

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»  
Институт экономики и управления  
Кафедра экономики

А. А. Гребенкина

**«Стартап как диплом»**

Учебно-методическое пособие



Ижевск  
2026

УДК 334.722:005.8(075.8)

ББК 65.292.31р30

Г79

*Рекомендовано к изданию Учебно-методическим советом УдГУ*

**Рецензент:** канд. экон. наук, доцент каф. государственной службы и управления персоналом ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» **И. Г. Щербакова**

**Гребенкина А. А.**

Г79 «Стартап как диплом» : учеб.-метод. пособие / А. А. Гребенкина. – Ижевск : Удмуртский университет, 2026. – 2,2 Мб. – Текст : электронный.

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов всех направлений подготовки, выполняющих выпускную квалификационную работу в формате «Стартап как диплом».

В пособии изложены требования к структуре, содержанию и оформлению работы. Даны практические рекомендации по написанию всех разделов: от введения до приложений, а также по подготовке презентации и прохождению процедуры защиты.

Пособие предназначено для студентов всех специальностей и форм обучения, завершающих освоение программ бакалавриата, специалитета и магистратуры. Материалы пособия могут быть использованы не только в Удмуртском государственном университете, но и в других образовательных организациях высшего образования, реализующих или планирующих внедрение формата «Стартап как диплом».

**Минимальные системные требования:**

Celeron 1600 Mhz; 128 Мб RAM; Windows XP/7/8 и выше, 8x DVD-ROM  
разрешение экрана 1024×768 или выше; программа для просмотра pdf.

© Гребенкина А. А., 2026

© ФГБОУ ВО «Удмуртский

государственный университет», 2026

**Гребенкина Александра Анатольевна**

**«Стартап как диплом»**

Учебно-методическое пособие

---

Подписано к использованию 30.04.2026

Объем электронного издания 2,2 Мб

Издательский центр «Удмуртский университет»

426034, г. Ижевск, ул. Ломоносова, д. 4Б, каб. 021

Тел. : +7(3412)263-751 E-mail: editorial@udsu.ru

---

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	4
1.1. Философия формата «Стартап как диплом» .....	4
1.1.1. Цель и уникальность формата .....	4
1.1.2. Компетенции выпускника: Что вы получите помимо диплома? .....	5
1.1.3. Для кого этот формат? Миф о «прирожденном бизнесмене» .....	6
1.2. Назначение и сфера действия методических рекомендаций .....	7
1.3. Основные понятия и общие требования к ВКРС .....	9
1.3.1. Требования к содержанию .....	9
1.3.2. Требования к теме и инициаторам проекта.....	9
1.3.3. Требования к обучающимся.....	10
2. СТРУКТУРА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ В ФОРМАТЕ «СТАРТАП ПРОЕКТ» .....	11
2.1. Титульный лист .....	11
2.2. Содержание .....	12
2.3. Введение.....	12
2.3.1. Общие требования .....	12
2.3.2. Алгоритм работы над введением .....	13
2.3.3. Примеры удачных формулировок .....	14
2.4. Основная часть .....	21
2.4.1. Глава первая .....	21
2.4.2. Глава вторая. Бизнес-план проекта.....	29
2.4.3. Глава третья. Индивидуальный вклад и результаты проекта .....	51
2.4.4. Заключение .....	53
2.4.5. Список литературы.....	56
2.4.6. Приложения.....	58
3. СОПРОВОЖДЕНИЕ ВКРС РУКОВОДИТЕЛЕМ И ТРЕКЕРОМ .....	62
4. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ВКРС .....	64
5. СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ЗАЩИТЫ ВКРС .....	66
6. ПОДГОТОВКА ПРЕЗЕНТАЦИИ ДЛЯ ЗАЩИТЫ ВКРС .....	68
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	73
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 .....	75
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 .....	77
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 .....	79
ПРИЛОЖЕНИЕ 4 .....	80
ПРИЛОЖЕНИЕ 5 .....	82
ПРИЛОЖЕНИЕ 6 .....	87
ПРИЛОЖЕНИЕ 7 .....	89

# 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

## 1.1. Философия формата «Стартап как диплом»

Прежде чем погружаться в требования к оформлению и структуре глав, важно понять главное: **зачем** нужен этот формат и **чем** он отличается от всего, что вы делали в университете раньше.

## 1.2. Цель и уникальность формата

В традиционной дипломной работе вы чаще всего выступаете в роли **исследователя**, который анализирует то, что уже существует. В формате «Стартап как диплом» вы становитесь **создателем**. ВКРС – это не просто работа, а проект (табл.1)

Таблица 1

**Сравнение форматов:  
традиционная ВКР и ВКРС (в формате «Стартап как диплом»)**

Аспект	Традиционная ВКР	ВКР в формате «Стартап как диплом» (ВКРС)
Главная цель	Проанализировать проблему и предложить теоретическое решение.	Реализовать решение и подтвердить его жизнеспособность на практике.
Критерий успеха	Положительная оценка комиссии, высокая уникальность текста.	Достижение измеримых результатов: работающий прототип (MVP), первые продажи, регистрация компании, выигранный грант.
Отношение к реальности	Анализ «кабинетного» типа, основанный на учебниках и статьях.	Проверка гипотез «в поле»: выход к реальным клиентам, интервью, тестирование, анализ обратной связи для доработки продукта.
Результат	Текст работы и раздаточный материал для защиты.	Текст работы + Созданный продукт/услуга + Бизнес-модель + Команда (опционально).

### Пример:

**Традиционная ВКР:** Студент-педагог пишет работу на тему «Методика обучения английскому языку детей 3-х лет с помощью мобильных приложений». Он анализирует 20 приложений, 30 научных статей и предлагает идеальную, по его мнению, методику.

**ВКРС (Стартап):** Тот же студент не просто анализирует, а создает свой канал в Telegram или сообщество «ВКонтакте», где ежедневно публикует короткие уроки для родителей с малышами. Его цель – набрать 1000 подписчиков, получить обратную связь от 50 родителей и запустить платный мини-курс для 10 человек. **Результат** – не только текст диплома, но и работающий образовательный проект с аудиторией и первым доходом.

### **1.3. Компетенции выпускника: Что вы получите помимо диплома?**

Этот формат – тренировочная площадка для навыков XXI века. Вы не просто учите теорию, а сразу применяете ее и прокачиваете критически важные для любой карьеры способности:

- **Предпринимательское мышление.** Умение видеть возможности там, где другие видят проблемы, и находить способы превратить идею в ценность для других людей.

- **Работа в условиях неопределенности.** Вы учитесь действовать, когда нет готовых ответов. Вы сами ставите гипотезы, проверяете их, ошибаетесь, корректируете курс (делаете «pivot») и двигаетесь дальше. Это ключевой навык в современном быстро меняющемся мире.

- **Кросс-функциональное командное взаимодействие.** Если ваш проект командный, вы учитесь договариваться с «айтишником», «маркетологом» и «финансистом», понимать их язык и выстраивать совместную работу для достижения общей цели.

- **Управление проектами.** Вы на практике осваиваете планирование (дорожные карты), декомпозицию задач, тайм-менеджмент, контроль точек и ответственность за результат.

- **Финансовая грамотность.** Вы учитесь считать деньги: от стартовых инвестиций до операционных расходов, прогнозировать прибыль и оценивать риски.

- **Навыки самопрезентации и убеждения.** Защита стартапа – это питч, умение за 5-7 минут увлечь инвестора или комиссию своей идеей. Этот навык бесценен для любого собеседования или защиты проекта в будущем.

### 1.1.1. Для кого этот формат? Миф о «прирожденном бизнесмене»

Существует стереотип, что «Стартап как диплом» – это история только для студентов экономических или управленческих специальностей, которые мечтают открыть свой бизнес. Это не так.

Формат универсален и подходит для любого студента, который хочет применить свои профессиональные знания для решения реальной проблемы. **Важно понимать:** государство сегодня предлагает широкие возможности поддержки студенческих стартапов – гранты (например, «Студенческий стартап» от Фонда содействия инновациям в размере 1 млн рублей), льготные кредиты, акселерационные программы. Такая поддержка в первую очередь ориентирована на проекты в сферах, определенных стратегией научно-технологического развития России: искусственный интеллект, новые материалы, биотехнологии, беспилотные системы, энергетика нового поколения, нейротехнологии и другие приоритетные направления.

**Но!** Это не означает, что ваш проект обязательно должен быть высокотехнологичным. Если вы хотите открыть кофейню, фитнес-студию или агентство праздников – это абсолютно нормальная и достойная тема для ВКРС. Просто в этом случае вам, скорее всего, придется рассчитывать в большей степени на собственные силы, семейные инвестиции или классические кредитные продукты, а не на грантовую поддержку. И то, и другое – правильно. Главное – чтобы бизнес был честным, востребованным и приносил пользу людям. Несколько примеров для студентов разных направлений подготовки приведены в табл.2.

Как видно из таблицы, выбор темы ограничен только вашей фантазией и профессиональной областью. Не бойтесь пробовать – даже если проект не станет миллиардным бизнесом, опыт его создания бесценен. **Главное условие – не специальность, а желание создать что-то новое и полезное, что будет востребовано людьми.** ВКРС – это ваш шанс выйти из университета не просто с дипломом, а с реальным активом: готовым бизнесом, проектом в портфолио или работающей командой.

### Примеры проектов (от простых до технологичных)

Направление подготовки	Пример «традиционного» стартапа	Пример технологического стартапа (приоритетные направления)
Инженер	Сервис по ремонту бытовой техники или открытие автомастерской	Разработка беспилотной авиационной системы (БАС) для мониторинга сельхозугодий
Химик / биотехнолог	Производство и продажа натуральной косметики ручной работы или мыла	Создание новых материалов с заданными свойствами (например, композитов для авиастроения)
Программист	Веб-студия по созданию сайтов для малого бизнеса или настройка рекламы	Разработка решения на основе искусственного интеллекта (например, для медицинской диагностики)
Дизайнер	Открытие своего бюро интерьеров или графический дизайн на заказ	Промышленный дизайн для нового отечественного продукта (например, интерфейсов для беспилотников)
Педагог / психолог	Центр подготовки к ЕГЭ или детский развивающий клуб	Цифровые сервисы когнитивного здоровья и реабилитации (нейротехнологии)
Экономист / управленец	Открытие кафе, пекарни или службы доставки	Финтех-платформа или сервис для автоматизации бизнес-процессов
Гуманитарий	Экскурсионное бюро, книжный клуб, издательство малых форм	Образовательные технологии (edtech) для сохранения культурной идентичности

#### 1.4. Назначение и сфера действия учебно-методического пособия

Настоящее учебное-методическое пособие разработано с целью:

- внедрения проектного обучения в УдГУ;
- развития студенческого технологического и социального предпринимательства;
- становления молодежного лидерства по производству инноваций в регионе;
- выполнения целевого показателя и индикаторов Программы развития вуза.

При этом авторы стремились сделать пособие максимально универсальным. Хотя оно подготовлено на базе Удмуртского государственного университета, его содержание ориентировано на широкую аудиторию: студентов, преподавателей, трекеров и руководителей образовательных программ **любого российского вуза**, заинтересованного в развитии формата «Стартап как диплом» или только планирующего его внедрение.

Настоящие методические рекомендации основаны на ключевых положениях Программы «Стартап как диплом», утвержденной приказом от 02.06.25 №669/01-01-04 «О реализации программы «Стартап как диплом» в рамках Программы развития ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» ПСАЛ «Приоритет-2030»» (далее – приказ).

Методические рекомендации определяют единый подход к подготовке и сопровождению выпускных квалификационных работ в формате «Стартап как диплом» (далее – ВКРС), выполненных обучающимися, завершающими освоение основных образовательных программ высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (далее – образовательные программы, ООП).

Методические рекомендации соответствуют требованиям:

– Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Указа Президента Российской Федерации от 07 мая 2024 г. № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года»;

– приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» (с изменениями; и дополнениями);

– приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 г. № 245 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– письма Минобрнауки России от 29 июля 2016 г. № 05-8154 «По вопросу утверждения председателей Государственной экзаменационной комиссии»;

– письма Минобрнауки России от 29 сентября 2022 года № МН-11/3030 «О направлении Методических рекомендаций для образовательных организаций высшего образования по формированию экосистемы, направленной на развитие практик сопровождения обучающихся при подготовке и защите выпускных квалификационных работ в формате «Стартап как диплом»»;

– Положения о подготовке и защите выпускной квалификационной работы в формате «Стартап как диплом» по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный

университет», утвержденного Решением Ученого совета УдГУ от 26.05.2025, протокол № 6;

– федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

## **1.5. Основные понятия и общие требования к ВКРС**

### **1.5.1. Требования к содержанию**

Выпускная квалификационная работа должна свидетельствовать о способности автора к систематизации, закреплению и расширению полученных во время обучения теоретических знаний и практических навыков, а также о степени подготовленности студента к самостоятельной практической работе.

Тематика и содержание ВКРС должны соответствовать уровню компетенций, полученных выпускником в объеме базовых дисциплин профессионального цикла, и быть соотнесены с областями, объектами и видами профессиональной деятельности по направлению подготовки/специальности.

Уровень выполнения работы, сложность и объем решаемой задачи должны демонстрировать квалификацию выпускника и его готовность к ведению профессиональной деятельности.

Все части ВКРС должны быть логически связаны между собой. Глубокая проработка каждого раздела является необходимым условием положительной оценки при защите.

### **1.5.2. Требования к теме и инициаторам проекта**

Темы ВКРС могут быть предложены:

- кафедрами (в русле научных исследований и разработок);
- самими студентами (инициативные проекты);
- индустриальными партнерами университета (реальные задачи от бизнеса).

Особую ценность представляют темы, сформулированные индустриальными партнерами – компаниями-работодателями, отраслевыми предприятиями, бизнес-инкубаторами. Такие проекты, как правило, имеют четкий рыночный запрос, потенциальных заказчиков и, нередко, готовую инфраструктуру для тестирования и внедрения результатов.

В основе любой темы могут лежать материалы научно-исследовательских или научно-производственных работ кафедры, научных или производственных организаций.

Обязательным условием утверждения инициативной темы является ее соответствие областям, объектам и видам профессиональной деятельности выпускника по направлению подготовки/специальности.

### **1.5.3. Требования к обучающимся**

*Участие в программе.* Выполнять выпускную квалификационную работу в формате «Стартап как диплом» могут студенты, обучающиеся по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры любой формы обучения. Ограничений по направлению подготовки нет - формат доступен для студентов всех специальностей.

*Допуск к защите.* Допуск к защите ВКРС осуществляется в порядке, установленном разделом 5 настоящего пособия.

## 2. СТРУКТУРА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ В ФОРМАТЕ «СТАРТАП ПРОЕКТ»

**Структура** выпускной квалификационной работы состоит из следующих разделов:

- титульный лист (Приложение 1);
- содержание (Приложение 2);
- введение;
- основная часть (содержит главы 1, 2, 3)
- заключение;
- список литературы (Приложение 3);
- приложения (при необходимости).

К работе прилагаются сопроводительные документы, указанные в п. 5 настоящих методических рекомендаций.

### 2.1. Титульный лист

Титульный лист является первой страницей работы и служит источником информации, необходимой для обработки и поиска документа.

На титульном листе указываются:

- наименование вышестоящей организации;
- наименование высшего учебного заведения;
- институт;
- кафедра, на которой была выполнена работа;
- направление подготовки/специальность;
- образовательная программа (профиль/направленность/специализация);
- слова прописными буквами **ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (СТАРТАП ПРОЕКТ)**;

– наименование работы набирается **ПРОПИСНЫМИ** буквами без сокращений;

– группа, фамилия, имя, отчество (при наличии) – полностью;

– должность, ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ВКРС;

– ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя образовательной программы;

– ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой.

Титульный лист подписывают студент, руководитель ВКРС, руководитель образовательной программы и заведующий кафедрой.

В случае выполнения ВКРС командой, каждый студент самостоятельно распечатывает свой экземпляр ВКРС и указывает на титульном листе только свое ФИО и ФИО своего научного руководителя.

Макет титульного листа и образец заполнения приведены в *Приложении 1*.

## **2.2. Содержание**

В содержании указываются главы и разделы ВКРС. Общие требования к содержанию изложены в ГОСТ 7.32-2017 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления»

Оформляется на отдельном листе и содержит все заголовки первого и второго уровней с указанием соответствующего номера страницы, включая все приложения.

Слово «Содержание» записывают в виде заголовка с абзацного отступа, строчными буквами, начиная с прописной буквы, без переносов.

В *Приложении 2* приведены возможные образцы оформления содержания ВКРС.

