# 2024年软件开发项目计划书(4篇)

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2024-07-20

*制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。软件开发项目计划书篇一1.1编...*

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

**软件开发项目计划书篇一**

1.1编写目的

为了保证项目的顺利进行，更好的规划团队的任务分配。 把对于在项目生命周期内的工作任务范围、各项工作的任务分解、项目团队组织结构、各团队成员的工作责任、团队内外沟通协作方式、开发进度、经费预算、项目内外环境条件、风险对策等内容做出的安排以书面的方式，作为项目团队成员以及项目干系人之间的共识与约定，项目生命周期内的所有项目活动的行动基础，项目团队开展和检查项目工作的依据。。

1.2项目背景

开发软件名称：《pc版flappy bird》。

项目任务提出者：team--时代团队（苏林东、李帅、吴威、黄为、安娜、王鑫楠）。

项目开发者：石家庄铁道大学team--时代团队。

用户：中国大学生是各种常用软件的主要用户，而且我们本身是大学生，对此目标群体更为熟悉和了解。

本软件采用的是基于vs2010开发的pc版的软件项目。

1.3定义

visual studio是微软公司推出的开发环境。是目前最流行的windows平台应用程序开发环境。visual studio 2024版本于2024年4月12日上市，其集成开发环境（ide）的界面被重新设计和组织，变得更加简单明了。visual studio 2024同时带来了net framework 4.0、microsoft visual studio 2024 ctp（ community technology preview--ctp），并且支持开发面向windows 7的应用程序。除了microsoft sql server，它还支持 ibm db2和oracle数据库。

1.4 参考资料

《软件工程导论》，张海藩，清华大学出版社。

《实用软件工程》，郑人杰等，清华大学出版社。

《软件工程导论》，张海藩（第五版），清华大学出版社；

《软件工程及软件开发应用》，施一萍，清华大学出版社；

2.1工作内容

一 项目概述：

1、主要工作：

系统计划：问题定义和可行性研究，写出项目计划书和可行性研究报告。

系统需求分析：分析目标和任务，画出数据流程图，编写数据字典。

系统总体设计：画出系统结构图，找出所有的系统模块，并开始设计数据库，编写概要设计说明书。

系统详细设计：画出基本逻辑结构图，n-s结构流程图，代码设计，用户界面设计，数据输入与显示，控制界面的设计，系统安全控制设计，编写详细设计文档。

系统测试：系统实施与维护。

2、软件功能：游戏开始后，间歇性的点击空格键，让小鸟向上飞，不会掉下来，并且要穿过柱子的空隙，不能碰到柱子，碰到就dead了，穿过一个柱子的一分。（其中背景中会间断的出现红心图标，可以控制小鸟“吃”到红心，一个红心可以获得一次复活的机会）。期间可以增加不同模式的选择（柱子上下移动，双人小鸟等）

2.2条件与限制

1、应具备条件：应提供相应的硬件配置，相应的软件及一定数量的技术人员和管理人员等，以及相应的开发环境。

2、工作及完成期限：应按照老师的计划完成任务和工作

2.3产品

2.3.1程序

1、 应交付程序名称：《pc版flappy bird》

2、 使用语言：c#。

2.3.2文档

应交付的文档：可行性研究的文档，项目开发计划文档，需求分析文档，概要设计文档，详细设计说明书。

2.4运行环境

硬件环境：

（1） 处理器（cpu）：pentium 133m 或更高

（2） 内存容量（ram）：256m或更高

软件环境：

windows xp/7操作系统

2.5需要提供服务

因该游戏简单易懂，前期并不需要任何服务和培训等。

2.6 验收标准

验收标准：软件的可靠性、易实用性、和功能完整性。

3．实施计划

3.1任务分解

任务的划分：

可行性研究 负责人：吴威、黄为

项目开发计划 负责人：苏林东

需求分析 负责人：安娜

概要设计 负责人：王鑫楠

详细设计 负责人：李帅

3.2关键问题

1、由于时间的问题，在技术支持上会略显仓促，开发的过程中会遇到很多细节中的问题，例如编写程序的不严谨以及编码测试阶段的细节工作都会有错误出现不可避免，建议整个小组在开发的进度中保持高度的团结，每个组员都要对技术开发的各个环节都十分熟悉。

