**تبلیغ نما**

مفهوم تبلیغات بطور عجیبی با بازاریابی آمیخته است. تبلیغات جزئی از فرآیند بازاریابی یک محصول و یا خدمت بشمار می رود. به بیان ساده می توان گفت تبلیغات یعنی رساندن یک پیام در مورد محصول و یا یک خدمت از طریق رسانه های مختلف برای متقاعد کردن مخاطبان بالقوه برای خرید آن محصول و یا خدمت.

در تبلیغات معمولاً اهداف متفاوتی دنبال می شود که در زیر به بخشی از آنها اشاره می کنیم:

* آگاهی مشتریان در مورد محصولات و یا خدمات جدید
* آگاه کردن مشتریان از طرز کار و یا قیمت جدید یک محصول
* ایجاد تصویری روشن و قدرتمند از کسب و کار
* ترغیب مشتریان به خرید محصول
* تشویق مشتری برای اتخاذ تصمیم خرید فوری محصول و یا خدمت
* و …

در حال حاضر سایتهای بیشماری دارای قسمتی برای فروش کالاهای قرار داده شده توسط کاربران به صورت الکترونیکی می باشند ولی در این سایت ها تنها مکانی برای توضیح اجمالی حول آن محصول قرار داده شده است و بیشتر آن سایت ها از دسته محصولات محدودی پشتیبانی می کنند و در هیچ یک از این سایت ها به امر تبلیغات به گونه حرفه‌ای پرداخته نشده‌است و در آنها نقص‌هایی می باشد که به اختصار به آنها اشاره می‌گردد:

* به دلیل عام بودن ،اگر اطلاع رسانی صورت بگیرد آن اطلاع رسانی به سختی صورت می‌گیرد.
* نظرات مشتریان و مخاطبین تبلیغات منعکس نمی‌گردد و دیگر بازدید‌کنندگان هیچ‌گاه قادر به فهمیدن نظرات دیگر بازدید‌کنندگان نمی‌شوند و همین طور استفادگان از آن محصول و یا حرفه هیچ‌گاه قادر به بازگو کردن نظرات خود نمی‌شوند.
* روش‌های اطلاع‌رسانی محدود و کم‌ نفوذ است.

برای همین امر نیاز به مکانی برای تبلیغات حرفه‌ای و پرداخت به آن کاملا محسوس است، مکانی که در آن بتوان به گونه‌هایمتفاوت تبلیغات کرد و کاربران بتوانند به صورت کاملا آزاد به تبلیغات کالا و یا حرفه خود بپردازد و هیچ محدودیتی در مورد تبلیغات نداشته باشند، از طرف دیگر بازدیدکنندگان نیز بتوانند با اطمینان از آن که با سهولت قادر به یافتن نیاز خود در آن سایت هستند به بازدید از آن بپردازند تا با این امر بتوان رضایت بازدیدکنندگان و تبلیغ‌کندگان را برآوررده کرد. برای رفع نقصهایی که در بالا ذکر گردید راه‌حلهایی تعبیه گشته‌است که در ادامه به ترتیب به آنها اشاره می‌گردد:

* ایجاد امکان مشخص کردن علایق برای کاربران
* ایجاد امکان دریافت نظرات بازدیدکنندگان درباره هر تبلیغ و نمایش آن به تمام بازدیدکنندگان
* افزودن روش‌های اطلاع‌رسانی آنی و پرنفوذتر مانند استفاده از سیستم پیام کوتاه(SMS)

یک تبلیغ کننده خواهان بازدید حداکثری بازدیدکنندگان از تبلیغات خود می‌باشد و بازدیدکنندگان نیز خواهان آن هستند که با صرف کمترین زمان به نیاز خود دست یابند برای آن که بتوانیم این دو خواسته را برآورده ساخت باید تعداد تبلیغات قرار داده شده در سایت را حداکثر کرد تا تعداد و انواع تبلیغات را افزایش یابد و با دسته‌بندی صحیح و کارآمد و توجه به علایق کاربران امکان دستیابی به کالا‌ها را سهولت .برای دستبابی به این خواسته‌ها باید کاربران را ترغیب به قرار دادان تبلیغ نمود که برای دستیابی به این امر با قرار دادن امکان تبلیغ رایگان به آنها با دادن اطمینان از ضرر نکردن ممکن خواهد شد.

