**ПАСПОРТ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

<https://pt.2035.university/project/onlajn-kurs-uninvest_2023_10_10_09_00_59> (10.10.2023)

|  |  |
| --- | --- |
|   | **КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СТАРТАП-ПРОЕКТЕ**  |
| **1**  | **Название стартап-проекта\***  |  Онлайн-курс «ЮнИнвест» |
| **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.*  |  Онлайн-курс «ЮнИнвест» Запуск проекта осуществляется в рамках акселерационной программы “Мосполитех – Рязань 2.0”, основанной на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ: технологии информационных, управляющих, навигационных систем, а также Сквозной технологии «Технологии хранения и анализа больших данных». |
| **3**  | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ\***  |  Технологии информационных, управляющих, навигационных систем |
| **4**  | **Рынок НТИ**  |  Edunet |
| **5**  | **Сквозные технологии**  |  Технологии хранения и анализа больших данных |
|   | **ИНФОРМАЦИЯ О ЛИДЕРЕ И УЧАСТНИКАХ СТАРТАП-ПРОЕКТА**  |
| **6**  | **Лидер стартап-проекта\***  | * Unti ID 1109812
* Leader ID 3259360
* ФИО Тарасова Анжелика Алексеевна
* телефон 8-916-788 00 51
* почта a.tarasovaa@yandex.ru
 |
| **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  |  1109812 | 3259360  | Тарасова Анжелика Алексеевна |  Лидер проекта |  89167880051a.tarasovaa@yandex.ru |  Студентка 3 курса |  Участие в акселерационной прогррамме 2022 |
| 2  |  1108695 |  3252433 |  Швечкова Дарья Сергеевна |  Администратор |  89308743602shvechkova.2003@mail.ru |  Студентка 3 курса |  Участие в акселерационной прогррамме 2022 |
| 3  |  1114127 |  3252075 |  Кирина Алена Алексеевна |  Интегратор |  89155953156kirina.2018@mail.ru |  Студентка 3 курса |  Участие в акселераторе 2022 |
|  |  | 4 | 1110593 | 3258694 | Васина Виктория Васильевна | Интегратор | 89206380049vika.vasina.vikosha@mail.ru | Студентка 3 курса | Участие в акселераторе 2022 |

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование образовательной организации высшего образования (Получателя гранта)  |  Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский политехнический университет» |
| Карточка ВУЗа (по ИНН)  |  77194555553 |
| Регион ВУЗа  |  Рязанская область |
| Наименование акселерационной программы  |  Мосполитех – Рязань 2.0 |
| Дата заключения и номер Договора  |  13.07.2023 №70 – 2023 – 000662  |