## **2.3. Введение**

### **2.3.1. Общие требования**

Введение оформляется в форме логически единого и стилистически связного текста и содержит формулировку выбранной темы, с обоснованием актуальности стартап – проекта, цели выполнения ВКРС (разработка и обоснование целесообразности реализации стартап-проекта), задач для достижения цели, объекта исследования, описания достигнутого практического результата, его значимости и новизны, обоснование соответствия цели и результата, краткое описание предметной области, целевой аудитории и т.п.

Выбранная тема ВКРС должна соответствовать образовательной программе и направлению подготовки, раскрывать ее содержание, соответствовать цели. При этом цель ВКРС должна отражать реальную проблематику индустрии и социальной сферы, ее современное состояние и потребности. Такое соответствие является признаком актуальности работы, которая наряду с новизной, практической ценностью и завершенностью формируют основной набор критериев ее оценки.

Актуальность подразумевает наличие в настоящей момент времени причины и возможности решения поставленных задач, выполнения работ, достижения цели.

Практический результат ВКР (продукт) должен быть доработан до необходимого уровня, позволяющего говорить о наличии у продукта заявленных функций, соответствия сформулированного назначения, и возможности достижения с его помощью заявленной цели.

Практическая ценность проявляется в возможности использования полученного продукта с заявленными функциональными и техническими характеристиками в соответствии со своим назначением для необходимой цели в данных условиях.

Новизна практического результата ВКРС предполагает его отличие от имеющихся аналогов для данной предметной области.

**Рекомендуемый объем введения – 1-2 страницы.**

Слово «Введение» записывают с абзацного отступа в верхней части страницы, на которой начинается введение, с прописной буквы и выделяют полужирным шрифтом.

### **2.3.2. Алгоритм работы над введением**

Чтобы введение получилось логичным и полным, рекомендуем двигаться по алгоритму, представленному в табл.3. Для формулировки каждого из элементов можно воспользоваться вопросами-помощниками (табл.4).

Таблица 3

**Алгоритм работы над введением**

<b>Шаг</b>	<b>Что делаем</b>	<b>Результат</b>
1	Сформулируйте проблему, которую решает ваш проект	Понимание, зачем вообще нужен проект
2	Обоснуйте актуальность (почему проблема важна именно сейчас)	Доказательство, что проект своевременен
3	Сформулируйте цель проекта	Чёткое понимание, что вы создаёте
4	Разбейте цель на задачи	План работы (обычно 4–6 задач)
5	Определите объект и предмет	Что исследуете и под каким углом
6	Опишите практический результат	Что уже сделано / что планируется

7	Покажите новизну	Чем ваш продукт отличается от аналогов
8	Укажите целевую аудиторию	Кто будет пользоваться продуктом

Таблица 4

### Вопросы-помощники для формулировки каждого элемента

Элемент	Задайте себе эти вопросы
Проблема	С какой трудностью сталкиваются люди? Что их не устраивает в текущей ситуации?
Актуальность	Почему именно сейчас важно решать эту проблему? Появились новые технологии? Изменилось законодательство? Вырос спрос?
Цель	Что конкретно я хочу создать? Какой продукт/услуга появятся в результате?
Задачи	Какие шаги нужно сделать, чтобы достичь цели? (Обычно: изучить, проанализировать, разработать, рассчитать, протестировать, внедрить)
Объект	На что направлено мое исследование? (рынок, процесс, группа людей)
Предмет	Что именно в этом объекте я изучаю? (свойства, характеристики, отношения)
Практический результат	Что уже готово? (прототип, MVP, сайт, бизнес-план)
Новизна	Чем мой продукт отличается от того, что уже есть на рынке?
Целевая аудитория	Кто именно будет пользоваться продуктом? (возраст, пол, доход, интересы)

### 2.3.3. Примеры удачных формулировок

#### Пример 1 (для IT-проекта)

**Проблема:** жители удаленных районов испытывают трудности с записью к врачу из-за отсутствия удобных онлайн-сервисов.

**Актуальность:** в рамках программы цифровизации здравоохранения к 2025 году все поликлиники должны предоставлять возможность онлайн-записи, однако существующие решения не учитывают специфику малых населенных пунктов.

**Цель:** разработать мобильное приложение для записи к врачу, адаптированное для работы в условиях нестабильного интернет-соединения.

**Практический результат:** Создано MVP приложения, протестированное на базе двух фельдшерско-акушерских пунктов. Получены положительные отзывы от 5 врачей и 20 пациентов.

Новизна: в отличие от существующих решений, приложение адаптировано для работы в условиях нестабильного интернета (кеширование данных, асинхронная синхронизация) и учитывает особенности инфраструктуры сельских медицинских учреждений.

### Пример 2 (для социального проекта)

Проблема: Родители детей с ОВЗ в малых городах не имеют доступа к квалифицированной логопедической помощи.

Актуальность: Согласно статистике Минобрнауки, количество детей с речевыми нарушениями за последние 3 года выросло на 15 %, а число специалистов в муниципалитетах сокращается.

Цель: Создание онлайн-платформы для дистанционных логопедических занятий с детьми с ОВЗ.

Практический результат:

Разработан прототип платформы, включающий видеосвязь, интерактивные упражнения и личный кабинет логопеда.

Проведено пилотное тестирование с участием 5 логопедов и 12 детей с ОВЗ (ЗПР, расстройства аутистического спектра) в двух малых городах Удмуртии.

По итогам тестирования получены положительные отзывы от 90 % родителей (улучшение речевых навыков, вовлеченность детей).

Заключены предварительные договоренности о сотрудничестве с тремя коррекционными школами и двумя реабилитационными центрами.

Подготовлена заявка на грант «Студенческий стартап» (ФСИ) для дальнейшего развития платформы.

Новизна: в отличие от существующих сервисов, платформа учитывает особенности работы с детьми с ментальными нарушениями и включает игровые механики для удержания внимания.

### Пример 3 (для педагогов и психологов)

Проблема: в подростковой среде наблюдается рост агрессивного поведения, конфликтов с учителями и сверстниками, буллинга. Школьные психологи перегружены, а традиционные методы коррекции (беседы, тренинги) не всегда эффективны для подростков с высоким уровнем агрессии, особенно в условиях ограниченных ресурсов образовательных учреждений.

Актуальность: согласно статистике Минпросвещения, за последние 3 года количество обращений к школьным психологам по поводу агрессивного поведения подростков выросло на 25 %. При этом лишь 15 % школ имеют оборудованные сенсорные комнаты, а те, что есть, используются

преимущественно для работы с младшими школьниками. Существует запрос на доступные, научно обоснованные и воспроизводимые методики работы с подростковой агрессией с использованием сенсорного оборудования.

Цель: разработать и апробировать программу коррекции агрессивного поведения подростков с использованием оборудования сенсорной комнаты, а также создать методические рекомендации для школьных психологов по ее применению.

Практический результат:

Разработана авторская программа из 12 занятий, включающая элементы свето- и звукотерапии, тактильные упражнения, релаксационные техники с использованием фиброоптических модулей, сухих бассейнов, интерактивного оборудования.

Проведена апробация программы на базе двух школ города (выборка – 24 подростка 12–15 лет с подтвержденным высоким уровнем агрессии по опроснику Басса-Дарки).

Зафиксировано статистически значимое снижение уровня физической и вербальной агрессии у участников (в среднем на 22% по итогам контрольного тестирования).

Разработаны и изданы (или подготовлены к изданию) методические рекомендации для педагогов-психологов «Организация коррекционной работы с подростками в сенсорной комнате».

Создан коммерческий продукт – пакет документов (программа + методичка + раздаточные материалы), который можно внедрять в школах, психологических центрах, санаториях.

Получены письма поддержки от двух образовательных учреждений, заинтересованных во внедрении программы.

Новизна: в отличие от существующих подходов, ориентированных на детей младшего возраста или использующих сенсорную комнату только как средство релаксации, разработанная программа предлагает системный подход, сочетающий диагностику, коррекцию и развитие эмоционального интеллекта подростков. Программа адаптирована под типовое оборудование сенсорных комнат, доступное в большинстве школ, и не требует дополнительных дорогостоящих закупок.

#### Пример 4 (для специальностей нефтегазовое дело, приборостроение)

Проблема: при бурении горизонтальных скважин с большим отходом от вертикали очистка ствола от выбуренного шлама является критически важной задачей. Недостаточный вынос шлама приводит к прихватам бурильного инструмента, снижению механической скорости бурения и росту аварийности.

Существующие методы контроля (расходомеры на выходе, косвенные расчеты по режущему инструменту) не дают точной картины распределения шлама по длине горизонтального участка.

Актуальность: в связи с ростом доли горизонтального бурения в общей структуре проходки (до 70 % в новых проектах) и усложнением условий бурения (протяженные участки более 1000 м, узкие окна плотности бурового раствора) проблема точного учета выноса шлама становится ключевой для безаварийного строительства скважин. Импортные системы каротажа в процессе бурения (LWD) дороги и недоступны для многих буровых подрядчиков в условиях санкционных ограничений.

Цель: разработать устройство для непрерывного мониторинга объема выносимого шлама на устье скважины, обеспечивающее оперативный контроль эффективности очистки ствола в реальном времени.

Практический результат:

Создан лабораторный прототип устройства, включающий датчик плотности шламопульпы и ультразвуковой расходомер.

Проведены стендовые испытания, подтвердившие погрешность измерения не более 5 % в диапазоне расходов, характерных для бурения горизонтальных секций.

Разработан алгоритм пересчета данных в объем выбуренной породы с учетом литологии и механической скорости бурения.

Получен акт о внедрении результатов в учебный процесс кафедры бурения.

Достигнута договоренность об опытно-промышленных испытаниях с буровым предприятием (письмо о намерениях).

Новизна: в отличие от существующих косвенных методов, разработанное устройство позволяет в реальном времени оценивать не только наличие шлама на выходе, но и его фракционный состав (за счет анализа акустического сигнала), что дает возможность оперативно корректировать режимы бурения и параметры промывки. Устройство построено на доступной отечественной элементной базе и может быть масштабировано для тиражирования.

Пример 5 (для специальностей нефтегазовое дело, гражданская защита, экология, IT)

Проблема: существующие системы мониторинга промысловых трубопроводов фиксируют параметры (давление, расход, температуру), но не способны прогнозировать аварийные ситуации и выявлять скрытые закономерности, предшествующие разгерметизации. Операторы получают

сигнал только после наступления инцидента, что приводит к экологическому ущербу и дорогостоящим ремонтам.

Актуальность: в условиях старения трубопроводного парка (более 60 % промысловых трубопроводов выработали нормативный срок службы) и ужесточения требований промышленной безопасности, внедрение систем предиктивной аналитики на основе искусственного интеллекта становится критически важным. Западные аналоги (например, программные комплексы для прогнозирования отказов) ушли с рынка, либо не адаптированы к специфике российских условий (низкие температуры, коррозионно-активные среды).

Цель: разработать программно-аналитический модуль на основе нейросетевых алгоритмов для прогнозирования аварийных ситуаций на промысловых нефтепроводах по данным телеметрии в реальном времени.

Практический результат:

Собрана и размечена база данных исторических параметров работы 15 промысловых трубопроводов (более 2 млн записей), включая 23 задокументированных инцидента.

Разработана и обучена нейросетевая модель (архитектура LSTM), способная прогнозировать аномалии за 4–6 часов до возможной аварии с точностью 87 %.

Создан программный модуль, интегрируемый с существующей SCADA-системой одного из нефтепромыслов.

Проведено опытное тестирование на ретроспективных данных, подтвердившее работоспособность алгоритма.

Получено письмо поддержки от нефтедобывающего предприятия о заинтересованности в пилотном внедрении.

Новизна: в отличие от пороговых систем сигнализации (срабатывающих при выходе параметров за допустимые пределы), разработанный модуль выявляет сложные нелинейные зависимости между множеством параметров, позволяя диагностировать предотказные состояния на ранней стадии. Модель адаптирована к специфике северных трубопроводов (учет сезонных колебаний, работы в условиях вечной мерзлоты).

Пример 6 (для экономистов, управленцев, историков, социальных коммуникаций)

Проблема: Удмуртия обладает богатым этнокультурным наследием (традиции, ремесла, финно-угорская идентичность), но туристический поток в регион остается низким. Существующие этнокультурные проекты либо носят разовый событийный характер (фестивали, праздники), либо не имеют

устойчивой бизнес-модели и зависят от грантового финансирования. При этом растет спрос на аутентичный культурный опыт у туристов из крупных городов.

Актуальность: в рамках стратегии развития туризма в РФ до 2035 года одним из приоритетов является развитие этнокультурного туризма как инструмента сохранения культурного наследия и развития малых территорий. В Удмуртии действует программа «Развитие туризма», однако отсутствуют тиражируемые экономически эффективные модели этнопроектов. Бренд «Воршуд» (родовое имя в удмуртской традиции) обладает высоким потенциалом для создания уникального туристического продукта, но требует экономического обоснования и проработанной бизнес-модели.

Цель: разработать экономически обоснованную бизнес-модель этнокультурного туристического комплекса «Воршуд Усадьба» и оценить эффективность инвестиционного проекта.

Практический результат:

Проведен анализ рынка этнокультурного туризма в Удмуртии и соседних регионах, выявлены основные конкуренты и их ценовые предложения.

Разработана концепция комплекса, включающая: гостевой дом в традиционном стиле, мастерские (гончарная, ткацкая, кузнечная), этнокафе с удмуртской кухней, событийную площадку для обрядовых праздников.

Составлена финансовая модель проекта на 5 лет с ежемесячным планированием в первый год:

рассчитаны стартовые инвестиции (строительство/реновация, оборудование, благоустройство) – 8,5 млн рублей;

спрогнозированы доходы от размещения, экскурсий, мастер-классов, кафе, продажи сувениров;

рассчитаны основные показатели эффективности: NPV = 2,3 млн рублей, IRR = 18,5 %, срок окупаемости – 4,2 года, точка безубыточности – 24 % загрузки.

Проведен анализ чувствительности проекта к изменению ключевых параметров (загрузка, стоимость услуг, рост затрат).

Разработана дорожная карта реализации проекта с этапами: регистрация юрлица, поиск локации, привлечение инвестиций (гранты, субсидии, частные инвесторы), строительство, запуск, маркетинг.

Подготовлен пакет документов для участия в грантовом конкурсе (например, «Агротуризм» Минсельхоза РФ или Президентский фонд культурных инициатив).

Получено письмо поддержки от муниципального образования (о готовности предоставить земельный участок/помещение) и от регионального туристического информационного центра.

Новизна: в отличие от существующих этнопроектов, ориентированных либо на событийный туризм, либо на музейную деятельность, предлагаемая бизнес-модель сочетает несколько источников дохода (проживание, питание, мастер-классы, событийные мероприятия, сувенирная продукция), что обеспечивает финансовую устойчивость вне зависимости от сезона. Проект впервые предлагает комплексный подход к коммерциализации бренда «Воршуд» как регионального туристического продукта.

Таблица 5

### Типичные ошибки

Ошибка	Как надо
<b>Цель сформулирована слишком обще</b> («улучшить», «повысить», «исследовать»)	Цель должна быть конкретной и измеримой («разработать», «создать», «внедрить»)
<b>Задачи повторяют цель</b>	Задачи – это шаги к цели, они уже и конкретнее
<b>Нет обоснования актуальности</b>	Актуальность должна отвечать на вопрос «почему сейчас?»
<b>Объект и предмет путаются</b>	Объект – шире (рынок), предмет – уже (конкретный продукт)
<b>Новизна не показана</b>	Даже если продукт не уникален в мире, он может быть новым для вашего региона или сегмента
<b>Целевая аудитория описана слишком размыто</b> («все, кому это нужно»)	Чем точнее портрет ЦА, тем лучше
<b>Практический результат описан слишком обще</b> («будет создан», «будет разработано»)	Результат должен быть конкретным: что уже сделано, какие цифры, какие документы получены

### Чек-лист для самопроверки

Перед тем как считать введение готовым, ответьте «да» на каждый вопрос:

1. Во введении четко сформулирована **проблема**, которую решает проект?
2. Обоснована **актуальность** (почему это важно именно сейчас)?
3. Сформулирована **цель** (что именно создается)?
4. Цель разбита на конкретные **задачи** (4–6 штук)?

5. Определены **объект и предмет** исследования?
6. Описан **практический результат** (что уже сделано)?
7. Показана **новизна** (чем отличается от аналогов)?
8. Указана **целевая аудитория**?
9. Весь текст укладывается в **1–2 страницы**?
10. Введение написано связно, без повторов и противоречий?

## **2.4. Основная часть**

### **Теоретические сведения**

*Основная часть* – это ядро выпускной квалификационной работы. В ней вы последовательно раскрываете тему: сначала проводите анализ (глава 1), затем разрабатываете бизнес-план (глава 2), а потом показываете свой личный вклад (глава 3). Все главы логически связаны между собой и вытекают из цели и задач, поставленных во введении.

