

Domain Driven Design

В этом документе описаны: предметная область ИС, поддомены, тактические паттерны предметной области. А также составлен глоссарий.

Автор: Шамсутдинов Вадим

Дата создания: 14 нояб. 2021 г.

Review: Сухов Александр

Домены и поддомены

Предметной областью данной ИС является продуктовый ритейл.

Из этой предметной области можно выделить 3 поддомена:

1. **Парсер цен** - Смысловое ядро, то без чего невозможна реализация всего агрегатора. Данный поддомен будет собирать данные о ценах и товарах и после обработки обновлять базу данных. Он является основным и главным, ведь от его успеха будет зависеть успех бизнеса, будут ли пользователи заходить на сайт и видеть реальные цены на продукты.
2. **Домен размещения рекламы** - generic subdomain, данный домен отвечает за размещение рекламы на сайте. Существует множество готовых решений от рекламных интернет-агентств, поэтому выбираем данный тип для этого домена.
3. **Домен учёта трафика** - generic subdomain, данный домен отвечает за сбор информации о трафике. Трафик очень важен для рекламодателей, поэтому нужно будет анализировать трафик и всё время стараться его улучшить. В мире существует множество готовых решений по отображению и анализу метрики сайта, поэтому этим можно будет воспользоваться и не тратить множество ресурсов.

Глоссарий:

1. **Товар** - конкретная сущность, которую продают в магазине. Например: Молоко "Простоквашино" - 3,5 % жирности. Во всех контекстах имеет одинаковое значение.

2. **Авторизация** - проверка подлинности пользователя путём сравнения введённого им пароля (для указанного логина) с паролем, сохранённым в базе данных пользовательских логинов.
3. **Регистрация** - процедура, в результате которой пользователь становится пользователем конкретного сайта с определёнными правами доступа к определённому ограниченному объёму функций сайта.

Описание тактических паттернов:

1. Сущность - **товар**. Для него можно определить следующие атрибуты:
 0. ID
 1. Наименование
 2. Категория(например - "Молочные изделия" или "Полуфабрикаты")
 3. Тип измерения товара - (в кг(г), в литрах, в штуках и тд)
 4. Измерение в единицах из предыдущего пункта
 5. Цена в первом магазине(в рублях). Если товар отсутствует в магазине, то NULL
 6. Цена во втором магазине(в рублях). Если товар отсутствует в магазине, то NULL
 7. И т.д. идут аналогичные пункты по типу f, e в зависимости от количества интернет-ритейлеров, обрабатываемых системой.
2. Сущность - **пользователь**. Для него можно определить следующие атрибуты:
 0. ID
 1. Имя пользователя
 2. Логин пользователя
 3. Пароль пользователя
3. Сущность - **корзина**. Для него можно определить следующие атрибуты:
 0. ID пользователя
 1. ID каждого из товаров, содержащихся в корзине
 2. Стоимость корзины в первом магазине(в рублях). Если один из товаров отсутствует в магазине, то NULL
 3. И т.д. идут аналогичные пункты по типу c в зависимости от количества интернет-ритейлеров, обрабатываемых системой.
4. Объект-значение - **Адрес(город) покупателя**. По нему можно будет определить магазины, которые доступны для доставки.
5. Служба - **Сравнение цен в разных магазинах**. Для него можно выявить следующие методы:
 0. Суммирование стоимости всех товаров в корзине для каждого магазина
 1. Проверка доступности магазина для пользователя

2. Сравнение стоимостей корзин разных магазинов
3. Отображение данных для пользователя в виде таблицы