# MyCourse产品设计方案

## 一、项目实施可行性报告

### 1.行业市场分析

随着中国人口结构调整和国内市场的消费升级，教育消费在中国家庭消费支出的比重越来越大，中国教育市场也保持着良好的发展态势。在《中国教育发展报告2018》中，德勤预计2018年中国教育市场规模将达到人民币2.68万亿元，至2020年民办教育的总体规模将达到3.36万亿元。移动教育应用按不同用户需求，可分为早教、K12、高等教育、职业/技能培训、语言学习和教育工具六大类。教育工具类应用按不同功能，可分为词典翻译、课程表两类。本产品属于课程表类。课程表类APP开发主要是为了占领大学生市场。课程表APP切入点比较准，足够小且轻，可把触角伸到大学的各个角落。而且它把大学生们的课程表与社交功能结合在一起，解决了大学生们的高频刚需。在极光大数据发布的《大学生群体APP行为研究报告》中指出，当代大学生“爱学习，学习使他们快乐”，超级课程表是最受大学生偏爱的APP，在极光APP偏好指数中名列第一。课程类APP在用户积累后，转型是必然。目前课程类APP在往工具和社交的方面发展。

目前市场上已存在多款课程表类APP产品，这些产品主要面向有课程辅助需求的人员，如在校师生等，用户市场广阔，但应用场景有限，对产品的实用性有较高的要求。

### 2.同类产品分析

目前市场占有率高的课表类APP有两家：“课程格子”和“超级课程表”。

“课程格子”诞生于2012年，由从硅谷回来的李天放带着4个人的团队在漓江开发了第一个版本。“课程格子”在上线初期便提出“课程表+轻社交”的概念，希望把工具和社区结合。目前，“课程格子”积累了注册用户量1700万，日均登陆量也达到150万。而“超级课程表”现有2000万注册用户，日均登陆量超过200万。

“课程格子”上线初期，它就在推“轻社交”之路。为此，“课程格子”还推出了校园问答社区产品“Here”——基于地理位置的校园社区。随后，“课程格子”与Coursera在线教育达成深度合作、最后转型成为电商推荐平台。

“超表”转型的第一步也是社交。到2015年8月，“超表”在其新上线的版本中升级为“社区”：添加了“校园资讯”、“二手市场”、“失物招领”、“兼职”等功能。在校内板块上线了白天实名、晚上匿名的“黑白模式”提高了趣味性。同年12月，“超表”更是与“易点到”达成战略合作，意图打造“校园超级小卖部”。

但显然，这些努力转型和尝试都没有取得应有的成功。

### 3.自身条件分析

本产品的主题是个人课程信息管理，在提供完善且简洁美观的课程表系统之外，进一步挖掘用户的需求，提供更多的课程信息管理服务。课程表部分做到导入方便快捷，界面简洁美观，操作简明。提供额外的实用功能如自定义事件提醒、常用网址收藏。

## 二、产品定位及目标

### 1.产品定位

本课程管理APP的定位是为在校学生提供个人课程信息管理服务。除了提供基本的课程表添加、导入、修改等功能外，用户还能够在课程表中点击任意一门课程并在弹出的课程管理界面中编辑相关信息，例如修改课程信息、添加作业信息、设置作业提醒功能、添加实验时间等。

### 2.产品目标

为在校学生提供实用性较强的个人课程信息管理软件，简化学生个人日常课程信息管理操作，让学生习惯于利用此APP记录课程信息，明确课程安排。

### 3.用户群体分析

本产品的主要目标用户群体为对个人课程信息有管理需求的学生。

每个学生每个学期一般同时学习多门课程，每门课程每周可能具有不同的学习任务和要求，除了将课程信息添加到课程表中，如能够直接在课程表编辑课程作业、实验等信息，或许能帮助学生自身更好地把握作业、实验等完成进度，以提醒自己合理安排学习时间。

除了线下学习，一些课程可能还提供线上学习交流平台，学生偶尔也可能需要访问学院的教务管理系统等网站，因此在本产品中加入网址收藏功能，提供常用网址编辑、保存、打开功能，以便访问上述网站。除了课程，学生在校期间还可能遇到院运会、校运会等活动，因此在本产品中还将包含自定义事件提醒功能。

## 三、产品内容总策划

### 1.应用流程规划

#### (1) 课程表管理

用户点击“添加课程”按钮进入添加课程功能界面，输入课程信息，或通过打开iCal标准文件自动导入课程表信息，即可将课程添加到课程表中。添加课程信息后，可直接点击课程表中任意课程进入修改课程信息功能界面。

