



La oferta

Ingeniería del software III



1. Propósito.

- Demostrar que se ha entendido lo que el cliente pretende:
 - Identificación del problema.
 - Solución Propuesta (Descripción Solución)
- Documento para vender.



2. Índice del documento.

- Introducción
 - Objetivos de la propuesta
 - Finalidad del trabajo a realizar
- Objetivos del sistema a desarrollar
 - Descripción del sistema
 - Ventajas del sistema
- Método de trabajo
- Descripción de la metodología a utilizar (tareas fundamentales y productos generados)
- Equipo de trabajo
 - Procedimiento de estimación de recursos
- Descripción del equipo de trabajo con las labores de cada persona o grupo de personas
- Organigrama del equipo de trabajo (completo, incluyendo al cliente)
 - Organización de los trabajos
- Organización de los trabajos
 - Cronograma de actividades y control
 - Método de seguimiento y control de desviaciones
 - Lugar de ejecución de los trabajos
- Planificación (Gantt)
- Recursos
 - Curricula
 - Capacidad técnica y de gestión
- Tecnología
- Presupuesto



3. Ejemplo: descripción del sistema (I).

- El módulo a desarrollar es el Sistema de Gestión de Publicidad del sitio de subastas que se pretende construir.
- Esta gestión consistirá en la adjudicación del espacio reservado para publicidad de las diferentes empresas que estén interesadas en ser anunciadas en dicho portal. Para ello la principal actividad de este módulo será la venta de espacios publicitarios.
- La venta de espacios publicitarios se podrá realizar de acuerdo con distintos criterios establecidos por el cliente, entre los cuales se pueden considerar los siguientes:
 - Distribución / Ubicación dentro del portal de subastas, existirán espacios reservados para presentar la publicidad.
 - Frecuencia de aparición de la publicidad.
 - Franjas / Periodos en los que mostrar la publicidad
 - Tamaño de los anuncios.
- Se tendrá en cuenta en la gestión, la planificación que comprobará si existe espacio disponible para ubicar la publicidad deseada por el cliente, así como la generación del código fuente necesario para mostrar la publicidad.
- Por otra parte, también se ofrecerá la posibilidad de consultar, por parte del cliente, los espacios que quedan libres para insertar su publicidad, tanto lugares físicos del portal como franjas horarias.



3. Ejemplo: descripción del sistema (II).

Questiona pretende desarrollar un módulo denominado Sistema de Gestión de Publicidad de un portal de subastas, para ello tendrá que coordinar su trabajo con el de otras empresas que usted seleccione para desarrollar el resto de módulos del portal que se pretende construir.

Esta gestión consistirá en la adjudicación del espacio reservado para publicidad de las diferentes empresas que estén interesadas en ser anunciadas en dicho portal. Para ello la principal actividad de este módulo será la venta de espacios publicitarios.

Esta venta de espacios publicitarios persigue dar un servicio flexible, fiable y de calidad a sus clientes, que necesitan la obtención de una serie de beneficios ocasionados por la publicidad distribuida en su portal, esto tiene gran importancia para Questiona, y por ello, dedicaremos un esfuerzo extra a la consecución de este objetivo, ya que el bienestar de sus clientes supondrá un beneficio para usted.

La venta de espacios publicitarios se podrá realizar de acuerdo con distintos criterios establecidos por el cliente y por usted mismo, dejando el sistema lo más abierto posible para que con el tiempo usted pueda adecuarse a los cambios de mercado. Estos criterios son los siguientes:

Distribución / Ubicación dentro del portal de subastas, dentro del diseño de las páginas del portal existirán espacios reservados para presentar la publicidad. Será este espacio el que se ofrezca a los clientes para colocar "banners" publicitarios en los que se anuncie su producto y/o empresa.

Frecuencia de aparición de la publicidad, donde el cliente decidirá la frecuencia en la que desea aparezca su anuncio, esta frecuencia se podrá diseñar a petición del usuario en las unidades de tiempo que el desee, partiendo de la unidad mínima que es el segundo.

Franjas / Periodos en los que mostrar la publicidad, de acuerdo a las necesidades de ciertos clientes, también se determinarán franjas horarias en las que se puede anunciar un cierto producto o favorecer los intereses comerciales de una empresa en la captación de un público afín a sus productos, o segmento de mercado, o bien una franja de tiempo a determinar por el cliente durante la cual el anuncio se muestre.

Tamaño de los anuncios. Existirán diferentes tamaños para los banners de publicidad en donde el cliente decidirá que diseño se adapta mejor a sus características de marketing

Contemplar distintas posibilidades de tarifas en función del producto a publicitar



3. Ejemplo: descripción del sistema (II).

- Este sistema generará una serie de beneficios inmediatos :
 - mejorar la calidad del sitio web a nivel tecnológico,
 - aumentar la seguridad y calidad de las transacciones,
 - atraer aún más compradores a través de campañas de publicidad.
- Se tendrá en cuenta, dentro de la labor de la gestión, la planificación de los espacios para “banners”, con la finalidad de cumplir íntegramente lo pactado con el cliente, en la contratación del espacio publicitario. Este sistema de planificación podrá ser consultado directamente por el cliente con el fin de comprobar si existe espacio con las condiciones que el desea libre para poder ser contratado, ya sea en cuestiones de ubicación y/o espacio y/o frecuencia.
- Asimismo, se ofrece también la posibilidad de desarrollar el código fuente para el anuncio del usuario o aceptar el del cliente siempre y cuando este represente unos criterios de compatibilidad con el sistema y no suponga ningún riesgo para el portal.
- Todo el portal se desarrollará mediante software libre dentro del entorno de desarrollo Eclipse bajo la plataforma Tomcat y con el lenguaje de programación JAVA.
- No será necesario el pago de ningún canon por utilización de estos productos.
- Para complementar las labores de desarrollo se utilizarán paquetes comerciales con el fin de facilitar las labores de gestión , documentación y planificación.
- Todo el proyecto se llevará a cabo mediante la metodología Métrica V3, una metodología que favorece la obtención de excelentes productos software tomando como referencia que es la metodología adoptada por las instituciones públicas en sus productos software.

4. Cálculo de Costes.

- Necesario un documento **interno** de cálculo de costes (DCC):
 - Actividades y tipos de recursos.
 - Actividades y tipos de gastos.
 - Resumen de personal a cargo del proyecto
 - Equipos
 - Software
 - Material Fungible
 - Viajes y dietas
 - Costes Indirectos
 - Otros gastos
 - RESUMEN

Adicionalmente hay que aplicar un margen sobre costes, primas de riesgo...



4.Cálculo de Costes. Tablas explicativas.

Actividades	Categoría 1	Categoría 2	Categoría 3	...
A1.-	10 semanas /persona			
A2.-				
A3.-				
.....				
Total semanas/persona				
Total coste (miles ptas.)				



4.Cálculo de Costes. Tablas explicativas.

Actividades	Personal	Equipos.	Fungible	Viajes	Otros	TOTAL
A1.-	€					
A2.-						
A3.-						
....						
TOTAL						



4. Cálculo de Costes. Calcular...

Coste de las diferentes partidas

+ Beneficio

+ Riesgo

+ IVA

= Presupuesto Total



fin del Capítulo

Ingeniería del software III