2、本系统纯属为了更好的放松休闲而开发，对此开发者要本着更易趣性和简洁性是受雇于更多人。

第十五周周四

测试计划：计划整个小组在开发过程之后进行集中测试。

质量保证计划：在开发中尽量避免错误的发生，相互监督与检查。

配置管理计划：尽量利用现有的设备完成对整个系统的开发。

人员培训计划：交付系统是对相关工作人员进行指导，使其可以自行操作。

系统安装计划：开发小组自行安装调试，保证设备的正常工作。

**软件开发项目计划书篇二**

从xx及周边地区xx产品销售形势来看，品牌、厂家逐年增加，销售总量呈现下滑趋势，市场竞争呈白热化。通过外部观察、比较、分析、深入进行市场调研，可以预见未来xx产品经营形势不容乐观。面对严峻的竞争格局，我们必须未雨绸缪，提前谋划，及时转换经营机制和落后的思想观念，改革、创新经营模式，闯出一条特色化、差异化的发展道路来。

从我们企业自身来看，xx产品的认知度和市场占有率相对较低，品牌影响力小，因此，有必要从充实专业营销人员、强化市场营销手段、加大广告宣传、完善连锁经营策略、加快市场开发和新产品开发的力度等方面入手，进行机制调整、资源重组、模式创新，实行责任量化考核，认真落实奖惩制度，切实强化营销职能，建立专业化营销队伍，拓宽营销渠道，整合各种有利资源，扬长避短，突出产品的传统特色，发挥品牌差异化优势，努力形成核心竞争力，尽快达到拓展市场、大幅度提升xx产品的市场占有率和品牌知名度的目标。为实现上述目标，特制定外县区市场开发计划，共分为如下四部分。

一、直营店实施高标准、规范化的管理运作，从日常营销、品牌宣传、活动策划、产品推广等多方面入手，树品牌、建样板、塑形象，立体式、全方位出击，营销手段要灵活多样，遵循快速、节俭、高效、速度和效益并重的原则，尽快在市区站稳脚跟，迈出步子，创出路子，打出牌子，干出实效。

二、市区直营店需配备专业营销人员xx人，购置厢式货车x辆，先期开发资金每年至少投入xx万元，确保宣传、促销活动同步跟进。

三、为提高直营店全体人员的积极性，防止干多干少一个样、干好干坏一个样的发生，必须实行灵活的工薪奖励方式。干的多、干的好给予奖励，干的少、干的差以予处罚。建议应采取底薪+提成+奖励的报酬方式。同时直营店每季度可从实际销售收入中提出x-x%用于对营销人员的提成奖励（完成总部下达计划执行x%；未完成总部计划按x%的下限执行）。

四、总部对其制定、下达年度和季度经营目标、开发任务，逐季度进行考核。完成或超额完成任务、目标时给予适当奖励；未完成任务时，给予一定处罚，如扣减提成、减发工资等。

五、直营店每季度撰写一次工作总结，于下季度初十日内向总部（市场部）报送，便于总部按季度对直营店进行考核，并落实奖惩措施。

六、总部第一年度为唐山直营店下达经营目标、开发任务如下：

1、全年销售收入xx万元。

2、实现利润xx万元（按成本价计算；人员工资、房租、送货车的。花费在内；购车款和广告宣传费用不计入，由总部承担）。

3、开发销售网点xxx个，同时做好辖区内网点的管理和维护，保持其正常运营。

4、制订月、季度工作计划，落实目标责任制，并及时向总部报送工作情况，确保总部下达的各项计划、任务、目标的完成。

5、大事、要事及时向总部请示，大项费用支出必须事先向总部提交申请和可行性报告，经总部批准后方可执行。

一、外县区市场现状分析：

在市场不断拓展、转变过程中，品牌竞争比较激烈，就唐山市场而言，在对产品质量没有客观认知的情况下首选本地名牌产品，其次比价格，市场主导品牌为：xxx、xx、xxx、xx，尤其是当地的老品牌xxx，知名度高，历史较悠久，有很好的市场口碑，市区消费者对其认可度比较高，市场占有率在xx%以上。因此，面对有牢固市场根基的强势地产品牌，我们要在稳步提高产品质量的前提下，还须大力实施品牌宣传、推广工作，促进品牌的快速成长便成为我们市场开发过程的重要环节。

价格方面，竞争十分激烈。由于唐山本地和邻近县区的xx厂家很多，多数定位在低价位上，采取价格竞争方式，有些xx市场零售价格仅xx元，主流厂家的产品市场零售价格在xx到xx元之间。建议我厂尽量不参与市场价格的恶性竞争，在制定价格体系时参考中挡产品的平均价格水平，建立统一的市场价格体系，维护经销商和自身的利益，制定有效的市场保护措施，并严格执行，确保市场的稳定和良性运行。

