

МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «РАСПИСАНИЕ ЮТИ ТПУ»

Ф.М. Абдулнazarов, О.А. Анарбеков, студенты группы 17В41,
научный руководитель: Макаров С.В.

Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского
Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26
E-mail: mirzosharifovich@mail.ru

Одним из видов мобильных приложений, призванных облегчить жизнь пользователя является категория приложений «Расписание». Приложения этого типа предназначены для просмотра расписания занятий, информации о преподавателях, навигация в студенческом городке и т.д. Среди таких приложений особо хотелось бы выделить Evernote и Расписание занятий ВУЗов.

Для того чтобы приступить к разработке приложения, необходимо изучить рынок существующих мобильных приложений, отвечающих за расписание ВУЗов. Это необходимо сделать для того, чтобы не дублировать созданные приложения в случае, если они нас устроят, т.е. не разрабатывать то, что уже создано и успешно функционирует. А также изучить положительные и отрицательные стороны потенциальных конкурентов. Всего было изучено 15 приложений, как российских, так и зарубежных для операционных систем Android и IOS. Пример рассмотренного приложения представлен на рисунке 1.

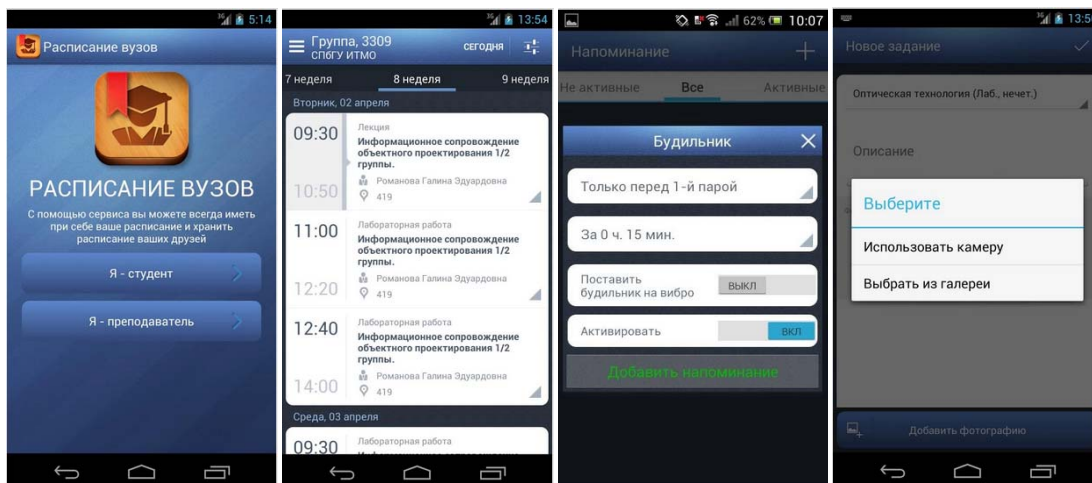


Рис. 1. Мобильное приложение «Расписание ВУЗОВ»

Положительной стороной данного мобильного приложения является:

1. возможность выбора расписания отдельно для студентов и преподавателей;
2. будильник;
3. приятный дизайн;
4. возможность прикрепления фотографий (jpeg, tiff, bmp);
5. у старост и преподавателей есть возможность отправлять сообщения группам;
6. возможность просмотра расписания в режиме «Offline».

Отрицательной стороной приложения является:

1. несвоевременное обновление расписания (после ломки расписания или внесения изменений в сетку расписания);
2. отсутствует название недель (чётная / нечётная);
3. неудачно выбрана цветовая гамма для поля, отображающего время начала и окончания занятий.

Таким образом, проведённый анализ мобильных приложений для операционных систем Android и IOS выявил, на наш взгляд, серьёзные недостатки. Также, существующие приложения не способны в полном объёме удовлетворить потребности студентов и преподавателей ЮТИ ТПУ в плане расписания. Связи с чем было принято решение разработать мобильное приложение «Расписание ЮТИ ТПУ» для мобильной системы Android.

