**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 | | 89167880051  a.tarasovaa@yandex.ru | Студентка 3 курса | Участие в акселерационной прогррамме 2022 |
| 2 | 1108695 | 3252433 | Швечкова Дарья Сергеевна | Администратор | | 89308743602  shvechkova.2003@mail.ru | Студентка 3 курса | Участие в акселерационной прогррамме 2022 |
| 3 | 1114127 | 3252075 | Кирина Алена Алексеевна | Интегратор | | 89155953156  kirina.2018@mail.ru | Студентка 3 курса | Участие в акселераторе 2022 |
|  |  | 4 | 1110593 | 3258694 | Васина Виктория Васильевна | Интегратор | | 89206380049  vika.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 концепта   1. 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 |