



Заявка №: СТС-303366

Подана: 03.04.2023

КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ

Тематика проекта

Название проекта:

Методологический центр коммуникационных технологий

Поднаправления:

15.Рекламы.

Фокусная тематика:

Другое (Технология/Образование)

Запрашиваемая сумма гранта (рублей):

1 000 000

Срок выполнения работ по проекту:

12

ИНФОРМАЦИЯ О ЗАЯВИТЕЛЕ И УЧАСТНИКАХ ПРОЕКТА

Основные сведения

Заявитель:

Булатов Тагир Раисович

Регион заявителя:

Респ. Татарстан, Казань

Наименование образовательной организации, в которой проходит обучение:

ФГБОУ ВО "КГЭУ ", КГЭУ, КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ"

Карточка ВУЗа:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ"

Тематика проекта соответствует одному из заявленных приоритетов:

Нет

Необходимо представить краткое обоснование соответствия проекта выбранному приоритету

-

Участие в программе «Стартап как диплом»:

Нет

Участие в образовательных программах повышения предпринимательской компетентности и наличие достижений в конкурсах АНО «Россия – страна возможностей»:

Нет

Члены проектной команды:

Сотрудник	Должность	Роль в проекте	Опыт и квалификация
Фахрудинова Эльмира Рэстэмовна	Методолог	Разработка учебной программы	Кандидат философских наук, доцент кафедры "Философия и медиакommunikации"
Булатов Тагир Раисович	Руководитель	Общая координация деятельности организация	Магистр "Социология управления инновационными процессам" и "Антропология и этнология", 2 реализованных социально значимых проекта, аспирант, ассистент кафедры "Философия и медиакommunikации"

Для исполнителей по программе УМНИК

Номер контракта и тема проекта по программе «УМНИК»:

Роль заявителя по программе «УМНИК» в заявке по программе «Студенческий стартап»:

Иное:

ПРОЕКТ ПЛАНА РЕАЛИЗАЦИИ РАБОТ

Аннотация проекта

Методологический центр коммуникационных технологий.

Создание методологического центра коммуникационных технологий направлено на формирование методологической базы в формате методических материалов и образовательных программ для их ретрансляции на субъекты малого и среднего предпринимательства при начале предпринимательской деятельности. Методологическая база позволит предпринимателям сформировать коммуникационную стратегию работы с клиентской базой, качественного информирования и освещения деятельности предприятия на базе социальных медиа.

Министерство экономики Республики Татарстан, Агентство инвестиционного развития Республики Татарстан, Фонд поддержки предпринимательства Республики Татарстан и иные субъекты, взаимодействующие с предпринимателями, смогут превентивно направлять, обратившихся предпринимателей на курсы повышения квалификации при созданном центре, что позволит значительно улучшить инвестиционный фон региона и сформировать принципы клиентоцентричности в предпринимательской среде республики.

Базовая бизнес-идея

Какой продукт или услуга будет продаваться:

Курсы повышения квалификации, образовательные программы, в первую очередь, для субъектов малого и среднего предпринимательства, направленные на формирование навыков взаимодействия с клиентами через социальные медиа, формирование рекламных кампаний.

Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает:

Методологический центр коммуникационных технологий позволит предпринимателям сформировать навыки работы в социальных медиа, что положительно отразится на конверсии продаж, позволит сформировать базу лояльных организации клиентов и позволит качественно работать с обратной связью в публичном интернет-пространстве.

На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан товар/изделие/технология/услуга (далее – продукция) (с указанием использования собственных или существующих разработок):

Сотрудники кафедры "Философии и медиакоммуникаций" Казанского государственного энергетического университета обладают уникальным опытом по формированию образовательных программ в сфере рекламы и PR, а также связей с общественностью, медиакоммуникаций, межкультурной коммуникации и иных. На базе кафедры сформирован ряд методических материалов, основанных, в первую очередь, на научном подходе и практических исследований, которые позволят разработать качественную образовательную программу для предпринимателей.

