



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 27.03.05 Инноватика
ООП/ОПОП Предпринимательство в инновационной деятельности

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА

Тема работы
Приложение для персонального обучения по реконструкции волос

УДК 005.411:004.451:687.53-047.23

Обучающийся

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗН91	Сапонова А. С.		08.06.2023

Руководитель ВКР

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Шамина О.Б.	к.т.н., доцент		08.06.2023

КОНСУЛЬТАНТЫ ПО РАЗДЕЛАМ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ст. преподаватель	Феденкова А.С.	-		

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ст. преподаватель	Громова Т.В.	-		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП/ОПОП, должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Калашникова Т.В.	к.т.н., доцент		

**Планируемые результаты освоения ООП
27.03.05 Инноватика**

Код компетенции	Наименование компетенции
Универсальные компетенции	
УК(У)-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК(У)-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК(У)-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК(У)-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном (-ых) языке
УК(У)-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК(У)-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК(У)-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК(У)-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
УК(У)-9	Способен проявлять предприимчивость в профессиональной деятельности, в т.ч. в рамках разработки коммерчески перспективного продукта на основе научно-технической идеи
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК(У)-1	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК(У)-2	Способность использовать инструментальные средства (пакеты прикладных программ) для решения прикладных инженерно-технических и технико-экономических задач, планирования и проведения работ по проекту
ОПК(У)-3	Способность использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности, использовать компьютерные технологии и базы данных, пакеты прикладных программ управления проектами
ОПК(У)-4	Способность обосновывать принятие технического решения при разработке проекта, выбирать технические средства и технологии, в том числе с учетом экологических последствий их применения
ОПК(У)-5	Способность использовать правила техники безопасности, производственной санитарии, пожарной безопасности и нормы охраны труда
ОПК(У)-6	Способность к работе в коллективе, организации работы малых коллективов (команды) исполнителей

ОПК(У)-7	Способность применять знания математики, физики и естествознания, химии и материаловедения, теории управления и информационные технологии в инновационной деятельности
ОПК(У)-8	Способность применять знания истории, философии, иностранного языка, экономической теории, русского языка делового общения для организации инновационных процессов
Профессиональные компетенции	
ПК(У)-1	Способность использовать нормативные документы по качеству, стандартизации в практической деятельности
ПК(У)-2	Способность использовать инструментальные средства (пакеты прикладных программ) для решения прикладных инженерно-технических и технико-экономических задач, планирования и проведения работ по проекту
ПК(У)-3	Способность использовать информационно-коммуникационные технологии, управлять информацией с использованием прикладных программ деловой сферы деятельности; использовать сетевые компьютерные технологии и базы данных в своей предметной области, пакеты прикладных программ для анализа, разработки и управления проектом
ПК(У)-4	Способность анализировать проект (инновацию) как объект управления
ПК(У)-5	Способность определять стоимостную оценку основных ресурсов и затрат по реализации проекта
ПК(У)-6	Способность организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации работ по проекту и нормированию труда
ПК(У)-7	Способность систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов
ПК(У)-8	Способность применять конвергентные и мультидисциплинарные знания, современные методы исследования и моделирования проекта с использованием вычислительной техники и соответствующих программных комплексов
ПК(У)-9	Способность использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования
ПК(У)-10	Способность спланировать необходимый эксперимент, получить адекватную модель и исследовать ее
ПК(У)-11	Способность готовить презентации, научно-технические отчеты по результатам выполненной работы, оформлять результаты исследований в виде статей и докладов
ПК(У)-12	Способность разрабатывать проекты реализации инноваций с использованием теории решения инженерных задач и других теорий поиска нестандартных, креативных решений, формулировать техническое задание, использовать средства автоматизации при проектировании и подготовке производства, составлять комплект документов по проекту
ПК(У)-13	Способность использовать информационные технологии и инструментальные средства при разработке проектов
ПК(У)-14	Способность разрабатывать компьютерные модели исследуемых процессов и систем
ПК(У)-15	Способность конструктивного мышления, применять методы анализа вариантов проектных, конструкторских и технологических решений для

	выбора оптимального
ПК(У)-16	Способность выполнения работ по сопровождению информационного обеспечения и систем управления проектами
ПК(У)-17	Способность ведения баз данных и документации по проекту
Профессиональные компетенции университета	
ДПК(У)-1	Способность к экономическому планированию деятельности структурного подразделения промышленной организации, которое направлено на организацию рациональных бизнес-процессов в соответствии с потребностями рынка, обеспечение участия работников структурного подразделения промышленной организации в проведении маркетинговых исследований



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 27.03.05 Инноватика
ООП/ОПОП Предпринимательство в инновационной деятельности
Уровень образования бакалавриат
Период выполнения весенний семестр 2022/2023 учебного года

**КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН
выполнения выпускной квалификационной работы**

Обучающийся:

Группа ЗН91	ФИО Сапонова Алина Сергеевна
------------------------------	---

Тема работы:

<i>Приложение для персонального обучения по реконструкции волос</i>

Срок сдачи обучающимся выполненной работы:	13.06.2023
--	------------

Дата контроля	Название раздела (модуля) / вид работы (исследования)	Максимальный балл раздела (модуля)
24.11.22	Определение темы ВКР и получение задания	5
01.02.23	Согласование плана ВКР с руководителем. Составление окончательного плана работы	5
10.03.23	Сбор и проработка материала для написания первой главы. Отправка главы руководителю на проверку	15
10.04.203	Сбор и проработка материала для написания второй главы. Отправка главы руководителю на проверку	20
01.05.23	Сбор и проработка материала для написания третьей главы. Отправка главы руководителю на проверку	15
19.05.23	Сбор и проработка фактического материала для написания главы «Социальная ответственность». Отправка главы на проверку консультанту по разделу	5
23.05.23	Исправление замечаний консультанта по разделу «Социальная ответственность»	5
05.06.23	Исправление замечаний и доработка ВКР, оформление согласно стандартам, отправка готовой работы руководителю на проверку	15
12.06.23	Подготовка презентации для защиты ВКР и доклада	15
Итого		100

СОСТАВИЛ:

Руководитель ВКР

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Шамина О.Б.	к.т.н., доцент		

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ООП/ОПОП

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Калашникова Т.В.	к.т.н., доцент		

Обучающийся

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗН91	Сапонова А.С.		



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)
Школа инженерного предпринимательства

Направление подготовки 27.03.05 Инноватика
ООП/ОПОП Предпринимательство в инновационной деятельности

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП/ОПОП
_____ Калашникова Т.В.
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

Обучающийся:

Группа	ФИО
ЗН91	Сапонова Алина Сергеевна

Тема работы:

Приложение для персонального обучения по реконструкции волос	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	приказ 112-9с от 22.04.2023

Срок сдачи обучающимся выполненной работы:

--	--

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

<p>Исходные данные к работе Исходные данные к работе (наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</p>	<p>Объектом исследования является мобильное приложение для персонального обучения специалистов в бьюти-индустрии. Данные преддипломной практики, статистические данные, источники литературы по теме разработки стартапа мобильного приложения.</p>
--	---

<p>Перечень разделов пояснительной записки подлежащих исследованию, проектированию и разработке (аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</p>	<p>1) Проанализировать состояние и рассчитать ёмкость рынка онлайн обучений в бьюти-индустрии 2) Разработать бизнес-модель проекта 3) Провести конкурентный и сегментный анализ 4) Разработать способы продвижение приложения на рынок 5) Оценить экономическую эффективность проекта</p>
<p>Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)</p>	<p>Таблица 1 – Сравнение популярных приложений онлайн обучений специалистов по реконструкции волос Таблица 2 – Анализ мотивов выбранных типажей Таблица 3 – Анализ ресурсов компании Таблица 4 – Анализ конкурентов Таблица 5 – Анализ возможностей и угроз Таблица 6 – Матрица SWOT Таблица 7 – Затраты на рекламу компании Таблица 8 – Диаграмма Ганта Таблица 9 – Инвестиции в проект Таблица 10 – Постоянные затраты Таблица 15 – Показатели эффективности Затраты на мероприятия КСО Таблица 20 - Ожидаемая эффективность программ КСО</p>

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы (с указанием разделов)	
Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Феденкова А.С.

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
---	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Шамина О.Б.	к.т.н., доцент		

Задание принял к исполнению обучающийся:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗН91	Сапонова Алина Сергеевна		

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 60 страниц, 8 рисунков, 21 таблиц, 16 использованных источников, 3 приложения.

Ключевые слова: мобильное приложение, онлайн-обучение, мастер по реконструкции волос, кератиновое выпрямление.

Объектом исследования является мобильное приложение для персонального обучения специалистов в бьюти-индустрии.

Предметом исследования является система коммуникации с клиентами на основе приложения по онлайн обучению специалистов.

Цель – разработка мобильного приложения для персонального обучения специалистов в области бьюти-индустрии.

В процессе исследования проводились работы по анализу рынка онлайн приложений по обучению специалистов реконструкции волос. Также были применены различные маркетинговые инструменты для идентификации целевой аудитории, анализа конкурентов и разработки способов продвижения продукта на рынок. Представлены экономические расчеты проекта и оценка его эффективности.

В результате исследования разработана концепция проекта мобильного приложения для обучения сертифицированного специалиста по реконструкции волос.

Степень внедрения: проект находится на стадии создания минимально жизнеспособного продукта.

Область применения: рынок мобильных приложений для обучения мастера по реконструкции волос.

Практическая значимость работы заключается в применении разработанной концепции для открытия нового бизнеса и получения прибыли.

Оглавление

Введение.....	11
1 Анализ рынка бьюти-индустрии по уходу за волосами.....	13
1.1 Перспективы и развития персонального обучения специалистов в бьюти-индустрии	13
1.2 Рынок мобильных приложений для обучения по реконструкции волос на рынке России	14
1.3 Сравнительный анализ конкурирующих решений.....	17
1.4 Целевая аудитория потребительского рынка	21
2 Концепция проекта мобильного приложения по обучению специалистов в области реконструкции волос	28
2.1 Описание продукта проекта	28
2.2 Маркетинговая стратегия продвижения приложения по обучению специалистов в области реконструкции волос	31
3 Бизнес-модель проекта	35
3.2 Показатели эффективности проекта	37
4 Социальная ответственность	43
4.1 Сущность корпоративной социальной ответственности	43
4.2 Цели и задачи КСО	45
4.3 Стейкхолдеры программы КСО	46
4.4 Определение элементов программ КСО.....	47
4.5 Затраты на мероприятия программ КСО.....	48
4.6 Ожидаемая эффективность программ КСО	49
Заключение	51
Список использованных источников	53
Приложение А	55
Приложение Б.....	56
Приложение В	558

Введение

Актуальность темы заключается в том, что в период пандемии Covid-19, которая охватила мир на несколько лет, произошел значительный спад для предпринимателей, в том числе салоны, предоставляющие бьюти-услуги, закрылись на долгий промежуток времени, а после из-за ограничений были введены строгие правила посещения салонов красоты. Для некоторых такие препятствия оказались точкой роста и большого рывка для их бизнеса, деятельность была переведена в онлайн-формат: ввели онлайн-обучение, марафоны, выпускали онлайн-классифицированных мастеров, что позволило сохранить бизнес, а также поддерживать связь с потребителями. Онлайн марафоны, социальные сети, а также мобильные приложения с тех пор стали основными прямыми каналами коммуникации с клиентами.

