодействие с образовательными сообществами и организациями.</li> </ul>
14	<p><b>Основные конкуренты*</b></p> <p><i>Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)</i></p>	<p>EduDonstu Tapp MyEduDonstu Skif</p>
15	<p><b>Ценностное предложение*</b></p> <p><i>Формулируется объяснение, почему клиенты должны вести дела с вами, а не с вашими конкурентами, и с самого начала делает</i></p>	<p>Наше приложение предлагает революционный подход к образованию, предназначенный специально для студентов и преподавателей ДГТУ. Мы обеспечиваем:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Интегрированное Образовательное Пространство: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ценность: Единое приложение, объединяющее расписание,</li> </ul> </li> </ol>

	<p><i>очевидными преимуществами ваших продуктов или услуг</i></p>	<p>тесты, цифровые журналы и онлайн встречи для максимальной удобства и эффективности.</p> <p>2. Персонализированные Уведомления: - Ценность: Пуш-уведомления, индивидуально адаптированные к потребностям студента, включая напоминания о сроках сдачи работ и важных событиях.</p> <p>3. Улучшенная Система Тестов: - Ценность: Инновационные методы оценки знаний, обеспечивающие более точную оценку успеваемости студентов.</p> <p>4. Онлайн Взаимодействие: - Ценность: Возможность проведения онлайн встреч и консультаций внутри приложения, обеспечивая более тесное взаимодействие между студентами и преподавателями.</p> <p>5. Подписка на Успех: - Ценность: Годовая подписка на наше приложение, предоставляющая полный доступ к инновационным функциям, сохраняя при этом права и собственность на приложение у нас.</p> <p>Наше приложение не только оптимизирует учебный процесс, но и создает пространство для углубленного взаимодействия в образовательном сообществе. С нами обучение становится более увлекательным, удобным и персонализированным.</p>
16	<p><b>Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества (включая наличие уникальных РИД, действующих промышленных партнеров, доступ к ограниченным ресурсам и т.д.); дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.)*</b></p> <p><i>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</i></p>	<p>Обоснование Реализуемости Бизнеса для Усовершенствованного Образовательного Приложения:</p> <p>1. Комплексное Решение: - Уникальность: Наше приложение предлагает полный цикл образовательных инструментов, от системы тестирования до онлайн встреч, что делает его комплексным и уникальным на рынке.</p> <p>2. Персонализация и Эффективность: - Конкурентные Преимущества: Изменение системы тестов и введение цифровых журналов улучшает индивидуальный подход к обучению, обеспечивая высокую эффективность и конкурентное преимущество.</p> <p>3. Инновационные Уведомления: - Уникальные РИД: Разработка интеллектуальной системы уведомлений, основанных на сроках и задачах, придает нашему продукту конкурентное преимущество в области организации образовательного процесса.</p> <p>4. Онлайн Взаимодействие: - Действующие Промышленные Партнеры: Партнерство с учебными заведениями, включая ДГТУ, обеспечит активное внедрение и поддержку приложения, что усилит его позицию на рынке.</p> <p>5. Гибкая Бизнес-Модель: - Доступ к Ограниченным Ресурсам: Годовая подписка обеспечивает стабильный доход и финансовую устойчивость, а возможность расширения на другие университеты увеличит клиентскую базу.</p> <p>6. Востребованность Образовательных Технологий: - Дефицит и Востребованность: В условиях растущего спроса на инновационные образовательные технологии, наше приложение предоставляет актуальные и востребованные решения.</p> <p>Обобщенно, наше усовершенствованное образовательное</p>

