

МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ИМ. М. Ю. ЛЕРМОНТОВА С. ЗАСЕЧНОЕ

Конкурс: «Высший пилотаж - Пенза»

Проект  
Умная куртка “SmartJacket”

Секция: Предпринимательство (проектная деятельность)

Куратор проекта:

учитель географии МБОУ им. М. Ю. Лермонтова с. Засечное

Бояров А.А.

Выполнили:

ученики 10 «Б» класса

Куляпин Сергей

Агеева Екатерина

Мистрюков Арсений

Пенза, 2022-2023

## Оглавление:

<b>1. Характеристика проекта</b> .....	3
Описание проекта: .....	3
Идея проекта:	3
Задачи продукта:	3
Вид деятельности: Производственное предпринимательство (Производство одежды со встроенной техникой)	3
Форма занятости: в данный момент работа без оформления документов, но в ближайшее время планируется оформление ИП.	3
Распределение обязанностей между участниками проекта:	3
Характеристика продукта:	4
Актуальность проекта:	4
<b>Особенности куртки:</b>	4
<b>Расчет стоимости продукта на рынке:</b>	4
<b>Бизнес-модель</b>	5
Целевая аудитория:	6
Степень удовлетворенности потребителей	7
Оценка занятой доли рынка	7
Каналы реализации:	7
Реклама продукта:	8
Инструменты продвижения	8
Контент-план	9
Сайт	10
Экономическая эффективность	10
Анализ конкурентов	11
<b>2. Достижения и показатели проекта:</b> .....	14
Результаты проекта на текущий момент: .....	14
Окупаемость проекта в настоящий момент: .....	15
Анализ результатов: .....	15
Потребность в совершенствовании профессиональных компетенций: .....	15
<b>3. Контакты команды:</b> .....	16
Приложение 1 .....	17

## 1. Характеристика проекта

### Описание проекта:

Идея проекта:

Идея данного проекта заключается в разработке и создании одежды, наполненной различными функциями, помогающими человеку.

В жизни нередко на улице в верхней одежде становится некомфортно, поэтому мы задумались над идеей создания удобной и высокотехнологичной одежды. Это может весьма существенно упростить работу с ним.

Цель продукта: создание линии высокотехнологичной одежды.

Задачи продукта:

1. добавление функционала в одежду.
2. улучшение эргономичности одежды.
3. упрощение процесса управления прототипа.

Вид деятельности: Производственное предпринимательство (Производство одежды со встроенной техникой)

Форма занятости: в данный момент работа без оформления документов, но в ближайшее время планируется оформление ИП.

Распределение обязанностей между участниками проекта:

№	ФИО участника	Роль
1.	Куляпин Сергей	Руководитель проекта; Инженер-проектировщик, Экономист
2.	Агеева Екатерина	Руководитель отдела разработок и производства продукта
3.	Мистрюков Арсений	Инженер-проектировщик, копирайтер.

## Характеристика продукта:

Актуальность проекта:

В современном мире люди много времени проводят на открытом воздухе. По статистике, 93% россиян считают, что при плохих погодных условиях лучше остаться дома нежели пойти на улицу. Мы предположили, что одной из основных проблем в мире это большое количество заболевших простудой, а именно 57000 человек за 2022г. В связи с чем у нас появилась идея создания “SmartJacket”.

Вид продукта: гаджет - предмет одежды (куртка)

### Приложение 1

#### **Устройства:**

- Usb-hub (3 порта)
- Подогрев для куртки
- Зарядное устройство
- Bluetooth наушники
- Умная подсветка на светодиодах WS2812b

#### **Особенности куртки:**

- 1.Регулировка температуры;
2. Эстетически привлекательная подсветка, которая обеспечит безопасность в темное время суток;
- 3.Встроенные bluetooth наушники;

#### **Расчет стоимости продукта на рынке:**

Постоянные расходы			Переменные расходы	
Наименование	Временной промежуток	Стоимость	Наименование	Стоимость
Аренда помещения	Месяц	20000Р	Комплектующие	3500Р
Обслуживание оборудования	Месяц	3000Р	Электроэнергия	100Р
Заработная плата для 2-х сотрудников	Месяц	40000Р	Упаковка	50Р
Обслуживание офиса	Месяц	2000Р	Транспортные расходы	3000Р