Объектом исследования является мобильное приложение для персонального обучения специалистов в бьюти-индустрии.

Предметом исследования является система коммуникации с клиентами на основе приложения по онлайн обучению специалистов.

Цель – разработка мобильного приложения для персонального обучения специалистов в области бьюти-индустрии.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Провести анализ рынка мобильных приложений для обучения специалистов в области реконструкции волос.
2. Описать продукт проекта.
3. Провести сегментирование потребительского рынка.
4. Проанализировать конкурентные преимущества продукта.
5. Предоставить бизнес-модель проекта и его экономическое обоснование.
6. Разработать маркетинговую стратегию продвижения продукта на рынок.

Методы исследования: Анализ, классификация, сравнение.

Практическая значимость ВКР заключается в применении разработанной концепции для открытия бизнеса с доступом для обучения специалистов в удобном онлайн-формате для получения постоянной прибыли вне зависимости от чрезвычайных ситуаций в стране.

Новизна работы заключается в том, что была определена модель обучающего процесса для мастеров, желающих пройти обучение онлайн в области реконструкции волос с низким чеком на обучение.

1 Анализ рынка бьюти-индустрии по уходу за волосами

1.1 Перспективы и развития персонального обучения специалистов в бьюти-индустрии

В период пандемии больше всего пострадала салонная индустрия и все, кто с ней связан. Закрывшиеся точки по всему миру не только привели к фактическому простоев мастеров и пространств, но и заставило многих задуматься о том, как создать атмосферу доверия и безопасности.

Были и позитивные моменты: у специалистов появилось время для обучения и повышения квалификации. Некоторые смогли перевести отношения с клиентами на новый уровень доверия и взаимопонимания (благодаря онлайн-консультациям, например).

Благодаря современным технологиям происходит непрерывный процесс улучшения услуг, создания новых форматов предоставления услуг, в связи с чем услуги становятся все более доступными для клиентов и простыми для исполнителей. Развитие цифровых технологий в индустрии красоты – это новые возможности для быстрой передачи данных, приобретение компетенций с любой точки мира, а также первичное обучение профессионалов. Одним из основных преимуществ развития цифровых технологий в индустрии красоты является возможность удаленного обучения. Теперь профессионалы могут учиться и повышать свою квалификацию, не выходя из дома или офиса. Обучение проходит через интерактивные курсы, вебинары, онлайн-курсы, которые обеспечивают быструю передачу информации, доступность и гибкость.

Таким образом, развитие цифровых технологий в индустрии красоты означает больше возможностей и перспектив как для профессионалов, так и для конечных пользователей. Это дало большой толчок формированию нового рынка цифровых услуг – рынку онлайн-обучения

Ключевыми преимуществами онлайн-обучения в сравнении с традиционным обучением стали:

1. Дистанционное обучение. Онлайн-обучение позволяет изучать материал в соответствии с графиком работы, также преимуществом является получение диплома из другой страны.

2. В любом месте. Получении диплома из другой страны, находясь дома. Это также является плюсом онлайн-обучение, изучать материал не выходя из зоны комфорта.

3. Низкий тариф обучения. Офлайн-обучение, как правило дороже, чем онлайн, потому что нет надобности в оборудовании и материале, за счет этого курс стоит дешевле.

Однако, как и любая цифровая методика, использование онлайн-формата имеет и свои недостатки:

1. Избыток информации. Избыток информации и неумение пользоваться сразу большим количеством информации зачастую мешает обучению.

2. Неумение самостоятельно организовать процесс обучения. Зачастую не каждый человек способен организовать рабочее пространство и заниматься индивидуально. Пропуск семинара или невыполненное задание скажется на знаниях и курс обучения станет неэффективным, что приведет к нежеланному результату от обучения.

Таким образом, дистанционное обучение дает ряд преимуществ, но также приводит к определенным трудностям, с которыми просто нужно уметь работать, то есть научиться работать с информацией и уметь себя организовать, чтобы добиться желанного результата от обучения.

1.2 Рынок мобильных приложений для обучения по реконструкции волос на рынке России

В 2023 году сложно представить компанию без сайта или приложения о компании. Приложения играют очень важную роль в темпе роста заработка компаний, поскольку стали порталом для людей во внешний мир. Согласно

данным, представленным Trading Platforms [10], время, потраченное на образовательные приложения на мобильных устройствах, по прогнозам, имеет самый большой 4-летний среднегодовой темп роста в 2023 г. - 62%.

Как сообщается в исследовании, бизнес-приложения также демонстрируют значительный рост. Во многих странах малые и крупные предприятия должны были перейти в онлайн, в результате чего многие организации обратились к различным инструментам. Использование бизнес-приложений занимает второе место с прогнозируемым среднегодовым темпом роста за четыре года в 57%.

Рынок труда очень сильно трансформируется, а это требует дополнительного образования и обучения. С одной стороны, сейчас почти у всех есть смартфоны с доступом в интернет, а с другой - как раз уровень развития техники и технологий диктует потребность в постоянном обучении и развитии.

Сегмент оценивается в 7,2 млрд руб. в год. Средний чек составляет 34,5 тыс. руб. [11] Карта мотивации крайне разнообразна, но лидирует желание выучиться с целью открыть собственный бизнес или начать оказывать частные услуги. Менее распространено, но также востребовано обучение отдельным базовым навыкам ведения бизнеса для продвижения по службе. В 60% случаев предпочитают краткосрочное обучение до двух недель. Продолжительное обучение в сегменте востребовано крайне редко — только в 8% случаев. Существенную долю в коммерческой части рынка бизнес-образования занимает ниша Master of Business Administration (MBA). По оценке аналитиков РБК [11], в 2020 году российский рынок MBA оценивался в 3,3 млрд руб. при среднегодовых (за последние пять лет) темпах роста не более 2% (однако +2,5% к 2021 году), причём даже такие скромные показатели динамики были достигнуты путём увеличения цен на услуги бизнес-школ, которые и без того весьма высоки (чеки варьируются от 110 тыс. до 613 тыс. руб. за год обучения). РБК оценил численность обучающихся в российских школах MBA в 2021 году в 7150 человек (доля корпоративных слушателей составляла 27%).

сегмент рынка МВА при этом, согласно РБК, исчисляется 350 млн руб. в год (то есть порядка 6–7% от рынка в целом), но прогноз роста в этом случае более благоприятный. Прирост онлайн аудитории составил в 2020 году +33,5% к 2021 году, однако прогнозы динамики онлайн-сегмента в денежном выражении в отчёте РБК отсутствуют. Рынок бизнес-образования в онлайн колеблется в районе отметки 800 млн руб. в год (порядка 11% от рынка).

Далее необходимо рассмотреть рынок и оценить сегмент мобильных приложений для поиска обучающего курса. Воспользуемся методом «снизу-вверх», т.е. просуммируем все ожидаемые покупки целевой аудитории за год. Согласно Яндекс.Вордстат количество показов по запросу «обучение кератиновому выпрямлению волос» равно 1 324.

The screenshot shows the Yandex Wordstat interface for the search query "обучение кератиновому выпрямлению волос". It includes navigation tabs for search criteria (По словам, По регионам, История запросов) and device types (Все, Десктопы, Мобильные, Только телефоны, Только планшеты). The main content area displays the search volume and a table of related search terms.

Что искали со словом «обучение кератиновому выпрямлению волос» — 1 324 показа в месяц	
Статистика по словам	Показов в месяц
кератиновое выпрямление волос обучение	1 324
обучение кератиновое выпрямление +и ботоко +для волос	617
кератиновое выпрямление волос обучение цена	124
кератиновое выпрямление волос обучение москва	105
обучение ботоксу +и кератиновому выпрямлению волос москва	81
онлайн обучение кератиновому выпрямлению волос	54
кератиновое выпрямление волос обучение ростов	38
кератиновое выпрямление волос обучение уфа	36
кератиновое выпрямление волос обучение самара	32
кератиновое выпрямление волос обучение тюмень	31
сертификат кератиновое выпрямление волос обучение	27
обучение ботоксу +и кератиновому выпрямлению волос тюмень	27

Рисунок 1 - Статистика запросов в Яндекс.Вордстат

Просуммировав количество запросов, мы можем получить потенциальное количество заинтересованных лиц. Предположив, что

стоимость онлайн обучения по одному курсу составляет 10 000 тысяч рублей, а количество обучений в месяц 3, то емкость рынка за год составляет:

$$1\ 324 * 3 * 10\ 000 = 39\ 720\ 000$$

Емкость рассчитана из условий, что все заинтересованные пользователи воспользуются приложением по онлайн-обучению мастера реконструкции волос в течение года.

1.3 Сравнительный анализ конкурирующих решений

Важным фактором для многих отраслей является уровень конкуренции на рынке. Определенный уровень конкуренции полезен, потому что он служит стимулом для инноваций и новых стратегий внутри организаций. Проведём сравнительный анализ наиболее популярных приложений и сайтов по онлайн обучению специалистов по реконструкции волос.

Beauty Education – официальное Android приложение от одноименной академии для мастеров красоты и ухода за внешностью. В утилите имеются курсы, подкасты и форумы. Приложение предоставляет возможность выбрать способ повышения или приобретения новых навыков в сфере ухода и красоты. Утилита содержит курсы, поделенные по категориям: мелирование, блонды, колористика, стрижки, салонный бизнес, кератиновое выпрямление волос, укладки и перманентная завивка. Следует учитывать, что предоставляемая информация доступна по годовой подписке. Купить курс онлайн можно с помощью банковской карты. Однако есть несколько бесплатных информационных блоков. Описание курсов содержит стоимость, имя автора, задачи обучения и перечень материалов. Уроки поделены на разделы и представлены в виде видеороликов. Они сопровождаются текстовыми материалами и схемами, которые можно скачать. Платные курсы предполагают поддержку от преподавателя и получение именного сертификата на английском языке. В утилите имеются общие форумы и подкасты с вопросами,

отзывами и предложениями. Также есть чаты к платным курсам, в которых обучающиеся могут обсудить спорные вопросы.