Организационно-финансовая схема (принципы, алгоритмы) организации бизнеса:

Одно из важнейших направлений работы методологического центра коммуникационных технологий - это освещение деятельности, реклама услуг. Предприниматели могут напрямую обратиться в центре для прохождения образовательных программ или направления своих сотрудников на схожие программы. Также предполагается сотрудничество с Министерством экономики Республики Татарстан, Агентством инвестиционного развития Республики Татарстан, Фондом поддержки предпринимательства Республики Татарстан, которые смогут напрямую направлять предпринимателей согласно квоте в рамках сотрудничества.

Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества, дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.):

Безусловным преимуществом методологического центра коммуникационных технологий - это научный подход, апробированные методы и подходы в работе, привлечение профессиональных преподавателей и практическое применение полученных навыков

Характеристика будущего продукта или услуги

Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту):

Специалисты из числа преподавателей по направлениям рекламы и связям с общественностью, специалисты в медиакоммуникациях, используя сугубо научные методы ведут разработку образовательных программ, адаптируемых под запросы и потребности отдельных категорий граждан, в данном случае - предпринимателей, которые относительно недавно преступили к предпринимательской деятельности или уже опытные бизнесмены, которые ставят задачу развития своего предприятия в социальных медиа и формирования системы обратной связи с клиентами. Образовательные программы представляют собой курсы повышения квалификации, содержащие как лекционные занятия, так и практические (в соотношении 30/70), с возможностью прохождения курсов в дистанционном формате.

Организационные, производственные и финансовые параметры:

Методологический центр коммуникационных технологий представляет собой организацию аккумулирующую и ретранслирующую лучшие и апробированные практики по ведению коммуникации и рекламы своих продуктов и услуг. Команда центра формируется из числа преподавателей и практикующих специалистов сфер рекламы, PR, связи с общественностью, вербальной и невербальной коммуникации, межкультурной коммуникации и иные. Команда формирует методические материалы, апробирует и ретранслирует полученные образовательный материал в предпринимательской среде региона на коммерческой основе. Также рассматривается возможность взаимодействия с органами власти по согласованной квоте. Образовательные материалы позволят значительно повысить знания и улучшить навыки взаимодействия с клиентами в социальных медиа, в том числе систему обратной связи.

Основные конкурентные преимущества:

Научный подход в формировании образовательных программ.
Возможность реализации процесса обучения в дистанционном формате.
Совместное решение практических профессиональных кейсов обучающихся.
Возможность прохождения обучения без отрыва от производства.
Возможность применения полученных знаний и навыков при непосредственном исполнении должностных обязанностей обучающимися.

Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции:

Аккумуляция и адаптация имеющихся теоретических и практических подходов в сфере коммуникационных технологий, апробация авторских практических подходов к методике преподавания специфических подходов узкой целевой группе - предпринимателей. Дополнительно необходима апробация практических занятий по ведению коммуникации с клиентами и потенциальными клиентами в социальных медиа.

Задел (состояние продукции на начало проекта):

На данный момент разработаны две образовательные программы, требующие апробации на конкретной группе. Образовательные программы содержат в целом информацию о коммуникациях, в том числе невербальной коммуникации и корпоративной коммуникации. Программы прошли внутренний аудит и подтвердили свою эффективность.

Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия:

Да

Характеристика проблемы, на решение которой направлен проект

Описание проблемы:

Сегодня мы наблюдаем, что все больше компаний в качестве канала коммуникации с целевой аудиторией выбирают социальные сети. Комплекс инструментов SMM-продвижения способен стать действенной возможностью для продвижения компании, товаров или услуг в массы.

Социальные сети помогают глубже охватить целевую аудиторию, на которую направлен бизнес компании, и построить качественную коммуникацию с общественностью.

Таким образом, социальные сети помогают гораздо быстрее перевести «количество в качество», так как благодаря социальным сетям стало более удобным позиционирование себя и своего бизнеса. Привлечение необходимой целевой аудитории происходит заметно быстрее, чем в реальной жизни.

