

Система может быть использована множеством ролей, задействованных в судебном процессе. Это и клерки, и адвокаты, и фигуранты дела.

Разработанная система представляет собой совокупность отдельных модулей, коммуницирующих между собой посредством REST и SOAP протоколов. Клиентские страницы реализованы с помощью jsp технологии. Доступ к интерфейсу осуществляется при помощи обычного веб-браузера.

Для удобства пользователя система поддерживает взаимодействие с двумя базами данных: MS SQL и Oracle. Каждая из них подходит для хранения важных данных, т.е. гарантирует их сохранность и неделимость. Доступ к данным осуществляется с помощью ORM (Object Relational Mapping) Hibernate. Hibernate значительно экономит ресурсы серверов за счет использования кэша, а также увеличивает скорость взаимодействия с базами данных.

Благодаря гибкости созданного решения, C-Track легко кастомизируется для работы с любым типом суда. Система имеет неограниченные возможности для расширения своей функциональности, таким образом круг потенциальных пользователей неограничен. Данное приложение обладает большим потенциалом и способностью к сохранению и также увеличению бюджета использующей его организации.

Список использованных источников:

1. <http://legalsolutions.thomsonreuters.com/law-products/solutions/c-track-court-management/software>.

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РУП «БЕЛПОЧТА» И ПРОГРАММНАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ПОЧТОВОЙ СВЯЗИ

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Балухо Е.А.

Сторожев Д. А. – ст. преподаватель

Для того, чтобы заинтересовать потенциальных потребителей товаров и услуг компании необходимо как минимум иметь удобный, информативный и многофункциональный интернет-портал, мобильное веб-приложение, также активно вести маркетинговые исследования для выявления потребностей клиентов, анализировать их удовлетворённость оказываемыми услугами и качеством товаров.

Объект исследования: процесс оказания услуг почтовой связи и маркетинговая деятельность компании.

Предмет исследования – инструментальные средства оказания услуг почтовой связи, средства сбора и анализа маркетинговой информации.

Тема исследования является актуальной, поскольку внедрение на предприятии автоматизированной системы маркетинговой деятельности, программного средства продвижения услуг почтовой связи может существенно повысить спрос потребителей в услугах компании, позволит расширить информационное влияние компании на клиентов. Помимо этого необходимость использования маркетинга и программного продвижения услуг обусловлена современными тенденциями развития экономики.

По всему миру почтовые компании столкнулись с новыми вызовами и угрозами из-за изменений в технологиях и рынке. Под давлением этих изменений они запускают масштабные реформы. Для сохранения востребованности и имиджа почтовая компания должна использовать при организации услуг современные логистические технологии, поддерживать интернет-коммерцию, оказывать финансовые услуги, создавать ресурсы гибридной почты, организовать отдельный блок экспресс услуг. Выгодной стратегией развития почтовой компании является выстраивание постоянных отношений с интернет-магазинами [1].

Постоянные и систематические маркетинговые исследования, анализ их результатов могут повлиять на создание инновационных идей в сфере почтовых услуг.

При выполнении задач появилась необходимость ознакомиться с технологиями, которые были успешно применены при реализации:

– клиентская часть с использованием технологии построения JavaScript, с применением библиотеки jQuery, CSS таблицы стилей, языка разметки HTML, Bootstrap и его компоненты.

– серверная часть реализована на языке JavaScript с использованием сервера NodeJS. Для создания архитектуры серверной части был применен фреймворк Express, шаблонизатор EjsLocals. Отправка мгновенных сообщений в режиме онлайн обеспечивалась использованием SocketIO. Связь с БД обеспечивалась при помощи MongooseJS.

– для размещения базы данных была выбрана не реляционная документно-ориентированная база данных MongoDB, в которой все данные хранятся в коллекциях.

Разработанное веб-приложение дает клиентам компании возможность зарегистрироваться в системе и пользоваться ее технологическими возможностями, управлять своим аккаунтом в «Личном кабинете» (рисунк 1), формировать заказы (рисунок 2) и добавлять их в «Корзину».