В приложении для общения необходимо пройти авторизацию через аккаунты Google, Facebook или ВК. Поддерживается регистрация по номеру мобильного телефона. Утилита содержит подкасты от педагога академии с ответами на популярные вопросы. Они запускаются через встроенный плеер, позволяющий перематывать и ставить на паузу.

Кератиновый Клуб – это сайт с возможностью онлайн обучения. Регламент online - семинара по кератиновому выпрямлению и ботоксу для новичков следующий.

Погружение в мир волос:

- основные термины;
- строение волос: структура и компоненты, связи в волосах;
- степени повреждения волос и причины их возникновения;
- правила диагностики волос: определение степени повреждения,

шкала степени завитка.

Материаловедение: обзор профессиональных средств для выпрямления волос:

- кератиновое выпрямление;
- коллагенирование;
- биксипластия;
- холодное восстановление;
- домашний уход.
- Технология проведения процедуры:
- основные и альтернативные техники

Длительность обучения – 3-4 часа (Начало в 11:00 по московскому времени).

Запись на онлайн-курс организована следующим образом:

1. Клиент выбирает интересующую дату курса и записывается через форму записи на сайте.

2. Необходимо оплатить обучение не позднее 24 часов до начала курса. Переводом Сбер, раурал, можно наличными / картой в офисе Keratin Club или по расчетному счету организации ООО “Кератиновый Клуб”.

3. На почту / whatsapp клиент получает учебное пособие и ссылку для входа в конференцию ZOOM.

4. В назначенное время клиент подключается и прослушивает курс.

5. Клиент получает два учебных видео-пособия с доступом навсегда.

6. В течение 60 дней технолог связывается с клиентом и отвечает на все вопросы, при необходимости в формате видео-конференции.

7. Клиент получает электронный сертификат о прохождении практического онлайн курса (есть возможность отправки бумажного сертификата).

В течение 30 дней у клиента хранится видео обучения, 60 дней технолог ответит на все вопросы + клиент получает видео-пособие с технологом в подарок. 42 минуты полезной информации про кератин и ботокс. Также действует специальная цена на продукцию Nonna Tokyo.

Ustinova school – это сайт преподавателя по реконструкции волос с возможностью получить обучение онлайн. Сайт предоставляет возможность изучать уроки в формате видео, так как все уроки находятся в формате записи, их можно смотреть в любое время, они всегда будут доступны на любом устройстве. После каждого модуля опубликована методичка с презентацией. В конце курса каждый может пройти тест, что позволит понять, остались ли пробелы в знаниях. После покупки курса все материалы будут доступны в личном кабинете на протяжении 2-12 месяцев. Возможность смотреть их в любое время и в любом месте. Стоимость обучения составляет 8900 тыс. руб.

Были выбраны основные важные критерии, которые должно содержать приложение. Курс должен содержать материалы и практики, должна быть организована поддержка связи после окончания обучения, темп обучения

должен быть быстрым, при этом обучение должно быть эффективным, а приложение доступным и понятным для пользователя. В таблице 1 представлена интегральная оценка популярных приложений и сайтов по онлайн обучению специалистов по реконструкции волос. Для оценки данных конкурентов использовалась 5-бальная шкала, в которой 5 –максимальный балл, а 1 – минимальный балл.

Таблица 1 – Сравнение популярных приложений и сайтов по онлайн обучению специалистов по реконструкции волос

Наименование / Критерии	Курс содержит материалы и практики	Цена обучения	Поддержка связи после окончания обучения	Темп обучения	Эффективность обучения	Простота использования	Итого:
Весовой коэффициент	5	4	5	5	5	4	
Beauty Education	5	4	3	5	4	5	121
Кератиновый Клуб	3	3	5	3	3	5	102
Ustinova school	5	5	5	5	5	3	132
Keratin blog	5	5	5	5	5	5	145

По итогам проведения сравнительного анализа, можно сделать вывод, что разработанное приложение «Keratin blog» является конкурентноспособным, его главным конкурентом является курс онлайн обучения: «Ustinova school». По итогам бенчмаркинга общая сумма баллов составила 132, на третьем месте представитель онлайн курса: «Beauty Education». Общая сумма баллов составляет 121, на последнем месте: «Кератиновый клуб», он проигрывает потому, что этот курс содержит меньше

практик для обучающегося, а также в нем нет тестов для закрепления пройденного материала в блоке, что сказывается на эффективности обучения. Соответственно, цена за обучение завышена.

Можно сделать вывод, что погружение в профессию Технолог по реконструкции волос – это мастер с углублённым изучением, маркетинга, менеджмента, правовой и налоговой деятельности, продаж и психологии. Поэтому при выводе на рынок нового приложения по онлайн-обучению реконструкции волос, в первую очередь необходимо следить за тем, чтобы приложение имело легкий и понятный функционал, достаточное количество учебного материала, закрепляющих тестов, также была обеспечена поддерживающая связь с обучающимся на протяжении курса обучения.

1.4 Целевая аудитория потребительского рынка

Задача онлайн обучения – закрыть потребность или проблему целевой аудитории своим предложением. Для успешного выхода бизнеса на рынок необходимо правильно определить, кому этот продукт будет нужен.

Обучение подойдет для всех, кто хочет попробовать себя в бьюти-сфере. Благодаря тому, что уроки проводятся в режиме онлайн, пройти курсы могут все желающие, независимо от города проживания. На сегодняшний день работать в сфере бьюти выгодно. Например, средний чек за процедуры варьируется от 2500 до 4000 рублей, причем себестоимость составляет всего 300-500 рублей.

Выделенными типажам, которые будут представлять целевую аудиторию пользователей онлайн обучения, будут следующие:

1. Девушки от 18-25 – девушки без высшего образования, которые интересуются индустрией красоты, желают работать в сфере реконструкции волос и получать стабильный заработок.

2. Женщины 26-50 лет – имеют высшее образование, желают уйти с нелюбимой работы в сферу, которая им интересна, их желание – это свободный график, работа «на себя», стабильный заработок.

Для анализа явной и скрытой мотивации выбранных типажей и для понимания, по каким критериям пользователи выбирают тот или иной продукт, проведем анализ мотивов выбранных типажей (табл. 2).

Таблица 2 – Анализ мотивов выбранных типажей

Типаж	Описание типажа	Явная мотивация	Скрытая мотивация	Критерии выбора продукта
Девушки без высшего образования	Девушки от 18 лет которые интересуются индустрией красоты и желают работать в этой сфере	Хотят заниматься и работать там, что приносит им удовольствие, не идти на поводу у окружающих	Не определились с выбором ВУЗА, не хотят идти после школы в университет, пока пройдут курсы и начнут зарабатывать деньги	Онлайн обучение, возможность поддерживать связь после обучения с преподавателем, доступная цена
Девушки с высшем образованием, но без работы	Хотят связать свою работу с индустрией красоты, им нравится работать в сфере услуг, любят общение, видят в этом перспективы для дальнейшего развития	Видят в этом перспективы для дальнейшего развития	Свободный график работы, Работа, которая приносит удовольствие, свободный график работы, возможность работать саму на себя	Доступная цена, эффективность от обучения, опыт мастера, легкий и понятный курс обучения, доступный интерфейс приложения
Девушки с высшем образованием и с работой	Девушки, которые долгий промежуток работают на работе, которая перестала приносит им удовольствие, сильная нагрузка, усталость, нет развития, хочет поменять свою работу	Долго следят за сферой красоты, видят развитие в салонном бизнесе, хотят посвятить свою работу реконструкции волос	Желание уйти с нелюбимой работы, начать ценить свою жизнь и время, им нужен свободный график, чтобы больше времени проводить с семьей.	Подход к любому начинающему мастеру, эффективность обучения, наличие сертификата, понятный интерфейс и функционал, поддержка связи с преподавателем после обучения

На основе анализа выбранных типажей можно определить «боль» и потребность клиента. Потребность – работать в индустрии красоты, иметь свободный график и высокий заработок, «боль» – не найти вариант подходящего онлайн обучения, где действительно будет положительный эффект от обучения, а не просто вложенные деньги без дальнейшего развития. Для того, чтобы проверить выбор целевой аудитории и возможности удовлетворять её потребности, необходимо использовать характеристики продукта, которые создаются за счет ресурсов компании (табл. 3).

Таблица 3 – Анализ ресурсов компании

Качественная характеристика продукта	Ценность для клиента	Ресурс компании
Гибкость графика прохождения обучения	Онлайн обучение позволяет проходить обучение в удобном для вас графике в течении дня. Единственное ограничение это в количестве дней на прохождение курса	Мобильное приложение
Доступность, удобство	Удобный и понятный интерфейс приложения	Понятный и доступный интерфейс, приятный дизайн
Эффективность от обучения	В свободном доступе множество практик, материалов для обучения, тесты для закрепления пройденного материала в конце каждого модуля	Большая база материала для обучения

Продолжение таблицы 3

Связь с преподавателем после обучения	После обучения предоставляется возможность вступить в общий чат с преподавателем и мастерами, которые ранее прошли обучение	Чат поддержки связи
---------------------------------------	---	---------------------

Применим инструмент «Кодовый замок». Первая часть этого инструмента заключается в определении целевой аудитории, ее боли и критериев выбора продукта (табл. 2). Вторая часть заключается в определении ресурсов компании и их ценности, а также в определении качественной характеристики продукта, которая создается за счет этих ресурсов (табл. 3). «Ключом» в инструменте «Кодовый замок» называют качественную характеристику продукта, а «замком» называют критерии выбора продукта. В случае, если критерии выбора совпадают с качественной характеристикой, т.е. «ключ» подходит к «замку», то продукт удовлетворяет запросам целевой аудитории и решает их проблему. Основываясь на ценностях нашего продукта для клиента и его «боли», можно составить уникальное торговое предложение (УТП): «С помощью мобильного приложения по реконструкции волос, мы поможем вам решить проблему найти обучение, которое будет проходить онлайн, где действительно будет положительный эффект от обучения, а не просто вложенные деньги без дальнейшего развития, это позволит вам работать на интересной вам работе, которая будет приносить удовольствие, иметь свободный график и приносить большой заработок». В нашем случае, все критерии выбора совпадают с качественной характеристикой (табл. 1, 3), следовательно, можно сделать вывод, что наш продукт будет удовлетворять запросам целевой аудитории и решать ее проблему.

Далее проведем сравнительный анализ конкурентов, выделив сильные, слабые стороны и уникальное торговое предложение (УТП). Результаты анализа приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Анализ конкурентов на рынке мобильных приложений по обучению кератинового выпрямления волос.

