

Class Booking APP

阶段1：项目准备 2周

- 需求分析和功能确认。
- 技术选型和架构设计。
- 设计数据库模型。
- 确定前后端接口规范。
- UI 设计
- IOS 上架准备

阶段2：后端开发（Django） 11月前后

- 初步Django 环境配置和搭建。
- 开发用户认证和权限管理模块。
- 实现报名注册与查询功能的后端逻辑。
- 开发请假补课提醒功能的后端逻辑。
- 实现多语言支持。
- 单元测试和集成测试。

家长端 IOS/Android 应用开发 (React Native) 12月前

- 初步开发环境配置和搭建。
- 开发家长端应用界面和功能。
- 与后端Django 接口对接。
- 联调和测试。

管理员端Web 应用开发 (React/vue) 12月前

- 初步开发环境配置和搭建。
- 开发管理员端Web 应用界面和功能。
- 与后端Django 接口对接。
- 联调和测试。

阶段五：部署和测试运维 圣诞节前

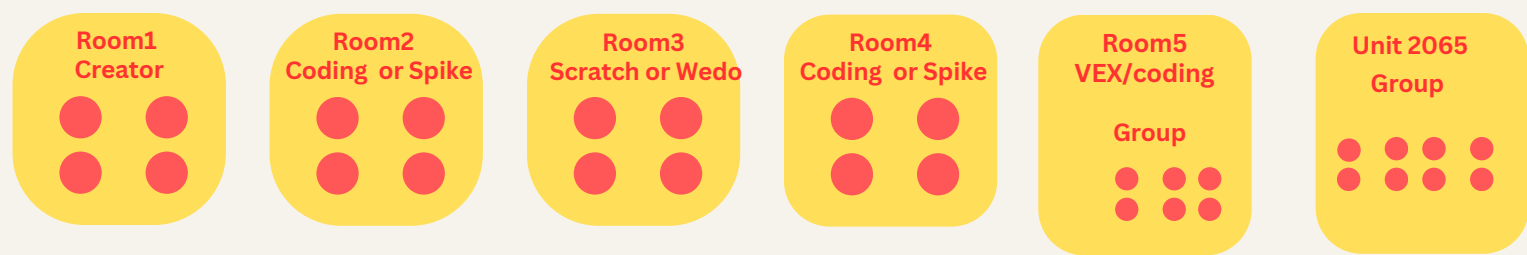
- 服务器部署和配置。
- 进行性能测试和安全测试。
- 问题修复和优化。

服务器租赁/上架费用/周期等其他

ios developer 账号 年费

ios 有上架周期

• 目前开放的课程及教室分布



课程名称	类别	时长	所属教室	是否可以补课	是否为固定时间段
Creator	robotics	1hr	Room1	是	是
Wedo	robotics	1hr	Room3	是	是
Spike	robotics	1hr	Room2 or Room4	是	是
Scratch JR	coding	1hr	Room1	是	是
Scratch	coding	1hr	Room3(首选) or Room4 or Room5	是	是
Roblox	coding	1hr	Room2 or Room4	是	是
Python	coding	1hr	Room2 or Room4	是	是
Java	coding	1hr	Room2 or Room4	是	是
试课包-搭建	robotics	1hr	会细分哪类搭建课程分配教师	是	待选
试课包-编程	coding	1hr	Room2/Room3/Room4/Room5	是	待选
试课包-数学	Math	1hr		是	待选
Vex training	robotics	1.5hr 或者2hr	Room5	否	是
Stem Day (coding+robotic+math)		3hrs		是	是

coding类课程 原则可以放在除了Room1的其他几个教室，通常列在第一个房间的为首选，因为教室按年龄段划分。

- 1. Room1/2/3/4 均为小班课，1小时课程，每个人独立进度，每个教室最多4人。
- 2. Python AI 在2065教室 团课为 1.5 小时（请假无补课）
- 3. Vex 团课 在Room5（不能请假，请假无补课），该教室也可以作为coding教室使用

上课时间：
周二、周三、周四、周五 下午 4-7 PM
周六、周天 9-12 AM 1-6PM

- APP端 功能概述

I am Parent

注册/登录

选课报名

信息查询

请假/补课

I am Admin

登录

发布新课

查询/统计

请假/补课

I am Guest (later)