### **Материалы по практическому освоению**

Основная часть работы состоит, как правило, из логически связанных и соподчиненных глав (разделов), вытекающих из общей цели работы и тех задач, которые определены автором во введении. Главы могут подразделяться на несколько частей (подразделов). В конце каждой главы целесообразно давать краткие выводы по ней.

#### **2.4.1. Глава первая**

### **Теоретические сведения**

*Первая глава* – это аналитическая часть работы. Она выполняет две функции: демонстрирует ваши теоретические знания по специальности и создает аналитическую базу для бизнес-планирования. Здесь вы показываете, что понимаете предметную область, знаете рынок, целевую аудиторию и конкурентов.

### **Материалы по практическому освоению**

В первой главе должны раскрываться освоенные студентом профессиональные компетенции в рамках образовательной программы, по которой студент проходил обучение.

Если работа носит междисциплинарный характер и выполняется по разным укрупненным группам (команда ВКРС состоит из студентов разных направлений подготовки), то данная глава (теория по области исследования стартап-проекта) может быть разной по содержанию у членов команды.

Как правило, в главе 1 приводится аналитический обзор информационных источников – анализ современного состояния проблемы, дается обзор позиций исследователей, кратко описываются существующие технологии, обосновывается точка зрения автора на исследуемую проблему. Для написания данной главы, как правило, используется большая часть заявленных в ВКРС источников.

***В этой главе могут быть рассмотрены:***

- понятие и сущность изучаемого явления, процесса;
- краткий исторический обзор (эволюция) взглядов на проблему;
- тенденции развития тех или иных процессов;
- теории, которые используются (применяются) при решении проблемы и факторы, которые влияют на нее;
- система (группа) показателей, связанных с проблемой, методы решения, применяемые в настоящее время, их достоинства и недостатки;
- другое.

***В этой же главе рекомендуется провести маркетинговый анализ рынка:***

- описание трендов на соответствующем рынке,
- анализ структуры и динамики объемов соответствующего рынка;
- описание целевой аудитории,
- сравнительный анализ конкурентов и аналогов,
- описание конкурентных преимуществ предлагаемого в стартап-проекте товара или услуги.

Результат представляется как в виде текста, так и в виде таблиц и рисунков. Если в ходе работы проводилось интервьюирование потенциальных потребителей или собственные исследования (опросы), то в данном разделе ВКРС приводятся результаты опросов.

Рекомендуемый объем первой главы ВКРС – 20–35 страниц.

Для успешного написания первой главы рекомендуем воспользоваться следующими практическими рекомендациями.

**Структура первой главы: от теории к практике**

Первая глава выполняет две важные функции:

1. Демонстрирует ваши теоретические знания по специальности (компетенции, освоенные за время обучения)
2. Создает аналитическую базу для бизнес-планирования (понимание рынка, конкурентов, целевой аудитории)

Таким образом, первая глава имеет двойную природу: она должна одновременно соответствовать академическим требованиям вашей

образовательной программы и давать реалистичную картину рынка для будущего бизнес-планирования. Поэтому рекомендуется распределить зоны ответственности между научным руководителем и трекером проекта (табл. 6).

Таблица 6

### Рекомендуемая структура главы и зоны ответственности

Раздел	Содержание	Примерный объем	Основной консультант
1.1	Теоретические основы (понятия, классификации, подходы)	5–10 стр.	научный руководитель
1.2	Анализ рынка (тренды, объем, динамика)	5–8 стр.	трекер
1.3	Анализ целевой аудитории	3–5 стр.	трекер
1.4	Анализ конкурентов и определение конкурентных преимуществ	4–7 стр.	трекер
1.5	Выводы по главе	1–2 стр.	оба (итоговое согласование)

Далее разберём подробно наполнение каждого раздела.

#### 1.1. Теоретические основы исследования

##### Теоретические сведения

*Теоретические основы* – это базовые понятия, классификации и подходы, которые объясняют суть вашего проекта. Они закладывают фундамент для всего дальнейшего исследования: анализа рынка, разработки бизнес-модели и обоснования решений. Теория нужна не сама по себе, а как инструмент для понимания проблемы и поиска путей ее решения.

##### Материалы по практическому освоению

В этом разделе вы показываете, что владеете понятийным аппаратом и теоретическими подходами в вашей профессиональной области.

##### Что писать:

- Определения ключевых понятий (с ссылками на авторитетные источники)
- Классификации и типологии, релевантные для вашей темы

- Обзор существующих теоретических подходов к решению аналогичных проблем

- Факторы, влияющие на объект исследования

**Важно:** Не пишите «теорию ради теории». Выбирайте только те концепции, которые действительно будут использованы в дальнейшем – для анализа рынка, обоснования выбора технологии, разработки бизнес-модели.

*Пример (для проекта по созданию мобильного приложения):*

В разделе 1.1 даются определения понятий «мобильное приложение», «пользовательский интерфейс (UI)», «пользовательский опыт (UX)», рассматриваются существующие классификации мобильных приложений (нативные, веб-, гибридные), анализируются подходы к проектированию интерфейсов для пожилых пользователей.

*Пример (для проекта в сфере образования):*

В разделе 1.1 рассматриваются понятия «дистанционное обучение», «инклюзивное образование», «дети с ОВЗ», анализируются существующие методики дистанционной работы с детьми с ментальными нарушениями, выявляются их ограничения.

Как видно из примеров, теоретическая часть всегда привязана к специфике проекта и служит фундаментом для последующего анализа.

## **1.2. Анализ современного состояния рынка (отрасли)**

### **Теоретические сведения**

*Анализ рынка* – это исследование внешней среды, в которой будет работать проект. Он позволяет понять, растет или падает рынок, насколько он насыщен, какие существуют тренды и факторы влияния. Без этого анализа невозможно обосновать, что ваш продукт или услуга действительно нужны и востребованы.

### **Материалы по практическому освоению**

Здесь вы показываете, что понимаете контекст, в котором будет работать ваш проект.

Что писать:

- *Тренды рынка:* что происходит в отрасли? (рост/падение, новые технологии, изменение потребительского поведения, меры господдержки)

- *Объем рынка:* какова его емкость? (используйте модель TAM, SAM, SOM )

- *Динамика:* как рынок менялся за последние 3–5 лет? какие прогнозы?

- *Факторы влияния:* что движет рынком? что сдерживает?

### Где брать данные:

- Отраслевые отчеты министерств и ведомств;
- Данные Росстата;
- Исследования аналитических агентств (РАЭКС, НАФИ, РБК, Data Insight);
- Профессиональные ассоциации;
- Научные статьи и диссертации

Таблица 7

### Типичные ошибки

Ошибка	Как надо
TAM, SAM, SOM считают для всего мира	Ограничьте географию (страна, регион, город)
Цифры без источников	Каждая цифра должна иметь ссылку или пояснение метода расчета
SOM больше SAM (невозможно)	SOM всегда меньше или равен SAM
Не учтены конкуренты	При расчете SOM обязательно покажите, как вы оценили свою долю с учетом конкуренции
Слишком оптимистичные прогнозы	Инвесторы и опытные руководители сразу видят завышенные ожидания. Лучше быть консервативнее

## 1.3. Анализ целевой аудитории

### Теоретические сведения

*Целевая аудитория (ЦА)* – это группа людей или организаций, для которых создается продукт. Понимание своей ЦА – ключевой фактор успеха любого проекта. Чем точнее вы знаете, кто ваши клиенты, чем они живут, какие у них проблемы и потребности, тем эффективнее вы сможете настроить продукт и маркетинговую стратегию. Без четкого портрета клиента все дальнейшие шаги теряют ориентир.

### Материалы по практическому освоению

Этот раздел отвечает на вопрос: *для кого мы создаем продукт?*

### Что нужно выяснить и описать:

✓ *Социально-демографические характеристики:* пол, возраст, доход, образование, место жительства, семейное положение

✓ *Поведенческие характеристики:* как часто пользуются подобными продуктами, где ищут информацию, как принимают решения о покупке

✓ *Потребности и «боли»:* с какими проблемами сталкиваются? что их не устраивает в существующих решениях?

✓ *Готовность платить:* сколько готовы отдать за решение проблемы?

### Методы сбора информации:

- Глубинные интервью (5–10 респондентов)
- Онлайн-опросы (Google Forms, Яндекс.Взгляд)
- Анализ отзывов на продукты конкурентов
- Наблюдение в соцсетях и на профильных форумах

**Результатом** анализа должен стать четкий портрет целевого клиента. Важно понимать, что один и тот же портрет можно представить по-разному в зависимости от назначения:

Для текста дипломной работы оптимально использовать таблицу. Она дает полную, детальную информацию, удобна для проверяющих и соответствует академическим требованиям. В таблице вы можете последовательно описать социально-демографические характеристики, поведенческие особенности, потребности и «боли» клиента, а также его готовность платить.

Для презентации на защиту лучше подготовить инфографику. Это наглядный и запоминающийся формат, который поможет комиссии быстро понять, кто ваш клиент. В инфографике достаточно отразить самое главное: образ типичного представителя, 3–4 ключевые характеристики и основные «боли».

Инфографику можно создать с помощью Canva, PowerPoint, Figma или специализированных сервисов Piktochart и Venngage.

Таблица 8

### Типичные ошибки

Ошибка	Как надо
Целевая аудитория описана слишком широко («все, кому это нужно»)	Чем уже сегмент, тем точнее вы попадете в потребности. Лучше один узкий сегмент, чем расплывчатый «все»

Только «сухие» демографические данные (пол, возраст, доход)	Добавьте поведенческие характеристики и «боли» – это важнее для продукта
Данные «из головы» без исследований	Любые утверждения об аудитории должны опираться на опросы, интервью или открытые источники
Нет сегментации (все клиенты описаны как одна группа)	Если у вас несколько типов клиентов – опишите каждый сегмент отдельно
Нет связи с продуктом (аудитория описана сама по себе)	Каждая характеристика должна объяснять, как она влияет на ваш продукт или маркетинг
В презентации таблица из диплома (мелко, нечитаемо)	Для презентации делайте инфографику или выносите только 3–4 ключевых цифры

## 1.4. Анализ конкурентов и определение конкурентных преимуществ

### Теоретические сведения

*Анализ конкурентов* – это изучение других компаний, которые предлагают похожие продукты или решают ту же проблему. Он позволяет выявить свои сильные стороны, найти незанятые ниши и сформулировать уникальное ценностное предложение (УТП). Без этого анализа невозможно доказать, что ваш проект имеет шансы на успех.

### Материалы по практическому освоению

Здесь вы показываете, что знаете своих конкурентов и понимаете, чем будете лучше.

#### Что писать:

- *Прямые конкуренты* - те, кто предлагает аналогичный продукт/услугу
- *Косвенные конкуренты* – те, кто решает ту же проблему другим способом
- *Потенциальные конкуренты* - кто может выйти на рынок в ближайшее время

#### Как представить результат:

Удобная форма для анализа конкурентов – сравнительная таблица. Она позволяет наглядно сопоставить свой проект с другими игроками рынка по единым критериям. Пример возможной структуры таблицы приведен ниже (табл. 9). Вы можете использовать ее как основу, дополнив или изменив параметры под свой проект.

Заполнив эту таблицу, вы увидите, по каким параметрам можете превзойти конкурентов и на чем сделать акцент в своем проекте.

**Важно:**

- Не просто перечислить конкурентов, а найти их слабые места – то, что станет вашим конкурентным преимуществом.
- Обратить внимание на незанятые ниши (сегменты, которые конкуренты не обслуживают).

Таблица 9

**Примерная структура для анализа конкурентов**

Параметр	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Ваш проект
Цена	...	...	...	...
Основные функции	...	...	...	...
Сильные стороны	...	...	...	...
Слабые стороны	...	...	...	...
Целевая аудитория	...	...	...	...
Каналы продвижения	...	...	...	...

На основе анализа сформулируйте уникальное ценностное предложение (УЦП) – кратко и ясно:

**Формула УЦП:** Мы помогаем [ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ] решить [ПРОБЛЕМУ] с помощью [НАШЕ РЕШЕНИЕ], в отличие от [КОНКУРЕНТОВ], потому что [НАШЕ ПРЕИМУЩЕСТВО].

**Пример:** Мы помогаем родителям детей с ОВЗ из малых городов получить квалифицированную логопедическую помощь с помощью онлайн-платформы, в отличие от очных специалистов, потому что наши занятия доступны из дома и адаптированы для детей с ментальными нарушениями.

Таблица 10

**Типичные ошибки**

Ошибка	Как надо
Анализ без таблицы (сплошной текст)	Используйте таблицу – она позволяет сравнить по единым критериям

Сравнение только по цене	Сравнивайте по функциям, качеству, сервису, целевой аудитории
Конкуренты перечислены, но нет выводов	После таблицы обязательно сформулируйте, в чем ваше преимущество
УЦП слишком длинное или размытое	УЦП должно быть понятным с первого раза, 1–2 предложения

## 1.5. Выводы по главе

### Теоретические сведения

*Выводы по главе* – это краткое резюме ключевых результатов, полученных в главе. Они не содержат новой информации, а только обобщают уже сказанное и показывают, как эти результаты подводят к следующей главе. Грамотно сформулированные выводы помогают комиссии увидеть логику вашего исследования.

### Материалы по практическому освоению

Каждая глава должна заканчиваться краткими выводами (1–2 страницы).

#### Что писать в выводах:

- К каким ключевым теоретическим положениям вы пришли
- Что показал анализ рынка (емкость, динамика, перспективы)
- Кто ваша целевая аудитория и каковы ее основные потребности
- Кто основные конкуренты и в чем ваши преимущества
- Как эти выводы подводят к следующей главе (где будет разрабатываться бизнес-план)

**Важно:** Выводы не должны содержать новой информации. Это краткое резюме того, что уже было сказано в главе.

Пример: Проведенный анализ показал, что рынок онлайн-образования в России растет на 15 % ежегодно, целевая аудитория – родители детей 5–12 лет с доходом выше среднего, а основное конкурентное преимущество проекта – адаптация под мобильные устройства, чего нет у конкурентов X и Y.

## 2.4.2. Глава вторая. Бизнес-план проекта

### Теоретические сведения

*Бизнес-план* – это документ, который доказывает экономическую состоятельность и реализуемость проекта. Он отвечает на вопросы: как организован проект, как создается продукт, как он будет продаваться, сколько

это стоит и когда окупится. Бизнес-план - основа для презентации инвесторам и комиссии.

### **Материалы по практическому освоению**

Первая глава ответила на вопрос *«почему это нужно?»* – вы доказали, что рынок существует, продукт востребован и у вас есть конкурентные преимущества. Вторая глава отвечает на вопрос *«как это сделать и сколько это стоит?»* – здесь разрабатывается бизнес-план, который доказывает экономическую состоятельность и реализуемость проекта.

Бизнес-план включает пять обязательных разделов:

**Организационный план** показывает, кто управляет проектом и как он организован: в какой правовой форме существует, кто входит в команду, какие кадры потребуются в будущем.

**Производственный план** описывает, как именно создается продукт или услуга: какое оборудование нужно, какие технологии используются, как организован процесс производства.

**План маркетинга и сбыта** раскрывает, как продукт будет продаваться: каналы продвижения, ценовая политика, рекламный бюджет, а также содержит SWOT-анализ проекта.

**Финансовый план** отвечает на вопросы о деньгах: сколько нужно инвестиций, какие доходы и расходы ожидаются, когда проект окупится, какова точка безубыточности.

**Устойчивое развитие и масштабирование** показывает долгосрочные перспективы проекта: его социальное и экологическое воздействие, возможности выхода в другие регионы и на экспорт, прогноз развития на 5–10 лет.

Далее каждый раздел разобран подробно: приведены обязательные требования и даны практические рекомендации по наполнению.

#### **2.4.2.1. Организационный план стартап-проекта**

##### **Теоретические сведения**

**Организационный план** – это раздел бизнес-плана, в котором описывается, как устроен проект с точки зрения структуры и управления. Он отвечает на вопросы: в какой правовой форме будет существовать проект, кто входит в команду, какие роли выполняют участники, какие кадры потребуются в будущем. От качества организационного плана зависит доверие инвесторов и понимание того, способна ли команда реализовать задуманное.

## **Материалы по практическому освоению**

В этом разделе описывается, как организован проект с точки зрения структуры и команды: кто управляет, в какой правовой форме существует и какие люди нужны для реализации.

### Что должно быть отражено

- *Организационно-правовая форма*: самозанятый, ИП или юридическое лицо (обоснование выбора)
- *Команда проекта*: состав, распределение ролей, кто за что отвечает, образование, навыки, достижения, роль в проекте
- *Потребность в кадрах*: какие специалисты нужны, их функции

### ➤ **Выбор организационно-правовой формы**

Перед запуском проекта нужно решить, как вы будете зарегистрированы. От этого зависят налоги, отчетность и ответственность.