Конкурент	УТП	Сильные стороны	Слабые стороны
Наше приложение	Безопасное и удобное приложение с действующим эффектом обучения	1. Поддержка после прохождения обучения 2. Удобный интерфейс 3. Цена ниже конкурентов 3. Эффективность обучения	1. Отсутствие статистики 2. Технические сложности организации онлайн встреч
Beauty Education	Успешный специалист по реконструкции волос	1. Качественный дизайн 2. Быстрый темп обучения 3. Простота использования 4. Курс содержит практики	1. Высокая цена 2. много рекламы 3. Нет поддержки связи после обучения
Кератиновый клуб	Кератиновый клуб-собрание всех лучших мастеров готовых обучить именно тебя!	1. Поддержка связи после обучения 2. Простота использования	1. Низкий рейтинг приложения 2. Высокая цена
Ustinova school	Новый формат онлайн обучения	1. Удобный интерфейс 2. Поддержка связи после обучения 3. Множество практик и тестов	1. Высокая цена обучения

Для SWOT-анализа компании необходимо оценить не только внутренние, но и внешние факторы. Для оценки внешних факторов, а именно угроз и возможностей, существует такой инструмент, как PESTLE анализ (табл. 5).

Таблица 5 – Анализ возможностей и угроз приложения по обучению реконструкции волос

Фактор	Тренд	Характер влияния (+/-)	Сила влияния (1-5)	Вероятность тренда (1-5)	Важность тренда
Политический	Поддержка конкурентов правительством	-	4	2	-8
	Запрет на подписку/удаление приложений в Play Market/ App Store в РФ	-	5	5	-25
Экономический	Падение курса рубля	-	3	5	-15
	Увеличение числа конкурентов	-	5	1	-5
Социальный	Интерес общества к инновационным технологиям	+	3	4	+12
	Рост потребности в онлайн обучении	+	5	3	+15
Технологический	Развитие рынка мобильных приложений	+	5	5	+25
	Использование новых бьюти-технологий	+	4	4	+16
Правовой	Обязательное лицензирование бьюти-приложений	-	3	2	-6
	Блокировка приложения из-за отсутствия необходимой юридической документации	-	3	1	-3

В ходе проведения PESTLE-анализа были выявлены положительные и негативные тренды, а также произведена оценка их влияния на проект. По итогам самым «негативным» трендом стал запрет на подписку / удаление

приложений в Play Market и AppStore для пользователей из РФ. Из-за сложившейся ситуации в мире была приостановлена платежная система Google play и Apple pay для пользователей РФ. Стоит отметить самый «позитивный» тренд – рост потребности в онлайн-обучении.

На основе анализа угроз, возможностей (PESTLE-анализ) и анализа основных конкурентов можно составить матрицу SWOT для нашей компании (табл. 6), в которой отражены такие внутренние аспекты, как сильные и слабые стороны проекта, а также внешние аспекты – возможности и угрозы проекта.

Таблица 6 – Матрица SWOT приложения по реконструкции волос

Сильные стороны компании	Слабые стороны компании
<ol style="list-style-type: none"> 1. Мгновенный доступ к сервису с любого устройства с выходом в интернет 2. Низкий порог входа в проект 3. Большая база собранного материала и практик для обучения специалистов 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие доверия к проекту 2. Отсутствие опыта у аудитории к онлайн обучению в приложении
Возможности компании	Угрозы компании
<ol style="list-style-type: none"> 1. Помощь государства в развитии информационных технологий (инвестиции в проект) 2. Низкая конкуренция 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рост числа конкурентов 2. Не окупаемость проекта 3. Возможны трудности с использованием технических программ 4. Ухудшение экономической ситуации

2 Концепция проекта мобильного приложения по обучению специалистов в области реконструкции волос

2.1 Описание продукта проекта

Продукт проекта – мобильное приложение по обучению специалистов в области реконструкции волос. Суть проекта заключается в создании именного мобильного приложения на площадках PlayMarket, AppStore, в котором пользователи могут пройти обучение по кератиновому выпрямлению волос, ботоксу, холодное восстановление. Приложение предоставляет возможность изучать уроки в формате видео, все уроки находятся в формате записи, их можно смотреть в любое время, они всегда будут доступны на любом устройстве. После каждого модуля опубликована методичка с презентацией. В конце курса каждый сможет пройти тест, что позволит понять, остались ли пробелы в знаниях. После прохождения программы занятий клиент может поставить оценку преподавателю и написать отзыв. Для старта проекта выбрана территория Томской области. Продуктом является информация с видео-уроками, закрепляющие материал тесты, методические указания. После прохождения курса клиент становится действующим сертифицированным специалистом в области реконструкции волос. Макет экранов приложения представлен на рисунке 3.

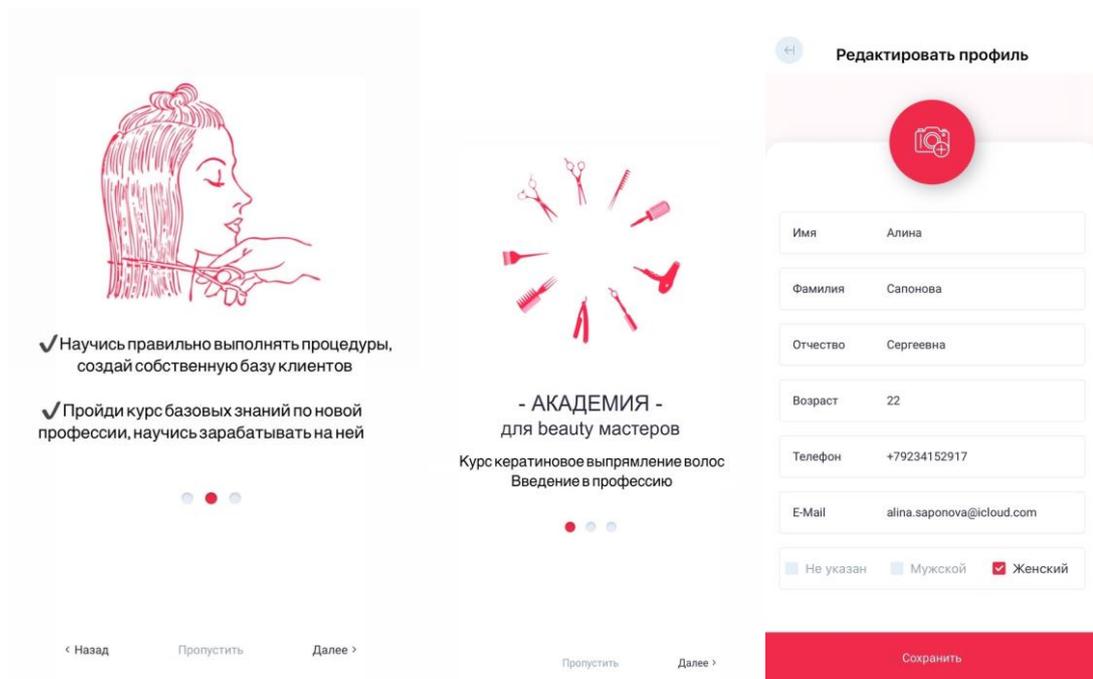
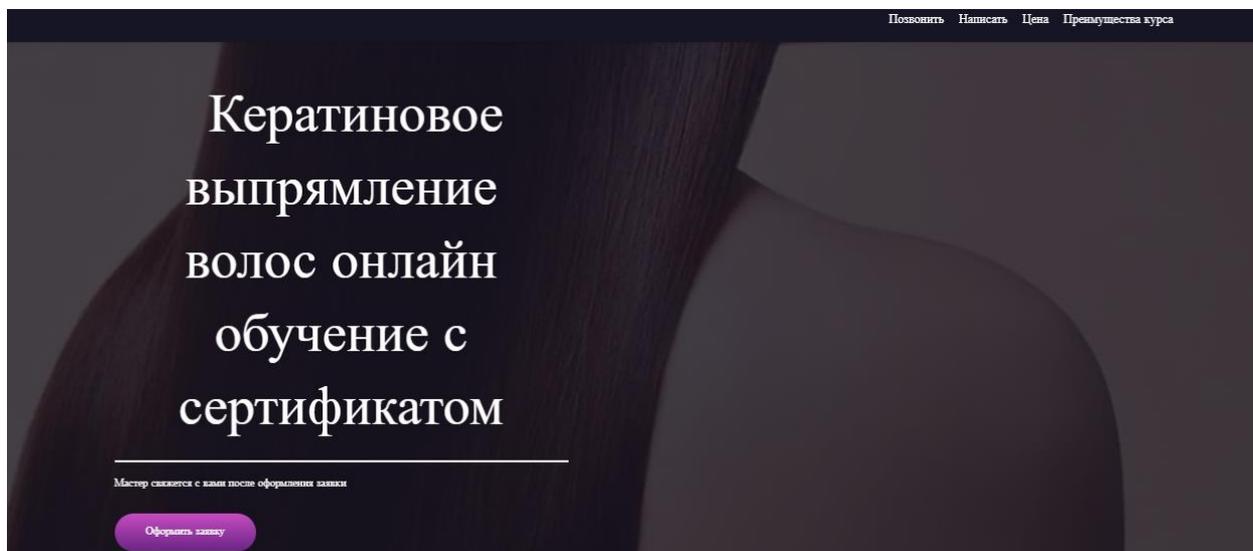


Рисунок 3 – Макет экранов приложения

Ценность компании: безопасное и удобное приложение для прохождения онлайн обучения.

MVP проекта

MVP представляет из себя сайт по обучению кератиновому выпрямлению волос. На рис. 3 представлены страницы сайта для оформления заявки.



Оставить заявку

Ф.И.О. *

Номер телефона *

Почта

Оставить заявку

Рисунок 4 – первые страницы сайта

Ниже на сайте размещено 3 курса, которые выбирает сам пользователь. Курс «Начальный» содержит только теоретический материал «Введение в профессию» с доступом 2 месяца.

Курс «Стандартный» с доступом 4 месяца включает в себя курс «Введение в профессию», сертификат, проверку домашних заданий, 2 мини-курса: «Подложки и протекторы», «Домашний уход».

Курс «Премиум» включает в себя Введение в профессию, сертификат, проверку домашних заданий, 5 мини-курсов: «Подложки и протекторы, холодное восстановление, косметическая химия, домашний уход, продвижение». Имеются общий чат и наставничество. Доступ 1 год. Для подачи заявки пользователи оставляют имя, адрес электронной почты, номер телефона. Все страницы сайта представлены в Приложении Б.

Создание MVP предполагает наличие коммерческой деятельности, следовательно, нужно определиться с организационно-правовой формой. Для компании выбрана организационно-правовая форма – самозанятый, т.к. всю деятельность может выполнять один человек.

