

Análisis taller 4

El diagrama de clases anterior busca modelar el sistema web para facilitar la compra de boletas de cinemax, administración de funciones y manejo de pagos. Para modelarlo se establece un dominio en donde las películas representan contenido cinematográfico largometrajes y documentales, cada cine tiene diferentes salas con capacidades y asientos con diferentes tecnologías. las funciones tienen una película específica con una fecha específica en una sala específica. Los usuarios pueden comprar boletas, acumular puntos de lealtad y realizar pagos. Los empleados pueden gestionar horarios y funciones. Las compras y pagos permiten la adquisición de boletas y los puntos de lealtad. Adicionalmente, las restricciones que se asumen para facilitar el modelo del programa son: las películas sólo pueden pertenecer a películas animadas, documentales o largometrajes y no pueden pertenecer a más de una categoría al tiempo, las películas sólo pueden tener un único género y título. No se asumen restricciones de ningún tipo para la compra e ingreso de películas. Se asume que cada cine tiene que tener por lo menos una sala, cada sala tiene una capacidad máxima de asientos, se asume que solo una persona se sienta en cada asiento, y se asume que cada sala solo puede proyectar una película en un horario. Se asume que una función está asociada a una única película en una única sala, cada función tiene un horario sin que exista el problema de conflictos de horarios con otras funciones, se asume que no se venden más boletas que la cantidad máxima de la sala de la función. Se asume que un cliente solo puede comprar boletas para funciones disponibles y asientos disponibles, se asume que no se pueden realizar compras seleccionando menos de un asiento, se asume que un cliente no selecciona más asientos que la capacidad máxima de una silla, se asume que los clientes no pueden ser también usuarios. Se asume que los precios de las boletas son fijos para todas las funciones independiente de la hora, fecha, película y cliente o sus puntos de lealtad. Se asume que los puntos de lealtad solo se suman al cliente que compró las boletas, se asume que los empleados no pueden adquirir puntos de lealtad y se asume que comprar boletas es lo único que suma puntos de lealtad.