|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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 | |
| 04 | Redagowanie drugiego rozdziału | 2/1 | Wieloch Alicja | | 2023-10-14 | |

# 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

Głównym celem jest udostępnienie lokalizacji produktów w sklepie, co ułatwi proces zakupów. System pomoże zwiększyć efektywność zakupów poprzez zmniejszenie czasu potrzebnego na odnalezienie poszukiwanego produktu. Dostarczając wygodne narzędzie do lokalizacji produktów, poszerzona zostanie lojalna grupa klientów sklepu (klienci będą preferować sklepy wyposażone w tę funkcję). Aplikacja dostarczona sklepom będzie narzędziem 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.