2.2 Маркетинговая стратегия продвижения приложения по обучению специалистов в области реконструкции волос

Инструменты интернет-маркетинга способствуют росту продаж, укрепляют бренд и помогают строить и поддерживать отношения с клиентами. Определим маркетинговые инструменты, с помощью которых будет реализовано привлечение клиентов. Их следует разбить на 2 категории – онлайн и оффлайн-реклама. К оффлайн инструментам можно отнести холодные звонки. К онлайн инструментам можно отнести таргетированную и контекстную рекламу в социальных сетях. Также важным фактором привлечения клиентов является создание сообществ групп VK и Telegram. Создание сообщества пользователей приложения: создание страницы приложения в социальных сетях, где пользователи могут делиться своими впечатлениями и отзывами о приложении. Что касается никнейма «Keratin Blog», то это наиболее подходящий вариант для узнаваемости сообщества в VK и Telegram, которое будет давать полное представление о том, что представлено в аккаунте. Использование инструментов аналитики: использование инструментов аналитики для отслеживания пользовательской активности и понимания, какие мероприятия продвижения наиболее эффективны. Первоначальные затраты на рекламную кампанию представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Затраты на рекламу компании

Средство продвижения	Общий охват человек	Сумма, тысяч рублей
Таргетированная реклама	25 000	15 000
Контекстная реклама	25 000	10 000

Для старта MVP необходимо вложить в рекламу 25 000 рублей, чтобы охват аудитории составлял 50 000 человек и, учитывая конверсию, число

покупки услуги было равно 15. Комплексная воронка продаж по всем инструментам представлена на рисунке 5:

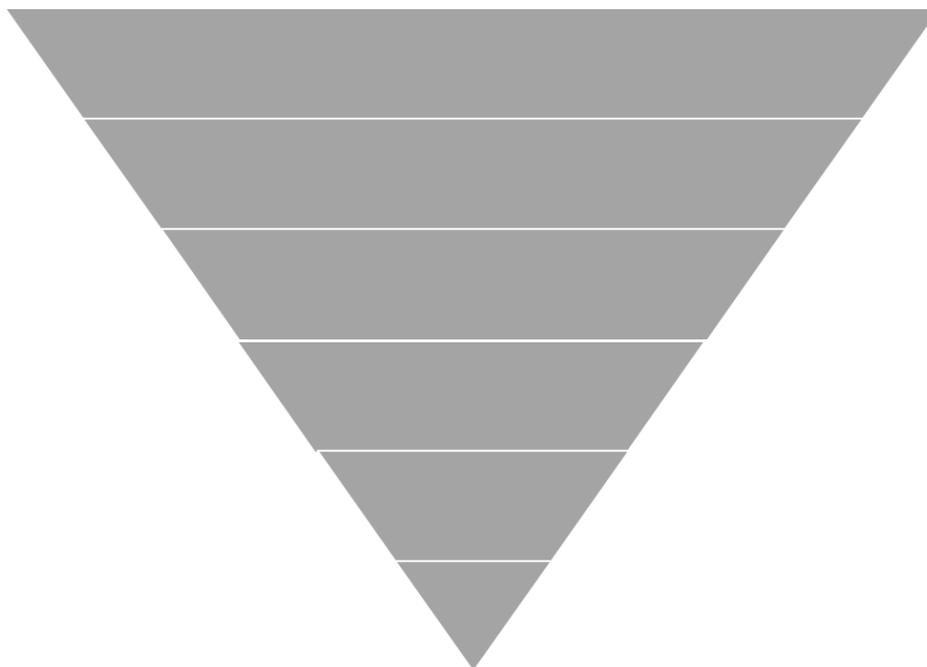


Рисунок 5 – Комплексная воронка продаж

Конверсия равна 0,06% или 15 человек. Цена за рекламу составляет 25 000 рублей. Следовательно, стоимость привлечения одного клиента равна 1666,67 рублей.

Для успешного вывода продукта на рынок предлагаем несколько этапов:

1. Создание и запуск MVP (5.05.2023 – 5.10.2023)

Минимальный жизнеспособный продукт представлен в виде сайта. Он разрабатывается с минимальными затратами, чтобы быстро протестировать идею и получить обратную связь от первых пользователей. Минимальный жизнеспособный продукт должен быть достаточно функциональным, чтобы пользователи могли использовать его, но может быть усовершенствован и доработан позже, в соответствии с отзывами и потребностями пользователей. Это позволяет быстро проверить концепцию и изучить, готовы ли пользователи оплачивать продукт. и создается для того, чтобы понять актуальность бизнеса, – будут ли прогнозируемые продажи. MVP позволит получить обратную связь от клиентов для улучшения продукта. В случае, если

идея не оправдывается, предприниматель потеряет меньше времени и денег по сравнению с реализацией мобильного приложения «здесь и сейчас».

2. Сбор обратной связи (5.06.2023-5.10.2023)

Сбор данной информации осуществляется для корректировки продукта, его улучшения или полного изменения бизнес-модели проекта. Также информация может использоваться для определения целевой аудитории, ее потребностей и предпочтений. Это помогает разработчикам сделать более точные предположения о том, что будет успешным продуктом на рынке, и принимать соответствующие решения в процессе разработки. Кроме того, сбор информации может помочь идентифицировать слабые места продукта, такие как ошибки или неудачные функции. Это позволит разработчикам вовремя устранить проблемы и повысить качество продукта.

3. Исправление ошибок (5.06.2023-5.10.2023)

На основе обратной связи клиентов выявляются и корректируются ошибки продукта или бизнес-модели проекта. Задачей этапа является максимальная адаптация продукта под запрос потребителя.

4. Поиск команды, инвестиций и разработка мобильного приложения (5.10.2023–5.05.2024)

Если прогнозы оправдались, MVP показал успех, ошибки первоначальной версии продукта были исправлены, то принимается решение развивать проект дальше. После получения инвестиций, начинается разработка приложения.

5. Запуск приложения (5.05.2024)

Улучшение версий: регулярные обновления позволяют исправлять ошибки, добавлять новые функции, улучшать интерфейс, увеличивать производительность. Будут использованы данные, собранные от пользователей, для улучшения приложения. Например, анализ используемых функций или частоты ошибок может помочь разработчикам понять, как улучшить приложение. Также приложение будет иметь хорошую службу поддержки, которая готова помочь пользователям быстро и решить любые проблемы,

которые могут возникнуть.

6. Улучшение сервиса работы приложения (5.05.2024)

Последний пункт предполагает исправление ошибок мобильного приложения, взаимодействие с клиентами, работу над повышением лояльности и удержанием клиентов, а также расширение географии проекта.

Диаграмма Ганта проекта представлена в таблице 8.

Задачи	Май 2023	Июнь 2023	Июль 2023	Август 2023	Сентябрь 2023	Октябрь 2023	Ноябрь 2023	Декабрь 2023	Январь 2024	Февраль 2024	Март 2024	Апрель 2024	Май 2024
1													
2													
3													
4													
5													
6													

Таблица 8 – Диаграмма Ганта проекта «Keratin Blog»

3 Бизнес-модель проекта

Бизнес-модель проекта может быть представлена с помощью модели Остервальдера (приложение В). В упрощенном виде взаимосвязь субъектов рынка разрабатываемого продукта продемонстрирована на рисунке 5.



Рисунок 6 – Субъекты рынка кератинового обучения волос

В приложении будет доступна большая база методических указаний, видео-уроков, тестовых заданий, фотоотчетов. Монетизация приложения будет происходить за счет платы за курс, время обучения, сертификат подтверждающий успешное завершение обучения. Также предусмотрена возможность покупки дополнительных материалов, таких как учебники, задания для самостоятельной работы и т.д. Кроме того, можно будет подписаться на персональную онлайн-консультацию с мастером для получения повышения квалификации. Дополнительными источниками доходов могут стать рекламные места на сайте и сотрудничество с партнерами в бьюти-индустрии. Кроме того, в рамках монетизации приложения пользователи смогут приобрести доступ к эксклюзивным материалам и индивидуальным консультациям от опытных мастеров. Благодаря использованию современных технологий и методикам обучения, наш проект позволит пользователям учиться наиболее эффективно и удобно, в любое

время и в любом месте. Становясь частью программы обучения, пользователи получают доступ ко всем необходимым инструментам и ресурсам для успешного обучения кератинового выпрямления волос. Наша цель - обеспечить максимально качественное и доступное образование для всех, кто желает пройти обучение. В таблице 9 представлен расчёт инвестиций в проект.

Таблица 9 – Инвестиции в проект

№	Наименование	Стоимость, руб.	Количество	Сумма, руб.
1	Разработка MVP мобильного приложения	43 000	1	43 000
2	Хостинг + домен для сайта на год	2 000		2 000
Итого				45 000

Для запуска MVP необходимо вложить денежные средства в размере 45 000 рублей. Эту сумму самозанятый может позволить себе, не прибегая к кредитованию. Постоянные затраты представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Постоянные затраты

№	Наименование затрат	Сумма, руб.
1	Рекламная кампания	30 000
2	Интернет	300
Итого:		30 300

Переменные затраты, зависящие от объема реализации, проект не предполагает, поэтому, операционные издержки проекта составят 30 300 рублей в месяц.

$$\frac{30\,300}{18} = 3787,5 \text{ рублей}$$

С наценкой 40% стоимость обучения составит 5 300 рублей. Итого

цена за курс составит 5 300 рублей. В таблице 11 представлен пессимистичный, реалистичный и оптимистичный прогноз продаж в первый месяц.

Таблица 11– результат продаж в первый месяц

Сценарий	Кол-во подписок по средней цене	Валовый доход, руб.	Балансовая прибыль, руб.
Пессимистичный	2	10 600	-19 700
Реалистичный	8	42 400	12 100
Оптимистичный	10	53 000	22 700

Проект запускается в сентябре, и его продолжительность составит 6 месяцев. Также, учтем налоговые отчисления, в данном случае это – 6% от всей выручки. В таблице 12 представлен вероятный план продаж на этот период.

Таблица 12 – Вероятный план продаж курса по обучению специалиста реконструкции волос

Ед. измерения		Периоды по месяцам						Итого
		1	2	3	4	5	6	
Наименование								
Объем продаж	Шт.	8	8	8	8	8	8	48
Цена за ед.	Руб.	5 300						
Выручка от продаж	Руб.	42 400	42 400	42 400	42 400	42 400	42 400	254 400
Расходы	Руб.	30 300	30 300	30 300	30 300	30 300	30 300	181 800
Балансовая прибыль	Руб.	12 100	12 100	12 100	12 100	12 100	12 100	72 600
Суммарный Налог	Руб.	2 544	2 544	2 544	2 544	2 544	2 544	15 264
Чистая прибыль	Руб.	9 556	9 556	9 556	9 556	9 556	9 556	57 336

3.2 Показатели эффективности проекта

Для реализации проекта заемные средства не требуются. Текущая ставка центрального банка составляет 7%, ставку риска возьмем 13%, следовательно ставка дисконтирования составит 20%. Использование ставки дисконтирования является важным инструментом для оценки финансовой целесообразности инвестиционных проектов и помогает принимать решения о том, стоит ли инвестировать в проект или нет.