Статистика использования мобильных операционных систем (рис. 2). Рынок мобильных устройств является самым быстроразвивающимся рынком в наше время. К нему относятся смартфоны, планшеты, умные часы, умные очки и т.д. И все современные мобильные устройства (гаджеты) уже не могут функционировать на простейших платформах. Поэтому для современных гаджетов были разработаны специальные операционные системы, названные мобильными.

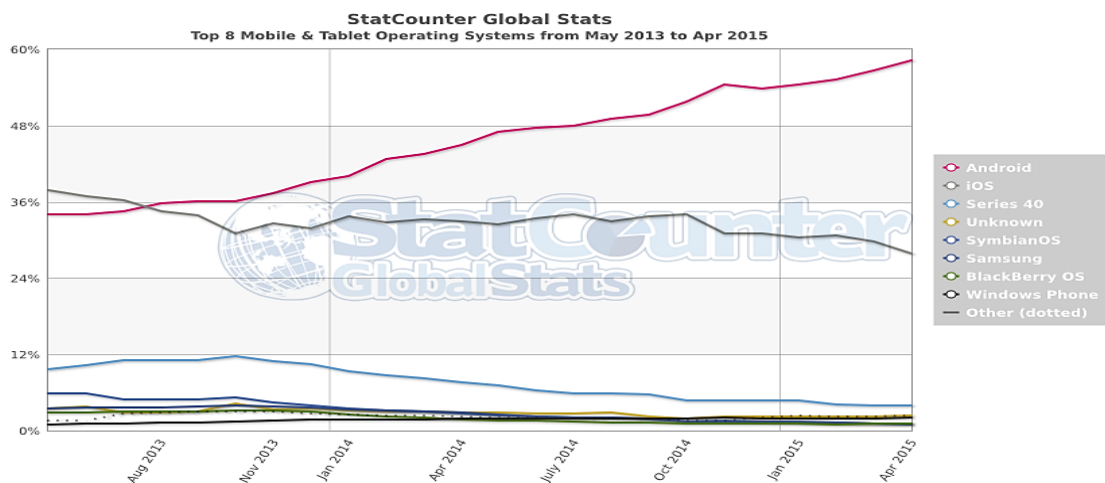


Рис. 2. Статистика использования мобильных ОС в России

Как видно графика, начиная с ноября 2014 года доля устройств на Android неуклонно растёт, а устройств на iOS падает. Обусловлено, это, прежде всего, тем, что в ноябре 2014 года произошло крупное подорожание доллара и евро, в связи с чем, выросли цены на планшеты и смартфоны. Однако цены на Android гаджеты выросли не столь критично, как на продукцию фирмы Apple.

За 2014 год рыночная доля Google на рынке мобильных операционных систем существенно выросла. Анализ, проведённый Strategy Analytics, показал, что доля Android возросла до 83,6% в третьем квартале 2014 года. В прошлом году она составляла 81,4%.

Слегка снизилась рыночная доля Microsoft Windows Phone. Windows Phone используется на 10,5 миллионах устройств, рыночная доля ОС составляет 3,3%. BlackBerry также стала использоваться меньше – 0,7%, или на 2,3 миллиона устройств. Рыночная доля других ОС составляет всего 0,1%.

Целевая аудитория разрабатываемого приложения. Прежде чем приступить к определению целевой аудитории для приложения, необходимо обратиться к определению данного понятия. Британский бизнес-словарь трактует понятие целевой аудитории так:

«Целевая аудитория (англ. target audience) – это группа людей или сегмент рынка, для которого предназначен продукт, услуга, веб-сайт, реклама, телевизионная или радио программа и т.д.».

На первый взгляд ЦА – это просто потенциальные потребители или покупатели (что не всегда одно и то же) чего-либо. Как показывает практика, в реальной жизни всё не так просто. Свидетельство тому – огромное количество провальных проектов. Причина провала многих из них – неадекватная, оторванная от реальности, оценка целевой аудитории.

Нами было выявлено 3 группы, на которые в дальнейшем будем ориентироваться при создании приложения:

1. Студенты ЮТИ ТПУ;
2. Преподаватели ЮТИ ТПУ и совместители из других ВУЗов;
3. Абитуриенты.