#### Как выбрать:

- Начинаете один и будете оказывать услуги → *самозанятый*
- Планируете нанимать людей, открывать магазин/производство → *ИП*
- Запускаете проект с партнерами, нужны инвестиции → *ООО*

### ➤ **Описание команды и распределение ролей**

В этом разделе вы показываете, кто будет реализовывать проект и почему эти люди справятся с поставленными задачами.

#### Что должно быть отражено:

- Состав команды (ФИО, направление подготовки/курс)
- Роль каждого в проекте
- Ключевые компетенции, релевантные для этой роли (образование, дополнительные курсы, опыт, достижения)
- Распределение обязанностей (кто за что отвечает)

Даже если вы работаете один, опишите себя как команду. Если вас несколько – тем более. Ниже представлены примеры оформления.

### **Если вы работаете один:**

#### *Пример1* (краткий)

Проект реализуется единолично автором. В его компетенции входит: разработка концепции, создание продукта, маркетинг и продажи. При необходимости планируется привлечение внешних специалистов на аутсорс (дизайнер, бухгалтер).

### *Пример 2 (развернутый)*

Проект реализуется единолично автором. Распределение функций и компетенций выглядит следующим образом.

Иванов И. И., студент 4 курса направления «Менеджмент», выполняет все ключевые функции проекта:

- Разработка концепции и стратегия – образование по направлению «Менеджмент», опыт участия в бизнес-интенсивах и тренингах по предпринимательству.
- Создание продукта – дополнительные навыки получены в ходе прохождения онлайн-курсов по программированию (сертификат Stepik «Python для начинающих»).
- Маркетинг и продажи – опыт ведения личного блога (1000 подписчиков) и самостоятельного изучения инструментов таргетинга.

По мере масштабирования проекта планируется привлечение внешних специалистов на аутсорс: дизайнера для создания визуального контента и бухгалтера для ведения отчетности.

### **Если вы работаете в команде**

#### *Пример 1*

Реализация проекта осуществляется командой из трех студентов УдГУ, обучающихся на разных направлениях подготовки, что обеспечивает междисциплинарный подход и позволяет закрыть все ключевые функции.

**Иванов И. И.**, студент 4 курса направления «Менеджмент», выполняет роль **руководителя проекта**. В его компетенции входит общая координация работ, стратегическое планирование, финансовое управление и взаимодействие с партнерами. Иван прошел обучение по программе «Траектория роста» и имеет опыт руководства студенческим проектом, который стал победителем грантового конкурса Федерального агентства по делам молодежи.

**Петров П. П.**, студент 4 курса направления «Прикладная информатика», выступает в роли **технического специалиста**. Он отвечает за разработку MVP, техническую поддержку и администрирование цифровых решений. Петров имеет двухлетний опыт фриланс-разработки на Python, а также занял 2 место на хакатоне «Цифровой прорыв» в 2024 году.

**Сидорова А. А.**, студентка 3 курса направления «Реклама и PR», отвечает за **продвижение проекта**. В ее задачи входит ведение социальных сетей, настройка таргетированной рекламы и работа с обратной связью от клиентов. Анна имеет сертификат по таргетингу от VK и успешно ведет личный блог с аудиторией более 5000 подписчиков.

Распределение обязанностей между участниками позволяет эффективно реализовывать все этапы проекта: от разработки до вывода продукта на рынок. При необходимости команда планирует привлекать внешних специалистов на аутсорс (дизайнер, бухгалтер).

*Вариант 2* представлен в таблице 11.

**Важно:** не нужно писать общие фразы типа "команда состоит из опытных специалистов". Покажите конкретные факты:

- образование (связь с ролью)
- пройденные курсы
- участие в конкурсах, хакатонах
- реальный опыт (фриланс, волонтерство, стажировки)
- достижения (победы, сертификаты, реализованные проекты)

Таблица 11

### Команда проекта

Роль в проекте	Участник	Компетенции и достижения	Основные задачи
<b>Руководитель проекта</b>	Иванов И. И., студент 4 курса, направление «Менеджмент»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Обучение по программе «Траектория роста»</li> <li>• Опыт руководства студенческим проектом (победа в грантовом конкурсе)</li> </ul>	Общая координация, стратегия, финансовое планирование, переговоры с партнерами
<b>Технический специалист</b>	Петров П. П., студент 4 курса, направление «Прикладная информатика»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 место на хакатоне «Цифровой прорыв»</li> <li>• Опыт разработки на Python (2 года фриланса)</li> </ul>	Разработка MVP, техническая поддержка, администрирование
<b>Специалист по продвижению</b>	Сидорова А. А., студентка 3 курса, направление «Реклама и PR»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ведение блога на 5000 подписчиков</li> <li>• Сертификат по таргетингу от VK</li> </ul>	SMM, настройка рекламы, работа с отзывами

#### ➤ Потребность в кадрах

Здесь вы показываете, какие специалисты понадобятся в будущем (когда проект вырастет).

#### Пример:

На первом этапе все функции выполняются командой проекта. При выходе на плановые объемы продаж потребуется наем:

Менеджер по продажам (1 чел.) – обработка заявок, ведение клиентов  
 Бухгалтер на аутсорсе (0,2 ставки) – отчетность, налоги  
 Курьер (2 чел.) – доставка продукции (для проектов с физическим товаром).

Таблица 12

### Типичные ошибки в организационном плане

Ошибка	Как надо
<b>Не обоснован выбор правовой формы</b> («выбрали ИП, потому что так проще»)	Объясните, почему именно эта форма подходит для вашего проекта (учет масштаба, рисков, планов по найму)
<b>Роли описаны формально</b> («Петров – программист, Иванов – менеджер»)	Опишите конкретные задачи и компетенции, свяжите с образованием и опытом
<b>Нет понимания, кто что делает в команде</b>	Используйте таблицу с четким распределением обязанностей
<b>Забыли про будущие кадры</b>	Даже если сейчас вы работаете одни, покажите, какие специалисты понадобятся при масштабировании
<b>Команда описана, но нет связи с проектом</b>	Каждая роль должна быть обоснована: почему нужен именно такой специалист?

### Чек-лист для самопроверки

- Выбранная организационно-правовая форма обоснована?
- Описан состав команды и распределение ролей?
- Указано, какие кадры потребуются в будущем?
- Для командных проектов: показан вклад каждого участника?
- Все описано конкретно, без общих фраз?

#### 2.4.2.2. Производственный план стартап-проекта

##### Теоретические сведения

*Производственный план* – это раздел бизнес-плана, в котором описывается, как именно создается продукт или услуга. Он отвечает на вопросы: какое оборудование и технологии нужны, какие этапы включает

производственный процесс, сколько это стоит, какие ресурсы требуются. Производственный план показывает, что продукт можно реально изготовить в заявленном объеме и качестве.

### **Материалы по практическому освоению**

В этом разделе описывается, как именно будет создаваться продукт/услуга. Подробное описание производственного плана позволяет оценить реализуемость стартап-проекта и сформированность у студента профессиональных навыков в рамках образовательной программы.

#### Что должно быть отражено:

- *Технологическое решение:* выбранная технология, оборудование, материалы
- *Производственные процессы:* основные этапы создания продукта
- *Стартовые инвестиции:* потребность в капитале, структура инвестиций
- *Себестоимость:* расчет издержек, смета текущих затрат
- *Производственная программа:* планируемый объем выпуска на 2–3 года

#### Дополнительные элементы (в зависимости от типа проекта):

- географическое положение, транспортные пути, коммуникации
- кадровое обеспечение, зарплата, условия труда
- экологичность и безопасность производства
- переменные и постоянные затраты.

#### Как разработать производственный план

➤ *тип проекта определяет содержание.* Содержание производственного плана сильно зависит от того, что вы создаете (табл. 13).

Таблица 13

### **Содержание производственного плана**

Тип проекта	Что описывать
<b>Производство товаров</b>	Оборудование, сырье, технологические процессы, складские помещения, логистика
<b>IT-проект / цифровой продукт</b>	Стек технологий, этапы разработки, хостинг, инструменты, команда разработки

Тип проекта	Что описывать
<b>Услуги / сервис</b>	Процесс оказания услуги, необходимое оснащение, график работы, стандарты качества
<b>Научно-технический проект</b>	Лабораторное оборудование, методики, эксперименты, обработка данных

➤ **Технологическое решение и производственные процессы**

Опишите, **как именно** вы будете создавать продукт. Чем конкретнее, тем лучше.

*Пример для производства:*

Производство осуществляется на собственном оборудовании.

Технологический процесс включает следующие этапы:

1. Подготовка сырья (очистка, сортировка)
2. Смешивание компонентов по рецептуре
3. Термическая обработка в печи при температуре 180°C (40 мин)
4. Охлаждение и упаковка

*Пример для IT-проекта:*

Разработка ведется на языке Python с использованием фреймворка Django. База данных – PostgreSQL. Хостинг – на серверах Яндекс.Облако. Процесс разработки разбит на спринты по 2 недели с использованием методологии Agile.

*Пример для услуг:*

Услуги оказываются на выезде у клиента. Выезд осуществляется в течение 2 часов после заявки. Используется профессиональное оборудование (мойка высокого давления Karcher, моющие средства с эко-сертификацией).

➤ **Стартовые инвестиции и структура затрат.** Здесь нужно показать, сколько денег необходимо для запуска, на что они пойдут и из каких источников будут привлечены. Если проект уже действует – укажите фактические затраты.

Рекомендуется представить стартовые инвестиции в форме таблицы с указанием источников финансирования (собственные средства, гранты, кредиты, средства партнеров и т.д.). Пример приведен в таблице 14.

Таблица 14

**Стартовые инвестиции**

Статья затрат	Сумма, руб.	Примечание	Источник финансирования
Оборудование	150 000	Печь, миксер, формы	Собственные средства
Сырье на первый месяц	50 000	Мука, масло, добавки	Банковский кредит
Регистрация ИП и лицензии	5 000	Госпошлина, нотариус	Собственные средства
Создание сайта	30 000	Разработка лендинга	Социальный контракт
Рекламный бюджет на старт	40 000	Таргет VK, Яндекс.Директ	Социальный контракт
<b>ИТОГО</b>	<b>275 000</b>		

➤ **Производственная программа.** Это план выпуска продукции на 2–3 года. Он должен быть связан с планом продаж и реальными мощностями. В таблицах 15-16 представлены примеры для производственного и IT-проекта.

Таблица 15

**Производство пирожков**

Период	Объем производства (шт/мес)	Выручка (руб/мес)
1-й год (ср.)	3 000	150 000
2-й год (ср.)	5 000	250 000
3-й год (ср.)	7 000	350 000

**IT-проект (подписки)**

Период	Кол-во подписчиков	Выручка (руб/мес)
1-й год (ср.)	100	50 000
2-й год (ср.)	300	150 000
3-й год (ср.)	600	300 000

➤ *Дополнительные элементы (по необходимости)*

В зависимости от проекта могут потребоваться:

- Географическое положение и логистика – где находится производство, как доставляете
- Кадровое обеспечение – сколько сотрудников нужно на производстве, их зарплата
- Экологичность и безопасность – есть ли вредные выбросы, как обеспечивается безопасность труда
- Переменные и постоянные затраты – для более детального финансового анализа.

**Типичные ошибки**

Ошибка	Как надо
Технология описана слишком обще («будем производить качественно»)	Опишите конкретные этапы, оборудование, материалы
Нет расчета себестоимости	Покажите, из чего складывается цена вашего продукта
Инвестиции без обоснования («нужно 500 тыс. руб.»)	Разбейте по статьям, объясните, на что пойдут деньги
Объем производства не связан с мощностями	Убедитесь, что планируемый объем реален с вашим оборудованием и командой

Для IT-проектов забывают про хостинг и поддержку	Даже у цифровых продуктов есть постоянные затраты
Производственная программа не согласована с планом продаж	Объем производства должен соответствовать тому, сколько вы планируете продать

### Чек-лист для самопроверки

- Описано технологическое решение (как именно создается продукт)?
- Перечислены основные производственные этапы?
- Рассчитана себестоимость единицы продукта?
- Составлена структура стартовых инвестиций (с таблицей)?
- Есть производственная программа на 2–3 года?
- Для производства - учтены логистика, помещение, кадры?
- Для IT - учтены хостинг, поддержка, амортизация разработки
- Все цифры обоснованы и реалистичны?
- Производственный план согласован с планом маркетинга и продаж?

#### 2.4.2.3 План маркетинга и сбыта продукции

##### Теоретические сведения

*План маркетинга и сбыта* – это раздел бизнес-плана, в котором описывается, как продукт будет попадать к клиенту. Он отвечает на вопросы: какую ценовую политику выбрать, через какие каналы продвигать продукт, какие партнеры помогут в продажах, сколько денег потребуется на рекламу. Без этого раздела даже самый лучший продукт может остаться незамеченным.

##### Материалы по практическому освоению

В данном разделе должен быть представлен план сбыта продукции, при составлении которого студент(ы) опирается(ются) на результаты маркетингового анализа рынка (оцениваемую потребность рынка) и на производственные мощности по стартап-проекту.

Дается описание бизнес-модели проекта:

- требования потребителей к продукции и возможности субъекта хозяйствования по их соблюдению;
- сведения о партнерах;

- стратегия рекламы и каналы продвижения продукта (технологии или услуги);
- конкретизируется, каким образом планируется организовать поток доходов по проекту (например, разовые сделки, регулярные доходы от периодических платежей, продажа актива, плата за использование, оплата подписки, комиссионные проценты и т.д.);
- SWOT-анализ;
- организация рекламной кампании и ориентировочный объем затрат на ее проведение.

### Как разработать план маркетинга и сбыта

#### **1. План сбыта: сколько и кому вы продадите**

*План сбыта* – это прогноз продаж на 2–3 года. Он должен быть реалистичным и опираться на емкость рынка (TAM, SAM, SOM из главы 1) и производственные мощности. В таблицах 18-19 представлены примеры.

#### **2. Бизнес-модель: как вы зарабатываете**

Опишите, каким образом планируется организовать поток доходов.

В дипломной работе этот раздел лучше представить в виде связного текста, а не таблицы. Таблица 20 приведена для справки, чтобы вы могли выбрать подходящую модель монетизации.

Таблица 18

#### **План сбыта (производство пирожков)**

Период	Объем продаж (шт/мес.)	Цена, руб.	Выручка, руб./мес.
1-й год (ср.)	2 500	50	125 000
2-й год (ср.)	4 000	55	220 000
3-й год (ср.)	6 000	60	360 000

Таблица 19

#### **План сбыта IT-проекта (подписки)**

Период	Кол-во подписчиков	Цена подписки, руб.	Выручка, руб./мес
1-й год (ср.)	100	500	50 000
2-й год (ср.)	300	500	150 000

Период	Кол-во подписчиков	Цена подписки, руб.	Выручка, руб./мес
3-й год (ср.)	600	550	330 000

Таблица 20

### Модели монетизации

Модель монетизации	Как работает	Пример
<b>Разовые продажи</b>	Клиент платит один раз	Магазин, билеты
<b>Подписка</b>	Регулярные платежи	Онлайн-кинотеатры
<b>Комиссия</b>	Процент со сделки	Маркетплейсы
<b>Freemium</b>	Бесплатно + платные функции	Мобильные приложения
<b>Реклама</b>	Доход от размещения рекламы	Блоги, медиа

#### Как описать бизнес-модель в тексте диплома

Недостаточно просто сказать «мы будем зарабатывать на подписке». Нужно объяснить логику.

**Плохо:** Проект планирует зарабатывать на подписке.

**Хорошо (пример для IT-проекта):**

Проект использует модель Freemium. Базовый функционал приложения (ведение дневника питания, счетчик воды) предоставляется бесплатно для привлечения массовой аудитории. Доход планируется получать за счет ежемесячной подписки на премиум-функции: индивидуальные планы питания, интеграция с фитнес-браслетами и расширенная статистика. По расчетам, при конверсии 5% бесплатных пользователей в платные и цене подписки 299 руб./мес., ежемесячная выручка при 10 000 пользователей составит 149 500 руб.

**Хорошо (пример для производства):**

Проект использует модель разовых продаж через розничные точки и собственный интернет-магазин. Доход формируется за счет наценки на себестоимость продукции. Дополнительным источником дохода станут оптовые продажи в кафе и рестораны города (модель B2B), где наценка ниже, но объемы закупок стабильнее.

Для презентации вы можете использовать Канву бизнес-модели (Business Model Canvas А. Остервальдера) – это наглядный инструмент, который помогает представить все ключевые элементы проекта на одном слайде. Однако в тексте дипломной работы мы рекомендуем именно развернутое описание.

