**Level 1.**

1. Склади порівняльну таблицю трьох видів тестової документації:

Чек-лист.

**Основні характеристики:**

Чек-лист - це структурований список пунктів, який використовується для перевірки виконання завдань, контролю якості або оцінки чогось. Він повинен мати такі характеристики:

1. Простота та ясність: пункти мають бути сформульовані максимально просто, однозначно та зрозуміло для всіх учасників.
2. Структурованість: список має бути логічно організований. Пункти можуть бути згруповані за розділами, етапами чи пріоритетами.
3. Конкретність: кожен пункт повинен описувати конкретну дію, умову або вимогу, яку можна перевірити.
4. Комплексність: чек-лист повинен охоплювати всі ключові аспекти завдання, не упускаючи важливих деталей.
5. Вимірюваність: по кожному пункту має бути можливість поставити відмітку про виконання (наприклад, "так/ні", "пройдено/не пройдено").
6. Актуальність: чек-лист повинен регулярно оновлюватися, щоб відповідати поточним вимогам проекту, змінам у технологіях або процесах.

**Переваги чек-листа**

* Підвищення якості та надійності: використання чек-листа допомагає уникнути "людського фактора" та пропуску важливих кроків.
* Економія часу: чек-лист спрощує та прискорює рутинні завдання. Вам не потрібно щоразу згадувати послідовність дій - достатньо слідувати списку.
* Поліпшення комунікації: він є єдиним джерелом інформації для команди, забезпечуючи загальне розуміння завдання та критеріїв її виконання. Це особливо корисно під час передачі завдань між командами (наприклад, від розробки до тестування).
* Спрощення навчання та адаптації: нові співробітники можуть швидше освоїтися з процесами, використовуючи готові чек-листи. Це знижує витрати на навчання.
* Документування та аудит: заповнений чек-лист є документальним підтвердженням того, що всі необхідні кроки було виконано. Це важливо для аудиту, ретроспектив та аналізу помилок.
* Зменшення розумового навантаження: чек-лист дозволяє не пам'ятати безліч деталей, звільняючи розумові ресурси на вирішення складніших і творчих завдань.

**Недоліки чек-листа**

* Ризик формалізму: сліпе проходження чек-листу може придушувати ініціативу та творчий підхід. Співробітник може перестати замислюватися про суть завдання, просто механічно проставляючи галочки.
* Обмеження гнучкості: якщо чек-лист жорстко регламентований, він може стати перешкодою при необхідності швидко адаптуватися до умов або непередбачених ситуацій, що змінюються.
* Необхідність актуалізації: якщо чек-лист не оновлюється, він може застаріти і стати неефективним, а іноді навіть шкідливим, оскільки вимагатиме виконання вже неактуальних дій.
* Не підходить для всіх завдань: чек-лист ідеальний для повторюваних, рутинних завдань, але може бути марним або навіть заважати у творчих чи високорівневих задачах, де немає чіткого та передбачуваного алгоритму дій.
* Ризик поверхневої перевірки: людина може відзначити пункт як виконаний, не перевіривши його належним чином. Це може створювати хибне почуття впевненості.

Тест-кейс

**Основні характеристики**

1. Конкретність: тест-кейс описує конкретний сценарій тестування для перевірки певної функції.
2. Унікальність: кожен тест-кейс повинен мати унікальний ідентифікатор.
3. Структура: він складається з наступних елементів: заголовок, передумови (що потрібно для початку), кроки виконання та очікуваний результат.
4. Повторюваність: тест-кейс має бути написаний так, щоб його міг виконати будь-який тестувальник з однаковим результатом.

**Переваги тест-кейсів**

* Організованість: структурує процес тестування та робить його більш системним.
* Покриття: допомагає переконатись, що всі вимоги до продукту перевірені.
* Ефективність: дозволяє швидко повторно проводити тести, наприклад після виправлень або оновлень.
* Документування: служить важливою документацією, яка пояснює, як і чому було перевірено ту чи іншу функцію.

**Недоліки тест-кейсів**

* Витрати часу: розробка та підтримка тест-кейсів потребує значних часових ресурсів.
* Негнучкість: для дослідницького чи нерегламентованого тестування вони можуть бути надмірно формальними.
* Потрібна актуалізація: тест-кейси швидко старіють при зміні вимог до продукту.
* Ризик "сліпого" виконання: тестувальник може механічно слідувати крокам, не аналізуючи ситуацію глибше.