为方便用户查看课程表，当用户旋转手机屏幕时，自动以横屏或竖屏模式显示课程表，此功能提供开关设置。用户亦可以在设置中选择隐藏周六、周日列以节约界面空间，使课程表能够更充分地利用屏幕进行展示。

#### (2) 课程信息管理

在课程表中点击任意一门课程，即在屏幕下方弹出该课程的信息界面，分页面展示该课程的相关信息，例如“属性”、“作业”、“实验”等。用户点击任意页面即可查看先前保存的信息。长按页面标签即进入该课程的管理界面，在此界面中可以对各组信息进行管理，并可自定义分组。用户亦在“课程”管理界面中，对已保存的课程信息进行浏览、编辑等操作。

#### (3) 事件提醒

在添加课程、添加作业、添加实验信息时可以设置定时提醒功能，除此之外，用户可在事件提醒功能界面设置自定义事件提醒。在事件提醒设置中，可选择通过系统通知栏发送提醒、手机振动提醒、手机铃声提醒。

#### (4) 记事备忘

提供类似记事本的功能，随手记录文字，并提供分组管理、浏览功能。

#### (5) 网址收藏

在“常用网址”界面中，用户点击“添加网址”按钮进入添加网址功能界面，输入需要添加的网址，此时自动获取网址所指向网页的标题，用户亦可以手动修改标题。保存网址信息后，用户可选择在APP内打开网页进行浏览，或使用系统默认浏览器打开网址。

### 2.设计与测试规范

#### (1) 设计规范

首先需要对产品的主要功能界面进行设计，根据对产品功能的分析，需要设计以下主要界面：课程表界面、课程信息添加界面、课程信息展示界面、课程信息编辑界面、网址展示界面、设置界面。

功能设计上，先编写各个功能模块的代码，然后根据各界面组件控制逻辑实现各个功能的调用。例如，先编写添加课程信息的模块代码，然后为相应的按钮组件编写监听事件，将组件值传递给该模块，完成模块调用。

#### (2) 测试规范

在完成某个功能模块及其界面设计之后，先单独对这个功能模块进行测试，检查无误后再对其他模块进行同样的测试，最后连接整个系统的功能，完成整体测试。

### 3.开发日程表

1) 10月15日之前完成产品设计方案，确定产品定位及内容策划等。

2) 11月19日之前完成基本的UI设计及功能模块设计并进行测试。

3) 12月24日之前完成整个系统的设计并进行最后的测试。

## 四、技术解决方案

#### (1) 课程表导入

目前已知的一种导入课程表方式是利用iCal标准格式文件进行导入。iCal，即iCalendar，日历数据交换，该标准提供了一种公共的数据格式用于存储关于日历方面的信息。而iCal4j是一组读写iCalendar数据流的Java API，主要包括解析器、对象模型以及生成器。一些高校提供课程表导出文件功能，在程序中通过读取文件即可实现导入课程表。

#### (2) 打开网址

如果用户选择在APP内打开网址，则可选择使用WebView控件实现；如果用户选择使用默认浏览器打开网址，则可将相关信息保存在一个Intent对象中，通过startActivity()实现打开网址。

## 五、推广方案

APP想要在与日俱增的各类应用和同类竞品中脱颖而出，除了质量本身，还要有推广的方式和方法。要把能够想到的各种途径方式都去尝试，用最小的投入把推广效果最大化。推广的方法可分为线上和线下。

#### (1) 线上推广

1) 应用推荐网站与应用商店

各大下载市场、应用商店、平台、下载站的覆盖Android版本发布渠道。最基础的，不需要资金投入，只需要大范围覆盖。下载市场：安卓、机锋、安智、应用汇等。应用商店：Google商店、HTC商城、魅族商店、联想开发者社区、OPPO应用商店等。大平台：MM社区、沃商店、天翼空间、华为智汇云、腾讯应用中心等。客户端：豌豆荚手机精灵、91手机助手、360软件管家等。

2) 内容营销

通过网络媒介来增加曝光率。可以通过微博进行内容营销，可以近距离与海量的用户进行沟通。注意微博上的意见领袖、话题制造者、评测之类的博主，充分利用微博用户产生互动增加用户粘性。可以通过微信进行推广，与软件评测类微信公众号进行合作，发布推送进行宣传。

#### (2) 线下推广

让自己的产品成为手机的原始配套软件。需要一定的成本，与手机厂商或者移动运营商进行商谈。

## 六、运营规划书

#### (1) 种子期

主要的目的是收集用户数据。通过与产品设计时的用户定位对比，有目的性的调优；通过用户的反馈与评价，进行功能方面的增删改查。

#### (2) 推广期

主要目的是扩大影响，进行大范围的覆盖。配合各种资源多管齐下。