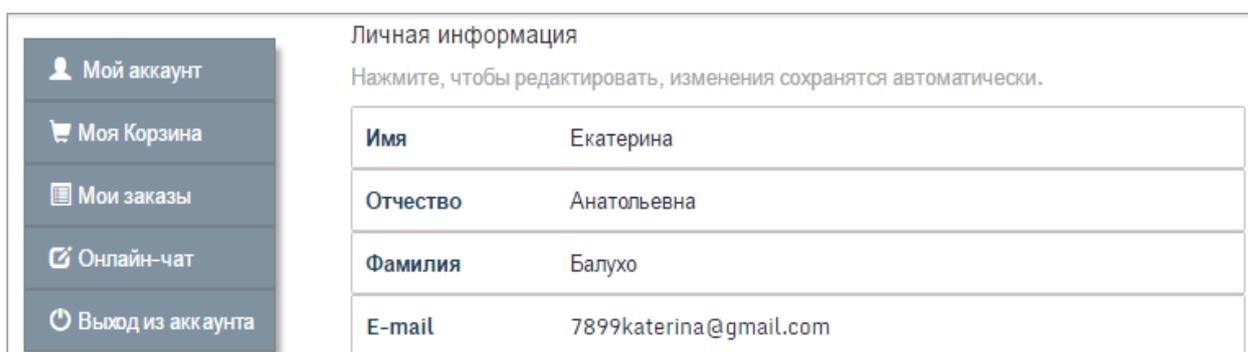


Рис. 1 – Меню личного кабинета пользователя



Рис. 2 – Заказы пользователя

Работа приложения основана на использовании сервера NodeJS. Node.js – платформа, основанная на JavaScript движке V8, и предлагающая асинхронное API для работы с сетью и диском. Node.js добавляет возможность JavaScript взаимодействовать с устройствами ввода-вывода через свой API (написанный на C++), подключать другие внешние библиотеки, написанные на разных языках, обеспечивая вызовы к ним из JavaScript-кода [2].

При разработке был использован фреймворк для приложений Node.js Express. Это минималистичный и гибкий веб-фреймворк, предоставляющий обширный набор функций для мобильных и веб-приложений.

Для формирования страниц сайта была использована шаблонная система EjsLocals – движок рендеринга, который поддерживает наследование шаблонов.

Mongoose понадобился для удобной работы с MongoDB. Mongoose – это библиотека Node.js, которая предоставляет возможность объектно-реляционного отображения. Mongoose переводит данные в базу данных объектов JavaScript для дальнейшего их использования приложением.

Для хранения данных приложения выбрана MongoDB. MongoDB реализует новый подход к построению баз данных, где нет таблиц, схем, запросов SQL, внешних ключей и многих других вещей, которые присущи объектно-реляционным базам данных. В отличие от реляционных баз данных MongoDB предлагает документо-ориентированную модель данных, благодаря чему MongoDB работает быстрее, обладает лучшей масштабируемостью, ее легче использовать.

Клиентская часть сайта играет ключевую роль в обеспечении его интерактивности. Для создания клиентской части были использованы JavaScript, CSS3, HTML5, jQuery, Bootstrap3.

Подобранные технологии позволили сделать качественную интеграцию компонентов: клиентского приложения, серверного приложения, базы данных и браузера, непосредственно взаимодействующего с пользователем.

Система подразумевает три роли пользователей, которые могут непосредственно работать с системой: клиент, администратор, маркетолог. В качестве клиентского приложения выступает стандартный веб-браузер. Пользовательский интерфейс системы и элементы управления реализованы на русском языке. Функции приложения сгруппированы в соответствующих вкладках меню и представляются разными для каждой роли пользователя. Система реагирует на сложность запроса пользователя к базе по времени хорошо.

Проектирование и реализация, описание веб-приложения показывает, что основная цель проекта достигнута: использование инструментальных средств продвижения услуг почтовой связи позволит увеличить спрос на почтовые услуги и повысить эффективность маркетинговой деятельности компании РУП «Белпочта».

Для достижения цели были выполнены поставленные на этапе планирования задачи: изучены основные аспекты маркетинговой деятельности компании, предметная область и подобные информацион-

ные средства и ресурсы, сформулированы второстепенные цели и средств их достижения, описан состав пользователей, разделы сайта, критерии достижения целей, интересы пользователей.