Оплата средств связи	Месяц	1000Р	Куртка	1800Р
Реклама	Месяц	5000Р		
Итого		71000Р	Итого	8450Р

Итоговая себестоимость продукта: 8450Р

Предполагаемая цена: 25000Р

Маржа: 11000Р

Точка безубыточности: 10 продаж в месяц

### Бизнес-модель

<p>Ключевые партнеры Интернет магазины электрон ики. Фабрики по производству одежды г. Пензы. Транспортные компании – долгосрочные договора на доставку нашего товара до потребителя.</p>	<p>Ключевые виды деятельности Индивидуальное проектирование умной одежды и их реализация; Маркетинг; Привлечение инвесторов и партнеров; Усовершенствование умной одежды; Ремонт умной одежды; Разработка линейки «Умная одежда»</p>	<p>Ценностные предложения . Это позволит потребителям больше времени проводить на улице в комфортных условиях.</p>	<p>Взаимоотношения с клиентами С помощью социальных сетей и почты мы ведем диалог с заказчиком, начиная от поступления заказа, заканчивая его получением конечным пользователем. Мы стараемся сделать максимально подходящую модель под заданные заказчиком размеры и функции. Помимо этого, мы планируем организовывать конкурсы, акции, систему лояльности клиентов.</p>	<p>Потребительские сегменты В2С: 1) Молодые люди от 12 до 18 лет. Любят новаторство и технологичность. Проводят большую часть своего времени на улице. Возможно, спортсмены. 2) Люди в возрасте от 18 до 45 лет в среднем. Их работа связана с постоянным нахождением на улице. Любят новаторство, технологичность и удобство.</p>
	<p>Ключевые ресурсы Материальные:</p>			

	<p>Инструменты, электроника, готовая модель одежды.</p> <p>Интеллектуальные: знания по маркетингу, программированию, радиоэлектронике, 3D моделированию, верстке сайтов.</p> <p>Финансовые: Начальный капитал для создания первой партии одежды, старта сайта, покупки рекламы.</p>		<p>Интернет магазины.</p> <p>Магазины товаров для спорта.</p> <p>Собственный сайт.</p> <p>Сообщества в социальных сетях.</p> <p>Способ доставки – частные компании с максимальным качеством перевозки.</p>	<p>К целевой аудитории мы можем отнести спортклубы, компании по доставке товаров, производители «Умных домов».</p> <p><b>B2G</b></p> <p>Кроме того, отдельно мы выделяем государственные учреждения по предоставлению услуг в сфере ЖКХ, учебные заведения (спортшколы), и т.д.</p>
<p>Структура издержек</p> <p>Комплекующие</p> <p>Электроэнергия (Денежные затраты)</p> <p>Денежные затраты на рекламу</p> <p>Обслуживание оборудования</p> <p>Аренда помещения</p>		<p>Потоки поступления доходов</p> <p>Продажа готовых изделий</p> <p>Деньги инвесторов</p> <p>Участие в грантовых системах</p> <p>Сдача оборудования в аренду</p>		

Целевая аудитория:

**B2C:**

Мы разделили нашу целевую аудиторию на две группы по возрастному критерию:

К первой группе относятся люди в возрасте от 18 до 45 (в среднем), связанные с постоянной работой на открытом воздухе, проводящие большую часть своего времени вне дома. Они хотят упростить рабочий процесс, сделать его более комфортным. Имеют средний либо высокий уровень заработка.

Во вторую группу мы включили молодежь в возрасте от 12 до 18 лет, проводящую значительную часть своего времени на улице. Они хотят сделать времяпрепровождения на улице более комфортным. Учатся, не имеют заработка, либо имеют низкую зарплату. Возможно, являются спортсменами.

**B2B**

К целевой аудитории мы можем отнести спортклубы, компании по доставке товаров.

**B2G**

Кроме того, отдельно мы выделяем государственные учреждения по предоставлению услуг в сфере ЖКХ, учебные заведения (спортшколы), и т.д.

