

Internet adrese

Internet adrese

- ❑ Mesto svakog računara svake pojedinačne mreže uključene na Internet mora biti: jedinstveno
- ❑ IP adresa je obima 32-bita, a to znači da je moguće adresirati $2^{32} = 4\ 294\ 967\ 296$ hostova

Primer:

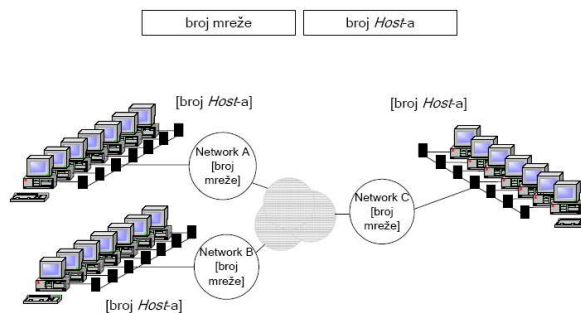
- ❑ Numerički zapis sa 4 bajta: 128.2.7.9 što odgovara binarnom zapisu:
10000000 | 00000010 | 00000111 | 00001001

IP adrese

IP adresu čine dva polja:

(a) adresa mreže (*Network address, Network ID*) - identifikuje mrežu i

(b) adresa računara (*Host address, HostID*) - identifikuje računar u okviru mreže



3

Internet adrese

- ❑ Način zadavanja Internet adrese kao niza brojeva nije prirodan čoveku, jer je nepodesan za pamćenje imena
- ❑ Uporedo sa Internet adresama uvedena su odgovarajuća **simbolička imena** kao npr. www.yahoo.com ili www.vps.ns.ac.rs
- ❑ Analogija sa servisima koje pruža javna telefonska mreža
- ❑ Telefonski imenik sadrži imena pretplatnika. Ako želimo nekom korisniku da doznamo telefonski broj mi prvo u imeniku nalazimo njegovo ime, a zatim i odgovarajući telefonski broj
- ❑ Telefonski imenik, vrši preslikavanje imena korisnika (simbolička imena) u stvarni telefonski broj (aktuelna adresa)
- ❑ Slična logika se koristi kod Interneta

4

DNS - Domain Name System

- ❑ Aplikacija koja omogućava preslikavanje simboličkih imena u Internet adrese i obrnuto naziva se **DNS (Domain Name System)**
- ❑ Za svaku lokalnu mrežu uveden je DNS server koji sadrži datoteku sa imenima i Internet adresama računara te mreže
- ❑ DNS serveri međusobno komuniciraju
- ❑ Svaki od DNS servera može pristupiti bilo kom drugom DNS serveru sa upitima o imenima računara njegove mreže

5

DNS zone

- ❑ **DNS zona** je podstablo DNS stabla koje se administrira nezavisno i obuhvata područje od jednog ili više Name servera
- ❑ Zone – mogu biti podeljene na manje celine – **podzone** (kompanije – više preduzeća, fakulteti – više katedri)
- ❑ Administrator svake od zona odgovoran je za dodeljivanje imena računarima date mreže
- ❑ **DNS stablo** (pored organizacije domenskih imena) definiše logičke veze između Name servera
- ❑ Korišćenjem DNS stabla:
 - ❖ moguće odrediti put između bilo koja dva Name servera
 - ❖ odrediti samo logičke veze između pojedinih zona i domena

6

Struktura dodeljivanja imena kod Interneta

- Način dodeljivanja imena kod Interneta zasniva se na korišćenju oznaka (labela) koje se razdvajaju tačkom

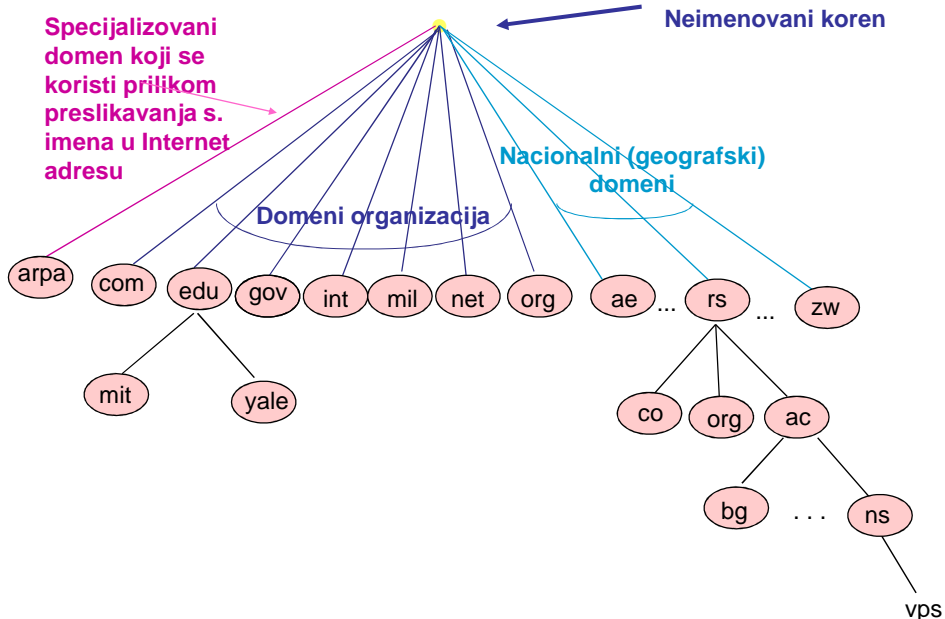
- Primer: vps.ns.ac.rs



- Organizacija imena računara u Internetu je strogo hijerarhijska i može se predstaviti stablom, u kome svakom čvoru odgovara jedna labela, jedino je koren stabla neimenovani čvor, tj. čvor bez labela

