

VILNIAUS UNIVERSITETAS
MATEMATIKOS IR INFORMATIKOS FAKULTETAS
PROGRAMU SISTEMU KATEDRA

Festivaliu informacine sistema

Laboratorinis darbas

Atliko:	2 kurso 5 grupes studentai	
	Mantas Petrikas	(parašas)
	Olga Joana Šimitaite	(parašas)
	Migle Vaituleviciute	(parašas)
	Vytautas Žilinas	(parašas)
Darbo vadovas:	Vytautas Valaitis	(parašas)

Vilnius – 2016

TURINYS

IVADAS	2
1. VERSLO PROCESO APRAŠAS	3
2. IŠORINE ANALIZĖ	4
2.1. "Juodosios dėžės" analizė	4
2.2. Aprašas	5
2.3. Metrikos.....	5
3. VIDINE PROCESO ANALIZĖ	8
3.1. Dalykinės srities statinė struktūra	8
3.2. Užduotys	9
3.3. Užduociu vykdymo scenarijai	11
3.3.1. Išoriniu agentu užduotys.....	11
3.3.2. Vidiniu agentu užduotys	17
3.4. Dalykinės srities dinamine struktūra	22
4. ANALIZES REZULTATAI	25
5. VERSLO PROCESO TOBULINIMO STRATEGIJA	27
6. SISTEMOS NAUDOJIMO SCENARIJUS	29
6.1. Scenarijus	29
6.2. Sistemos teikiama nauda.....	36
6.3. Esama bukle.....	36
6.4. Priemonės scenarijui įgyvendinti.....	36
7. ĮGYVENDINAMUMO IR NAUDOS ANALIZĖ	38
7.1. Operacinis įgyvendinamumas	38
7.2. Techninis įgyvendinamumas	38
7.3. Ekonominis įgyvendinamumas	38
7.3.1. Išlaidos.....	38
7.3.2. Pajamos	39
7.4. Juridinis Įgyvendinamumas.....	39
8. ŽODYNAS	40
LITERATūros SARAŠAS	42

Įvadas

Lietuvoje vyksta daug festivalių, kurie savo informacija skelbia atskirose vietose, tačiau nėra patogios naudotis bendros informacinės sistemos. Todėl atsižvelgę į tai nusprendėme, kad geriausia būtų sukurti tinklalapį, kuriame vartotojas galėtų lengvai bei efektyviai atrasti jį dominančią informaciją apie Lietuvoje vykstančius festivalius, taip padidinant žmonių susidomėjimą Lietuvos festivaliais bei prisidedant prie jų garsinimo.

Šio, trečio laboratorinio darbo tikslas yra apibrezti tinklalio architektūra naudojant 4+1 architektūros pjūvių modelį, aprašant užduotis ir jų vykdymo scenarijus, struktūrinį ir dinaminį tinklalapio modelius, tinklalapio komponentus ir komponentu išskirtymą tinkle, bei sukurti tinklalapio prototipą.

1. Verslo proceso aprašas

Nagrinejama sritis – festivalių informaciniai šaltiniai. Festivaliai yra aktyvi laisvalaikio praleidimo forma, dažnai turi ypatingai didelę kultūrinę vertę. Festivalių egzistuoja įvairiausių tipų (žanrų): muzikos, kino, mokslo, poezijos, šokio, teatro, sporto ir dar daugiau. Festivaliuose dalyvauja visokio amžiaus ir visokių pomėgių turintys žmonės, taip sukuriantys pakankamai didelę paklausą. Lietuvoje vasara vyksta daug muzikos festivalių kaip „Menuo Juodaragis“, „Granatos Live“, „Roko naktys“, „Velnio akmuo“, „Bliuzo naktys“ ir daug kitų, Lietuvos didžiausias kino festivalis „Kino pavasaris“ bei nesuskaiciuojama daugybė įvairių sporto šakų festivalių.

Del tokios festivalių įvairovės negalima visu bendrai apibūdinti. Tačiau pagrindiniai veiksniai išlieka – festivalių organizatoriai ir žmonės, norintys dalyvauti festivalyje. Festivalių organizatoriai visada siekia reklamuoti savo festivalį tam, kad ju renginyje apsilankytų kuo daugiau žmonių. O žmonėms reikia patogiai prieinamos informacijos, kad ir taip neturedami laiko, sugebėtų susiplanuoti nueiti į keletą renginių. Tačiau festivalių organizatoriai yra linke informacija apie festivalius talpinti savo tinklalapiuose, ir žmonėms, norintiems gauti informacijos, reikia aplankyti kiekvieno festivalio tinklalapį atskirai. Tai efektyvu ar naudinga nei festivalių organizatoriams, nei žmonėms, kadangi vieni praranda potencialius dalyvius, o kiti praleidžia jiems nežinomus festivalius. Šias problemas išspręstu bendra erdve, kurioje festivalių organizatoriai galės reklamuoti savo festivalius, o žmonės galės juos surasti (bei visa informacija apie juos). Remdamiesi panašia idėja, 2012 metais grupelė aktyvių festivalių dalyvių sukūrė tinklalapį manofestivalis.lt, ju veikla tęsiasi iki šiol, o labiau išvystyto tinklalapio Lietuvoje su visa informacija apie festivalius nėra. Tačiau tinklalapiui manofestivalis.lt trūksta interaktyvumo su vartotoju, todėl, išanalizavę šį tinklalapį, mes nusprendėme sukurti patrauklesnę alternatyvą.

Šiuo metu populiariausios sistemos apie festivalius Lietuvoje yra:

- www.manofestivalis.lt
- www.isic.lt/vasaros-festivaliai-2016-lietuvoje/
- www.facebook.com/Festivaliai2015/

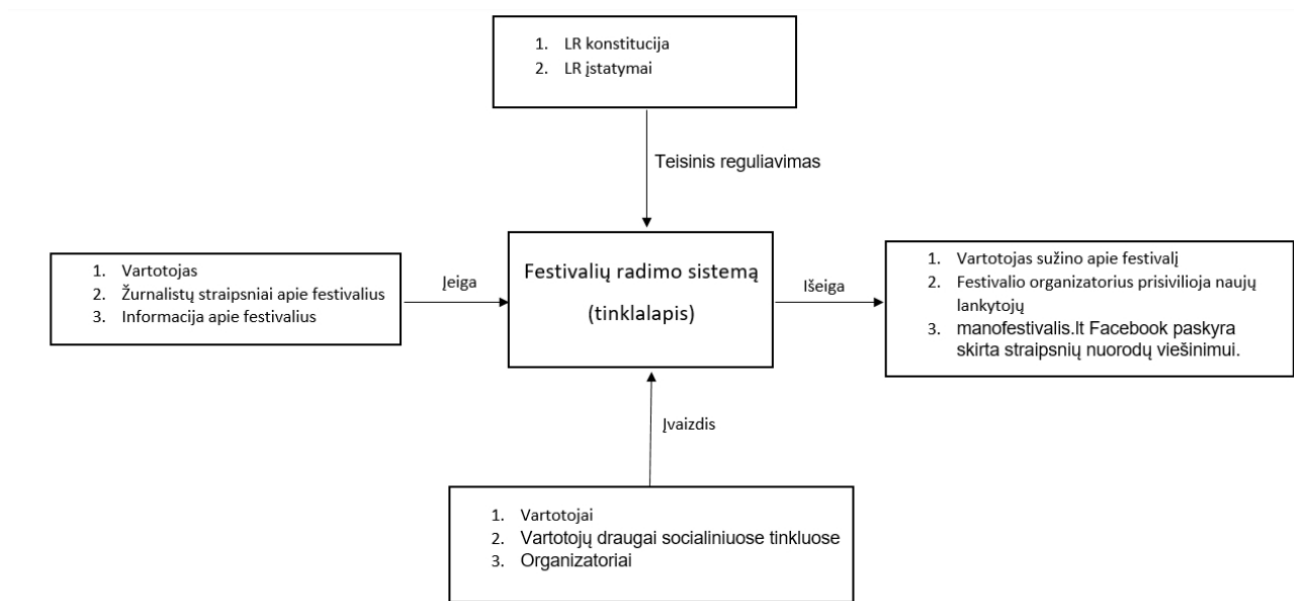
Alternatyvos pasaulyje:

- www.eventful.com
- www.fest300.com
- www.everfest.com
- www.musicfestivalwizard.com

2. Išorinė analize

Mes analizuosime www.manofestivalis.lt, nes tai yra populiariausia, labiausiai išvystyta ir mūsų vizijai artimiausia sistema Lietuvoje.

2.1. "Juodosios dėžės" analize



1 pav. Ieiga, išieiga ir reguliavimas

Ieiga:

- Vartotojas – žmogus isijungęs svetainę, norintis gauti informaciją, apie buvusius ir ateinančius festivalius;
- Žurnalistų straipsniai apie festivalius;
- Informacija apie festivalius – tiekama festivalio organizatoriumi arba surandama administratoriu. Sudedamosios dalys: festivalio tinklalapis, bilietų pardavejas, festivalio vieta, laikas, nuotraukos susijusios su festivaliu(plakatai), festivalio aprašas.

Išieiga:

- Vartotojas sužino apie festivalį;
- Festivalio organizatorius prisivilioja naujų lankytojų;
- Nuorodos į tinklalapio straipsnius skirtos dalintis "Facebook" paskyroje

Įvaizdžio esybės:

- Vartotojai;

- Vartotoju draugai socialiniuose tinkluose;
- Festivaliu organizatoriai

Teisinis reguliavimas:

- Lietuvos Respublikos konstitucija;
- Lietuvos Respublikos įstatymai;

2.2. Aprašas

“Naujienu” skiltyje klientas mato paveikslelius su straipsniu pavadinimais. Paspaudus ant jų, pateikiamas straipsnis apie festivali su galimybėmis dalintis juo socialiniuose tinkluose ir komentuoti.

Skiltyje “Festivaliai” yra navigacijos dalis, kurioje galima pasirinkti festivalio kategoriją, likusioje skilties dalyje yra paveiksleliu (plakatu), kurie turi festivalio pavadinimą bei trumpa informacija apie jį, kratinys. Paspaudus ant paveikslelio, ikeliamas naujas puslapis, kuriame pateikiama informacija apie festivalio vietą (naudojant “Google Maps”), trumpa programa, bilietai, kaina, nuorodos į oficialų tinklalapį ir pardavėjų puslapi. Yra galimybė pasidalinti informacija apie festivali per “Facebook”, “Google+” ir “Twitter”. Šalia pateikiami naujausiu festivaliu, populiariausiu festivaliu bei panašiu festivaliu sąrašai.

“Kalendoriaus” skiltyje tinklapio lankytojams pateikiamas kalendorius, kuriame festivaliai yra sužymėti pagal dienas.

“Žemėlapis” skiltyje yra pateikiamas “Google Maps” žemėlapis, kuriame pažymėtos kai kurių (ne visu) festivalių vietos bei jų pavadinimai.

“Apie mus” skiltyje pateikiama informacija apie tinklapio sukūrimą, pasiūlymas paremti tinklalapį savo 2% nuo pajamų mokesčiu. Yra atskira skiltis “Pranešk apie festivali”, kuriame lankytojas gali nemokamai pateikti informaciją apie festivali nurodydamas pavadinimą, kategoriją, miestą, tikslo adresą, aprašymą, kainą, festivalio pradžią, pabaigą, festivalio logotipą, oficialų festivalio interneto puslapi, bilietai pirkimo puslapi, kontaktinį elektroninį paštą.

2.3. Metrikos

1 lentelė. Metrikos

Metrikos	Matavimo vienetas	Kaip matuoti	Dabartinė reikšmė	Kritinė reikšmė
Vartotojų skaičius	Žmonių, kurie dažnai naudoja tinklalapį, kiekis vienetais	Suskaiciuoti, kiek žmonių isijungia tinklalapį nors karta per mėnesį	4 000	7 500

Vartotojų aktyvumas	Komentaru ir atsiliepimų, kurie prisideda prie svetainės ir festivalių informacijos gerinimo, kiekis vienetais	Suskaiciuoti, kiek iš viso yra komentarų ir atsiliepimų susijusių su svetainės veikimu ir tiekiamą informaciją	5	1000
“Facebook” puslapio vertinimas žvaigždutėmis	Žvaigždžių kiekis puslapyje	Patikrinti žvaigždžių skaičių “Facebook” puslapyje	(nera galimybes apskaiciuoti)	4,8
Tinklalo peržiūros	Žmonių, kurie kartą buvo prisijungę į tinklalapį, kiekis vienetais	Suskaiciuoti individualius IP adresus	20 000	100 000
Žmonių, potencialiai perkanti bilietą per nuorodą iš mūsų puslapio, kiekis	Nuorodos į bilietų tiekejo puslapį paspaudimų kiekis, vienetais	Suskaiciuoti, kiek kartu paspausta nuoroda iš tam tikro festivalio	(nera galimybes apskaiciuoti)	10
Atsiliepimų kiekis po festivalio	Po festivalių aprašymais paliktu komentarų kiekis vienetais	Suskaiciuoti atsiliepimus apie festivalį	0	20
Festivalių organizatorių kiekis kurie nori patalpinti skelbimus	Organizatorių, kurių festivalių informacija talpiname, kiekis vienetais	Suskaiciuoti visus organizatorius, kurie dalinasi ir trokšta dalintis informacija apie savo organizuojamus festivalius	45	100
Talpinamų skelbimų kiekis	Skirtingų festivalių skelbimų kiekis vienetais	Suskaiciuoti kiek iš viso turime skirtingų patalpintų festivalių	>2000	5000
Kiekis organizatorių perkanti reklamą pas mus	Organizatorių kiekis vienetais	Suskaiciuoti kiek organizatorių perka reklamą	0	16

Kiekis žmonių, kurie mėgsta mūsų puslapį per "Facebook"	"Like" kiekis vietais "Facebook" puslapyje	Patikrinti "Like" skaičių "Facebook" puslapyje	6168	50 000
2% pajamų mokesčių paramos kiekis	Vartotojų kiekis kurie skyrė 2%	Peržvelgti kiek vartotojų skyrė savo 2%	10	100

3. Vidine proceso analize

3.1. Dalykines srities statine struktura

Išanalizavę išorinę „manofestivalis.lt“ struktūrą, mes padarėme spėjimą kaip viskas veikia tinklalapio viduje (baltąja dėže). Pagal dalykines srities statinę struktūrą (pav. /?Number?/) matyti pagrindines klases: sistemos savininkas, tinklalapis, festivalio aprašymo puslapis, socialiniai iskiepiai („G+1“, „Tweet“, „Like“ mygtukai, „Facebook“ komentarų erdvė), festivalių duomenų bazė, vartotojas, administratorius, žurnalistas, festivalio organizatorius, informacija apie festivalį („Google Maps“ žemėlapyje pavaizduota festivalio vieta, festivalio data, festivalio nuotraukos, festivalio aprašas, nuorodos į oficialų festivalio tinklalapį bei bilietaus pardavimo puslapį).