#### Степень удовлетворенности потребителей

По результатам опросов, проведенных во время подготовки паспорта проекта «Высший Пилотаж», большинство людей (около 82%) проводит более двух часов на улице, что показывает важность такой, казалось бы, простой части гардероба. Функциональность одежды обусловлена количеством различных приспособлений, помогающих в разных ситуациях. Тем самым, можно с уверенностью заявить, что потребители довольны проектом, довольны его функциональной составляющей и, безусловно, футуристичным внешним видом, ежедневно радующим глаз.

#### Оценка занятой доли рынка

Проанализировав Пензенский рынок, мы посчитали количество потенциальных заказчиков - 44329 потенциальных клиентов, которые способны принести 1.108.225 рублей

На Всероссийском рынке количество потенциальных заказчиков более 5.506.269. Общий размер рынка около 165,188,070,000 рублей.

Это максимальные объемы рынка.

Что касается маркетинговых исследований, то наша куртка ориентирована в основном на простых покупателей, то есть, на сегмент B2C. Именно поэтому выручка от продажи SmartJacket будет с каждым годом увеличиваться, что через 5 лет даст уже около 15 млн. рублей чистой прибыли. Покупатели любят «умные» вещи, поэтому они и заинтересованы в «Умной одежде». Рентабельность проекта как раз обусловлена тем, что наибольшая часть клиентов B2C приобретает себе в гардероб одежду в необходимой для потребителя комплектации, дабы проводить своё свободное и рабочее время на улице с максимальным комфортом. Одним B2C наш проект не ограничивается – работники частных заведений сегмента B2B и служащие государственных учреждений (B2G) также предлагают инвестиции в проект для ускорения его выхода на российский или даже международный рынок. Пока что, как видно из результатов исследований в области маркетинга, мы имеем только потенциальных партнеров, которые в будущем поддержат нас в реализации проекта (спонсорство в виде материальной помощи на закупку оборудования, подсказки по технической и социальной документации и т. д.), но мы уверены, что с течением времени SmartJacket будет развиваться, что скажется на бюджете проекта, его выгоды и прибыльности.

#### Каналы реализации:

В момент старта продаж мы будем ориентироваться на прямые продажи, реализуя нашу продукцию с помощью сайта, звонков и сообществ в социальных сетях. Доставка будет осуществляться фирмой СДЕК или Деловые Линии, ввиду высокой надежности и небольшой цены перевозки. Прямые продажи помогут нам собрать обратную связь с потребителями, отладить процесс производства и наработать базу готовых решений. После 50 -100 продаж, мы планируем переход на не прямые продажи. Для этого необходимо заключать договоры о поставке нашей одежды с магазинами розничной торговли. Это позволит нам увеличить рынок и повысить эффективность продаж.

## Реклама продукта:

Наша рекламная компания предполагает упор на рекламу в сети интернет. На данный момент мы имеем landing page, располагающийся по адресу <http://smartjacket.tilda.ws>. В будущем планируется перевод сайта на домен smartjacket.ru, после чего начнется активная рекламная кампания с помощью Яндекс Директ.

Помимо этого, в настоящий момент разрабатывается сообщество в социальной сети “ВКонтакте” (<https://vk.com/smartjacket1>). Наша рекламная компания предполагает использование внутренних рекламных площадок социальных сетей для привлечения аудитории на наши публичные страницы.

Мы активно участвуем в различных выставках, на которых аудитория может непосредственно взаимодействовать с нашим Умная одежда.

Кроме того, подразумевается использование холодных звонков для повышения информированности аудитории о нашем продукте и конвертации на новую ступень воронки продаж.

## Инструменты продвижения

1. Соц. сети:
  - a. Таргетированная реклама
  - b. Реклама в сообществах

Наша маркетинговая стратегия предполагает покупка рекламных постов у крупных публичных страниц в выбранных ранее социальных сетях, спортсменов. Это будут сообщества офисных работников, предпринимателей, руководителей. Например: Smart Money | Бизнес журнал, Бизнес мысли, Стартап | Идеи для бизнеса, маркетинг.

- c. Реклама у лидеров общественного мнения

Лидеры общественного мнения – это существенная сила в рекламной среде. Благодаря их деятельности, у потребителей будет складываться положительное представление о нашем продукте, что поможет ему перейти на следующий уровень воронки конверсии.