برای آنکه بتوان از تاسیس این سایت کسب درآمد نمود می‌توان با قرار دادن امکان خرید مکانهای ویژه سایت به تبلیغ‌کنندگان صورت داد که برای سهولت کاربران برای پرداخت می‌توان از درگاه‌های امن اینترنتی بانک استفاده نمود.

**مشکل**

سایت‌های مشابهی که به عرضه این خدمات می‌پردازند عاری از مشکل نیستند که همین موضوع ما را برای تولید محصولی بهتر ترغیب نمود برای بیان اجمالی این مشکلات در ادامه به صورت خلاصه چند مشکل بررسی گشته‌است:

بیشتر کاربران سایتهای اینترنتی برای آنکه نمی دانند که اطلاعات و تبلیغات یک محصول به چه میزان قابل اعتماد هست از اعتماد به این محصولات خودداری می‌کنند برای آنکه بتوانیم حس اعتماد بازدید کنندگان را جلب کنیم بهتر است که از کاربران درخواست کنیم که به این تبلیغات امتیازی دهند و با این امر کاربران دیگر با دیدن امتیازی که کاربران دیگربه آن تبلیغ داده‌اند ما می‌توانیم یک تبلیغ نامناسب را از دیگر تبلیغ‌ها جدا کنیم و با این کار بازدیدکنندگان می‌توانند با احساس اعتماد بالاتری از تبلیغات سایت استفاده نمایند و با این کار اعتبار سایت بیشتر خواهد رفت.

درهیچ یک ازسایت ‌های مشابه مکانی برای دریافت امتیازی برای یک تبلیغ موجود نمی‌باشد و تنها در بعضی از آنها مکانی برای نشان دادن تعداد بازدید‌ها موجد می‌باشد که آن هم اصلا معیار مناسبی باری ارزیابی بازدیدکنندگان نمی‌باشد.

هنگامی که انواع محصولات زیاد می‌شود کاربران به صورت ناخواسته مجبور به بازدید از تبلیغات‌هایی می‌گردند که به آنها علاقه ندارند و همین طورباید برای یافتن تبلیغات مورد علاقه خود مدت زمانی را صرف کنند که این امر موجب خستگی کاربران می‌شود.برای بهبود این مشکل میتوان از علایق بازدیدکنندگان جویا شد و تبلیغات مدنظرشان را به آنها نمایش داد.

در هیچ یک از سایت‌های مشابه علاقه کاربران ملاک نمایش تبلیغات نمی‌باشد ولی در این پروژه علاقه کاربران معیار نمایش تبلیغات خواهند بود.

**نمونه‌های مشابه**

* Locopoc
* Boorsekala
* nyazmandy.ir
* ...

**مدیریت پروژه**

مدیریت امروز نیازمند ابزارهای دقیق برای دستیابی به اهداف پروژه ها می باشد .براي مديريت موفق پروژه، سازمان‌ها نياز به مديراني با توانايي بالا در رهبري،‌ مديريت تيم پروژه، مديريت برخوردها (در طول پروژه)، توانايي بحث و مجاب‌کردن، همکاري، گزارش‌گيري و گزارش‌دهي و بسياري ويژگيهاي ديگر دارند.

**چارت سازمانی**

**تیم پروژه**

* ***جناب آقای* ؛** تحلیل گر، طراح، مدیر پروژه
* ***سرکار خانم*؛** تحلیل گر، برنامه نویس
* ***سرکار خانم؛*** *نحلیلگر ، طراح*
* ***جناب آقای*؛** تحلیلگر، مسئول امنیت
* ***جناب آقای*؛** تحلیل گر، مسئول پایگاه داده
* ***جناب آقای* ؛**برنامه نویس، مسئول امنیت
* ***جناب آقای؛*** *طراح ، برنامه نویس*

**مدیریت نسخ**

تیم پروژه برای مدیریت نسخ مختلف پروژه و اسناد مربوط به آن از ابزار Version Control استفاده خواهد کرد.

