|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Numer zlecenia oraz nazwa i akronim projektu:  Półkarzyk Pk | | Zleceniodawca:  PJATK, dr hab. Inż. Marta Łabuda | | Zleceniobiorca: | | |
| Zespół projektowy:  Alicja Wieloch  Cezary Ciślak  Bartosz Grzanka  Nikodem Płocki | | Kierownik projektu:  Ciślak Cezary | |
| Nazwa dokumentu:  *Dokument Założeń Wstępnych* | | Odpowiedzialny za dokument:  *Bartosz Grzanka* | | Opiekun projektu:  dr hab. Inż. Marta Łabuda | | |
| Historia dokumentu | | | | | |
| Wersja | Opis modyfikacji | Rozdział / strona | Autor modyfikacji | | Data | |
| 01 | Wersja wstępna | dane | Ciślak Cezary | | 2023-10-13 | |
| 02 | Robocze wersje dwóch rozdziałów | 1, 2/1 | Grzanka Bartosz | | 2023-10-13 | |
| 03 | Redagowanie pierwszego rozdziału | 1/1 | Wieloch Alicja | | 2023-10-13 | |

# Opis etapu: Celem etapu jest udokumentowanie decyzji związanych z zainicjowaniem projektu (cele, kontekst, zakres systemu, wizja konstrukcyjna etc.).

# Oczekiwane produkty: Dokument Założeń Wstępnych w postaci dokumentu o strukturze według poniższego szablonu inazewnictwie zgodnym ze składnią DZW-Gr*A*(*XYZ*)\_v*0* – gdzie *A* to numer porządkowy grypy;*X*, *Y*, *Z* to nazwiska poszczególnych członków, a *0* to numer wersji.

# Opis problemu

Współczesne doświadczenie zakupów w sklepach fizycznych wiąże się z wyzwaniami dotyczącymi znalezienia konkretnego produktu. Klienci sklepów często tracą cenny czas poszukując odpowiednich regałów. Problem jest szczególnie zauważalny w wielkich dyskontach i marketach, gdzie asortyment jest bardzo zróżnicowany. W każdym z supermarketów produkty są różnie rozłożone i mogą zmieniać swoje położenie w zależności od, np. pory roku. Wzmaga to popularność zakupów przez Internet, co zmniejsza monetyzację w fizycznych placówkach. Brak znajomości lokalizacji produktu może wiązać się z frustracją i zniechęceniem do kontynuowania zakupów. Tradycyjne metody, takie jak proszenie o pomoc obsługi, może być uciążliwe dla pracownika jak i pozostałych klientów.

# Cele systemu

{Co chcemy osiągnąć dzięki realizacji projektu? Stan po zrealizowaniu. Spodziewane korzyści, mierzalne efekty?Dla kogo system jest przeznaczony?}

-Głównym celem jest udostępnienie lokalizacji produktów w sklepie, co ułatwi proces zakupów.

-System ma na celu zwiększenie efektywności zakupów poprzez zmniejszenie czasu potrzebnego na odnalezienie poszukiwanego produktu.

-Dostarczając wygodne narzędzie do lokalizacji produktów system ma na celu poszerzenia lojalnej klienteli sklepu (klienci będą preferować sklepy wyposażone w tę funkcję).

-Dostarczenie sklepom narzędzia do łatwiejszej organizacji produktów na półkach. W postaci grupowania i wyświetlania produktów w danej alejce.

# Kontekst systemu

{Opis systemu docelowego w jego środowisku zastosowania, integracja z innymi systemami (interfejsy), współdzielone bazy danych, konieczność wykorzystania szablonów, wzorców, standardów wewnątrzorganizacyjnych; użytkownicy, ich kategorie, specyfika, także ich uprawnienia dostępu do poszczególnych danych / modułów w poszczególnych trybach pracy systemu; zakładana liczebność użytkowników poszczególnych kategorii; rozwiązania konkurencyjne – ich plusy i minusy.}

# Zakres systemu (funkcjonalność)

{Ogólna charakterystyka funkcjonalności – skrótowe nazwanie głownych funkcjonalności (co system powinien robić?rodzaj i przeznaczenie produktu? jakie usługi ma udostępniać?) i cech systemu; także zastrzeżenia, czego system z założenia ma nie robić; nie należy opisywać tu konfiguracji sprzętu i oprogramowania systemu; warunki odbioru}

# Wymagania jakościowe i inne

{Najważniejsze wymagania dotyczące ochrony, bezpieczeństwa, przenośności, elastyczności, konfigurowalności, niezawodności, wydajności itp.}

# Wizja konstrukcyjna

{Założenia architektoniczne i technologiczne.}

# Ograniczenia

{Ograniczenia, które mają wpływ na kształt systemu dotyczące produktu: interfejsów, działania specyficznych warunkach; projektowych: czasowe, ludzkie, sprzętowe, oprogramowanie; finansowania prac projektowych/finansowanie przedsięwzięcia}

# Słownik pojęć

Użytkownik – klient sklepu, który używa aplikacji do nawigacji po sklepie.

Klient – sklep, przedsiębiorca, który jest zainteresowany naszym produktem.