- d. Проведение конкурсов

Грамотно проведенные конкурсы являются очень ценным инструментом продвижения. Они очень виральны, т.е. заставляют пользователей активно делиться ими, что привлекает все больше и больше новых потенциальных клиентов. Это может быть конкурс репостов, творческий конкурс (нарисовать рисунок, написать рассказ, записать трек и т.п.), фотоконкурс и т.д.

- e. Использование актуальных хештегов

В настоящий момент большинство социальных сетей переходят на систему «умная лента», которая показывает лишь интересный и полезный контент. «Умная лента» включает в себя множество критериев отбора информации, но разработчики социальных сетей на оглашают полный список. Основными критериями являются: полезность, комфортность, уникальность, актуальность. Данная система также поднимает выше посты, имеющие актуальные хештеги, поэтому если уместно их использовать, то это необходимо делать.

- f. «Вирусная реклама»



Функцию вирусной рекламы, в основном, будут нести конкурсы, развлекательный контент, и т.д.

g. Ссылки на сайте

Размещение ссылок на нашем официальном портале.

2. Сайт:

a. Контекстная реклама

Мы предполагаем использование сервисов «Яндекс Директ». Благодаря им, мы наша реклама будет показываться у пользователей на сайтах и поисковых запросах с схожей тематикой.

b. SEO-оптимизация

Благодаря выделению ключевых слов на сайте, при запросах пользователей он будет показываться выше остальных. Это поможет нам сравняться или даже превзойти конкурентов.

c. Регистрация в каталогах компаний

d. Ссылки в соц. сетях

Мы предполагаем размещение ссылки на сайт «SmatJacket» в социальных сетях. Это поможет пользователям их социальных сетей взаимодействовать и с сайтом.

e. Push-уведомления

Такая реклама представляет собой короткие push-уведомления, которые приходят на устройства даже при выключенном браузере.

## Контент-план

Наша контент-маркетинговая стратегия подразумевает использование следующих видов контента:

### •Новостной контент

Это новости компании, рынка, объявление вакансии, статистика своей компании.

### •Пользовательский контент

Пользовательский контент - значимое для предмета маркетинга, бесплатно создаваемое потребителями и размещаемое ими публичное содержимое, в котором упоминается, в том или иной контексте, предмет маркетинга. Это могут быть:

- отзывы о контактах с предметом маркетинга и его менеджментом его владельца;
- обзоры, отчеты, сравнения, аннотации – транслирование пользовательского и экспертного опыта;
- публичное участие пользователей в дискуссиях, конкурсах, опросах.

### •Репутационный

Такие публикации формируют доверие у клиента, повышают репутацию и конвертируют клиента на новый этап взаимодействия с брендом. Он может быть представлен статьями, репортажами, видео, сделанными средствами массовой информации, отзывами клиентов, описанием компании, товаров и услуг, статьями о сотрудниках и выполняемой ими работе, статьей о жизни компании, поздравлениями клиентов и т.д.

### •Продающий контент

Это контент, направленный на продажу товаров и услуг. Например: описание товара и услуг, объявление скидков, акций, распродаж, анонсы мероприятий (встреч, событий, выступлений, мастер-классов и т. д), отчетами о проведенных мероприятиях, и т.д.

## Сайт

Основной площадкой для продажи нашей одежды будет сайт. На нем пользователь сможет найти всю интересующую информацию и оформить заказ.

Он будет состоять из одной странице, которая будет содержать следующие разделы:

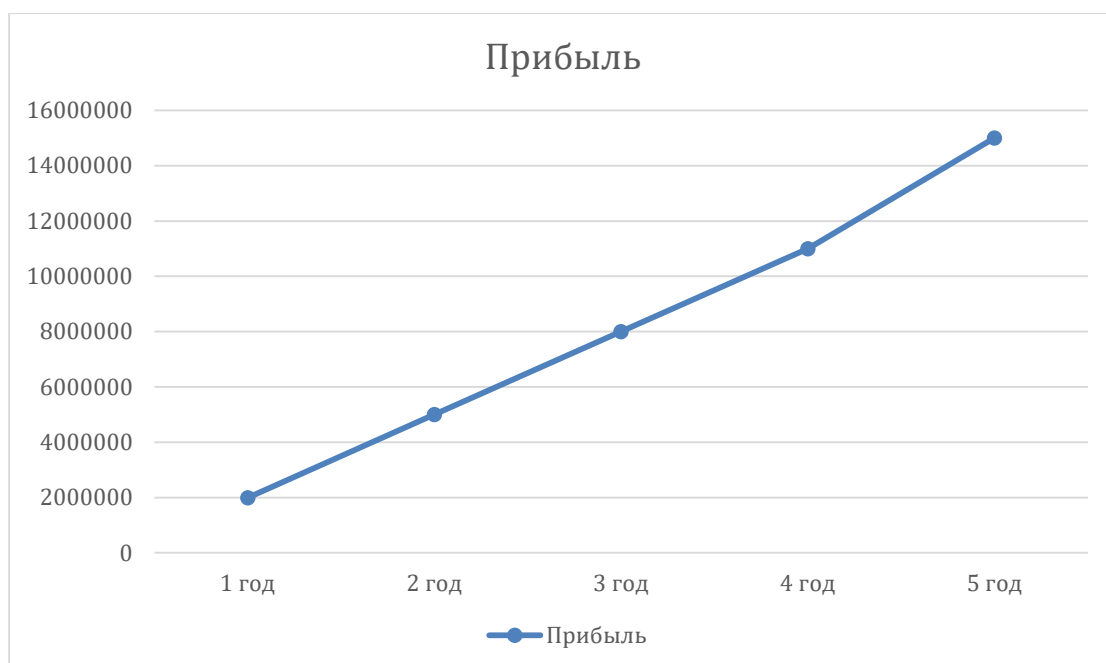
- О линейке одежды
- Функционал
- Управление
- Отзывы
- Заказ
- Контакты

## Экономическая эффективность

Говоря же об экономической эффективности проекта, нельзя не упомянуть о бизнес-плане, находящемся в стадии разработки на данный момент. Сейчас прибыль проекта чистыми деньгами составляет примерно в два с половиной раза, что является очень выгодной составляющей, если рассматривать SmarJaket. Вдобавок, бизнес-модель содержит в себе целый ряд особенностей, характерных только для SmartJacket. Это ещё раз доказывает, что на фоне соперников наш проект смотрится как наиболее функциональный вариант, направленный, впрочем, не только на людей с низкой заработной платой, но и на вполне состоятельных лиц, благодаря совокупности современного внешнего вида, актуальных технических характеристик и максимальной заинтересованностью людей к проекту.

## Краткий производственный план:





#### Анализ конкурентов

В данный момент на Российском рынке существует лишь одна компания, производящая продукцию подобного рода. Эта компания носит название «Xiaomi».

Мы провели подробный анализ продукции данной компании, результаты которого представлены в данной таблице.

Характеристика	Качество	Отзывы	Рекламная активность +рекламные площадки	Точки сбыта	Целевая аудитория	Продукты	Особенности и назначение	Функционал продукта	Цена
Конкурент									
Xiaomi	Высокое качество, хороший дизайн, много вариантов кастомизации,	В комплекте не идет никакого источника питания. Пауэр-банк нужно	Имеется сайт на английском и русском языках. Он представляет собой лэндинг	Имеются и шоу-румы во многих странах СНГ, в Китае и Великобритании. Основн	Компания работает в основном в секторе B2B и предлагает свои услуги офисам	Xiaomi 90 Points Temperature	В преимущества же я могу записать плотный внешний материал, не	При максимальной температуре Xiaomi заявляет до 8 часов време	1000 рублей.