У всех трёх групп будут различные требования к приложению. Обусловлено, это, прежде всего потребностями этих групп. Например, студенту первокурснику, который не знает расположение корпусов ВУЗа и общежития не помешает карта с функцией навигации, а студенту третьего курса будет важна функция «Библиотека» и навигация ему особо не нужна, т.к. он уже хорошо знает и ориентируется в кампусе института. Преподавателю же будет важно само расписание занятий, понятный интерфейс и дизайн.

Как видно из приведённого примера, у всех групп к одному программному продукту различные требования, которые необходимо будет удовлетворить для расширения числа пользователей приложением. Литература.

1. Global mobile statistics 2014 Part A: Mobile subscribers; handset market share; mobile operators [Электронный ресурс] URL: <http://mobithinking.com/mobile-marketing-tools/latestmobile-stats/a#subscribers> (Дата обращения 15.01.2016)
2. Новые данные о ситуации на рынке мобильных операционных систем [Электронный ресурс] – URL: <http://4pda.ru/2014/08/29/173591> (Дата обращения 12.01.2016)
3. Разработка мобильных приложений: с чего начать [Электронный ресурс] URL: <http://habrahabr.ru/company/mailru/blog/179113/> (Дата обращения 22.01.2016)

РАЗРАБОТКА БЕТА-ВЕРСИИ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ «РАСПИСАНИЕ ЮТИ ТПУ»

*Ф.М. Абдулназаров, О.А. Анарбеков, студенты группы 17В41,
научный руководитель: Макаров С.В.*

*Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского
Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26
E-mail: mirzosharifovich@mail.ru*

Анализ данных маркетингового исследования. Для определения основных предпочтений потенциальных пользователей приложения, а также, с целью сбора статистических данных, было проведено маркетинговое исследование. Исследование проводилось среди студентов I курса Юргинского технологического института очной формы обучения.

Опрос производился с использованием программного продукта, интегрированного в платформу Google Drive, а именно, Google Forms.

Респондентам были предложены следующие вопросы:

1. Укажите Ваш пол.
2. Укажите производителя Вашего мобильного телефона?
3. Выберите диагональ экрана Вашего мобильного телефона?
4. Какая операционная система используется на Вашем телефоне?
5. Каким гаджетом Вы пользуетесь чаще для интернет-сёрфинга?

Фрагмент результатов анализа и обработки, полученных данных представлен ниже.

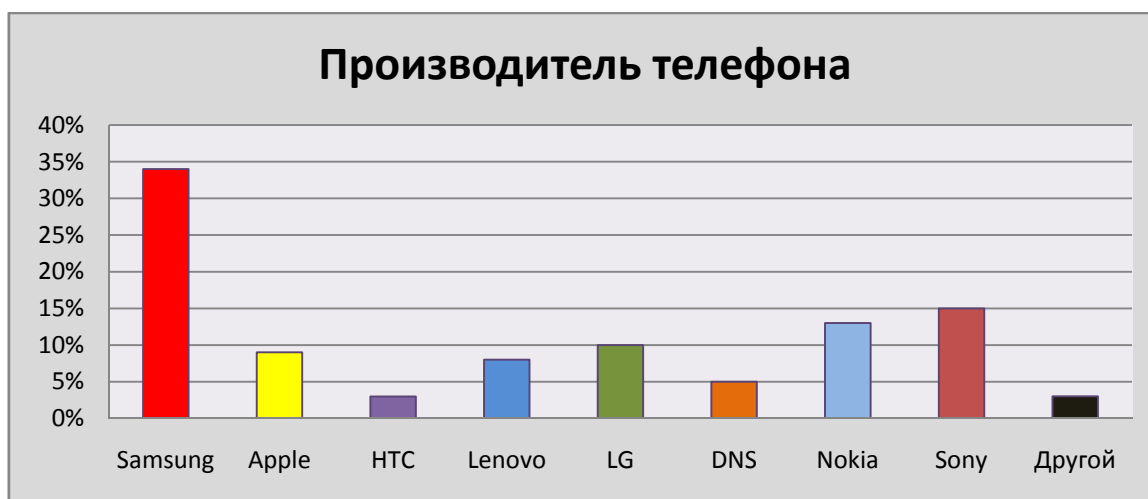


Рис. 1. Распределение предпочтений пользователей по производителям смартфонов