

INF1032 - Empreendimento - Professor Newton Braga

Plano de Negócios

BAMADI - Banco de Materiais Didáticos

Gabriel Guolo Leffa - 181041
Hélio Carlos Brauner Filho - 180182
João Luiz Grave Gross - 180171
John Cristian Borges Gamboa - 171985



UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Dezembro/2011

1 Razão Social

BAMADI – Banco de Materiais Didáticos (www.bamadi.com.br)

2 Visão de Negócio

Atualmente quando os alunos dos cursos de CIC e ECP querem acessar algum material didático no Dacomp eles precisam se deslocar até o local, escolher um material, fazer uma cópia e devolvê-lo. Isso gera diversos transtornos, tais como tempo perdido em deslocamento, gasto com cópias, desperdício de folhas de ofício e deterioração/perda dos materiais didáticos originais, em virtude da sua manipulação constante.

3 Objetivo Geral

Proporcionar aos alunos da CIC e ECP uma forma mais remota, ágil, fácil e sem custos de acessar materiais didáticos dos referidos cursos, através de uma plataforma WEB de gerência de arquivos.

4 Objetivos Específicos

- Desenvolver toda a parte de interação do usuário com o site, bem como a sessão de gerência para o administrador.
- Colocar o site em um servidor e configurá-lo corretamente.
- Inserir no sistema um acervo substancial com materiais didáticos.

5 Metas

- Concluir o desenvolvimento do site BAMADI até o término de 2011.
- Encontrar um servidor e instalar/configurar o site até o início de fevereiro de 2012.
- Proporcionar aos usuários um acervo substancial até o término do primeiro trimestre de 2012.

6 Descrição do Objeto

O produto é um site de gerência de materiais didáticos. Basicamente o site se propõem a facilitar ao usuário encontrar os documentos que necessita, aulas, exercícios, provas, apostilas ou trabalhos.

O BAMADI possuirá uma interface simples e intuitiva, sem necessidade de treinamento ou qualquer espécie de conhecimento prévio. Na página inicial será requisitado ao usuário um login, no caso do instituto de informática, fechado e vinculado ao cadastro de cada aluno no fórum do DACOMP. Dessa forma há a garantia que apenas alunos do instituto de informática irão acessar os arquivos.

A partir do momento que o usuário estiver logado ele poderá fazer uma consulta de materiais didáticos escolhendo uma cadeira e o tipo do arquivo que deseja. Assim que forem listados os resultados ainda será possível refinar a pesquisa, através de chaves de ordenação, nome, tamanho, data e professor do material didático.

Como a ideia do BAMADI é sempre proporcionar a qualquer usuário o melhor conteúdo possível, a própria comunidade que faz uso do site poderá enviar materiais didáticos para contribuir ao acervo. Logo, uma página de upload de arquivos também foi montada, esperando que a comunidade ativa do site contribua com os seus próprios materiais didáticos.

7 Análise de Mercado

7.1 Consumidores

Os 'consumidores' são os próprios alunos que irão usufruir dos documentos do BAMADI.

7.2 Concorrentes

Não há concorrentes, aliás, por este motivo é que a ideia surgiu. Como não há nenhuma forma centralizada, ágil e fácil de obter materiais didáticos o BAMADI foi concebido.

7.3 Fornecedores de insumos

Como o produto é um site e necessitamos dos materiais didáticos em formato digital, posso considerar como insumos, primeiro o servidor, no qual o BAMADI irá funcionar e é claro todos os materiais didáticos que não possuem uma corresponde cópia digital e precisarão ser digitalizados.

8 Matriz SWOT

- Forças:
 - boa ideia.
 - determinação do desenvolvedor
 - público-alvo (alunos) interessados no sistema e há uma grande possibilidade de sucesso se o acervo de documentos for grande, bem organizado e de fácil acesso.