Tinklalapis sieja informaciją ir vartotojus. Jame talpinami susisteminti festivalių puslapiai ir straipsniai, leidžiantys vartotojui ieškoti festivalių. Tinklalapis finansuoja sistemos savininkas, prižiūri ir tvarko sistemos administratorius.

Festivalio aprašymo puslapis talpina socialiniu tinklu iskiepius ir informaciją apie festivalį, kuria gauna per festivalių duomenų bazę.

Tinklalapio vartotojas yra informacijos ieškotojas. Jis naudoja tinklalapio noredamas sužinoti informaciją apie festivalius ir skaityti straipsnius apie festivalius. Jis gali komentuoti apie festivalius ir straipsnius komentarų erdveje prisijungęs prie savo „Facebook“ paskyros, dalintis informaciją naudodamas socialiniu tinklu iskiepius. Taip pat vartotojas gali rašyti atsiliepimus apie patį tinklalapio administratorių.

Socialinio tinklalapio iskiepis leidžia vartotojui reaguoti į pateiktą informaciją. „Like“, „Tweet“, „G+1“ mygtukai ir „Facebook“ komentarų erdvė leidžia pasidalinti ar išreikšti savo nuomonę, jei jis naudoja atitinkamo socialinio tinklo paslaugomis.

Straipsnio puslapis yra atskiras puslapis, kuriame bandoma sudominti vartotoją festivalių. Jis savyje talpina socialinius iskiepius leidžiančius vartotojui vertinti ir dalintis straipsniu.

Administratorius yra pagrindinis tinklalapio veiklos prižiūrėtojas. Jis moderuoja komentarų erdvę – šalina netinkamus komentarus, prižiūri festivalio organizatorių pateikiamą informaciją (ar ši yra teisinga), jei reikia susisiekti su organizatoriumi dėl papildomos informacijos, užtikrina sklandų puslapio veikimą (prižiūri techninę tinklalapio dalį) ir pats surašo festivalį, kurio skelbimo dar nėra tinklalapyje, gali patalpinti informaciją apie jį.

Sistemos savininkas gali sutapti su administratoriumi ar žurnalistu arba kitiems paskirti šias pareigas.

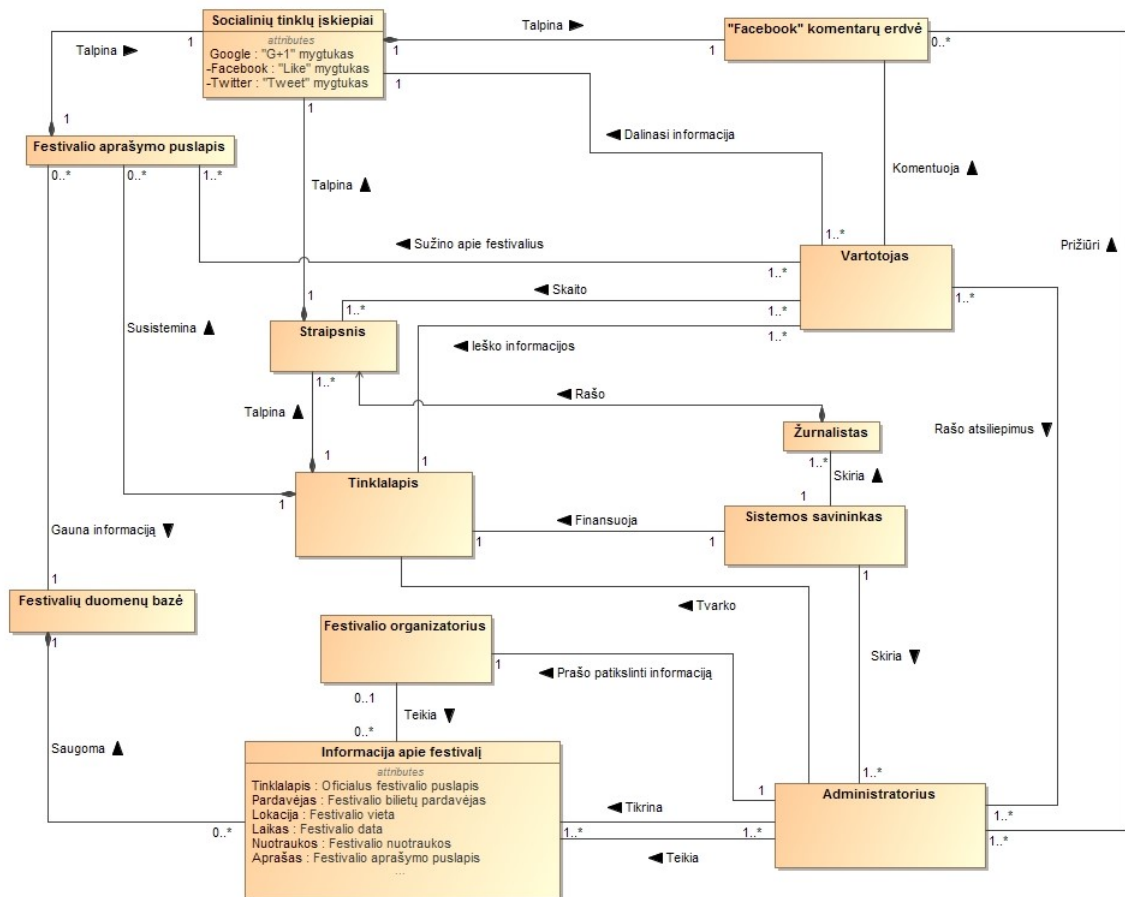
Festivalių organizatorius yra asmuo rengiantis festivalį bei turintis oficialią informaciją. Noredamas populiarinti savo festivalį jis gali pateikti informaciją apie savo festivalį, kuria įvertinęs administratorius patalpina tinklalapyje.

Žurnalistas stengiasi populiarinti festivalius ir tinklalapį. Jis gali patalpinti į tinklalapį parašytus ar surašytus straipsnius.

Festivalių duomenų bazė kaupia informaciją apie festivalius.

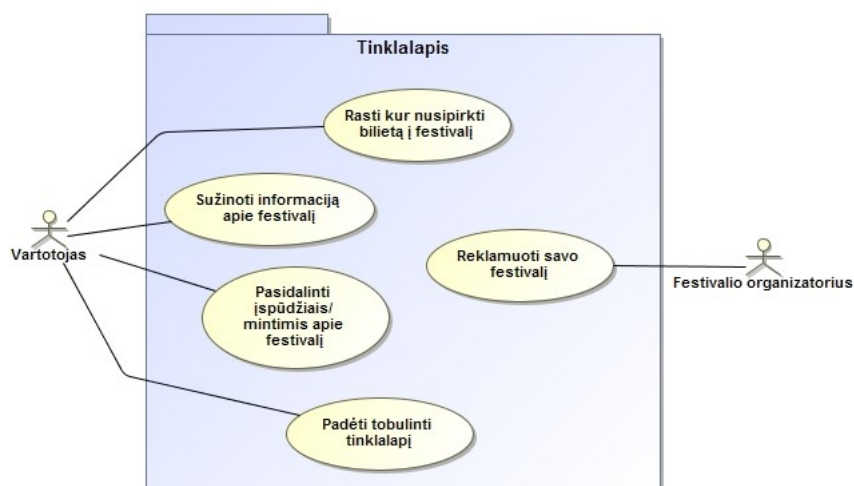
Informacija apie festivalius – festivalio aprašymas, data, vieta, kaina, oficialus puslapis ir bilietaus pardavėjo puslapis (jeigu yra).

“Facebook” komentarų erdve yra socialiniu tinklu iskiepis, kuriame vartotojai gali išsakyti savo mintis naudomi “Facebook” paskyra.



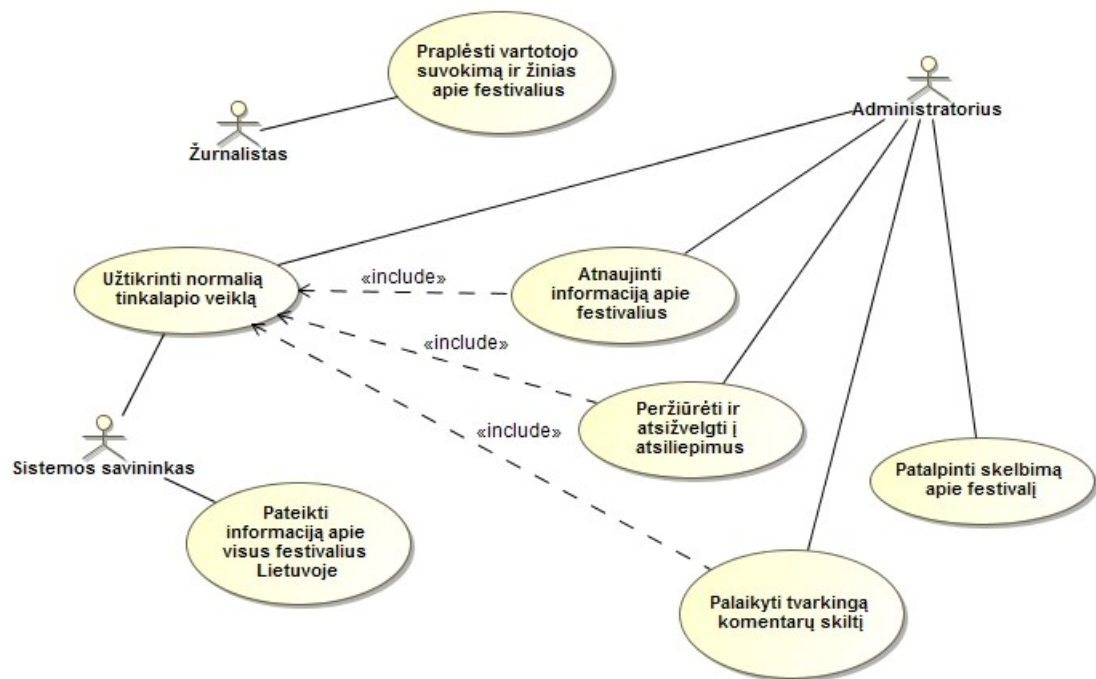
2 pav. Sistemos statine struktura

3.2. Užduotys



3 pav. Išoriniu agentu užduotys

- Vartotojas yra agentas, kurio vienas iš siekiu yra ieškoti informacijos apie festivalius (arba tiesiog ieškoti nauju festivaliu, kuriuose galetu sudalyvauti), taciau vartotojas žinodamas, kokiam festivalyje nori dalyvauti jis nebutinai žinos, kur gali nusipirkti bilieta, todėl tai yra jo antroji užduotis. Sudalyvave festivalyje arba tiesiog tinklalapio vartotojai gali išsakyti savo nuomone apie pasirinktą festivalį komentaru erdveje. Beje, vartotojas noredamas prisideti prie svetaines gyvavimo bei augimo gali pasidalinti savo idejomis su administratoriumi.
- Festivalio organizatoriaus pagrindine užduotis yra platinti bei reklamuoti savo festivali tam, kad kuo daugiau žmonių sudalyvautu jo ruošiamame renginyje.



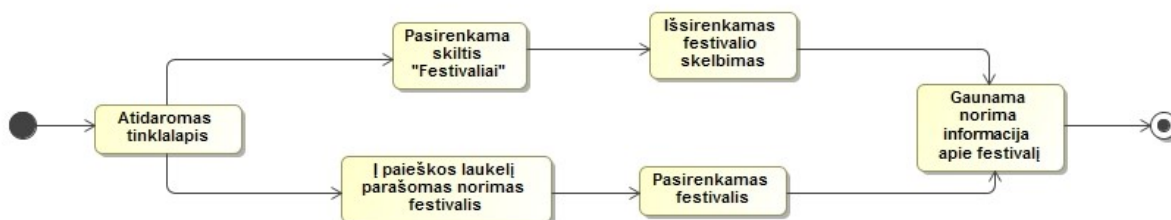
4 pav. Vidiniu agentu užduotys

- Administratoriaus užduotys kyla iš to, kad jis siekia palaikyti normalią tinklalapio veiklą ir augimą (naujų festivalių skelbimu kelima). Tad, administratorius turi prižiūrėti komentarų erdvę tam, kad nebūtų netinkamų komentarų (spam, patyčių ir t.t.), pasikeitus informacijai apie festivalius ją atnaujinti, kad nebūtų apgaulingos (netikslios) reklamos bei atsižvelgti į vartotojo pasiūlymus kaip tobulinti svetainės darbą, išsistymą. Taciau vienas iš svarbiausių užduočių yra kelti naujus skelbimus į tinklalapį, kad jame nuolat būtų aktuali informacija.
- Sistemos savininkas siekia pateikti lengvai vartotojui prieinama informaciją apie visus Lietuvos festivalius viename tinklalapyje, kad jam ieškojimas reikalingos informacijos būtų kuo trumpesnis. Beje, sistemos savininkas prižiūri, kad administratorius atliktų savo darbą ir tinklalapis veiktų puikiai.
- Žurnalistas siekia praplėsti vartotojų žinias ir suvokimą apie festivalius bei sudominti tinklalapio turiniu, nes per straipsnius pristato pagrindinę tinklalapio temą – festivalis.