Сегодня сложно представить себе малый бизнес, который не использовал бы социальные сети в своей стратегии продвижения и роста. Ведь грамотное позиционирование своей компании в социальных сетях может значительно повысить узнаваемость бренда, привлечь потенциальных покупателей, увеличить продажи и расширить долю рынка.

С одной стороны, социальные сети предоставляют многочисленные возможности для укрепления и расширения отношений с клиентами. Эти возможности объединяют целевое создание бренда с такими действиями, как подкасты, исполнительные блоги или микроблоги, разработанные с особым вниманием к определенной целевой аудитории. Социальные медиа предлагают более быстрый и экономичный способ достижения новых целевых рынков, чем маркетинг через традиционные средства массовой информации, такие, как веб-сайты, газеты и телевидение. Кроме того, социальные сети - это инструмент для общения с другими заинтересованными сторонами компании, такими, как поставщики технологий и дистрибьюторы. Социальные сети можно рассматривать как возможность для отдела исследований и разработок получить немедленную обратную связь о продукте, внести в него исправления согласно предпочтениям клиента и инновациям в области действия компании. Социальные сети также предоставляют многочисленные

Исследование портала товаров и услуг Tiu.ru показало, что более 60% участников исследования не используют инструменты продвижения в социальных сетях, 34% из которых никогда не слышали о таких инструментах.

Какая часть проблемы решается (может быть решена):

Предприниматели и их сотрудники узнают о инструментах коммуникации с клиентами в социальных сетях, а также способах продвижения товаров и услуг при помощи социальных, на практике апробируют полученные знания, попытаются интегрировать систему работу в социальных сетях на своих предприятиях и в дальнейшем будут получать консультационную поддержку на протяжении времени, необходимого для выведения аккаунта организации на согласованные показатели эффективности

«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции:

Начинающие предприниматели научатся выстраивать коммуникацию со своими клиентами, отрабатывать негатив, создавать базу лояльных клиентов, вести аккаунты предприятия в социальных сетях.

Заделы и пути взаимодействия с «держателем» проблемы и «формирование» его мотивации решения проблемы с использованием продукции:

Взаимодействие с предпринимателями предполагается по двум направлениям:

1. Прямое - предприниматель напрямую обращается в центр для прохождения курсов по коммуникации в социальных сетях;
2. Опосредованное - начинающие предприниматели обращаются в министерства и ведомства региона, курирующие вопросы взаимодействия с субъектами предпринимательства, данные ведомства могут перенаправить гражданина в центр, если подобный запрос предприниматель обозначит.

Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса:

На данный момент в регионе нет профильных центров, которые проводили бы подобные обучающие курсы по коммуникации с клиентами в социальных сетях. Существенное влияние на данном рынке имеют крупные организации предлагающие онлайн-курсы. Однако не все предприниматели рассматривают для себя онлайн формат обучения, а также подобные организации выдают собственные сертификаты по окончании. Центр же по согласованию сможет предоставлять удостоверения о повышении квалификации.

Характеристика будущего предприятия (результат стартап-проекта)

Плановые оптимальные параметры (на момент выхода предприятия на самоокупаемость):

Коллектив:

Предполагается привлечение 16 человек:

5 преподавателей, которые будут создавать методологическую базу и реализовывать образовательные мероприятия. В качестве преподавателей рассматриваются кандидаты исторических, социологических, юридических, психологических, политических, педагогических, философских наук, специалисты с опытом работы в SMM от 5 лет, предприниматели с опытом работы одной компании от 5 лет.

2 бухгалтера с опытом работы от 3 лет.

1 специалист юридического отдела, кандидат юридических наук, с опытом работы от 3 лет

2 офис-менеджера с опытом работы от 3 лет

3 специалистов по работе с обучающимися и организациями, с опытом работы на должности администратора от 3 лет

1 системный администратор с опытом работы от 3 лет

2 технический персонал

Техническое оснащение:

Доступны помещения для проведения лекционных и практических занятий, необходимое оборудование для функционирования центра также предоставлено. Необходим ряд технических мультимедийных устройств: 2 проектора, 2 ноутбука, многофункциональное устройство.