		приложение не только решает текущие проблемы студентов и преподавателей, но и предоставляет комплексное, инновационное решение, что делает его устойчивым и востребованным на рынке образовательных технологий.
<b>Характеристика будущего продукта</b>		
17	<p><b>Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)*</b></p> <p><i>Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению</i></p>	<p>1. Система Тестов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Технология adaptiTest: Внедрение адаптивной системы тестирования, анализирующей успеваемость и предоставляющей персонализированные вопросы для оптимизации обучения.</li> </ul> <p>2. Цифровые Журналы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Технология eJournals: Создание цифровых журналов с возможностью ведения записей, прикрепления файлов и взаимодействия с контентом образовательных курсов.</li> </ul> <p>3. Пуш-Уведомления:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Интеллектуальная Система: Разработка системы уведомлений, интегрированной с календарем, оповещающей о предстоящих событиях, важных датах и сроках сдачи работ.</li> </ul> <p>4. Онлайн Встречи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Интегрированная Видео-Платформа: Внедрение видеоконференц-системы внутри приложения для организации онлайн встреч и консультаций.</li> </ul> <p>5. Мультиуниверситетская Подписка:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Гибкая Архитектура: Разработка гибкой структуры подписки, позволяющей подключаться университетам по всему миру, расширяя аудиторию.</li> </ul> <p>6. Пользовательский Интерфейс:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- User-Centric Design: Создание интуитивно понятного интерфейса с акцентом на удобство использования для студентов и преподавателей.</li> </ul> <p>Обоснование соответствия идеи тематическому направлению (лоту):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Образовательные Технологии: Все параметры направлены на улучшение образовательного процесса, повышение эффективности обучения и обеспечение комфортного взаимодействия студентов и преподавателей в образовательной среде.</li> </ul>
18	<p><b>Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса*</b></p> <p><i>Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности</i></p>	<p>1. Организационные Аспекты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Команда: Формирование высококвалифицированной команды, включающей разработчиков, дизайнеров, маркетологов и специалистов по образовательным технологиям.</li> <li>- Партнерства: Установление партнерских отношений с образовательными учреждениями для тестирования и внедрения приложения.</li> </ul> <p>2. Производственные Параметры:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Агильная Разработка: Внедрение методологии агильной разработки для оперативного реагирования на потребности пользователей и внесения улучшений.</li> <li>- Система Обратной Связи: Создание механизма обратной связи для сбора мнений пользователей и адаптации приложения</li> </ul>

		<p>под их ожидания.</p> <p>3. Финансовые Аспекты:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Модель Подписки: Разработка гибкой модели подписки с конкурентоспособными тарифами для студентов и университетов.</li> <li>- Расширение Маркетинговых Усилий: Инвестирование в маркетинг и рекламу для привлечения новых подписчиков и расширения аудитории.</li> </ul> <p>4. Техническая Инфраструктура:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Облачные Технологии: Использование облачных технологий для обеспечения масштабируемости и надежности сервиса.</li> </ul> <p>5. Партнерские Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Сотрудничество с Учебными Издательствами: Установление партнерских отношений с учебными издательствами для интеграции образовательных материалов в приложение.</li> </ul>
19	<p><b>Основные конкурентные преимущества*</b></p> <p><i>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.)</i></p>	<p>1. Интегрированное Образовательное Пространство:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Уникальность Подхода: Полноценное объединение всех образовательных аспектов в одном приложении, от тестов и журналов до онлайн встреч, обеспечивая всеобъемлющий опыт.</li> </ul> <p>2. Персонализированные Уведомления:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Точные Пуш-Уведомления: Разработка точной системы уведомлений, включая сроки сдачи работ, что обеспечивает студентов информацией в нужный момент.</li> </ul> <p>3. Гибкая Система Тестирования:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Адаптивные Тесты: Изменение системы тестов, включая адаптивные тесты, которые подстраиваются под уровень знаний студента, повышая эффективность обучения.</li> </ul> <p>4. Удобные Онлайн Встречи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Интегрированные Виртуальные Встречи: Возможность проведения удобных онлайн встреч прямо внутри приложения, что экономит время и повышает доступность общения.</li> </ul> <p>5. Годовая Подписка для Университетов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Гибкая Ценовая Политика: Предложение годовых подписок для университетов, обеспечивающее выгодные условия с учетом потребностей образовательных учреждений.</li> </ul> <p>6. Брендированная Платформа для Университетов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Индивидуализированный Дизайн: Возможность настройки интерфейса и дизайна под индивидуальные потребности университетов, что усиливает чувство принадлежности к институции.</li> </ul>
20	<p><b>Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции*</b></p> <p><i>Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих</i></p>	<p>1. Адаптивная Система Тестирования:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Алгоритмы Адаптации: Разработка алгоритмов, которые оценивают производительность студента и автоматически регулируют сложность вопросов.</li> </ul> <p>2. Цифровые Журналы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- База Данных и Интерфейс: Создание базы данных для эффективного хранения данных об успеваемости и удобного интерфейса для преподавателей.</li> </ul>

