

Universidad de Buenos Aires
Facultad de
Ciencias Exactas y Naturales
Departamento de Computación

Ingeniería de Software I
Primer Cuatrimestre de 2012

Trabajo práctico 2

Modelos de comportamiento del sistema de software
para a CentralMarket

Grupo 1

Integrante	LU	Correo electrónico
Abregú, Angel	082/09	angelj_a@hotmail.com
Cammi, Martín	676/02	martincammi@gmail.com
De Sousa, Mariano	389/08	marian_sabianaa@hotmail.com
Méndez, Gonzálo	843/04	gemm83@hotmail.com
Raffo, Diego	423/08	enanodr@hotmail.com

Índice

1. Propuesta de servicios	3
1.1. Introducción	3
2. Alcance del sistema	4
2.1. Diagrama de Contexto	4
2.2. Explicación de agentes e interacciones no triviales	4
3. Objetivos del sistema	4
3.1. Aclaraciones previas	4
3.2. Objetivos blandos	4
3.3. Modelo de Objetivos	4
4. Escenarios informales y ejemplos	4
4.1. Situación 1	4

1. Propuesta de servicios

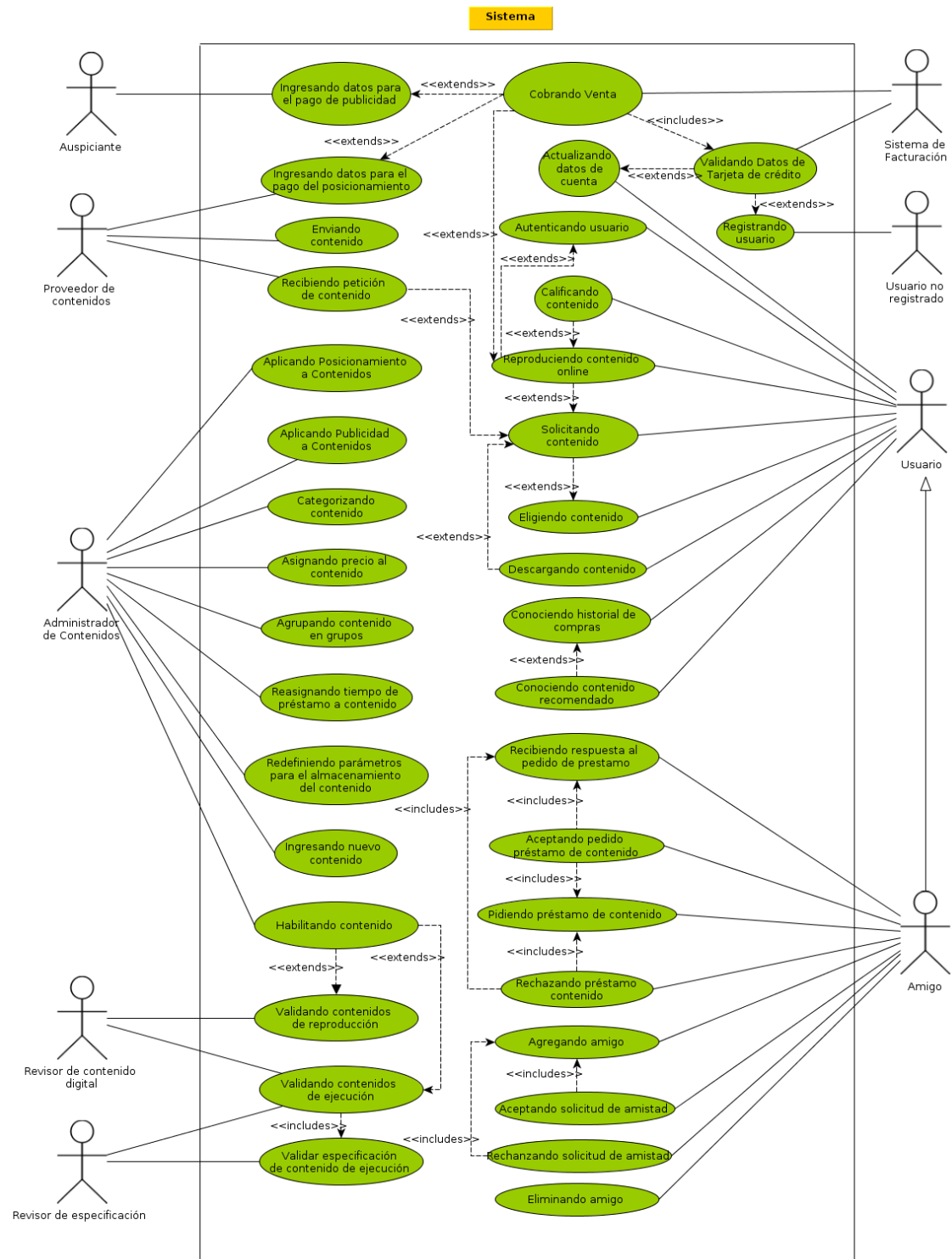
1.1. Introducción

Tras haber realizado una serie de iteraciones con los directivos de CentralMarket sobre la última presentación del sistema y en base a las correcciones y ajustes que nos han comentado quieren, hemos armado una nueva serie de documentos para detallar mejor el comportamiento del sistema. A tal efecto hemos revisado una serie de puntos con los directivos y se han modificado algunos:

- Los agentes *Gerente de proyecto* y *Desarrollador* que figuraban en el diagrama de objetivos de la documentación revisada con el cliente no serán tenidos en cuenta en esta etapa ya que forman parte intrínseca de la construcción del mismo y no de su comportamiento.
- El agente *Cliente* será modelado en esta etapa a través del usuario quien es el que interactúa directamente con el sistema)
- De las diferentes opciones propuestas para el tipo de descarga (no streaming) los directivos han optado por la descarga directa.