اهمیت استفاده از یک ابزار Version Control در اشتراک گذاری نسخ برنامه بین اعضا و تبادل سریع، کم هزینه و آسان اسناد مربوطه می‌باشد. امروزه در پروژه‌های نرم افزاری، کار تیمی و اشتراکی بدون استفاده از یک ابزار Version Control ناممکن می‌باشد.

از بین ابزارهای متفاوت موجود و پس از بررسی جزئیات مختلف ابزار github که از طریق آدرس github.com قابل دسترسی است، انتخاب شد.

**متدلوژی مورد استفاده**

با توجه به اهداف خاص پروژه، وسعت و زمان پیش بینی شده برای نهایی شدن کار، باید متدلوژی مناسب برای ساخت نرم افزار انتخاب شود. با توجه به بررسی‌های انجام شده از بین متدلوژی‌های متداول مانند آبشاری، RUP و ...، متدلوژی Agile انتخاب شده است. در زیر نگاهی گذرا به مهم‌ترین ویژگی‌های متدلوژی Agile خواهیم انداخت.

توسعه‌ی نرم افزار با مجموعه متدهای Agile مثل اکثر متدلوژی‌های مطرح در علم و بازار روز، از تعدادی تکرار تشکیل می‌شود. در Agile به خاطر ویژگی‌های خاصی که بحث خواهند شد، تاکید بر این است که دوره‌های زمانی که هر تکرار ما در طی آن رخ خواهد داد، تا جای ممکن کوتاه باشند. در هر تکرار، تمامی مراحل برنامه ریزی، تحلیل نیازمندی‌ها، طراحی، پیاده سازی و تست اجرا خواهند شد و در پایان هر دوره‌ی تکرار، یک محصول قابل استفاده به کارفرما ارائه خواهد شد.

ارتباط مستقیم، رو در رو و متداوم با کارفرمایان، یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های Agile است که به طور کلی به روش‌های ارتباطی مبتنی بر اسناد ارجح می‌باشند. البته اسناد مورد نیاز طبق نیاز پروژه آماده شده و تحویل داده می‌شوند.

نوع همکاری و مدیریت تیم پروژه در Agile، تا حد امکان به دور از روش‌های سخت‌گیرانه‌ی چارت‌های سازمانی است و سعی می‌شود تا در هر تکرار، افراد علاقه‌مند به هر کار مشخص، عهده‌دار وظایف آن کار شوند.

در مجموع، متدلوژی Agile بیشتر از اینکه به توسعه‌ی اسناد طولانی و دقیق با تکیه بر پیش‌بینی‌های انجام شده تاکید کند، روی پیشروی واقعی پروژه در هر تکرار تکیه دارد. ضمن اینکه یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های Agile قابلیت انعطاف پذیری بسیار بالای آن در قبال انواع تغییرات می‌باشد که با توجه به ماهیت پروژه‌ بسیار حائز اهمیت می‌باشد. ارتباط مستقیم و مداوم با کارفرمایان، و این حقیقت که اعضای تیم در یک گروه کوچک در هر تکرار به فکر آماده سازی یک محصول قابل اجرا هستند و در هر تکرار قابلیت‌های مختلف را اضافه می‌کنند باعث شده تا Agile علاوه بر ویژگی‌های ذکر شده، دارای سرعت قابل توجهی برای پروژه‌های نرم افزاری با مقیاس متوسط و نسبتاً بزرگ باشد.