3.3. Užduociu vykdymo scenarijai

Agentas noredamas atlikti savo užduotis turi atlikti tam tikrus žingsnius.

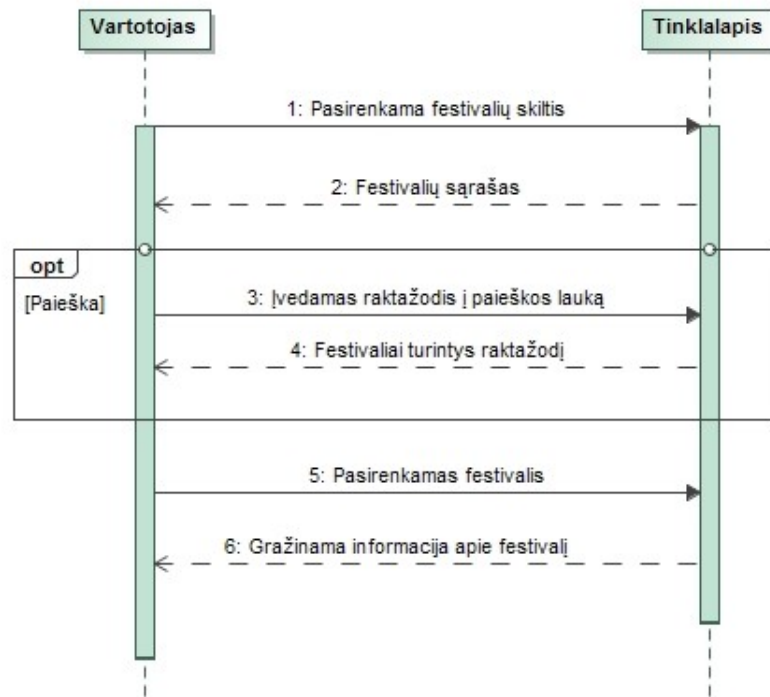
3.3.1. Išoriniu agentu užduotys



5 pav. Vartotojas ieško informacijos

Vartotojas noredamas rasti daugiau informacijos:

- Atidaro tinklalapi.
- Pirmas atvejis:
 - vartotojas navigacijos dalyje pasirenka skilti “Festivaliai”;
 - festivaliu skelbimu kratinyje išsirenka festivali, apie kuri nori sužinoti daugiau.
- Antras atvejis:
 - i paieškos laukeli ivedamas norimo festivalio pavadinimas;
 - pasirenkamas norimas festivalis.
- Atsidaro naujas tinklalapio puslapis su informacija apie norima festivali.



6 pav. Informacijos gavimo seku diagrama

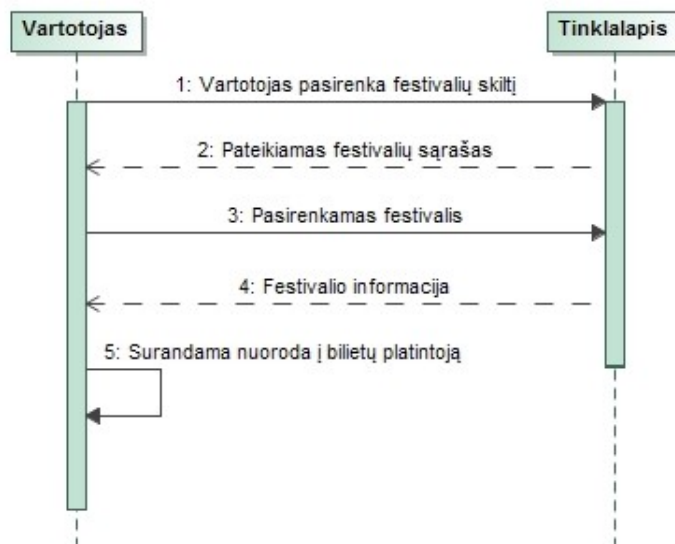
Vartotojas noredamas sužinoti informacija apie festivali, tinklalapyje pasirenka festivaliu skilti. Tinklapis pateikia festivaliu saraša. Vartotojas gali paieškos laukelyje ivesti norimo festivalio raktažodi ir tinklalapis pateikia tik tuos festivalius, kurie turi ta raktažodi. Arba vartotojas gali iš festivaliu sarašo pasirinkti ji dominanti festivalio skelbima ir tinklalapis gražins informacija apie ji.



7 pav. Vartotojas ieško kur nusipirkti bilieta

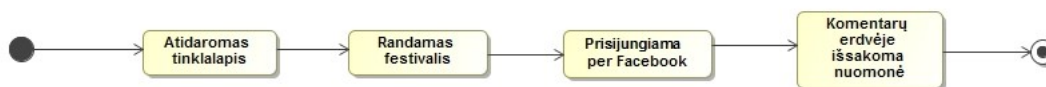
Vartotojas noredamas nusipirkti bilieta i festivali:

- Atidaro tinklalapį.
- Randa norima festivali.
- Festivalio aprašyme randa nuoroda i pardavejo tinklalapį, kuriame isigyja bilieta.



8 pav. Bilietu ieškojimo seku diagrama

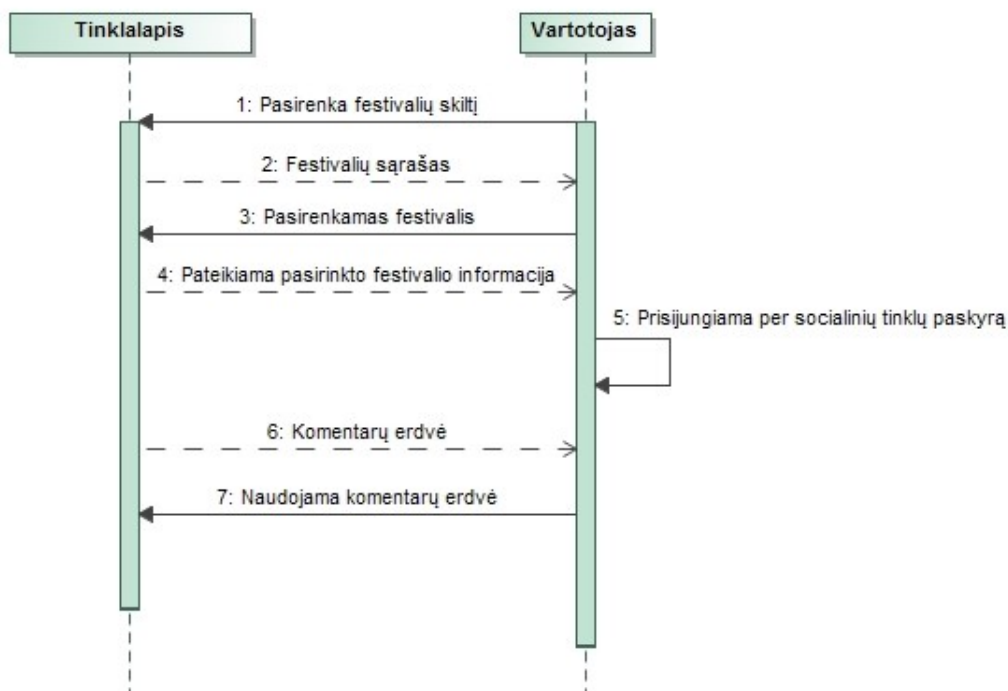
Vartotojas noredamas rasti, kur nusipirkti bilieta, tinklalapyje pasirenka festivaliu skilti. Tinklapis pateikia festivaliu sąrašą, iš kurio vartotojas gali pasirinkti norima festivali. Tada tinklalapis vartotojui pateikia festivalio informacija – vartotojas šioje informacijoje suranda nuoroda i bilietu platintoja.



9 pav. Vartotojai komentuoja festivalius

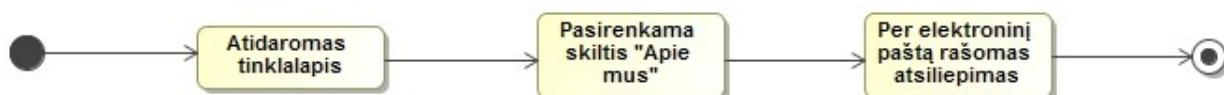
Vartotojas noredamas pasidalinti ispūdžiais (mintims) apie festivali:

- Atidaro tinklalapi.
- Suranda norima festivali.
- Prisijunges prie “Facebook” paskyros, komentaru erdveje išsako savo nuomone.



10 pav. Komentavimo seku diagrama

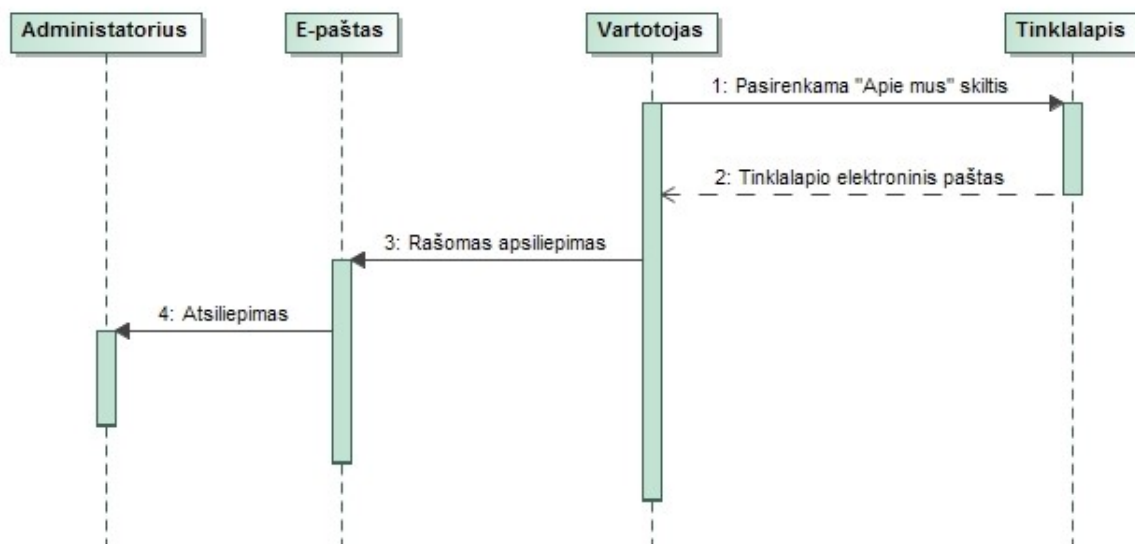
Vartotojas noredamas pasidalinti išpučiais ar mintimis apie festivali gali tinklalapyje pasirinkti festivaliu skilti. Tinklapis jam pateikia festivaliu saraša, iš kurio vartotojas pasirenka festivali. Tada tinklalapis vartotojui pateikia pasirinktojo festivalio informacija. Vartotojas prisijungia prie savo socialiniu tinklu paskyros ir tada tinklalapis leidžia vartotojui naudotis komentarų erdve.



11 pav. Vartotojas teikia atsiliepinimus

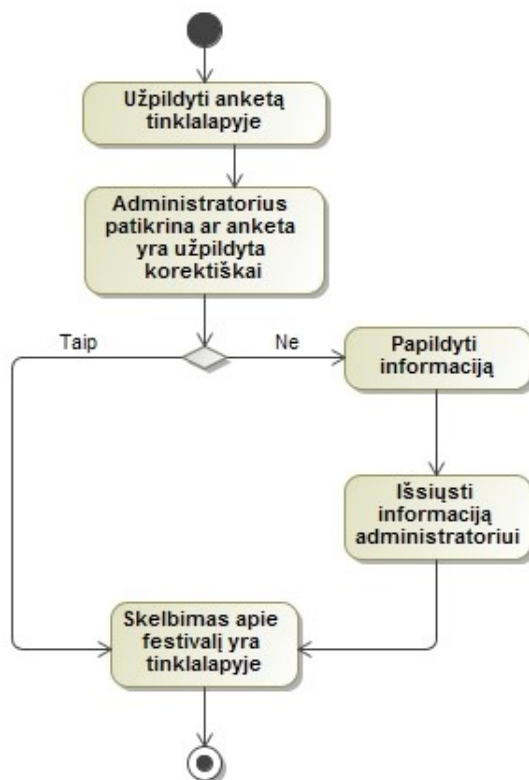
Vartotojas noredamas prisideti prie tinklalapio tobulinimo:

- Atidaro tinklalapi.
- Navigacijos dalyje pasirenka skilti "Apie mus" bei poskilti "Kontaktai".
- Šioje skiltyje randa tinklalapio informacinio elektroninio pašto adresu, kuriuo išsiuncia atsiliepima apie tinklalapi.