|  |  |
| --- | --- |
|   | **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*  |  Повышение уровня знаний – это необходимое условие развития в современном обществе. С развитием современных средств стало возможно обучение дистанционными методами.Онлайн-курс «ЮнИнвест» - это курс, который поможет подросткам от 14 лет – 21 года получить знания об инвестировании.Потенциальный потребительский сегмент: подростки и молодежь от 14 лет – 24 лет.  |
|   | **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 подписка на телеграмм-канал, с помощью которого будет проходить обучение, через сайт курса. Цена курса – 899 рублей (бессрочный доступ). |
| 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*  |  Многие подростки в возрасте 14 – 18 лет и молодежь до 21 лет интересуются инвестированием, но не знают, как это делать правильно, в чем заключается суть данной деятельности. |
| 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.)*  | * подростки от 14 до 18 лет;
* молодежь от 18 до 21 лет.
 |
| 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*  |  Приложение «Telegram», Платформа для создания сайта – Tilda. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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.*  |  По типу клиентов: B2C – Business to Customer.Планируем продвигать наш продукт напрямую потребителям и получать прибыль с покупки доступа на канал. Цена курса – 899 рублей.Продажа доступа на канал будет проходить через сайт курса.Клиент заполняет форму регистрации на сайте.Клиент принимает решение о покупке курса. После нажатия на кнопку «Купить» клиент попадает на форму оплаты. Затем он выбирает способ оплаты пластиковой картой. |
| 14  | **Основные конкуренты\*** *Кратко указываются основные конкуренты* *(не менее 5)*  | 1. Skilbox «Личные инвестиции»
2. Анастасия Тарасова «Маленький инвестор»
3. Московская биржа «Путь инвестора»
4. Владимир Савенка «Инвестиции для начинающих»
5. Нетология «Личные финансы и инвестиции»
 |
| 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*  |  Онлайн-курс «ЮнИнвест» поможет подросткам и молодежи получить краткую и информативную информацию про инвестирование, а после изучения каждого раздела будет возможность проверить свои знания.Преимущества нашего продукта по сравнению с конкурентами: бессрочный доступ по минимальной цене относительно конкурентов, наличие игровой формы подачи материала. |
| 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*  |  По данным опроса Национального агентства финансовых исследований, 24% россиян интересуются инвестированием, и лишь у 9% есть этот опыт. Наибольший интерес к теме – у молодежи от 18 до 24 лет. На практике интерес к инвестированию заметен и в более раннем возрасте – 12-15 лет и младше. |
|   | **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*  |  Индивидуальные образовательные траектории, персональный путь реализации личностного потенциала каждого обучающегося - приоритетное направление Edunet.Онлайн – курс «ЮнИнвест» поможет развиваться и получать новые знания в сфере инвестирования, расширит кругозор посредством занятий. Проведен анализ спроса на курс по инвестированию, анализ конкурентов, выявлены преимущества нашего продукта, а также анализ целевой аудитории. |
| 18  | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\*** *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности*  |  Четкое разделение обязанностей и сопровождение командной работы.Задачи перед командой ставят на срок – 1 неделя. После выполнения поставленных задач, члены команды отчитываются перед лидером проекта. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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.)*  | Доступная цена подписки – 899 руб. и бессрочный доступ.Проработанность материала и понятность представления материала для подростков и молодежи.Наличие игровой формы подачи материала и иллюстрированных материалов (анимационные видео, игры) |
| 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*  |  Онлайн – курс будет представлен в приложении «Телеграмм». Доступ к курсу осуществляется посредством его покупки на сайте. |
| 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*  |  Проект находится на этапе разработки идеи и концепта1. Создан сайт онлайн-курса.
2. Проведен анализ спроса и анализ конкурентов.
3. Сделан анализ целевой аудитории
4. Составлен календарный план проекта.
 |
| 22  | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия\***  |  Проект соответствует научно-техническим приоритетам образовательной организации |
| 23  | **Каналы продвижения будущего продукта\*** *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | 1. Таргетированная реклама в социальных сетях (позволяет обращаться именно к целевой аудитории, увеличение трафика на сайте)
2. Размещение QR – кода на рекламных пособиях
 |
| 24  | **Каналы сбыта будущего продукта\*** *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать кратко обоснование выбора*  |  Нашим каналом продаж будет сайт курса, через который будет продаваться доступ к курсу в приложение «Telegram». Поскольку Telegram входит в топ – 10 самых скачиваемых приложений мира, а также оно названо самым популярным мессенджером у российских школьников и студентов. |
|   | **Характеристика проблемы,** **на решение которой направлен стартап-проект**  |
| 25  | **Описание проблемы\*** *Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9*  |  По данным опроса Национального агентства финансовых исследований, 24% россиян интересуются инвестированием, и лишь у 9% есть этот опыт. Наибольший интерес к теме – у молодежи от 18 до 24 лет. На практике интерес к инвестированию заметен и в более раннем возрасте – 12-15 лет и младше. Самые распространенные «статьи расходов» для подростков – покупка продуктов питания (67%), покупка билетов на развлекательные мероприятия (40%), оплата услуг мобильной связи (38%) и проезда (29%). Около четверти школьников тратят деньги на покупку косметики и парфюмерии (26%), подарков друзьям (23%), модной одежды и аксессуаров (24%). При этом 23% подростков откладывают часть получаемых денежных средств на будущее. Но на практике подростки не знают, как правильно инвестировать, какие способы инвестирования существуют и т.д. |
| 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*  |  Решается проблема доступности и понятности материала про инвестирование для подростков.Онлайн-курс послужит первоначальным этапом в познании темы инвестирования, даст базовые теоретические знания по данной теме, которые в дальнейшем наши клиенты будут совершенствовать и уже в будущем выйдут на реальный заработок от инвестирования. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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 или «держатель» проблемы в данному случае – подростки и молодежь, которые сталкиваются с ограничениями и сложностями при получении информации о инвестировании. Они ищут более эффективные способы получения знаний об инвестиционной деятельности. |
| 28  | **Каким способом будет решена проблема\*** *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой*  |  В онлайн-курсе будут представлены разделы тем по инвестированию в логическом порядке. Потенциальные потребители могут постепенно проходить тему за темой, а в конце каждого раздела можно проверить уровень полученных знаний. В конце эта цепочка действия приведет к рекомендациям, как начать свой путь в инвестировании. |
| 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.*  |  Оценка размера сегмента будет основываться на статистике проведенных опросов целевой аудитории, оценка доли рынка, в свою очередь, сильно зависит от конкуренции и наличия альтернативных решений.Возможность для масштабирования:* Интеграция с другими системами
* Выход на взрослую аудиторию
 |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

1. Сбор и обработка информации для курса.
2. Поиск специалиста по разработке курса и сайта.
3. Согласование со специалистом структуры и дизайна курса.
4. Выгрузка теоретического материала.
5. Создание рекламной кампании и продвижение курса.

***Календарный план проекта***:**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № этапа | **Название этапа календарного плана** | **Длительность этапа, мес** | **Стоимость, руб.** |
| 1 | Разработка бизнес-идеи | 07.09.23 – 07.12.23 | 0 |
| 2 | Разработка материала для курса | 08.12.23 – 10.01.24 | 360 000 |
| 3 | Разработка сайта | 11.01.24 – 15.02.24 | 290 000 |
| 4 | Разработка телеграмм-канала | 22.02.24 – 14.03.24 | 70 000 |
| 5 | Написание полной технической документации | 21.03.24 – 25.04.24 | 42 000 |
| 6 | Тестирование | 02.05.24 – 23.05.24 | 60 000 |
| 7 | Запуск проекта | 13.06.24 – 04.07.24 | 38 000 |
|  | Итого |  | 860 000 |