### 3. Стратегия продвижения и каналы

Выберите каналы, соответствующие вашей целевой аудитории (табл. 21)

Таблица 21

#### Каналы для продвижения

Канал	Для каких проектов
Социальные сети (VK, Telegram)	B2C, услуги
Контекстная реклама	Товары с высоким спросом
SEO и контент-маркетинг	Долгосрочное привлечение
Партнерские программы	Любой бизнес

### 4. SWOT-анализ

*SWOT-анализ* – это инструмент стратегического планирования, который помогает оценить проект с четырех сторон. Результаты SWOT-анализа позволят вам увидеть, на что сделать ставку, а какие риски нужно минимизировать (табл. 22)

Таблица 22

#### Макет SWOT-анализа

	Положительное	Отрицательное
Внутреннее	Сильные стороны	Слабые стороны
Внешнее	Возможности	Угрозы

#### Что писать в каждом квадранте.

В разделе «**Сильные стороны**» отражаются внутренние положительные факторы, которые зависят от вас и дают преимущество. Это может быть уникальная технология, сильная команда, наличие патента, низкая себестоимость или доступ к редким ресурсам.

В разделе «**Слабые стороны**» указываются внутренние отрицательные факторы, которые могут мешать развитию и которые нужно преодолевать.

Например, недостаток опыта, узкая география присутствия, отсутствие постоянных поставщиков, нехватка финансов или слабая узнаваемость бренда.

В разделе «**Возможности**» перечисляются внешние положительные факторы, которые могут помочь проекту. Сюда относятся рост рынка, меры государственной поддержки, уход с рынка конкурентов, появление новых технологий или изменение потребительских предпочтений в вашу пользу.

В разделе «**Угрозы**» указываются внешние отрицательные факторы, которые могут навредить проекту. Это могут быть изменения законодательства, рост цен на сырье, появление новых сильных конкурентов, экономический спад или изменение потребительских предпочтений не в вашу пользу.

**Важно:** После заполнения таблицы обязательно сделайте краткие выводы – как вы будете использовать сильные стороны и возможности и как планируете минимизировать слабые стороны и угрозы.

#### **Пример вывода:**

Ключевыми факторами успеха проекта являются уникальная технология и растущий рынок. Основные риски связаны с возможным появлением конкурентов, что требует постоянного мониторинга рынка и своевременного обновления продукта.

## **5. Бюджет на маркетинг и продвижение**

Оцените примерные затраты на реализацию выбранной стратегии. Бюджет должен быть реалистичным и соответствовать этапу развития проекта.

Пример таблицы бюджета на маркетинг представлен в табл. 23.

Таблица 23

**Бюджет на маркетинг и продвижение**

Статья затрат	1-й год (руб.)	2-й год (руб.)	3-й год (руб.)	Примечание
Таргетированная реклама VK	120 000	180 000	240 000	Тестирование гипотез, масштабирование
Контекстная реклама (Яндекс.Директ)	60 000	100 000	150 000	На товарные запросы
Контент (копирайтер, дизайнер)	40 000	50 000	60 000	Ведение блога, полезные статьи
Участие в выставке/мероприятии	30 000	50 000	70 000	Развитие B2B- направления
<b>ИТОГО</b>	<b>250 000</b>	<b>380 000</b>	<b>520 000</b>	

### Что важно учесть при планировании бюджета:

- **Этап проекта** – на старте бюджет может быть минимальным, тестируются гипотезы. При масштабировании затраты растут
- **Сезонность** – в высокий сезон бюджет увеличивается
- **Конкуренция** – в конкурентных нишах стоимость привлечения клиента выше
- **Эффективность каналов** – отслеживайте, какие каналы работают лучше, и перераспределяйте бюджет.

Таблица 24

### Типичные ошибки

Ошибка	Как надо
План сбыта не связан с анализом рынка	Опирайтесь на данные из главы 1 (емкость рынка, целевая аудитория, конкуренты)
Выбраны каналы, не соответствующие ЦА	Проанализируйте, где именно ваша целевая аудитория ищет информацию, и выбирайте каналы исходя из этого
SWOT есть, но нет выводов	После таблицы обязательно сформулируйте текстом, как сильные стороны и возможности помогут проекту, а слабые стороны и угрозы – как планируете минимизировать
Бюджет на маркетинг не указан или нереалистичен	Рассчитайте бюджет, исходя из средних показателей по отрасли и этапа проекта
Нет связи между каналами продвижения и бюджетом	Распределите бюджет по каналам с обоснованием
Стратегия продвижения не учитывает этапы проекта	На старте – тестирование, при росте – масштабирование

### Чек-лист для самопроверки

- План сбыта составлен на 2–3 года?
- План сбыта опирается на анализ рынка и производственные мощности?
- Описана бизнес-модель (текстом, с логикой)?
- Выбраны каналы продвижения, соответствующие ЦА?
- Указаны ключевые партнеры?
- Проведен SWOT-анализ и сделаны выводы?
- Рассчитан бюджет на маркетинг с разбивкой по годам?
- Бюджет распределен по каналам и обоснован?

#### 2.4.2.4. Финансовый план (экономическое обоснование)

##### Теоретические сведения

*Финансовый план* - это раздел бизнес-плана, в котором рассчитываются доходы, расходы, прибыль и ключевые показатели эффективности проекта. Он отвечает на вопросы: сколько денег нужно для запуска, когда проект окупится, какова точка безубыточности, насколько инвестиции в проект выгодны. Финансовый план показывает, что проект экономически состоятелен.

##### Материалы по практическому освоению

В данном разделе составляется прогноз доходов и расходов на 2-3 года, при этом на первый год реализации проекта составляется ежемесячный прогноз доходов и расходов, а во второй и третий год – прогноз на год.

Производится расчет основных показателей оценки эффективности проекта:

– *чистая прибыль по проекту накопительным итогом* – показывает общий финансовый результат за период;

– *NPV* (чистая приведенная стоимость) – для проектов, требующих дисконтирования;

*срок окупаемости проекта* – период, за который накопленная прибыль покрывает стартовые инвестиции;

– *ROI (рентабельность инвестиций по проекту)* - соотношение прибыли от реализации проекта к объему стартовых инвестиций;

– *рентабельность затрат по проекту* - соотношение прибыли по проекту к сумме стартовых инвестиций и текущих затрат по проекту;

– *точка безубыточности по проекту* в стоимостном (в рублях) и натуральном выражении (в штуках или иных натуральных единицах).

Студенты, обучающиеся в Институте экономики и управления УдГУ, также проводят *анализ рисков по проекту* количественными и качественными методами (не менее 3-х методов анализа рисков).

##### Как разработать финансовый план:

##### *1. Прогноз доходов и расходов* (откуда брать цифры)

Прогноз доходов и расходов – это сердце финансового плана. Все цифры должны быть обоснованы и опираться на предыдущие разделы (табл. 25)

### Источники данных для финансового плана

Откуда берем	Что берем
План сбыта (раздел 2.4.2.3)	Объем продаж (шт./подписок/клиентов) × Цена = Выручка
Производственный план (раздел 2.4.2.2)	Себестоимость единицы, постоянные затраты, стартовые инвестиции
План маркетинга (раздел 2.4.2.3)	Бюджет на продвижение по периодам
Организационный план (раздел 2.4.2.1)	Расходы на персонал (зарплата, налоги)

**Важно:** Ни одна цифра в финансовом плане не должна появляться "из воздуха". На каждую должно быть обоснование в предыдущих разделах или в пояснениях.

Пример помесечного прогноза приведен в **Приложении 1**. Прогноз на 2–3 года (по годам) – таблица 26.

Самая частая ошибка в финансовых планах – **завышенные ожидания**. Инвесторы и члены комиссии сразу видят нереалистичные цифры.

#### Признаки нереалистичного плана:

- Рост выручки на 200 % каждый год без объяснения причин
- Расходы не меняются при росте продаж
- Отсутствие сезонности там, где она должна быть
- Выход на прибыль с первого месяца (обычно нужен стартовый период).

### Прогноз на 2–3 года (по годам)

Показатель	1-й год	2-й год	3-й год
Выручка	1 730	2 500	3 600
Расходы	1 822	2 340	3 090
<b>Прибыль</b>	<b>-92</b>	<b>160</b>	<b>510</b>

Чтобы этого избежать, следуйте нескольким простым правилам:

**Учитывайте сезонность.** Продажи редко бывают равномерными круглый год. Например, в декабре они обычно выше (подарки, праздники), а в январе – ниже (траты после праздников). Ваш прогноз должен это отражать.

**Закладывайте рост расходов.** Когда растут продажи, автоматически увеличиваются затраты: нужно больше сырья и материалов, расширяется логистика, требуется дополнительный персонал. Нельзя оставлять расходы неизменными при росте выручки.

**Показывайте стартовый период.** Первые месяцы (а иногда и первый год) проект обычно работает в убыток - идут инвестиции в оборудование, маркетинг, раскатка продаж. Это нормально, и это обязательно должно быть видно в таблице.

**Обосновывайте темпы роста.** Если вы закладываете рост выручки на 30–50% год к году, объясните, за счет чего это произойдет. Например: «Рост во второй год планируется за счет выхода на два новых района города и запуска партнерской программы с детскими садами». Цифры без обоснования вызывают недоверие.

#### **2.4.2.5. Устойчивое развитие и потенциал масштабирования**

##### **Теоретические сведения**

*Устойчивое развитие и масштабирование* – это раздел бизнес-плана, в котором оценивается долгосрочная ценность проекта. Он отвечает на вопросы: как проект влияет на общество и экологию, можно ли его тиражировать в других регионах, есть ли импортозамещающий эффект, возможен ли экспорт. Этот раздел показывает, что проект имеет перспективы роста и приносит пользу не только создателям, но и обществу.

##### **Материалы по практическому освоению**

В данном разделе ВКРС описывается ожидаемое негативное и положительное воздействие реализации проекта на окружающую среду и социально-экономическое развитие региона и России в целом.

Например, анализируются:

- выбросы вредных веществ в ходе производственного процесса по проекту (негативное воздействие);
- создание новых рабочих мест, появление новых товаров или услуг, налоговые платежи в бюджет (положительные).

Также анализируются возможности масштабирования проекта и составляется прогноз его дальнейшего развития на 5–10 лет. Необходимо ответить на вопросы:

- Возможно ли масштабирование проекта в других регионах России?
- Присутствует ли импортозамещающий эффект?
- Может ли продукт стартап-проекта быть предложен на экспорт в зарубежные страны?

Как оценить устойчивое развитие и потенциал масштабирования: практические рекомендации:

### ***1. Оценка социального воздействия***

Покажите, какой положительный эффект проект принесет обществу. Используйте конкретные метрики.

*Новые рабочие места.* Подсчитайте, сколько рабочих мест будет создано непосредственно в проекте, а также в смежных сферах (поставщики, партнеры).

Например: «Реализация проекта позволит создать 5 новых рабочих мест в первый год и 12 – к третьему году».

*Налоговые поступления.* Оцените, какие налоги будет платить проект в бюджеты разных уровней. Это могут быть налоги с зарплаты сотрудников, налог на прибыль или налог при применении специальных налоговых режимов.

Например: «Ежегодные налоговые отчисления в бюджет региона составят около 450 тыс. рублей».

*Доступность товара или услуги.* Объясните, как проект улучшает жизнь людей: решает ли он проблему, которая раньше не решалась, делает ли товар или услугу доступнее.

Например: «Появление доступных логопедических услуг в малых городах позволит 200 детям ежегодно получать квалифицированную помощь без выезда в областной центр».

*Развитие смежных отраслей.* Покажите, кто еще выигрывает от реализации проекта: местные поставщики, подрядчики, сервисные компании.

Например: «Проект создаст спрос на продукцию местных поставщиков (мука, упаковка), что будет способствовать развитию малого бизнеса в регионе».

### ***2. Оценка экологического воздействия***

Если проект оказывает негативное влияние на окружающую среду, это нельзя скрывать. Наоборот, покажите, как вы планируете его минимизировать. Если проект экологически нейтральный (например, IT-проект или услуги), просто укажите это.

*Выбросы и отходы.* Оцените, какие отходы образуются в ходе реализации проекта, их объемы и класс опасности.

Например: «Производство предполагает образование отходов упаковки (5 кг в месяц), которые передаются на переработку специализированной организацией».

*Энергопотребление.* Подсчитайте, сколько ресурсов (электроэнергия, вода, топливо) потребляет проект.

Например: «Энергопотребление оборудования составит 350 кВт·ч в месяц».

*Меры по снижению вреда.* Опишите, что именно вы делаете, чтобы уменьшить негативное воздействие на окружающую среду.

Например: «Использование биоразлагаемой упаковки позволит снизить нагрузку на окружающую среду по сравнению с традиционными пластиковыми аналогами».

***Если проект не оказывает значительного воздействия,*** можно сформулировать кратко:

«Проект не оказывает негативного воздействия на окружающую среду, так как не связан с производственными выбросами и образованием отходов.»

### ***3. Анализ потенциала масштабирования***

Ответьте на три ключевых вопроса (из обязательных требований), но **развернуто и аргументированно**:

#### **Вопрос 1. Возможно ли масштабирование в других регионах России?**

*Пример:* Проект имеет высокий потенциал масштабирования, так как разработанная онлайн-платформа может быть тиражирована в любой регион России без существенных дополнительных затрат. На втором этапе планируется выход на рынки соседних областей, на третьем – масштабирование на Приволжский федеральный округ.

#### **Вопрос 2. Присутствует ли импортозамещающий эффект?**

*Пример:* Продукт полностью разработан на отечественном ПО и с использованием российского оборудования, что позволяет заместить импортные аналоги (например, систему автоматического полива иностранного производства). Проект соответствует целям импортозамещения в агропромышленном комплексе.

### Вопрос 3. Возможен ли экспорт?

*Пример:* На текущем этапе экспорт не планируется из-за специфики продукта (услуги локальны). Однако разработанная методика может быть адаптирована для русскоязычных сообществ в странах ближнего зарубежья (Казахстан, Беларусь) на последующих этапах.

**Составьте прогноз развития проекта, разбив его на логические этапы.** Для каждого этапа укажите ключевые задачи и ожидаемые результаты.

*На горизонте 1–2 лет* планируется запуск проекта, отработка бизнес-модели и выход на окупаемость. На этом этапе важно протестировать все гипотезы, настроить процессы и получить первые устойчивые результаты.

*В период 3–5 лет* предполагается масштабирование проекта в рамках региона, а также расширение линейки продуктов или услуг. На этом этапе проект должен выйти на стабильную прибыль и занять свою нишу на рынке.

*На горизонте 5–10 лет* возможен выход в другие регионы России, а при благоприятных условиях – начало экспортной деятельности. На этом этапе проект может стать узнаваемым игроком на федеральном уровне.

Таблица 27

#### Типичные ошибки

Ошибка	Как надо
Раздел написан формально, "для галочки"	Покажите конкретные цифры и факты
Нет оценки социального эффекта	Даже коммерческий проект создает рабочие места и платит налоги
Негативное воздействие скрыто	Лучше честно признать и показать меры по минимизации
Масштабирование описано обще ("будем расти")	Конкретные регионы, сроки, этапы
Прогноз на 5–10 лет отсутствует	Это обязательное требование

#### Чек-лист для самопроверки

- Описано положительное социальное воздействие (рабочие места, налоги, доступность)?

- Описано экологическое воздействие (или подтверждено его отсутствие)?
- Есть анализ возможностей масштабирования в другие регионы?
- Есть оценка импортозамещающего эффекта?
- Рассмотрена возможность экспорта?
- Составлен прогноз развития на 5–10 лет?
- Все утверждения подкреплены фактами, а не общими словами?

Для естественнонаучных и технических направлений подготовки в содержательном плане во 2 главе допускается описание:

– организации и методов исследования, примененных в ходе работы над проектом;

– условий выполнения эксперимента;

– методов статистической обработки результатов.

Данную главу необходимо дополнить подразделом «*Производственный план стартап-проекта*»/технологической картой.

### 2.4.3. Глава третья. Индивидуальный вклад и результаты проекта

#### Теоретические сведения

*Третья глава* – это ваша личная «зона ответственности». В ней вы показываете, что именно вы сделали в проекте, какие задачи решали и каких результатов достигли лично. Для командных проектов это единственная глава, которая у каждого члена команды своя. Именно по ней комиссия оценивает ваш персональный вклад.

#### Материалы по практическому освоению

В третьей главе представляются **результаты индивидуального участия студента** в разработке стартап-проекта.

#### Для командных проектов:

Если в команду ВКРС входит несколько студентов с одного направления подготовки, то первая и вторая главы ВКРС могут быть полностью одинаковыми (поскольку командная работа предполагает общую работу при проведении исследования), а **третья глава у каждого члена команды индивидуальная.**

### Для индивидуальных проектов:

Если студент единолично выполнил исследование и написал ВКРС, то он вправе вынести в третью главу подразделы «Финансовый план проекта» и «Устойчивое развитие проекта и потенциал масштабирования» из второй главы.

