|  |  |
| --- | --- |
|  | Zakres i wizja systemu |
|
| **Scope and Vision Statement** |

|  |
| --- |
| Niniejszy dokument- określający wizję i zakres systemu- ma za zadanie pomóc realizatorom w zaplanowaniu prac. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Podstawowe informacje:** | | | |
| Nazwa projektu: |  | Data: | 10.03.2015 |
| Sponsor: |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **Opis projektu (kontekst systemu):** | | | |
| System ma na celu umożliwienie użytkownikom urządzeń mobilnych szybkie przeglądanie nadchodzących wydarzeń kulturalnych oraz rezerwację i zakup biletów na nie. | | | |
| **Cele (biznesowe) realizowanego systemu:** | | | |
| Zwiększenie bazy klientów poprzez nowy sposób sprzedaży biletów.  Zmniejszenie kosztów uzyskania dochodu poprzez wprowadzenie sprzedaży biletów w formie elektronicznej.  Zwiększenie świadomości o nadchodzących wydarzeniach kulturalnych. | | | |
| **Rezultaty (kryteria akceptacji rozwiązania):** | | | |
| System powinien gwarantować działanie przez 98% czasu.  System musi działać na trzech najpopularniejszych mobilnych systemach operacyjnych. | | | |
| **Wizja systemu**  *<Niniejsza sekcja określa długofalową wizję systemu, którego budowa zapewni realizację celów biznesowych. Ta wizja dostarcza kontekstu do podejmowania przyszłych decyzji podczas procesu wytwarzania produktu.* ***Wizja nie powinna zawierać szczegółowych wymagań funkcjonalnych****.* >  **Deklaracja wizji**  Celem systemu jest zapewnienie użytkownikom urządzeń mobilnych dostępu do wydarzeń kulturalnych.  <Z*więzła deklaracja wizji, która podsumowuje cel i intencje nowego produktu i opisuje rzeczywistość po wprowadzeniu produktu do działania. Deklaracja wizji powinna odzwierciedlać wyważony pogląd o produkcie, który jest satysfakcjonujący dla różnych interesariuszy/klientów. Wizja może być nieco idealistyczna, ale powinna opierać się na istniejących realiach, przewidywanych rynkach klientów, ograniczeniach dot. kosztów i zasobów*.>  **Główne cechy /własności systemu**   1. Mobilność 2. Wygoda przeglądania oferty 3. Możliwość dokonania rezerwacji przed zakupem biletu.   <N*umerowana lista najważniejszych cech nowego produktu, podkreślająca te cechy, które odróżniają go od poprzednich lub konkurencyjnych produktów. Późniejsze szczegółowe wymagania użytkowników i wymagania funkcjonalne będą odwoływać się do tych cech*.>  **Założenia i zależności**  Zastosowanie przeglądarki internetowej jako standardowej metody korzystania ze sklepu w celu zachęcenia nowych użytkowników. Opcja instalacji specjalnej aplikacji w celu zwiększenia wygody, szybkości oraz utrzymania klienta.  *<Zestaw założeń, które zostały przyjęte przy rozpoczęciu projektu oraz podczas pisania tej wizji systemu i jego zakresu. Należy zwrócić uwagę na ważniejsze zależności, od których zależy sukces realizacji systemu jak np. specyficzne technologie, dostawcy komponentów lub inne zależności biznesowe.>* | | | |
| **Zakres i Ograniczenia**  *<Zakres planowanego systemu definiuje pomysł i zakres proponowanego rozwiązania. Szczególnie ważne jest określenie,* ***czego nie będzie*** *w produkcie. Wyjaśnienie zakresu i ograniczeń pomaga ustalić realistyczne oczekiwania wielu zainteresowanych stron. Zapewnia to także poziom odniesienia w stosunku do którego zaproponowane zmiany własności i wymagań mogą być oceniane. Proponowane wymagania, które są poza zakresem przyjętym dla przewidywanego produktu należy odrzucić, chyba że są one tak korzystne, że zakres powinien zostać rozszerzony, aby je wprowadzić (z towarzyszącym zmianom w budżecie, harmonogramie i / lub zasobach)>*  **Zakres pierwszego wydania**  W zakres pierwszego wydania będzie wchodzić możliwość przeglądanie zbliżających się wydarzeń oraz zakup biletów na nie poprzez przeglądarkę internetową.  *<Planowane główne funkcje, które zostaną zawarte w pierwszej wersji produktu. Rozważa się, jakie korzyści może przynieść produkt poszczególnym grupom odbiorców/ klientów i opisuje się ogólnie własności produktu i cechy jakościowe, które pozwolą na dostarczenie im tych korzyści. Nie powinno się uwzględniać wszystkich możliwych funkcji, takich, które każdy potencjalny klient może chcieć pewnego dnia. Należy skupić się na tych funkcjach i cechach produktu, które zapewniają największą wartość, w ramach ustalonych kosztów wytwarzania, dla najszerszej grupy odbiorców>*  **Ograniczenia i wyłączenia**  System nie przewiduje możliwości odsprzedaży/zwrotu biletu po jego zakupie. | | | |
| *<Cechy produktu lub właściwości, których mogą oczekiwać klienci/interesariusze, ale które nie są planowane do wykonania w realizowanym nowym produkcie>* | | | |