Вот, потому что информацию нужно найти, всё.

Не все нашли информацию о том,

как мы совершаем проект, как мы снимаем разработчика.

И, по-моему,

что-то ещё как-то не находили, выскучило из головы.

Вот.

Но это... Я, извиняюсь, что влезаю. Я не нашла по поводу замены сотрудника. Может

быть потом можно было бы посмотреть готовый вариант,

ну уже с цветами?

Готовый вариант цветами нет, но мы можем его вам сделать, да.

Ну или просто хотя бы у вас есть конкурс, где я стерялась информацией, чтобы мы уже сами нашли, ну по крайней мере, какой конкурс?

Ну это хорошее замечание, да. То есть как бы я думаю, что мы тогда к завтрашнему дню попробуем подготовить вам этот материал. Кому-то я еще когда проверял, я прописывал, типа, что это неправильное выделение из первых работ, то есть я там писал в Google комментарии.

Да, еще такой момент, то есть задание нужно присылать именно Google ссылкой, Google документам для того, чтобы можно было писать комментарии там,

для того, чтобы можно было делать самостоятельное выделение и так далее. То есть если кто-то скинул, Axut, по-моему, скинул городовский документ, то я с ним онлайн работать не могу, то есть мне нужно устанавливать Word.

Мне кажется, что этой темы у вас не было в Basic Tools, но я приснил, то есть Word — продукт платный.

То есть майкрософтовский офис — это платный набор инструментов.

Вот.

Word — не portable формат, то есть он не одинаково открывается на разных устройствах.

То есть Word с документами пользоваться для общения с клиентами нельзя.

То есть, во-первых, они не смогут его открыть во многих случаях, да,

а в тех случаях, когда смогут открыть,

есть вероятность, причем довольно высокая, что документ будет у них отображаться не так, как у вас.

То есть именно поэтому для работы мы используем Google Doc, потому что мы все онлайн открываем и редактируем, нам не нужно устанавливать для этого какое-то дополнительное программное обеспечение.

Плюс, ну, Майфорд сидит на Google Sheets, то есть у нас эти продукты, они просто куплены.

То есть Word, Microsoft Office никто у нас не покупает.

Ну плюс для простых,

для обычных людей, то есть как бы все эти продукты, они просто бесплатные.

То есть поэтому это тоже не составляет никакой проблемы, в отличие от майкрософтовских.

И еще такой момент.

Да, то есть как бы для пересылки готовых документов используется PDF. В PDF не ездит форматирование.

PDF расшифровывается как Portable Document Format,

он специально спроектирован таким образом, чтобы им можно было обмениваться.

И просмотрщики PDF-файлов, они для всех всегда были бесплатны, то есть там уже лет 20-30 они для всех бесплатны. А можно вот такой вопрос.

Изначально вот нам присылают документ в PDF,

но для того чтобы конвертировать его в Word формат,

эти приложения платные. Можно ли просто самому уфа у нас копировать и сделать из него ворд, в ворде отформатировать и потом уже конвертировать в pdf и прислать в pdf, или это всё мудрее, есть какие-то быстрее способы, более легкие?

Конечно, есть.

Ну, то есть, первый способ — это взять и открыть просто этот файл, ну, таким, как в Google Доке, на Google Диск, и попробовать открыть его в док-формате,

ну, сказать ему конкретировать, он чаще всего конкретирует нормально. Если не получилось, если прям контракт плохой, если он не напечатан текстом, то, скорее всего, Google Docs это сделает.

Если нет, то просто выбиваешь в Google PDF to Docs, он тебе конвертирует. Да, но это платно.

Даже бесплатные сайты,

с вас 50 центов,

вот я когда делала, все,

просто абсолютно все,

сайт запрашивают подписку,

или там,

ты такой кликаешь на сайт, где написано free,

и тебе выставили отсчет, там, 50 евроцентов.

Прошу прощения.

Там же в нашем случае только одну кнопку надо было нажать, он автоматически

конвертировался в нужный нам формат. И всё.