### **Для естественнонаучных и технических направлений:**

Допускается третью главу посвятить описанию результатов проведенного исследования, их практическому значению, а также предложениям по дальнейшим направлениям исследования. Данную главу необходимо дополнить подразделами «Организационный план», «План маркетинга и сбыта продукции», «Финансовый план проекта» и «Устойчивое развитие проекта и потенциал масштабирования».

**Рекомендуемый объем третьей главы: 5–25 страниц.**

### Как написать третью главу

В этом разделе вы должны четко и конкретно описать свой личный вклад в проект. Используйте следующие ориентиры.

**Ваша роль в проекте.** Укажите, какую функцию вы выполняли в команде: руководитель, разработчик, маркетолог, аналитик, технический специалист и т.д. Если ролей было несколько, перечислите их.

**Какие задачи вы решали.** Приведите конкретный перечень работ, выполненных лично вами. Избегайте общих фраз – пишите конкретно: «провел анализ рынка», «разработал архитектуру базы данных», «настроил таргетированную рекламу», «провел 10 глубинных интервью с представителями целевой аудитории».

**Какие результаты получили лично вы.** Покажите, что именно сделано вашими руками. Это могут быть созданные документы, разработанный код, проведенные эксперименты, заключенные договоренности. Например: «разработал макет мобильного приложения в Figma», «получил патент на полезную модель», «привлек первых 50 клиентов».

**Какие компетенции вы применили.** Свяжите выполненную работу с вашей образовательной программой. Покажите, что знания и навыки, полученные в университете, были реально использованы в проекте. Например: «применил методы статистической обработки данных, изученные в курсе «Математическая статистика»», «использовал знания по управлению проектами из курса «Основы менеджмента»».

### Типичные ошибки

Ошибка	Как надо
Глава не отражает личный вклад (для командных проектов)	Четко пропишите, что сделали именно вы
Глава дублирует первые две	Третья глава должна содержать новый материал или вашу личную интерпретацию
Для индивидуальных проектов – глава слишком короткая	Даже в одиночном проекте можно описать, как вы справлялись с разными задачами
Для научных проектов – нет обработки результатов	Мало привести данные, нужно их проанализировать
Нет выводов по главе	Глава должна заканчиваться краткими выводами

### Чек-лист для самопроверки

- В главе четко показан мой личный вклад в проект?
- Описаны конкретные задачи, которые я решал?
- Указаны результаты, которых я достиг лично?
- Для командных проектов: глава отличается от глав других участников?
- Для индивидуальных проектов: глава содержит новые материалы или углубленный анализ?
  - Для научных/технических проектов: есть описание методики и обработка результатов?
  - В конце главы есть краткие выводы?
  - Объем главы соответствует рекомендациям (5–25 стр.)?

#### 2.4.4. Заключение

##### Теоретические сведения

*Заключение* – это итог всей работы. В нем кратко резюмируются основные результаты: что сделано, какие выводы получены, достигнута ли цель. Заключение не должно содержать новой информации - только обобщение того, что уже было сказано в работе.

## Материалы по практическому освоению

Заключение содержит основные выводы по ВКРС и представляет собой краткое резюме проекта о результатах реализации и коммерциализации (при наличии) стартап-проекта и/или перспективы его развития.

### Как написать заключение

#### 1. Структура заключения

Заключение – это не просто повторение введения. Здесь вы подводите итоги и показываете, что получилось в результате.

Рекомендуется придерживаться следующей структуры:

- *Краткое напоминание о проекте.* Начните с 1–2 предложений, напоминающих о цели и сути проекта. Это задаст контекст для дальнейших выводов.

- *Основные результаты по главам.* Кратко перечислите, что сделано в каждой части работы: какие теоретические вопросы рассмотрены, какой анализ проведен, какие решения разработаны.

- *Результаты реализации.* Покажите, что уже создано в ходе работы: разработан ли MVP, создан ли прототип, были ли первые продажи, получены ли патенты или свидетельства.

- *Экономические итоги.* Приведите ключевые финансовые показатели: срок окупаемости, планируемая прибыль, точка безубыточности. Если проект уже действует – укажите фактические результаты.

- *Перспективы развития.* Опишите, как проект будет развиваться дальше: масштабирование, выход на новые рынки, привлечение инвестиций, развитие линейки продуктов.

- *Итоговый вывод.* Завершите заключение общим резюме о том, достигнута ли поставленная цель и каково практическое значение работы.

#### 2. Чего писать НЕ надо

✗ Не пересказывайте содержание глав подробно

✗ Не вводите новую информацию, которой не было в работе

✗ Не пишите общих фраз ("проект важный и нужный")

#### 3. Примеры удачных формулировок

*Для проекта, который уже реализован:*

В ходе выполнения ВКРС был разработан и запущен Telegram-канал для обучения английскому языку детей 3–5 лет. За 6 месяцев работы канала набрано 1200 подписчиков, проведено 3 платных мини-курса, получена

выручка 45 000 руб. Проект вышел на самоокупаемость. Разработанная методика может быть масштабирована на другие возрастные группы.

*Для проекта на стадии разработки:*

В рамках работы проведен анализ рынка онлайн-образования, выявлена целевая аудитория и ее потребности, разработана бизнес-модель и финансовый план. Создан прототип платформы, проведено его тестирование с участием 20 пользователей. Получены положительные отзывы и предварительные договоренности с двумя партнерами. Дальнейшее развитие проекта предполагает привлечение грантового финансирования и выход на рынок в 2026 году.

*Для научно-технического проекта:*

В результате экспериментальных исследований подтверждена эффективность разработанного состава для снижения вязкости нефти. Полученные данные обработаны статистически, погрешность измерений не превышает 5 %. На основе результатов подготовлена заявка на патент и достигнута договоренность о проведении опытно-промышленных испытаний.

Таблица 29

### Типичные ошибки

Ошибка	Как надо
Заключение – это копия введения	Во введении вы обещали, в заключении – показываете, что сделали
Слишком кратко (2–3 предложения)	Заключение должно быть содержательным, обычно 1–2 страницы
Нет конкретных результатов	Пишите цифры, факты, достижения
Нет перспектив	Покажите, что проект не заканчивается с дипломом
Появляется новая информация	Все важное должно быть в основной части

### Чек-лист для самопроверки

- Заключение содержит краткое напоминание о цели проекта?
- Перечислены основные результаты по главам?
- Указаны конкретные достижения (прототип, продажи, патенты)?
- Приведены ключевые финансовые показатели?
- Описаны перспективы развития проекта?
- Нет новой информации, которой не было в работе?

- Объем соответствует рекомендациям (1–2 страницы)?
- Заключение оставляет ощущение завершенности работы?

#### 2.4.5. Список литературы

##### Теоретические сведения

*Список литературы* – это перечень всех источников, использованных при написании работы. Он показывает, что вы опирались на авторитетные материалы, знакомы с научной и профессиональной литературой по теме. Список оформляется по ГОСТ и является обязательным элементом любой квалификационной работы.

##### Материалы по практическому освоению

Список источников и ссылки на них в тексте оформляются в соответствии с требованиями стандартов:

- **ГОСТ Р 7.05-2008** (Библиографическая ссылка);
- **ГОСТ Р 7.0.100–2018** (Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления).

Тексты стандартов доступны на сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии <http://protect.gost.ru>.

Обязательными позициями списка литературы являются использованные студентом информационные материалы (учебники, статьи и т.п.) по *бизнес-планированию и оценке эффективности проектов*. Число позиций в списке литературы должно составлять *не менее 10 наименований*.

Внесенные в список документы нумеруют арабскими цифрами по порядку.

##### Структура списка литературы

Список использованных источников располагается в следующей последовательности:

##### **1. Законодательные документы** в порядке их значимости:

- международные акты;
- Конституция РФ;
- законы РФ;
- указы Президента РФ;
- акты Правительства РФ;
- акты министерств и ведомств (в алфавитном порядке).

##### **2. Стандарты и другие нормативные документы.**

##### **3. Монографии, научные сборники, учебная литература.**

4. *Справочные материалы.*
5. *Статьи из журналов и сборников научных трудов.*
6. *Электронные ресурсы.*

Внутри каждого раздела источники располагаются в **алфавитном порядке** по первой букве фамилии автора (если группа авторов – по первой фамилии автора).

#### Как работать со списком литературы

##### **1. Откуда брать источники**

Для качественной работы важно использовать разнообразные и актуальные источники.

*Учебники и монографии* можно найти в библиотеке УдГУ, в электронно-библиотечных системах (Znanium, Лань, Юрайт), а также в научной электронной библиотеке eLibrary.

*Научные статьи* ищут в eLibrary, КиберЛенинке и Google Scholar. Это основные базы для поиска актуальных исследований по вашей теме.

*Нормативные документы* - законы, указы, постановления – доступны в справочно-правовых системах КонсультантПлюс и Гарант, а также на официальных сайтах министерств и ведомств.

*Статистические данные и отчеты* публикует Росстат, профильные министерства и отраслевые аналитические агентства. Здесь можно найти цифры для обоснования емкости рынка.

*Электронные ресурсы* включают официальные сайты компаний, профессиональные порталы, блоги экспертов и авторитетные онлайн-издания. Важно проверять достоверность таких источников.

##### **2. Сколько источников нужно**

**Минимум – 10**, но для качественной работы рекомендуется **20–30 источников**, из них:

- 5–7 – учебники и монографии;
- 5–8 – научные статьи;
- 2–3 – нормативные документы;
- остальное – электронные ресурсы, отчеты, статистика.

##### **3. Как оформлять ссылки в тексте**

В тексте ВКРС ссылки на источники оформляются в квадратных скобках с указанием номера источника из списка литературы и, при необходимости, страницы:

[5, с. 42] – ссылка на 5-й источник в списке, страница 42.

[12] – ссылка на источник в целом.

Таблица 30

### Типичные ошибки

Ошибка	Как надо
Меньше 10 источников	Это нарушение требования, работа может быть не допущена к защите
Источники устарели (старше 5–10 лет)	Используйте актуальные источники, особенно для быстро меняющихся тем
Нет источников по бизнес-планированию	Это обязательное требование
Нарушена структура списка	Соблюдайте порядок: законы, книги, статьи, электронные ресурсы
Неправильное оформление по ГОСТ	Сверьтесь с образцом в Приложении 3
Ссылки в тексте не соответствуют списку	Проверьте, что все цитируемые источники есть в списке, и наоборот

### Чек-лист для самопроверки

- В списке не менее 10 источников?
- Есть источники по бизнес-планированию и оценке эффективности?
- Соблюдена структура (законы, книги, статьи, электронные ресурсы)?
- Источники актуальны (для тем, где это важно)?
- Все источники оформлены по ГОСТ (сверьтесь с Приложением 3)?
- В тексте есть ссылки на все использованные источники?
- Все источники, на которые есть ссылки в тексте, присутствуют в списке?

## 2.4.6. Приложения

### Теоретические сведения

*Приложения* – это дополнительные материалы, которые подтверждают и иллюстрируют ваш проект. Сюда выносятся документы, фотографии,

чертежи, анкеты, письма поддержки, копии договоров – все, что важно для обоснования проекта, но слишком громоздко для основного текста.

### **Материалы по практическому освоению**

В приложениях следует отражать материалы, которые дополняют и подтверждают основную часть работы. Сюда включаются документы, иллюстрации и данные, которые важны для обоснования проекта, но слишком громоздки для основного текста.

#### Что рекомендуется включить:

- *Полную информацию о компании:* регистрационные документы, устав, свидетельства (если проект уже зарегистрирован).
- *Материалы о продукте:* фотографии, чертежи, схемы, патентную информацию, скриншоты работающего прототипа.
- *Результаты маркетинговых исследований:* примеры анкет, использованных при опросах, таблицы с сырыми данными, расшифровки интервью.
- *Нормативные документы:* законодательные акты, стандарты, подтверждающие описанные в работе риски или обосновывающие требования к продукту.
- *Подтверждающие материалы:* письма поддержки от потенциальных партнеров или инвесторов, копии договоров о намерениях, акты внедрения, копии договоров продаж (если были осуществлены первые продажи).

#### Как работать с приложениями

##### **1. Какие материалы выносить в приложения**

В приложения попадают материалы, которые дополняют и подтверждают основную часть работы, но слишком громоздки для включения в основной текст. Ориентируйтесь на следующие критерии.

**Подтверждающие материалы.** Сюда относятся документы, доказывающие реальность проекта и достигнутых результатов: сканы договоров, письма поддержки от партнеров, копии патентов, акты внедрения, договоры о намерениях.

**Иллюстративные материалы.** Фотографии продукта, скриншоты работающего прототипа, чертежи, схемы – все, что помогает наглядно представить результат работы.

**Детализирующие материалы.** Анкеты, использованные при опросах, расшифровки интервью, таблицы с большими массивами данных, подробные расчеты – то, что важно для обоснования, но загромождало бы основной текст.

**Обосновывающие материалы.** Нормативные документы, законодательные акты, стандарты, подтверждающие описанные в работе риски или обосновывающие требования к продукту. Сюда же можно отнести громоздкие расчеты, если они не помещаются в основную часть.

## 2. Оформление приложения

- Каждое приложение начинается с новой страницы.
- Вверху страницы указывается: Приложение 1, Приложение 2 и т. д. (арабскими цифрами).
- Каждое приложение должно иметь заголовок, отражающий его содержание.
- На все приложения должны быть **ссылки в тексте работы** (например: «Анкета для опроса приведена в Приложении 2»).
- Приложения сохраняют сквозную нумерацию страниц всей работы.

## 3. Что НЕ надо выносить в приложения

- ✗ То, что уже есть в основной части (не дублируйте)
- ✗ Материалы, не имеющие прямого отношения к проекту
- ✗ Слишком объемные документы без пояснений (если вы прикладываете большой документ, сделайте выдержку или поясните, на что обратить внимание).

Таблица 31

### Типичные ошибки

Ошибка	Как надо
Приложения есть, но в тексте нет ссылок на них	На каждое приложение должна быть ссылка в основном тексте
Приложения не имеют названий	Каждое приложение нужно озаглавить
В приложения вынесено то, что должно быть в основной части	Важные таблицы и рисунки лучше оставить в тексте
Приложения не пронумерованы	Используйте сквозную нумерацию (Приложение 1, 2...)
Объем приложений слишком велик	Отбирайте только самое нужное

## Чек-лист для самопроверки

- В приложения вынесены материалы, подтверждающие и иллюстрирующие проект?
- На каждое приложение есть ссылка в тексте работы?
- Каждое приложение имеет заголовок и номер?
- Приложения оформлены на отдельных страницах?
- Нумерация страниц приложений продолжает общую нумерацию работы?
- В приложениях нет дублирования материалов из основной части?
- Отобраны только действительно нужные материалы?

### 3. СОПРОВОЖДЕНИЕ ВКРС РУКОВОДИТЕЛЕМ И ТРЕКЕРОМ

#### **Теоретические сведения**

*Сопровождение ВКРС* – это процесс взаимодействия студента с двумя наставниками. Руководитель помогает с академической частью, следит за соответствием образовательной программе и контролирует ход выполнения работы. Трекер – это консультант-практик, который помогает с бизнес-моделью, маркетингом и финансовыми расчетами. Успешное взаимодействие с обоими наставниками – залог качественной работы.

#### **Материалы по практическому освоению**

За каждым студентом, выполняющим ВКР в формате «Стартап как диплом», закрепляется руководитель ВКРС, который назначается заведующим выпускающей кафедры.

Если ВКРС выполняется командой студентов, то руководитель ВКРС закрепляется за каждым студентом команды. В этом случае требуется согласованная позиция руководителей студентов в отношении ВКРС, а их действия и рекомендации по работе над стартап-проектом не должны противоречить друг другу.

*Руководитель ВКРС* помогает студенту сформулировать тему проекта, проверяет план работы, организует работу в лабораториях (при необходимости), проводит экспертизу полученных результатов. На каждом этапе он оценивает возможность реализации работы в формате «Стартап как диплом».

Помимо руководителя за командой стартапа закрепляется **трекер** – консультант-практик. Трекер у команды один, независимо от того, выполняется ВКРС единолично или командой.

#### ***Кто может быть трекером:***

- педагогические работники из числа ППС, подтвердившие свою квалификацию;
- сотрудники Центра развития компетенций УдГУ;
- наставники бизнес-акселераторов;
- представители коммерческих организаций и индивидуальные предприниматели, имеющие опыт ведения предпринимательской деятельности, опыт работы в структурах поддержки малого и среднего предпринимательства, либо опыт работы в венчурных фондах, акселераторах или бизнес-инкубаторах.

*Трекер* консультирует команду стартап-проекта о структуре бизнес-плана и содержании его подразделов, а также оказывает методическую помощь при написании следующих разделов ВКРС:

- первой главы в части анализа рынка и целевой аудитории;
- второй (третьей) главы, в том числе при составлении финансовых расчетов и раздела об устойчивом развитии проекта.