7

Hijerarhijska organizacija Interneta

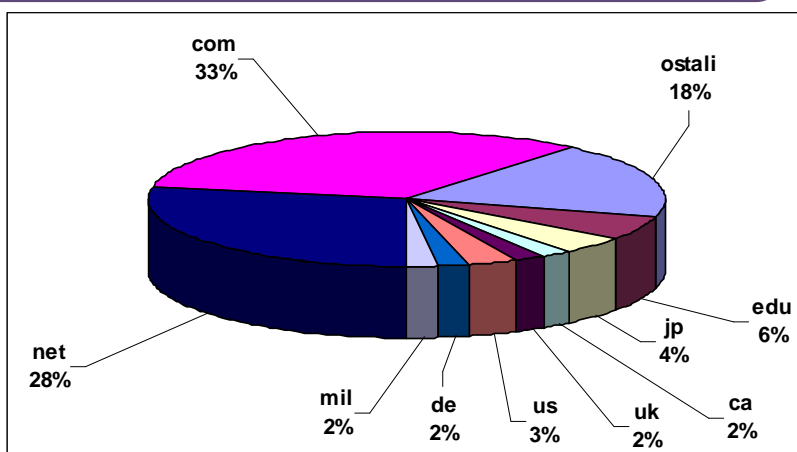


Domeni organizacija

Domen	Opis
<i>com</i>	Komercijalna organizacija
<i>edu</i>	Obrazovna institucija
<i>gov</i>	Vladine organizacije u SAD
<i>int</i>	Međunarodne organizacije
<i>mil</i>	Vojne organizacije u SAD
<i>net</i>	Mreže
<i>org</i>	Druge organizacije

9

Najzastupljeniji modeli



10

Organizacije za registraciju domena

- ❑ Odgovornost za pojedine domene raspodeljena je između više organizacija
- ❑ **IANA (Internet Assigned Numbers Authority)** centralizovano telo zaduženo za dodeljivanje Internet adresa za ceo Internet
- ❑ **ICNN (The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers)**
- ❑ **Svaka zemlja** – administraciju nacionalnih domena

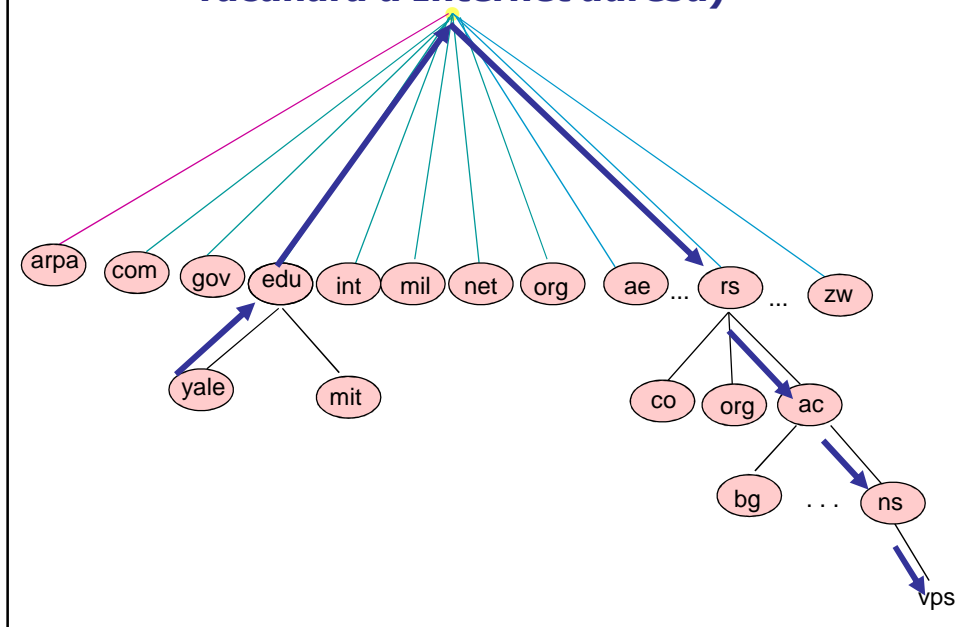
11

Resolver

- ❑ Aplikacija koja želi da uspostavi komunikaciju sa računarom kome zna samo ime mora pre uspostave same veze pokrenuti program pod nazivom ***resolver***
- ❑ ***Resolver*** se obraća DNS serveru mreže na kojoj se nalazi traženi računar i kao rezultat aplikaciji vraća njegovu Internet adresu

12

Primer rada resolver-a (prevođenje imena računara u Internet adresu)



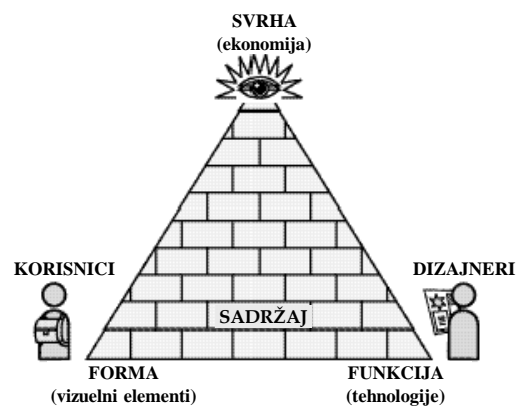
Osnove Web dizajna

Piramida Web dizajna

- Četiri glavna aspekta su:
 - ❖ **sadržaj**,
 - ❖ **tehnologija** - obezbeđivanje funkcija lokacije,
 - ❖ **vizuelni elementi** - obezbeđuju potrebnu formu i
 - ❖ **ekonomičnost** - ukoliko nije sasvim jasno zbog čega treba napraviti lokaciju ili od nje nema neke koristi, ona se obično i ne pravi.
- Relativni značaj svakog pojedinačnog aspekta razlikuje se od jedne do druge lokacije.
- Ne razmatraju se ekonomski pokazatelji lične matične strane, ali je to veoma važan aspekt lokacije na kojoj se nešto prodaje.