Партнеры (поставщики, продавцы):

Казанский государственный энергетический университет, Агентство инвестиционного развития, Министерство экономики Республики Татарстан, центр Мой бизнес

Объем реализации продукции (в натуральных единицах):

5 специализированных курсов, группы обучающихся не более 10 человек в каждом потоке, общее количество обучающихся одновременно не более 50 человек, длительность 1 курса не более 3 месяцев. Средняя стоимость курса на 1 человека не более 20 000 рублей (при обращении 3 и более сотрудников одного предприятия допускается снижения платы до 15 000 с одного человека)

Доходы (в рублях):

1 000 000

Расходы (в рублях):

900 000

Планируемый период выхода предприятия на самоокупаемость

(Указывается количество лет после завершения гранта):

2

Существующий задел, который может быть основой будущего предприятия:

Коллектив:

2 преподавателей - кандидат и доктор философских наук

1 специалист по работе с обучающимися и организациями, с опытом работы на должности администратора от 3 лет

Техническое оснащение:

Аудитории для проведения лекционных и практических занятий

Партнеры (поставщики, продавцы):

Казанский государственный энергетический университет

План реализации проекта

(на период грантовой поддержки и максимально прогнозируемый срок, но не менее 2-х лет после завершения договора гранта)

Формирование коллектива:

Формирование коллектива (доукомплектование) центра будет осуществлено в срок до 4 месяцев после получения грантовой поддержки

Функционирование юридического лица:

Функционирование юридического лица будет осуществляться от лица заявителя, оформление необходимой документации будет осуществлено до начала выплат в рамках грантовой поддержки.

Выполнение работ по разработке продукции с использованием результатов научно-технических и технологических исследований (собственных и/или легитимно полученных или приобретенных), включая информацию о создании MVP и (или) доведению продукции до уровня TRL 31 и обоснование возможности разработки MVP / достижения уровня TRL 3 в рамках реализации договора гранта:

Курсы методологического центра будут готовы к выпуску не позднее чем через 9 месяцев после получения грантовой поддержки. Данные курсы пройдут необходимые этапы согласования и апробации, а также тест эффективности курсов. Предполагается подготовка 5 курсов в зависимости от степени подготовки и сферы деятельности обучающихся.

Выполнение работ по уточнению параметров продукции, «формирование» рынка быта (взаимодействие с потенциальным покупателем, проверка гипотез, анализ информационных источников и т.п.):

Не позднее чем через 10 месяцев после получения грантовой поддержки будет сформирована база заинтересованных или потенциально заинтересованных клиентов центра.

Организация производства продукции:

Организация производства продукции будет осуществляться с момента получения грантовой поддержки, процесс займет не более 9 месяцев. По запросу возможна разработка дополнительных курсов на основе уже подготовленных. Также предполагается корректировка курсов и их актуализация в зависимости от изменения социально-экономической или политической ситуации.

Реализация продукции:

Реализация продукции будет осуществляться не позднее чем через 10 месяцев после получения грантовой поддержки. Реализация продукции будет осуществляться в первую очередь среди начинающих предпринимателей. Основными источниками информации о деятельности центра и привлечение потенциальных клиентов будет осуществляться через аккаунты центра в социальных сетях, функционирование которых начнется не позднее чем через 3 месяца с момента получения грантовой поддержки.