Список использованных источников:

1. Мейерсон, М. Основы интернет-маркетинга. БГУИР. Все, что нужно знать, чтобы открыть свой магазин в интернете/ М. Майерсон, М. Скарборо. – М.: Ман, Иванов и Фербер, 2013. – 320 с.
2. NodeJS [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://nodejs.ru/>.

ВЕРИФИКАЦИЯ КАЧЕСТВА ПО И РАЗРАБОТКА ANDROID - ПРИЛОЖЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ ПРОЦЕССОВ ТЕСТИРОВАНИЯ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Жданова А.Ю.

Сторожев Д. А. – ст. преподаватель

Качество программного обеспечения определяется в стандарте ISO 9126 [1] как вся совокупность его характеристик, относящихся к возможности удовлетворять высказанные или подразумеваемые потребности всех заинтересованных лиц.

Объект исследования: отдел по тестированию ПО на фирме.

Предмет исследования: способы сокращения времени на выполнение методов тестирования сотрудником, применяемых на фирме.

Цель исследования: повышение эффективности деятельности отдела тестирования посредством разработки программной поддержки для управления процесса тестирования и документирования дефектов.

Если рассматривать жизненный цикл стадии тестирования, можно заметить, что самыми рутинными и стандартными являются стадии 6,7,8.

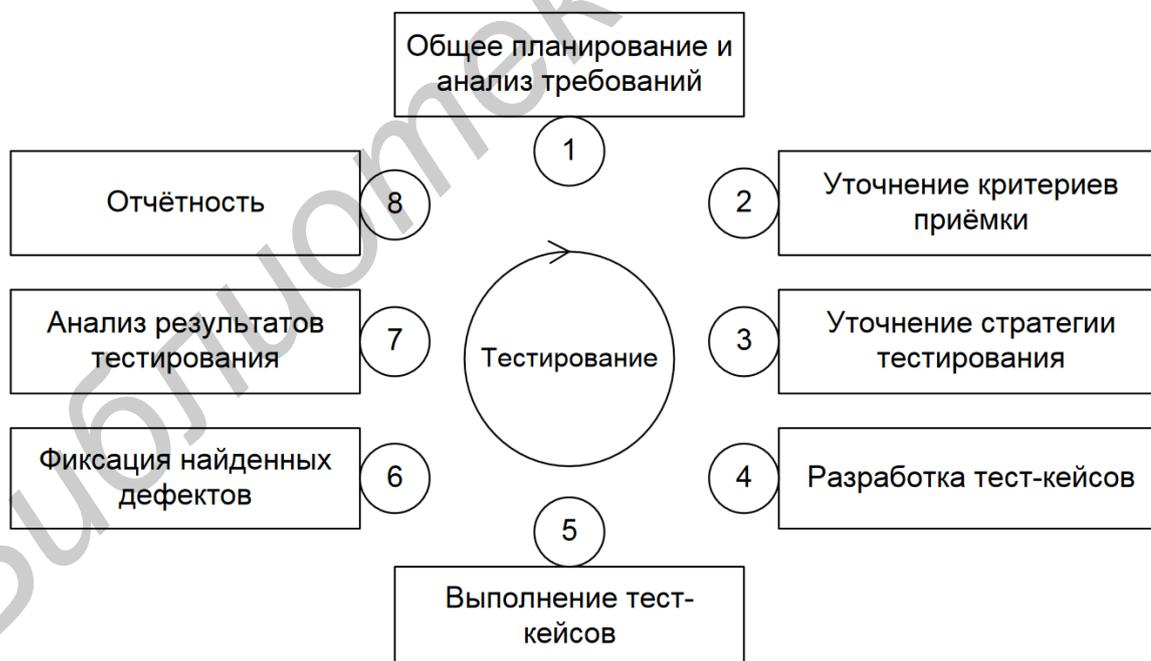


Рис.1 – Жизненный цикл стадии тестирования

Именно эти стадии и будут оптимизированы благодаря разработанному программному модулю.

Тестирование и последующий процесс создания дефекта в баг-трекинг-системе хоть и рутинный, но не менее важный и достаточно трудоёмкий. Обычно он состоит из следующих стадий:

- а) найти дефект, понять шаги воспроизведения
- б) собрать необходимые артефакты (снимки экранов, логи приложения, различную дополнительную полезную информацию)
- в) передать собранные файлы на компьютер