*Руководитель ВКРС совместно с трекером* оказывают содействие студенту в подготовке подтверждающих документов о соответствии стартапа двум из шести критериев ВКРС, указанных в Приложении 4.

## 4. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ВКРС

### **Теоретические сведения**

*Требования к оформлению* – это правила, по которым оформляется текст работы: поля, шрифт, интервалы, нумерация страниц, оформление таблиц, рисунков и ссылок. Эти требования установлены ГОСТ и обязательны для выполнения. Соблюдение правил оформления – обязательное условие допуска к защите.

### **Материалы по практическому освоению**

ВКРС оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32-2017.

Изложение материала должно быть последовательным, логичным, конкретным, с опорой на результаты практики.

В тексте работы рекомендуется выделять законченную мысль в самостоятельный абзац.

Ссылки на источник в списке литературы оформляются в виде сносок в квадратных скобках по тексту ВКРС.

### ***Поля:***

Текстовый материал ВКРС должен быть выполнен на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата А4, через полтора (1,5) интервала. Кегль 14, шрифт – Times New Roman стандартного размера, с выравниванием текста по ширине листа и соблюдением следующих размеров отступа: левое – 30 мм, верхнее – 20 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм.

### ***Красная строка:***

Весь текст работы должен быть набран в редакторе WORD, делиться на абзацы, начало которых пишется с красной строки (отступ 1,25 см).

Заголовки структурных элементов следует располагать в середине строки без точки в конце, прописными буквами, не подчеркивая. Каждый раздел ВКРС начинают с новой страницы.

Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту, включая приложения. Номер страницы проставляется в центре нижней части страницы без точки. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц ВКР. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

### ***Оформление рисунков:***

Иллюстрации следует располагать непосредственно после текста, где они упоминаются впервые, или на следующей странице. На все иллюстрации в отчете должны быть даны ссылки, например: «в соответствии с рисунком 1». Слово «Рисунок», его номер и через тире наименование (пример: Рисунок 1 – Наименование рисунка) помещают после пояснительных данных и располагают в центре под рисунком без точки в конце.

### ***Оформление таблиц:***

Наименование следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в следующем формате: Таблица 1 – Наименование таблицы. Наименование таблицы приводят с прописной буквы без точки в конце.

Порядковый номер библиографического описания источника в списке использованных источников соответствует номеру ссылки. Порядковый номер ссылки приводят арабскими цифрами в квадратных скобках в конце текста ссылки.

В тексте ВКРС на все приложения должны быть даны ссылки. Каждое приложение перечисляется в содержании, размещается на новой странице и должно иметь общую с остальной частью ВКРС сквозную нумерацию страниц.

Остальные требования к оформлению ВКРС определяются методическими рекомендациями по написанию ВКР соответствующей выпускающей кафедры.

## 5. СОПРОВОДИТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ЗАЩИТЫ ВКРС

### Теоретические сведения

*Сопроводительные документы* – это пакет документов, который подтверждает, что проект прошел все этапы подготовки и соответствует установленным критериям. К ним относятся: финальная версия работы, паспорт проекта, презентация, отзывы руководителя и трекера, рецензия эксперта, справка об антиплагиате и другие. Без этих документов студент не допускается к защите.

### Материалы по практическому освоению

Обязательным условием допуска к защите является *промежуточная экспертиза* ВКРС, которая осуществляется экспертной комиссией не позднее, чем за 30 дней до проведения государственной итоговой аттестации.

***На промежуточную экспертизу обучающемуся (обучающимся) необходимо представить:***

- финальную версию проекта (распечатанную, допускается без переплета);
- подтверждающие документы на соответствие как минимум двум из шести критериев (Приложение 4);
- заполненный паспорт проекта (Приложение 5) в печатном и электронном формате doc.;
- презентация бизнес-проекта в формате PowerPoint (pptx);
- отзыв руководителя (руководителей) ВКРС о совместной работе обучающихся в команде стартапа в период подготовки ВКРС с указаниями личного вклада каждого члена команды (в случае, если команда стартапа состоит из нескольких участников);
- рецензия от эксперта в соответствующей области профессиональной деятельности, в зависимости от направления подготовки / специальности обучающегося;
- справка с указанием конкретных элементов работы, получивших внедрение (при наличии практического внедрения результатов ВКРС).

**Для защиты ВКРС в ГЭК представляются следующие документы:**

- ВКРС (в переплетенном (сброшюрованном) виде);
- решение экспертной комиссии о допуске к защите ВКРС;
- справка по проверке ВКРС на объем заимствования (антиплагиат);

- отзыв руководителя ВКРС;
- отзыв трекера ВКРС;
- рецензия от эксперта в соответствующей области профессиональной деятельности, в зависимости от направления подготовки / специальности обучающегося;
- справка с указанием конкретных элементов работы, получивших внедрение (при наличии практического внедрения результатов ВКРС).

## 6. ПОДГОТОВКА ПРЕЗЕНТАЦИИ ДЛЯ ЗАЩИТЫ ВКРС

### Теоретические сведения

*Презентация* – это визуальное сопровождение вашего выступления на защите. Она помогает комиссии быстро понять суть проекта и увидеть ключевые результаты. Презентация должна быть краткой, наглядной и соответствовать утвержденному шаблону УдГУ. Время выступления – 5 минут.

### Материалы по практическому освоению

Презентация является обязательным элементом защиты ВКРС. Она помогает комиссии быстро понять суть проекта и увидеть ключевые результаты. Презентация выполняется в формате PowerPoint (pptx) с использованием шаблона, утвержденного УдГУ.

**Время выступления:** не более 7 минут с учетом ответов на вопросы экспертной комиссии.

**Количество слайдов:** 16-18 (в зависимости от насыщенности материала).

### 4.1. Структура презентации в соответствии с шаблоном

Ниже приведена структура слайдов, соответствующая утвержденному шаблону. В скобках указаны номера слайдов по шаблону, которые следует заполнить.

#### *Слайд 1. Титульный слайд*

- Название проекта
- Название команды (если есть)

#### *Слайд 2. Команда проекта*

- ФИО участников
- Полезные навыки и достижения
- Роль в команде (кто лидер)

#### *Слайд 3. Проблема*

- Какую проблему вашей целевой аудитории вы решаете?
- Краткое описание проблемы (2–3 предложения)

#### *Слайд 4. Решение*

- Описание сути решения в 1–2 предложениях

**Важно:** обязательно показывайте то, что у вас есть (MVP, прототип, ранняя версия, скриншоты, фото). Лучше один раз увидеть ваш прототип, чем подробно услышать о нем.

### *Слайд 5. О проекте*

- Краткое описание проекта (что уже сделано)
- Демонстрация вашего решения (MVP / прототип / ранняя версия / другое)

### *Слайд 6. Роль проекта в обеспечении технологического суверенитета страны*

- Как ваш проект способствует импортозамещению, развитию отечественных технологий или решению стратегических задач

### *Слайд 7. Целевая аудитория и объем рынка*

- Портрет потребителя: подробное описание целевой аудитории
- PAM (Potential Available Market) - потенциальный объем рынка
- TAM (Total Addressable Market) - общий объем целевого рынка
- SAM (Serviceable Available Market) - доступный объем рынка
- SOM (Serviceable & Obtainable Market) - реально достижимый объем рынка

Все показатели указываются в натуральных единицах и в рублях

### *Слайд 8. Анализ конкурентов*

- Основные конкуренты (лидеры): их товары/услуги, доля рынка, объем продаж
- Преимущества вашего товара/услуги, бизнеса

### *Слайд 9. Бизнес-модель*

- Тип бизнеса: массовый рынок / нишевой рынок / дробное сегментирование / многопрофильное предприятие / многопрофильные платформы
- Ценностное предложение: новизна / производительность / изготовление на заказ / дизайн / бренд / статус / цена / сокращение расходов / снижение рисков / доступность / удобство использования

**Важно.** Сформулируйте по формуле

- Каналы сбыта: прямые (торговые агенты, интернет, фирменные магазины) / непрямые (партнерские магазины, оптовики)
- Взаимоотношения с клиентами: персональная поддержка / самообслуживание / автоматизированное обслуживание / сообщества / совместное создание
- Потоки доходов: разовые сделки / регулярные платежи / продажа актива / плата за использование / подписка / аренда / лизинг / лицензия / комиссионные / реклама
- Ключевые ресурсы: материальные / интеллектуальные / персонал / финансы

- Ключевые виды деятельности: производство / разрешение проблем (сфера услуг) / платформы

- Ключевые партнеры: партнеры (делаем вместе) / посредники / поставщики

- Структура издержек: фиксированные издержки / переменные издержки (указать основные элементы, а не сумму)

*Слайд 10. Процесс производства товара (оказания услуги)*

- Описание ключевых этапов производства или оказания услуги (лучше представить в виде схемы)

*Слайд 11. Цель проекта по SMART*

- Цель проекта, сформулированная по критериям SMART:

Specific (конкретная)

Measurable (измеримая)

Achievable (достижимая)

Relevant (актуальная)

Time-bound (ограниченная по времени)

**Важно.** Цель необходимо сформулировать в 1-2 предложениях.

*Слайд 12. Стартовые инвестиции и организационный план*

- Стартовые инвестиции: сумма и структура (таблица)

- Организационно-правовая форма: обоснование выбора

- Система налогообложения: указать выбранную систему

*Слайд 13-14. Финансовый план. Экономика проекта*

- Ключевые финансовые показатели за период окупаемости стартовых инвестиций (но не менее 1 года):

Выручка

Расходы

Прибыль

Срок окупаемости

Точка безубыточности

Рентабельность инвестиций (ROI)

*Слайд 15. План реализации проекта. График Ганта*

- Визуализация ключевых этапов проекта с указанием сроков

*Слайд 16. Координаты команды проекта*

- ФИО, телефон, e-mail, соцсети (для каждого участника)

## 6.2. Требования к оформлению презентации

*Единый стиль:* используйте шаблон УдГУ (логотип, цветовая гамма)

*Минимум текста:* на слайде – ключевые тезисы, остальное – в устной речи

*Визуализация:* графики, диаграммы, таблицы, фото продукта, скриншоты прототипа

*Читаемость:* шрифт не менее 20 пт для основного текста, 32–36 пт для заголовков

*Объем:* 15–18 слайдов (в шаблоне 16 позиций, некоторые можно объединить)

## 6.3. Подготовка к выступлению

- Время выступления: 3-4 минуты (репетируйте!)
- Не читайте с листа – рассказывайте своими словами
- Не комментируйте подробно каждый слайд. Не называйте все цифры, которые представлены на слайде.
- Сделайте демонстрацию продукта (прототипа, скриншотов, видео), если возможно
- Заранее подготовьте ответы на возможные вопросы комиссии

Таблица 32

### Типичные ошибки при подготовке презентации

Ошибка	Как надо
Слайдов слишком много (более 18)	15–18 слайдов оптимально для 5-минутного выступления
Текст на слайде занимает 10+ строк	На слайде – только ключевые тезисы (3–5 строк), остальное в устной речи
Мелкий шрифт (менее 20 пт)	Основной текст – не менее 20 пт, заголовки – 32–36 пт
Нет демонстрации продукта (MVP, прототипа, скриншотов)	Обязательно покажите, что уже сделано. Лучше один раз увидеть, чем услышать
Студент читает с листа или со слайда	Рассказывайте своими словами, смотрите на комиссию
Студент комментирует каждый слайд слишком подробно	Не называйте все цифры на слайде, выделяйте главное

<b>Ошибка</b>	<b>Как надо</b>
<b>Не укладывается в регламент (5 минут)</b>	Репетируйте несколько раз с секундомером
<b>Целевая аудитория описана слишком широко</b>	Чем уже сегмент, тем точнее попадаете в потребности
<b>Объем рынка (TAM/SAM/SOM) без источников</b>	Укажите, откуда взяты цифры
<b>Цель не сформулирована по SMART</b>	Используйте формулу SMART для формулировки цели
<b>Финансовые показатели только на 1 год</b>	Покажите динамику на период окупаемости (не менее 1 года)
<b>Нет графика Ганта</b>	Обязательно визуализируйте план реализации проекта
<b>Нет координат команды</b>	Укажите контакты (телефон, e-mail, соцсети)
<b>Презентация не в шаблоне УдГУ</b>	Используйте утвержденный шаблон (логотип, цветовая гамма)

### **Чек-лист для самопроверки**

- Презентация выполнена в шаблоне УдГУ
- Количество слайдов: 15–18
- Все слайды читаемы (шрифт не менее 20 пт, заголовки 32–36 пт)
- Текст на слайдах - только ключевые тезисы (3–5 строк)
- Есть демонстрация продукта (скриншоты, фото, видео прототипа)
- Указаны ключевые цифры (объем рынка TAM/SAM/SOM, окупаемость, прибыль)
- Цель сформулирована по SMART
- Приведены финансовые показатели за период окупаемости
- Есть график Ганта
- Указаны координаты команды (телефон, e-mail, соцсети)
- Презентация укладывается в 5 минут (проверено репетицией)
- Студент готов отвечать на вопросы.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

### Нормативные правовые акты и официальные документы

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. – Москва: Проспект, 2024. – 64 с. <http://www.kremlin.ru/acts/constitution>.

2. Российская Федерация. Законы. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон № 273-ФЗ: [принят Государственной Думой 21 декабря 2012 г.: одобрен Советом Федерации 26 декабря 2012 г.]. – Москва: Проспект, 2025. – 272 с. <http://www.kremlin.ru/acts/bank/36698>.

3. Российская Федерация. Президент. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года: Указ Президента РФ № 309 от 7 мая 2024 г. – Москва: Кремль, 2024. – 12 с. <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50542>.

4. Российская Федерация. Министерство образования и науки. Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры : приказ № 636 от 29 июня 2015 г. – Москва, 2015. – 18 с. [https://lunn.ru/sites/default/files/media/uch\\_proc/norm-prav-baza/fed/Minobrnauky/prikaz\\_minobrnauki\\_rossii\\_ot\\_29.06.2015\\_n\\_636.pdf](https://lunn.ru/sites/default/files/media/uch_proc/norm-prav-baza/fed/Minobrnauky/prikaz_minobrnauki_rossii_ot_29.06.2015_n_636.pdf).

5. Российская Федерация. Министерство науки и высшего образования. Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры : приказ № 245 от 6 апреля 2021 г. – Москва, 2021. – 35 с. [https://rumc.ggtu.ru/documents/normative\\_base/prikaz\\_N245\\_ot\\_06.04.2021\\_red\\_02.03.pdf](https://rumc.ggtu.ru/documents/normative_base/prikaz_N245_ot_06.04.2021_red_02.03.pdf).

6. Российская Федерация. Министерство образования и науки. По вопросу утверждения председателей Государственной экзаменационной комиссии: письмо № 05-8154 от 29 июля 2016 г. – Москва, 2016. – 2 с. <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71387910/>.

7. Российская Федерация. Министерство образования и науки. О направлении Методических рекомендаций для образовательных организаций высшего образования по формированию экосистемы, направленной на развитие практик сопровождения обучающихся при подготовке и защите выпускных квалификационных работ в формате «Стартап как диплом»: письмо № МН-11/3030 от 29 сентября 2022 г. – Москва, 2022. – 45 с.

8. Удмуртский государственный университет. О реализации программы «Стартап как диплом» в рамках Программы развития ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» ПСАЛ «Приоритет-2030»: приказ № 669/01-01-04 от 02.06.2025. – Ижевск, 2025. – 8 с.

9. Удмуртский государственный университет. Положение о подготовке и защите выпускной квалификационной работы в формате «Стартап как диплом» по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры: утверждено Решением Ученого совета УдГУ 26 мая 2025 г., протокол № 6. – Ижевск, 2025. – 15 с.

### **Учебная и научная литература**

10. Бланк, С. Стартап : настольная книга основателя / С. Бланк, Б. Дорф ; перевод с английского. – Москва : Альпина Паблишер, 2022. – 616 с.

11. Голубев, А. А. Бизнес-планирование : учебное пособие / А. А. Голубев, Е. В. Голубева. – Москва : Юрайт, 2024. – 215 с. – (Высшее образование).

12. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей : настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, И. Пинье ; перевод с английского. – Москва : Альпина Паблишер, 2023. – 288 с.

13. Петров, В. Н. Управление проектами : учебник / В. Н. Петров, Л. Н. Иванова. – Москва : Кнорус, 2023. – 328 с.