	<p>Постоянная доработка недочетов, использование самых качественных компонентов. Имеется только подогрев.</p>	<p>покупать самому и подключить к USB - кабелю, которые найдены в отдельном кармашке. Последнее время доработка товаров прекратилась, что создает отставание от общих темпов технологического развития.</p>	<p>госписком товаров и услуг. Средняя активность, публикуется один раз в неделю. На территории России активная рекламная компания не проводится.</p>	<p>ая точка сбыта – интернет.</p>	<p>, коворкингам, предприятиям. В секторе B2C они предлагают свои услуги людям, имеющим высокий уровень достатка. Это предприниматели, директора, чиновники и т.д. Эти люди любят комфорт и технологичность. Идут в ногу со временем.</p>		<p>пропускающей ветер и влагу. От воды куртка защищена по стандарту IPX7.</p>	<p>ни работы куртки от аккумулятора ёмкостью 10000 мАч, а время нагрева составляет 12 секунд в обычном режиме и 6 секунд в турборежиме.</p>	
						<p>Xiaomi 90 go fun</p>	<p>Куртка предназначена для носки в период сухой осени. Модель верхней одежды</p>	<p>Куртка предназначена для носки в период сухой осени</p>	<p>6000 рублей</p>

						не имеет соответствующей защиты от влаги.	. Модель верхней одежды не имеет соответствующей защиты от влаги.	
					Xiaomi supield	Пуховая куртка использует углеволокну как нагревательный элемент для распределения тепла по спине. Стойкость к ветру и воде – обеспечивает комфорт и прочность в различ	Имеет три режима нагрева: 30 °С, 35 °С и 40 °С. Нагрев до нужной температуры происходит всего за 1 секунду. Работает от внешнего пауэрбанка	1000 рублей

							ных ситуац иях. Наполн ение на 90 % состоит из гусиного пуха	котор ого хватит на 14 часов обогре ва.	
--	--	--	--	--	--	--	---	--	--

Исходя из таблицы, можно сделать вывод, что компания «Xiaomi» производит ограниченные по функционалу модели. Но стоит заметить, что качество их исполнения находится на невысоком уровне. Помимо этого, у данной компании существует широкая линейка продуктов, которая позволяет подобрать куртку любого фасона.

## 2. Достижения и показатели проекта:

Результаты проекта на текущий момент:

На данный момент мы имеем:

- Прототип умной одежды “SmartJacket”;  
Он необходим нам для демонстрации нашего проекта потенциальным инвесторам и покупателям;
- Landing Page;  
Позволяет расширить нашу аудиторию в сети Интернет;
- Победы в престижных соревнованиях и конкурсах городского, а также всероссийского уровня;  
Например : Всероссийский конкурс социально-технологического предпринимательства “Преактум”;
- Видеоролик;  
Позволяет нам демонстрировать все функции стола на выставках и конференциях без необходимости его транспортировки.
- Разработанную рекламную кампанию;
- Разработанную финансовую стратегию;
- Разработанные варианты столов для линейки “SmartJacket”;
- Инвестиции от МБОУСОШ им. М. Ю. Лермонтова с. Засечное;
- Потенциальных инвесторов, с которыми на данный момент ведутся переговоры.

Окупаемость проекта в настоящий момент:

На данный момент наш проект является выгодным с финансовой точки зрения. Его себестоимость составляет всего 8450 рублей. С наценкой в размере 92%, цена SmartJacket в розницу составляет 25000 рублей, что является крайне благоприятным для бюджета проекта и команды. Выход на рынок пока не был осуществлен, но, по нашим подсчетам, свою нишу наш проект занять сможет. Это связано с тем, что у наших прямых конкурентов мы наблюдаем те же функции по гораздо большей цене. Таким образом, можно сказать, что SmartJacket - в перспективе окупаемый проект.

Анализ результатов:

В целом, мы довольны нашими результатами, ведь на данный момент в данной ценовой категории наш проект - без преувеличения, уникальный. На данный момент мы имеем все, что нам необходимо для продолжения своей деятельности - прототипа одежды, Xiaomi, разработанную рекламную кампанию, потенциальных инвесторов, разработанную финансовую стратегию. Основными проблемами в реализации мы считаем сроки изготовления. Мы будем совершенствовать наш проект и доведем все до идеала.

Потребность в совершенствовании профессиональных компетенций:

- Необходимо развиваться в направлении наиболее эффективного использования ресурсов, как материальных, так и интеллектуальных.
- Существует потребность в развитии во все стороны программирования для того, чтобы программируемая часть была лаконичной и эффективной.

Для повышения квалификации по данному направлению посещать практикумы, конференции, изучать книги/статьи, где данные проблемы освещаются. Благодаря этому можно найти либо готовое решение, если они есть, либо набраться опыта, чтобы и в дальнейшем всё отвечало техническим потребностям проекта.

