GeoFeeling

3NMCT Bert Huys –Jochim Vandooren

Versie: 0.0.1

//Pas bij elke upload in LEHO het versie nummer aan.

//Vervang “Projectdossier 3NMCT door de alles-zeggende-titel van je project

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

# Projectteam (20 okt 2015) :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Naam en voornaam** | Volgt BE | Volgt  FE | Functie binnen het team |
| Huys Bert | X | X | FE |
| Vandooren Jochim | X |  | BE |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# Deployment parameters(27 okt 2015)

|  |  |
| --- | --- |
| **TFS of GITHUB?** | Github |
| **URL** | https://github.com/BertHuys/GeoFeelings |
| **LOGIN** (indien toepasselijk) |  |
| **ADMIN info** | Maak minstens een admin met volgende login: docent@nmct met pwd docent1@nmct |
|  |  |
|  |  |

# Gebruikerseisen(20 okt 2015)

De gebruiker verwacht een leuke, handige tool om zich op basis van zijn gevoel in te checken, hij wil ook kunnen zien waar zijn vrienden zijn en hoe ze zich op dat moment voelen. De gebruiker wil echter ook demografische data van plaatsen kunnen zien, waar zijn de meeste mensen gelukkig/ongelukkig, hij wil ook aan deze data geraken over verschillende tijdspanne’s. De data moet ook weergegeven worden op een map.

Wat zijn de drie belangrijkste elementen, die een meerwaarde bieden?

1. Vlot overzicht Big Data
2. Bijhouden waar de gebruiker zich het beste voelt
3. nieuwe plaatsen ontdekken op basis van andere mensen hun gevoel

# Implementatie –methodiek & technologie

## FrontEnd

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Technologie | Waarom | Commentaar |
| AngularJS | Modulair werken |  |
| Gulp | Taskrunner, minify, uglify… |  |
| Less CSS | Sneller css schrijven, gebruik van terugkerende variabelen… |  |

Noot: ..

## BackEnd

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Technologie | Waarom | Commentaar |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Noot: …..

# Planning

# Realisatie volgens planning

# Toekomstplannen of mogelijke uitbreidingen

# Succesfactoren

# Conclusie: