ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ РЕСПУБЛИКИ ХАКАСИЯ

«ХАКАССКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Специальность 09.02.07

Информационные системы и программирование

Отчет по учебной практике

Тема: Проектирование и разработка информационных систем

МДК. 05.01 Проектирование и дизайн информационных систем

Руководитель:

Е.П.Лукьянова

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(оценка, дата)

Выполнил:

Студенты группы ИС(ВП)-21

Н.С Огнев: А.Д Лаптев; Е.С Борисов

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(дата)

Абакан 2019 г.

# Введение

В условиях динамичного развития рыночной экономики для принятия эффективных управленческих решений предприятиям и организациям требуется целесообразная система информационного обеспечения. В 21 веке использования информационных ресурсов является одним из самых основных пунктов для выживания в жесткой конкурентоспособной среде.

Создание хорошего сайта является важным шагом для эффективного управления компанией , но для этого важно разобрать структуру предприятия, его бизнес-модель и взаимодействие пользователя с предприятием

Информационный ресурс необходим и для того что бы клиенту было удобнее делать заказы, что бы он мог узнавать всю необходимую информацию о предприятии. Самому предприятию сайт нужен для того что бы размещать информацию о своих акциях, товарах, местоположения. Одна из важных функций информационного ресурса(в нашем случае сайта) это обеспечение обратной связи между администрацией и покупателем.

Без сайта у владельцев заведения возникают многие сложности:

Хранение данных о клиенте требует места;

Распространение информации о предприятии замедляется;

Нет обратной связи с покупателем;

Требуется множество по сути ненужных сотрудников.

В связи с этим у предприятия «Осетинские Пироги» есть необходимость в Сайте.

Для эффективного развития предприятия необходимо поддержания сайта на протяжении всей его жизни, при этом необходимо адаптировать интерфейс, функции и т.п. под конечные условия потребителя.

Практика состоит из: Технического Задания, Руководства Пользователя **(в финале вставить все разделы)**

В «Техническом задании» представлено то по каким критериям создавался сайт.

В «Руководстве Пользователя» то как он работает

**(Продолжить краткое описание каждого раздела)**

Практика выполнена на \_\_\_ страницах

# Актуальность

Современный мир круто меняется. Люди во всем мире все больше ценят свое время. На смену традиционному способу потребления через розничную торговую сеть в магазинах приходят привычки делать покупки он-лайн, через интернет магазины. Сфера общественного питания развивается по тому же пути. Заказ еды на дом и в офис через он-лайн сервисы уже стало для многих обыденным. Как утверждают соцопросы такая система питания является более выгодной, по сравнению с посещением ресторанов и кафе в обеденное и вечернее время по будням. 75% опрошенных, пользующиеся такими услугами, заказывают еду домой и в выходные. Спрос рождает предложение. Сервисы, работающие онлайн имеют моментальный отклик клиентов. Если заказ не удовлетворяет требованием, об этом узнает сразу большой круг потенциальных потребителей. Поэтому качественная вкусная еда гарантирована. Выбрать полюбившиеся ингредиенты и заказать пиццу в Абакане на свой вкус теперь стало очень легко и просто. В ассортименте 36 наименований вкусной пищи, приготовленных по рецептам осетинской кухни. Каждый новый заказ может приятно удивить неповторимым вкусом. Комбинация составляющих в определенных пропорциях, качество теста и сыра придает этому блюду особый вкус. Поэтому, кто решил накормить людей настоящим осетинским пирогом никогда не останется в убытке. Количество желающих покушать вкусно и угостить своих родных и друзей легко и быстро прямо не выходя из дома или офиса всегда будет расти.

# Цели работы

* Повышение продаж – основная цель, которая может достигаться самыми разными путями;
* Создание интернет-магазина позволяет его владельцу расширить рынок сбыта;
* Онлайн-торговля также не имеет ограничений по времени суток;
* Интернет-торговля связана с существенно меньшим количеством издержек, чем торговля оффлайн. Она требует меньшего количество сотрудников, гораздо меньших расходов на аренду и обслуживание помещений и так далее;
* Интернет-магазин дает возможность привлекать партнеров для продвижения товара при помощи создания партнерских программ, что является очень эффективным инструментом рекламы и продаж;
* Повышение качества обслуживания и работы с клиентами. Продажи через интернет-магазин позволяют сделать общение с покупателями более оперативным и эффективным, а значит — повысить процент постоянных клиентов магазина.
* Легкость оповещения клиентов о скидках, акциях и так далее;
* Возможность через сайт интернет-магазина давать потенциальным покупателям максимально развернутую информацию о товарах и услугах, публиковать рейтинги и аналитические отчеты, осуществлять консультации для покупателей, партнеров и дилеров;
* Сайт интернет-магазина может стать хорошим инструментом для обучения сотрудников и партнеров;
* Сайт интернет-магазина позволяет собирать и публиковать отзывы покупателей, осуществлять массу других форм оперативной обратной связи;
* На основе анализа статистики посещений сайта интернет-магазина и действий посетителей на нем можно оптимизировать свои рекламные усилия и расходы.

# Задачи работы

* Семантическая модель (ER диаграмма);
* Описание проектируемой предметной области;
* UML диаграмма вариантов использования;
* Введение;
* схема модулей;
* DFD;
* Технологическая карта приготовления Осетинского пирога (IDEF0);
* Техническое задание;
* Руководство оператора;
* Оформление отчета согласно ТиГ;
* Защита отчета.

# Обьем и структура работы

* 11.04.2019 – составление ER-диаграммы;
* 12.04.2019 – введение и описание предметной области;
* 13.04.2019 – UML диаграмма, схема модулей и технологическая карта приготовления Осетинского пирога;

# Описание предметной области.

Онлайн доставка еды – это тип сайта с возможностью доставки еды на дом, это в высшей мере эффективный инструмент торговли – он способен привлечь внимание потенциальных покупателей. Как и другие всевозможные маркетинговые ходы, прямо основанные на отклике, в первую очередь он должен заинтересовать потенциального покупателя, а после сподвигнуть его на некоторые действия.

Что же видит пользователь зайдя на сайт?  
На сайте представлено множество видов еды поделенных на несколько видов:

* Пекарня осетинских пирогов «от души»;
* Пицца меню;
* Гриль-Лавка «Котлета».

Как правило сайты подобного типа строятся на таких основных разделах как:

* Меню;
* Онлайн Заказ.

Остальные разделы лишь дополняют сайт, и делают его комфортнее.

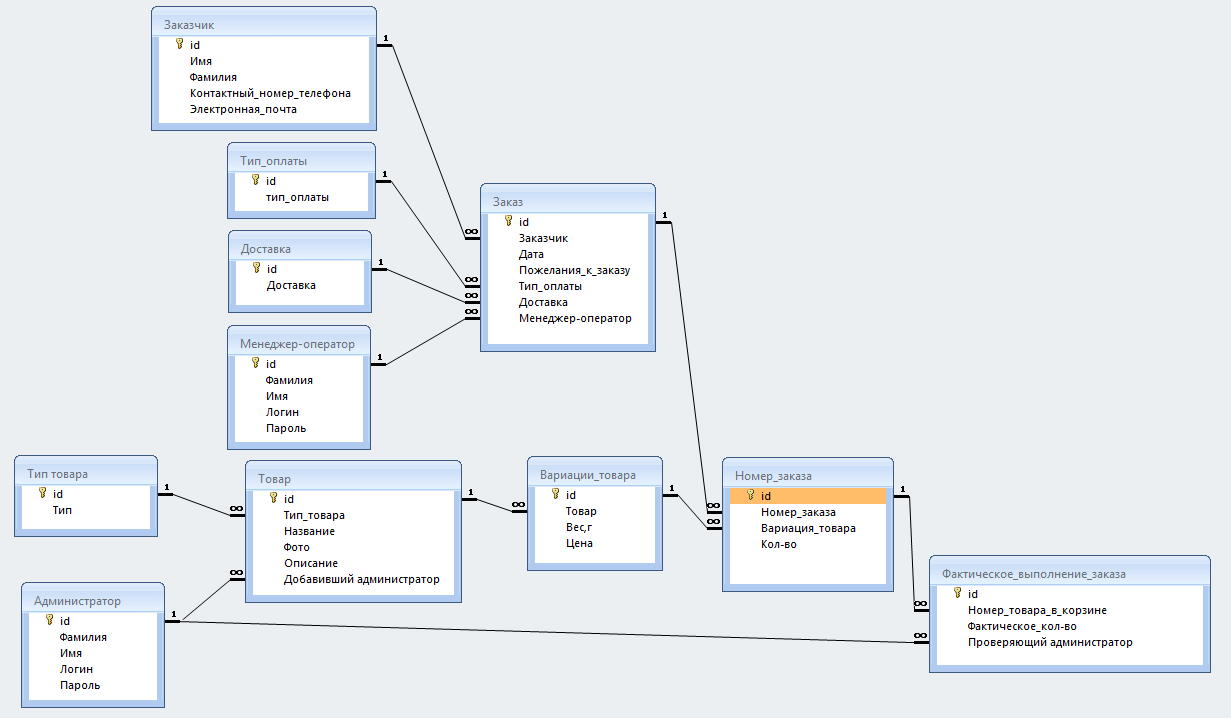
Меню: выглядит как сложная структура с множеством уровней данных, которая выполняет функцию упорядочивания товаров что позволяет покупателю выбрать товар.