15

Piramida Web dizajna



16

Izrada Web lokacija

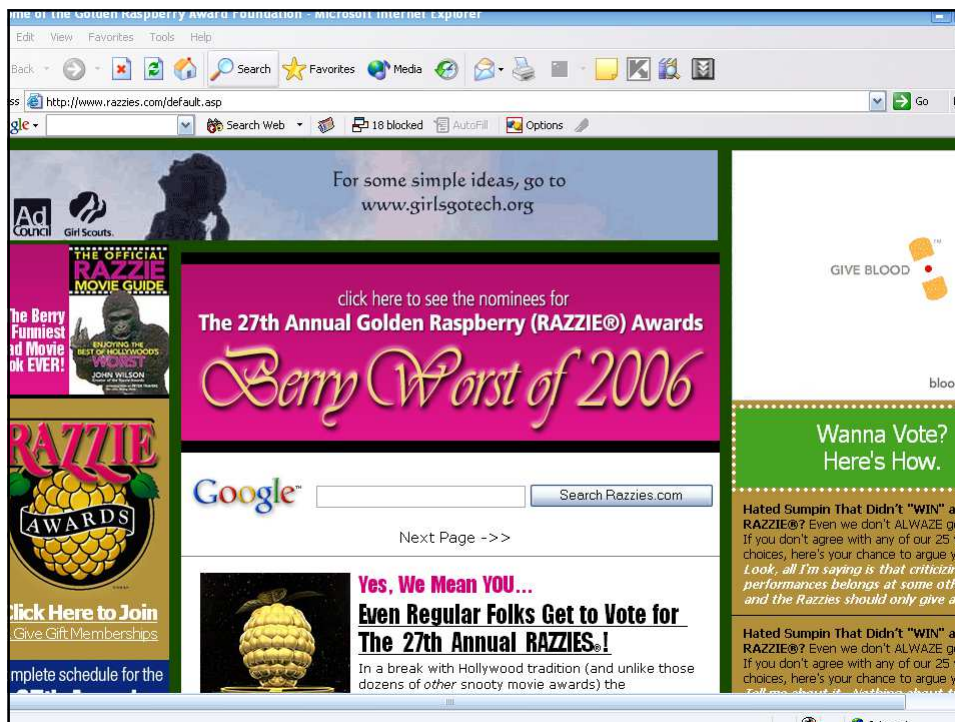
- ❑ Ključne tehnologije kao što je HTML - mogu se relativno lako savladati.
- ❑ Oni koji se bave razvojem prave brojne greške. Osnovni razlozi su:
 - ❖ **nedostatak iskustva,**
 - ❖ **loše definisan postupak i**
 - ❖ **nerealni rokovi.**
- ❑ Dizajneri su skloni da posao započnu od jedne ili druge krajnosti, a zatim da odmah pređu na realizaciju bez razmatranja prethodnih koraka.

17

Izrada Web lokacija

- ❑ Lokacije na kojima su prvo napravljeni vizuelni elementi obično se teško ažuriraju.
- ❑ Osim bleštavih efekata nemaju drugih značajnijih tehnologija, nemaju funkciju i najčešće se sporo učitavaju.
- ❑ One su već dobile i podsmešljive nazive, "brošurver" ili "introver,, - ne razlikuju se mnogo od štampanih brošura za računarske igrice ili uvodnih sekvenci za video filmove.

18



Mislite na korisnika

- ❑ Ključ za uspešno dizajniranje upotrebljive Web lokacije - posmatra sa gledišta korisnika.
- ❑ Korisnici - skup različitih pojedinaca koje povezuju izvesne zajedničke sposobnosti i osobine.
- ❑ Dobra lokacija mora da vodi računa o razlikama između pojedinaca - usredsređujući se na ono što je među njima zajedničko.
- ❑ Pravilo: Dizajnirajte za prosečnog korisnika, ali vodite računa o razlikama.

Korisnost i upotrebljivost

- ❑ **Korisnost** - ona funkcionalnost lokacije koja izlazi u susret potrebama korisnika.
- ❑ **Upotrebljivost** - posetiočeva sposobnost da koristi lokaciju kako bi postigao određeni cilj.
- ❑ Npr. lokacija sa mrežnim bankarskim uslugama ima veliku korisnost, ukoliko omogućuje:
 - ❖ sravnjivanje računa,
 - ❖ transfer novca,
 - ❖ plaćanje i
 - ❖ ostalo što bi korisnik od takve lokacije mogao da očekuje.
- ❑ Međutim, takva lokacija može da bude i totalan promašaj ako su njene funkcije tako zbunjujuće da ih retko ko može razumeti.
- ❑ Upotrebljive lokacije su efikasne, snalaženje na njima je lako i one korisnicima omogućavaju da zadovoljavajuće i bez grešaka postignu svoj cilj.

21

Ravnoteža između forme i funkcije

- ❑ Funkcija bez forme će sigurno raditi, ali neće zadržati posetioca.
- ❑ Posetilac će se razočarati ako lokacija loše funkcioniše, ma kako lepo izgledala.
- ❑ Mora da postoji jasna i trajna veza između forme i funkcije.
- ❑ Ako je osnovna namena **prodaja** - lepršavi vizuelni elementi, čak i elementi multimedije, ukoliko to sve pomaže da se postigne osnovni cilj.
- ❑ Lokacija namenjena npr. **obavljanju bankarskih poslova** - forma mora da bude mnogo strožija - utilitarna.
- ❑ Određivanje ispravne forme lokacije - namena mora da bude jasno definisana.
- ❑ Nažalost, krajnja svrha mnogih Web lokacija nije potpuno razumljiva i što je gore, forma i funkcija lokacije nisu u jasnom međusobnom odnosu.

