

POLITECNICO DI TORINO

Ingegneria

Corso di Laurea in Ingegneria Informatica

Monografia di Laurea

**LFS-Facebook: integrazione di
un'applicazione e-commerce sulla
piattaforma Facebook**

FILIPPO PROJETTO

Supervisore Aziendale

Fabrizio Reale

Dicembre 2013

Indice

1	Introduzione	1
1.1	L'azienda	1
1.2	Obiettivi	1
1.3	Tecnologie al contorno	1
2	LFS-Facebook	3
2.1	Progetti di partenza	3
2.2	Gestione backend di autenticazione	3
2.3	Integrazione dell'applicazione sulla piattaforma Facebook	4
2.4	Protezione delle viste con autenticazione richiesta	4
2.4.1	Pagina di login	5
2.4.2	Pagina di checkout	6
2.5	Personalizzazione del modello utente	6
2.6	Facebook plugin	7
2.7	Prodotti riservati ai fan	7
2.8	Internazionalizzazione	10
3	Conclusioni	13
3.1	Esperienza in azienda	13
3.2	Possibili sviluppi	13

Capitolo 1

Introduzione

1.1 L'azienda

Dal 2004 Redomino cura lo sviluppo, la commercializzazione e la manutenzione di piattaforme digitali open source per il business e dal 2007 fornisce servizi nei settori del digital marketing, del social media marketing e più di recente del green marketing e della co-creazione. La divisione green marketing di Redomino aiuta i clienti a comunicare al meglio i propri valori e le proprie eccellenze nel settore socio-ambientale con l'obiettivo di sviluppare innovative forme di business.

1.2 Obiettivi

Il tirocinio si è incentrato sull'apprendimento del linguaggio Python, del framework Django e delle API Facebook. E' stata realizzata, attraverso il supporto formativo del tutor aziendale e figure specializzate all'interno dell'azienda, un'applicazione web in grado di integrare come Facebook App un e-commerce. L'obiettivo non è stato quello di creare un sistema completo, ma dei moduli riusabili che prototipino il comportamento richiesto. Componenti fondamentali del tirocinio sono stati anche l'interazione con le comunità open source che seguono i suddetti progetti, e la documentazione di quanto svolto.

1.3 Tecnologie al contorno

Le tecnologie utilizzate durante lo sviluppo del progetto sono quelle ritenute molto spesso necessarie per la maggior parte dei progetti di sviluppo software. Tra queste:

- software di controllo versione, in particolare quello fornito da <https://github.com>, che è stato utile per le seguenti azioni:
 - creazione di un repository: `<git init>`;
 - aggiunta di file al repository: `<git add "nome file">`, `<git commit -m "messaggio che descrive la modifica">`, `<git push>`;

- mostra i cambiamenti tra file versionati e quelli in locale in fase di sviluppo:
`<git diff "nome file">`;
 - ripristino ad una versione precedente di uno o più file del progetto, o: `<git checkout "nome file">`.
- un build system basato su Python per creare, assemblare e sviluppare applicazioni da più parti, alcune delle quali potrebbe non essere scritte in Python. Creare un file di configurazione Buildout permette di riprodurre lo stesso software dopo lo sviluppo dello stesso senza perdite di tempo.

“While not directly aiming to solve world peace, it perhaps will play a role in the future, as people will be less angry about application deployment and will have more time for making love and music. –Noah Gift, co-author of 'Python For Unix and Linux' from O'Reilly.”
 - virtualenv, un tool che permette di creare versioni isolate dell'ambiente Python, utile per svariati motivi, tra cui:
 - ogni virtualenv ha i permessi dell'utente che lo crea, quindi per installare pacchetti aggiuntivi non occorrono i permessi di root;
 - lasciare l'installazione del sistema il più snella possibile;
 - aggiornare una o più librerie di Python, senza che venga compromesso il funzionamento di altri programmi.
 - E' stato necessario inoltre ottenere un certificato SSL, in quanto le politiche Facebook riguardanti le applicazioni prevedono come requisito una connessione sicura https. Openssl toolkit è stato utilizzato per generare una RSA Private Key e un CSR (Certificate Signing Request). Il CSR può essere utilizzato in due modi:
 - può essere inviato ad una Certificate Authority, come Thawte or Verisign che verificherà l'identità del richiedente ed emetterà un signed certificate;
 - la seconda opzione è creare un CSR self-signed.

Per i nostri scopi non è stato sufficiente ottenere un certificato self-signed.