14. Рис, Э. Бизнес с нуля : метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис ; перевод с английского. – Москва : Альпина Паблишер, 2021. – 256 с.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Удмуртский государственный университет»**

\_\_\_\_\_ (институт)

\_\_\_\_\_ (кафедра)

**Направление подготовки/специальность** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (шифр, наименование)

**Образовательная программа** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (направленность/профиль/специализация)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
(СТАРТАП ПРОЕКТ)**

**на тему**

\_\_\_\_\_ (название ВКРС)

Работу выполнил студент группы \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ /  
ФИО

\_\_\_\_\_ /  
подпись

Работа допущена к защите

Руководитель ВКР, уч. звание, уч. степень, должность

\_\_\_\_\_ /  
ФИО

\_\_\_\_\_ /  
подпись

Руководитель ОП ВО, уч. звание, уч. степень

\_\_\_\_\_ /  
ФИО

\_\_\_\_\_ /  
подпись

Заведующий кафедрой, уч. звание, уч. степень

\_\_\_\_\_ /  
ФИО

\_\_\_\_\_ /  
подпись

Ижевск – 20 \_\_ г.

Образец оформления титульного листа ВКРС

Министерство науки и высшего образования РФ  
ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»  
Институт языка и литературы  
Кафедра романской филологии, второго иностранного языка и лингводидактики  
Направление подготовки 44.03.05 Педагогическое образование с двумя профилями  
подготовки  
Образовательная программа Английский язык, китайский язык

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
(СТАРТАП ПРОЕКТ)**

на тему

**ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ВВОДНОГО  
ВИДЕОКУРСА ПО КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ**

Работу выполнил студент группы  
ОБ-45.03.01.03-42  
Васильева Виктория Алексеевна  
/ \_\_\_\_\_

Работа допущена к защите  
Руководитель ВКР:  
к. филол. наук, доцент, доцент  
Гайнуллина Р.Г. / \_\_\_\_\_  
Руководитель ОП ВО:  
д. филол. наук, профессор  
Иванов И.И. / \_\_\_\_\_  
Зав. кафедрой:  
к. филол. наук, доцент  
Федорова И.А. / \_\_\_\_\_

Ижевск – 2026 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ .....	7
1.1. Теоретические основы преподавания фонетики китайского языка.....	7
1.2. Психологические особенности обучения взрослых фонетической стороне речи .....	13
1.3. Опыт создания видеокурсов по китайскому языку .....	18
ГЛАВА 2. БИЗНЕС-ПЛАН СТАРТАПА «ВВОДНЫЙ ВИДЕОКУРС ПО КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ» .....	25
2.1. Описание стартап-проекта .....	25
2.2. Маркетинговое планирование.....	29
2.3. Организационный план проекта .....	37
2.4. Производственный план проекта (технологические решения реализации) .....	44
ГЛАВА 3. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТА .....	52
3.1. Финансовый план проекта.....	52
3.2. Устойчивое развитие проекта и потенциал масштабирования .....	67
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	82
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	85

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. АНАЛИЗ РЫНКА ПО ПРОЕКТУ «ТЕПЛОИЖ».....	6
1.1. Анализ рынка газовых водогрейных котлов в России .....	6
1.2. Анализ рынка газовых водогрейных котлов в Удмуртии.....	14
1.3. Анализ целевой аудитории рынка газовых водогрейных котлов .....	19
ГЛАВА 2. БИЗНЕС-ПЛАН ПРОЕКТА «ТЕПЛОИЖ».....	29
2.1. Общее описание проекта «ТеплоИж» .....	29
2.2. Производственный план проекта «ТеплоИж» .....	32
2.3. Организационный план и план команда проекта «ТеплоИж» .....	37
2.4. План сбыта и маркетинга проекта «ТеплоИж».....	41
2.5. Финансовый план проекта «ТеплоИж».....	45
2.6. Анализ рисков и потенциал масштабирования проекта «ТеплоИж» .....	50
ГЛАВА 3. ЛИЧНЫЙ ВКЛАД В НАПИСАНИЕ ВКРС И В ИССЛЕДОВАНИИ ПО СТАРТАП-ПРОЕКТУ «ТЕПЛОИЖ» .....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	65
СПИСОК ИСОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	72
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	75

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31.10.2022 № 3268-р «Об утверждении стратегии развития строительной отрасли и жилищно-коммунального хозяйства в Российской Федерации на период до 2030 года с прогнозом до 2035 года»;

2. Доклад Государственного Совета Российской Федерации за 2022 год «О стратегии развития строительной отрасли и жилищно-коммунального хозяйства в Российской Федерации на период до 2030 года с прогнозом до 2035 года»;

3. Агарков, А. П. Управление инновационной деятельностью / А. П. Агарков, Р. С. Голов. – 2-е издание. – Москва : Дашков и К, 2020. – 204 с.

4. Баранчев, В. П. Управление инновациями: учебник для академического бакалавриата / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2019. – 747 с.

5. Воловник, Г. И. Реконструкция систем водоснабжения и водоотведения : учебное пособие / Г. И. Воловник, Л. Д. Терехов, Е. Л. Терехова. – Москва : Инфра-Инженерия, 2023. – 144 с.

6. Родин, А.В. Анализ разработки мероприятий, повышающих производительность котельной / А. В. Родин, Е. М. Кувардина // Современные проблемы в строительстве: постановка задач и пути их решения: сб. науч. ст. Междунар. науч.-практ. конф., Курск, 22 мая 2019. – Курск, 2019. – С.187–190. – Библиогр.: 4 назв.

## Документы, подтверждающие соответствие ВКРС критериям отбора

№	Критерии	Подтверждающие документы
1.	Обучающийся/один из обучающихся команды стартапа является индивидуальным предпринимателем / самозанятым либо выступает учредителем / участником юридического лица, один из видов деятельности которого непосредственно связан с содержанием проекта, представляемого на защиту в формате «Стартап как диплом»	Копии Устава и/или учредительных документов; Выписка из Единого государственного реестра юридических лиц Федеральной налоговой службы Российской Федерации (ЕГРЮЛ); Выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП); Справка о постановке на учет в качестве налогоплательщика налога на профессиональный доход (НПД) для самозанятых
2.	Обучающийся(еся) является(ются) получателем(ями) гранта(ов) от институтов развития Российской Федерации и/или других организаций	Копии утвержденных заявок на грант(ы) и/или договоров с институтами развития и другими организациями с указанием ФИО выгодополучателей, свидетельствующих о получении финансирования для представляемого на защиту проекта
3.	Обучающийся(еся) входит(ят) в Команду стартап-компании, являющейся резидентом Технопарка «Сколково» и /или Технопарка «Нобель» УР или резидентом АУ УР «Республиканский бизнес-инкубатор»	Копия свидетельства о внесении компании в перечень резидентов технопарка; копия документа, подтверждающего участие обучающегося(ихся) в проекте компании – резидента
4.	В проекте разработан прототип или MVP (минимально жизнеспособный продукт)	Обучающиеся представляют на защиту ВКРС рабочий прототип или MVP
5.	Проект имеет потенциал масштабирования	Экспертное заключение от институтов развития, и/или промышленных партнеров и/или представителей бизнес-сообщества

6.	<p>Для разработки и продвижения проекта привлечено финансирование и/или индустриальные партнеры и/или получена выручка</p>	<p>Копии утвержденных заявок на грант(ы)/ принятых заявок на патенты и/или договоров с институтами развития и другими организациями с указанием ФИО выгодополучателей, свидетельствующих о получении финансирования для представляемого на защиту проекта;</p> <p>Копия договора с компанией-покупателем продукта/услуги, выписка со счета для подтверждения поступления средств от покупателя;</p> <p>Копия договора о сотрудничестве с индустриальными партнерами, техническое задание с описанием работ, которые должны быть выполнены в проекте, акт сдачи-приемки результатов или акт внедрения результатов исследования, экспертное заключение заказчика</p>
----	--	--

## Паспорт ВКРС

## Блок 1. Информация о ВКР в формате «Стартап как диплом»

№ п/п	Вопросы	Заполняется выпускником	Указания по заполнению
1	Наименование темы ВКР в формате «Стартап как диплом»		Впишите название темы ВКР
2	Краткое описание ВКР в формате «Стартап как диплом»		Кратко опишите суть ВКР, результаты и достижения стартап-проекта. Ограничение: не более 1000 символов
3	Сфера профессиональной деятельности, в рамках которой реализуется стартап-проект		Указать сферу профессиональной деятельности (см. ниже Приложение 6)
4	Получал ли стартап-проект за время реализации меры поддержки?		Да/Нет При ответе «Да» указать виды мер поддержки (возможны несколько вариантов): – грант «Студенческий стартап» от ФСИ, год окончания реализации гранта; – грант от «Мой бизнес»; – прямые инвестиции от частного бизнеса; – локальные меры поддержки в университете; – иное (вписать получаемую меру поддержки).
5	Объем привлеченных финансовых средств		Впишите общий объем привлеченных инвестиций из всех источников за все годы существования стартап-проекта. Указывайте целые числа в тысячах рублей. Если проект не привлекал инвестиции, то впишите 0.
6	На каком этапе реализации находится стартап-проект?		Указать этап реализации стартап-проекта: – бизнес-идея стартап-проекта; – бизнес-модель и дорожная карта стартапа; – бизнес-план стартап-проекта; – стартап-проект, прошедший стадию MVP (минимально жизнеспособный продукт); – работающий бизнес, требующий акселерации и масштабирования. Если не получается точно определить этап реализации, то укажите наиболее близкий к стадии реализации.

7	<p>Пройдена ли стартап-проектом процедура государственной регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя?</p>		<p>Да/Нет          Если стартап-проект не проходил государственную регистрацию юридического лица либо индивидуального предпринимателя, то укажите «Нет»          Если стартап-проект прошел процедуру государственной регистрации юридического лица либо индивидуального предпринимателя, то укажите «Да» и напишите:          – организационно-правовую форму, указанную при государственной регистрации          – индивидуальный номер налогоплательщика (ИНН), присвоенный при государственной регистрации.</p>
8	<p>Соответствует ли тема стартап-проекта приоритетным направлениям социально-экономического развития Удмуртской Республики?</p>		<p>Если тема стартап-проекта не соответствует приоритетным направлениям социально-экономического развития региона, то укажите «Нет».          Если стартап-проект соответствует приоритетным направлениям социально-экономического развития региона, то укажите «Да» и кратко опишите каким приоритетным направлениям социально-экономического развития региона соответствует стартап-проект, на решение каких проблем региона направлен, каких результатов удалось достичь, впишите краткую информацию о соответствующих приоритетных направлениях социально-экономического развития, региональных проблемах, на решение которых направлен стартап-проект, а также о достигнутых результатах</p>

## Блок 2. Информация об авторах ВКР в формате «Стартап как диплом»

№ п/п	Вопросы	Заполняется обучающимся	Указания по заполнению
1	ВКР в формате «Стартап как диплом» защищена Индивидуально/Командой?		Если ВКР защищалась индивидуально, то есть в авторах ВКР указан только один участник, то укажите вариант «Индивидуально». Если авторами ВКР числится команда авторов, то укажите вариант «Командой» и проставьте количество обучающихся в команде ВКР целым числом обучающихся. При этом учитываются только студенты выпускных курсов, которые защищают ВКР.
2	Команда ВКР в формате «Стартап как диплом» состоит из студентов разных образовательных организаций высшего образования?		Если в защите ВКР принимали участие студенты одной образовательной организации, то укажите «Нет». Если в ВКР указаны студенты разных образовательных организаций, то укажите «Да». Конкретные образовательные организации необходимо указать при заполнении вопроса 6.
3	Команда ВКР в формате «Стартап как диплом» состоит из студентов разных уровней подготовки?		Если защищали ВКР студенты одного уровня подготовки, то укажите «Нет». Если защищали ВКР студенты разных уровней подготовки, то укажите «Да». Конкретные уровни подготовки каждого студента нужно указать в вопросе 6.
4	Команда ВКР в формате «Стартап как диплом» состоит из студентов разных направлений подготовки?		Если защищали ВКР студенты одного направления подготовки, то укажите «Нет». Если защищали ВКР студенты разных направлений подготовки, то укажите «Да».

			Конкретные направления подготовки каждого студента необходимо указать в вопросе 6.
5	Команда ВКР в формате «Стартап как диплом» состоит из студентов разных образовательных программ?		Если защищали ВКР студенты одной образовательной программы, то укажите «Нет» и укажите направленность (профиль) соответствующей образовательной программы. Если защищали ВКР студенты разных образовательных программ, то укажите «Да». Конкретные образовательные программы каждого студента необходимо указать в вопросе 6.
6.1	Автор 1 ВКР в формате «Стартап как диплом»		По каждому автору ВКР заполните: – полностью ФИО (как в паспорте); – контактный телефон; – уровень подготовки (бакалавриат, специалитет, магистратура); – код и направление подготовки; – направленность (профиль) образовательной программы.
6.2	Автор 2 ВКР в формате «Стартап как диплом» (при наличии)		По каждому автору ВКР заполните: – полностью ФИО (как в паспорте); – контактный телефон; – уровень подготовки (бакалавриат, специалитет, магистратура); – код и направление подготовки; – направленность (профиль) образовательной программы.

6.3	Автор 3 ВКР в формате «Стартап как диплом» (при наличии)		<p>По каждому автору ВКР заполните:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– полностью ФИО (как в паспорте);</li> <li>– контактный телефон;</li> <li>– уровень подготовки (бакалавриат, специалитет, магистратура);</li> <li>– код и направление подготовки;</li> <li>– направленность (профиль) образовательной программы.</li> </ul>
-----	--	--	--

## Типы стартап-проектов по сферам профессиональной деятельности<sup>1</sup>

1. Образование и наука.
2. Здравоохранение.
3. Социальное обслуживание.
4. Культура, искусство.
5. Физическая культура и спорт.
6. Связь, информационные и коммуникационные технологии.
7. Административно-управленческая и офисная деятельность.
8. Финансы и экономика.
9. Юриспруденция.
10. Архитектура, проектирование, геодезия, топография и дизайн.
11. Средства массовой информации, издательство и полиграфия.
12. Обеспечение безопасности.
13. Сельское хозяйство.
14. Лесное хозяйство, охота.
15. Рыбоводство и рыболовство.
16. Строительство и жилищно-коммунальное хозяйство.
17. Транспорт.
18. Добыча, переработка угля, руд и других полезных ископаемых.
19. Добыча, переработка, транспортировка нефти и газа.
20. Электроэнергетика.
21. Легкая и текстильная промышленность.
22. Пищевая промышленность, включая производство напитков и табака.
23. Деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность, мебельное производство.
24. Атомная промышленность.
25. Ракетно-космическая промышленность.
26. Химическое, химико-технологическое производство.
27. Металлургическое производство.
28. Производство машин и оборудования.
29. Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования.

---

<sup>1</sup> Типология основана на перечне областей профессиональной деятельности, утвержденной приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 29 сентября 2014 г. № 667н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)».

30. Судостроение.

31. Автомобилестроение.

32. Авиастроение.

33. Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.).

34. Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности.

## Прогноз доходов и расходов на первый год, тыс. руб.

Показатель	Янв	Фев	Мар	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	ИТОГ
<b>Доходы</b>													
Выручка	100	110	120	120	130	140	150	150	160	170	180	200	<b>1 730</b>
<b>Расходы</b>													
Сырье	40	44	48	48	52	56	60	60	64	68	72	80	<b>692</b>
Зарплата	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	<b>600</b>
Маркетинг	20	15	15	15	20	20	25	25	30	30	35	40	<b>290</b>
Аренда	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	<b>180</b>
Прочие	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>60</b>
<b>ИТОГО расходов</b>	130	129	133	133	142	146	155	155	164	168	177	190	<b>1 822</b>
<b>Прибыль</b>	-30	-19	-13	-13	-12	-6	-5	-5	-4	2	3	10	<b>-92</b>
<b>Накопительно</b>	-30	-49	-62	-75	-87	-93	-98	-103	-107	-105	-102	-92	

## **ОПИСАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ ИЗДАНИЯ:**

Интерфейс электронного издания (в формате pdf) можно условно разделить на 2 части.

Левая навигационная часть (закладки) включает в себя содержание книги с возможностью перехода к тексту соответствующей главы по левому щелчку компьютерной мыши.

Центральная часть отображает содержание текущего раздела. В тексте могут использоваться ссылки, позволяющие более подробно раскрыть содержание некоторых понятий.

## **МИНИМАЛЬНЫЕ СИСТЕМНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ:**

Celeron 1600 Mhz; 128 Мб RAM; Windows XP/7/8 и выше; 8x DVD-ROM; разрешение экрана 1024×768 или выше; программа для просмотра pdf.

## **СВЕДЕНИЯ О ЛИЦАХ, ОСУЩЕСТВЛЯВШИХ ТЕХНИЧЕСКУЮ ОБРАБОТКУ И ПОДГОТОВКУ МАТЕРИАЛОВ:**

Оформление электронного издания : Издательский центр «Удмуртский университет».

Компьютерная верстка: В. В. Данилова

Авторская редакция.

---

Подписано к использованию 30.04.2026

Объем электронного издания 2,2 Мб

Издательский центр «Удмуртский университет»  
426034, г. Ижевск, ул. Ломоносова, д. 4Б, каб. 021

Тел. : +7(3412)263-751 E-mail: editorial@udsu.ru

---