22

Ravnoteža između forme i funkcije

- ❑ Pažnja ne treba da je usmerena isključivo na korisnički interfejs - to je ipak samo pomoćna alatka i ništa više.
- ❑ Pažnju treba posvetiti sadržaju i poslovima zbog kojih lokaciju pravite.
- ❑ Pravilo: Nemojte od interfejsa praviti svoj zaštitni znak.
- ❑ Privlačenje pažnje jedinstvenošću dugmadi gotovo da nije moguće. Posetioci u toku godine posete desetine, stotine, čak i hiljade različitih lokacija.
- ❑ Zar mislite da će upamtiti oblik, boju ili način rada dugmadi sa vaše lokacije?
- ❑ Korisnik ne posećuje lokacije da bi se divio vašoj dugmadi, već da obavi određen posao!

23

Ocenjivanje Web lokacije

- ❑ Pravilo: Ne postoji forma "ispravnog" Web dizajna koja odgovara svakoj lokaciji.
- ❑ Teško je utvrditi kakav treba da bude dobar Web dizajn, a mnogo je lakše ukazati na ono što nije dobro urađeno.
- ❑ Mnoge lokacije i mnoge knjige mogu da posvedoče o tome šta "ne drži vodu" i šta je loše oblikovano.

24

Ocenjivanje Web lokacije

- ❑ Ako ocenjujete neku Web lokaciju, pokušajte da analizirate obrnutim redosledom postupak njenog građenja.
- ❑ U određenom smislu možete to nazvati "kretanjem uz i niz kaskade".
 - ❖ Najpre proverite kako je lokacija realizovana.
 - ❖ Da li je na server postavljena kako treba?
 - ❖ Da li je HTML kôd ispravan?
 - ❖ Jesu li slike uredno snimljene?
 - ❖ Rade li skriptovi?
 - ❖ Zatim razmotrite vizuelni dizajn i navigaciju. Da li shvatate pravila navigacije?
 - ❖ Postoje li raskinute veze?
 - ❖ Da li lako nalazite ono što tražite?
 - ❖ Posle toga razmotrite čemu je i kome lokacija namenjena. Šta je svrha lokacije?
 - ❖ Koja vrsta posetilaca će je koristiti?
 - ❖ Kakve ciljeve bi posetioци mogli imati?

25

Šta želite, to ćete i videti

- ❑ Slogan: Šta želite, to ćete i videti (WYSIWYW - What You See Is What You Want).
- ❑ Slogan je koji je upućen korisniku i daje mu pravo da gleda šta hoće i kako hoće.
- ❑ Ako korisnik želi lokaciju da gleda na mobilnom telefonu, neka mu bude.
- ❑ Ako želi da je odštampa, nema problema.
- ❑ Sam treba da odluči da li će kroz lokaciju da prolazi tradicionalnim putem ili će kroz nju da luta nasumice.
- ❑ Bez obzira da li će ovaj koncept biti dosledno primenjen, nema garancije čak ni da će osnovna ideja principa WYSIWYW i dalje imati značaja za Web dizajn.
- ❑ Web ne miruje. Inovacije susižu jedna drugu, a razlika između konfuzne i savršene lokacije sasvim je mala.

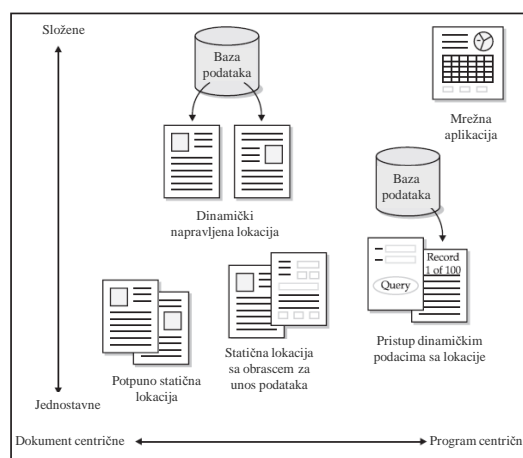
26

Rad lokacije

- ❑ Pravilo: Rad lokacije mora da bude gotovo besprekoran.
- ❑ Dobro dizajnirana lokacija mora da funkcioniše bez greške.
- ❑ HTML kôd mora da bude besprekoran, a slike snimljene na odgovarajući način, tako da se učitavaju onako kako je autor zamislio.
- ❑ Svi interaktivni elementi, bilo da su to skriptovi na strani klijenta ili CGI programi koji se izvršavaju na serveru, moraju da rade ispravno i bez poruka o greškama.
- ❑ Navigacija na lokaciji uvek mora da funkcioniše nepogrešivo.
- ❑ Raskinute veze, praćene uobičajenom porukom "404: Not Found" nisu obeležje dobre lokacije.

27

Raznolikost Web aplikacija



28

Ograničenja Web i Interneta

- ❑ Pravilo: Upoznajte i uvažite ograničenja Web i Interneta.
- ❑ Razlozi zbog kojih nastaju problemi sa izvršavanjem su: promene u tehnologiji, neiskustvo autora, tesni vremenski rokovi, nepostojanje metodologije i neuzimanje u obzir ograničenja samog medija.
- ❑ Potrebne alatke se brzo menjaju. Lokacija napravljena jednom tehnologijom često za nekoliko meseci mora potpuno da se preradi.
- ❑ Web dizajneri moraju da upoznaju HTML, kaskadne stilove (CSS) i druge ključne Web tehnologije pre nego što počnu sa izgradnjom lokacije.
- ❑ I kada je lokacija napravljena po svim pravilima, ona često ne stiže do posetioca na efikasan način.
- ❑ Dizajneri moraju da znaju da i sama mreža, serveri i protokoli mogu da utiču na njihovo delo.
- ❑ Web dizajner mora da poznaje i da uvažava osobine medija, počev od čitača i propusne moći, pa do programiranja i protokola.