Онлайн-Заказ: Специальный раздел в котором покупатель выбирает товар из меню и добавляет его в корзину через специальную кнопку где и оформляет заказ с доставкой указывая свои данные.

При оформлении заказа учитывается то из какого он взят раздела, и его цена за определенный вес.

Далее сайте передает информацию в заведение, а там уже дело за реальными людьми, после того как покупатель получает товар, он может оставить отзыв в специальном меню на сайте, что скажется в плюс к репутации сайта.

**Семантическая модель**



*Рис. 1 ER-диаграмма*

# Проектирование функциональной архитектуры программного средства

# UML диаграмма



*Рис. 2 UML диаграмма (администратор)*

Администратор может:

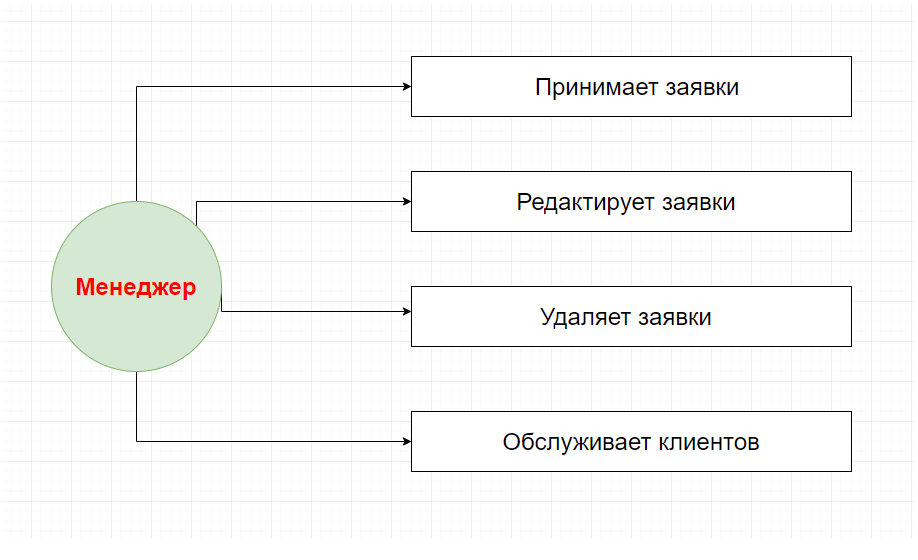
* Вводить информацию о товаре;
* Редактировать информацию о товаре;
* Удалять информацию о товаре;
* Формировать документ «Фактическая заявка по заказу».



*Рис. 3 UML диаграмма (клиент)*

Покупатель/клиент может:

* Выбрать товар на сайте;
* Добавить товар в корзину;
* Выбрать вид доставки;
* Выбрать тип оплаты;
* Ввести персональные данные для более качественной доставки;
* Отправить заказ.

