

爱比价网

需求获取计划书

组员：101250027 冯志祥（PM）

101250011 陈晨

101250015 陈俊

101250026 范可

2012/11/1

目录

图目录	3
1. 前言	3
1.1、小组信息	3
1.2、目的	3
1.3、流程	3
1.4、参考文献	4
2. 前期相关准备	4
2.1、概要	4
2.2、收集背景资料	4
2.3、定义项目的前景和范围	4
3. 需求获取	4
3.1、概要	5
3.2、涉众分析与硬数据采样	5
• 涉众描述:	5
• 涉众选择:	5
• 硬数据采样	5
3.3、选择获取方法	5
• 选取方法	5
• 选取原因:	5
3.4、执行获取	6
• 获取安排	6
• 第一次获取	7
• 第二次获取	7
• 第三次获取	7
• 第四次获取	7
3.5、记录结果	8

图目录

图 1 需求获取流程图.....4

1. 前言

1.1、小组信息

系统：爱比价网
小组成员：

101250027	冯志祥（PM）
101250011	陈晨
101250015	陈俊
101250026	范可

1.2、目的

需求获取是从人、文档或者环境中获取需求的过程。随着软件系统规模和应用领域的不断扩大，人们在需求获取中要面对的困难越来越多，因为需求的获取不充分而导致项目失败的现象也越来越突出。需求获取日益显现出它在需求处理活动中的重要地位。获取过程并非像将定义良好的需求从人、文档或者环境中直接转移到获取的结果文档上那么简单，我们必须利用各种方法和技术来“发现”需求。而对于每一个产品，需求获取是一个确定和理解不同用户类的需要和限制的过程。所以说需求获取是在问题及其最终解决方案之间架设桥梁的第一步。因而需求获取对于一个项目的成功很重要。需求获取安排计划书正是为获取需求的每一步做出计划安排，以便更好的完成清晰的需求，为整个需求工程奠定坚实的基础。

1.3、流程

需求获取活动的一个典型流程如下图（图 1）所示：

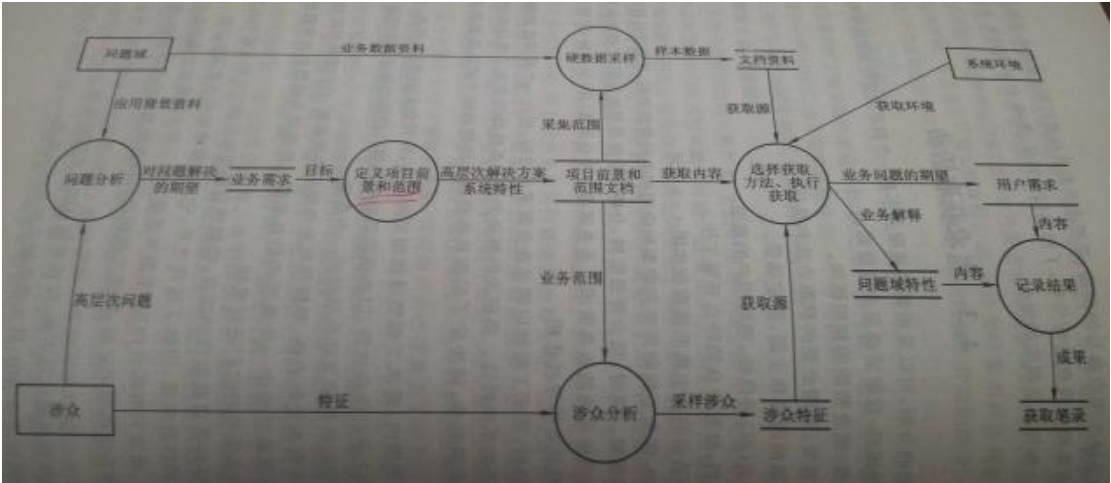


图 1 需求获取流程图

1. 4、参考文献

- 《需求工程——软件建模与分析》
- 项目前景与范围文档
- 问题分析过程文档

2. 前期相关准备

2. 1、概要

在需求获取之初，我们要研究应用背景，建立初始的知识框架；然后分析用户的高层次目标，理解用户的意图；先行确定获取的内容和主题，设定场景；根据获取的需要，采用必要的获取方法和技巧；进行涉众分析，针对涉众的特点开展获取工作。这些是需求获取活动中至少要做到的子活动。

2. 2、收集背景资料

需求获取的目的就是发现用户的问题，再从这些问题出发通过分析转化为用户的需求。然而要想和用户就业务问题进行交流，获取需求的人员就必须首先具备一个能够和用户进行交流的知识基础。所以在初始化阶段，我们将先对问题达成一致，根据用户方提供的资料寻找背景资料，以及网上搜集相似度比较高的系统，研究应用背景，以形成一个基础的知识框架。

2. 3、定义项目的前景和范围

这一任务已在上一阶段——需求启动阶段完成。小组成员与客户进行了两次面谈。第一次面谈进一步了解存在的问题。第二次面谈明确了一些模糊地问题，商定了业务目标，并针对业务目标选定了解决方案。需求启动阶段完成了前景和范围文档的编写，其中包括业务需求，项目前景，项目范围，项目环境四个方面。并记录到了项目前景和范围文档之中。

3. 需求获取

3.1、概要

需求获取就是进行需求收集的一个活动，也就是说我们要从用户、资料以及环境中得到系统开发所需要的相关信息。在需求获取中信息的主要来源渠道是涉众与硬数据。在需求获取时，我们应该根据信息的来源、信息的类型、获取的成本和时间等各种因素选择最合适的获取方法，执行获取活动。