Финансовый план реализации проекта

Планирование доходов и расходов на реализацию проекта

Доходы:

Сумма (руб.)	Описание	Комментарий
1 000 000,00	Оплата курса длительностью не более 4 месяцев и стоимостью 20 000: 5 курсов по 10 человек	-

Расходы:

Сумма (руб.)	Описание	Комментарий
400 000,00	Оплата труда преподавателей, ведущих образовательные курсы длительностью не более 4 месяцев: 5 человек по 20 000 рублей в месяц	-

400 00	Оплата труда специалистов не задействованных непосредственно	-
0,00	в процессе обучения	-
100 00	Ведение и продвижение аккаунтов методологического центра в	-
0,00	социальных сетях	-
400 00	Оплата труда специалистов не задействованных непосредственно	-
0,00	в процессе обучения	-
100 00	Ведение и продвижение аккаунтов методологического центра в	-
0,00	социальных сетях	-
400 00	Оплата труда специалистов не задействованных непосредственно	-
0,00	в процессе обучения	-
100 00	Ведение и продвижение аккаунтов методологического центра в	-
0,00	социальных сетях	-
400 00	Оплата труда специалистов не задействованных непосредственно	-
0,00	в процессе обучения	-
100 00	Ведение и продвижение аккаунтов методологического центра в	-
0,00	социальных сетях	-

Источники привлечения ресурсов для развития стартап-проекта после завершения договора гранта и обоснование их выбора (грантовая поддержка Фонда содействия инновациям или других институтов развития, привлечение кредитных средств, венчурных инвестиций и др.):

В случае необходимости дополнительной поддержки деятельности центра после получения средств грантовой поддержки, центр обратится за льготным кредитованием в Министерство экономики Республики Татарстан под поручительство подведомственного Министерству экономики Республики Татарстан Гарантийного фонда Республики Татарстан. В первую очередь предложение сниженной ставки и географический фактор становятся решающими при выборе источника привлечения ресурсов для развития стартап-проекта после завершения договора гранта

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РАБОТ С ДЕТАЛИЗАЦИЕЙ

Этап 1 (длительность – 2 месяца)

Наименование работы	Описание работы	Стоимость	Результат
Подготовка курсов	Разработка и апробация 2 учебных курсов, подготовка их к запуску	200000,00	2 подготовленных к запуску, апробированных учебных курсов

Этап 2 (длительность – 10 месяцев)

Наименование работы	Описание работы	Стоимость	Результат
Ведение и продвижение аккаунтов центра в социальных сетях	После подготовки двух курсов будет запущен процесс продвижения аккаунтов центра в социальных сетях, для осуществления предварительной учебной программы	100000,00	Создание аккаунтов центра в основных социальных сетях, мессенджерах и видеохостингах (не менее 5). Суммарное количество подписчиков не менее 2000
Разработка курсов	Разработка 3 учебных курсов, их апробация и подготовка к запуску	400000,00	3 подготовленных к запуску и апробированных учебных курса
Осуществление деятельности центра	Запуск процесса поиска клиентов и начало обучения предпринимателей	300000,00	Начали проходить обучение не менее 30 человек (3 курса по 10 человек) Подготовлены договоры для прохождения обучения предпринимателей не менее 10 Подготовлена база потенциальных клиентов (не менее 500 контактов); Проведено не менее 50 презентаций деятельности центра непосредственно в организациях, заинтересованных в прохождении курсов

ПОДДЕРЖКА ДРУГИХ ИНСТИТУТОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Опыт взаимодействия с другими институтами развития

Платформа НТИ

Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в «Акселерационно-образовательных интенсивах по формированию и преакселерации команд»:

Нет

Участвовал ли кто-либо из членов проектной команды в программах «Диагностика и формирование компетентностного профиля человека / команды»:

Нет

Перечень членов проектной команды, участвовавших в программах Leader ID и АНО «Платформа НТИ»:

Член проектной команды

Комментарий:

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Календарный план проекта:

№ этапа	Название этапа календарного плана	Длительность этапа, мес	Стоимость, руб.
1	1 этап. Разработка и апробация 2 учебных курсов, подготовка их к запуску.	2,00	200 000,00
2	2 этап. После подготовки двух курсов будет запущен процесс продвижения аккаунтов центра в социальных сетях, для осуществления предварительной учебной программы. Разработка 3 учебных курсов, их апробация и подготовка к запуску Запуск процесса поиска клиентов и начало обучения предпринимателей	10,00	800 000,00
	ИТОГО:		1 000 000