

『2020년 상명 창업 동아리 지원』 신청서

접수번호 2020-동아리-기입하지 않음

동아리명	퍼포먼스		
동아리대표	성명	학번	2016
	소속	공과대학 소프트웨어과(부) 소프트웨어전공	
	연락처	휴대폰: 010- 이메일: p- 전화: 010-	
지도교수	성명	박	
	소속	공과대학 소프트웨어학과	
	연락처	휴대폰: 010- 이메일: hee- 전화: 041-	
창업멘토 (없을시 공란)	성명		
	소속		
	연락처	휴대폰 :	이메일:
동아리 활동현황	창립일자	2020-04-01	
	활동공간	온라인	
	회원현황	총 (4명) / 학부생 (4명) / 대학원생(0명)	
	목표/비전	전공공부를 통한 기술로 사회의 불편한 요소들을 개발	
	품명/아이템명/아이디어명	사업종류와 형태	
	소공연 홍보어플(가재)	어플리케이션 개발	
주요 활동계획	1. 어플리케이션 특허 출원 2. 시제품 프로토타입 개발 3. 경진대회/공모전 참여예정		
신청금액	금 백만원정(₩ 1,000,000)		
활동기간	2020. 06. 03. ~ 2020. 12. 31.		
상명대학교 천안캠퍼스『2020년 창업동아리지원』사업계획을 준수하고 첨부된 계획서에 의거하여 창업동아리를 운영하고자합니다.			
별첨 1. 창업동아리 운영계획서 1부. 2. 개인정보의 수집, 이용, 제공 동의서 ○부.(동아리원 모두제출) 3. 서약서 1부.(동아리대표)			
2020년 5월 27일			
동아리대표 : 박 지도교수 : 박			
상명대학교 천안캠퍼스 귀중			

창업동아리 운영계획서

1. 동아리 현황

(1) 동아리 연혁 및 설립목적

- 소프트웨어학과 4명에서 이루어진 우리 동아리는 1학년 때부터 많은 과제와 프로젝트들을 해결해왔다. 그리고 3학년이 되어 개발자로서의 꿈을 갖고 사회의 불편한 문제들을 해결하고자 동아리를 만들게 되었다.

(2) 동아리 운영현황(계획)

- 현재 우리 동아리는 사업에 필요한 자금과 창업 동기를 부여하기 위해 다양한 창업 공모전을 찾고 있다. 그 중에서 현재 도전k-스타트업300 이라는 정부창업지원프로그램에 신청한 상태이다. 꾸준히 현재 기획하고 있는 어플리케이션을 완성하여 공모전에 의지하는 것이 아닌 직접 사회와 부딪힘으로써 사업을 기획해 나갈 계획이다.

2. 성과목표

현재 우리가 기획중인 어플리케이션은 소규모 공연의 홍보와 소비자를 연결시켜주는 플랫폼을 개발 중이다. 6월 달 까지 어플리케이션 프로토타입1을 토대로 테스트를 진행하고 7월부터 정기적인 서비스에 들어갈 예정이다. 이렇게 만든 프로토타입1을 토대로 두 번째 프로토타입을 제작할 예정이다. 프로토타입은 연극 / 뮤지컬을 기반한 어플리케이션이다. 이미 연극 / 뮤지컬의 경우 대기업 티켓 유통사들이 티켓 판매 라인을 꽉 잡고 있기 때문에 티켓 유통이 아닌 소비자들의 편리성을 기반으로 수익을 창출 할 예정이다. 연극 / 뮤지컬의 경우 배우가 계속 순차적으로 돌아가면서 공연을 진행한다.

그렇기 때문에 관객들은 본인이 선호하는 배우를 직접 찾아서 공연 예매를 해야하는데, 배우를 직접 하나씩 찾아서 예매해야하는 기존 방식과는 다르게 우리가 데이터베이스에 공연정보를 입력하면 사용자들은 필터링을 통해 자신이 원하는 배우의 공연만 찾아 볼 수 있도록 어플리케이션을 제작할 예정이다.

가장 먼저 6월에는 프로토타입1을 토대로 프로토타입의 기초 레이아웃과 코드 수정을 할 예정이다. 그 후 작업으로는 공연 장르에 맞는 어플리케이션 기능 추가와 직관적인 UI 제작 및 수정이다(7~8월). 그리고 9월에 프로토타입 1을 통한 사용자 피드백을 수렴하여 전체적인 어플리케이션을 다듬고 10월과 11월에 베타테스트 후 12월에 어플리케이션 완성을 통해 직접 시장에 내놓는다.

3. 동아리 운영계획

어플을 통해 한 눈에 공연 정보를 담아오는 것이 핵심이다. 기존의 사용자들은 좋아하는 가수의 공연을 보기위해서는 일일이 인터넷 검색을 통하여 원하는 정보를 찾았다. 인스타그램, 개인SNS계정을 통해 해당 가수의 공연정보를 찾는다. 또 다른 방법으로 '인터파크 티켓' 사이트가 있다. 그러나 이 사이트의 경우에도 공연 정보가 있는 것도 있고 없는 것도 존재하여 사이트를 켜어서 사용하거나 SNS를 이용하는 것이 대부분이다.