二、近三年市场开发定位：

1、市场定位：唐山范围各县区市场；

2、目标消费群体：

a、居民区消费者；

b、中高档酒店

c、大型车站、重点医院等人流密集场所

d、机关、事业、大型国企的团体消费

3、价格定位：中档价格；

4、品牌形象定位：高品质、重服务、创xx品牌、树xx企业形象。

5、开发期限不短于x年，每年资金投入不少于xx万元。

三、外县区市场开发模式的确定：

1、确定渠道销售，模式如下：

厂总部（市场部）----营销分部（或直营店）----县、区代理商----零售商----消费者

2、选择此渠道的原因：

1)、与企业目前现状相符合，降低销售、管理、运营费用；

2)、基于目前xx市场的基本特征，在市场潜力大、基础条件好的县区，选择合格的代理商，借助当地代理商的客户关系推广我厂产品，可节约大量资源，降低开发成本；

3)、产品在销售过程中将市场风险化整为零，降低各个环节的经营风险；

4)、众多的零售商，容易形成一张销售网络，有利于市场基础的建立和产品品牌的树立。

3、该渠道主要环节相关因素应把握的原则：

1)、确立县级总经销的原则：必须选择实力较强，有丰富的食品营销经验和资源，有一定影响力，有自己的分销网络，具有品牌忠诚度的经销商；与我方谈判的基本心理特征为：产品质量要可靠，要有特色，能够吸引市场购买力，厂家实力信誉要好，有做长期市场的打算，能够感受到未来的市场利益，对厂家的选择上也较理性，对市场消费倾向把握比较清楚，注重利润空间。

2)、零售经销商的基本特征和选择原则：由于xx技术含量不高、产品同质化趋势比较严重，因而，市场竞争激烈。多数零售商随着市场大方向走，不敢轻易尝试新产品，对新产品持观望态度，在选择经营产品的时候主要参考市场上主流产品的基本情况，观注产品的知名度和市场覆盖率，对产品的销量、保质期非常敏感，一般不会大批量进货，注重产品的利润空间。鉴于以上基本特征，我们选择零售商的条件要相对宽松，合作方式要灵活多样，要为他们提供可观的利润空间，建议实行统一供价外的返利奖励政策，建立客户档案，逐笔记录产品流量，每季度末按进货值的x%-x%给予返利，促进他们营销的积极性和认同xx品牌的忠诚度，尽快完成终端市场的开发任务和既定营销目标。

3)、终端消费用户的特征：就终端消费者而言，他们对产品质量的直观认知不太清晰，但总体上偏向于知名品牌和口碑产品，多受经销商和认知消费者的影响，不但追求口味，而且注重食品安全、卫生，希望物美价廉。

一、总体指导思想：

设立总代理有难度或时机不成熟的区域 以发展终端经销商做市场直销为主；设立总代理条件成熟的县区，应选择有实力的总代理商，以构筑区域立体营销网络、搞深层次开发为主。无论是否设立区域总代理，都必须统一市场价格，完善直达配送服务体系，维护各级、尤其是终端经销商的利益，大力做小区推广，宣传直接面向消费者，协助代理商完善分销机制，规范售后服务，多渠道、全方位、广角度推进xx品牌建设，实现品牌效应最大化。

二、近x年市场开发目标：

在整个市场态势中，将xx定位为市场挑战者。由于该xx在营养价值、口味上与竞品比较无较大的差异，而且市场导入较晚，同类产品厂家众多，因此，只能以强势导入，在短时间内利用整合营销传播手段来拉动市场，促动销售终端，感动消费者，营造理想的销售环境，取得初步的经营业绩。县外市场培育期定位为x年，每年预计xx销量xx万只，年度销售额xxx万元，其它产品销售额xxx万元。到xxxx年底，xx在县外市内市场的占有率要达到xx%，xx预期销量达xx万只，销售额达xxx万元；其它新开发产品销售额达到xxx万元。到xxxx年底，xx预期销量达xx万只，销售额达xxx万元，其它新开发产品销售额达到xxx万元，xx在县外市内市场的占有率要达到xx%。