		<p>3. Интеграция Пуш-Уведомлений и Календаря:  - Система Оповещений: Разработка системы пуш-уведомлений, интегрированной с календарем, для своевременного информирования студентов и преподавателей.</p> <p>4. Онлайн Встречи:  - Видео-Конференц-Платформа: Создание интегрированной видеоконференц-платформы с возможностью проведения онлайн встреч и консультаций.</p> <p>5. Удобный Интерфейс Пользователя:  - Дизайн и Эргономика: Работа над дизайном и интерфейсом приложения для максимальной удобства использования.</p> <p>Эти научно-технические решения обеспечивают техническую основу для достижения заявленных характеристик продукта, таких как адаптивность тестов, эффективное ведение журналов и встроенные системы оповещений.</p>
21	<p><b>«Задел». Уровень готовности продукта TRL</b></p> <p><i>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</i></p>	<p>Стартап-проект по завершении акселерационной программы находится за пределами стадии TRL 3, так как концепция проекта полностью проработана на бумаге. Разработано подробное описание предлагаемого дизайна будущего сервиса и ключевых функций, таких как система адаптивного тестирования, цифровые журналы, пуш-уведомления с интегрированным календарем, а также инструменты для онлайн-встреч. Проанализирован рынок и выбрана подписочная модель в качестве основной модели монетизации, реализация которой будет приносить постоянный и предсказуемый доход. Показан потенциал для дальнейшего развития и масштабирования, в том числе за счет расширения целевой аудитории на другие университеты и корпоративные образовательные программы. Поставлены четкие организационные задачи, выделены необходимые ресурсы и определены ключевые кадровые позиции для эффективной реализации и дальнейшего развития стартапа после завершения акселерационной программы.</p>
22	<p><b>Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия*</b></p>	<p>Проект соответствует научным и научно-техническим приоритетам образовательной организации, в частности ДГТУ, основываясь на цифровизации и совершенствовании образовательного процесса. Проект решает актуальные задачи модернизации учебной деятельности, предлагая инструменты для более эффективного взаимодействия студентов и преподавателей. Это коррелирует с научно-техническими приоритетами по созданию инновационных образовательных технологий и продвижению цифровой образовательной среды, что важно как для образовательной организации, так и для регионального образовательного кластера и предприятий, заинтересованных в повышении квалификации своих сотрудников через электронные образовательные ресурсы.</p>
23	<p><b>Каналы продвижения будущего продукта*</b></p> <p><i>Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения</i></p>	<p>Каналы продвижения будущего продукта:</p> <p>1. Сотрудничество с университетами:  - Стратегия: Установление партнерских отношений с университетами для внедрения "Skif" в учебные программы.  - Аргументы: Это позволяет непосредственно взаимодействовать с целевой аудиторией, устанавливать</p>

		<p>долгосрочные партнерства и обеспечивать широкий охват студентов и преподавателей.</p> <p>2. Онлайн-маркетинг и реклама:  - Стратегия: Активное продвижение через цифровые каналы, включая социальные сети, поисковые системы и рекламные кампании.  - Аргументы: Эффективный способ достигнуть широкой аудитории, особенно среди молодежи. Позволяет точно нацеливать рекламу и отслеживать результаты.</p> <p>3. Корпоративные каналы продаж:  - Стратегия: Предложение корпоративных лицензий для университетов и образовательных организаций.  - Аргументы: Обеспечивает возможность внедрения "Skif" в различные учебные заведения, что способствует масштабированию и повышению продаж.</p> <p>4. Участие в образовательных конференциях:  - Стратегия: Презентация "Skif" на образовательных мероприятиях и конференциях.  - Аргументы: Создает возможность для прямого общения с заинтересованными студентами, преподавателями и администрацией университетов, а также для демонстрации преимуществ продукта.</p> <p>Обоснование выбора каналов:  - Сотрудничество с университетами: Обеспечивает прямой доступ к целевой аудитории и возможность внедрения "Skif" в образовательную среду.  - Онлайн-маркетинг: Эффективен для привлечения внимания и распространения информации о продукте среди студентов и преподавателей.  - Корпоративные каналы продаж: Создает возможность для масштабирования бизнеса и предоставления "Skif" в различных образовательных учреждениях.  - Участие в образовательных конференциях: Позволяет установить личные контакты, продемонстрировать продукт и получить обратную связь от заинтересованных сторон.</p>
24	<p><b>Каналы сбыта будущего продукта*</b></p> <p><i>Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора</i></p>	<p>Каналы сбыта будущего продукта:</p> <p>1. Сотрудничество с университетами: Установление стратегических партнерств с университетами, начиная с ДГТУ, для внедрения "Skif" в учебные программы. Предоставление бесплатного доступа для студентов и преподавателей с возможностью опциональной подписки на дополнительные функции.</p> <p>2. Онлайн-продвижение и реклама: Активное продвижение через цифровые каналы, чтобы привлечь внимание и создать интерес к "Skif". Рекламирование возможностей подписки для дополнительных функций и удобства.</p> <p>3. Корпоративные каналы: Предложение корпоративных лицензий для университетов и образовательных организаций с опцией бесплатного базового доступа. Расширение предложения на другие университеты.</p>