29

Izrada Web lokacija

- ❑ Postoje autori koji izradu lokacije započinju direktno od tehnologije - nedostaje celovit dizajn.
- ❑ Vizuelni elementi izgledaju kao da su naknadno prikačeni, a sam interfejs često zbunjuje.
- ❑ Kada ugradi sve potrebne funkcije, autor počinje da ukrašava stranu kao „novogodišnju jelku” - raznim šarenim balonima, sličicama i animiranim GIF-ovima.
- ❑ Obilno korišćenje Java apleta i programskih dodataka, kao i zahtev da čitač podržava poslednju verziju DHTML-a, XML-a ili CSS-a, sigurni su znaci da je Web strana prvenstveno podređena tehnologiji.
- ❑ Nepristupačan dizajn, služe se najnovijim dostignućima u oblasti čitača i često nemaju dovoljno podrške za svoju osnovnu funkciju.

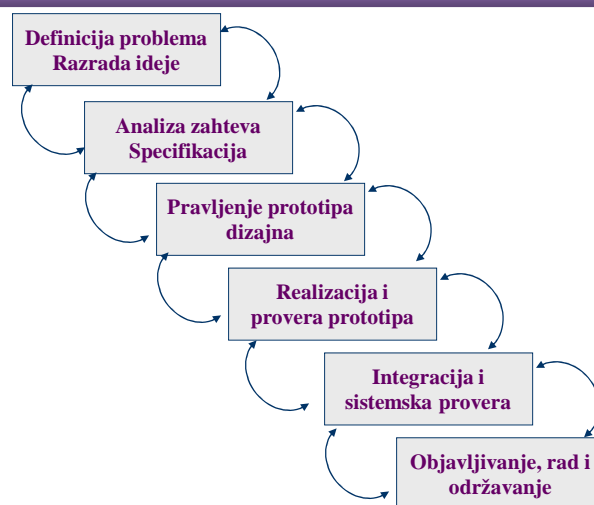
30

Model procesa razvijanja Web lokacije

- ❑ Krajnja svrha modela procesa - da pomogne pri usmeravanju razvoja lokacije.
- ❑ Idealan model:
 - ❖ koji se lako primenjuje
 - ❖ stručnjaku omogućava da se izbori sa složenošću lokacije,
 - ❖ da smanji rizik od neuspeha projekta,
 - ❖ da tokom razvoja lakše ugrađuje izmene i
 - ❖ da obezbedi povratne informacije potrebne za održavanje lokacije.
- ❑ Ovo su prilično visoki zahtevi - većina Web dizajnera ne poznaje osnovne principe softverskog inženjerstva i da oblast razvoja Web lokacija postoji manje od deset godina.

31

Kaskadni model



32

Model procesa razvijanja Web lokacije

DEDUKTIVNI PRISTUP RAZVIJANJA WEB LOKACIJE

- ❑ **Namena lokacije** - pažljivo definisan problem koji lokacija treba da reši ili cilj koji ona treba da postigne.
- ❑ **Specifikacija** - treba da uključite sve pojedinačne zahteve koje lokacija treba da ispuni, kao i pažljivo razmotrene potrebe posetilaca.
- ❑ **Dizajn lokacije** - izrada tehničkog i/ili vizuelnog prototipa.
- ❑ **Realizacija lokacije i testiranje**.
- ❑ **Objedinjavanje** svih delova lokacije, uključujući i sadržaj i da se ponovo proveri lokacija.
- ❑ **Publikovanje** - uvek treba da ostane otvorena kako bi mogla da se popravi i dopuni na osnovu mišljenja posetilaca.

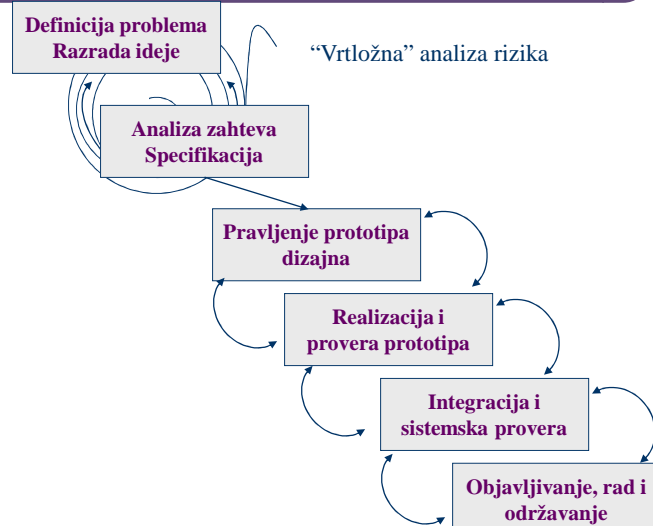
33

Kaskadni model

- ❑ Ako dizajner primenjuje čisti kaskadni model, onda može sve da isplanira unapred. To je istovremeno i najveća slabost tog modela.
- ❑ Kod Web projekata - velika doza neizvesnosti u pogledu toga šta je potrebno da bi projekat bio dovršen.
- ❑ Drugi nedostatak - sve etape izgledaju kao da su jasno odeljene, ali su, u stvari delimično preklapljene. Svaka etapa utiče kako na prethodnu, tako i na narednu etapu, a neke od njih često se moraju i ponavljati.
- ❑ Kaskadni model ne podnosi velike izmene.
- ❑ Međutim, kaskadni model za dizajniranje Web lokacija i dalje je veoma popularan - lako razume i primenjuje.
- ❑ Jasno odeljene etape postupka su baš ono što uprava projekta najviše ceni - lako mogu nadgledati, a služe i kao putokazi u projektu.

