

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт космических и информационных технологий  
институт

Кафедра «Программная инженерия»  
кафедра

**ОТЧЕТ О ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ № 1**

Выявление и сбор требований  
Тема

Преподаватель		И. В. Ковалев
	Подпись, дата	Инициалы, Фамилия
Студент	КИ19-17/1Б, №031939174	А. К. Никитин
	Номер группы, зачетной книжки	Подпись, дата
		Инициалы, Фамилия

Красноярск 2020

## **1 Цель**

Изучить теоретический материал по выявлению и сбору требований. Получить навыки составления вопросов к интервью и проведения анкетирования.

## **2 Задачи**

Список задач:

- а) подготовить вопросы для интервью со специалистами со стороны заказчика;
- б) провести анкетирование среди пользователей;
- в) составить концепцию продукта;
- г) составить архетипы пользователей продукта.

## **3 Описание варианта**

№6: Компании по продаже спортивной одежды и обуви требуется мобильное приложение с дополненной реальностью, которое будет накладывать изображение товара на изображение пользователя с использованием камеры смартфона в режиме реального времени. Необходимо, чтобы приложение работало без подключения к интернету!

## **4 Ход выполнения**

### **4.1 Интервьюирование**

#### **4.1.1 Вопросы к техническому специалисту**

1. Действительно ли необходимо, чтобы приложение работало без Интернета? Мы считаем это решение противоречивым, так как для обновления базы данных одежды необходимо будет каждый раз делать обновление, что неудобно ни программистам, делающим это обновления, ни пользователям.

2. Для каких версий Android и IOS необходимо вести разработку?

3. Какой язык для разработки предпочтителен? Какую нейросеть использовать?

4. Предоставите ли вы нам необходимую базу данных тел и ног для обучения нейросети?

5. Будет ли выделен сервер под обучение нейросети, или его искать нам? Будут ли в таком случае оплачены расходы на аренду?

6. Нужно ли тратить время(=деньги) на документирование проекта?

#### **4.1.2 Вопросы к нетехническому специалисту**

1. Необходимо ли учитывать размер одежды при наложении изображения на пользователя?

2. Есть ли у вас мобильное приложение для интернет-заказов, и, если есть, не лучше ли встроить камеру в него вместо разработки нового приложения? У покупателя может возникнуть порыв купить одежду после онлайн-примерки, поэтому такой симбиоз приложений может привести к росту продаж.

3. Не могли бы вы описать, пожалуйста, каким вы видите интерфейс будущего приложения? На что ориентироваться при дизайне интерфейса приложения (дизайн сайта, логотип и подобное)?

4. Широка ли потенциальная клиентская база для данного приложения?

## 4.2 Анкетирование

Исходя из данных анкетирования [1]) были получены следующие результаты:

Укажите ваш пол

15 ответов

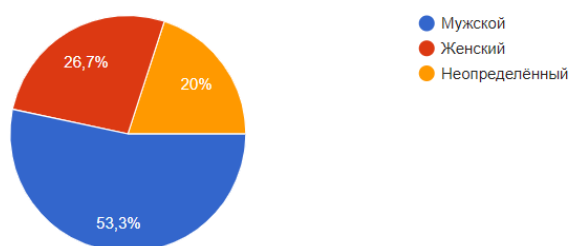


Рисунок 4.2.1 – Вопрос 1

Укажите ваш возраст

15 ответов

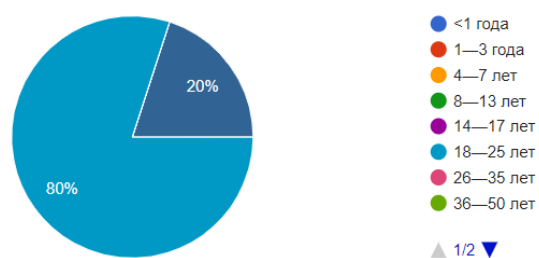


Рисунок 4.2.2 – Вопрос 2

Как часто вы пользуетесь интернет-магазинами спортивной одежды?

14 ответов

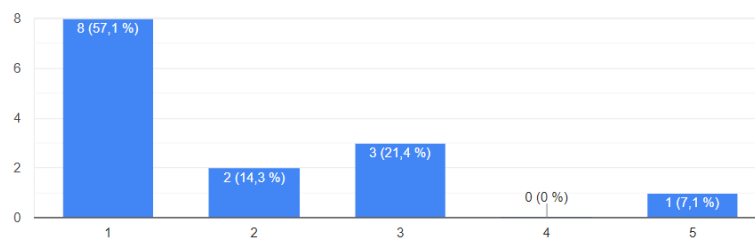


Рисунок 4.2.3 – Вопрос 3

Слышали ли вы о функции виртуальной примерки одежды до сегодняшнего дня?

15 ответов

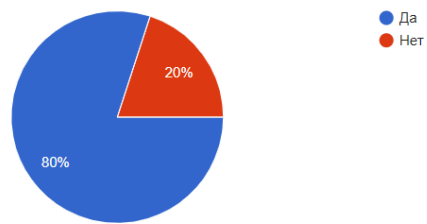


Рисунок 4.2.4 – Вопрос 4

Стали бы вы пользоваться интернет-магазинами одежды чаще, если у них была функция виртуальной примерки одежды?

15 ответов

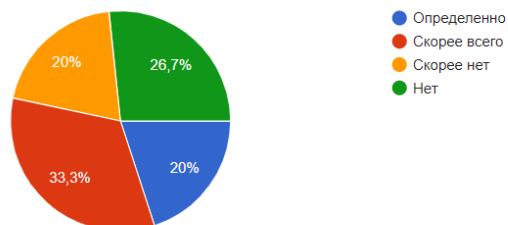


Рисунок 4.2.5 – Вопрос 5

Удобнее ли вам примерять одежду с помощью камеры на телефоне или вживую?

15 ответов

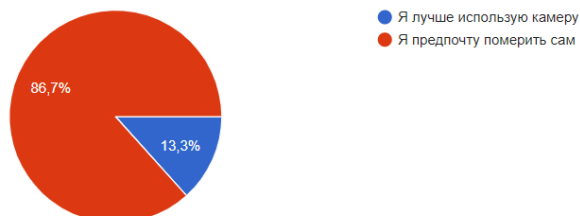


Рисунок 4.2.6 – Вопрос 6

Что бы вы предпочли: возможность работы приложения без подключения к Интернету, но с постоянными обновлениями, или необходимость Интернета, но без частых обновлений?

15 ответов

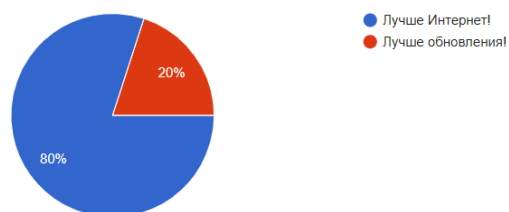


Рисунок 4.2.7 – Вопрос 7

Укажите, какие вы видите основные преимущества в использовании камеры дополненной реальности в примерке одежды

15 ответов

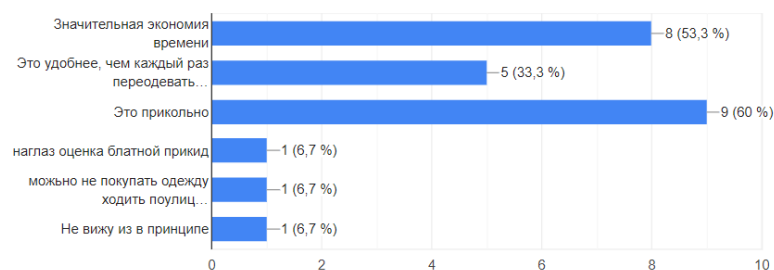


Рисунок 4.2.8 – Вопрос 8

Укажите, какие вы видите основные недостатки в использовании камеры дополненной реальности в примерке одежды