		<p>4. Демонстрация на образовательных конференциях: Участие в конференциях для презентации "Skif" и установления контактов с представителями университетов. Подчеркнуть преимущества подписки в рамках демонстрации.</p> <p>Обоснование выбора каналов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Сотрудничество с университетами: Обеспечивает внедрение в образовательную среду с минимальными затратами для студентов и преподавателей, стимулируя позитивный опыт использования.</li> <li>- Онлайн-продвижение: Эффективный способ привлечения целевой аудитории и предоставления информации о возможностях подписки.</li> <li>- Корпоративные каналы: Позволяет предложить расширенные функции через подписку, учитывая особенности каждого университета.</li> <li>- Демонстрация на конференциях: Создает возможность для прямого общения и демонстрации преимуществ "Skif" перед ключевыми решениями о внедрении.</li> </ul>
<b>Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект</b>		
25	<p><b>Описание проблемы*</b></p> <p><i>Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9</i></p>	<p>Проблема заключается в необходимости установить успешную модель монетизации для Skif, предоставляя годовые подписки как основной источник дохода. Это требует внимательного рассмотрения ценообразования, привлечения достаточного числа университетов для расширения аудитории, и обеспечения значимых преимуществ для подписчиков, чтобы стимулировать поддержание и привлечение новых клиентов. Развитие стратегии, учет потребностей пользователей и эффективное маркетинговое планирование становятся ключевыми компонентами решения этой проблемы.</p>
26	<p><b>Какая часть проблемы решается (может быть решена)*</b></p> <p><i>Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта</i></p>	<p>Сквозь призму цифровых инструментов, "Skif" решает множество проблем для студентов и преподавателей ДГТУ. В частности:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Эффективность учебного процесса: Приложение предоставляет возможность централизованного доступа к учебным материалам, лекциям и заданиям, снижая временные затраты на поиск необходимой информации.</li> <li>2. Взаимодействие между студентами и преподавателями: "Skif" облегчает коммуникацию, предоставляя чаты, форумы и инструменты для обратной связи, способствуя более эффективному обмену знаниями.</li> <li>3. Улучшенная организация задач и сроков: Система уведомлений и календарь помогают студентам и преподавателям следить за сроками выполнения заданий, уменьшая риск пропуска важных событий.</li> <li>4. Персонализированное обучение: "Skif" может предоставлять рекомендации по материалам и заданиям в соответствии с потребностями и успехами студента, способствуя индивидуальному развитию.</li> <li>5. Расширение доступа к образованию: Приложение может быть легко масштабировано на другие университеты, что</li> </ol>

