

TD 3 bis
MetroMarket



Contexte général

MetroMarket est une franchise de supermarchés, fournissant un service B2C (business to consumer) à chacun de ses franchisés. MetroMarket est présent dans plusieurs villes de France, et permet à des millions de Français de faire leurs courses quotidiennes tout en attendant leur métro, leur tramway ou leur bus.

Le principe de MetroMarket est simple : des affiches publicitaires, représentant des rayons virtuels de produits, sont affichées dans les transports en commun. N'importe quelle personne attendant son bus ou son métro peut ainsi regarder des produits comme si elle était dans un véritable supermarché. Chacun peut, grâce à son smartphone, scanner un QR code placé sous le produit et commander le produit dans l'une des franchises de MetroMarket. Le client peut ensuite aller dans le supermarché franchisé et récupérer ses courses déjà prêtes !

Description du système

Chaque consommateur doit pouvoir se connecter au système grâce à un login et mot de passe. Si une personne n'est pas encore inscrite, elle doit pouvoir le faire en renseignant son nom, prénom, adresse, son ou ses supermarchés franchisés favoris. Elle peut aussi

renseigner son numéro de carte bleue si elle le souhaite, afin de ne pas avoir à le renseigner lors de ses prochain achats. Dans ce dernier cas, le numéro de carte bleue sera vérifié auprès de l'API bancaire.

Une fois connecté au site (via, par exemple, l'application mobile), un client peut scanner un QR code (une API permet d'extraire du QR-code le numéro de série du produit scanné) et visualiser un produit. Depuis la page de visualisation, il pourra vérifier les disponibilités du produit dans l'un de ses supermarchés favoris, ou ajouter le produit à son panier. Dans ce dernier cas, la disponibilité du produit est vérifiée.

Une fois qu'un client aura terminé d'ajouter des produits à son panier, il pourra valider son panier. La disponibilité des produits est alors vérifiée une dernière fois, et la carte bleue du client sera débitée.

Tâche demandée

On vous demande d'identifier les acteurs du système, de réaliser un diagramme de cas d'utilisation, et un diagramme de classes. Dans le diagramme de classes, on se concentrera sur l'aspect relation client/supermarché franchisé du système.