Там файл, и выбираешь конвертировать в DOC.

И не надо Никаких программ было, чтобы переводить.

И это, на самом деле, работает почти всегда, с исключением, если контракт действительно был, ну, не напечатан онлайн, да, то есть, допустим, он был уже распечатан на Твиттере и отсканирован. То есть тогда PDF-ка — это просто набор картинок.

Вот.

В таком случае вот эта штука, то, что Лиза сказала, она не будет работать, да. Но в таком случае очень легко работают всякие инструменты по распознаванию текстов.

И у Гугла, то есть если вы закинете это в тот же Google Keep и скажете ему, открой мне этот докформат, то он тоже вам сделает распознавание текста и сделает адекватное форматирование. То есть мы с этим тоже не должны смотреть.

У меня есть один вопрос.

Все, что не упомянуто. Там в тексте договора было сказано, что какие-то вещи оговариваются в приложениях. То есть, возможно, они были просто оговорены, были в приложениях, потом же рейтом по всем, простой и так далее.

Возможно.

Возможно.

Возможно, оно было, да? Но как к самому этому контракту тебе нужно упомянуть, что, типа, вот это, вот это, вот это здесь. Ну да, значит, обратно. Чтобы мы не принимали в обвинение это.

Да, потому что Warcorder вам никто не скидывал.

По контракту по домашке есть ли ещё какие-то вопросы?

У меня маленькая просьба. Можно будет потом показать, как правильно этот PDF-файл, который у нас был в домашнем задании, перекинуть на Google Doc?

Потому что у меня вчера полетело всё форматирование,

я страдала очень долго.

Давайте поднимем руку, у кого это получилось легко, и после сегодняшней встречи, как мы закончим наш колл, То есть останьтесь ненадолго здесь, как бы Женя тогда покажет, как она это сделала.

Вот.

Хорошо.

Ещё какие-то вопросы?

Документик мы тогда подготовим, вам завтра выясним.

Себе тоже сохраню.

Будет пример хороший в разметке.

Покажи,

как ты там чёркаешь. Всякие ещё эти clients, большую L.

Но тут просто задание было другое. Ваша задача сделать колор-кодинг.

То, что Юля рассказывает, это окончательная, финальная вычетка. Поэтому там,

когда мы общаемся с клиентами, мы обращаем внимание на все вещи.

То есть здесь, в частности, были и другие моменты, которые следовало обозначить, а не все документы так себе оформлены.

Жень?

У тебя рука поднята.

Это я типа что потом покажу, как нужно форматировать.

Хорошо.

Так, идем дальше.

Второе задание, которое у вас было, это тест.

Собственно, почему мы его не совсем успели проверить, потому что его нужно перечитать.

Знаем, какие вещи мы обращаем внимание.

Кому понравился тест, поднимите ручки.

Кому тест показался простым,

интересным и всё такое.

Ну да, да,

я не верю всем, кто поднял руки.

Буду следить за достоверностью, предоставленной вами информацией.

Смотрите, задача теста, на самом деле, это не проверка ваших знаний, а заставить вас размышлять, показать нам, как вы это делаете.

То есть там во многих вопросах просто нет правильного ответа. Мы хотим увидеть, что вы про этот повод думаете.

Первое, второе, мы смотрим,

как вы эти мысли излагаете.

Там же ответы на английском языке присыланы, правильно?

Да, было очень важно, потому что большая часть коммуникации у вас все равно на английском языке,

поэтому с клиентами это уж точно, поэтому нужно понимать, как вы вообще формулируете свои мысли, какая у вас там лексика в этом плане.

Поэтому это не тест типа централизованное тестирование, выберите три правильных варианта ответа и все такое. И ни разу нет, то есть все вопросы открытые.

Нет уже там типа выберите из вариантов?

Нет, почему? Там несколько вариантов. Несколько было, да?

Я вставила просто Software Design Cycle, но что-то такое.

Ну да, это что-то немножко расслабились, да, потому что на самом деле ключевая задача теста — это сделать ревью предыдущего материала для себя,

показать, как вы вообще в нем ориентируетесь, посмотреть, как вы вообще размышляете на эти темы. Некоторые вопросы, в принципе, сформулированы неправильно.

Некоторые вопросы сформулированы неправильно, некорректно. Некоторые сформулированы провокационно.

Потому что в реальной жизни, когда вы общаетесь с клиентами, они не формулируют мысли по книжному.

Они не формулируют вам тест. Они не проверяют, типа, давайте-ка я проверю, насколько хорошо они ориентируются в этой теме. Нет, то есть они просто выплёскивают на вас какой-то дурацкий поток слов, из которого вам нужно разобраться, как продолжить диалог.

Поэтому это не совсем, не столько тест, сколько как бы такой своеобразный тест на коммуникацию с клиентами. Не тест на проверку знака предыдущего материала,

сколько тест на коммуникацию с клиентами. Поэтому вот эти вот основные моменты мы будем смотреть. Мы смотрим,

насколько это вообще по теме, ваше размышление,

смотрим,

насколько ясно вы излагаете свою позицию, мысли и так далее.

Корректность.

То есть если там написано какие-то глупости просто, то мы будем это указывать. Если очевидные какие-то проблемы. Если какое-то лёгкое непонимание и недопонимание,

как правило, в личной коммуникации это не играет существенной роли, поэтому принимать во внимание мы это не будем.

Вот. Просто проверяем как бы полноту и какое-то общее направление мысли, насколько это вообще похоже.

ну, тест будет примерно так проверять, поэтому нам нужно чуть больше времени для того, чтобы вычитать всё, что вы написали.

Какие-то вопросы еще по тексту?

Все в восторге от этого задания, которое получили?

У меня небольшое замечание. Очень тяжело было понять, на некоторые вопросы меня, например, ответили таким же направлением, а на другой вопрос у меня там вот такой текст.

потому что не очень понятно,

надо было на все прям коротко отвечать или надо было размазывать эти ответы?

размазывать ничего не надо,

редко вообще где-либо надо размазывать.

так, я смотрю, у нас здесь четыре человека.

вот,

отвечать нужно так, как ты считаешь нужным, да, то есть если ты нальешь просто воды, и это будет просто раздражать, да, то есть вот мы там поставим минусик в карму.

Вот, если ты ответишь коротко, но по делу это будет полностью корректный ответ,

то, ну, это плюсик в карму.

Да, Мария?

Это было случайно?

Нет, хотел сказать, что ваш ответ, что, в принципе, там просто некоторые вопросы были достаточно простые,

а другие требовали более широкого, развитого ответа, Поэтому, в принципе, мне кажется,

что на короткие вопросы хватает короткого ответа, тем более, что мы же тут не на каком-то там,

как вы сказали, тестировании, а просто для самих себя проверяем качество своих знаний.

Ну, прям не только для самих себя, для нас это тоже показатель, так что прям на тестировании. Просто суть теста — это не тест проверки усвоенного материала, суть теста — это тест, как вы будете отвечать на дурацкие вопросы.

Двигаемся дальше? Хорошо.

Хорошо.

У нас в прошлый раз были темы,

первые две фазы, ну, по крайней мере, мы вам вкинули первые две фазы цикла разработки программного обеспечения.

Это фазы планирования и анализа.

При этом планировании мы успели рассказать, анализ мы не успели рассказать.

Нужно ли рассказать анализ?

Все прочитали, все понятно,

заострять внимание не будем. У меня только один вопрос. Там в конспекте лекции по бизнес-анализу две картинки даны.

Одна юзерстори, вторая юзкейс, да?

Какая из них какая? Попробуйте догадаться. Первая это юзерстори, а вторая юзкейс была? Там на одной картинке сверху было написано.

что это юзерстори, по-моему, на второй картинке. То есть первая картинка там, где человечки с кружачками — это юзерстори.

Да, на самом деле, опять же, я напомню, что у нас нет задачи как бы вас научить это всё делать, то есть это работа бизнес-аналитиков.