12 pav. Atsiliepimu seku diagrama

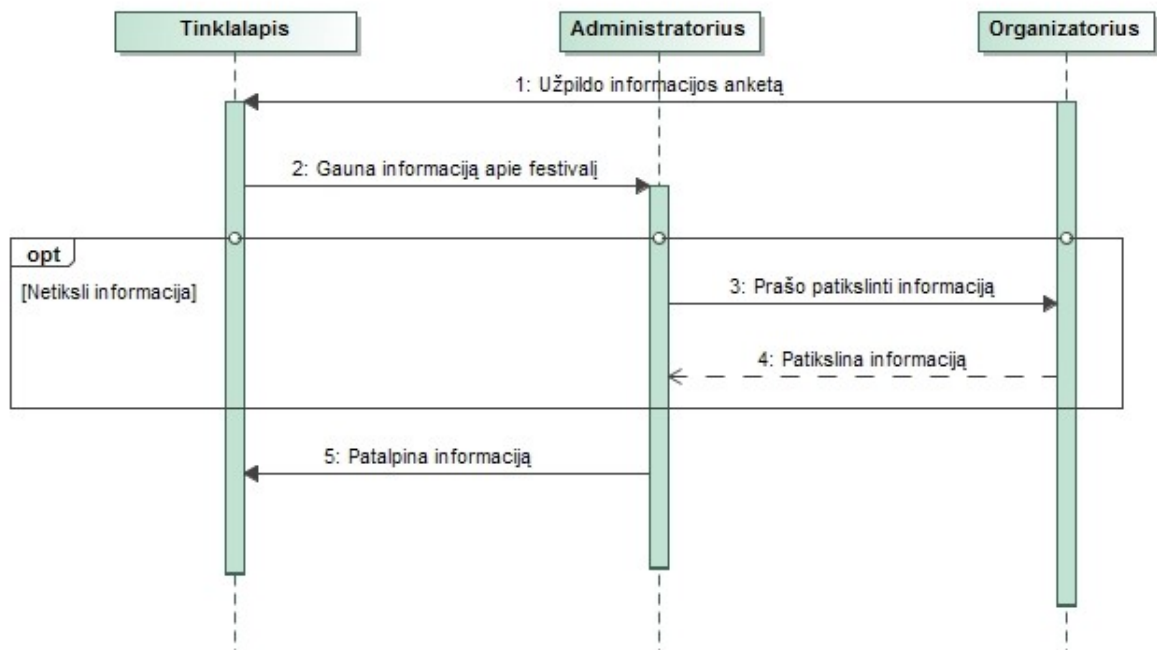
Vartotojas noredamas padeti tobulinti tinklalapi , jame pasirenka skilti “Apie mus”, toje skiltyje randa tinklalapiro elektronini pašta. Tada vartotojas naudodamasis savo elektroniniu paštu parašo atsiliepima i tinklalapiro elektronini pašta. Administratorius gauna elektronini laiška su vartotojo atsiliepimu apie tinklalapi.



13 pav. Organizatorius nori patalpinti skebima

Festivalio organizatorius noredamas reklamuoti savo festivali:

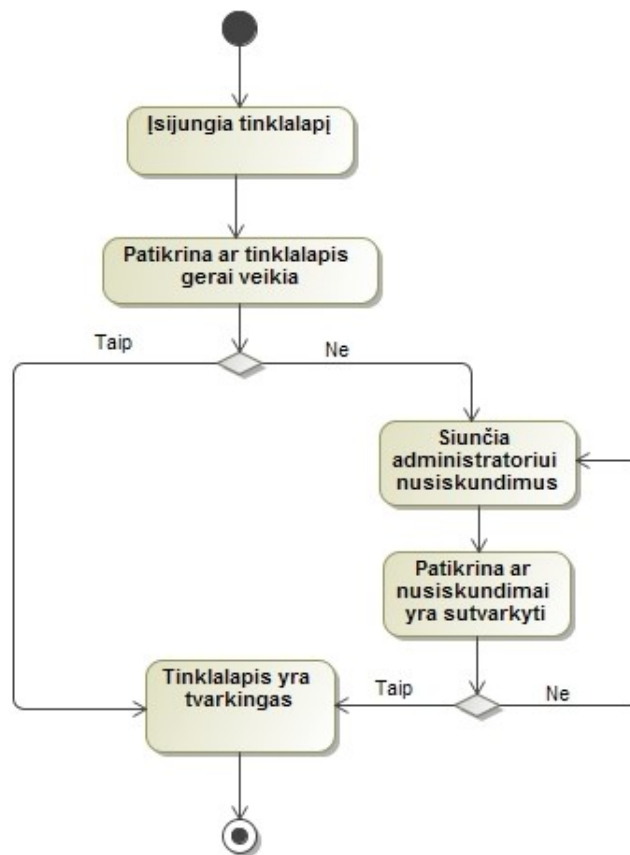
- Užpildo anketa tinklalapyje.
- Jei jis gauna puslapio administratoriaus pranešima del netinkamos informacijos, festivalio organizatorius informacija turi patikslinti ir/arba papildyti, nes kitaip administratorius informacijos i tinklalapi neikels.



14 pav. Patalpinimo seku diagrama

Festivalio organizatorius tinklalapyje užpildo informacijos anketa. Tada administratorius gauna informacija apie festivali . Jeigu festivalio organizatoriaus informacija yra netiksli arba neteisinga – administratorius parašo ja patikslinti, tuomet festivalio organizatorius patikslina informacija. Ir tada administratorius patalpina informacija (festivalio skelbima) i tinklalapi.

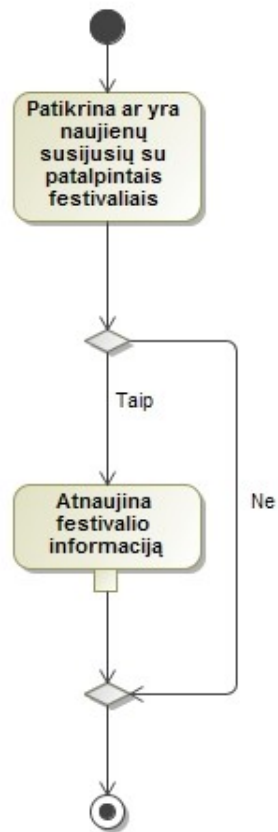
3.3.2. Vidiniu agentu užduotys



15 pav. Savininkas tikrina tinklalapio tvarkingumą

Sistemos savininkas noredamas užtikrinti normalia tinklalapio veikla:

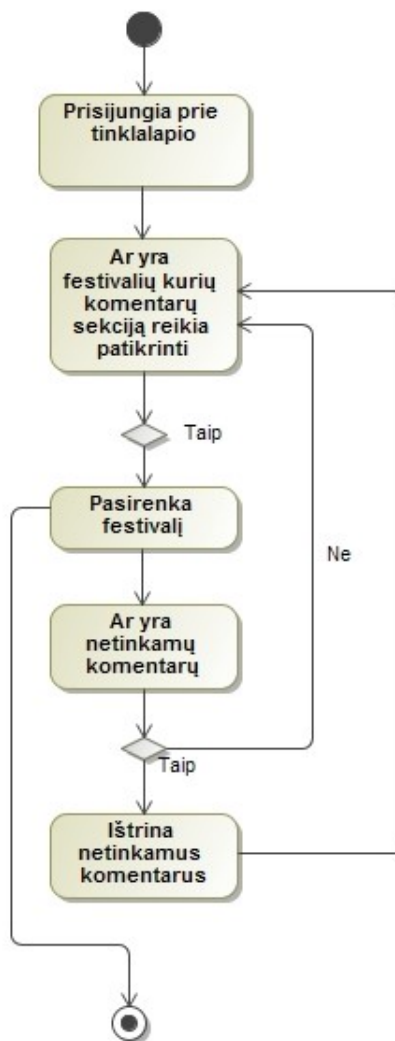
- Įjungia tinklalapį.
- Tinklalapio veikimo patikrinimas:
 - tinklalapis greitai (max 5s) pasikrauna, kad vartotojas kuo efektyviau gautų išnaudoti tinklalapį ir kuo daugiau laiko praleistų jame kažką veikdamas, o ne laukdamas, kad pasikraus;
 - tinklalapio informacija turi būti nuolat atnaujinama ir patikrinama, kad nebūtų apgaulingos reklamos ir kad neprarastume vartotojo pasitikėjimo tinklalapio informacijos teisingumu;
 - komentaru erdveje nėra šlamšto (spam), išeidžiančiu komentaru.
- Jeigu kažkas yra blogai, nusiskundimas yra siunčiamas administratoriui:
 - jis privalo sutvarkyti sistemos savininko nusiskundimus ir tada tinklalapis vėl tampa tvarkingu ir normaliai veikiančiu;
 - jeigu ne – sistemos savininkas patikslina savo nusiskundimą tam, kad administratorius geriau suvoktų, ką reikia pakeisti ar pataisyti.



16 pav. Administratorius atnaujina festivalio informaciją

Administratorius, noredamas atnaujinti informaciją apie festivalį:

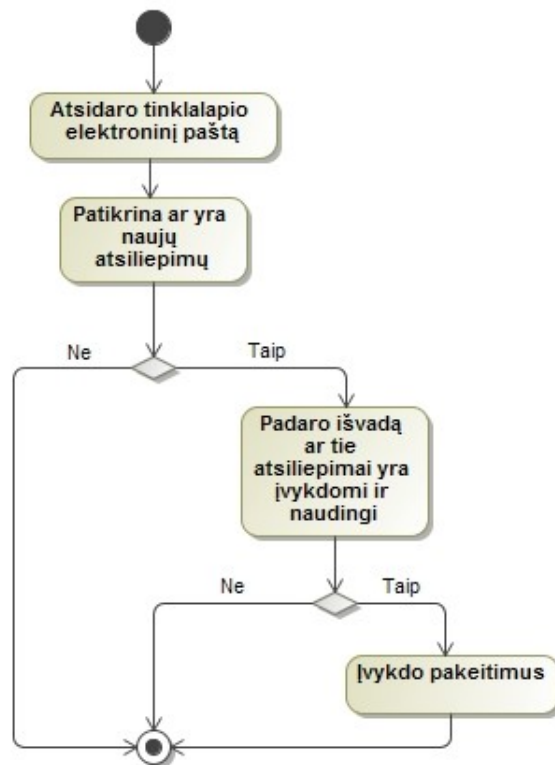
- Suranda patikimu naujienų apie festivalius, kurių informacija jau patalpinta tinklalapyje, arba festivalio organizatorius praneša apie pakitusią festivalio informaciją.
- Jeigu yra pakitus festivalio informacija, ją atnaujina, kad vartotojas gautų tikslia informaciją.



17 pav. Administratorius palaiko tvarkinga komentarų skiltį

Administratorius, noredamas palaikyti tvarkingą komentarų skiltį:

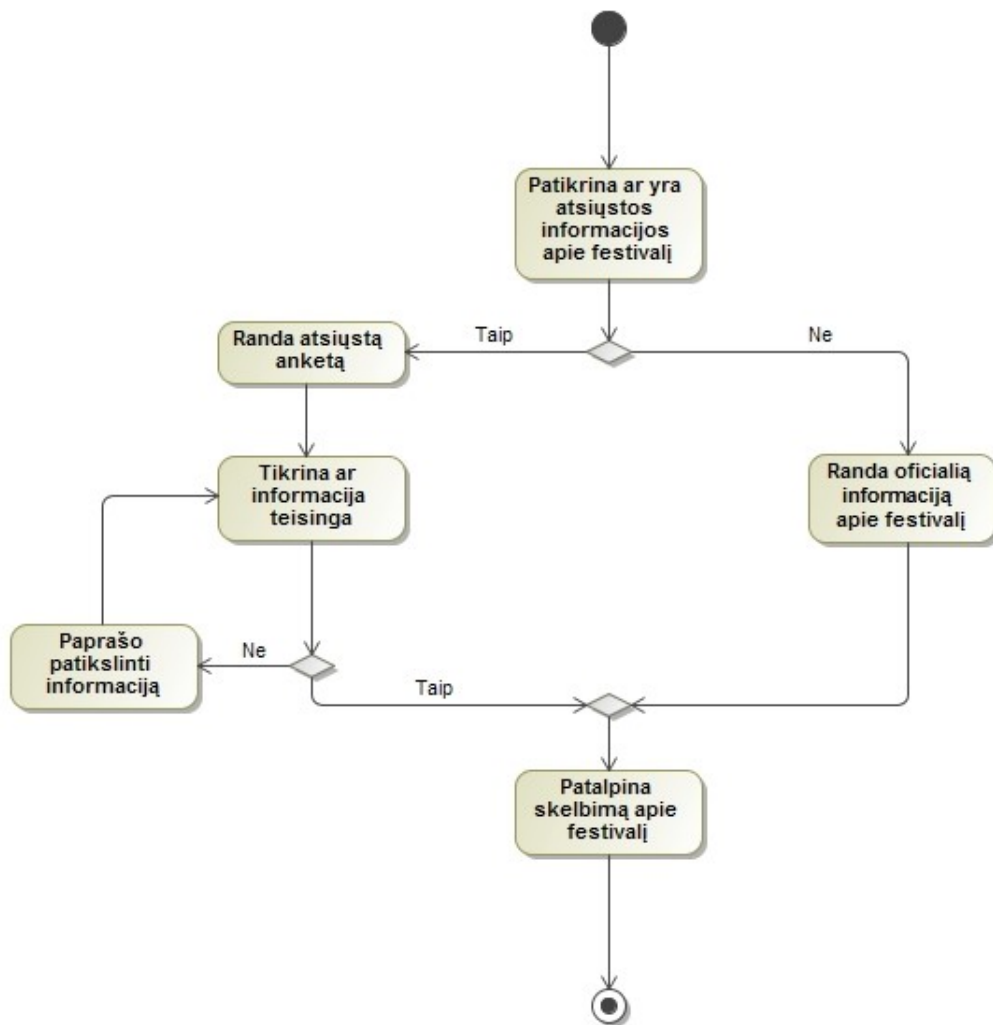
- Prisijungia prie tinklalapio.
- Patikrina ar yra netikrintų festivalių komentarų sekcijų:
 - Jeigu yra, pasirenka festivalį;
 - Patikrina ar yra netinkamų komentarų:
 - * Patyciu,
 - * Diskriminacijos,
 - * Neatitinkančių temų,
 - * Prieštaraujančių Lietuvos įstatymams ir "Facebook" taisyklėms.
 - Pašalina netinkamus komentarus.