		способствует расширению базы пользователей и повышению эффективности образовательных процессов в различных учебных заведениях.
27	<p><b>«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции*</b></p> <p><i>Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9, 10 и 24)</i></p>	<p>Держатель проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции:</p> <p>Проблема: Студенты и преподаватели ДГТУ сталкиваются с вызовами неэффективного учебного процесса, отсутствием удобных инструментов для взаимодействия и организации задач.</p> <p>Держатель проблемы - Студенты и Преподаватели ДГТУ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Мотивация Студентов: Студенты стремятся к более эффективному учебному опыту, уменьшению стресса от организации учебных материалов и своевременному выполнению задач. Они ищут инструмент, который облегчит доступ к информации и обеспечит удобство в обучении.</li> <li>- Мотивация Преподавателей: Преподаватели стремятся к повышению эффективности обучения, легкости взаимодействия с учебным материалом и студентами. Им нужен инструмент, который упростит процессы, связанные с обучением, и повысит вовлеченность студентов.</li> </ul> <p>Возможности решения проблемы с использованием продукции "Skif":</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Эффективность учебного процесса: "Skif" предоставляет цифровые инструменты для централизованного доступа к материалам, заданиям и коммуникации, решая проблему поиска и организации информации.</li> <li>- Взаимодействие между студентами и преподавателями: Платформа обеспечивает чаты, форумы и инструменты обратной связи, создавая удобное виртуальное пространство для взаимодействия.</li> <li>- Организация задач и сроков: Система уведомлений и календарь помогают отслеживать сроки и задания, уменьшая риск пропуска важных событий.</li> <li>- Персонализированное обучение: "Skif" предоставляет рекомендации и возможность индивидуализированного обучения, удовлетворяя потребности разнообразных студентов.</li> <li>- Расширение доступа к образованию: Сотрудничество с университетами и предложение годовой подписки создают возможность масштабирования и расширения предложения на другие учебные заведения.</li> </ul>
28	<p><b>Каким способом будет решена проблема*</b></p> <p><i>Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справиться с проблемой</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Централизованный доступ к учебным материалам: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Как: "Skif" обеспечивает удобный доступ к лекциям, учебным материалам и заданиям в едином цифровом пространстве.</li> <li>- Преимущества: Студенты могут легко находить необходимую информацию без поиска по разным платформам, экономя время и упрощая учебный процесс.</li> </ul> </li> <li>2. Интерактивное взаимодействие студентов и преподавателей: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Как: "Skif" предоставляет чаты, форумы и инструменты для обратной связи, стимулируя активное взаимодействие.</li> <li>- Преимущества: Преподаватели могут легко поддерживать связь со студентами, отвечать на вопросы и обсуждать материалы в реальном времени.</li> </ul> </li> <li>3. Удобное управление заданиями и сроками: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Как: Система уведомлений и календарь в "Skif" помогают студентам и преподавателям следить за сроками и заданиями.</li> <li>- Преимущества: Предотвращение упущенных сроков, более эффективное планирование и организация учебного процесса.</li> </ul> </li> </ol>

		<p>4. Персонализированный подход к обучению:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Как: "Skif" предоставляет рекомендации по материалам и заданиям, учитывая успехи и потребности студента.</li> <li>- Преимущества: Стимулирование индивидуального развития, улучшение понимания учебного материала.</li> </ul> <p>5. Расширение границ образования:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Как: Предложение годовой подписки и сотрудничество с университетами помогает масштабировать "Skif" на другие учебные заведения.</li> <li>- Преимущества: Увеличение базы пользователей, расширение функциональности и предоставление преимуществ для широкого круга студентов и преподавателей.</li> </ul>
29	<p><b>Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса*</b></p> <p><i>Необходимо привести кратко обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.</i></p>	<p>1. Сегмент и доля рынка:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Сегмент: Студенты и преподаватели университетов, начиная с ДГТУ.</li> <li>- Обоснование: Учитывая растущую зависимость от цифровых инструментов в образовании, потенциальная доля рынка значительна. Сотрудничество с университетами позволяет начать с установления прочных партнерских отношений и внедрения "Skif" в учебные программы.</li> </ul> <p>2. Потенциальные возможности для масштабирования бизнеса:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Расширение на другие университеты: Передача опыта сотрудничества с ДГТУ на другие университеты, позволяя масштабировать и увеличивать базу пользователей.</li> <li>- Добавление новых функций: Регулярное обновление "Skif" с новыми цифровыми инструментами и возможностями привлекает внимание и удерживает пользователей.</li> </ul> <p>3. Детальное раскрытие информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Партнерства: Сотрудничество с университетами создает возможность предоставить "Skif" студентам и преподавателям в рамках учебных программ, обеспечивая базовый бесплатный доступ и предлагая подписку за дополнительные функции.</li> <li>- Монетизация: Годовые подписки станут основным источником дохода. Возможность расширения на другие университеты и предоставление корпоративных лицензий для различных образовательных организаций увеличит потенциальные доходы.</li> <li>- Маркетинг и реклама: Активное онлайн-продвижение через цифровые каналы и участие в образовательных конференциях помогут привлечь внимание целевой аудитории и установить связи с потенциальными партнерами.</li> </ul>

## ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА

<p style="text-align: center;">1. Расширение функциональности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Действие: Постоянное обновление и добавление новых функций, учитывая обратную связь пользователей и требования образовательных программ.</li> <li>- Причина: Улучшение конкурентоспособности и привлечение новых пользователей.</li> </ul> <p style="text-align: center;">2. Развитие корпоративных партнерств:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Действие: Установление партнерских отношений с дополнительными университетами и образовательными организациями.</li> <li>- Причина: Расширение базы пользователей, увеличение прибыли и возможность предоставления "Skif" в более широком контексте.</li> </ul> <p style="text-align: center;">3. Глобальное масштабирование:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Действие: Исследование и внедрение "Skif" в университеты за пределами текущего региона.</li> <li>- Причина: Увеличение географической доступности, расширение клиентской базы и укрепление позиций на мировом рынке.</li> </ul>
---

#### 4. Обучение и поддержка пользователей:

- Действие: Развитие программ обучения для студентов и преподавателей, а также улучшение системы поддержки.
- Причина: Создание позитивного опыта использования, уменьшение вопросов и проблем, повышение лояльности пользователей.

#### 5. Маркетинг и продвижение:

- Действие: Онлайн-продвижение через социальные сети, поисковые системы и активное участие в образовательных событиях.
- Причина: Поддержание видимости "Skif", привлечение новых пользователей и поддержание интереса текущей аудитории.

#### 6. Оптимизация монетизации:

- Действие: Исследование и внедрение новых моделей монетизации, таких как дополнительные сервисы или тарифные планы.
- Причина: Диверсификация и увеличение источников дохода, повышение рентабельности бизнеса.

#### 7. Анализ данных и обратная связь:

- Действие: Систематический анализ данных использования приложения и сбор обратной связи от пользователей.
- Причина: Понимание потребностей пользователей, выявление слабых мест и оперативное реагирование на изменения на рынке.

#### 8. Исследование технологических трендов:

- Действие: Активное следование за последними технологическими трендами в образовании и интеграция соответствующих инноваций в "Skif".
- Причина: Сохранение актуальности продукта, обеспечение соответствия современным образовательным стандартам.

## 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 ( <a href="https://fasie.ru/programs/programmastart/fokusnye-tematiki.php">https://fasie.ru/programs/programmastart/fokusnye-tematiki.php</a> )	
<b>ХАРАКТЕРИСТИКА БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ (РЕЗУЛЬТАТ СТАРТАП-ПРОЕКТА)</b> <i>Плановые оптимальные параметры (на момент выхода предприятия на самоокупаемость):</i>	
Коллектив ( <i>характеристика будущего предприятия</i> )  <i>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</i>  Техническое оснащение <i>Необходимо указать информацию о Вашем представлении о планируемом техническом оснащении предприятия (наличие технических и материальных ресурсов) на момент выхода на самоокупаемость, т.е. о</i>	

<i>том, как может быть.</i>	
Партнеры (поставщики, продавцы)  <i>Указывается информация о Вашем представлении о партнерах/ поставщиках/продавцах на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. о том, как может быть.</i>	
Объем реализации продукции (в натуральных единицах)  <i>Указывается предполагаемый Вами объем реализации продукции на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как может быть осуществлено</i>	
Доходы (в рублях)  <i>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.</i>	
Расходы (в рублях)  <i>Указывается предполагаемый Вами объем всех расходов предприятия на момент выхода предприятия на самоокупаемость, т.е. Ваше представление о том, как это будет достигнуто</i>	
Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость  <i>Указывается количество лет после завершения гранта</i>	
<b>СУЩЕСТВУЮЩИЙ ЗАДЕЛ, КОТОРЫЙ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВОЙ БУДУЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ:</b>	
Коллектив	
Техническое оснащение:	
Партнеры (поставщики, продавцы)	
<b>ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА</b> <i>(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок, но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)</i>	
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»

**Проректор по научно-исследовательской работе  
и инновационной деятельности**

\_\_\_\_\_/Ефременко И.Н.

**Исполнитель:**

Индивидуальный предприниматель  
Гусев Дмитрий Владимирович

\_\_\_\_\_/Гусев Д.В.