Capitolo 2

LFS-Facebook

2.1 Progetti di partenza

Una fase preliminare del tirocinio è stata impiegata principalmente nello studio di due progetti open source: LFS e django-facebook. LFS è un negozio online che si basa su Python, Django (Web framework per Python) e jQuery. A questo è stato aggiunto poi un tema responsivo (anch'esso utilizza tra l'altro un progetto open-source, bootstrap), ed ha rappresentato la base sulla quale aggiungere delle funzionalità legate alla sua integrazione come applicazione fruibile su Facebook.

Django-facebook, invece, permette ad applicazioni django di registrare gli utenti tramite backend Facebook, convertendo i dati ricevuti dall'operazione di log in con Facebook, in un modello consono alle modalità di storing attraverso django.

2.2 Gestione backend di autenticazione

Un'esigenza che un progetto di un'applicazione potrebbe avere è quella di dover/voler pescare da un'altra sorgente di usernames e passwords.

Questo è proprio il nostro caso, vogliamo usare come backend di autenticazione quello di Facebook. Per iniziare si è testata un'applicazione django come LFS con LDAP.

LDAP è un protocollo di livello applicativo per accedere e gestire servizi di directory su una rete IP. Uno degli usi più comuni di LDAP è quello di fornire un “single sign-on” dove per la coppia d'informazioni utente:password è condivisa tra diversi servizi. Nel nostro caso è stato utilizzato openLDAP, un'implementazione opensource del suddetto protocollo.

Per aggiungere questa funzionalità ad un'applicazione Django è necessario modificare la variabile `AUTHENTICATION_BACKENDS` del file `setting.py`, in particolare Django mantiene una lista di “authentication backends” che egli verifica per ogni autenticazione.

Quando qualcuno cerca di autenticarsi, Django prova l'autenticazione lungo tutta la lista di backend per cui è impostato. Attenzione che l'ordine è importante in quanto django si fermerà al primo match positivo.

2.3 Integrazione dell'applicazione sulla piattaforma Facebook

Per inserire l'applicazione tra le App di Facebook è necessario procurarsi innanzitutto le credenziali.

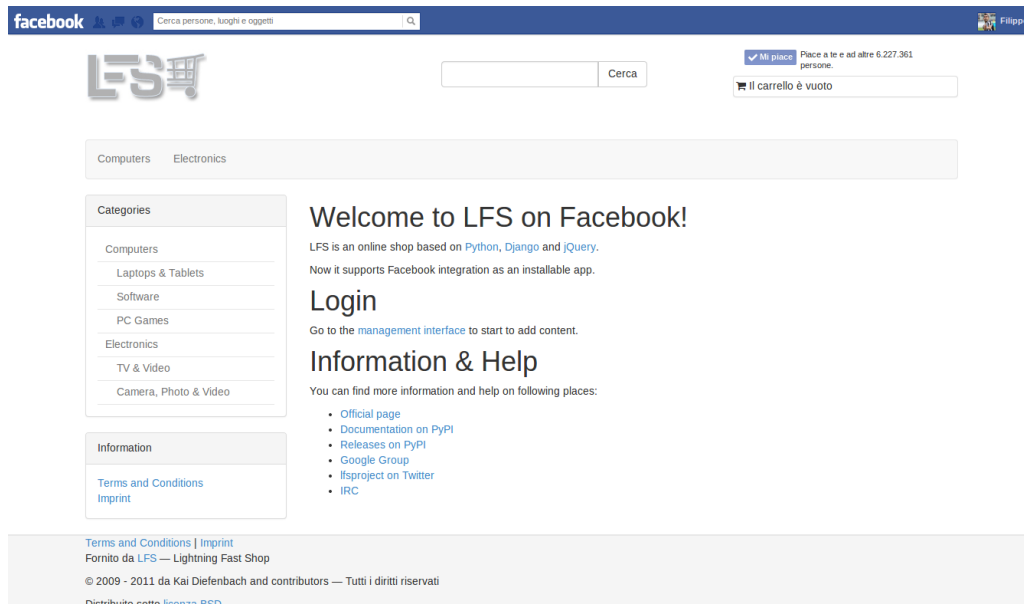
Qui i passi utili per ottenerle:

- raggiungere la Facebook Developers page;
- registrarsi come sviluppatore se non lo si è già;
- creare una nuova applicazione cliccando sull'apposito pulsante;
- accettare le normative della piattaforma Facebook;

Accedendo alla pagina principale dell'applicazione sono disponibili le due credenziali utili per il proseguo: ID applicazione e App Secret. Adesso vanno inserite nel file di setting del progetto:

```
FACEBOOK_APP_ID = 'YOUR APP ID'
FACEBOOK_APP_SECRET = 'YOUR APP SECRET NUMBER'
```

Da notare che è richiesta una connessione https.