18 pav. Administratorius peržiūri atsiliepimus

Administratorius noredamas peržiureti vartotoju atsiustus atsiliepimus:

- Atsidaro informacini tinklalapio elektronini pašta.
- Patikrina ar yra nauju atsiliepimu iš vartotoju.
- Jeigu yra nauju, tuomet:
 - Ivertina ar atsiliepimai yra naudingi tinklalapiui ir ar pasiulymai yra ivykdomi;
 - Jeigu taip, ivykdo pakeitimus.



19 pav. Administratorius ikelia skelbima i FDB

Administratorius noredamas patalpinti i FDB nauja skelbima apie festivali:

- Prisijungia prie FDB.
- Jei yra pateikta nauja arba patikslinta informacija apie festivalius:
 - Tikrina ar informacija yra teisinga.
 - Jeigu informacija netinkama, prašo festivalio organizatoriaus patikslinti informaciją.
 - Jeigu informacija teisinga, patalpina skelbima apie festivali i tinklalapi.
- Jei naujos informacijos nepateikta:
 - Ieško naujos informacijos.
 - Rasta informacija, talpina i tinklalapi.

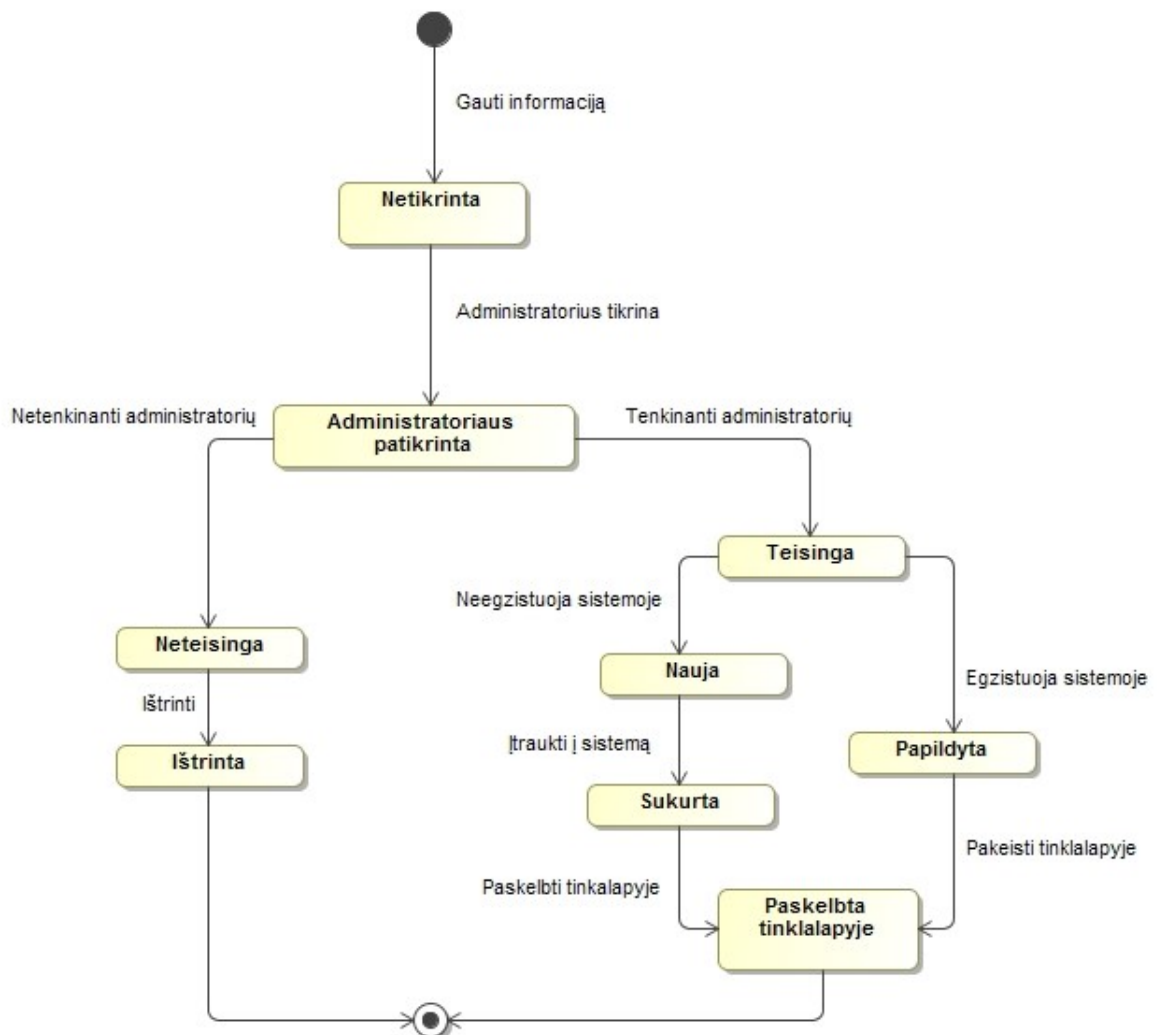


20 pav. Žurnalistas publikuoja straipsnį

Žurnalistas noredamas praplesti vartotojo žinias ir suvokima apie festivalius:

- Randa informaciją apie festivalius.
- Parašo straipsnį remdamasis rasta informacija.
- Publikuoja straipsnį i tinklalapi.

3.4. Dalykinės srities dinamine struktura



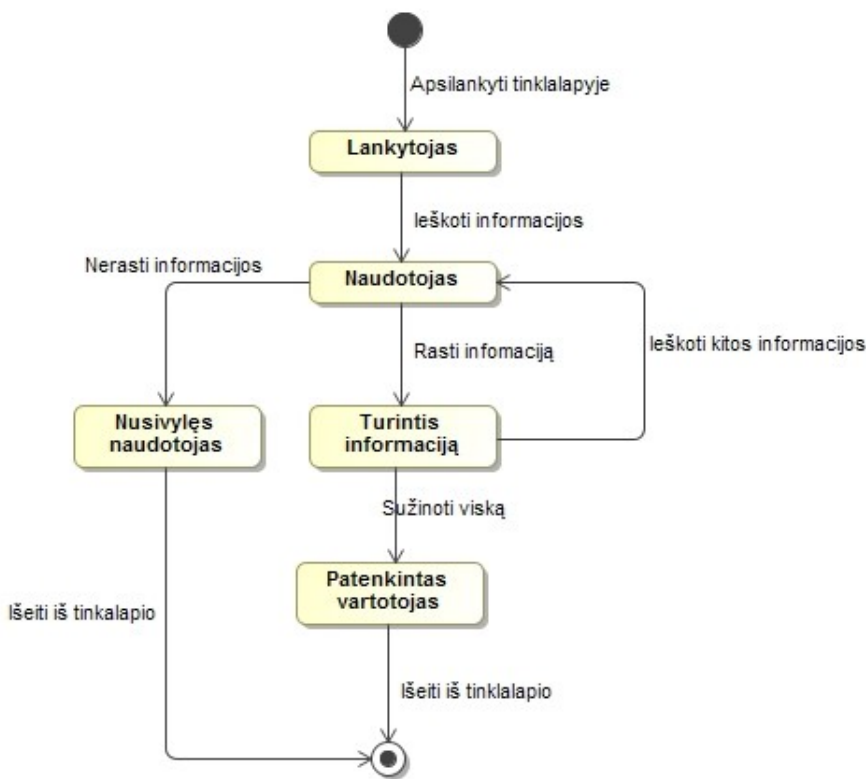
21 pav. Festivalio informacijos busenos

Informacija apie festivalius gali būti ivairiu busenu: netikrinta, administratoriaus patikrinta, teisinga, neteisinga, nauja, sukurta, papildyta, paskelbta tinklalapyje, ištrinta. Kai festivalio orga-

nizatorius užpildo tinklalapyje esancia anketa, ji yra gaunama i informacija apie festivalius dali ir turi busena netikrinta. Kai administratorius patikrina informacija apie festivali, ji igauna busena administratoriaus patikrinta. Po patikrinimo informacija gali:

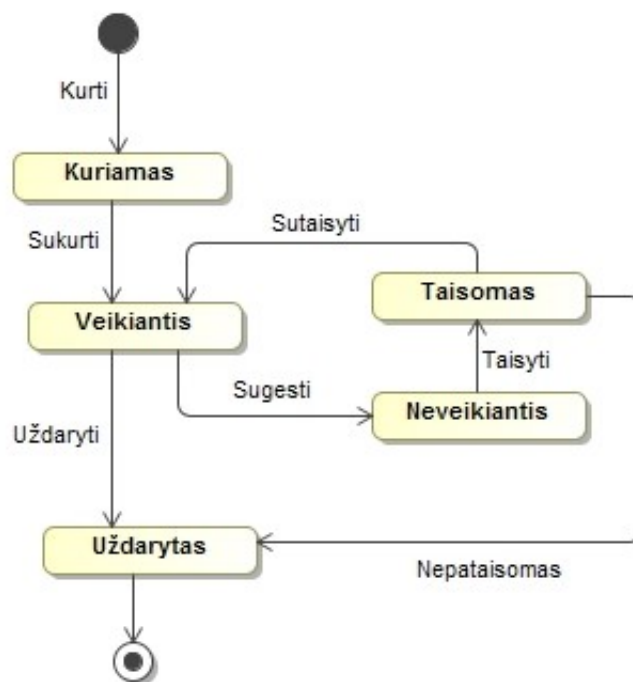
- netenkinti administratoriaus (šlamštas, reklama, nepagarba kitiems ir t.t.) ir tureti busena neteisinga, o po to, buna ištrinama ir taip igauna busena ištrinta;
- tenkinti administratoriu ir tureti busena teisinga. Festivalio skelbimas gali jau egzistuoti sistemoje, bet nebuti paskelbtas del to, kad yra reikalingas papildymas ir ši nauja informacija yra jau esancio festivalio informacijos papildymas ir taip informacija apie festivalius igauna busena papildyta. Taciau informacijos gali ir nebuti sistemoje todėl ji igauna busena nauja. Ir administratoriui itraukus ja i sistema ji gauna busena sukurta.

Abiem atvejais informacija apie festivalius (ar papildyta, ar sukurta) pasiekia busena paskelbta tinklalapyje.



22 pav. Vartotojo busenos

Vartotojas gali buti: lankytojas; naudotojas; naudotojas, turintis informaciją; nusivyles naudotojas; patenkintas vartotojas. Kai vartotojas apsilanko tinklalapyje jis gauna busena lankytojas. Bet kai vartotojas ne vien apsilanko, bet ir ieško informacijos, jis tampa naudotoju. Nerades jam reikalingos informacijos naudotojas igauna busena nusivyles naudotojas. Kai naudotojas randa informacija jis tampa turintis informacija, bet jei jis nerado visos jam reikiamos informacijos jis gali toliau ieškoti ir vel tampa naudotoju. Jeigu naudotojas randa visa jam norima informacija jis igauna busena patenkintas vartotojas.



23 pav. Tinklalalio busenos

Tinklapis gali būti: kuriamas, veikiantis, neveikiantis, taisomas, uždarytas. Jeigu tinklapis neveikia dėl serverio talpintojų problemų arba dėl sistemos klaidų jis įgauna būseną neveikiantis. Pradėjus taisyti neveikiantis tinklapis tampa taisomu. Pavykus sutaisyti tinklapis grįžta į normalią būseną – veikiantis. Dėl finansų stygiaus arba populiarumo stygiaus tinklapis gali tapti uždarytu.

4. Analizes rezultatai

2 lentelė. SSGG

Stiprybes	Silpnybes
<ul style="list-style-type: none">• Yra informatyviausias tinklalapis apie festivalius Lietuvoje.• Festivalių organizatoriai gali laisvai reklamuoti renginius. Virš 6100 žmonių yra pamegę "manofestivalis.lt".• Festivaliai turi lygias galimybes – jie rodomi taip pat, neatsižvelgiant į jų populiarumą.	<ul style="list-style-type: none">• Festivalių skelbimai pateikiami kaip neorganizuotas paveikslelių kratinys.• Pasėne festivalių skelbimai nėra išimami iš bendros ateinančių festivalių erdves, todėl vartotojui yra sukuriamą iliuzija, kad Lietuvoje atitinkamu metu vyksta daug festivalių.• Festivalių ieškojimas yra neefektyvus dėl per didelio skaičiaus senų festivalių.• Vartotojai beveik nesinaudoja komentarų erdve. Net didžiausi Lietuvos festivaliai susilaukia tik po vieną komentarą.• Administratorius nebūtinai tinkamai atlieka savo darbą, kadangi sistemos savininkas ne visą laiką jį kontroliuoja.• Festivalių skelbimas gali būti patalpintas tinklalapio administratoriaus be festivalio organizatoriaus žinios.• Festivalių organizatoriai tinklalapio nemato kaip tikslingos vietos reklamuotis dėl per mažo populiarumo.• Tinklalapis negeneruoja lėšų.