Use Case

**Основні характеристики**

1. Сфокусований на користувачеві: описує, як кінцевий користувач взаємодіє із системою для досягнення своєї мети.
2. Структура: включає дійову особу (actor), мету, передумови, основний успішний сценарій та альтернативні сценарії (збої, винятки).
3. Подієво-орієнтований: описує послідовність дій, що призводять до конкретного результату.
4. Абстрактний: зосереджується на "що" та "чому" (мета користувача), а не на "як" (деталі реалізації).

**Переваги Use case**

* Зрозумілість: cпрощує комунікацію між розробниками, тестувальниками та бізнес-аналітиками.
* Фокус на цінності: допомагає команді зосередитись на створенні функцій, які дійсно потрібні користувачам.
* Основа вимог: служить чудовою базою для написання більш детальних вимог та тест-кейсів.
* Ідентифікація ризиків: допомагає виявити потенційні проблеми та винятки на ранніх етапах.

**Недоліки Use case**

* Недолік деталей: Use Case не описує деталі інтерфейсу чи алгоритми, що може вимагати додаткової документації.
* Складність у написанні: написання якісних та повних Use Case може бути складним завданням.
* Ризик старіння: якщо Use Case не оновлюються, вони можуть стати неактуальними під час зміни бізнес-логіки.
* Не підходить для всіх систем: менш корисний для систем, які не мають прямої взаємодії з користувачем (наприклад, фонові послуги).

2. Склади чек-ліст для перевірки головної сторінки свого улюбленого інтернет-магазину. Темплейт для чек-листа можна взяти в кроці три теорії.

Я взяла для прикладу головну сторінку інтернет-магазину, що продає корм для тварин.

**1. Функціональні елементи**

**Навігація:**

1. Перевірити, що логотип магазину є клікабельним і веде на головну сторінку.
2. Переконатись, що основне меню (наприклад, "Корм для котів", "Ласощі", "Бренди") працює та веде на відповідні сторінки каталогу.
3. Перевірити працездатність пошуку на сайті.

**Банери та акції:**

1. Переконатися, що рекламні банери (наприклад, з акціями) клікабельні та ведуть на правильні сторінки.
2. Перевірити, що карусель чи слайдер працюють коректно.

**Кошик та авторизація:**

1. Переконатися, що іконка кошика відображається і при натисканні веде на сторінку кошика.
2. Переконатися, що кнопки "Увійти" або "Реєстрація" працюють.

**Соціальні докази:**

1. Перевірити, що посилання на соціальні мережі ведуть актуальні сторінки магазину.
2. Перевірити, чи блок з відгуками або рейтингами працює і відображає інформацію.

**2. Візуальний дизайн та контент**

**Бренд та зображення:**

1. Перевірити, чи логотип Grandorf та зображення корму відображаються коректно.
2. Переконатися, що всі зображення на головній сторінці завантажуються без спотворень.

**Тексти:**

1. Перевірити заголовки, описи та тексти акцій на відсутність помилок та граматичних помилок.
2. Переконатися, що тексти читаються на всіх пристроях.

**Адаптивність:**

1. Перевірити, як сторінка відображається на різних пристроях (десктоп, планшет, мобільний).
2. Переконатися, що всі елементи залишаються клікабельними та читабельними на маленьких екранах.

**3. Продуктивність та технічні аспекти**

**Швидкість завантаження:**

1. Перевірите, чи сторінка завантажується швидко (наприклад, за допомогою Google PageSpeed Insights).

**SSL-сертифікат:**

1. Переконатися, що сайт використовує HTTPS-з'єднання (в адресному рядку має бути "замочок").

**Посилання:**

1. Перевірити, що сторінки немає "битих" (непрацюючих) посилань.

**Cookies:**

1. Переконатися, що банер про cookies відображається коректно і дозволяє прийняти або відхилити їх.

**Level 2.**

Склади 5 позитивних і 5 негативних тест-кейсів для перевірки основної функціональності твого улюбленого інтернет-магазину (rozetka.ua, hotline.ua, silpo.ua тощо)

Я складу тест-кейси на важливому функціоналі будь-якого інтернет-магазину, а саме **додавання товару до кошика** та **оформлення замовлення**. Ось 5 позитивних та 5 негативних тест-кейсів для перевірки цієї функціональності.

**Позитивні тест-кейси**

1. **Додавання товару до кошику:**

Передумова:

* Користувач знаходиться на сторінці товару.

Кроки:

* Вибрати потрібну вагу (наприклад, 2 кг) та смак корму.
* Натиснути кнопку "Додати до кошика".

