<Tour >

项目范围说明书

版本 <1.0>

修订历史记录

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **日期** | **版本** | **说明** | **作者** |
| 2020-4-20 | <1.0> | 定义了本项目裁剪后的各个主要过程和相应可交付成果 | 崔正阳 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

目录

1. 项目名称 4

2. 项目描述 4

3. 项目主要过程及可交付成果 5

4. 制约因素 6

5. 假设条件 6

# 项目名称

《Tour》

# 项目描述

2.1随着生活物质水平的不断提高，人们越来越在意自己的精神世界，像外出旅游，欣赏美景等，而人们大多数都是选择去自己熟悉或者了解的景区，存在主要的问题包括：

2.1.1全国各地景点丰富，应有尽有，大多数人对很多景区都是不了解，或者不知道；

2.1.2很多人经常花费巨额费用去购买一些不必要的商品；

2.1.3价格太高；

2.2某些城市拥有全国著名的旅游景区，物产丰富，旅游人数较多，价格合理；目前主要的宣传途径是通过网络途径，由于有很多游客没有去过，对此并不了解，所以很难突出景区与其他景区的优势，扩大景区门票销售额。

2.3目前大多数人已逐渐习惯网上买票，通过携程、驴妈妈、京东等团购网站享受到了电子商务带来的便利，具备了充足的网上购票意识和习惯；这些成熟网店服务尚存在如下不足：

2.3.1没有办法突出景区之间的不同和优势；

2.3.2很多图片都是很久以前的，不能体现现阶段景区特色；

2.3.3本地化和用户群体针对性不足，已有电商网站没有特别针对地域特色；

* 现有竞争对手较少，市场机会大前景好；

# 项目主要过程及可交付成果

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 阶段（里程碑） | 子阶段 | 开始日期 | 截止日期 | 可交付成果 |
| 预启动 | 识别项目机会 | 2020年3月27日 | 2020年3月27日 | 商业分析报告 |
| 寻找解决方案 | 2020年3月27日 | 2020年3月27日 |
| 商业分析报告 | 2020年3月28日 | 2020年3月28日 |
| 评估 | 2020年6月5日 | 2020年6月5日 |
| 缓冲 | 2020年6月6日 | 2020年6月6日 |
| 启动 | 干系人分析 | 2020年6月7日 | 2020年6月7日 | 项目章程、干系人登记册、风险登记册 |
| 项目章程 | 220年6月8日 | 2020年6月8日 |
| 启动会议 | 2020年6月9日 | 2020年6月9日 |
| 规划 | 收集需求 | 2020年3月27日 | 2020年8月10日 | 需求说明书、范围说明书、设计文档、进度计划、预算、测试计划、测试用例、风险登记册、项目总规划（人力资源计划、沟通计划） |
| 定义项目范围 | 2020年3月27日 | 2020年3月27日 |
| 制定进度计划 | 2020年3月27日 | 2020年3月27日 |
| 制定成本、质量计划 | 2020年3月27日 | 2020年3月27日 |
| 人力资源计划 | 2020年3月27日 | 2020年3月27日 |
| 沟通计划 | 2020年3月27日 | 2020年3月27日 |
| 风险管理计划 | 2020年3月27日 | 2020年3月27日 |
| 培训计划 | 2020年3月27日 | 2020年3月27日 |
| 缓冲 | 2020年3月27日 | 2020年3月27日 |
| 开发 | 组建团队 | 2020年3月27日 | 2020年6月15日 | 每日编译、源码、变更请求、可运行产品、测试报告 |
| 培训 | 2020年3月27日 | 2020年4月10日 |
| 编码 | 2020年3月27日 | 2020年6月5日 |
| 测试 | 2020年3月27日 | 2020年6月15日 |
| 稳定 |  | 2020年3月27日 | 2020年3月27日 | 变更请求、用户手册、部署手册 |

# 制约因素

* 必须全部使用学院安排的师生进行项目的研发工作

# 假设条件

* 本产品定位的客户热爱旅游且会网购；