# **Wprowadzenie**

* 1. Internetowy system zarządzania warsztatem samochodowym. System ma na celu usprawnić zarządzanie warsztatem samochodowym. W szczególności ma skrócić czas obsługi klientów, a także sprawić, że użytkownik w sposób łatwy i wygodny wykona takie czynności jak: fakturowanie, przyjmowanie zleceń naprawy, monitorowanie stanu części itp.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| BMW. Stando Service  ul.Główna 2a, Psary  51-180 Wrocław | StyleAuto  SPRZEDAŻ DETALICZNA I AUTOSERWIS  ul. Ulanowskiego 23a  53 - 144 Wrocław | Blacharstwo Lakiernictwo Elektro-Mechanika  mgr Zbigniew Jaśkiewicz  ul. Partynicka 53, 53-031 Wrocław  tel: (071) 3398321 |

1. **Streszczenie Studium**
   1. Streszczenie Projektu
   2. Podsumowanie przeprowadzonych analiz i ich wyniki wraz z rekomendacjami
2. **Analiza otoczenia społeczno-gospodarczego** 
   1. Lokalizacja Projektu – potencjał położenia geograficznego
   2. Uwarunkowania społeczno-gospodarcze realizacji Projektu
   3. Stan wiedzy w dziedzinie nauki objętej tematyką Projektu i identyfikacja kluczowych potrzeb badawczych
   4. Polityka sektorowa oraz zbieżność z dokumentami strategicznymi
   5. Powiązania Projektu z innymi programami lub inicjatywami UE
   6. Powiązania z programami badawczymi i inwestycyjnymi Wnioskodawcy
   7. Zgodność Projektu z politykami horyzontalnymi UE
3. **Logika interwencji**
   1. Cele projektu - spójność z celami PO IG
   2. Wskaźniki realizacji celów Projektu
4. **Analiza popytu**
   1. Analiza przydatności rezultatów Projektu do zastosowań praktycznych
   2. Określenie popytu oraz identyfikacja odbiorców rezultatów Projektu
5. **Analiza instytucjonalno-prawna**
   1. Status prawny Wnioskodawcy i innych uczestników Projektu
   2. Charakterystyka działalności naukowo-badawczej Wnioskodawcy i innych uczestników Projektu
   3. Doświadczenie Wnioskodawcy i uczestników w realizacji Projektów
   4. Wykonalność Projektu pod względem organizacyjnym
   5. Wykonalność Projektu pod względem prawnym
6. **Analiza techniczna**
   1. Opis zasobów technicznych Wnioskodawcy
   2. Opis techniczny Projektu

Projekt składał się będzie z dwóch/trzech zależnych od siebie elementów:

Części serwerowej napisanej w języku Java zarządzającej bazą danych oraz udostępniającej interfejsy usług dotyczące funkcjonalności systemu (dodawanie, edycje zleceń, przyjmowanie samochodu na warsztat, itp.)

Części interfejsowej służącej do prezentacji i interakcji z użytkownikiem, w zależności od wariantu (w uboższym skromniejszy interfejs/aplikacja webowa oparta na javascript współpracujący z urządzeniami mobilnymi, w bogatszym dwa interfejsy: jeden wykorzystujący technologie webowe Javy, drugi dedykowany do urządzeń mobilnych.

Kluczowym wymaganiem technicznym jest możliwość rozszerzalności systemu oraz integracji z istniejącymi systemami bazodanowymi w warsztacie.