**فازهای توسعه**

پروژه در 5 مرحله کلی آماده می‌گردد. با توجه به نوع متدلوژی انتخابی برای این پروژه در هر مرحله از کار بخشی از وب سایت طراحی و پیاده سازی می‌شود، به بیانی دیگر تمامی مراحل پروژه شامل تحلیل، طراحی، پیاده سازی، تست و مستند ­­سازی از کارهای انجام شده می‌باشد.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| مراحل پروژه | مدت زمان | تاریخ تحویل | توضیحات |
| مرحله اول | ­ |  | قابلیت های عمومی: طراحی صفحه اصلی سایت  اعضا: عضویت در سایت، ورود، مدیریت پروفایل، تغییر تنظیمات شخصی ، درج تبلیغ رایگان  مدیر سایت: مشاهده تبلیغات اضافه شده و تایید یا لغو آن |
| مرحله دوم |  |  | اعضا: گسترش انواع تبلیغات( آگهی ستاره دار)، قابلیت درخواست پشتیبانی توسط مدیر  قابلیت های عمومی: افزودن قابلیت دسته بندی موضوعی تبلیغات  مدیر: پاسخ به درخواستهای پشتیبانی |
| مرحله سوم |  |  | اعضا: گسترش انواع تبلیغات( آگهی ویژه)، مشاهده لیست آگهی های درج شده ، امکان افزودن دسته مورد علاقه و پیشنهاد تبلیغات با توجه به دسته  قابلیت های عمومی: افزودن قابلیت امتیاز به تبلیغات ، قابلیت دسته بندی بر اساس استان مورد نظر |
| مرحله چهارم |  |  | اعضا: قابلیت سفارش ایمیل تبلیغاتی، افزودن قابلیت ایجاد یک بازخورد برای یک تبلیغ  قابلیت های عمومی : رتبه بندی تبلیغات با توجه به امتیازات و بازخورد ها |
| مرحله پنجم |  |  | اعضا: قابلیت پیامک تبلیغاتی (sms) ، قابلیت کسب درآمد ، قابلیت ارسال و دریافت پیام بین کاربران ، قابلیت پرداخت اینترنتی انواع تبلیغات |

**معماری پروژه**

در معماری چندلایه تمام برنامه به چندین بخش تقسیم می‌شود. این بخش‌ها می‌توانند فیزیکی یا منطقی باشند. هر بخش کار خاصی را انجام می‌دهد مثلاً نمایش واسط کاربر یا دسترسی به داده‌ها. برنامه می‌تواند به هر تعداد لایه داشته باشد.

تعريف Tire : Tire يك سطح منطقى و يا لایه‌ای است كه عناصر منطقى مربوط به يك برنامه بر روى آن مستقر می‌شوند (نه يك tire فيزيكى) طبقات (لایه‌ها)، می‌توانند بر روى يك و يا چندين كامپيوتر و يا حتى Tire فيزيكى، مستقر گردند. تعداد Tire ها به تعداد سطوح بر می‌شود.

مهم‌ترین مزيت افزودن Tire، قابليت گسترش و توسعه يك برنامه است. هر Tire اضافه، امكان افزودن كاربران بيشتر و ايزوله كردن يك سطح از منطق برنامه را فراهم می‌نماید. ايزوله كردن منطق، اين امكان را فراهم می‌کند كه تغييرات لازم در يك برنامه بدون نياز به اعمال تغييرات در ساير Tire ها، صورت پذيرد. مثلاً در يك برنامه One-tire اعمال تغيير در هر سطح از منطق برنامه، مستلزم ترجمه مجدد برنامه و توزيع آن خواهد بود.

لازم است به اين نكته اشاره گردد كه با افزايش Tire ها، از يك طرف امكان گسترش برنامه بيشتر شده و از طرف ديگر پيچيدگى مدل دستيابى به داده‌ها، افزايش می‌یابد.

معماری ۳ لایه حالت خاصی از معماری چندلایه می‌باشد که سیستم‌ها بر اساس این معماری به ۳ لایه جداگانه تقسیم می‌شوند.

**دلایل انتخاب معماری سه لایه**

در پروژه‌های بزرگ تحت وب که نیاز به بروز رسانی دارند از معماری لایه‌ای استفاده می گردد.

استفاده از این معماری مزایای زیادی دارد که ما در این جا سعی کرده‌ایم بیشتر این مزایا را ذکر کنیم:

* برنامه‌ها به چند بخش منطقی جدا از هم تقسیم می‌شوند و اتصال میان UI ( رابط کاربری ) ، پردازش‌ها و بانک اطلاعاتی کم می‌شود.
* معماری سه لایه کار توسعه نرم افزار را بسیار ساده می‌کند.
* معماری سه لایه باعث شده است کار گروهی بسیار راحت انجام شود و با توجه به این مسئله، زمان اتمام پروژه‌های بزرگ بسیار پایین آمده و کیفیت بسیار بالا رفته است.
* استفاده از معماری سه لایه باعث شده خوانایی برنامه که امروز با توجه به رشد سریع برنامه‌های کاربردی بزرگ خیلی مهم است به شدت افزایش یابد.
* معماری سه لایه باعث شده حجم کد نویسی بسیار کاهش یابد.
* استفاده از معماری سه لایه باعث شده تا امنیت داده‌ها بسیار بالا رود، زیرا لایه رابط کاربری نمی‌داند که اطلاعات از کجا آمده است و امکان سوء استفاده از داده‌ها وجود ندارد.

