

BAZE PODATAKA

ZADATAK: YOUTUBE

SPECIFIKACIJA ZAHTEVA

YouTube omogućava korisnicima kao glavnim akterima aplikacije da otvore svoj nalog na ovoj platformi. Za svakog korisnika se pamti jedinstveni identifikacioni broj, username (korisničko ime), email i datum registracije. Osnovi tip sadržaja koji korisnik može da kreira jeste snimak, koji može biti jedan od tri tipa:

1. Običan snimak,
2. Kratki snimak,
3. Prenos uživo.

Za svaki snimak, neovisno koje je vrste, čuvaju se identifikacioni broj, naslov, opis i vreme objave. Specifična karakteristika običnog snimka je da pamtimo dužinu trajanja u sekundama, dok za kratki snimak vreme trajanja je ograničeno do 99 sekundi. Prenos uživo čuva informaciju o vremenu završetka, kao i vremenu trajanja koje se može izračunati oduzimanjem vremena završetka i vremena objave.

Pored kreiranja korisnik može i da interaguje sa snimcima, svojim ili tuđim. Svaki snimak korisnik može da pregleda samo jedanput, a za svaki pregled se čuvaju podaci o jedinstvenim identifikatorima korisnika i snimka, kao i datum kada je pregled izvršen. Izražavanje (ne)sviđanja na svakom obliku snimka je omogućeno i podaci koji se čuvaju su jedinstveni identifikator korisnika, identifikator snimka i tip sviđanja (like (L) – sviđa, dislike (D) – ne sviđa). Komentarisanje je vrsta interakcije koju korisnik može da izvrši na svakom snimku, takođe može

da odgovori na drugi komentar svojim komentarom. Za komentare se čuvaju sledeći podaci: jedinstveni identifikator komentara, tekst komentara i datum objave komentara.

Interakcije koje su karakteristične samo za prenos uživo su donacije i poruke na prenosu. Za donacije se moraju čuvati identifikacioni broj prenosa, identifikacioni broj donacije, novčani iznos donacije i tekst donacije. Za poruku se čuvaju identifikacioni broj prenosa, identifikacioni broj poruke i tekst poruke.

Korisnik može na snimke kratkog formata da označi svoju reakciju u vidu emocija. Podaci koji se čuvaju za reakcije su: jedinstveni identifikator reakcije, jedinstveni identifikator kratkog snimka i tip reakcije (O = osmeh, S = srce, T = tužan, B = besan).

Za obične snimke jedinstveno je što korisnik može da ih stavlja u svoju plejlistu i što oglašivači mogu, u dogovoru sa korisnikom, da kače svoje reklame na korisnikov običan snimak.

Kreiranje plejliste zahteva da se čuvaju podaci o jedinstvenim identifikatorima korisnika i same plejliste, nazivu plejliste, datumu kreiranja i javnom statusu plejliste. Proces reklamiranja zahteva dogovor između korisnika i oglašivača, koji se postiže ugovorom. Ugovor mora sadržati jedinstveni identifikator ugovora, datum od kad važi, datum do kad važi i da li je aktivan. Ugovor je aktivan ako vremenski period do kad važi nije prošao. Kada je dogovor postignut i ugovor je aktivan, oglašivač je u mogućnosti da kači svoje reklame na obične snimke koje je kreirao korisnik. Podaci koje moramo čuvati o samom oglašivaču su njegov identifikacioni broj, naziv, email i datum registracije. Za njegove

reklame čuvamo identifikacioni broj reklame, naslov reklame, trajanje reklame (do 999 sekundi), opis reklame.

YouTube ima svoju arhivu filmova, za koje čuva identifikacioni broj, naziv, datum objave i opis. Korisnik može da napravi uplatu kojom bi bilo koji film iz YouTube arhive mogao da otključa i iznajmi na period za koji ta uplata važi. Zato čuvamo identifikacioni broj uplate, datum početka i datum isticanja važenja uplate.

U slučaju da korisnik ima bilo koji problem, sugestiju, pitanje i slično, on je u mogućnosti da pošalje povratnu informaciju timu zaposlenih, Za povratnu informaciju tip podataka koji treba čuvati je identifikacioni broj povratne informacije, naslov, sadržaj i datum slanje povratne informacije. Korisnik dobija jedan ili više odgovora na svoju povratnu informaciju. Za odgovor čuvamo identifikacioni broj odgovora, identifikacioni broj zaposlenog koji je poslao odgovor, identifikacioni broj povratne informacije na koju se odgovor odnosi, naslov odgovora, sadržaj i datum slanja odgovora. Podaci o zaposlenim licima, čiji je posao da daju odgovore na povratne informacije, takođe moraju biti zabeleženi i to u vidu identifikacionog broja, prezimena, imena, email-a i poslovne pozicije (menadžer (M), tehnička podrška (TP)).