注册/登录

选课报名

信息查询

请假/补课

- 家长端 模块功能描述

注册/登录

一次性数据迁移，老学员默认分配用户名和密码

用户名：First- Last (FirstLetter) BirthYear 课程简写

密码：csaafuture

学员名字 Anna Wang 2010 python ==》用户名：Anna-W2010 PY

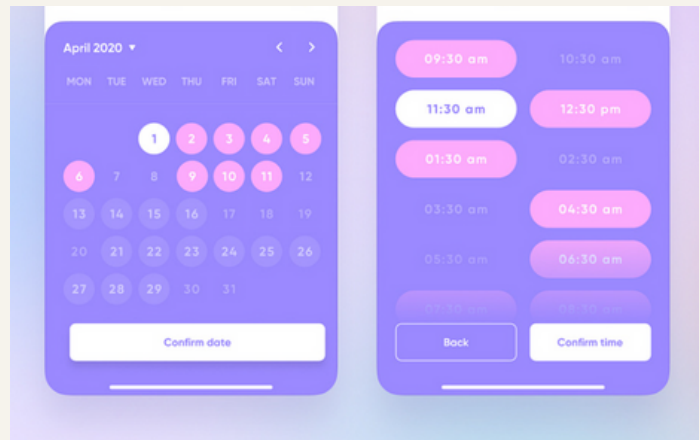
新用户注册：使用用户名+密码 或者 google 邮箱登录；

选课报名

第一级 课程分类 (Robotics/Coding/Trial/VEX/StemDay)

第二级 以Robotics为例 (Creator/Wedo/Spike) List

第三级 日历显示可选位置 Date-Time (图例仅供参考)



预定时需要采集的信息

信息采集包括：

- 学生信息
(FristName,LastName,BirthYearMonth, Jk/Grade)
后台数据库登记时依旧按照 Anna-W2010 PY做记录
- 是否为新学员
- 是否为有兄弟姐妹 (家长希望同一时段上课)
- 兄弟姐妹是否参加课程
- 家长信息 (First Name,LastName,Email, PhoneNumber,Address)

课程预订后发送email,

邮件包含该课程的invoice, 家长需要线下支付。(学生状态: Booked +no paid)
当晚10点之前有效 (以保证位置有效, 此时位置pending)

支付后, 学生状态 Booked+ paid 位置block. = 从试课学生转为正式学员

如果是现场报名的家长可以 通过link 注册; 或者麻烦Admin 代注册。

信息查询

课程名称，上课时间，孩子名字，
课时开始时间，结束时间，总课时数，已使用课时数

请假/补课

48小时提前请假，课程结束前有2次调课机会。

- 管理员端 模块功能描述 web版

登录

发布新课

查询/统计

分类统计 按照课程/学期/星期/空位+课程（组合）
有个数据结构需要讨论 一个学生报名多个科目，是按照一条还是两条信息记录（两条好吧? 。。）

请假/补课

手动操作

Class Booking APP

阶段1：项目准备 1周

- 需求分析和功能确认。
- 技术选型和架构设计。
- 设计数据库模型。
- 确定前后端接口规范。
- UI 设计

阶段2：后端开发（Django） 2周

- 初步Django 环境配置和搭建。
- 开发用户认证和权限管理模块。
- 实现报名注册与查询功能的后端逻辑。
- 开发请假补课提醒功能的后端逻辑。
- 实现多语言支持。
- 单元测试和集成测试。

家长端 iOS/Android 应用开发 (React Native) 2周

- 初步开发环境配置和搭建。
- 开发家长端应用界面和功能。
- 与后端Django 接口对接。
- 联调和测试。

管理员端Web 应用开发 (React/vue) 1周

- 初步开发环境配置和搭建。
- 开发管理员端Web 应用界面和功能。
- 与后端Django 接口对接。
- 联调和测试。

阶段五：部署和测试运维 1周

- 服务器部署和配置。
- 进行性能测试和安全测试。
- 问题修复和优化。

Project Brief

Project name:

Project Manager:

Project Date:

Project Overview:

Our company is committed to sustainability and reducing our environmental footprint. The launch of our new eco-friendly product line aims to align with this vision by introducing innovative, sustainable products to our market. This project will focus on developing, marketing, and distributing a range of eco-friendly products that meet our customers' needs while promoting environmental responsibility.

Deliverables:

- A range of five eco-friendly products ready for market.
- A comprehensive marketing campaign, including digital, print, and social media strategies.
- A distribution plan covering all target markets.
- A post-launch customer feedback report.

Objectives:

- Develop a product line of at least five eco-friendly products within six months.
- Achieve a market launch date within the specified timeline.
- Generate a 20% increase in overall sales within the first year post-launch.
- Enhance brand reputation and awareness as a leader in sustainability.

Key Stakeholders:

- Project Team: R&D, Marketing, Sales, and Supply Chain departments.
- Customers: Target market for the new product line.

Success Criteria:

- Timely launch of the product line.
- Achievement of sales targets within the first year.

Budget:

- Research and Development: \$200.000
- Marketing: \$100.000
- Marketing: \$20.000

Contact Information:

For any queries or additional information, please contact:

Project Manager: Claudia Alves



hello@reallygreatsite.com



www.reallygreatsite.com