І

Предмет мого тестування - **парасоля**.

Перш за все потрібно відзначити для яких цілей вона створюється. Чи це іграшкова, чи користувацька, даний продукт від сонячних променів чи дощу, чоловічі-жіночі-дитячі. Верифікуючи парасолю, яка має захищати від дощу - слід протестувати чи парасоля має ручку для тримання, чи вона зі складним стрижнем чи тростина (дані мають міститись в заданих вимог ), чи кількість спиць відповідає документації, чи тканина для парасольок вологовідштовхуюча, чи колір парасолі відповідає вимогам (якщо це вказано в вимогах). Чи присутній чохол, якщо такий має бути в комплекті.

Якщо звернутися до валідації, то тестувати я маю як зручно її тримати в руці, наскільки вона важка-чи легка, як зручно розкривати-закривати… чи витримає в вітрову…

Валідація - перевірка відповідності ПЗ (продукту) вимогам користувача (чи зручно користувачам користуватися даним продуктом)

Верифікація - перевірка та оцінка ПЗ (продукту) заданим вимогам.

ІІ

Product

+

стабільна робота в одній компанії

орієнтування на кінцевого користувача, не на замовника

творчість

-

однотипна робота (один продукт можна вдосконалювати роками)

залежність компанії від ситуації на ринку

Outsource

+

різноманітність проектів, замовлень

встановлений період та вартість робіт

на аутсорс легше потрапити початківцям

можливість більшої кількості знайомств

для прибутковості компанії достатньо пару великих замовлень

-

орієнтування не на продукт, а на бажання замовника

час визначений не компанією, а замовниками

після завершення замовлення, втрачаємо контакт з ним та не розуміємо яку користь він приносить користувачам

залежність від замовлень.

Крайнім невдалим продуктом, яким я користувалась - це були ножиці кухонні.. які мали погане сходження і не стригли, а просто “гладили” упаковки чи рибу.

ІІІ

Принципи тестування

1. Вичерпне тестування неможливе. Неможливо все протестувати, особливо тоді коли в тебе чітко окреслені часові рамки. Завжди потрібно враховувати пріоритети. Важливо розуміти як би ти не намагався все протестувати завжди залишаються умови які від тебе не залежать - різке збільшення користувачів, оновлення асортименту (якщо це маркетплейс), зміна діяльності замовника, оновлення браузерів.
2. Раннє тестування заощаджує час і гроші. Чим швидше ми знайдемо недоліки, дефекти тим легше їх виправити, тим більше буде продуктивність та якість у подальшому продукту. Одного разу в себе на роботі розробляли звіт, були неточності, помилки але виправити їх в перші дні появи на світ значно було легше, ніж коли через рік побачили що деякі дані відображаються не так як би хотілось, довелось звернутись до розробників які мало того що виправляють побажання протягом місяця (так як в них велика загруженість), та й в вартість була значуща в порівнянні з минулим роком.
3. Кластеризація дефектів. Якщо ми бачимо, що в модулі є багато дефектів нам слід прискіпливіше протестувати саме цю ділянку, оскільки саме вони є вхідними даними для аналізу ризику.