**محدودیت‌ها**

از آنجا که پروژه تحت وب می‌باشد، کاربران برای اتصال به آن نیاز به مرورگر یا Browser دارند. وب سایت طراحی شده با تمامی مرورگرهای جدید از جمله Chrome و Firefox سازگار می‌باشد.

**تست محصول**

تست نرم‌افزار یا آزمایش نرم‌افزار،تحقیق بر روی کیفیت یک محصول یا سرویس نرم‌افزاری و ارایه اطلاعات درباره‌ی آن به مشتری‌ها است.تست‌ها یک سری از سوال و جواب‌هایی هستند که نرم‌افزار را با آن امتحان می‌کنیم در حالی که از برنامه انتظار داریم با توجه به ورودی‌هایی که با استفاده از سوالات وارد می‌کنیم، جواب‌های صحیحی را به عنوان خروجی به ما دهد.

تست فقط می‌تواند وجود خطاها را نشان دهد ولی نمی‌تواند عدم وجود خطا را تضمین نماید. آزمایش نرم‌افزار از وظایف توسعه دهندگان نرم‌افزار است و نه از وظایف تحویل گیرندگان آن.

از نظر تست امنیت بهتر است ابتدا یک تعریف مناسب از امنیت کنیم. در واقع امنیت واقعی نرم افزار به معنای مدیریت ریسک است. شما باید به حدی از اطمینان برسید که نرم افزار برای بازار هدف به اندازه کافی امن است و تا وقتی که این نرم افزار صاحبان و کاربران را راضی می‌کند (در حالتی که آن‌ها از این مشکلات اطلاع دارند و از ریسک آن کاملاً مطلع هستند و می‌دانند که چه چیزی را قبول کرده‌اند) می‌توان گفت که نرم افزار به قدر کافی امن است.

در این سیستم ارائه خدمات با سرعت بالا و کیفیت مطلوب مد نظر است. بنابراین مهم‌ترین امنیتی که برای این پروژه در نظر گرفته شده، امنیت در مقابل حملاتSQL INJECTION، دسترسی‌های غیرمجاز و هر چیز دیگری که می‌تواند به سیستم آسیب برساند، است.

در این پروژه در نظر داریم از بخشی از استراتژی جعبه سفید استفاده کنیم که نیاز کاربران را تا حد امکان تأمین می‌کند. این تست‌ها به اختصار در زیر آمده است:

* بررسی سطر به سطر کد
* بررسی همه انشعاب‌ها در کد برنامه
* بررسی همه حلقه‌ها در برنامه
* مدیریت خطا

## آزمون پیوندها

در این تست تمام پیوندهایی که در شبکه اجتماعی وجود دارد بررسی می‌شوند تا مطمئن شویم در هیچ جا اشتباهی روی نمی‌دهد و کاربر به صفحات درست هدایت می‌شود.

## آزمون فرم‌ها

در این بخش تست می‌کنیم که فرم‌های ما آن طور که انتظار داریم کار می‌کنند یا نه، که شامل موارد زیر می‌باشد :

* قسمت مدیریت خطا مطابق انتظار کار می‌کند. به طور مثال اگر کاربری قسمتی از یک فرم را که باید پر می‌کرده، خالی بگذارد پیام خطای درستی دریافت می‌کند.
* چک می‌کنیم که قسمت‌هایی که در یک فرم باید به صورت پیش فرض مقدار داشته باشد، وجود دارد.
* قسمت نظر دهی و آپلود عکس‌ها به صورت درست کار می‌کند.
* قالب فرم‌ها به دقت مورد بررسی قرار می‌گیرد تا بیشترین خوانایی را داشته باشد.

