



سامانه خرید و فروش آنلاین کالا

مقدمه

تجارت الکترونیک و حجم تراکنش‌های مالی آن روز به روز در حال افزایش است و گسترش سامانه‌های خرید و فروش آنلاین در حوزه‌های مختلف به شکل‌گیری این روند کمک کرده است. سامانه‌های خرید و فروش متعددی در این سال‌ها خدمات خود را بر بستر اینترنت ارائه کرده‌اند اما در فضای رقابتی موجود، سامانه‌ای موفق خواهد بود که بتواند در فرایند تصمیم‌گیری برای خرید یا فروش کالا به خریداران و فروشندگان کمک کند.

هدف

هدف این پروژه طراحی یک سامانه خرید و فروش آنلاین است که به صاحبان کالا، صنایع و فروشگاه‌ها این امکان را بدهد تا از طریق بستر ارائه شده، کالای خود را عرضه و به صورت الکترونیکی به فروش برسانند. این سامانه باید با به‌کارگیری استراتژی‌ها و رویکردهای مطرح در BI¹ و سیستم‌های پشتیبان تصمیم، به فروشندگان در فرایند قیمت‌گذاری و برگزاری کمپین‌های فروش و تحلیل نتایج و تراکنش‌های مالی کمک کند. همچنین به خریداران نیز کمک کند تا کالای مورد نیاز خود را با کمترین قیمت و بهترین کیفیت بتوانند خریداری کنند.

شرح اولیه مسئله

این سامانه این امکان را به فروشگاه‌ها و صاحبان کالا می‌دهد تا در درگاه اینترنتی طراحی شده، ثبت‌نام کنند و مشخصات کالای خود را جهت فروش ثبت نمایند. کالاهای عرضه شده در این سامانه حداکثر در سه سطح دسته‌بندی شده‌اند و خریداران می‌توانند کالاهای ارائه شده در هر دسته را مشاهده کنند. خریدار می‌تواند کالای مورد نظر را جستجو کند و با پرداخت اینترنتی هزینه، کالا را در یک بازه زمانی مشخص دریافت نماید.

¹ Business Intelligence



دانشکده مهندسی کامپیوتر پروژه درس ایجاد چابک نرم افزار نیمسال اول 98-99

برای این منظور، بازه‌های زمانی مشخصی به خریدار نشان داده می‌شود و خریدار می‌تواند بازه زمانی مورد نظر خود برای دریافت کالا را مشخص کند. به طور پیش فرض کالا به آدرس خریدار که در پروفایل او تعریف شده است، ارسال خواهد شد. اما این امکان وجود دارد تا خریدار خواهان ارسال کالا به یک آدرس دیگر شود.

این سامانه باید امکان جستجوی پیشرفته را در اختیار خریداران قرار دهد تا آنها بتوانند متناسب با نوع دسته‌کالایی، پارمترهای مناسب جهت فیلتر شدن نتایج را وارد کنند و لیست کالاهای موجود را مشاهده نمایند. نتایج بر اساس فاکتور قیمت و کیفیت مرتب سازی می‌شود.

در این سامانه این امکان وجود دارد که فروشندگان با پرداخت مبلغ مشخصی در یک بازه زمانی مشخص، کالای خود را در صدر لیست نتایج و یا بنرهای تبلیغاتی سایت نمایش دهند. کالاهایی که به این شکل در لیست نتایج نمایش داده می‌شوند، متمایز از سایر کالاهای یافته شده توسط موتور جستجو سامانه هستند. تعداد دفعات نمایش کالاهای تبلیغاتی بستگی به هزینه تبلیغاتی دارد که برای این منظور پرداخت شده است.

فروشنده‌ای که قصد تبلیغ دارد، می‌تواند مشخص کند که کالای او در پاسخ به چه نوع جستجوهای نمایش داده شود. سامانه باید بتواند در این رابطه به فروشنده کمک کند تا بیشترین بازدهی را در هزینه تبلیغاتی خود به دست آورد. همچنین فروشندگان می‌توانند برای فروش خود اقدام به راه‌اندازی کمپین‌های تبلیغاتی کنند. سامانه باید بتواند به فروشنده برای انتخاب زمان برگزاری کمپین، طول دوره کمپین و میزان تخفیف داده شده کمک کند.

در کنار قابلیت‌های مدیریتی که در اختیار فروشندگان قرار دارد، صاحب سامانه نیز باید بتواند گزارش‌های آماری و تحلیلی در مورد تعداد کاربران، تعداد فروشگاه‌ها، میزان فروش به طور کلی و به تفکیک بر اساس فروشگاه و دسته‌بندی کالا را مشاهده کند. صاحب سامانه از روی فروش درصد مشخصی را دریافت می‌کند. این درصد متغیر خواهد بود و بر اساس تفاهمی که به صورت الکترونیکی امضا می‌شود تعیین می‌گردد.