이러한 기존의 문제점을 보완하기 위해 공연 정보를 제공하는 SNS와 해당 사이트에서 각각의 API를 만들어 빠른 업데이트를 통해 타사와의 격차를 줄일 수 있다.

어플은 쉐린더(가로형) 형식으로 여러 공연정보들을 한 눈에 볼 수 있고, 사용자들의 취향에 따라 필터링을 제공하여 원하는 공연들만 나타나게 하여 편의성을 더했다.

각 날짜별로 공연의 일자가 쓰여 있는데 중복된 날짜에 여러 공연이 있는 경우를 대비하여 팝업창을 띄워 같은 날짜의 공연들을 띄울 수 있게 하고 그 후 원하는 공연의

정보를 얻기 위한 상세페이지로 넘어가 확인할 수 있다.

또한 사용자의 취향과 패턴을 파악하여 추후 일정이 잡힌 공연에 알람을 설정하고, 티켓팅 날짜가 임박 했을 때 즐겨찾기 기능을 통해 사용자에게 정보를 전달하는 기능을 구현한다. 이러한 즐겨찾기 기능을 사용할 경우 앞서 말한 사용자의 패턴을 파악할 수 있는데 이렇게 쌓인 빅데이터들을 알고리즘을 통해서 취향에 맞는 공연을 따로 필터링 없이 제공해 줄 수 있다. 초기 사용자의 필터링에서의 작업을 간소화 하여 더욱 편리한 어플의 기능을 제공할 수 있다.

추후 점점 증가하는 음악 시장에 맞춰 유명 가수의 데이터만 받아오는 것이 아니라 아직 빛을 보지 못한 가수나 연습생들 예를 들어 인디밴드, 언더그라운드 래퍼들의 정보 또한 제공하여 한 가지 장르에 국한되지 않고 다양한 분야의 정보들을 사용자에게 제공할 수 있다.

구분		운 영 계 획	소요예산 (산출내역)
2020년	6~7월	- 어플리케이션 프로토타입 버전1.0 출시 - 테스트는 QA진행 - 버그 및 수정 계획안 수립	- 회의비 50,000원 X 3회 = 150,000원
	7~8월	- 버그 및 수정 완료 - 어플리케이션 저작권 및 상표권 출허 - SNS 및 유튜브를 통한 마케팅 홍보	- 저작권 및 상표권 출허 = 300,000원
	8~9월	- 어플리케이션 프로토타입 버전2.0 출시 - 최종 테스트 진행 - 버그 및 수정 진행	- 회의비 50,000원 X 3회 = 150,000원
	9~12월	- 최종 어플리케이션 버전3.0 출시 - 구글 스토어 어플 업로드 - 사업자등록 진행	- 회의비 + 사업자등록 = 400,000원

4. 추진내용 및 추진일정

* 어플리케이션 추진 활동

- 알파테스트를 진행하여 어플리케이션에서 발생하는 버그들을 수정한 후 2.0버전 출시
- 출시된 2.0 버전을 베타테스트를 진행하여 고객이 어플리케이션 사용 중 발생하는 버그와 불편하고, 미비한 점들을 수정
- 최종 3.0 버전을 출시 전 어플리케이션의 안정성, 정상 기능 작동 확인, 서버의 안정화 등 베타 테스트의 문제점을 수정한 후 출시
- 구글 스토어에 출시 후 사업자등록 진행

* 마케팅 시장 분석&전략 수립

- 마케팅 시장 분석 이후 차별화된 홍보 동영상 제작, 유튜브 채널 등을 생성해 동영상 광고 캠페인 운영을 하고 출시 시점에는 앱 리뷰 게시판 기능 등을 연결해 홍보뿐만 아니라 유저 피드백까지 확보

ex) freeloader 사용자(무료 콘텐츠만 사용하는 사용자 그룹) 활용 => freeloader들이 만약 앱 사용에 대한 높은 관심을 보인다면 이들에게 무료 체험 프로모션, 친구 추천 시에 제공되는 리워드 프로그램 같은 프로모션 제공

* 광고 시장 분석&추가

- 광고 시장을 분석하여 효율적인 광고를 선택한 후 어플리케이션 내에 광고를 추가하여 부가 수입을 상승시킨다.