Galimybės	Gresmės
<ul style="list-style-type: none"> • Sukurti vartotojui patogią festivalių rikiavimo ir rušiavimo sistemą pagal datą, kainą, miestą, kad vartotojas lengvai pasiektų reikalingą informaciją. • Platesnis tinklalapio interaktyvumas – žmonės galės patogiau išreikšti savo nuomonę ir planuoti, į kokius festivalius nori nueiti. • Patobulinti komentarų erdvę, kad žmonės galėtų lengviau susipažinti su kitais festivalių dalyviais. • Festivaliai galėtų išsipirkti savo skelbimams specialias galimybes taip remdami tinklalapio plėtimąsi. • Sukurti marketingo komandą, kuri siektų išpopuliarinti tinklalapį tam, kad festivalių organizatoriai noretų dėti savo skelbimus į tinklalapį. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tinklalapio išlaikymas priklauso nuo vartotojų noro skirti savo lėšas. • Dėl didelio senų festivalių kiekio festivaliai gali netilpti duomenų bazeje. • Kiti tinklalapiai gali aplenkti savo populiarumu ir ryšiais su organizatoriais. • Serveris gali neatlaikyti lankytojų skaičių. • Dėl mūsų tinklalapyje naudojamų socialinių tinklų iskiepiu mes prarandame komentarų ir vertimų kontrolę. / Sklandus vertinimas ir komentarų erdvės veikimas yra priklausomas nuo socialinių tinklų veikimo.

5. Verslo proceso tobulinimo strategija

Pagrindinis mūsų tikslas yra sukurti geresnę sistemą negu, kad jau yra sukurta. Šito mes sieksime padidindami tinklalapio interaktyvumą (vartotojas galės susikurti paskyrą, o prisijungęs turės daugiau galimybių (pateikta žemiau), palengvinsime festivalių paiešką), populiarinti tinklalapį Lietuvos mastu (stengtis, kad daugiau Lietuvos gyventojų žinotų bei naudotųsi tinklalapiu, festivalių organizatoriai siektų reklamuotis tinklalapyje), sukursime galimybę tinklalapiui finansuoti save, palengvinsime tinklalapio administratoriaus darbą.

Mūsų vizija yra padidinti žmonių aktyvumą bei kultūrinį suvokimą. Mūsų misija yra palengvinti festivalių informacijos pasiekiamumą bei suprantamumą.

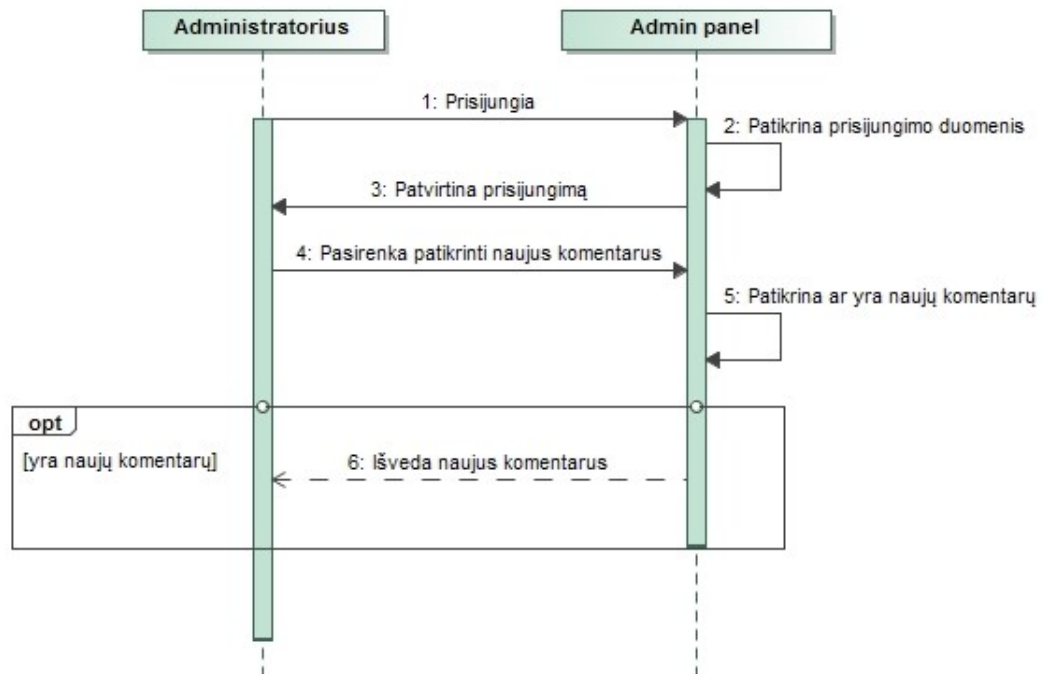
- Paskatinti vartotoją sugrįžti į svetainę:
 - Padaryti galimybę vartotojui susikurti paskyrą tinklalapyje arba prisijungti su turima socialiniu tinklu paskyra (“G+”, “Facebook”);
 - Vartotojas susikūręs paskyrą gautų:
 - * kalendoriuje pasižymėti festivalius, kuriuose nori sudalyvauti;
 - * užsiprenumeruoti festivalių skelbimus (jeigu festivalio informacija yra atnaujinama vartotojas bus perspėjamas);
 - * likus 3 dienoms iki festivalio vartotojas, jeigu yra pasižymėjęs kalendoriuje arba užsiprenumeravęs, būtų perspėtas apie meteorologines sąlygas festivalio dienomis;
 - * vartotojai norintys dalyvauti tame pačiame festivalyje gautų tarpusavyje bendrauti atskiroje diskusijų erdve;
 - * rašyti atsiliepimus apie festivalius tam skirtoje tinklalapio erdve;
- Patobulinti tinklalapio festivalių skitį:
 - Leisti vartotojui pasirinkti kokius festivalius jis nori matyti: busimus, vykstančius, praėjusius ar visus;
 - Padaryti galimybę vartotojui pasirinkti pagal kokius kriterijus (datos intervalą, miestą, kainos intervalą) rūšiuoti festivalius, pasirinkti rikiavimo pagal pavadinimą, datą;
 - Suvienodinti festivalių skelbimų dydį ir automatiškai surikiuoti chronologine tvarka;
- Sukurti galimybę tinklalapiui išlaikyti patį save:
 - Kai kurias tinklalapio dalis paskirti mokamai festivalių reklamai (ju reklamos bus rodomos paskirtose tinklalapio dalyse iki išpirkto laiko pabaigos, ne vien festivalių skiltyje);
- Paskatinti vartotojus naudotis komentaru erdve:
 - Pašalinti “Facebook” komentaru erdvę;
 - Sukurti tinklalapio komentaru erdvę, kurioje prisijungę vartotojai gautų komentuoti apie festivalį;

- Prisijungusiems tinklalapio vartotojams sukurti atskira diskusiju erdve bendrauti tarpusavyje apie festivalius, kuriuose dalyvaus;
- Didinti tinklalapio populiaruma:
 - Sukurti marketingo komanda, kuri tiesiogiai susisiektu su festivaliu organizatoriais ir pasiulytu patalpinti ju skelbima musu sistemoje, bendrautu del galimu bendru akciju;
 - Marketingo komanda stengiasi sukurti bendruomene “Facebook” tinklapyje ir taip paskatinti vartotojus naudotis tinklalapiu;
- Supaprastinti administratorius darba:
 - Sukurti “Admin panel” kuriame galima butu matyti po praejusio tikrinimo atsiradusius komentarus;
 - Leisti vartotojams pranešti apie netinkamus komentarus ar netikslija informacija;

6. Sistemos naudojimo scenarijus

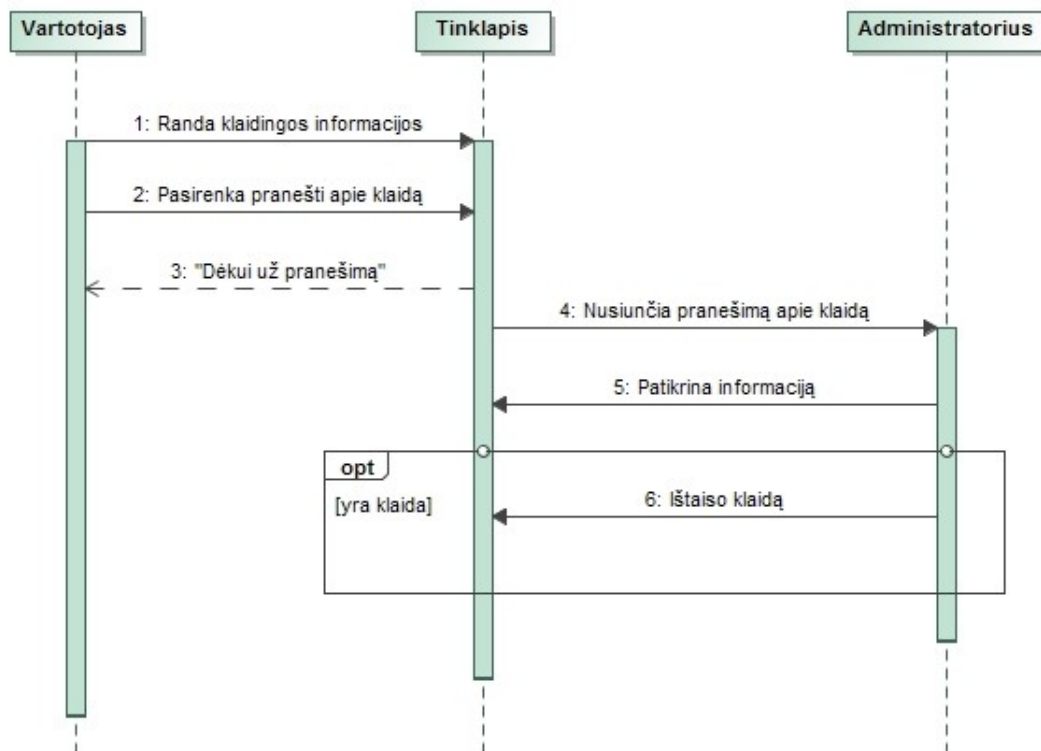
6.1. Scenarijus

Administratorius gali būti perspėtas dėl netinkamų komentarų bei matyti naujus komentarus.



24 pav. "Admin panel" naudojimo seku diagrama

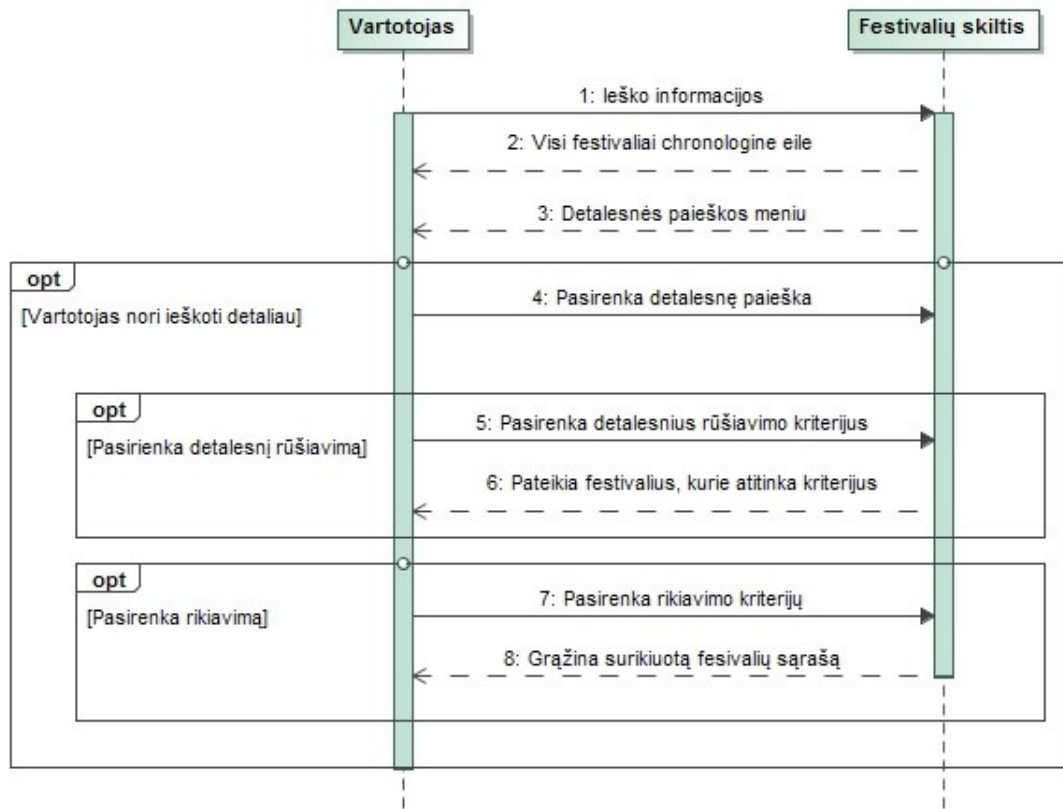
Administratorius, noredamas patikrinti komentarus, turi prisijungti prie "Admin panel" (jei prisijungimo duomenys teisingi, patvirtina prisijungimą), tada "Admin panel" išveda naujus komentarus administratoriui, o jis juos patikrina.