三、中长期开发目标：从目前至xxxx年底，利用x年的时间，全力打造xxxx强势品牌，大幅度提升xx品牌的知名度与美誉度，树立良好的企业形象和品牌形象，使其进入全国xxxx十大知名品牌之列；大力开发唐山以外区域市场，使xx品牌知名度、总销量位居全省前x名；xx在县外新开发市场的占有率达到xx%，年度销售额达xxxx万元。

一。广告投入观念：选择投入少、见效快的广告宣传模式，大力培育xx品牌，努力提升xx的知名度和影响力。

二。广告语：广告语必须突出xx的传统特色，兼顾美味、营养、健康的个性。如：(略)

三、推广方式及说明：

1、推广方式：对本产品的宣传，主要采取电视广告、报纸广告、电台广告、户外广告等四种方式进行推广。

2、产品推广方式说明：

1)。在电视媒体收视率高的栏目投放产品广告加引导健康安全卫生消费专题片；

2)。在电台收听率高的栏目，推出适合青少年、中老年人群的产品广告，可为热点栏目提供奖品赞助及开展听众有奖征答活动；

3)、在市级主要报纸刊登人才招聘及招商广告 ，并开展有奖征集广告词、书法作品等趣味性、参与性强的活动，吸引读者，营造宣传氛围；

4)、户外广告 ：

a)。所有的配送车辆车身广告重新设计制作；

b)。给分销商、销量大的零售商制作店牌广告；

c)。在大型住宅小区、繁华商业区和中小学出入口设置路牌广告；

d)在户外经营点、售货亭等显要位置，投放广告伞，张贴pop 海报，以增强产品的可视性。

5) 印制高规格、精美、醒目的产品包装袋，既方便购买又可作为流动广告；

6)适当投入产品专用展示柜，并在上面设置广告画面，以更好的展示品牌，达到提升产品形象的目的。

**软件开发项目计划书篇三**

一、开发目的

由于我们生活在石家庄铁道大学，我们在上网的时候会遇到很多不方便的的问题。例如查询流量比较困难，不能把每个月的流量规划好是一个很大的问题，而且很多人想搞一个快捷改ip的功能等，我们的目的就是要开发一款使用的学生软件，方便铁大学子的日常生活。

二、项目概述

《网络助手》系统根据用户的不同，实现如下功能。

查询流量

修改ip

实现远程控制

实现定时开关机

实现一键开启小蝴蝶

三、主要参与人员、

由五个人（蓝梦、马翔、李金吉、胡佳奇、赵天）组成的开发团队。

四、进度

序号

任务名称

工作时间

开始时间

结束时间

五、关键问题

影响本计划进度的关键问题、各程序之间的转换、衔接问题。

六、支持条件

1、计算机系统支持、

2、服务器cpuintele3300或更高配置，内存1g以上，网络适配器100mb或1000mb的网卡。

3、服务器cpuintele3300或更高配置，内存512m以上，网络适配器100mb或1000mb的网卡。

4、网络环境、4madsl或光缆。

5、软件环境

客户机windowsxp，win7，win8位。

七、测试

测试计划、软件开发重要在后期进行软件测试，对开发的软件性能进行了解。

八、质量保证计划

从开发人员到项目管理，要进行严格管理。

九、用户进行培训

在软件实际应用的前些时间，对用户进行软件操作方法的具体培训，对软件界面和应用进行大概介绍。

十、预算

开支类别

主要开支项、用途

金额（元）

时间

人力资源

软件件成本

总成本

**软件开发项目计划书篇四**

一、市场分析

我国网络棋牌游戏市场现状

我国的网民数量在\*\*年12月底以高达5.13亿以上，拥有这么一个庞大的市场环境，无疑给中国的网络游戏带来了更多的发展机会。如今，网络游戏已经完全融入了人们的娱乐生活中，特别是棋牌类网络游戏，因为棋牌在中国本来就拥有很悠长的历史累积，网络棋牌的玩法和实际的棋牌玩法也基本一样，所以，在众多的网络游戏类型当中，棋牌类游戏倍受广大网民的喜爱。正式由于棋牌游戏广大的市场前景的吸引，国内众多知名游戏厂商也加入到了游戏的开发以及运用当中。

