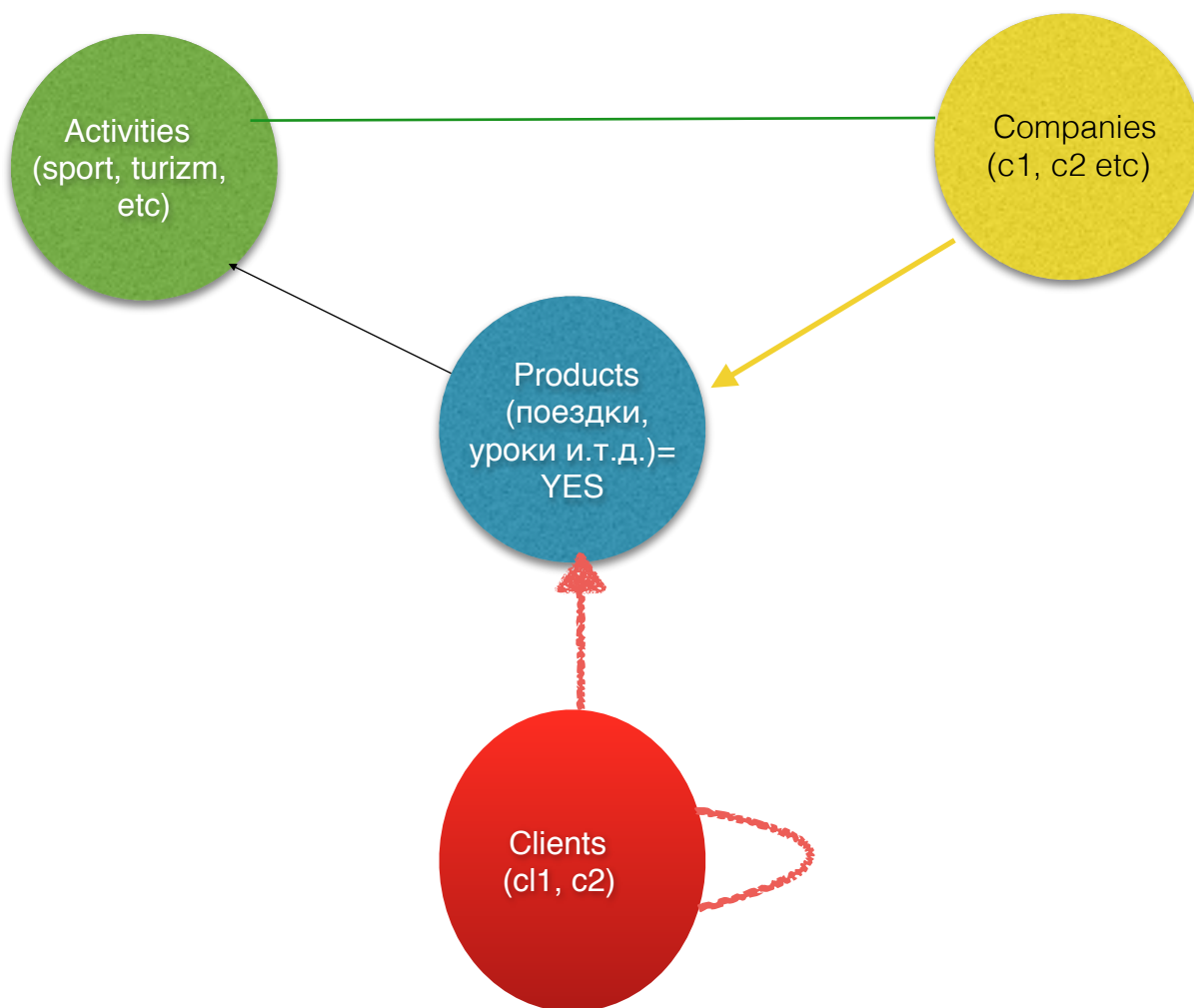


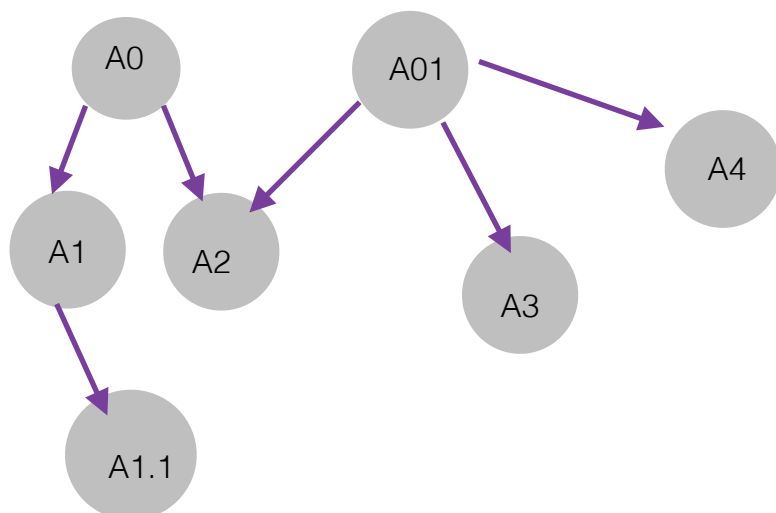
## Проект YesDo.

Проект носит собой цель, заставить человека попробовать изменить свою жизнь, принимая вызовы, которые предлагает система. Примерный слоган проекта «Поробуй сказать жизни ДА» или «скажи жизни ДА», что на английском может звучать как «just yes do it». То есть необходимо разработать проект, который будет предлагать человеку, который зайдёт на сайт, за определённый бюджет, который клиент