34

Modifikovani kaskadni model sa vrtlogom



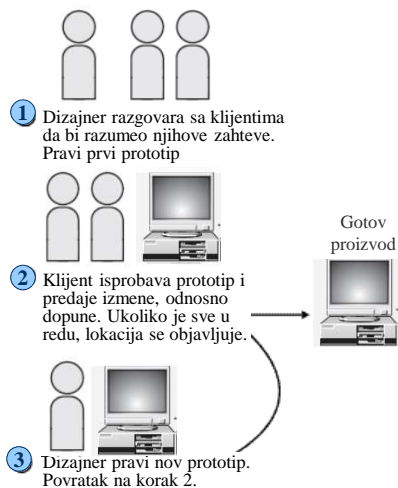
35

Modifikovani kaskadni postupak sa vrtlogom

- ❑ U postupku je potrebno proći sve korake - mnogi dizajneri žure kroz njegove rane faze i završavaju tako što ih kasnije ponavljaju ili prave lokaciju na osnovu nedovoljno razrađenih ideja.
- ❑ Postupak je previše krut i ne podržava previše istraživanja.
- ❑ Moguće poboljšanje - duže zadržite u njegovim početnim fazama, ispitujući više puta namenu i zahteve lokacije, pre nego što predete na faze dizajniranja i realizacije.
- ❑ Kada treba da pristupite izradi projekta koji sadrži mnogo nepoznatih faktora.

36

Model evoluirajućeg prototipa



37

Model evoluirajućeg prototipa

- ❑ Poslednji model iz industrije softvera koji se može primeniti na razvijanje Web lokacije zove se **zajedničko dizajniranje aplikacije** ili **JAD** (engl. joint application design).
- ❑ **Model evoluirajućeg prototipa** (engl. evolutionary prototyping) jer se do konačnog izgleda lokacije stiže razvijanjem prototipa kroz niz koraka.
- ❑ Napraviti prototip lokacije i pokazati ga korisniku.
- ❑ Od korisnika direktno dobijate povratne informacije, potrebne za narednu verziju prototipa i ovaj ciklus se ponavlja sve dok se ne dođe do konačne verzije.

38

Model evoluirajućeg prototipa

- ❑ Mnogi aspekti modela JAD pogodni su za razvijanje Weba, naročito onda kada je teško da se odrede pojedinosti projekta.
- ❑ JAD je veoma postupan u poređenju sa kaskadnim modelom koji favorizuje objavljivanje, a čini se da je i brži.
- ❑ Međutim, JAD može da ispolji ozbiljne nedostatke:
 - ❖ kada korisnicima dopustite da vide nedovršenu lokaciju, to može da poremeti odnose između korisnika i dizajnera. korisnici nisu dizajneri. mogu da ometu razvoj, prvenstveno svojim nerealističnim zahtevima.
 - ❖ Projekte koji se izvode u stilu JAD-a teško je i finansirati jer se broj revizija ne može unapred proceniti.
- ❑ JAD ima svoje mesto u razvoju Weba, naročito u projektima održavanja.
- ❑ Ako se razvijaju novi projekti, JAD je najbolje ostaviti iskusnijim dizajnerima - posebno onima koji su u stanju da na pravi način opšte sa korisnicima.

39

Pristupanje projektu Web lokacije

- ❑ Ako je lokacija potpuno nova ili je njena dogradnja veoma obimna, trebalo bi usvojiti kaskadni model ili kaskadni model sa vrtlogom.
- ❑ Ako se radi o projektu održavanja, o veoma jednostavnom projektu ili o projektu sa mnogo nepoznanica, tada ima smisla primeniti model zajedničkog dizajniranja aplikacije.
- ❑ Prvi korak je uvek isti: definisanje opšteg cilja projekta.

40

Ciljevi i problemi

- Primeri dobro definisane svrhe projekta mogli bi biti:
 1. Izrada lokacije za podršku kojom ćemo zadovoljiti potrošače odgovarajući na uobičajena pitanja 24 časa dnevno, sedam dana u nedelji, što će obim podrške telefonskim putem smanjiti za 25 procenata.
 2. Pravljenje mrežne prodavnice auto-delova koja će potrošačima direktno prodavati robu u vrednosti od 500.000 dinara mesečno.
 3. Razvijanje lokacije za podršku restoranu japanske hrane na kojoj će potrošači moći da dobiju bitna obaveštenja, kao što su radno vreme, meni, opis atmosfere u restoranu i cene, a biće i podstaknuti da hranu naruče telefonom ili da posete restoran.

Razvijanje lokacije za podršku restoranu japanske hrane na kojoj će **300 potrošača** moći da dobije bitna obaveštenja, kao što su radno vreme, meni, opis atmosfere u restoranu i cene, a biće i podstaknuti da hranu naruče telefonom ili da posete restoran.

41

Žučna diskusija

- Često žučna diskusija izmakne kontroli jer učesnici skaču na zaključke ili mnogo filozofiraju oko dizajna projekta koji je pred njima.
- Usmeriti na one komponente lokacije oko kojih su svi saglasni.
- Pronaći filozofiju dizajna koju svi prihvataju i tražiti od sagovornika da saopšte šta ne žele da vide na lokaciji.
- Prilično je lako pomiriti učesnike npr. u pogledu zahteva za brzinom lokacije i lakoćom njenog korišćenja.
- Kada u grupi uskladite zajednički cilj, pa makar da se učesnici slažu samo u tome da lokacija ne treba da bude spora, kasnija diskusija - mnogo lakša.

42

Publika

- ❑ Ono što žučni diskutanti žele ne mora uvek da bude ono što žele korisnici.
- ❑ Prvo treba tačno opisati profil posetilaca i razloge zbog kojih oni posećuju lokaciju.
- ❑ Razmotriti ko su i šta su korisnici:
 - ❖ Gde se oni nalaze?
 - ❖ Koliko godina imaju?
 - ❖ Kojeg su pola?
 - ❖ Kojim jezikom govore?
 - ❖ Kakva su im tehnička predznanja?
 - ❖ Na koji su način povezani sa Internetom?
 - ❖ Kakav računar koriste?
 - ❖ Koji Web čitač koriste?