Просто хочется, чтобы вы хотя бы визуально, ну то есть визуальное подкрепление было какой-то теоретической базой, то есть чтобы вы примерно представляли на себе, что это вообще из себя выглядит. Если вам кто-то случайно показал какой-то документ, то вы примерно поняли, что там UserStory, понимать, как это составлять, вообще не нужно. Ну да.

То есть там, где человечек с кружочком, это useCase,

это графическая нотация из умейна, то есть Unified Modeling Language, Ну, которым, в принципе,

архитекторы, разработчики, да, и бизнес-аналитики тоже частенько пользуются.

Ну, прикол в том, что как бы use-кейсы рисуются в e-mail, и там обычно суперпростые диаграммы,

но большая часть методологии бизнес-анализа use-кейса — это все-таки текстовое описание.

И там довольно жестко регламентированный текстовый формат описания, мне кажется, что я тоже приклеил.

Честно говоря, там была картинка, где-то по блокам было расписано, что должно входить, и это даже не все, на самом деле, блоки, то есть это я тоже просто придернул. А,

там было еще теперь угадайте, где что.

Вот, отлично.

Вариант первый — это use cases, то есть это довольно жестко регламентированный формат описания требований.

То есть это такой старый формат, то есть нужно понимать, что у нас на самом деле существует,

по большому счету борются в программной индустрии две ветки вообще любых процессов. То есть первое — это формальные интерфейс-процессы.

Куда у нас относятся всякие RAP,

waterfall с точки зрения project management,

UML-диаграммы, то есть вот эти формальные спецификации. А есть гибкие, быстрые методологии,

к которым относятся всякие agile-практики.

И там как раз требования пишутся в виде юзера старей, то есть спецификации никто толком не оформляет.

Ну и вы можете видеть, что оно на самом деле по формату оформления, то есть с одной стороны там человечки нарисованы,

какие-то карточки и всякое такое, типа это agile подход.

Документ с четким форматированием,

разделами, которые должны быть заполнены и так далее, то есть это формальный use case подход.

Конечно, все предпочитают agile подход, потому что можно всякую фигню выдавать за сделанную работу,

И никто толком не проверит, потому что никто не знает, как это должно по итогу выглядеть. То есть просто время идет, работа делается, деньги платятся, все счастливы.

В отличие, ну, и это занимает намного меньше времени. Для клиента, возможно, аргументами являются то, что это занимает намного меньше времени. Качество работы, конечно, проделано чаще всего, но на порядок ниже, чем в случае, когда бизнес-аналитики работают по-юзкиси.

С другой стороны, если приложение простое, вышиб на рынок должен быть быстро, но глубокий анализ не нужен. То есть кратковое описание каких-то юзерсторий, то есть это история какого-то человечка, какого-то персонажа, который пользуется вашим приложением, то есть это выглядит на порядок проще,

на порядок проще с точки зрения разработки, с точки зрения описания,

чем писать CD скейсы.

Еще, может, какой-то вопрос?

Да, в случае с юзкейсом, там сверху прописано юзкейсом.

А,

знал, да?

Все, бежим дальше?

Побежали.

Тогда у нас с вами идет следующий таргет.

Двигаемся не спеша, по большому счету, но постараемся побыстрее пробежаться. Я,

довольно много времени уделил этой следующей фазе. Это дизайн или решение, которое, в общем,

делается на третьей фазе жизненного цикла разработки программ, наверное, без причины. Почему уделяю этой фазе много времени? Потому что с ней во многом сталкиваются ссылы,

во многом сталкиваются бизнес-аналитики. Потому что в случае с требованием, если вы работаете по agile, то чаще всего клиенты из стартапа приходят и соглашаются на agile. То есть когда вы работаете по use case, то там есть четкие артефакты, которые вам показывают, Вот у меня описано use case.

Вот у вас документ, он стандартной структуры, у него есть диаграмма,

которая поясняет взаимодействие системы с пользователями или внутренних подсистем.

