ĐẠI HỌC BÁCH KHOA HÀ NỘI

TRƯỜNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

──────── \* ───────

Ảnh có chứa văn bản, áp phích, Phông chữ, Đồ họa

Mô tả được tạo tự động

**BÁO CÁO**

HỌC PHẦN: PHÂN TÍCH THIẾT KẾ HỆ THỐNG

*(Mã học phần: IT3120)*

***ĐỀ TÀI:*** Phân tích và thiết kế hệ thống bán quần áo

Nhóm: **010**

Mã lớp học: **157516**

Giáo viên hướng dẫn: **TS. Trần Việt Trung**

Danh sách sinh viên thực hiện:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| STT | Họ và tên | MSSV |
| 1 | Nguyễn Trung Kiên | 20215468 |
| 2 | Nguyễn Trung Thành | 20215482 |
| 3 | Đào Thành Mạnh | 20211014 |
| 4 | Nguyễn Anh Quân | 20215465 |
| 5 | Trần Trọng Khiêm | 20215402 |

***Hà Nội, tháng 05 năm 2025***

# **Chương 1. Đặt vấn đề**

Việc mua sắm trực tuyến đã trở thành một lựa chọn an toàn và phổ biến trong những năm qua, vì đa số người tiêu dùng đã tìm thấy sự thuận tiện và dễ dàng để chọn lựa cửa hàng, sự thoải mái trong việc mua bán và thanh toán. Một trong những yếu tố hấp dẫn nhất về mua sắm trực tuyến, là trong các kỳ nghỉ lễ, nó làm giảm bớt việc phải xếp hàng chờ đợi để tìm kiếm những mặt yêu thích trong các cửa hàng. Những ưu thế của việc mua sắm trực tuyến đã làm thay thế được những bất tiện trong cách mua bán truyền thống. Người tiêu dùng, khi mua sắm trực tuyến, họ có thể mua sản phẩm được lựa chọn nhanh chóng bằng cách thực hiện một số cú nhấp chuột, họ có thể chọn và mua những mặt hàng yêu thích từ thị trường vô tận và không giới hạn do internet cung cấp, họ không cần phải đi đến các cửa hàng, và không bị giới hạn bởi giờ mở cửa, họ có thể đặt hàng mọi lúc, mọi nơi và hơn nữa việc giao hàng có thể được yêu cầu không chỉ đến nơi cư trú mà còn ở nơi làm việc, do đó người tiêu dùng có thể mua sản phẩm với điều kiện thuận lợi nhất (giá cả, chất lượng, giảm giá khác) phù hợp với nhu cầu cá nhân. Theo một cuộc khảo sát toàn cầu gần đây do Công ty Nielsen thực hiện, hơn 85% dân số trên thế giới đã sử dụng Internet để mua hàng, tăng 40% so với hai năm trước và hơn một nửa số người dùng Internet là những người mua sắm trực tuyến thường xuyên. Ưu thế của việc mua sắm trực tuyến ngày càng trở nên phổ biến. Nhóm em mong muốn xây dựng một sàn giao dịch thương mại điện tử nhằm góp phần mang lại sự tiện dụng cho người dùng.

Tài liệu này mô tả khách hàng, người dùng, nhân viên và quản trị viên quản lý phân tích các chức năng của họ có thể được sử dụng trong thời gian hoạt động. Mục đích mô tả tài liệu của hệ thống và các tính năng, giao diện, ràng buộc mà hệ thống phải thực hiện để đáp ứng với bên ngoài để kích hoạt. Tài liệu dành cho các bên liên quan và nhà phát triển phần mềm.

Trên thực tế, bất kỳ phần mềm nào cũng cần có tính năng quản lý người dùng, nhóm người dùng và cần phân quyền sử dụng các chức năng trong hệ thống. Mục đích của phần mềm là tạo ra một mô hình quản lý người dùng, vai trò người dùng và các chức năng mà người dùng có thể sử dụng trong thời gian hoạt động. Khách hàng có thể đăng ký tài khoản mới bằng tài khoản Gmail. Khi đăng ký thành công, khách hàng có thể đăng nhập với tư cách là người dùng của hệ thống, với các chức năng bổ sung hơn. Người quản trị là người quản lý chính hệ thống, có thể phân quyền cho nhân viên quản lý đơn hàng, sự kiện, vouchers. Khi Khách hàng, Người dùng, Nhân viên, Quản trị viên sử dụng một chức năng của hệ thống sẽ xuất hiện giao diện mới tương ứng với chức năng đó.

# **Chương 2. Phân tích nghiệp vụ**

## 

## **2.1. Cơ cấu tổ chức**

Phần mềm có 4 tác nhân là Guest, User, Staff và Administrator. Guest là vai trò của một khách bình thường không đăng nhập vào hệ thống, sau khi Guest đăng nhập vào hệ thống thì Guest trở thành User. User là vai trò của người dùng bình thường sau khi đăng nhập thành công vào hệ thống. Staff đóng vai trò là người tạo đơn hàng offline, quản lý đơn hàng, sự kiện, voucher. Administrator đóng vai trò là người quản lý chính của hệ thống, có thể thực hiện tất cả các chức năng của nhân viên, quản lý người dùng và quản lý sản phẩm, hơn nữa.