43

Publika

Šta bi korisnici mogli da rade na lokaciji:

- ❖ Kako su stigli na lokaciju?
- ❖ Šta žele da obave na lokaciji?
- ❖ U koje vreme posećuju lokaciju?
- ❖ Koliko se dugo zadržavaju na lokaciji?
- ❖ Sa koje strane (ili strana) napuštaju lokaciju?
- ❖ Kada će se ponovo vratiti na lokaciju, ako se uopšte vrate?

44

Definisanje profila korisnika

- ❑ Intervju, anketni listovi ili čak na osnovu opšteg razmišljanja o korisnicima
- ❑ Većina lokacija ima tri vrste korisnika:
 - ❖ neiskusnog korisnika,
 - ❖ korisnika koji ima iskustva sa Webom, ali nije čest posetilac lokacije i
 - ❖ iskusnog korisnika koji vlada Webom i koji bi mogao često da posećuje lokaciju.
- ❑ Izraditi veoma detaljan profil svakog stereotipa služeći se pitanjima iz prethodnog odeljka.
- ❑ Vodite računa da se odgovori u osnovi slažu sa prosečnim odgovorom za datu grupu korisnika.
- ❑ Planiranje scenarija vam pomaže da se unesete u ono što bi svaki pojedini korisnik stvarno želeo da radi.
- ❑ Vratite se na početak i na osnovu podataka izmenite postavljeni cilj lokacije.

45

Zahtevi

- ❑ Kada imate definisane ciljeve lokacije i profile korisnika, zahtevi koje lokacija treba da ispuni počće sami da se pomaljavu.
 - ❖ Kakav će sadržaj biti potreban?
 - ❖ Kako lokacija treba da izgleda?
 - ❖ Kakve programe treba ugraditi?
 - ❖ Koliko će servera biti potrebno za usluživanje posetilaca?
 - ❖ Kakva će ograničenja korisnici postaviti lokaciji u pogledu propusne moći, veličine ekrana, čitača i sličnog?
- ❑ Koliko saradnika treba da radi na lokaciji i kakav sadržaj nedostaje.
- ❑ Ako se zahtevi pokažu previsokim, vreme je da preispitate njenu namenu ili da se upitate da li je profil korisnika ispravno definisan.
- ❑ Prva tri koraka postupka možda ćete morati da ponavljate više puta - sve dok se iz vrtloga ne pojavi plan lokacije ili specifikacija.

46

Plan lokacije

Plan lokacije treba da sadrži sledeće odeljke:

- ❖ Kratak opis namene lokacije
- ❖ Detaljan opis namene lokacije
- ❖ Rasprava o korisnicima
- ❖ Rasprava o scenariju korišćenja lokacije
- ❖ Zahtevi u pogledu sadržaja

47

Matrica sadržaja

Ime sadržaja	Opis	Vrsta sadržaja	Format sadržaja	Raspoloživost	Vlasnik
Butler Robot, saopštenje za štampu	Saopštenje za štampu o seriji robota Butler 7 koje se pojavilo u časopisu Robots Today	tekst	Microsoftov Word	da	Dženifer Tagl
Obrazac ugovora o korišćenju softvera	Kratak opis zakonskih propisa o korišćenju probnog softvera za formiranje ličnosti robota	tekst	štampani članak	da	Džon P. Lojer
Ekranski snimak superračunara koji staje na dlan	Slika novog računara Cray-9000 kompanije Demo veličine šake	slika	GIF	ne	Paskal Virt
Predsednikova pozdravna poruka	Predsednikova kratka uvodna poruka sa dobrodošlicom korisnicima	tekst	Microsoftov Word	ne	Predsednikov izvršni sekretar

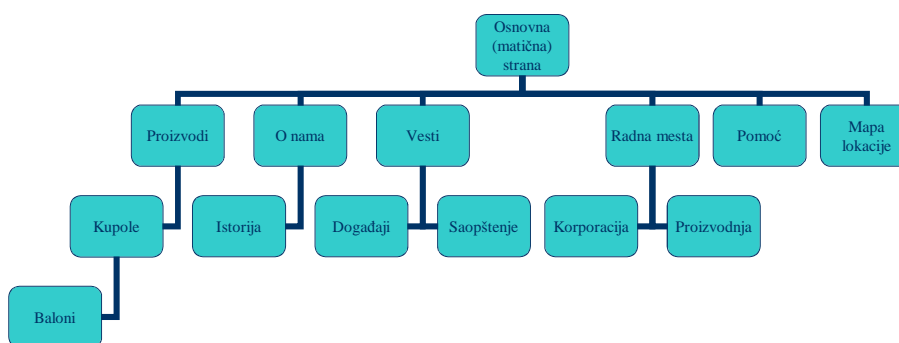
48

Plan lokacije

- ❑ **Tehnički zahtevi** - vrste tehnologija koje će se na lokaciji koristiti, npr. HTML, JavaScript, CGI, Java, programski dodaci i slično. Tehnički zahtevi treba da budu u direktnoj vezi sa mogućnostima korisnika.
- ❑ **Zahtevi u pogledu izgleda** - osnovna koncepcija konstrukcije interfejsa.
- ❑ **Zahtevi u pogledu isporuke** - podaci koji se odnose na server lokacije. Proceniti učestalost poseta, koliko će strana biti korišćeno tokom prosečne posete i kolika je dužina tipične strane.
- ❑ **Dijagram strukture lokacije** - struktura lokacije ili dijagram toka u kome će biti prikazani detalji pojedinih njenih odeljaka. Imena i koncepcija svakog odeljka treba da proizlaze iz različitih scenarija aktivnosti korisnika koje ste analizirali u prethodnim fazama projekta.

