

---

## Statut projektu

Prowadzenie *Concerto* — Ćwiczenie 2

---

<b>Data</b>	2012-12-27
<b>Wersja</b>	3.0
<b>Autorzy</b>	TC, DG, MM, MO

---

## 1 Uzasadnienie projektu

Aktualnie stosowany proces kupowania biletów na wydarzenia kulturalne jest uciążliwy i nie zmienił się znacznie w ciągu kilku ostatnich lat. Główną metodą promocji w tym procesie są akcje plakatowe. Projekt *Concerto* umożliwia uproszczenie procesu kupowania biletu i zwiększenie efektywności akcji plakatowych, zwłaszcza wśród głównej grupy docelowej – studentów.

## 2 Cel projektu

Celem projektu *Concerto* jest udostępnienie usługi zwiększającej efektywność plakatowych akcji reklamowych dla wydarzeń kulturalnych. Usługa jest oferowana organizatorom wydarzeń kulturalnych.

### 2.1 Podcele techniczne

Usługa *Concerto* wymaga stworzenia systemu niezależnych, współpracujących komponentów:

1. **aplikacji mobilnej** dla adresatów akcji reklamowych,
2. **serwer obsługi zapytań** od aplikacji mobilnych,
3. **API udostępniane organizatorom** do zarządzania informacjami o reklamowanych wydarzeniach kulturalnych.

### 2.2 Podcele nietechniczne

Utrzymanie infrastruktury i zespołu projektu wymaga:

1. **nawiązania współpracy z organizatorami**, na warunkach przynoszących zysk, pomimo stosunkowo wysokich kosztów utrzymania infrastruktury systemu;
2. **uzyskania stałej bazy użytkowników** aplikacji mobilnej, potrzebnej przy negocjowaniu warunków współpracy z użytkownikami.

## 3 Założenia opłacalności

Źródłem przychodów jest prowizja od sprzedaży biletów, które zostały dokonane z polecenia aplikacji mobilnej *Concerto*. Wysokość prowizji jest ustalana podczas nawiązywania współpracy z organizatorami wydarzeń. Warunki współpracy zależą od:

- fazy wdrożenia projektu – wczesna współpraca zakłada lepsze warunki dla organizatora oraz możliwość uniknięcia kredytu lub zależności od zewnętrznych inwestorów dla zespołu projektowego;
- aktualnego rozmiaru bazy użytkowników aplikacji mobilnej.

Wstępnie rozwój usługi zakłada nawiązywanie współpracy z możliwie największą grupą organizatorów wydarzeń. W przypadku napotkania problemów z uzyskaniem zadowalających przychodów możliwa jest zmiana polityki rozwoju. Alternatywną ścieżką rozwoju jest oferowanie współpracy tylko najważniejszym organizatorom wydarzeń z warunkiem ekskluzywności.

## **4 Reszta**

Reszta jest TODO. Generalnie trzeba skopiować te paragrafy, które zostaną na mapie pamięci.

## Historia dokumentu

Data	Wersja	Autor	Szczegóły
2012-11-10	0.1	MM	Dodano sekcje i opisy elementów mapy pamięci.
2012-11-10	0.2	DG	Rozszerzono sekcje <i>Ryzyko</i> , <i>Technologie</i> i <i>Kontrola</i> .
2012-11-10	0.3	MM	Rozszerzono sekcje <i>Materiały</i> , <i>Produkty</i> i <i>Komunikacja</i> .
2012-11-10	0.4	DG	Dodano propozycje rozwiązań w sekcji <i>Ryzyka</i> .
2012-11-10	0.5	TC	Dodano sekcje <i>Uzasadnienie projektu</i> , <i>Cel projektu</i> i <i>Oczekiwane rezultaty</i> .
2012-11-10	1.0.rc	MO	Sprawdzono.
2012-11-10	1.0	TC	Zatwierdzono.
2012-12-27	1.1	TC	Rozwinięto <i>Cele projektu</i> . Usunięto sekcję <i>Oczekiwane rezultaty</i> . Dodano <i>Założenia opłacalności</i> .