Очікуваний результат:

* Товар успішно додається до кошика, відображається повідомлення або іконка кошика оновлюється з кількістю товару.

1. **Оформлення замовлення авторизованим користувачем:**

Передумова:

* Користувач авторизований та в його кошику є товар.

Кроки:

* Перейти до кошику.
* Натиснути кнопку "Оформити замовлення".
* Перевірити, чи всі дані (адреса, телефон) заповнені автоматично.
* Вибрати спосіб доставки та оплати.
* Натисніть "Підтвердити замовлення".

Очікуваний результат:

* Замовлення успішно оформлене. Відображається сторінка з підтвердженням та номером замовлення. На електронну пошту надходить лист із деталями замовлення.

1. **Оформлення замовлення новим користувачем (без реєстрації):**

Передумова:

* Користувач не авторизований та в його кошику є товар.

Кроки:

* Перейти до кошику.
* Натиснути "Оформити замовлення".
* Заповнити всі обов'язкові поля (ім'я, телефон, адреса доставки) вручну.
* Вибрати спосіб доставки та оплати.
* Натисніть "Підтвердити замовлення".

Очікуваний результат:

* Замовлення успішно оформлене. Користувач може створити обліковий запис, якщо це пропонується, або завершити покупку як гість.
* Зміна кількості товару у кошику:

Передумова:

* У кошику є один товар.

Кроки:

* Перейти до кошику.
* Змінити кількість товару (наприклад, із 1 на 3).
* Натиснути "Оновити кошик" (якщо потрібно).

Очікуваний результат:

* Загальна вартість замовлення перераховується з урахуванням нової кількості товару.

**Використання промокоду:**

Передумова:

* У кошику є товар і є промокод, що діє.

Кроки:

* Перейти до кошику.
* Ввести діючий промокод у відповідне поле.
* Натиснути "Застосувати".

Очікуваний результат:

* До загальної вартості замовлення використовується знижка, а сума замовлення перераховується.

**Негативні тест-кейси**

1. **Додавання неіснуючого товару в кошик:**

Передумова:

* Користувач намагається додати товар, який було видалено з каталогу (наприклад, через пряму URL-адресу).

Кроки:

* Спробувати додати в кошик товар, якого немає або він видалений.

Очікуваний результат:

* Система дозволяє додати товар. Відображається відповідне повідомлення, наприклад, "Товар недоступний" або "Товар закінчився".

1. **Оформлення замовлення із незаповненими обов'язковими полями:**

Передумова:

* Користувач не авторизований та в кошику є товар.

Кроки:

* Перейти до кошику та натиснути "Оформити замовлення".
* Залишіть одне або кілька обов'язкових полів (наприклад, номер телефону) порожнім.
* Натисніть "Підтвердити замовлення".

Очікуваний результат:

* Замовлення не оформлюється. Система підсвічує незаповнені поля та виводить повідомлення про помилку.

1. **Використання невалідного промокоду:**

Передумова:

* У кошику є товар, прострочений або неіснуючий промокод.

Кроки:

* Перейти до кошику.
* Ввести невалідний промокод.
* Натиснути "Застосувати".

Очікуваний результат:

* Система не застосовує знижку та виводить повідомлення про помилку, наприклад, "Неправильний промокод" або "Термін дії промокоду минув".

1. **Оформлення замовлення з неприпустимою кількістю товару:**

Передумова:

* У кошику є товар.

Кроки:

* Змінити кількість товару на неприпустиме значення (наприклад, 0, -1 або дуже велике число, що перевищує ліміт складу).

Очікуваний результат:

* Система не дозволяє встановити неприпустиму кількість та відображає попередження. Якщо введено 0, то товар повинен бути видалений з кошика.

1. **Спроба оформити замовлення з порожнім полем "Адреса":**

Передумова:

* Користувач не авторизований та в кошику є товар.

Кроки:

* Перейти до кошику та натиснути "Оформити замовлення".
* Залишити поле "Адреса доставки" порожнім.
* Натисніть "Підтвердити замовлення".

Очікуваний результат:

* Замовлення не оформлюється. Система виводить помилку і підсвічує поле "Адреса доставки" як необов'язкове.

**Level 3.**

Ти – засновник/ця стартапу, який планує випустити на ринок мобільний застосунок для обміну світлинами котиків для iOS та Android пристроїв. Стартап має команду з 3 розробників (back-end, iOS та Android). Вимоги та сценарії використання надаєш ти як головний стейкхолдер.

Завдання: Створи тест-план, який дозволить випустити продукт належної якості.