сам определяет, попробовать выполнить те «задания», которые предлагает ему система.

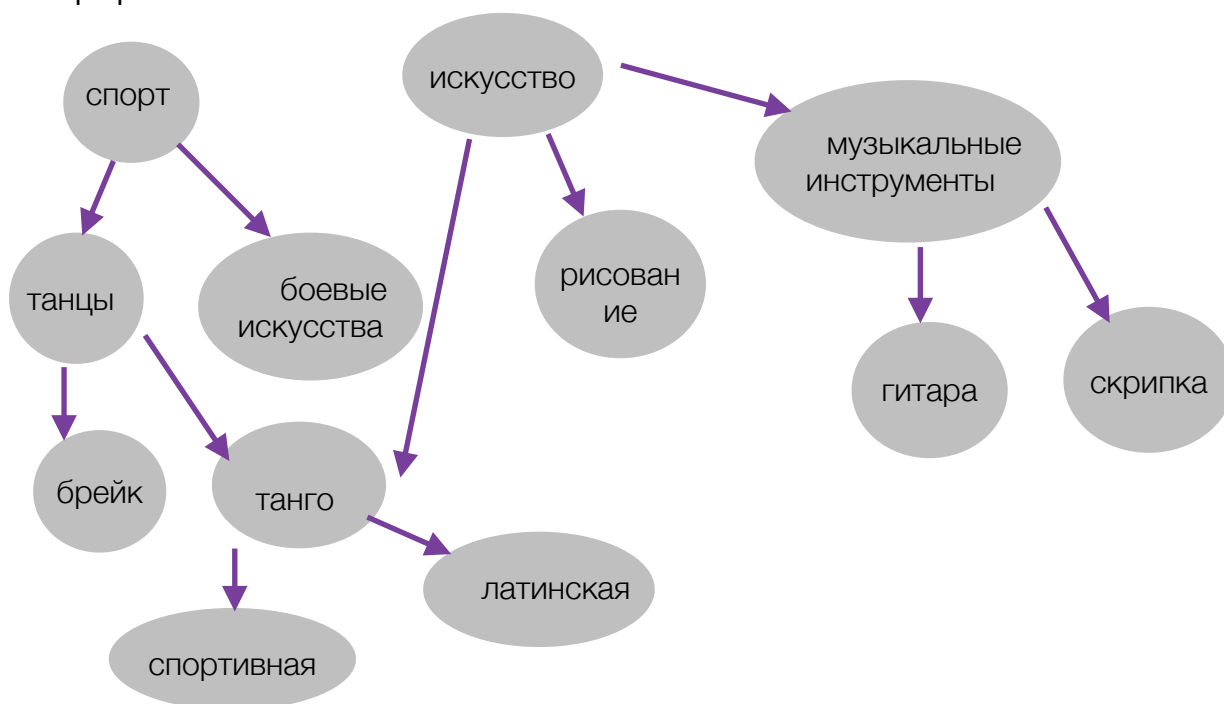
Основные элементы системы: это клиент, это компания, это продукт, который предлагает компания. Также продукты могут создавать сами клиенты, что называется собственным продуктом, который также может участвовать в системе на тех же правах, что и продукты созданные компаниями.



1. Заводим список Activities. Каждая активити может иметь в себе дочерние активити.