NPV – это чистый приведенный денежный доход, он показывает величину денежных средств, которую инвестор ожидает получить от проекта, после того, как денежные притоки окупят его первоначальные инвестиционные затраты и периодические денежные оттоки, за счет которых проект осуществляется. Денежный поток рассмотрим в таблице 13.

Таблица 13 – Расчет чистого приведенного дохода

Месяц	1	2	3	4	5	6
ЧДП, руб	9 556	9 556	9 556	9 556	9 556	9 556
К.д.	0,983607	0,967482	0,951622	0,936021	0,920677	0,905583
ЧДД, руб	9 399,34	9 245,25	9 093,69	8 944,61	8 797,98	8 653,75
Суммарный ЧДД: 54 134,62 рублей						

Коэффициент дисконтирования был рассчитан по следующей формуле:

$$\frac{1}{\left(1 + \frac{0.2}{12}\right)^t} \quad (1)$$

где 0,2/12 – месячная норма дисконтирования;

t – номер месяца (1, 2, 3, 4, 5, 6).

NPV считается по формуле:

$$NPV = ЧДД - I_0 \quad (2)$$

Таким образом, $NPV = 54\,134,62 - 45\,000 = 9\,134,62$ рублей.

Проект считается инвестиционно-привлекательным, если $NPV > 0$.

В данном случае это требование выполняется.

Индекс прибыльности – PI

Этот показатель показывает уровень дохода на один рубль вложенных средств и считается по формуле:

$$PI = \frac{\text{ЧДД}}{I_0},$$

Индекс прибыльности данного проекта равен:

$$PI = \frac{54\,134,62}{45\,000} = 1,21$$

Проект считается инвестиционно-привлекательным, так как $PI > 1$. Получается, что на один рубль вложенных средств приходится 1,21 рублей дохода. Это означает, что проект принесет прибыль и инвесторы могут ожидать положительного возврата своих вложений. Однако, необходимо также обратить внимание на другие факторы, такие как риски, конкуренцию на рынке и изменение условий в будущем. В целом, PI является важным показателем инвестиционной привлекательности проекта.

Период окупаемости показывает за какой период времени сумма денежных потоков покроет все инвестиционные затраты. Это важный показатель эффективности инвестиционного проекта и он позволяет оценить, насколько быстро будут получены доходы от инвестирования. Чем короче период окупаемости, тем выгоднее инвестиционный проект. Однако следует учитывать, что этот показатель не учитывает дальнейшую прибыль после окупаемости, поэтому необходимо проводить дополнительную аналитику и оценку стоимости инвестиционного проекта на долгосрочную перспективу.

Так как вложения не большие, то расчет срока окупаемости лучше производить в месяцах.

Таблица 14 – Дисконтированный период окупаемости проекта

Месяцы	0	1	2	3	4	5	6
ЧДП	-45 000	9 556	9 556	9 556	9 556	9 556	9 556

ЧДД	-45 000	9 399,34	9 245,25	9 093,69	8 944,61	8 797,98	8 653,75
Накопленный ЧДД	-45 000	-35 600	-26 354,75	-17 261,06	-8 316,45	481,53	9 135,28

Период окупаемости проекта можно посчитать по следующей формуле:

$$T_{\text{окуп.}} = 4 + \frac{8316,45}{8797,98} = 4,94$$

Финансовые вложения окупятся под конец 4-го месяца. Все финансовые показатели эффективности MVP проекта представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Показатели эффективности

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	20
Чистый приведенный доход – NPV, руб.	9 134,62
Индекс прибыльности – PI	1,21
Период окупаемости – DPB, мес.	4,94

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
ЗН91	Сапоновой Алине Сергеевной

Школа	Школа инженерного предпринимательства	Отделение (НОЦ)	Школа инженерного предпринимательства
Уровень образования	Бакалавриат	Направление/специальность	27.03.05 «Инноватика»

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<p>1. Описание организационных условий реализации социальной ответственности</p> <ul style="list-style-type: none"> – заинтересованные стороны (стейкхолдеры) программ социальной ответственности организации, проекта, инновационной разработки, на которых они оказывают воздействие; – стратегические цели организации, проекта, внедрения инновации, которые нуждаются в поддержке социальных программ; – цели текущих программ социальной ответственности организации 	<p>Стратегия компании предусматривает нацеленность на долгосрочное взаимоотношение с пользователем, осознанное получение пользователем выгоды от нахождения в системе, также удобную технологическую платформу для эффективного взаимодействия с мастером и пользователями.</p> <p>Для реализации стратегии поставлены следующие цели ксо:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) улучшение имиджа компании, рост репутации. 2) реклама услуг компании. 3) стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе. <p>Данные цели затрагивают следующих заинтересованных стейкхолдеров:</p> <ul style="list-style-type: none"> – пользователей; – потребители услуг; – наемных работников
<p>2. Законодательные и нормативные документы</p>	<p>Коллективный договор, Договор аренды, Трудовой кодекс</p>

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности: – принципы корпоративной культуры исследуемой организации; – системы организации труда и его безопасности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; – системы социальных гарантий организации; – оказание помощи работникам в критических ситуациях. 	<ul style="list-style-type: none"> – принципы корпоративной культуры организации: команда проекта имеет одну общую цель; в коллективе ценится честность и открытость; – оказание помощи работникам в критических ситуациях: предоставление отпусков, материальная поддержка; – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации;
<p>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности: – содействие охране окружающей среды;</p> <ul style="list-style-type: none"> – взаимодействие с местным сообществом и местной властью; – спонсорство и корпоративная благотворительность; – влияние разработки, проекта, инновации на стейкхолдеров – влияние разработки, проекта, инновации на окружающую среду, возможное содействие охране окружающей среды; 	<ul style="list-style-type: none"> – спонсорство и корпоративная благотворительность – влияние разработки, проекта, инновации на стейкхолдеров – ответственность перед потребителями товаров

– ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров), – готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д.	
3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности: – анализ правовых норм трудового законодательства; – анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов; – анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности.	Общие нормы трудового кодекса Российской Федерации (порядок заключение трудового договора, необходимые пункты для договора и т.д.); Правила по обеспечению безопасных условий и охране труда; Положение о порядке хранения персональных данных работника.
Перечень графического материала:	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
---	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Шамина Ольга Борисовна	Кандидат технических наук		

Консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Феденкова Анна Сергеевна			

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3Н91	Сапонова Алина Сергеевна		

4 Социальная ответственность

4.1 Сущность корпоративной социальной ответственности

Корпоративная социальная ответственность (КСО) - реализация интересов компании через обеспечение социального развития коллектива и активного участия компании в развитие общества. Другими словами – обязательства организации перед обществом.

Корпоративная социальная ответственность представляет собой многоуровневый анализ, который состоит из четырех элементов, которые определил и упорядочил в 1991 году Арчи Кэрролл. Сюда входят:

Корпоративная социальная ответственность представляет собой многоуровневый анализ, который состоит из четырех элементов, которые определил и упорядочил в 1991 году Арчи Кэрролл. Сюда входят:

- экономическая ответственность;
- юридическая ответственность;
- этическая ответственность;
- филантропическая ответственность.

Самым базовым элементом анализа социальной ответственности является экономическая ответственность. Её сущность заключается в извлечении прибыли для организации через удовлетворение потребностей рынка. Вторым основополагающим уровнем КСО является юридическая (или правовая) ответственность. Она предполагает необходимость соблюдения норм и требований действующего законодательства. Следующей идет этическая ответственность. Здесь в основе лежит соответствие общественным ожиданиям, основанным на существующих моральных нормах и ценностях общества. И на последнем месте располагается филантропическая (или дискреционная) ответственность. Она основана на добровольном участии организации в реализации различных социальных программ. Основным инструментом выступает благотворительность. Корпоративная социальная ответственность регламентируется рядом правовых актов, среди которых:

ГОСТ Р ИСО 26000-2010 «Руководство социальной ответственности», серия международных стандартов систем экологического менеджмента ISO 14000, GRI, SA 8000.

Актуальность внедрения программы КСО на предприятии определяется следующими мировыми тенденциями:

1) Слишком быстрое использование исчерпаемых природных ресурсов, что в последствии приводит к серьезным экономическим изменениям. 2) Загрязнение окружающей среды и проблема глобального потепления, которые ставят под угрозу жизнь людей и существование бизнеса, как следствие.

3) Глобализация информации. Благодаря новейшим информационным технологиям, Всемирной паутине или СМИ существует возможность узнать любые новости из любого конца земли. И если раньше на распространение подобной информации уходили месяцы, то сегодня это происходит за несколько часов.

4) Глобализация рынков капитала. Сегодня инвесторы и финансовые институты лучше информированы и отдают предпочтение более устойчивому бизнесу с точки зрения финансовых, социальных и экологических показателей – предприятию с хорошей репутацией легче привлечь финансирование.

Основными причинами, побуждающими компании уделять особое внимание вопросам социальной ответственности, являются:

- глобализация и связанное с ней обострение конкуренции; – растущие размеры и влияние компаний;
- усиление механизмов государственного регулирования;
- «война за талант»
- конкуренция компаний за персонал;
- рост гражданской активности;
- возрастающая роль нематериальных активов (репутации и брендов).

В свою очередь, модели КСО, в зависимости от деятельности проекта,

подразделяются на традиционные и стратегические. Первая модель предполагает периодическое участие организации в КСО. Если у предприятия имеются средства на реализацию программ, то оно выделяет финансы, если нет, то программа может быть отложена. Стратегическая модель представляет собой долгосрочную программу, которая полностью интегрируется в работу организации и средства на нее выделяются постоянно.

В данной главе разработана стратегическая модель корпоративно социальной ответственности для онлайн-обучения реконструкции волос. Основные этапы разработки КСО, которые составляют основную структуру программы:

- 1) определение целей и задач программы КСО.
- 2) определение стейкхолдеров программы КСО.
- 3) определение элементов программы КСО.
- 4) определение затрат на программы КСО.
- 5) ожидаемая эффективность программы КСО.

4.2 Цели и задачи КСО

Таблица 17 – Определение целей КСО на предприятии

Миссия компании	Мы созданы для того, чтобы у жителей города появилась возможность для быстрой передачи данных, приобретений компетенций с любой точки мира, основная цель компании –помогать людям достигать желаемых результатов от обучения по доступной цене. Онлайн-обучение выступает в роли мобильной платформы для реализации онлайн-услуг.	Цели КСО 1) Улучшение имиджа компании, рост репутации; 2) Реклама услуг компании; 3) Стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе
Стратегия компании	Стратегия компании предусматривает нацеленность на долгосрочное взаимоотношение с пользователем, осознанное получение пользователем выгоды от нахождения в системе, также удобную технологическую платформу для эффективного взаимодействия с мастером по реконструкции волос и клиентом.	