49

Tipičan dijagram lokacije



Plan lokacije

- ❑ **Osoblje** - navesti ljudske resurse potrebne za rad lokacije u jedinicama "saradnik × sat" za svako od četiri područja: sadržaj, tehnologiju, izgled i upravljanje.
- ❑ **Dijagram izvršenja projekta** - vremenski tok pojedinih faza projekta prema kaskadnom modelu uz angažovanje osoblja procenjenog u prethodnom odeljku.
- ❑ **Budžet lokacije** - na osnovu potrebe za osobljem i zahtevima u pogledu isporuke lokacije, troškovi marketinga, kao i druge stavke, npr. plaćanje licenci za objavljivanje sadržaja.

51

Seciranje faze dizajniranja

- ❑ Etapa dizajniranja - pravljenja prototipa lokacije treba da sadrži tehnički i vizuelni prototip.
- ❑ Pre nego što započne - što više potrebnog sadržaja.
- ❑ Prikupljanje sadržaja može da bude jedna od najspornijih faza projekta.
- ❑ Predlog: Ako je moguće, uvek prikupite sadržaj lokacije pre nego što počnete da je dizajnirate.

52

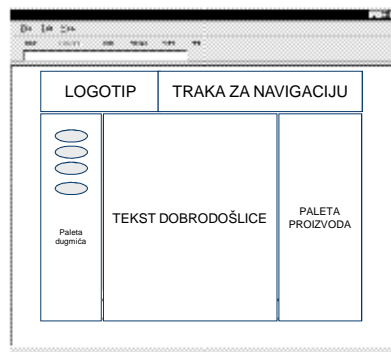
Skiciranje pomoću blokova

- ❑ Dizajniranje lokacije - odozgo nadole.
- ❑ Pravilo: Dizajniranje vizuelnih elemenata treba da počnete od matične strane, da nastavite preko strana pojedinih odeljaka i da završite na stranama sa sadržajem.
- ❑ Skicira strana na papiru - blokovima umesto stvarnim elementima strane

53

Skiciranje pomoću blokova

Blok skica matične strane



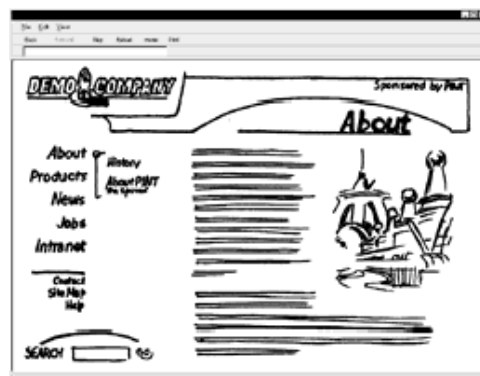
54

Skiciranje na papiru ili na ekranu

- ❑ Dizajner skicira ili digitalno komponuje tipičnu stranu Web lokacije sa mnogo više detalja.
- ❑ Predlog: Kada razvijate likovno rešenje strane, uvek uzmite u obzir ivični efekat prozora čitača.
- ❑ Pravilo: Ne vezujte se previše za prototip dizajna. Slušajte šta o njemu kažu korisnici i menjajte ga shodno tome.
- ❑ Kada napravite prihvatljivu matičnu stranu, počnite da pravite strane odeljaka i strane sa sadržajem.

55

Papirna skica strane jednog odeljka



56

Maketa lokacije

- ❑ Maketa lokacije - alfa verzija lokacije.
- ❑ Izradu makete započinjete tako što digitalnu kompoziciju delite, a zatim njene delove slažete u Web strane pomoću HTML-a i, možda, kaskadnih stilova.
- ❑ Šabloni - lokaciju složiti jednim potezom.
- ❑ Ne unosi sadržaj. Umesto teksta svuda sivi blokovi osim na mestima gde je stvaran tekst neophodan da bi se proverio određeni scenario.
- ❑ Završena maketa lokacije treba da bude bez sadržaja, navigacija na njoj treba u potpunosti da funkcioniše, ali njena interaktivnost može da bude samo simulirana.

57

Realizacija beta verzije lokacije

- ❑ Kada maketa lokacije bude prihvaćena, može se preći na realizaciju prave lokacije.
- ❑ Na strane treba smestiti stvaran sadržaj, a pozadinske komponente i interaktivne elemente treba ugraditi u konačni vizuelni interfejs.
- ❑ Relativno brzo ukoliko su pre toga sve komponente na broju i ukoliko su prototipovi urađeni.

58

Proveravanje

- ❑ Pravilo: Na lokacijama uvek ima grešaka, zato ih pažljivo proveravajte.
- ❑ Pravilo: Provera lokacije mora da obuhvati sve njene aspekte, uključujući njen sadržaj, izgled, funkcionisanje i svrhu.

59

Proveravanje

- ❑ Proveravanje kako lokaciju prihvataju korisnici
- ❑ Proveravanje funkcionalnosti
- ❑ Proveravanje sadržaja
- ❑ Proveravanje kompatibilnosti sistema i čitača
- ❑ Provera prikazivanja
- ❑ Proveravanje vizuelne prihvatljivosti

60

Objavljivanje i posle toga

- ❑ Potrebno je pratiti kako lokacija radi.
 - ❖ Da li lokacija ispunjava očekivanja korisnika?
 - ❖ Da li su ispunjeni postavljeni ciljevi?
 - ❖ Treba li još nešto da se popravi?
- ❑ Osnovno je da lokacija od tada mora da živi. Verovatno će biti potrebno - nove osobine. Neizbežno je i njeno ažuriranje kako bi stalno bila na nivou novih tehnologija.
- ❑ Zbog promenljivih zahteva tržišta, vrlo verovatno ćete morati da menjate i njen izgled.
- ❑ Razvijanje lokacije kojim smo se do sada bavili označava tek početak procesa njenog razvoja koji mnogi zovu održavanje lokacije.
- ❑ Kad prođete sve kaskade, vreme je da se opet vratite na vrh.
- ❑ Pravilo: Razvijanje lokacije je trajan proces - planiraj, dizajniraj, razvijaj, objavi, pa sve od početka.

61

Osnove Web dizajna