腾讯公司大家也耳熟能详吧，自从1999年，腾讯公司正式推出国内第一个即时通讯软件“腾讯qq”以来，腾讯可谓是高歌猛进，目前的注册人数已经超过十亿。在发展的同时，腾讯也看到了棋牌游戏巨大的发展前景，在\*\*年，腾讯qq推出了以棋牌游戏为主的qq游戏平台，加上qq软件所积累的众多用户，腾讯平台一度成为了国内最大的棋牌游戏平台。在我看来，简单卡通的qq游戏更多的是一种朋友间的游戏互动和感情交流，着也是qq游戏的一个核心内容，当作为棋牌游戏本身，它有着竞技的这样一个特性，正是因为这个特性，棋牌才能发展到当今的规模，也一直倍受人们的喜爱。但是qq游戏平台作为国内最大的棋牌游戏平台，虽然在一定程度上满足了网民们的互动要求，但对于玩家竞技的要求确很难满足，再加上qq付费会员在游戏中享有特权，这个对游戏本身的公平也带来了不少的影响。而且游戏外挂的泛滥也对游戏本身的体验带来了不少的冲击。对于棋牌游戏忠实的玩家而言，这里是公平棋牌游戏的墓地。所以，这样就给了另外的企业家和公司带来了相当大的机会去争夺这个市场份额。

二、棋牌新项目基本介绍

（一）项目的可行性分析

作为棋牌类游戏，相信大家都听过甚至玩过qq游戏平台上面的英雄杀或者游卡制作的三国杀吧。在此类游戏一出来之后就被广大的棋牌类忠实玩家所追捧和喜爱。()追查其原因，在我看来，主要是由于他们给棋牌游戏创造了一个新的玩法，让中国传统的文化色彩也能体现在游戏里面，增加了游戏的趣味性，更是用独特的玩法吸引了大多数观众的眼球，获得了网民们的认同。我认为，居然大多数棋牌游戏玩家居然能从以前的。传统棋牌游戏中去追捧新鲜有趣的棋牌游戏，这就能够体现大多数玩家对新概念的棋牌游戏的接受能力较强，既然这样，就给了我们极大的发展空间去开发新概念的棋牌游戏，只要能开发出一款具有自己独特的特色和玩法，自然就能吸引足够的棋牌游戏忠实玩家。

（二）项目的大概描述

我们小组所做的项目是兽棋，这个游戏在我们小时候经常玩，现在我们做这个小游戏主要是回忆一下我们小时候，兽棋是两个玩家通过链接ip来实现对战的，两个玩家各用一台电脑，但兽棋有个不足的地方，无法实现人机对战，这个方面有点复杂，我们没有那么多的精力来完成人机对战了。但游戏也有一个亮点，能够实现对话，游戏主页面有个窗口，只要打字对面就能收到了。

（三）游戏的大概玩法介绍

我们所做的游戏玩法比较简单，游戏分为红方和黑方，每一方有8个棋子，分别是鼠，猫，狗，狼，豹，虎，狮，象。其中猫吃老鼠，狗吃猫，以此类推，最后老鼠可以吃大象。

最后棋盘上还剩下哪方的棋子，哪方就算胜利。

以上就是这个游戏的大致玩法，当然由于时间实在仓促，所以这只能算是一个杂搞，具体实现还需要后续跟踪和分析，接下来就是此项目制作大概的一个人员构成和营销策略还有成本计算。

四、项目人员构成及成本预算

项目经理、张硕1000/月开发周期一个月

主策划、曹玉松900/月开发周期一个月

副策划、蔡迎盈800/月开发周期一个月

主力程序员、吕盼举700/月开发周期一个月

界面美化、姜立比）700/月开发周期一个月

软件测试、付亚飞700/月开发周期一个月

开发阶段不计算另外硬件损坏以及场地费用和意外消费，（单计算人员开发成本）必要时刻可缩减人员成本，如可减少开发人数，担任多名职位

五、市场营销策略分析

1、搜索引擎推广

登录免费分类目录，登录付费分类目录，搜索引擎优化，关键词广告，关键词竞价排名，网页内容定位广告

2、信息发布推广

将有关的的网站推广信息发布在其他潜在用户可能会访问的网站上，利用用户在这些网站获取信息的机会实现网站推广

3、资源合作推广

交换链接，交换广告，内容合作，用户资源合作等方式（此方式风险程度较大），在具有类似目标网站之间实现互相推广的目的，其中最常用的合作方式为网站链接策略，利用合作伙伴之间网站访问量合作互为推广

4、会员推广

通过已有的会用自身进行推广（游戏如果有一定特色，此方法最省时省钱）

当然这些方法仅为个人自身见解，最后的推广策略还需要专业的人士对市场进行分析之后才能下结论。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找