То есть каждая Активити - это узел в графе. Пример на основе выше предоставленного графика:

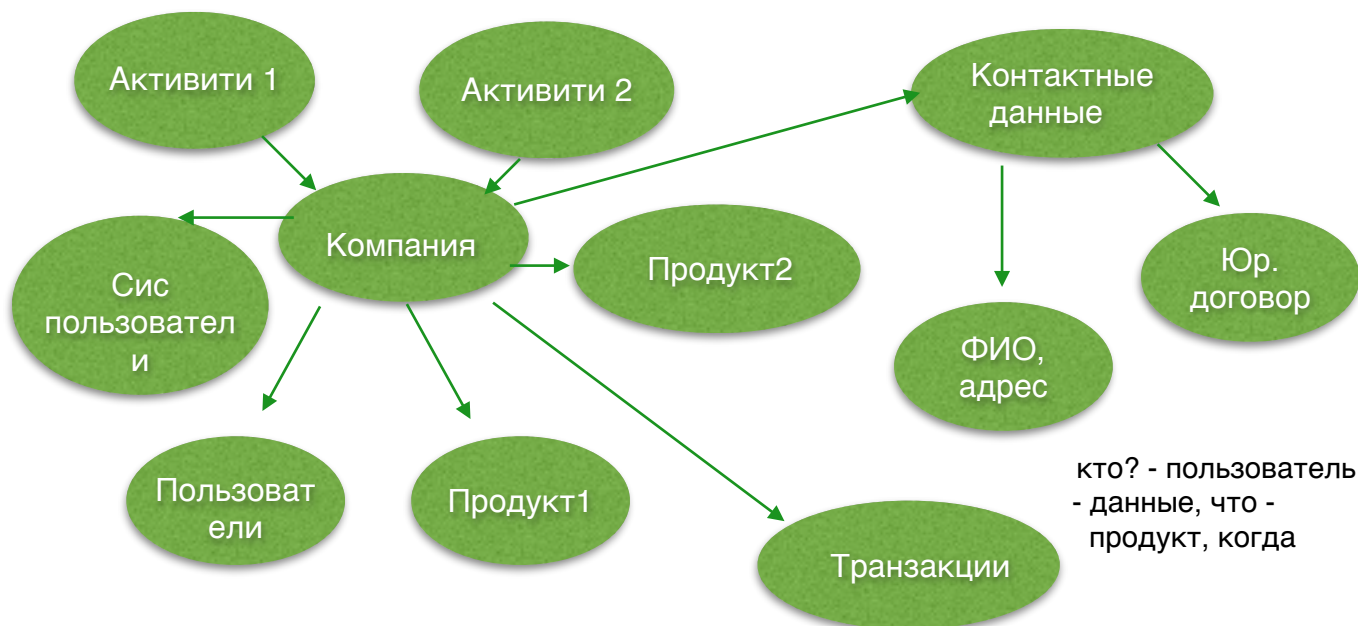


То есть активити могут иметь как N родителей , так и N дочерних. Причём самый глубокий child знает о всех родителях, это надо для того связок, так как не всегда можно конкретно указать сферу деятельности.

Так например компания может быть как в списке дочерних как у спорта, так и у латинского танго, так и у искусства, только уровень погружения будет разный. Это даст возможность найти латинское танго в самом абстрактном варианте - то есть в спорте.

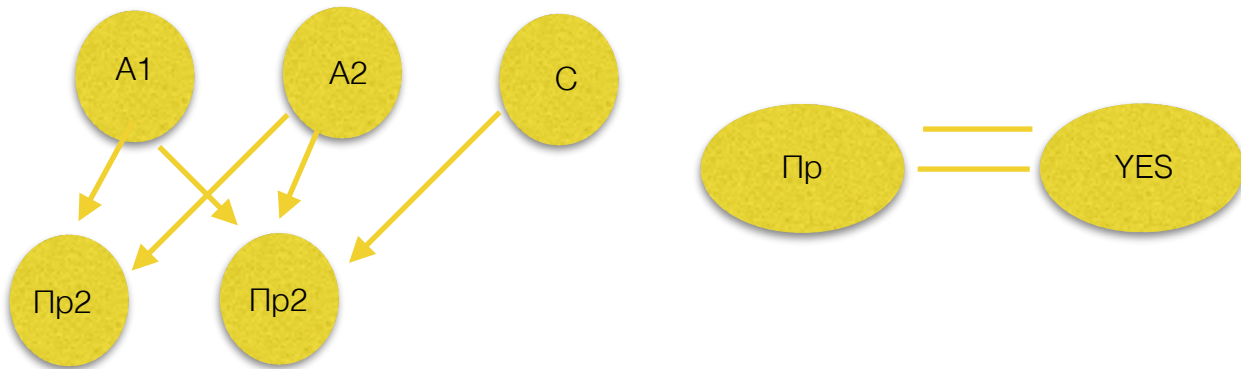
2. Заводим список компаний. Для каждой компании создаётся свои сущности: а именно продавец - название компании итд, набор пермиссий, контактные данные пользователи - логин и пароль , список опции. По умолчанию сразу создаётся дефолтовый.

