



НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА

Автор презентации

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА

Продаваемый продукт: ...

КОМАНДА ПРОЕКТА

Необходимые роли в проекте	Обоснование



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

БИЗНЕС-ИДЕЯ, БИЗНЕС-МОДЕЛЬ, БИЗНЕС-ПЛАН

- целевой потребитель:....
- ценностное предложение:....
- прогнозный период проекта – 3 года

МАРКЕТИНГ. ОЦЕНКА РЫНКА

- Продукт (Product): ...
- Цена (Price): ...
- Каналы дистрибуции (Place): ...
- Продвижение (Promotion): ...



PRODUCT DEVELOPMENT. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА

- Традиционные аналоги:... 1-2 аналога
- Новизна: ...
- Преимущества: ...

Инвестиционные затраты:

- Стоимость оборудования ...

Производственная себестоимость:

- Материалы и комплектующие ...
- Амортизация ...
- Зарплата производственного персонала ...
- Начисления на з.п. ...
- Административные расходы ...



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

CUSTOMER DEVELOPMENT. ВЫВЕДЕНИЕ ПРОДУКТА НА РЫНОК

Перечень мероприятий по выводу товара на рынок

Мероприятие	Стоимость мероприятия

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ И ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

IP- стратегия проекта (как будете защищать ИС)



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ И ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

Основные параметры лицензионного договора с покупателем лицензии: ...

Цена лицензии: ...

Обоснование целесообразности лицензирования как модели коммерциализации: ...



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: СОЗДАНИЕ СТАРТАПА (1)

Разработка RoadMap проекта (к примеру в форме диаграммы Ганта)



ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: СОЗДАНИЕ СТАРТАПА (2)

Проработка плюсов и минусов создания стартапа как модели коммерциализации (в т.ч. в форме МИПа)

Характеристика модели	Применимость/важность для проекта, +/-	Достижимость, +/-	Комментарии
Потенциал высоких доходов			
Легкость масштабирования			
Долгосрочный проект с перспективой создания новых продуктов/услуг			
Высокие первоначальные затраты			
Требуется большое количество времени и энергии на создание и развитие			
Меньше времени на проработку продукта			



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ВЫБОР МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ: КОММЕРЧЕСКИЙ НИОКР

Основные параметры коммерческого предложения для получения средств на проведение исследований от крупной корпорации:...

Цена коммерческого предложения:...

Обоснование целесообразности коммерциализации по модели «Коммерческий НИОКР»:...



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ИНСТРУМЕНТЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Виды источников финансирования	Преимущества с точки зрения вашего проекта	Недостатки с точки зрения вашего проекта	Обоснование выбора источника финансирования
ЗФ			
Гранты, средства вузов, бизнес-инкубаторов, технопарков			
Бизнес-ангелы			
Венчурные фонды			



ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА (1)

Период проекта		2017	2018	2019
Номер периода	0	1	2	3
Чистый доход по проекту				
Инвестиционные затраты				
Кумулятивный денежный поток				

Ставка дисконтирования, %	25,00%
NPV, тыс. руб.	
PI, коэф.	
IRR, %	
ROI, %	
PB, лет	



ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА (2)

- **Техническая реализуемость продукции проекта.** Сможет ли быть создан продукт с заявленными параметрами и требуемым уровнем качества? Как достичь желаемого качества?
- **Рыночная реализуемость.** Существует ли на рынке потребность в подобном продукте? Как обеспечить спрос на продукцию проекта?
- **Экономическая реализуемость.** Сможет ли проект в будущем окупить свои затраты?



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

РИСКИ ПРОЕКТА

Основные риски проекта: ...

Инструменты их преодоления: ...



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МГУ имени М. В. Ломоносова

ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОИНВЕТОРУ

Укажите объем запрашиваемых инвестиций
Какую долю предприятия вы готовы передать
инвестору