2.4 Protezione delle viste con autenticazione richiesta

L'applicazione si presenta senza un link ad una pagina di login, in quanto l'utente sarà automaticamente rediretto alla procedura di autenticazione quando e se necessario.

Per ottenere questo comportamento si è scelto di creare un decoratore che protegga le viste desiderate. Le viste da proteggere non sono imposte dal sistema, ma è tutto pienamente configurabile attraverso il file di setting. Infatti, è stato creato un dizionario di variabili booleane, a ciascuna delle quali corrisponde una pagina che è possibile proteggere settando come 'True' la variabile in questione.

```
VIEW_WITH_LOGIN_REQUIRED = {
    'add-to-cart': True, #True or False
    'shop': False, #True or False
    'category': False, #True or False
    'product': False, #True or False
    'checkout': False, #True or False
}
```

Se una vista è protetta da decoratore, sarà dunque scandito l'elenco di variabili: se la variabile corrispondente è uguale a True, sarà chiamato un altro decoratore, nativo del framework Django, `@login_required`, che verificherà lo stato dell'utente, che se loggato procederà verso la pagina richiesta, altrimenti sarà rediretto alla pagina di login.

```
def permissions_required(view_name):

    def decorator(func):
        if settings.VIEW_WITH_LOGIN_REQUIRED[view_name]:
            return login_required(func)
        else:
            return func

    return decorator
```

Comunque si può scegliere di non proteggere alcuna vista e permettere la libera navigazione all'utente che agirà come utente anonimo, potendo aggiungere prodotti al carrello, andare alla cassa, decidere di completare l'acquisto e quindi effettuare il pagamento.

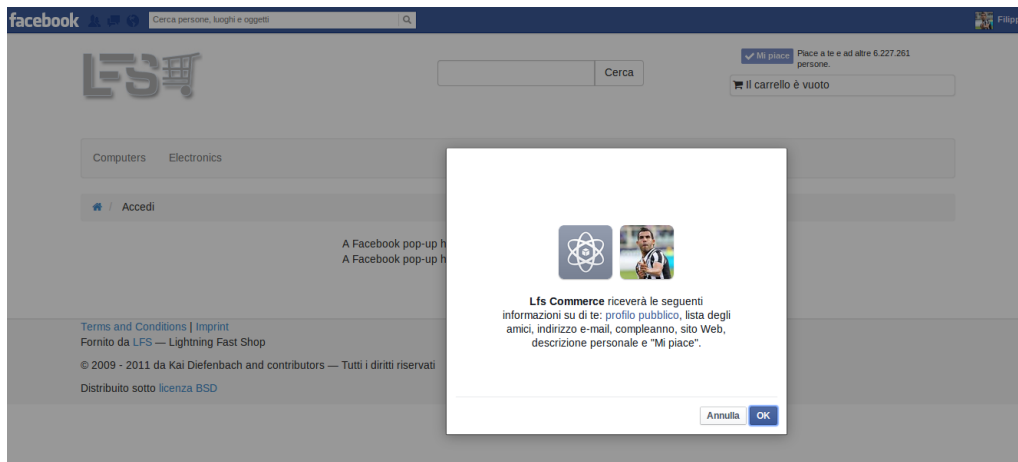
2.4.1 Pagina di login

La pagina di login è stata modificata facendo un override di quella esistente attraverso il linguaggio di template di django, che permette, tra le altre cose, di ereditare da una pagina html e sovrascrivere i blocchi che si vuole.

```
{% extends "lfs/customer/login.html" %} -> inheritance
{% block wrapper %} -> blocco da sovrascrivere
...
{% endblock %}
```

richiesta di connessione in poll

```
var myVar = setInterval(function(){
    if(F !== undefined){
        F.connect(document.getElementById('facebook_form'),
            ['email', 'user_about_me', 'user_birthday',
            'user_website', 'user_likes']);
        clearInterval(myVar);
    }
}, 500);
```



template override L'override di un template pre-esistente viene effettuato creando un file html con lo stesso identico nome e dovrà essere riprodotta l'alberatura. Per esempio se voglio sovrascrivere `lfs/templates/lfs/base.html`, dovrò creare un file `base.html` in `myapp/templates/lfs/`.

Dopodichè è necessario anche intervenire nel file di setting ed assicurarsi che fra le `INSTALLED_APPS`, `myapp` appaia prima della applicazione di cui vogliamo sovrascrivere il template.

2.4.2 Pagina di checkout

La pagina di checkout è l'ultima pagina prima di procedere all'inserimento dati per effettuare il pagamento e completare l'acquisto.