## آزمون کوکی‌ها

کوکی یک فایل کوچکی است که وب‌سایت از آن استفاده می‌کند تا فعالیت کاربران را ثبت کند، برای زمانی که کاربران، چه وارد سایت شده و چه نشده‌اند در حالی که مشغول استفاده از سایت هستند،که شامل موارد زیر است:

* بررسی این که اطلاعات به درستی پاک می‌شود در زمانی که دستور پاک شدن داده می‌شود.
* ذخیره درست اطلاعات در زمان ورود کاربران به صفحه شخصی خود، به درستی صورت می‌گیرد یا نه.

## آزمون چرخه‌ی فعالیت کاری

شامل موارد زیر است:

* آخر هر فرآیند به نحوی تمام می‌شود که در سناریوهای مستندات ارائه شده ذکر شده یا نه.
* تست قسمت‌هایی که مربوط به نمایش پیغام‌های مناسب برای خطای کاربر و هدایت درست کاربر است.

## آزمون قابلیت استفاده

این بخش یکی از حیاتی‌ترین بخش‌های تست است که ما بررسی می‌کنیم، یک کاربر جدید وقتی شبکه اجتماعی را دید به راحتی بتواند با آن ارتباط برقرار کند و بخش راهنمای آن مورد بررسی قرار می‌گیرد تا کاربر را خیلی سریع و آسان به سوی هدفش هدایت کند، که در این تست از کارفرما کمک گرفته می­شود به عنوان یک کاربری که احساس نیاز به این سیستم می­کند و نظر او برای برطرف شدن نیازهایش توسط سیستم بسیار مهم است.

## آزمون واسط کاربری

در این بخش ما سه محیط Application، Web Server و Database Server را مورد بررسی قرار می‌دهیم، این آزمون توسط نرم افزارهای تست انجام خواهد شد تا احتمال خط پایین بیاید و همچنین محیط تست واقعی تر باشد.

## آزمون پایگاه داده‌ها

در این تست زمان پاسخ گویی به پرس و جوها مورد بررسی قرار می‌گیرد. شامل موارد زیر است:

* درستی داده‌ها در پایگاه داده زمانی که ایجاد یا بروز رسانی و یا حذف می‌شوند.
* بررسی دریافت درست اطلاعات از پایگاه داده و نمایش آن و...

## آزمون سازگاری

در این بخش تست می‌کنیم که شبکه اجتماعی با تمام مرورگرهای مشهور از جمله Firefox وChromeirefox , Chromeه عامل ها تمام درست راده و نمایش آن و...

هاند با آن ارتباط برقرار کند و بخش راهنمایی این پروژه تست می و در تمام سیستم عامل‌های مشهور از جملهWindows , Linux و Mac به خوبی به نمایش در بیاید و مشکلی از بابت نمایش صفحات نداشته باشد.

## آزمون کارایی

در این بخش از صحت بارگذاری صفحات وب سایت اطمینان به عمل می‌آید. اینکه صفحات با توجه به سرعت اینترنت کاربر به صورت بهینه بارگذاری شود تا سرعت دسترسی کاربر بالا رود. آزمون کارایی سیستم را می­توان از دو راه حساب کرد، که اول این است که ما در یک محیط شبکه سیستم را بار گزاری کرد سپس از تعدادی کاربر دعوت کنیم برای استفاده از سیستم ما که نتایج زیاد دقیقی به ما نخواهد داد بنابراین ما از راه دوم که استفاده از یک نرم افزار تست قوی برای شبیه سازی محیط واقعی و تست با تعداد کاربر بالا و آماری دقیق می­دهد استفاده کرده­ایم.

## آزمون تحت فشار

این تست که یکی از مهم‌ترین تست‌ها است در اینجا می‌بینیم که شبکه اجتماعی در زیر فشار ازدحام کاربران با مشکلی مواجه نشود. این تست فقط در آخرین فاز پروژه انجام می‌شود. برای اینکه نتایج این تست برای ما از ارزش بالایی برخوردار است از نرم­فزار برای تست این قسمت استفاده کرد­ه­ایم.

لازم به ذکر است که اکثر این تست‌ها را در هر مرحله‌ی تحویل انجام داده و از درستی کارها اطمینان حاصل می‌کنیم و در آخرین مرحله تحویل و مرحله نصب و راه اندازی تست‌های نهایی را انجام خواهیم داد.