ФОРМА ПАСПОРТА СТАРТАП-ПРОЕКТА

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Общая информация о стартап-проекте | |
| Название стартап-проекта | Ход конем! |
| Команда стартап-проекта | Лагуткина Анна-Мария Антоновна |
| Ссылка на проект в  информационной системе  Projects | https://pt.2035.university/project/edit?id=31664 |
| Технологическое направление | Гос управление, креативные технологии |
| Описание стартап-проекта  (технология/ услуга/продукт) | Проект по созданию политического PR-агентства будет направлен на оказание услуг для политических кампаний, партий и кандидатов на выборах.  Главной целью проекта будет создание имиджа пригодного для успешного представления перед людьми и голосования на выборах. |
| Актуальность стартап-проекта (описание проблемы и решения проблемы) | Проект по созданию политического PR-агентства будет направлен на оказание услуг для политических кампаний, партий и кандидатов на выборах.  Главной целью проекта будет создание имиджа пригодного для успешного представления перед людьми и голосования на выборах.  Актуальность политических PR-агентств определяется тем, что в современном мире информационных технологий и медиа-ресурсов политические лидеры и партии нуждаются в эффективном управлении своим имиджем и общественным мнением. PR-агентства предоставляют услуги по разработке стратегий и тактик коммуникации, продвижению на рынке политических сервисов, аналитике общественного мнения, созданию медиа-сообществ и организации событий. Они помогают формировать политический образ лидера и партии, обеспечивают их видимость в СМИ и социальных сетях, реагируют на кризисные ситуации, прогнозируют тенденции и развивают инновационные PR-технологии. В итоге, политические PR-агенства играют важную роль в коммуникации между избирателями и политическими лидерами, что является ключевым фактором в современной политической борьбе. |
| Технологические риски | 1. Информационная безопасность: возможность хакерских атак и утечек конфиденциальных данных о кандидате или его команде.  2. Фейковые новости и дезинформация: возможность создания и распространения ложной информации, которая может негативно повлиять на репутацию кандидата и его команды.  3. Социальные сети и медиаплатформы: возможность негативных комментариев, оскорблений, троллинга, который может повлиять на мнение о кандидате.  4. Нарушение законодательства: возможность нарушения законов о персональных данных, избирательного процесса и других законов.  5. Потеря доступа к технологическим системам: возможность потери доступа к социальным сетям, сайтам и другим технологическим платформам, что может затруднить проведение PR-компании.  6. Рассечение спам-рекламы: возможность применения спам-рекламы, которая может привести к недоверию избирателей. |
| Потенциальные заказчики | 1. Политические партии и кандидаты на выборах  2. Государственные органы и департаменты  3. Правительственные агентства и службы  4. Некоммерческие организации и ассоциации  5. Крупные корпорации и бизнес-лидеры  6. Зарубежные правительства и дипломатические миссии  7. СМИ, интернет-издания и блогеры  8. Личности, которые хотят запустить политическую кампанию или улучшить свою репутацию  9. Образовательные учреждения и академические центры  10. Группы общественного мнения и социальные движения |
| Бизнес-модель стартаппроекта[[1]](#footnote-1) (как вы планируете зарабатывать посредствам реализации данного проекта) | Первоначальное финансирование проекта планируется за счет инвестиций. Дальнейшее финансирование проекта будет осуществляться за счет средств, вырученных за продажу услуг. |
| Обоснование соответствия идеи технологическому направлению (описание основных технологических параметров) | “Ход конем!” представляет собой продукт, который занимается управлением общественным мнением и репутацией своих клиентов в сфере политики. Оно создает пресс-релизы, проводит медийные кампании, организует мероприятия для привлечения внимания к политическим идеям и кандидатам. Ознакамливает общественность с программой, принципами и политикой своих клиентов, что помогает им выигрывать выборы и развиваться в политической среде. Политическое PR-агентство также участвует в создании политических стратегий и консультирует своих клиентов о том, как лучше представить себя и свои идеи в общественности и средствах массовой информации. |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| 2. Порядок и структура финансирования | |
| Объем финансового обеспечения[[2]](#footnote-2) | 1470000 руб |
| Предполагаемые источники финансирования | Первоначальное финансирование планируется с помощью инвестиций.  Дальнейшее финансирование проекта будет осуществляться за счет средств, вырученных за продажу продукта. |
| Оценка потенциала «рынка» и рентабельности проекта[[3]](#footnote-3) | По итогам 2021 года услугами PR-агенств воспользовались более 80% полит. партий. На рынке МО представлены 7 компаний по оказанию подобных услуг. Можно предположить, что 80% из потребителей (5 партий) приобрели услуги для продвижения на выборах. Допустим, что наше решение заинтересует 20% от этой аудитории. Итого, потенциально необходимо произвести 1 крупную РК.    Точка безубыточности: 1470000 / (1150000 – 450000) = 2,1  Следовательно, нужно провести 3 крупных РК |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | **3.** Календарный план стартап-проекта | | | | |
|  | Название этапа календарного плана | | Длительность этапа, мес | Стоимость, руб. | |  | |
| Маркетинговые исследования | | 0,5 | 100000 | |
| Аренда помещения | | 2 | 120000 | |
| Рекламная кампания | | 1 | 150000 | |
|  | | Итого 370 000      Итого 370 000 рублей | | 1 месяц |  | |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **4.** Предполагаемая структура уставного капитала компании (в рамках стартаппроекта)   |  |  |  | | --- | --- | --- | | Участники |  |  | | Размер доли (руб.) | % | | 1. Лагуткина А.А. | 1150000 | 100 | | Размер Уставного капитала (УК) | 1150 000 | 100 | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **5.**  Команда стартап- проекта | | | | |
| Ф.И.О. | Должность  (роль) | Контакты | Выполняемые работы  в Проекте | Образование/о пыт работы |
| Лагуткина А.А. | Генеральный директор | 89920092711 | Создание и реализация проекта | ГУУ  бакалавриат  Политология |

1. Бизнес-модель стартап-проекта - это фундамент, на котором возводится проект. Есть две основные классификации бизнес-моделей: по типу клиентов и по способу получения прибыли. [↑](#footnote-ref-1)
2. Объем финансового обеспечения достаточно указать для первого этапа - дойти до MVP [↑](#footnote-ref-2)
3. Расчет рисков исходя из наиболее валидного (для данного проекта) анализа, например, как PEST,

   SWOT и.т.п, а также расчет индекса рентабельности инвестиции (Profitability index, PI) [↑](#footnote-ref-3)