* 1. Lokalizacja Projektu – uwarunkowania techniczne

1. **Plan realizacji przedsięwzięcia**
   1. Opis poszczególnych zadań badawczych
   2. Harmonogram rzeczowo-finansowy
   3. Harmonogram realizacji Projektu
   4. Trwałość rezultatów Projektu
   5. Promocja Projektu
2. **Analiza finansowa**
   1. Sytuacja finansowa Wnioskodawcy
   2. Przepływy pieniężne
   3. Wnioski z analizy finansowej

Wariant 1

System (webowy,mobilny) zapewniający podstawową funkcjonalność (przyjmowanie zleceń napraw, faktury itp.) używając do tego mniejszej ilości zasobów ludzkich.

|  |  |
| --- | --- |
| Mocne strony | Słabe strony |
| * Chęć podjęcia nowych wyzwań * Zaangażowanie * Ewentualna porażka nie będzie bardzo dotkliwa ze względu na niskie koszty * Ze względu na małą ilość osób w zespole minimalizacja ilości konfliktów (ściślejsza współpraca) * Łatwa koordynacja zespołem tworzącym produkt | * Możliwie zbyt mała ilość ludzi w zespole * Brak przewagi nad konkurencją * Budowany produkt nie będzie innowacją * Brak doświadczenia przy tworzeniu tego typu produktów |
| Szanse | Zagrożenia |
| * Stworzenie taniego, pomocnego produktu dla szerokiego grona odbiorców * Możliwość późniejszego rozszerzenia funkcjonalności produktu * Zaistnienie w nowych sektorach rynkowych | * Zniszczenie na starcie dobrego imienia firmy kiepskim programem * Wyrobienie sobie złej opinii rynku, * Rażąca przewaga konkurencji * Funkcjonalność może być zbyt uboga jak na oczekiwania rynku |

Wariant 2

System (webowy,mobilny) zapewniający szerszą funkcjonalność od poprzedniej z większym budżetem przy wykorzystaniu większych zasobów ludzkich.

|  |  |
| --- | --- |
| Mocne strony | Słabe strony |
| * Chęć podjęcia nowych wyzwań * Zaangażowanie * Duży zespół ludzi gotowych do pracy | * Brak przewagi nad konkurencją * Budowany produkt nie będzie innowacją * Dochód z tytułu produkty może być nie adekwatny do liczby ludzi i włożonej pracy * Brak doświadczenia przy produktach tego typu |
| Szanse | Zagrożenia |
| * Stworzenie konkurencyjnego na rynku produktu * Rozsławienie marki firmy * Produkt skupiający wiele funkcjonalności w jednym miejscu * Zaistnienie w nowych sektorach rynkowych | * Zniszczenie na starcie dobrego imienia firmy kiepskim programem * Wyrobienie sobie złej opinii rynku, * Rażąca przewaga konkurencji * Trudność koordynowania pracy w zespole * Trudność w kontrolowaniu przebiegu prac * Trudność w rozwiązywaniu konfliktów |

Wariant 3

System (webowy,mobilny) zapewniający szerszą funkcjonalność przy większym budżecie na projekt z zasobami ludzkimi tej samej wielkości co w przypadku 1.

|  |  |
| --- | --- |
| Mocne strony | Słabe strony |
| * Chęć podjęcia nowych wyzwań * Zaangażowanie * Zespół ludzi gotowych do pracy * Łatwa współpraca w małej liczbie osób * Minimalizacja konfliktów w grupie * Łatwiejsza kontrola przebiegu pracy w grupie | * Możliwie zbyt mała ilość ludzi w zespole * Brak przewagi nad konkurencją * Budowany produkt nie będzie innowacją * Brak doświadczenia przy tworzeniu tego typu produktów * Brak doświadczenia w prowadzeniu dużych projektów informatycznych |
| Szanse | Zagrożenia |
| * Stworzenie konkurencyjnego na rynku produktu * Rozsławienie marki firmy * Produkt skupiający wiele funkcjonalności w jednym miejscu * Możliwość uzyskania bardzo dużego dochodu ze sprzedaży produktu * Zaistnienie w nowych sektorach rynkowych | * Zniszczenie na starcie dobrego imienia firmy kiepskim programem * Wyrobienie sobie złej opinii rynku, * Rażąca przewaga konkurencji * Duża szansa niepowodzenia produktu * Możliwe niepowodzenie projektu * Możliwe niedotrzymanie umówionych terminów |