При создании компании, пользователи сразу получают права админа на свои данные. То есть например мы приходим в компанию и говорим логин и пароль для доступа в ЛК (мы его ранее заводим). Он при первом входе может сменить пароль либо же потом (например не более 2-ух недель). Он попадает , где видит возможность добавлять / редактировать / удалять продукты / пользователей и список транзакций для этого продавца (все те заказы, что будут ему оплачены через нас)



Список транзакции также добавляются данными а том когда была проведена транзакция, об стоимости , об комиссии. Остаётся вопрос давать ли возможность проводить отмены транзакции (необходимо узнать как это реализовано в похожих системах у коллег на работе). Также есть вопросы: что делать с компаниями которые уже сами могут проводить через свои сайты интернет платежи, каким образом с ними заключать договора и как вообще заключать договора с компаниями, какой должен быть юр. договор, чтобы в случае непредоставления услуги можно было предъявлять компаниям счётт за невыполнения услуг и меть неустойку.

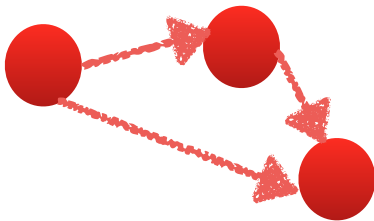
3. Продукты - это основной тип товара портала, то что мы продаём , но не сами, а получаем только комиссию. В основном продукты создаются компаниями , либо админами портала. Также продукт может быть создан пользователем, который зарегистрирован на портале (н-р тот свое, что он хочет сделать).



Продукт обладает следующими свойствами:

- название, описание, фото/видео, гео-данные (где находится)
- создатель
- публичность : приватность / видимый/ скрытый / опционально, то есть только для своих
- дата создания
- дата истечения
- автопродлонгирования (срок)
- стоимость часа / месяца
- время посещения (дни недели, месяца, год, время, одноразовый), продолжительность
- тип (услуга, товар, занятие итд)
- событие (концерт, посещение чего-то)
- список тэгов
- список пользователей, кто воспользовался услугой

4. Пользователи - основной участник портала, тот который будет платить и на нём должен быть заработок. Это как прямая покупка, услуга, так и предложение ему конкретных продуктов, которые могут его заинтересовать и мы ему их продадим. Первичная авторизация должна быть через соц. сети, чтобы уменьшить кол-во шагов попадания на сайт. Пользователь может быть также анонимным, просто зайти на сайт и посмотреть на ленты остальных пользователей, дизайн, компании, акции, чтобы ему захотелось зайти и зарегистрироваться самому. Принципе для совершения покупки чего-то не надо регистрироваться, если мы каким то образом предложили пользователю услуг, то контактные данные нам не нужны. Они не нужны, чтобы потом с пользователем можно было работать. Пользователь можно также лайкать других пользователей или их события, что вызовет некую связь между ними и потом возможно делать выборку в соответствии от того что делали его «друзья».



Пользователи обладают следующими свойствами:

- контактные данные: фиио, vkId, при оплате обязателен номер телефона для контакта?
- гео данные, может указывать где он находится или живут, и ему могут подбираться продукты удобные ему
- чем занимался ранее: для того чтобы не предлагать ему при поиске
- предпочтения (чем хотел бы заниматься)
- медия (фото / видео) — ссылки на другие ресурсы
- список YES, то чего достиг, свои достижения
- список YesLine
- публичность (да/нет)
- бюджет

5. YesLine - это отрезок времени на который пользователь планирует выполнить определенные Yes (продуктов). Пользователь может иметь одновременно несколько параллельных YesLines разных временных интервалов.



Параметры YesLine:

- начало, конец, кол-во Yes
- список Yes
- публичность, видимость или нет
- повторяемость (н-р YesWeekend - повторяемость каждый день)
- общее описание, общее фото
- композиция общая, на все отрезки
- разновидность (YesNow - сегодня, YesTomorrow (завтра), YesWeekend (только выходные))