Для того, чтобы программы корпоративной социальной ответственности приносили различные социальные и экономические результаты, необходима их интеграция в стратегию компании. Цели, которые преследуют программы КСО помогают в реализации стратегии проекта.

4.3 Стейкхолдеры программы КСО

Корпоративная социальная ответственность учитывает интересы многих стейкхолдеров. Стейкхолдер – это человек или организация, имеющая влияние на компанию или подверженная ее влиянию. Примером могут служить работники компании, покупатели, правительство, общественные организации и прочее. У каждого стейкхолдера свои интересы и потребности. В идеале компания должна стремиться к балансу интересов и потребностей различных заинтересованных сторон. Стейкхолдеры определяются исходя из целей, которые преследует программа КСО.

Таблица 18 – Определение стейкхолдеров программы КСО

	Цели КСО	Стейкхолдеры
	Улучшение имиджа компании, рост репутации;	Пользователи
	Реклама услуг компании;	Маркетологи
	Стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе;	Наемные работники

Выбор основных стейкхолдеров проводится исходя из целей программы КСО. Улучшение имиджа компании, рост репутации позволит привлечь новых пользователей. Благодаря маркетологу повысится эффективность рекламы услуг, что в дальнейшем привлечет не только клиентов, но и партнеров. Стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе даст уверенность в будущем наемным работникам.

4.4 Определение элементов программ КСО

На определение элементов программы корпоративной социальной ответственности влияет множество факторов. Например, сфера деятельности компании, ее финансовые возможности, взаимодействие с местными органами самоуправления и прочее. Для определения элементов КСО по разрабатываемому проекту в таблицу были сведены стейкхолдеры: пользователи, маркетологи, наемные работники. У каждого из стейкхолдеров имеются свои требования к организации и ожидания, которые рекомендовано осуществить через реализацию программ КСО.

Таблица 19 – Определение элементов КСО

№	Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
1	Пользователи	Социально-ответственное поведение	Лояльные клиенты
2	Маркетолог	Социально-значимый маркетинг	Привлечение новых пользователей
3	Наемные работники	Социальные инвестиции	Повышение квалификации

В таблице 19 сопоставлены основные стейкхолдеры проекта и элементы программы КСО. Сфера деятельности компании направлена на разработку и продвижение приложения для обучения специалистов в области реконструкции волос. Пользователей приложения интересует эффективность, качество и удобство использования услуг, также наличие обратной связи в случае возникновения трудностей при использовании. Наемные работники ожидают удовлетворения их труда в формах адекватной оплаты, возможностей профессионального роста, приемлемых условий и режима труда. Маркетолог и инвесторы заинтересованы в привлечении новых пользователей и увеличении прибыли. Перечень основных элементов КСО:

1) Социальные инвестиции – вид инвестирования, нацеленный на поддержку социально одобренных проектов, к которым не применяется нормальная рыночная доходность. Рассматриваются социальные, экологические последствия.

2) Эквивалентное финансирование – форма адресной помощи, которая заключается в совместном финансировании компаниями, органами государственного управления и некоммерческим сектором социальных программ.

3) Социально значимый маркетинг – форма адресной финансовой помощи, которая заключается в направлении процента от продаж конкретного товара или услуги на проведение социальных программ компании.

4) Социально-ответственное поведение – форма работы компании, которая представляет разнонаправленные инвестиции, основанные на соблюдении правил этического поведения.

4.5 Затраты на мероприятия программ КСО

Отчисления на программу мероприятий КСО производятся двумя способами: периодически – в момент, когда компания имеет средства на реализацию программ, с возможностью в любой момент заморозить их финансирование; и постоянные – когда компания регулярно и с постоянной периодичностью проводит мероприятия КСО. В первом случае, организации будет трудно ожидать результатов деятельности программ, поскольку мероприятия будут финансироваться время от времени. Затраты на мероприятия КСО распределяются в зависимости от:

- важности для целей предприятия;
- влияния на стейкхолдеров;
- ожидаемых результатов.

И для того, чтобы определить необходимый перечень мероприятий, необходимо сопоставить главных стейкхолдеров компании, их интересы и мероприятия, которые затрагивают стейкхолдеров. Ожидаемый результат от реализации программы позволяет оценить значимость будущих итогов.

Таблица 20 – Затраты на мероприятия КСО

№	Мероприятие	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации на год
1	Мастер классы по кератиновому выпрямлению волос	руб.	5 000	60 000
2	Тренинги по реконструкции волос	руб.	10 000	40 000
3	Расходы на повышении квалификации	руб.	3 000	36 000
	ИТОГО:			136 000

В год 60 000 руб. пойдут на реализацию мастер-классов от технолога по реконструкции волос в бьюти-индустрии. Благодаря тренингам по реконструкции волос можно получить выгоду в виде возможности демонстрации аудитории собственных услуг. Повышение квалификации наемных работников позволит в будущем усовершенствовать приложение и повысить эффективность его работы.

4.6 Ожидаемая эффективность программ КСО

Программа КСО соответствует целям организации и помогает в реализации стратегии. Для пространства преобладает внутреннее КСО, которое выражается в поддержке резидентов. Все мероприятия КСО выведены из интересов и ожиданий стейкхолдеров.

Таблица 21 – Ожидаемая эффективность программ КСО

№	Название мероприятия	Затраты (год)	Эффект для компании	Эффект для общества
1	Мастер классы от технолога по реконструкции волос	60 000	Увеличение числа пользователей; реклама услуг	Улучшение качество услуг

Продолжение таблицы 21

2	Тренинги по фишкам кератина волос	40 000	Улучшение имиджа компании; Повышение качества и расширение предоставляемых услуг	Улучшение навыков в работе
3	Расходы на повышении квалификации	36 000	Повышение квалификации модернизация приложения и повышение эффективности его работы	Профессиональное обслуживание, удобство использования приложения

По результатам оценки эффективности мероприятий КСО соотношение затрат на мероприятия является оптимальным, эффект для предприятия такой же значимый, как и эффект для общества. Вложения в мастер классы от реконструктора по волосам предоставляют возможность всем желающим поучиться у мастера высокого класса. Благодаря данным мероприятиям пользователи ознакомятся с преимуществами мобильного приложения.

Заключение

Выпускная квалификационная работа посвящена актуальной теме развития онлайн-обучения в бьюти-индустрии.

Целью работы было разработать мобильное приложение для персонального обучения специалистов в области бьюти-индустрии.

В рамках работы были выполнены задачи:

1. Анализ рынка бьюти-индустрии по уходу за волосами;
2. Описан продукт проекта;
3. Проведен сегментный анализ потребительского рынка;
4. Концепция проекта мобильного приложения по обучению специалистов в области реконструкции волос;
5. Проанализированы конкурентные преимущества продукта;
6. Предоставлены бизнес-модель проекта и его экономическое обоснование.

Были выявлены основными ключевые преимущества, в сравнении с традиционным обучением: дистанционное обучение, в любом месте, низкий тариф обучения.

Был проведен бенчмаркинг и по итогам проведения сравнительного анализа, можно сделать вывод, главным конкурентом является курс онлайн обучения: «Ustinova school». Отсюда можно сделать вывод, что внедряя на рынок свое приложение по онлайн обучению реконструкции волос, в первую очередь необходимо следить за тем, чтобы приложение соответствовало легкому и понятному функционалу, было разработано с достаточным количеством учебного материала, закрепляющих тестов, также необходимо поддерживать связь с обучающимся на протяжении курса обучения, делиться опытом.

По итогам анализа рынка бизнес-образования в онлайн колеблется в районе отметки 800 млн руб. в год (порядка 11% от рынка). Емкость составила 39 720 000 рублей, рассчитана из условий, что все заинтересованные

пользователи воспользуются приложением по онлайн обучению мастера реконструкции волос в течении года. С помощью анализа типажей, были определены «боль» и потребность клиента. Основываясь на ценностях нашего продукта для клиента и его боли, было составлено уникальное торговое предложение (УТП): «С помощью мобильного приложения по реконструкции волос, мы поможем вам решить проблему не найти обучение, которое будет проходить онлайн, где действительно будет положительный эффект от обучения, а не просто вложенные деньги без дальнейшего развития, это позволит вам работать на интересной вам работе, которая будет приносит удовольствие, иметь свободный график и приносить большой заработок». В нашем случае, все критерии выбора совпадают с качественной характеристикой следовательно, можно сделать вывод, что наш продукт будет удовлетворять запросам целевой аудитории и решать ее проблему.

Монетизация приложения будет происходить за счет платы за курс, время обучения, сертификат подтверждающий успешное завершение обучения.

Показатели эффективности проекта выглядят следующим образом: NPV=9 134,62 рублей, PI=1,21, DPB=4,94 месяца. Это говорит о жизнеспособности продукта и его инвестиционной привлекательности.

Результаты данной работы могут быть использованы для создания и развития мобильного приложения по обучению мастеров в области реконструкции волос.

Список использованных источников

1. 12 тенденций в сфере мобильных приложений / – Текст: электронный. // Byyd: [сайт]. – 2023. – URL: Схема доступа: <https://www.byyd.me/ru/blog/2022/02/mobile-app-trends/> (дата обращения: 08.04.2023).
2. Итоги и перспективы развития онлайн-образования/ - Текст: электронный. // Trends: [сайт]. – 2023. – URL: Схема доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/education/> (дата обращения: 08.04.2023)
3. Тенденции в индустрии красоты / - Текст: электронный. // Журнал «Генеральный директор»: [сайт]. – 2023. - URL: Схема доступа: <http://alliancebeauty.ru/site/generalnyj-direktor> (дата обращения: 10.04.2023).
4. Программы для Салон красоты - лучшие предложения / - Текст: электронный. // Primer: [сайт]. – 2023. - URL: Схема доступа: <https://biznesplan-primer.ru/programma/salon-krasoty> (дата обращения: 10.04.2023).
5. Российский рынок бьюти-индустрии 2023 / - Текст: электронный. // Krasivo.biz: [сайт]. – 2023. - URL: Схема доступа: <https://www.krasivo.biz/news/> (дата обращения: 10.04.2023)
6. Как индустрия красоты будет развиваться в 2023 году / - Текст: электронный. // Harpersbazaar: [сайт]. – 2023. - URL: Схема доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/education/> (дата обращения: 10.04.2023)
7. Вебинар по реконструкции волос от Ирины Устиновой / - Текст электронный. // Ustinovaschool: [сайт]. – 2023. - URL: Схема доступа: <https://ustinovaschool.com/webinar/> (дата обращения 10.04.2023)
8. Бизнес-Академия Beauty Education / - Текст электронный. // Beauty education: [сайт]. – 2023. - URL: Схема доступа: <https://vc.ru/s/1351530-beauty-education-1> (дата обращения 10.04.2023)
9. Кератиновый клуб / - Текст электронный. // Keratinclub: [сайт]. – 2023. - - URL: Схема доступа: <https://keratinclub.ru/> (дата обращения 11.04.2023)

10. ComNews / - Текст электронный. // Новости Цифровой Трансформации, Телекоммуникаций, Вещания: [сайт]. – 2023. - URL: Схема доступа: <https://www.comnews.ru/content/> (дата обращения 01.05.2023)

11. Современные профессии и навыки / - Текст электронный. // Proexpertclass: [сайт]. – 2023. - URL: Схема доступа: <https://proexpertclass.ru/allnews/70-sovremennye-professii-i-navyki.html> (дата обращения 01.05.2023)

12. Глобальный рынок удвоится к 2026 году налогообложения / – Текст: электронный. // В-MAG: [сайт]. – 2022. – URL: <https://b-mag.ru/globalnyjrynok-fitness-prilozhenij-udvoitsja-v-razmerah-k-2026-godu-po-prognozam/> (дата обращения: 15.05.2023).