Anche di questa pagina è stato fatto un override per visualizzare ancora la possibilità di registrarsi prima dell'acquisto, in modo da gestire lo stato degli ordini e salvare i dati per prossime spedizioni. Il pulsante del login è un normale elemento html (non un facebook plugin) il quale stile è stato reso simile a quello Facebook agendo sul css. Infatti fa parte del progetto, tra i file statici, un file css per le personalizzazioni di stile.



2.5 Personalizzazione del modello utente

Il modello è l'unica fonte di informazione a riguardo dei dati che vogliamo memorizzare. Esso contiene i campi e il comportamento per la memorizzazione.

Quello che vogliamo fare è modificare il modello che definisce la gestione delle informazioni riferite all'utente. Per far questo, si è creato un file `models.py`, contenente una nuova classe che rappresenta il modello. Questa eredita da `FacebookProfileModel` la quale è la classe del pacchetto `django-facebook` che gestiva le informazioni ottenute dal backend di Facebook.

```
class LfsFbUser(FacebookProfileModel):
    user = models.OneToOneField(User)
    fb_like_flag = models.BooleanField(default=False)

    ...

class Meta():
    db_table = 'fb_data'
```

Per settare django affinché usi il modello appena creato, bisogna modificare il file di setting, aggiungendo infondo al file oppure modificando la voce esistente, in modo da avere:

```
AUTH_PROFILE_MODULE = 'lfs_facebook.LfsFbUser'
```

2.6 Facebook plugin

All'interno delle pagine html si è fatto uso di svariati plugin il codice è fornito in automatica agli sviluppatori registrati sulla piattaforma.

Inoltre si sono acquisite delle informazioni del profilo Facebook attraverso delle API che permettono di fare delle chiamate al database attraverso istruzioni FQL.

2.7 Prodotti riservati ai fan

Come feature aggiuntiva si è pensato di dare la possibilità a chi mette in piedi l'e-commerce, di poter riservare l'acquisto di un prodotto soltanto chi è un Facebook fan, ovvero a chi ha messo il mi piace alla pagina Facebook del negozio.

Per far ciò bisogna configurare il sistema specificando l'identificativo della pagina facebook nel solito file di setting, come segue:

The screenshot shows the LFS website interface. At the top, there's a Facebook search bar and a user profile for 'Filippo'. The main content area displays a 'GNU Linux sticker' with a penguin mascot. The price is listed as '0.0' (excl. VAT) with a delivery time of '1-2 giorni'. A quantity selector is set to '1', and there's an 'Aggiungi al carrello' button. Below the product, there's a description and a 'Recensioni' section. The sidebar on the left shows a category tree: Computers > Software > GNU Linux sticker. The footer contains legal information, including 'Terms and Conditions', 'Imprint', and copyright details for Kai Diefenbach.



```
FACEBOOK_PAGE = 'YOUR PAGE ID'
```

Per distinguere un prodotto riservato ai fan, si utilizza una caratteristica di LFS che sono le **PROPRIETA**. queste si possono gestire da web, loggandosi attraverso un utente amministratore ed entrando nella sezione gestione del sito. Cosa importante è il titolo della proprietà, in quanto questo attributo verrà poi utilizzato nel codice.

```
fb_reserved = "False"
for p in product.get_properties():
    if p.title == settings.FACEBOOK_FAN_RESERVED_PROPERTY:
        fb_reserved = "True"
```

Il titolo da adottare è settabile anch'esso nel `setting.py`:

```
FACEBOOK_FAN_RESERVED_PROPERTY = "YOUR PROPERTY TITLE"
```

Trovate le modalità per marcare un prodotto come riservato, è importante vedere come controllare se l'utente soddisfa i requisiti per effettuare l'acquisto.

Per far questo si è ricorso ad una FQL Query che selezioni un user ID se ha tra i propri mi piace alle pagine, quello ricercato.

```
var fql_query = "SELECT uid
                FROM page_fan
                WHERE page_id = "+fbPage+
                " and uid = "+user_id;
```

nota: Per effettuare questa query è necessario aver richiesto i permessi in fase di login.