15 ответов

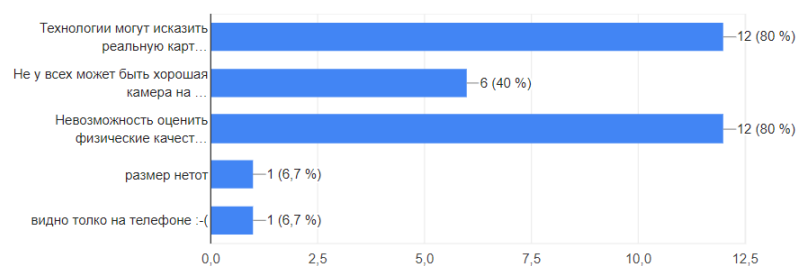


Рисунок 4.2.9 – Вопрос 9

Хотите ли вы, чтобы ПО само подбирало за вас необходимый размер?

15 ответов



Рисунок 4.2.10 – Вопрос 10

### 4.3 Классы пользователей

1. Админ. Имеет возможность корректировки различной информации, например, базы данных одежды.

2. Технический специалист. Имеет возможность корректировки работы приложения вплоть до приказа полной остановки работы программы и доступ к технической документации продукта.

3. Обычный пользователь. Имеет право пользоваться камерой.

4. Зарегистрированный пользователь. Если будет добавлена интеграция с интернет-магазином, может пользоваться камерой и совершать покупки в интернет-магазине.

### 4.4 Архетипы пользователей

1. Обыкновенные русские пользователи (отражено на рисунке 4.3.1). Характерной особенностью данного архетипа является отсутствие характерных особенностей. Обычный рядовой пользователь, который узнал о приложении и решил его опробовать. Как правило, молодой. Составляет большую часть потенциальных юзеров.



Рисунок 4.3.1 – Обыкновенный пользователь

2. Антисоциальные личности (отражено на рисунке 4.3.2). Выходить на улицу, идти в магазин, контактировать с консультантом и продавцом, – все это является нормой для большинства людей, но адом для затворников. Не желая идти на контакт с внешним миром, они с радостью будут пользоваться нашим приложением в уединении, чтобы этого избежать.



Рисунок 4.3.2 – Антисоциальные личности

3. Спортивные люди (отражено на рисунке 4.3.3). “Спорт – это жизнь, и жизнь – это спорт”. Таков девиз данного архетипа клиентов. Примерить в качалке с пацанами новые треники, затестить, как клево сидит недавно вышедшая модель ботсов, – что может быть лучше?



Рисунок 4.3.3 – Спортивные люди

4. Семья с детьми (отражено на рисунке 4.3.4). Как известно, дети – цветы жизни. А цветы очень быстро растут. Буквально месяц назад была куплена спортивная форма для урока физкультуры, и вот уже нужна новая. И чтобы не бегать с ноющими детьми по магазинам, можно просто использовать дополненную реальность, которая к тому же будет любопытна и детям.



Рисунок 4.3.4 – Семья с детьми



#### **4.5 Концепция продукта**

**Для** широкой аудитории потребителей

**Которой** нужно удобное средство для примерки одежды

**Этот** «Студенческий проект»

**Является** мобильным приложением с дополненной реальностью

**Который** позволяет без труда примерить спортивную одежду в виртуальной форме через камеру смартфона, экономя время, благие мысли и труды

**В отличие от** обычной примерки одежды в магазине

**Наш продукт** позволяет совершать все необходимые действия за считанные секунды в интересной для восприятия форме.

## **5 Вывод**

В выводе хотелось бы отметить информацию, которая не позволяет сформировать полную картину о структуре приложения. Во-первых, отсутствие информации от заказчика о важных структурных элементах (например, наличия интернет-магазина). Во-вторых, при сборе требований не выясняются организационные вопросы (н.п. дедлайны) и вопросы бюджета, которые напрямую влияют на качество продукта и вовлеченность команды в процесс разработки.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1) Мобильное приложение с дополненной реальностью для примерки спортивной одежды через камеру смартфона [Электронный ресурс]: Информационный сайт // – Режим доступа: <https://forms.gle/LfHitai6HzW31T4A8> (дата обращения: 28.09.2020).