25 pav. Netinkamos informacijos šalinimo seku diagrama

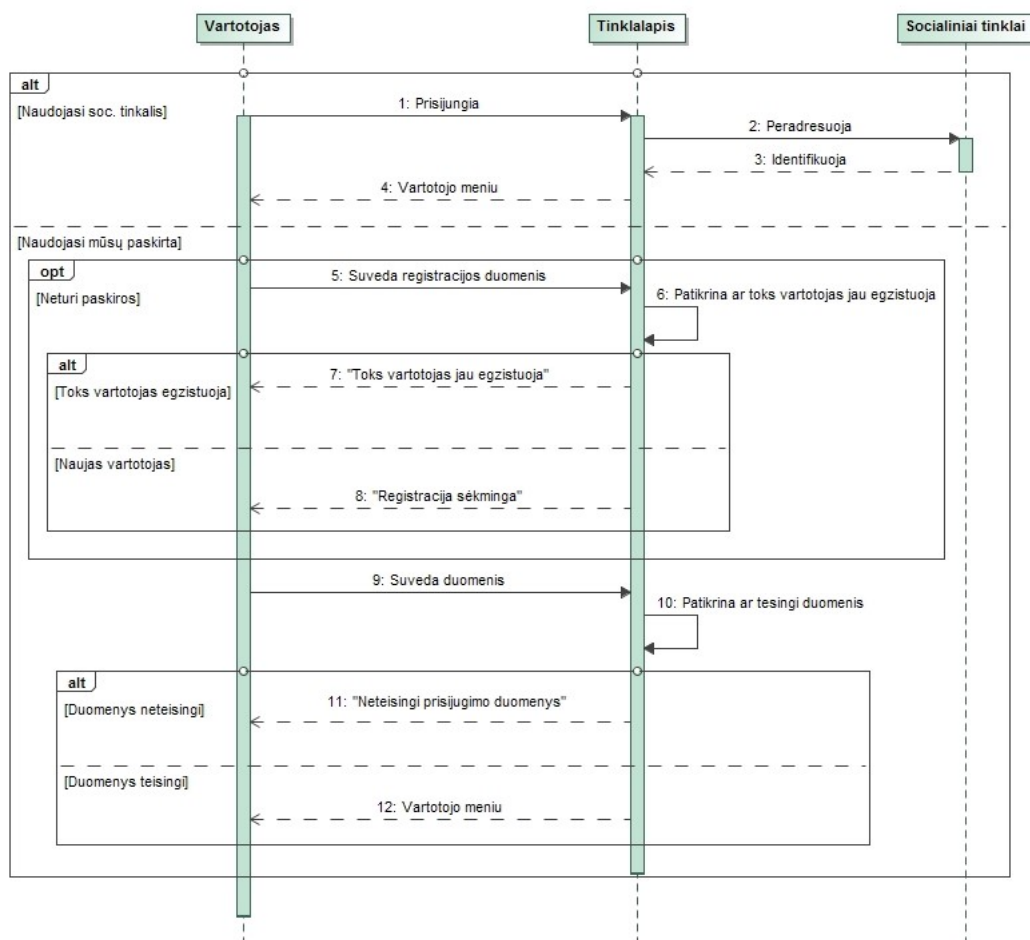
Kad būtų lengviau surasti netinkama informacija tinklapyje, vartotojas galės administratoriui apie tai pranešti. Vartotojas, rades klaidingos informacijos festivaliu skiltyje, praneša apie klaidą naudodamas tam skirta funkcija ir automatiškai gauna žinute su padėka. Pranešimas apie klaidą yra nusiunčiamas administratoriui, jis patikrina informacija festivaliu skiltyje ir, jeigu yra klaida, ją ištaiso.

Vartotojas yra dviejų būsenų: turintis tinklalapio paskyrą arba ne. Nuo to priklauso, kaip jis saveikauja su sistema.



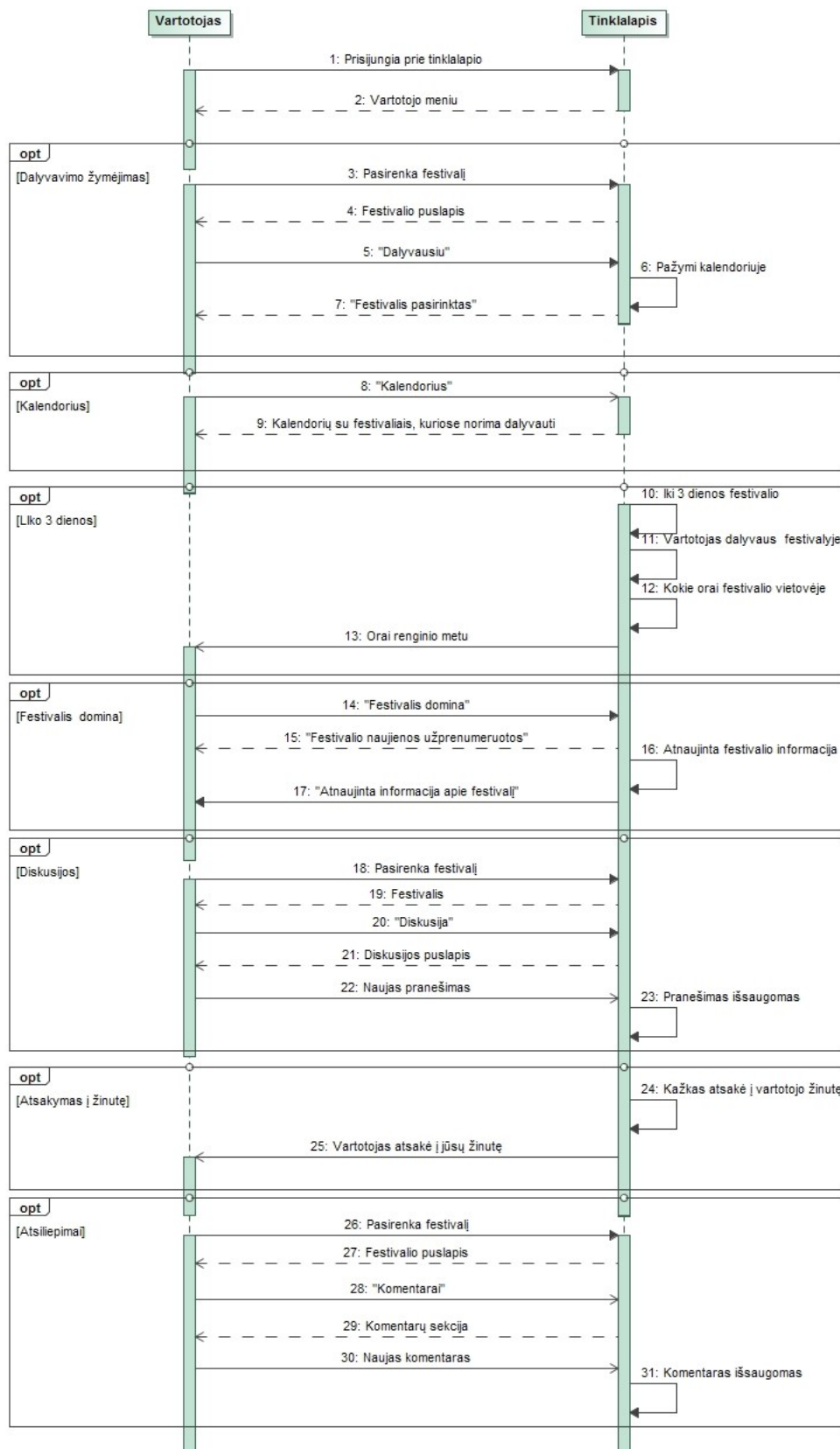
26 pav. Festivalių detalesnės paieškos seku diagrama

Vartotojas, neturintis paskyros, gali ieškoti informacijos. Festivalių skiltis pateikia chronologiškai išrikiuotus festivalių skelbimus bei detalesnės paieškos meniu. Vartotojas, norintis ieškoti tam tikru festivaliu, gali pasirinkti rūšiavimo kriterijus (datos intervalą, miestą, kainos intervalą) bei pakeisti rikiavimo kriterijų (pagal pavadinimą arba datą). Festivalių skiltis grąžina sąrašą, išrūšiuotą ir išrikiuotą pagal vartotojo pageidavimus.



27 pav. Vartotojo prisijungimo ir registracijos seku diagrama

Vartotojas, noredamas prisijungti prie tinklalapio, gali tai padaryti naudodamasis socialiniais tinklais („G+“, „Facebook“). Tinklalapyje vartotojas pasirenka šia galimybe, iš tinklalapio yra nukreipiamas i socialinius tinklus ir indentifikuojamas. Tada tinklalapis rodo vartotojo meniu. Taciau vartotojas gali prisijungti prie tinklalapio ir per vietine paskyra. Jeigu vartotojas neturi vietines paskyros, pasirenka ja sukurti ir suveda visus reikiamus duomenis. Sistema patikrina ar toks vartotojas jau yra. Jeigu yra – išspausdina, kad toks vartotojas jau egzistuoja, jeigu ne – praneša, kad registracija sekminga. Jei vartotojas jau turi paskyra ir tiesiog nori prisijungti, suveda savo prisijungimo duomenis. Sistema patikrina, ar duomenys yra teisingi. Jeigu duomenys yra neteisingi, tinklalapis praneša, kad prisijungimo duomenys neteisingi. Jeigu teisingi, atidaro vartotojo meniu.

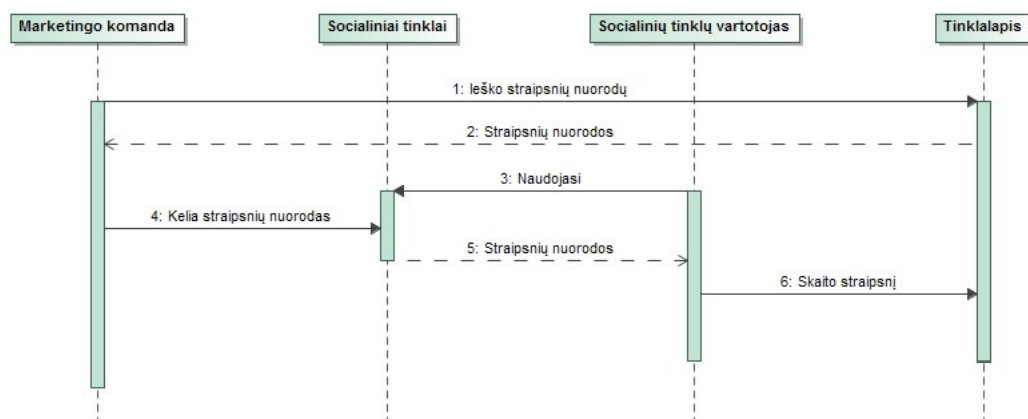


28 pav. Vartotojo galimybiu seku diagrama

Prisijungusiam vartotojui tinklalapis rodo vartotojo meniu. Vartotojas kalendoriuje gali pažymėti, kad dalyvaus festivalyje: pasirenka festivalį, tinklalapis atidaro festivalio puslapį mūsų tinklalapyje. Kai vartotojas pasirenka "Dalyvausiu", kalendoriuje pažymimos dienos, kuriomis

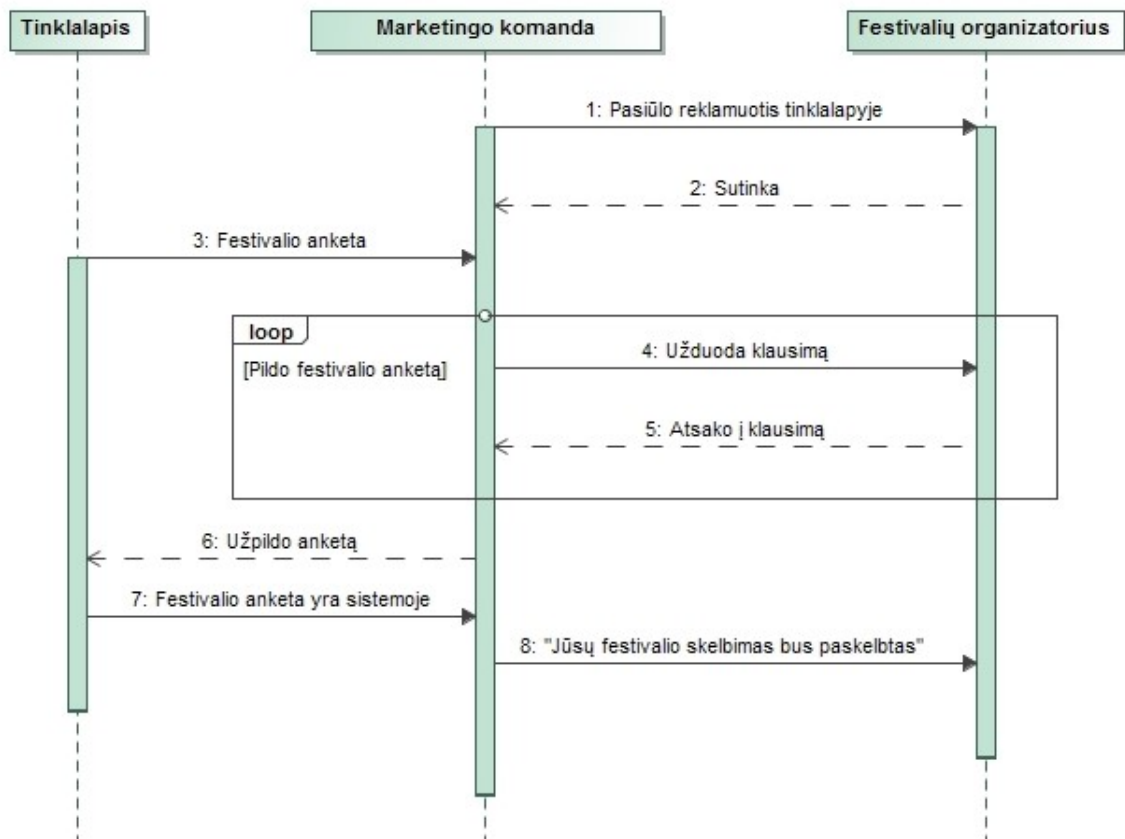
vyks festivalis. Ivykdes užduoti tinklalapis praneša vartotojui, kad festivalis pasirinktas. Jei vartotojas pasirenka “Domina”, tinklalapis praneša, kad festivalis yra sėkmingai užprenumeruotas. Vartotojas taip pat gali peržiūrėti savo kalendorių, kuriame jis yra pažymėjęs, kuriuose festivaliuose nori dalyvauti arba dalyvaus. Likus trims dienoms iki festivalių, kuriuos vartotojas yra pažymėjęs kalendoriuje arba užsiprenumeravęs, vartotojas elektroniniu laišku yra perspėjamas apie meteorologinę situaciją festivalio vietoje. Vartotojas, tinklapyje pasirinkęs festivalį, gali patekti į diskusijos puslapį ir dalyvauti diskusijoje. Vartotojas galės rašyti naujus pranešimus ir tinklalapis juos saugos. Vartotojas yra perspėjamas, kai po jo pranešimo kitas vartotojas parašo komentarą. Atidares festivalio puslapį, registruotas vartotojas mato komentarų sekciją, kurioje gali reikšti savo nuomonę apie festivalį. Tinklalapis išsaugo komentarus sistemoje.