- Del diagrama de objetivos, la rama 3.1 (Soportar TV, PC, tablet y mobile) no será modelada en esta etapa ya que un equipo especial de CentralMarket se ocupará de definir esas necesidades.
- Del mismo modo la Situación 6 mencionada en la documentación anterior sobre la *Actualización de la interfaz de usuario* no será incluida en esta nueva presentación ya que CentralMaket se ocupará también
- En el modelado a continuación asumiremos que todos los actores que interactuen con el sistema ya tienen creada una cuenta previa para poder loguearse y realizar sus acciones
- Consultamos a la analista de CentralMarket al respecto de los tipos de publicidad y tipos de posicionamiento y nos comentó que dejáramos la definición de estos tipos a ellos con lo cual asumiremos que ya están definidos en el sistema
- La analista también hizo incapié en que es importante que el Administrador de contenidos tenga una forma de "poner online" los contenidos que ya han sido verificados, es por eso que le hemos otorgado la opción de "Habilitar" los contenidos cuando quiere ponerlos online
- Los directivos nos nos mencionaron que quieren poder ver claramente cual es el flujo de validación de los contenidos, para asegurarse de brindar la mejor calidad aunque para los contenidos en si quieren poder asegurar no llegar a generar inconsistencias en el sistema. Es por eso que decidimos presentarles todo lo referente a revisión de contenidos en un *Casos de Uso* y un *Diagramas de actividad* y con relación a los contenidos en si agregar también un *Modelo Conceptual*

2. Alcance del sistema

2.1. Diagrama de Casos De Uso



2.2. Explicación de agentes e interacciones no triviales

3. Objetivos del sistema

3.1. Aclaraciones previas

3.2. Objetivos blandos

3.3. Modelo de Objetivos

4. Escenarios informales y ejemplos

A continuación se describen una serie de casos que ejemplifican situaciones de funcionamiento esperado del sistema.

4.1. Situación 1