Attraverso una Facebook API, eseguiamo la query, e ci muoviamo di conseguenza; in particolare, attraverso jQuery, se l'utente è abilitato all'acquisto, si abilita il pulsante di aggiunta al carrello e si mostra un determinato messaggio, altrimenti si disabilita il pulsante e si mostra un messaggio complementare.

```
$(document).ready(FB.api({
    method: 'fql.query',
    query: fql_query
}),
function(response){
    if(fbReserved == "True"){
        if (response.length == 1 && response[0].uid == user_id){
            allowPurchase(true);
        } else {
            allowPurchase(false);
        }
    } else {
        $("#add-to-cart").prop('disabled', false);

        $("#fb-no-like").hide();
        $("#fb-already-like").hide();
    }
});
```

2.8 Internazionalizzazione

Lo sviluppo di un'applicazione web richiede, sempre più frequentemente, di potere essere utilizzata da una moltitudine di utenti di lingue e culture diverse.

La soluzione a questa esigenza è di consentire a questi utenti di poter scegliere la lingua con cui desiderano navigare le pagine dell'applicazione stessa.

L'internazionalizzazione è il processo mediante il quale vengono eliminati dal codice sorgente i preconcetti culturali quali il formato della data, la formattazione dei numeri, la

visualizzazione di immagini raffiguranti elementi tipici di un determinato paese (autobus, cassette della posta, ecc.).

La Localizzazione è il processo di adattamento di un'applicazione per permetterle di poter cambiare dinamicamente le risorse presenti nelle pagine: principalmente stringhe ma anche file di testo, immagini, file audio e ogni altro tipo di contenuto inseribile in una pagina web. Quindi codice del tipo:

```
lblMessaggio.Text = "Ciao Mondo!"
```

deve essere riscritto in modo che la stringa "Ciao Mondo!" non sia statica, ma possa variare in modalità runtime secondo la lingua scelta dall'utente.

Django supporta pienamente la traduzione del testo, formattazione delle date, orari, numeri e time zones.

Questo viene fatto essenzialmente attraverso due passi:

- si specificano quali parti della propria app dovrebbero essere tradotte o formattate per culture e/o lingue specifiche;
- django usa questi ganci per localizzare la Web app per un utente specifico secondo le proprie impostazioni.

La parola 'Internationalization' è spesso abbreviata con 'i18n'. Questa abbreviazione è largamente usata, deriva dal fatto che ci sono 18 lettere tra la 'i' e la 'n'.

Sebbene il meccanismo di traduzione può essere avviato da molti tipi di file, per esempio nel codice python, javascript, etc... per il nostro lavoro è stato sufficiente supportare l'internazionalizzazione nell'html. Più in dettaglio, in testa alle pagine desiderate, in accordo con il linguaggio django, è stato inserito il tag `{% include 'i18n' %}`, ogni elemento di cui si disporrà di una traduzione va inserito tra il tag `-> {% trans '<item>' %}`.

Successivamente è stato necessario scrivere la traduzione. Per far questo si utilizza il comando `<django-admin.py makemessages -l <id_language>>` il quale crea un file con l'elenco delle voci da tradurre e la giusta albertatura nel quale inserirlo. Ovviamente adesso va qui inserita la traduzione frase per frase. Successivamente lanciando il comando `<django-admin.py compilemessages>` verrà creato il file di estensione `.mo` utilizzato dal sistema per le traduzioni.

Capitolo 3

Conclusioni

3.1 Esperienza in azienda

Valuto l'esperienza in azienda molto importante per la mia carriera in quanto mi ha messo a contatto con le reali esigenze nel mondo dello sviluppo delle applicazioni web e dell'informatica a livello extra-accademico. Il valore tecnico e la preparazione delle persone sono state un grande stimolo a dar sempre il massimo dell'impegno.

Sebbene inizialmente abbia avuto difficoltà nel capire la tecnologia, anche perchè questo è stato il primo approccio a linguaggi server-side in generale, python nello specifico, sono riuscito nel capire i concetti base grazie alle capacità di problem solving acquisite attraverso questi anni di preparazione scientifica (liceo e percorso di laurea).

Inoltre ritengo molto utile l'esperienza in quanto mi ha permesso di valutare l'area dello sviluppo web e capire se approfondire l'argomento, magari con dei corsi di un percorso di laurea specialistica.

3.2 Possibili sviluppi

bozza

- possibilità di mandare messaggi di fb al posto delle mail per gli utenti fb
- notifiche di un oggetto nuovamente disponibile via notifiche di fb e non mail
- wishlist condivisibile
- ricevere/inviare coupon via fb (magari comprare un coupon e spedirlo ad un amico)
- aggiungere dei metatag di facebook per aggiungere una semantica alle semplici condivisioni di prodotti. Ci sono dei metadati che possono categorizzare la pagina e non solo dire mi piace questa pagina generica, ma dire mi è piaciuto questo libro o film o qualsiasi altra cosa, con questa copertina, dell'autore X, venduto da Y
- Sconto nel giorno del compleanno