بر اساس این تفاهم، هر فروشگاه، حساب کاربری خود را باید به میزان مشخصی شارژ کند. به ازای هر معامله، درصدی که متعلق به صاحب سایت است، از روی موجودی این حساب کسر می شود. در صورتیکه موجودی حساب یک فروشگاه، کمتر از یک حد آستانه شد، به صاحب فروشگاه هشدار داده می شود که طی 24 ساعت، موجودی حساب خود را افزایش دهد. در صورتیکه موجودی حساب بعد از گذشت 24 ساعت، به حد کفایت شارژ نشود، فروشگاه به طور موقت غیرفعال شده و کالاهای متعلق به آن، در لیست نتایج جستجو نشان داده نمی شود.

متدولوژی توسعه

متدولوژی های چابک تنها محدود به XP و Scrum نیست. یکی از متدولوژی های چابک DAD است که در این درس به شما معرفی خواهد شد. این متدولوژی دارای چارچوب فرایندی سطح بالایی است که بسیار مشابه Scrum است و ارزش ها و اصول چابک و رویه های کاری مطرح در روش های چابک در این متدولوژی نیز مشاهده می شود. توسعه پروژه بر اساس متدولوژی Scrum خواهد بود با این وجود برای آشنایی بیشتر شما با سایر متدولوژی های چابک، چارچوب فرایندی و رویه های کاری مطرح شده در DAD را در یکی از فازهای پروژه مورد استفاده قرار خواهید داد.



نیمسال اول 98-99

پروژه درس ایجاد چابک نرم افزار

دانشکده مهندسی کامپیوتر

فازهای تحویلی پروژه

محصولات تحویل دادنی در هر فاز مطابق جدول زیر است.

Phase	Deliverable
Phase 1 : Product Planning	Product Vision High-level Product Backlog Product Roadmap Scrum team roles Tools (CI, CD, Automated testing), Framework
Phase 2: Release Planning	Product Backlog Release Plan MRF Sprint Map
Phase 3,4,5,6: Sprints (Iterations)	Sprint Goal Sprint Backlog (Iteration Backlog) Burndown chart Daily standup meeting log (Daily Coordination Meeting) Sprint Review report (Iteration Review report) Sprint Retrospective report (Iteration Retrospective report)

برنامه زمانبندی اجرای فازهای مختلف پروژه بر اساس جدول زیر خواهد بود.

تاریخ پایان	تاریخ شروع	فاز
پنجشنبه 14 آذر 98	پنجشنبه 7 آذر 98	Product Planning
پنجشنبه 21 آذر 98	پنجشنبه 14 آذر 98	Release Planning
چهارشنبه 4 دی 98	شنبه 23 آذر 98	Iteration 1
چهارشنبه 18 دی 98	شنبه 7 دی 98	Iteration 2
چهارشنبه 16 بهمن 98	شنبه 5 بهمن 98	Iteration 3
دوشنبه 28 بهمن 98	پنجشنبه 17 بهمن 98	Iteration 4



نکات

1. نیازمندی‌ها در طول پروژه ممکن است تغییر کند. بنابراین آمادگی لازم برای مدیریت این مسئله را داشته باشید.
2. کیفیت کد شما مورد بررسی قرار خواهد گرفت. بنابراین Refactoring را جدی بگیرید.
3. دستیاران آموزشی در این پروژه در حکم ذینفعان پروژه هستند.
4. هر فاز جداگانه تحویل داده شده و نمره‌دهی می‌شود. بنابراین اگر یک اسپرینت را تحویل ندهید و در اسپرینت بعدی جبران کنید، نمره اسپرینت قبلی به شما تعلق نخواهد گرفت.
5. گروه‌ها 4 نفره باید باشد
6. نرم‌افزار باید کار کند و از طریق وب در دسترس باشد. راه‌اندازی بستر لازم برای CI/CD و اجرای آن در طول پروژه یکی از معیارهای اصلی نمره‌دهی است.
7. در فاز اول، ابزارها و پلتفرمی را که برای توسعه مورد استفاده قرار می‌دهید را باید معرفی و راه‌اندازی کنید. Automated testing, CI/CD بدون ابزار امکان پذیر نیست.
8. در ابتدای هر اسپرینت باید Sprint Goal و خروجی Sprint Planning را به دستیار مربوطه تحویل دهید.
9. فرایندهای موجود در اسکرام، باید از طریق ابزار Taiga دنبال شود و محصولات تولیدی در خلال اجرای رویه‌های کاری در اسکرام، در این ابزار باید تولید شود. بنابراین تیم‌ها ملزم به ایجاد یک حساب کاربری و تشکیل تیم در Taiga هستند.
10. انتخاب تیم و مشخص کردن نقش اعضا یکی از محصولات تحویل دادنی در فاز اول است.

با آرزوی موفقیت