3.2、涉众分析与硬数据采样

• 涉众描述：

这个问题在上一阶段我们已经有了初步了解。我们与客户（提出问题的小组）计划进行第一次面谈，以获得详尽的资料。列出相关涉众问题，并在面谈时进行记录。在面谈得到涉众描述之后，进行涉众评估，包括优先级评估，风险评估，共赢分析。最后由 PM 联系客户，商议面谈的时间地点，并提出面谈时希望客户方尽量提供一些硬数据（可以是一些文档，表格，统计报表之类的），以便进行硬数据的采样。

我们小组在第一次面谈中确定了该比价网站的大概的整个业务流程，然后从该流程中提取出了不同类型的涉众角色，然后在理解每种类型用户特征的情况下为其选择合适的用户代表（以各宿舍成员为主要用户代表）。

• 涉众选择：

由于实验条件，只能从客户那里搜集资料，所以由对方组扮演客户，将客户作为用户代替源。由于人数较少，代表采样不予考虑。

• 硬数据采样

待开发的系统是比价网系统，因为是模拟，所以实际没有表单、报表、备忘录等硬数据，所以我们假设对方组可以提供一些业务文档资料。

3.3、选择获取方法

• 选取方法

需求获取的方法有很多种，常用的有三种：面谈、原型、观察与文档审查。

本次需求获取采取的是面谈，文档分析和原型的方法，在面谈中会运用原型方法，进行书面描绘和场景叙述。

• 选取原因：

面谈是需求获取实践中应用最为广泛的方法之一：

- ✧ 它能帮助需求获取方获得包括事实、问题、被会见者观点、被会见这态度等各种信息类型在内的广泛内容，帮助其充分理解客户以及用户的目标、所要开发系统的特性。
- ✧ 同时在面谈过程中，需求获取方还能与客户建立良好的关系，对一些重要的问题进行协商，并达成一致。

由于本次实验只是模拟，硬数据就是对方小组提供的文档，不足以进行需求获取，而面谈是实践中运用最为广泛的方法之一，通过面谈可以得到各种有用的信息。再结合文档分析的方法，即从对方小组提供的问题描述中挖掘有用的需求，完善我们对系统的认识与理解。对于一些模糊和不清楚的需求我们使用原型的获取方法。客户通过阅读我们的原型手稿，能了解到需求获取方是否正确理解他所描述的知识，是否还有遗漏知识，在讨论界面时书面描绘尤其效果突出；需求获取方能根据

3.4、执行获取

通过上一阶段的几次面谈，我们已经明确了客户所期望的几个业务过程以及每个业务过程中包含的小任务，但是对于其中各个小任务的完成过程和任务中的细小的交互行为，我们还未进行分析和确认。基于场景的方法，我们打算有层次地进行需求的获取，分四次和客户进行交流，结合文档分析、面谈和原型，最终获得明确的用户需求。

· 获取安排

系统特性 ID	特性描述	是否清晰	面谈情况	原型使用情况
FE-1	提供商品有效信息（包括评价、价格、近期销量趋势图）	具体的信息标准以及优先级不够明确	第一次面谈 第三次面谈	探索式
FE-2	提供贴吧样式的及时评论平台（包括评论、回复、讨论）	需求明确，但是具体的交互流程不够明确	第二次面谈 第四次面谈	实验式
FE-3	提供可靠商家比价（如 360 导航排名前 10 的购物网站）	需求明确，但是解决方案可靠性不确定	第二次面谈	探索式
FE-4	数据库容量大且更新更及时（每日更新）	需求明确，具体管理过程不够清晰	第三次面谈	实验式
FE-5	网站响应快速稳定（响应请求 5 秒以内（2M 下载速度））	清晰		

FE-6	提供手机客户端	对客户端的界面和功能优先级不明确	第三次面谈 第四次面谈	探索式
FE-7	提供各大商城网上购物链接	需求明确，但具体购物的交互流程不够清晰	第三次面谈	实验式
FE-8	提供网上支付功能	需求明确，但具体交互方式不确定	第三次面谈 第四次面谈	实验式

· 第一次获取

获取准备

小组会议：分析上一阶段的《问题分析过程文档》和《项目前景和范围文档》，明确客户要求的几个业务过程和每个业务所包含的几个子任务。

获取过程

获取方法：面谈

目标：了解和明确每个业务所包含的子任务的完成过程

· 第二次获取

获取准备

小组会议和分工：根据上一次面谈的结果进行讨论分析，利用书面描绘或者场景叙述的原型方法将我们所了解的那些子任务的完成过程表现出来。

获取过程

获取方法：面谈+原型确认

目标：让用户进行原型确认，对错误或不完善的需求提出反馈，以便进行原型修正，逐步接近正确和完善的需求

· 第三次获取

获取准备

小组会议：对上一次面谈的结果和修正后的原型进行分析，确定那些子任务的完成过程。

获取过程

获取方法：面谈

目标：了解用户所期望的子任务的具体交互行为

· 第四次获取

获取准备

小组会议核分工：根据上一次面谈的结果进行分析，利用书面描绘或者场景叙述的原型方法将我们所了解的那些小任务的每个交互行为表现出来。

获取过程

获取方法：面谈+原型确认

目标：让用户发进行原型确认，对错误或不完善的需求提出反馈，以便进行原型修正，达成用户所期望的该系统与环境的交互。

3.5、记录结果

- 由于设备有限，我们选择笔录和电子记录的方法
- 每次获取结束时要和用户方进行记录内容的确认，避免错误
- 对于记录结果要进行保存，以便在小组例会时可以根据记录内容进行分析 and 讨论