13. Монетизация приложения для мобильных устройств / – Текст: электронный. // Woxapp: [сайт]. – 2022. – URL: <https://woxapp.com/ru/ourblog/monetize-mobile-applications/> (дата обращения 15.05.2023).

14. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Т.В. Калашникова. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2010. – 108 с;

15. Благов, Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление / Ю.Е. Благов // Российский журнал менеджмента, 2004. №3. 18-20;

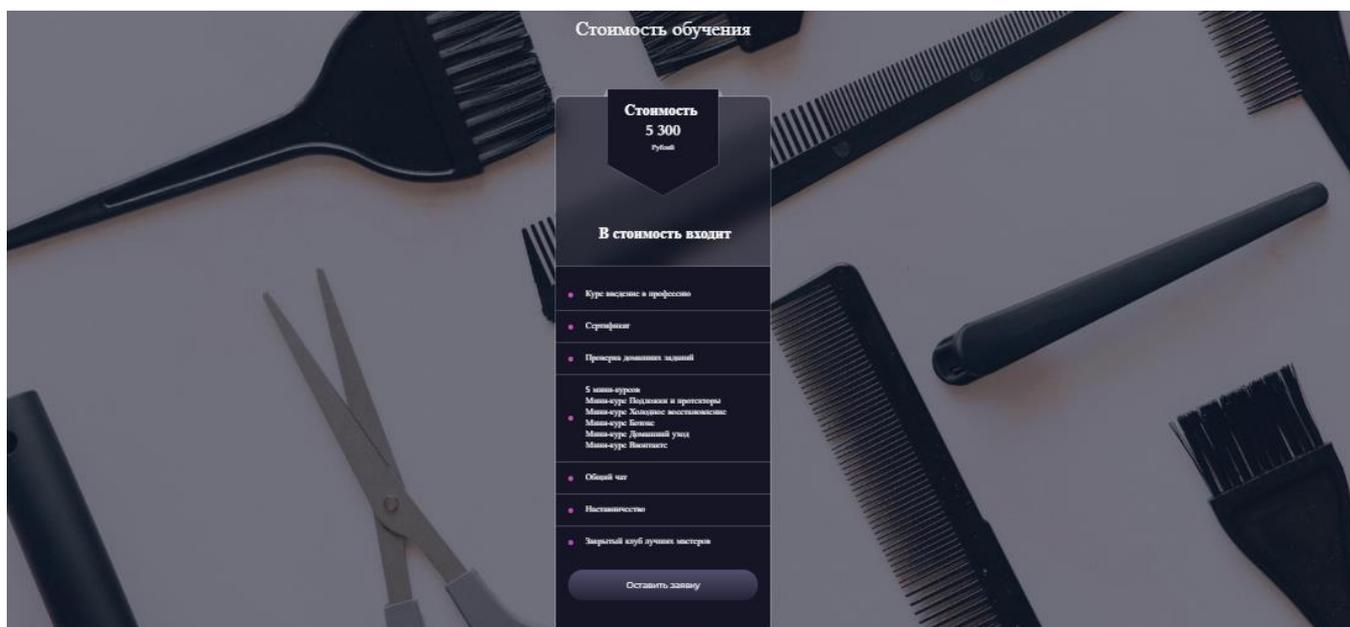
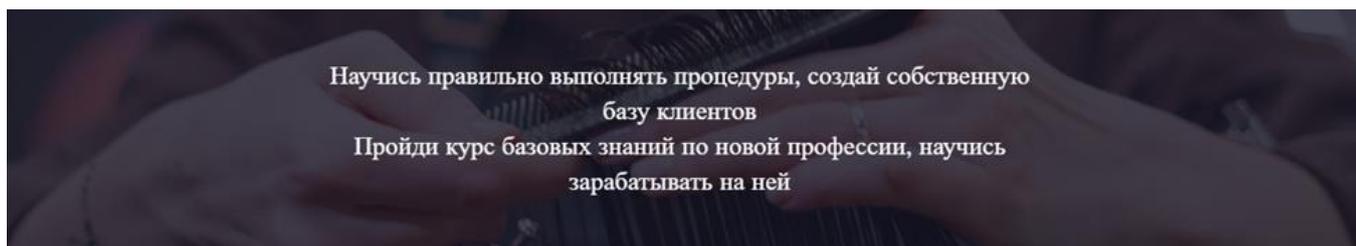
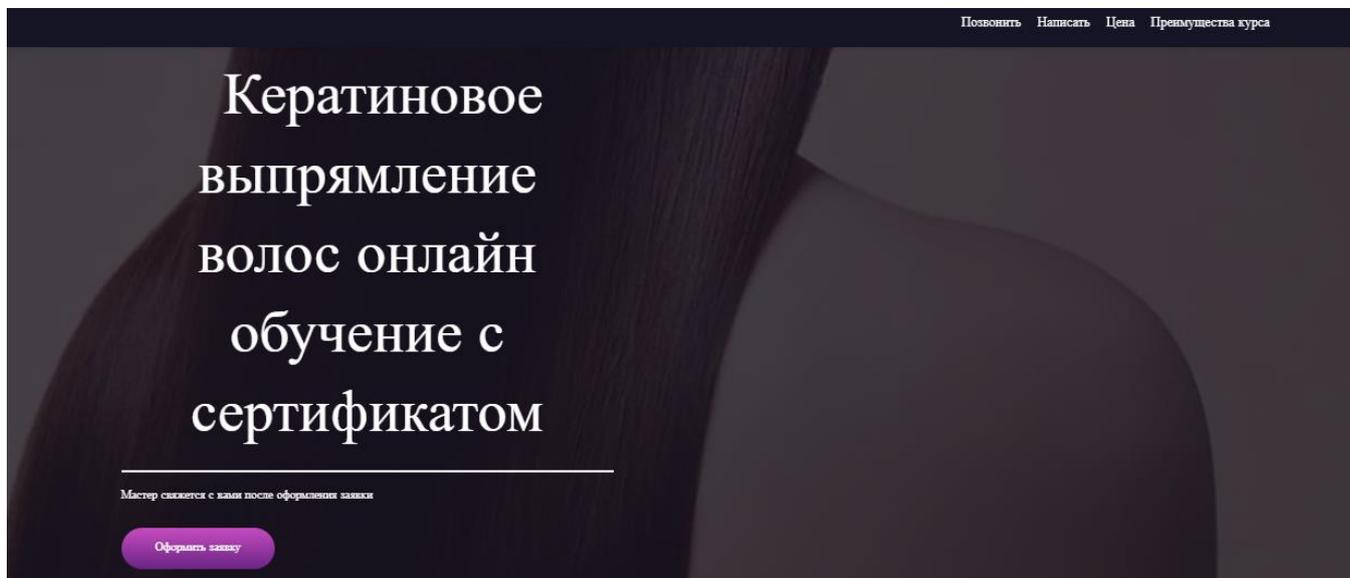
16. Социальное измерение в бизнесе. Международный форум лидеров бизнеса под эгидой Принца Уэльского. М.: НП Социальные инвестиции, Изд-во «Красная площадь», 2001. – 25 с.

Приложение А (Обязательное)

Бизнес-модель проекта

Ключевые партнеры	Ключевые процессы	Достоинства предложения	Отношения с клиентами	Потребительские сегменты
Компания разработчик мобильного приложения	Обновление курса	<p>Сообщество в социальных сетях</p> <p>Цена ниже, чем оффлайн обучение</p> <p>База качественно собранного материала для обучения</p> <p>Поддержка связи после обучения</p>	<p>Сообщество в социальных сетях</p> <p>База знаний</p> <p>Поддержка в период обучение, дальнейшее кураторство</p> <p>Общий чат с учениками курса</p>	<p>Первичная целевая аудитория: мастер по реконструкции волос</p> <p>Вторичная целевая аудитория: желающие пройти обучение</p>
	<p>Ключевые ресурсы</p> <p>Сайт</p> <p>Качественный дизайн</p>	Поддержка связи после обучения	<p>Каналы сбыта</p> <p>Продажа через приложение или сайт</p> <p>Оффлайн реклама, контекстная и таргетированная</p>	
<p>Структура издержек</p> <p>Инвестиции в MVP – 45 000</p> <p>Операционные издержки – 30 300</p>		<p>Потоки поступления доходов</p> <p>Покупка курса: 5 300 рублей</p>		

Приложение Б (справочное) Экраны сайта



Преимущества курса

Обучение

Уроки простые и понятные любому - ничего лишнего, все самое полезное!

Поддержка

Чат, поддержка ежедневно

Сертификат

После прохождения обучения выдаете именной сертификат

Связь

После прохождения обучения вы попадаете в закрытый клуб мастеров страны

Оставить заявку

Оставить заявку



Приложение В (Справочное)

Макет экранов приложения



✓ Научись правильно выполнять процедуры,
создай собственную базу клиентов

✓ Пройди курс базовых знаний по новой
профессии, научись зарабатывать на ней



< Назад

Пропустить

Далее >



- АКАДЕМИЯ -
для beauty мастеров

Курс кератиновое выпрямление волос
Введение в профессию



Пропустить

Далее >



Редактировать профиль



Имя Алина

Фамилия Сапонова

Отчество Сергеевна

Возраст 22

Телефон +79234152917

E-Mail alina.saponova@icloud.com

Не указан Мужской Женский

Сохранить