Marketingo komanda gali susisiekti su festivalių organizatoriais ir jiems pasiūlyti reklamuotis mūsų tinklapyje bei per socialinius tinklalapius skelbti savo tinklalapi.



29 pav. Marketingo komandos reklamavimo seku diagrama

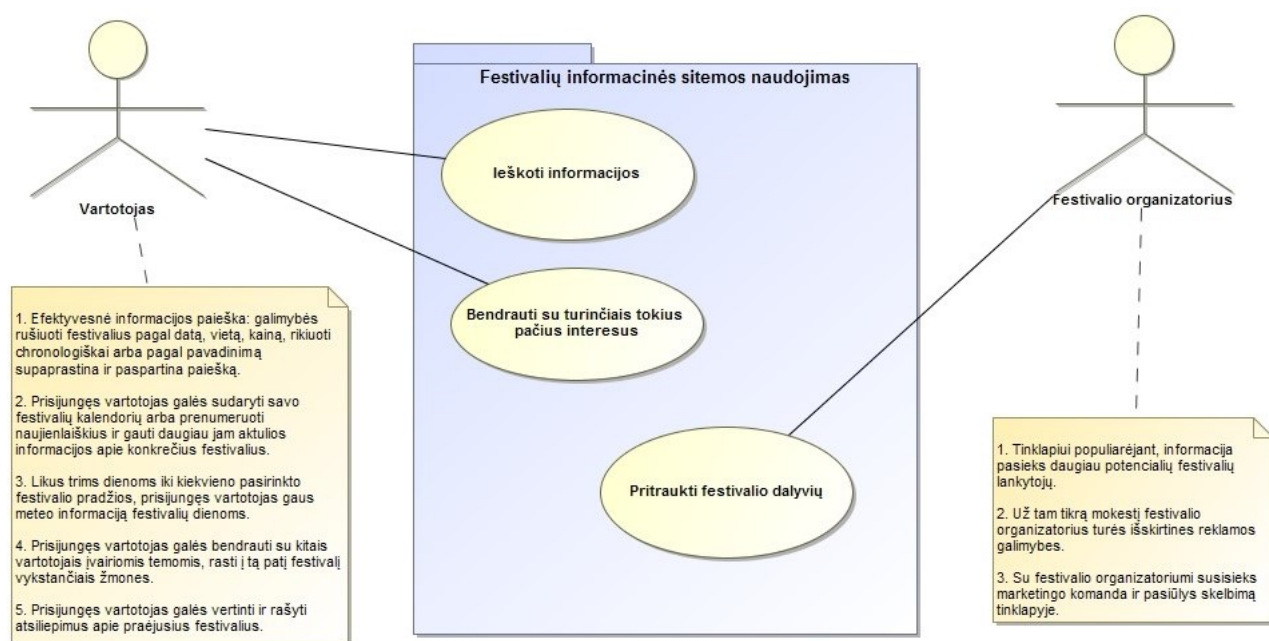
Marketingo komanda noredama rasti naujų vartotojų, kelia mūsų tinklalapio straipsnių nuorodas į socialinius tinklus, šias nuorodas randa socialinių tinklų vartotojai. Jie jas atsidaro ir ieina į tinklalapi.



30 pav. Susiekimo su organizatoriais seku diagrama

Marketingo komanda, noredama pasiulyti festivaliu organizatoriams skelbtis musu tinklalapyje, susisiecia su festivaliu organizatoriais ir pasiulo reklamuotis tinklalapyje. Jeigu festivalio organizatorius sutinka, marketingo komanda užduoda klausimus festivalio organizatoriui, kad surinktu visa reikiama informacija anketai užpildyti. Marketingo komanda atidaro sistema ir pasirenka naujo skelbimo anketa, ja užpildo. Jei visi duomenys yra korektiški, festivalio skelbimas patalpinamas i tinklalapi.

6.2. Sistemos teikiama nauda



31 pav. Sistemos teikiamos naudos diagrama

6.3. Esama bukle

- 4 kompiuteriai
- 4 žmonės

6.4. Priemonės scenarijui įgyvendinti

- Serverio nuoma – tinklapio talpinimui, dėl padidejusio lankytojų skaičiaus senas serveris gali būti netinkamas;
- Duomenų bazė – talpinama informacija apie festivalius, vartotojų informacija (prisijungimo duomenys, komentarai ir pan.), straipsniai.
- “Microsoft Office” licencija – straipsnių rašymui ir buhalterijos vedimui;
- “Photoshop” licencija – i tinklapi keliamu nuotraukų redagavimui;
- Verslo liudijimas – legaliam reklamos erdvei tinklapyje pardavimui;
- Facebook reklamos – sistemos populiarinimui;
- Žmogiškieji ištekliai:
 - Programuotojų paslaugos – naujų funkcijų kurimui ir diegimui;

- Marketingo komanda – sistemos populiarinimui, komunikacijai su festivaliu organizatoriais;
- Administratoriai – sistemos tvarkai palaikyti;
- Žurnalistas – straipsniu rašymui.

7. Igyvendinamumo ir naudos analize

7.1. Operacinis igyvendinamumas

3 lentelė. Operacinis igyvendinamumas

Inovacinis slenkstis	Inovacinio slenkscio pašalinimas
Festivaliu informacine sistema nera žinoma tarp potencialiu lankytoju.	Reklamuoti socialiniuose tinkluose.
Lankytojai nežino visu tinklalapio galimybiu ir kaip jomis naudotis.	Informuoti lankytojus. Užsiregistravusiems vartotojams, kartu su registracijos patvirtinimu, i elektronini pašta atsiusti detalu visu galimybiu aprašyma bei kaip jomis pasinaudoti. Sukurti vartotojui lengvai suprantama vartotojo sasaja. Puslapyje pateikti informacini elektroninio pašto adresa ir atsakyti i vartotojams kylancius klausimus.
Festivaliu informacine sistema nera žinoma tarp festivaliu organizatoriu.	Susisiekti su festivaliu organizatoriais.

7.2. Techninis igyvendinamumas

Musu kuriama sistema nera visiškai nauja ideja. Analizes metu mes apžvelgeme panašia egzistuojancia sistema, taciau musu sistema butu labiau išbaigta ir turetu daugiau funkciju. Sistemos funkcijoms igyvendinti reikia tinklalapio ir duomenu baze, kurie galetu buti patalpinti viename serveryje. Duomenu bazeje lentelese butu talpinama informacija apie festivali, komentarus ir vartotoju informacija.

Susikurdami tinklalapio paskyra vartotojai tures užpildyti paskyros laukelius, o prisijungdami per socialinius tinklus už vartoja bus pasirupinta tu laukeliu užpildimu ir naujos paskyros tinklalapyje sukurimu.

7.3. Ekonominis igyvendinamumas

7.3.1. Išlaidos

Musu tinklalapis talpins informacija apie festivali, todel mums reikes serverio ir domeno. Serverio kainos svyruoja nuo 1€ iki 30€, domena galima nusipirkti už 8€ . Musu tinklalapi aptarnaujancia komanda sudaro administratoriai, žurnalistai ir marketingo komanda. Tiketina, kad menesinis atlyginimas administratoriui sieks 600€ (+ 240€ mokesciu), žurnalistui ir marketingo komandos nariui po 400 (+160€). Tikriausiai turesime po viena kiekvienos komandos nari. Norint išpopuliarinti tinklalapi, reiketu užsakyti reklama “Facebook” tinke. Per diena ketiname išleisti apie 10€ reklamai. Tinklalapi kuriantiems programuotojams moketumeme 1500€, tikedamiesi kad jie pilnai sukurs sistema per 3 menesius.

Pradines išlaidos: 4500€

Menesines išlaidos: 2038€ (1400€ atlyginimas + 560€ mokesčiai +60€ reklama +18€ tinklalapio išlaikymas)

7.3.2. Pajamos

Musu tinklalapis pajamas generuos parduodamas išskirtine reklama festivaliu organizatoriams ir prašydamas vartotoju skirti 2% nuo pajamu mokesčiu. Tikėtina kad reklama pirmuoju laikotarpiu kainuos 30€ /men ir turesim tik viena reklamos pirkeja. Tinklalapiui išpopuliarejus kaina pakils iki 10€ / dienai ir turesime 3 reklamos pirkejus. 2% mokesčiu nuo vidutinio darbo užmokesčio siekia apie 3,5€. Pradžioje planuojame tureti 5 paramos skyrejus, o išpopuliarejus – apie 100 skyreju.

Menesines pajamos:

Pradejus veikla: 45€

Išpopuliarejus: 1250€

Mes sieksime gauti Europos sąjungos finansavimą. Galvojame pateikti užklausa projektui – Ekologinio (pažintinio) turizmo, aktyvaus poilsio ir sveikatos gerinimo infrastruktūros kurimas ir pletra. Mes teigtume, kad musu tinklalapis, turedamas visa reikalinga informacija apie festivalius Lietuvoje, paskatins žmones aktyviai praleisti savo laisvalaikį ir ilgalaikiu požiūriu gali pritraukti turistus į Lietuvą dėl kultūriniu ir kokybišku festivaliu. Tai gali padidinti miestų, kuriuose vyksta festivaliai, iplaukas.

7.4. Juridinis Įgyvendinamumas

Musu kuriamai sistemai svarbiausias juridinis klausimas yra – ar nebus pažeistas asmens duomenų teisines apsaugos įstatymas. Musu sistemos funkcionalumas ir tikslai nepažeidžia asmens duomenų apsaugos įstatymo tikslo – “ginti žmogaus privataus gyvenimo neliečiamumo teisę tvarkant asmens duomenis”. Musu sistema registracijos metu prašo tik susisiekimui reikalingų duomenų (elektroninio pašto) ir vartotojui kuriantis paskyrą bus prašoma įvesti jo paties sugalvotą slaptažodį, kuris bus naudojamas jo identifikacijai, taip nuslepiant jo tikrąją tapatybę. Iš socialiniu tinklu (jeigu vartotojas nusprendė registruotis per juos) tinklalapis ims tik paskyrai sukurti reikalingą informaciją.

8. Žodynas

- Administratorius – sistemos savininko igaliotas asmuo, kuris prižiuri tinklalapi ir turi priėjimą prie specialių tinklalapio funkcijų.
- Dalykine sritis – sritis, kurioje naudojama sistema.
- Domenas – interneto svetainės adresas (pvz.: dom.lt) ir el. pašto adreso kamienas (pvz.: info@dom.lt).
- Festivalio organizatorius – asmuo arba imone, kuri rengia renginį (festivalis).
- Festivalio puslapis – tinklalapio skiltis, kurioje patalpinta vieno festivalio informacija.
- Festivalis – masinė kultūros (paprastai periodiškai ir trunkanti kelias dienas) šventė.
- Festivalių duomenų bazė (FDB) – organizuotas duomenų rinkinys, kuriame yra talpinama festivalių informacija.
- Informacija apie festivalį – anketa, kuri yra užpildoma norint talpinti informaciją į FDB.
- Interaktyvumas – vartotojų dalyvavimas, komunikacija, turinio kontrolė.
- Juridinis – teisinis, susijęs su teise; turintis teisę valdyti turtą, sudaryti sutartis.
- Komentarų erdvė – puslapio sritis, kurioje yra rodomi komentarai, o prisijungę vartotojai turi galimybę skelbti savo komentarus.
- Marketingo komanda – asmenys, kurie tarpininkauja tarp festivalių organizatorių ir tinklalapio administratoriaus, rūpinasi tinklalapio reklama.
- Registruotas vartotojas – vartotojas, užsiregistravęs tinklalapyje.
- Serveris – kompiuteris, pasiekiamas internete, kuris priima užklausas iš kitų kompiuterių ir pateikia atitinkamus atsakymus ar rezultatus.
- Sistemos savininkas – fizinis arba juridinis asmuo, kuriam priklauso turtas (tinklalapis).
- Socialinis tinklas – interaktyvi interneto struktūra (internetinė svetainė), vienijanti tam tikrą bendrą interesą turinčią narių grupę, kuri ir kuria konkrečios svetainės turinį ir virtualiai bendrauja tarpusavyje, automatizuotomis konkrečios svetainės priemonėmis.
- Socialiniu tinklu iškeipis – tinklalapio dalis, kuriame galima dalintis arba išreikšti savo nuomonę naudojantis socialiniais tinklais.
- Tinklalapis – informacijos šaltinis žiniatinklyje (internetė), kuris gali būti pasiektas naudojantis naršykle.
- Vartotojas – asmuo, kuris tiesiogiai naudoja (tinklalapio) paslaugomis.

- Vietinė tinklalapio paskyra – paskyra, sukurta pačiame tinklalapyje.
- “Facebook” komentaru erdvė – vieta, kurioje elektroniniu būdu (rašydamas) vartotojas (su Facebook paskyra) gali reikšti savo nuomonę.

Literatūros sąrašas

- <http://manofestivalis.lt/>
- <https://www.facebook.com/ManoFestivalis.lt/?fref=ts>
- <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.5368B592234C/lGOrBAvuZc> (Lietuvos Respublikos asmens duomenų teisės apsaugos įstatymas)
- <https://www.esparama.lt>
- <https://www.vmi.lt/> (2% nuo pajamų mokescio parama)
- <http://www.hostingas.in/>
- <http://jobarnesonline.com/free-facebook-ad-spend-calculator/>
- https://www.tutorialspoint.com/uml/uml_2_overview.htm
- <http://www.mif.vu.lt/~karolis/PSI1.html>