То есть понятен результат, который можно показать клиенту. В случае с Agile и UserStore,

результат на самом деле сомнительный. Это тоже может быть документ,

но у него нет четкой структуры, То есть это такой неформальный документ. То есть по большому счёту UserStory можно прям даже в чате писать с клиентом. И у него не будет ощущения проделанной работы.

Вот. Поэтому, ну и ни один клиент не приходит такой типа с запросом типа так, мне нужен бизнес-анализ, напишите-ка мне UserStory для вот этого продукта. Нет. То есть как бы считается, что это работа, которая делается там где-то на фоне,

каким-то там параллельным образом и так далее. Будто бы на этом не то, чтобы выделять какое-то вменяемое время для того, чтобы сделать анализ.

Опять же, это недостаток быстрой разработки, ажиал разработки и, на самом деле, такого уровня квалификации бизнес-аналитика, с которым приходится работать.

У нас там не просто так была написана разница в бизнес-аналитике и технике лаборатора, то есть в случае с бизнес-аналитиком,

в случае с бизнес-аналитиком, то есть мы говорим о том, что там его задача – это анализ бизнеса. Его задача – это выявление причин проблемы клиента,

предложить ему решение, которое сможет это решить,

которое действительно сможет ему помочь. Чаще всего,

почти всегда,

в 99% случаев у нас происходит подмена понятия, и бизнес-аналитик не делает никакого анализа бизнеса.

Он даже не пытается его сделать.

Он приходит к клиенту, и все, что делает, он пытается записать за клиентом то, что тот считает у него работать не так или неправильно.

То есть, как правило, наши бизнес-аналитики, то есть в Белоруссии почти всегда,

еще раз там 99% случаев, они на самом деле не разбираются в бизнесе клиента, то есть они приходят, его слушают,

не задают какие-то глубокие вопросы, просто пытаются формализовать те требования, которые есть у него.

То есть те решения, которые есть у него. То есть клиент, как правило, сам придумывает себе решение, и бизнес-аналитики просто документируют это решение.

Это вообще не анализ.

Это техписо-секретарей.

Там не нужна никакая техника выявления потребностей, там, поиска проблем, ничего не надо.

Весь бизнес-аналитик сводится к техническому писателю,

к человеку, который просто как ходит, Типа уточняют отдельные элементы того, что тебе рассказал клиент.

В этом смысле от него немного проку, и,

в таком случае useCase и useHistory подойдут прекрасно.

Особенно учитывая то, что клиенты не особо любят вдаваться в подробности. То есть если вы посмотрите там эти разницы работы, то в случае с useCase вам нужно писать exceptional case.

Вы будете слышать это словосочетание, exceptional case, то есть у нас есть happy path,

то есть это счастливый путь, то есть это путь, который клиент проходит, когда у него все получается. То есть он заходит, например, к вам в приложение, допустим, у вас там приложение личной финансы, у нас у нас уже база личной финансы, у вас там приложение личной финансы. Вы заходите, то есть у вас открывается формочка логина, вы там кликнули, у вас прошла авторизация, у вас открылся там дешборд,

на дешборде вы увидели какой-то хайлайт, кликнули на этот хайлайт, вам показался отдельный репорт с какой-то хайлайтом. То есть это хэппи-пасс.

То есть об этом все любят говорить, об этом все любят рассказывать.

А что такое exceptional case? Это когда что-то пошло не так.

То есть вам открывается формочка логина, нажимаете кнопочку «зайти», а он такой типа «оп», а ваша почта не найдена.

Это exceptional case. То есть исключительные ситуации, когда у нас что-то пошло не так.

Допустим, он зашел, но у него поломался дашборд. На дашборде недостаточной информации для того, чтобы отобразить какую-то диаграмму по расходам.

Все эти вещи нужно прописывать. Клиент, как правило, не думает о таких вещах. Клиент всегда думает только в терминах хэппи-пасса. Типа, я сейчас распишу, как у меня всё будет клёво работать. То есть, клёво оно у тебя будет работать,

когда у тебя будут данные в переложении, когда у тебя пользователь правильно зарегистрирован.