- В области 3D моделирования необходимо повышать умение эффективно использовать ресурсы материальные, при этом создавая красивый, приятный на вид и удобный в эксплуатации дизайн.

Для дальнейшего повышения эффективности требуется повышать навыки работы на оборудовании. Этого можно добиться посещая курсы по 3D моделированию и печати, по работе с электроникой.

- Существует потребность в улучшении продукта по части дизайна, для этого мы ищем дизайнера
- Для привлечения большего количества заинтересованных в нашем проекте лиц следует подробнее изучить интернет маркетинг.

В данной области посещаются тренинги, семинары, мастер-классы

- Имеется недостаточная информированность по вопросам оформления юридического лица.

Для решения этой проблемы ведутся консультации с специалистами и кураторами команды.

Стратегия развития проекта:

В ближайшие 6 месяцев мы планируем:

1. Закупить недостающее оборудование
2. Завершить разработку сообществ в социальных сетях
3. Спроектировать и реализовать несколько различных моделей SmartJacket
4. Запустить рекламную компанию
5. Юридически оформить предприятие
6. Заключить соглашения о сотрудничестве с мебельными предприятиями и магазинами.
7. Заключить соглашения о сотрудничестве с Всероссийскими курьерскими службами.
8. Получить первые заказы и начать их выполнение
9. Принять участие в крупных инженерных выставках Пензенской области

### **3. Контакты команды:**

Командная электронная почта: [umnyashki@bk.ru](mailto:umnyashki@bk.ru)

Официальное сообщество во Вконтакте: <https://vk.com/smartjacket1>

Электронная почта куратора команды: [boyarov1978@mail.ru](mailto:boyarov1978@mail.ru)

Электронная почта руководителя команды: [cheezeey@mail.ru](mailto:cheezeey@mail.ru)

Телефон руководителя команды: +7-9867339907



## Приложение 1



Синие цвета - обогрев

Красный - Компоненты, обеспечивающие работу систем (Arduino, аккумулятор)

Зелёный - датчик температуры и влажности

Жёлтый - место зарядки в куртке

## Приложение 2

### Рецензия

Рецензия на проектную работу.

«Умная куртка «SmartJacket»

Идея проекта Умная куртка “SmartJacket” заключается в разработке и создании одежды, наполненной различными функциями, помогающими человеку в жизни: подогрев для куртки Usb-hub, датчик температуры и влажности и др.

Данный продукт обладая широким функционалом будет интересен как аудитории в сегменте B2C , так и различным компаниям работающим в сфере жилищно- коммунальных услуг. Работа имеет чёткую структуру и состоит из введения, основной части, заключения и списка литературы. Работа написана грамотным с технической точки зрения языком. Оформление работы полностью соответствует предъявленным требованиям.

Чётко сформулированы цели, заострено внимание на постановке конкретных задач. Введение выглядит достаточно содержательным и ёмким. В результате чёткого изложения цели работы в основной части присутствует логичность и последовательность. Была проведена объёмная исследовательская работа по выявлению рынка сбыта продукции.

Рекомендации: продолжить работу над исследованием с целью расширения доказательной базы для своих выводов. В целом работа заслуживает отличной оценки.

Дата: 05.01.23

Рецензент: Андрей Александрович Бодров 1.0.0.0

Приложение 3  
Согласования участия

Согласование участия в открытом региональном конкурсе исследовательских и проектных работ школьников «Высший пилотаж - Пенза» 2023.

В оргкомитет конкурса исследовательских  
и проектных работ школьников  
«Высший пилотаж - Пенза» 2023

Для участия в открытом региональном конкурсе исследовательских и проектных работ школьников «Высший пилотаж - Пенза» 2023 от образовательной организации

МБОУ СОШ им. М.Ю. Лермонтова с. Засечное

направляется работа на тему: Проект «Умная куртка «SmartJacket»

секция Предпринимательство (проектная деятельность)

Автор(авторы) работы: Куляпин Сергей Владимирович, Агеева Екатерина Михайловна,  
Мистрюков Арсений Александрович.

Научное руководство: Андрей Александрович Бояров

Директор ОО

  
  
М. П.

