



Академија струковних  
студија Шумадија  
Одсек Крагујевац

Студијски програм: Информатика

Предмет: Познавање пословних процеса

## КОСТУР -СТРУКТУРА, КРЕИРАЊЕ И ПРАЋЕЊЕ НАЛОГА-

Предметни наставник:

Саша Стаменовић

Студент:

Алекса Вукић, 018/2021

Крагујевац 2023.

## Садржај

Садржај .....	2
Увод у процесе фирме .....	3
Везаност процеса .....	4
Веб-сајт и Мобилна Апликација.....	4
Менаџмент налога .....	4
Изглед апликације .....	5
Форме апликације .....	6

## Увод у процесе фирме

У главном документу су изложени сви процеси фирме и детаљни описи њихових сврха као и примери под-процеса који ти процеси садрже, али ради лакшег разумевања начина на који „процес“ костура подржава све остале процесе у фирми написани су кратки описи сваког и на који начин костур служи као темељ за њихово даље функционисање.

Ова компанија има процесе управљања производње који обухвата различите фазе, укључујући дизајн, избор материјала, производњу компоненти, монтажу и контролу квалитета. Купци могу изабрати између различитих модела врата, укључујући дрвена, метална, улазна и гаражна врата. Компанија користи квалификоване раднике да би произвела врата која одговарају квалитету и спецификацијама купца.

Продаја се одвија кроз различите канале, укључујући продавнице, интернет продају и изложбе. Компанија се такође бави и израдом врата по мери у складу са специфичним захтевима купца. Купци могу да одаберу дизајн, материјал, боју и стил врата, а затим ће квалификовани радници произвести врата у складу са њиховим захтевима.

У фирми постоји и детаљан процес управљања инвентаром, који омогућава компанији да ефикасно управља својим снабдевањем сировина и материјала потребним за производњу врата. Ово укључује процесе прегледа и планирања на основу производње.

Компаније које желе да опстану на тржишту морају да буду у току са новим трендовима и потребама купаца. Процес истраживања тржишта је од изузетног значаја јер омогућава фирми да произведе производе који су потребни на тржишту. Ово се постиже кроз анализу тржишта, конкуренције и потреба купаца, а затим се на основу добијених информација планира дизајн и производња нових производа.

Правна служба је кључна за заштиту права и интереса компаније. Она има за задатак да анализира законе и прописе који се односе на пословање компаније, да се бави регулаторним прописима и да помаже у решавању правних проблема.

## **Везаност процеса**

Процес костура, у контексту производне фирме, је у основи управљачки процес који координира све друге производне процесе, као такав нема засебне особине и квалитете већ је само ту да би се осигурао непрестан и квалитетан ток рада

Једна поједностављена листа ствари којима се костур бави би била:

1. Доставља неопходне информационе ресурсе процесима
2. Везује процесе у једну кохерентну јединицу
3. Контролише све "back-end" функције, један од којих би био менаџмент корисничких налога

## **Веб-сајт и Мобилна Апликација**

Иако фирма има два одвојена начина продаје, путем веб сајта и мобилне апликације, обе стране користе исте сервере и базе података, то јест исте везе (костур) да би се до података стигло и да би се подаци доставили до корисника који их затражи.

како би све странице и департменти у апликацији изгледали слично да се не би правила оштра транзиција када се прелази са једног екрана на други

## **Менаџмент налога**

Главни фокус костура за ово предузеће ће изузев приручника за стил, бити менаџмент налога који је веома важан када је у питању било каква веб-базирана операција, било то сајт или апликација.

Прављење корисничких налога има вишеструке бенефите, осим побољшања квалитета корисничког искуства омогућава имплементацију програма лојалности и боље оглашавање производа у складу са активностима на налозима. Поред тога, креирање корисничких налога позитивно утиче и на перформансе апликације јер коришћењем Google-вог Капча система смањујемо ризик од бот-напада, односно аутоматских захтева створених да успоре и чак зауставе веб апликацију.

## Изглед апликације

Мобилна апликација и десктоп сајт морају да имају различите корисничке интерфејсе због разлика у величини екрана и у односу ширине и висине између телефона и рачунарских монитора. Мобилна апликација користи већа дугмад и написе како би се омогућило читање и коришћење интерфејса на мањим екранима телефона. Од суштинске је важности да корисник добије узвратну информацију о томе који елементи програма су интерактивни, а који су само за информацију или декорацију. Зато смо у нашем корисничком интерфејсу омогућили да се све дугмад мењају бојом када курсор прелази преко њих. Овакав приступ у корисничком интерфејсу олакшава кориснику коришћење апликације и употребу интерактивних елемената.

Када корисник одабере опцију претраге производа, отвара се страница за претрагу где корисник може унети кључне речи или параметре за претрагу производа, као што су боја, материјал, стил и цена. Постоје и опције филтрирања претраге, које омогућавају кориснику да подеси претрагу да би се одговарала њиховим потребама.

Категорије производа су представљене кроз једноставан и интуитиван систем менија, где корисник може изабрати између врата за домове, куће за гаражу, као и специјалне производе и услуге. Када корисник изабере категорију, отвара се страница са детаљним информацијама о производима у тој категорији.

На страницама производа, корисник може видети слике производа, цене, описе и спецификације. Такође постоје опције за додавање производа у корпу, куповину и сподобе за куповину више производа.

На страници информација о компанији, корисник може пронаћи податке о историји компаније, нашој мисији, контакт информацијама и често постављаним питањима.

## Форме апликације

Кориснички интерфејс укључује следеће форме:

- Форма за унос новог сарадника треба да садржи: шифру, шифру уговора, име, презиме, адреса, град, јмбг, број личне карте, број рачуна у банци, шифру особе која га је довела, датум када је дошао, датум када је отишао(ако је отишао), и број телефона.
- Форма за унос новог клијента треба да садржи: шифру, име, презиме, адреса и број телефона.
- Форма за унос новог заинтересованог треба да садржи: шифру, име, презиме, адреса и број телефона.
- Форма за унос ценовника треба да садржи: име, шифру, цену производа и интервал важења цене производа. Интервал важења представља датум од кад до кад важи посматрана цена производа.
- Форма за унос новог продајног уговора треба да садржи: шифру сарадника, шифру клијента ако постоји, ако не онда треба отворити форму за унос новог клијента и узети његову нову шифру, шифре продајних производа(њихове цене се аутоматски узимају из ценовника), попуст ако постоји, начин плаћања.
- Форма за унос продајних артикала треба да садржи: име, шифру, цену, опис(материјал, димензије, тежину) и напомену(нпр да ли је роба ломљива, истегљива итд..., и како се одржава).
- Форма за унос корисника треба да садржи: име, презиме, корисничко име, email, поштанска адреса и број картице.

## ССА Дијаграми

Корен као база над којим се остали процеси граде укључује РУТ (ROOT) и Први ниво декомпозиције.