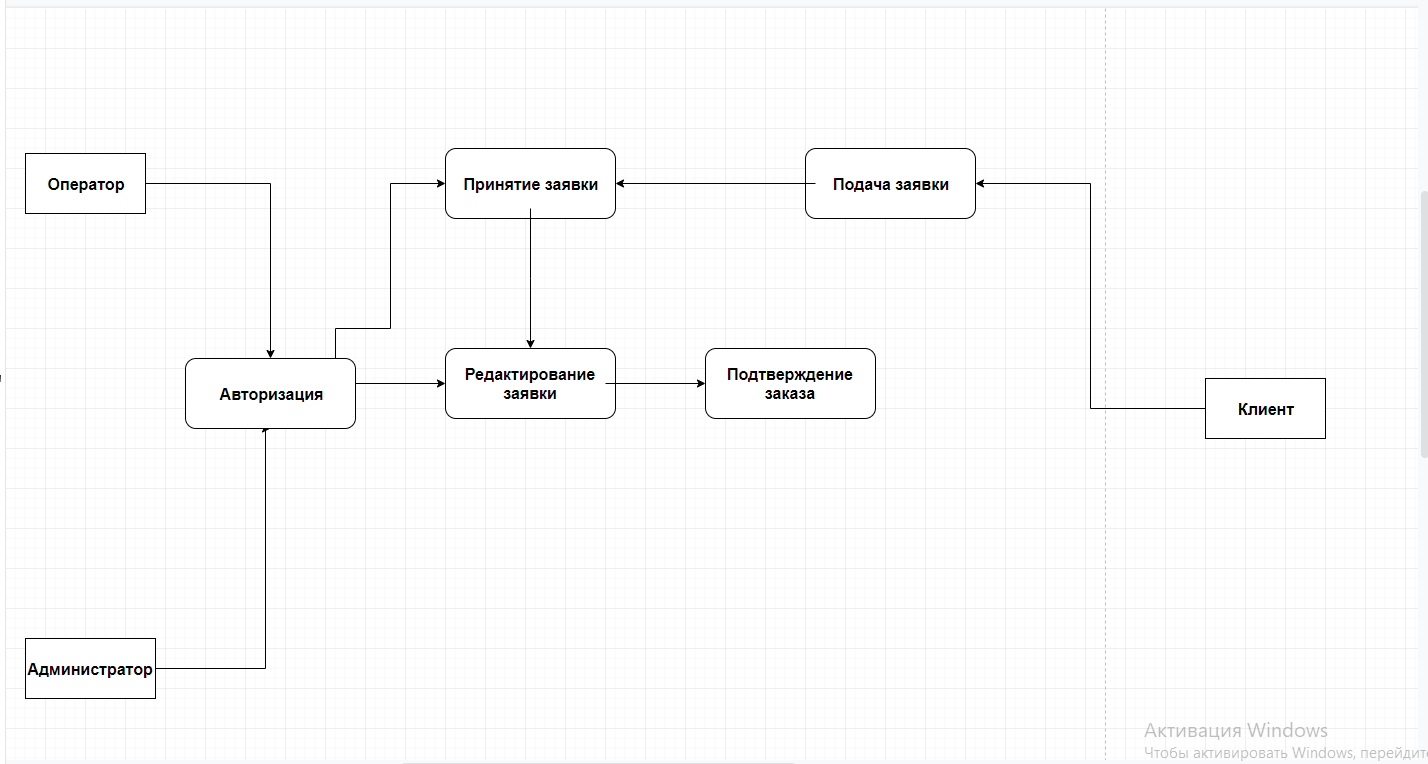


*Рис.4 UML диаграмма (менеджер)*

Менеджер может:

* Принимать заявки;
* Обслуживать клиентов.

# Схема модулей



*Рис.5 Схема модулей*

В начале рабочего дня Оператор и Администратор авторизируются под своими логинами/паролями на сайте. Клиент заказывает еду, затем оператор принимает заявку. Звонит клиенту, подтверждает заказ с клиентом. Затем администратор подтверждает заказ, формируя «фактическое выполнение заказа».

# Заключение

# Глоссарий