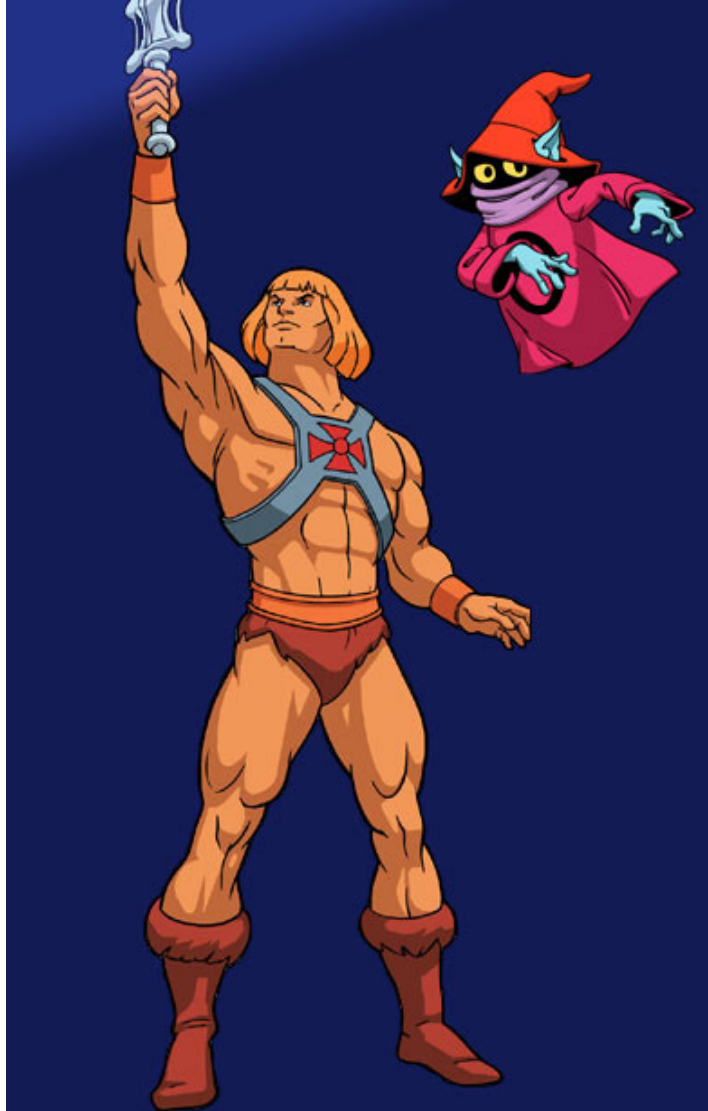


Figura 1: “Eu tenho a força”

- Fraquezas
 - a princípio nenhuma lucratividade, ela viria depois, com a formação de parcerias ou com propagandas no site.
 - tempo de desenvolvimento prolongado, pois não há dedicação exclusiva ao site.
 - investimento com servidor, sem nenhum retorno em um primeiro momento.



Figura 2: O contraponto

- Oportunidades
 - se o site der certo na informática, o mesmo sistema pode ser refinado e vendido a outros cursos, visto que o sistema de gerência de arquivos seria o mesmo, apenas as informações nele contidas mudariam.
 - possibilidade de firmar parcerias com empresas para colocar propagandas no site.
 - reconhecimento para o desenvolvedor pelo corpo de estudantes.



Figura 3: Pronto para agarrar as oportunidades

- Ameaça
 - possível falta de recursos para manter o servidor no ar.
 - falta de tempo hábil para digitalizar todos os documentos que o DACOMP possui, para cumprir o prazo de lançamento do site com um acervo bastante completo até o início de 2012.



Figura 4: Ameaça inerente

9 Plano de Marketing

- Produto: o produto irá cativar os alunos pela sua facilidade no uso e também por ser grátis e ágil.
- Preço: custo zero ao usuário.
- Promoção: basicamente o site será divulgado no boca-a-boca, na lista de graduação, fórum do DACOMP e demais comunidades virtuais dos alunos (facebook, orkut, twitter), sendo a propagando de custo financeiro zero, porém com certo custo de tempo agregado.
- Ponto de Venda: não há. O produto é o próprio site e todos os cadastrados terão acesso.

10 Cronograma

Atividade	Jul/ 2011	Ago/ 2011	Set/ 2011	Out/ 2011	Nov/ 2011	Dez/ 2011	Jan/ 2012	Fev/ 2012
Planejamento e organização dos módulos do site	x							
Desenvolvimento	x	x	x	x	x	x		
Refinamento e digitalização de arquivos				x	x	x	x	
Configuração do servidor					x	x		
Execução de teste e experimentação restrita						x	x	x
Conclusão								x

* Cada 'x' representa o respectivo mês completo.