* 타킷 선정 & 리뷰 확보

- 부정적인 리뷰를 게시한 사용자들과의 소통 행위를 노출 하여 많은 사용자들과 공유

* 핵심 파트너 선정&관계:

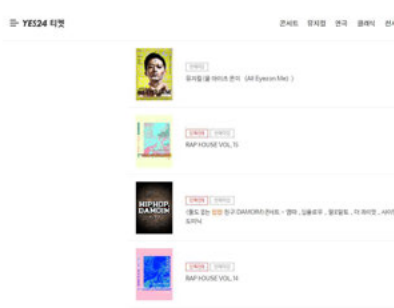
- 어플리케이션과 연관된 힙합 관련 기업 및 시장을 분석
- 선정한 힙합 기업에 어플리케이션의 서비스를 지원하고, 콘서트의 정보를 받으며 기업과의 관계 형성(고객 - 어플리케이션 - 기업 => 고객과 기업의 중간다리 역할)

추진내용	9월	10월	11월	12월	비고
어플리케이션	- 버그 및 수정 - 알파테스트 진행 - 버전 2.0 출시	- 베타테스트 진행	- 버전 3.0 출시 - 구글 스토어 어플 업로드	- 사업자등록 진행	
마케팅	- 마케팅 시장 연구 및 분석	- 마케팅 전략 수립	- 마케팅 시행	- 마케팅 시장 확대	
광고	- 광고 시장 연구 및 분석	- 광고 선정 및 확보	- 어플리케이션 내 광고 추가	- 광고 시장 확대	
타겟 선정	- 주 타겟 고객 선정	- 고객의 리뷰 확보	- 피드백 분석 - 해외 출시 유무 결정	- 주 타겟 고객 확대 - 해외 출시 시 베타 테스트 진행	
핵심 파트너	- 기업 및 협합 시장 분석	- 앱 관련 핵심 기업 선정 및 확보	- 기업과의 관계 형성	- 관계 유지	

5. 기대효과 및 활용방안 (시장 전망과 목표시장)



Melon 티켓



YES24 티켓



인터파크 티켓

대형티켓예매사이트에서는 규모가 큰 공연의 예매 정보만 확인할 수 있으므로, 해당 장르의 매력을 더 느낄 소규모 공연장 정보를 제공하여 힙합과 랩의 좀 더 깊은 관심을 가지는 사람들의 구매력을 올릴 수 있기 때문에 시장성이 높다. 이미 많은 사람들이 작은 공연의 정보를 얻으려고 유튜브, SNS를 통하여 공연정보를 얻고 싶어 하는 사람들이 불편함과 필요함을 동시에 호소하고 있다.



<경쟁제품> 티켓푸시 : 사용자가 캘린더에 공연을 직접 입력하면 공연날짜에 맞춰서 입금알람을 해주는 어플리케이션.

티켓푸시는 사용자가 공연날짜를 찾아서 직접 입력해야 하는 번거로움이 있다.

반면 hippo의 가장 큰 특징은 소규모 공연 정보까지 찾아서 사용자들에게 제공하는 데 있다. 그렇기 때문에 티켓푸시의 단점을 완벽하게 보완할 수 있다.

거기에 티켓푸시가 사용하는 이미 공연의 날짜까지 찾아서 개인 캘린더에 입력해 놓을 정도의 구매력있는 소비자라면 본인이 직접 찾는 번거로움이 없는 우리 제품을 더 선호할 가능성이 높다.

사용자가 자신의 캘린더에 공연을 집적 입력하는 기능에다가 전체 공연의 정보까지 제공해주는 기능 구현으로 경쟁 제품과 차별화할 수 있다.

6. 회원명부

연번	성명	학부(과)	학번	학년	역할	E-MAIL	연락처	비고
1	임	소프트웨어	2016	3	개발	ala	010-	재학
2	이	소프트웨어	2016	3	개발	bit	010-	재학
3	최	소프트웨어	2016	3	개발	je	010-	재학
4								
5								

※ 비고에 졸업생/타 대학 학생 여부 기재바람

7. 예산계획

● 재료비중 아래는 재료에 해당하지 않으므로, 구매할 수 없습니다.

- 복사용지, 잉크, 토너 구입비
- 교재 등 참고 문헌비
- PC용 메모리보드, 하드디스크, CPU, 비디오 · 오디오 카드, 외장하드, 마우스, 키보드, 스피커
- 인건비, 통신비

구 분	비 목	예 산	산출내역
사업화 경비	시제품 제작 용역비	200,000	※ 시제품 제작을 위한 용역 경비
	사업화네트워크	100,000	※ 전시회, 박람회 참가 경비 ※ 교외 창업시설 사용비 ※ 저작권등록등의 비용
시제품 제작 경비	재료비 및 전산처리비	100,000	※ 시제품 제작을 위한 시약 또는 재료 구입비 (항목 / 개수 / 단가 등 구체적 작성 요망) * 구입 물품의 성격이 불분명한 경우에는 구매 전 확인하도록 한다.
	시제품 제작 용역비	100,000	※ 시제품 제작을 위한 용역 경비
동아리 활동비	전문가 활용비	100,000	※ 강사료, 자문료 등
	기술정보활동비	0	※ 세미나, 워크숍, 정보조사, 홍보 등

	여비, 참가비	50,000	※ 각종 행사 참가비
	수용비 및 수수료	50,000	※ 동아리 유지비 및 제잡비 (인쇄비, 복사비, 제세공과금 및 수수료)
	회의비	300,000	※ 동아리 운영 및 행사 진행을 위한 회의비
합 계		1,000,000	※ 총 예산 각 동아리 유형별 지원 한도금액 내에서 계획서의 평가를 통해 차등 지원함.