

MODELI LOGIČKE ORGANIZACIJE WEB SJEDIŠTA

LOGIČKE ORGANIZACIJE-kako se definiraju veze između pojedinih dokumenata unutar web sjedišta

4 osnovne logičke organizacijske forme:

1. LINEARNA ORGANIZACIJA
2. MREŽNA ORGANIZACIJA
3. STABLEN (HIJERARHIJSKA) ORGANIZACIJA
4. WEB ORGANIZACIJA

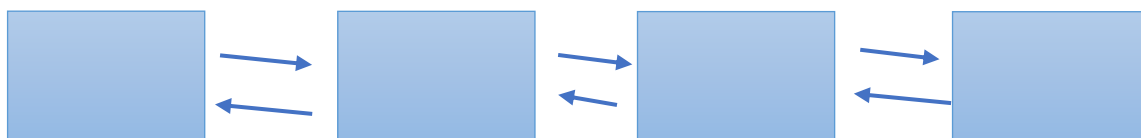
LINEARNA ORGANIZACIJA

→dokumenti unutar tog sjedišta se čitaju kao neka knjiga ili kao neki tiskani medij

→korisno je kada se prikazuje neka procedura korak po korak

→vrste linearne organizacije

a. OSNOVNA LINEARNA ORGANIZACIJA



Npr. Slideshow prezentacija neke firme, gdje se poštuje prelazak sa jednog slidea na drugi u određenom vremenu, a također se može vratiti i nazad

→korisnik prima informaciju željenim slijedom, sadržaj se proslijeđuje određenim redoslijedom

- Prednosti:

PRELOAD ili PRECASH

-kada korisnik dođe na prvu stranicu dok je on čita sadržaj sljedeće stranice se preload-a, ako je na drugoj stranici onda se sadržaj treće preload-a, a sadržaj prve se precash-a



- Oznake

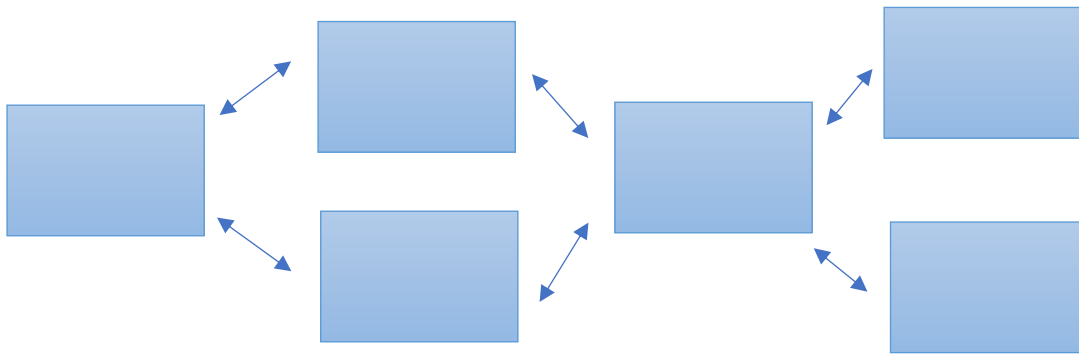


NAZAD
(motor)

Str. 5 od 10

NAPRIJED
(ovjes)

b. LINEARNA LOGIČKA ORGANIZACIJA S ALTERNATIVAMA

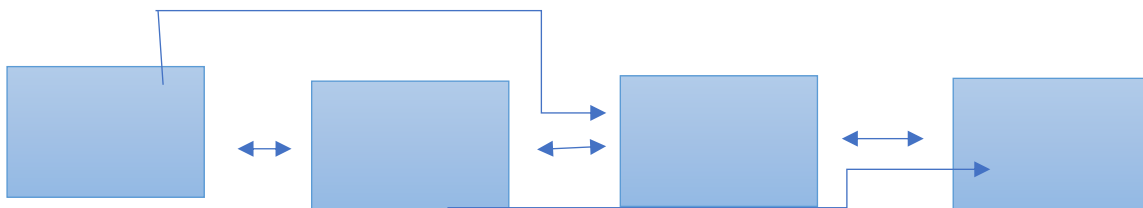


→poštujemo linearnost, ali postoje određene alternative

→dobro za provođenje anketa

→ovdje je otežan preload jer se ne može znati šta će korisnik pritisnuti, ali se može dati prednost preload-a onoj stranici koja se više puta otvori

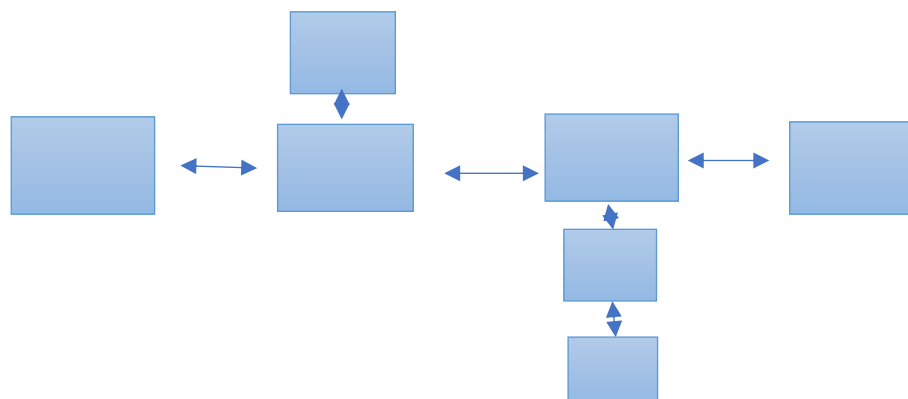
c. LINEARNA LOGIČKA ORGANIZACIJA SA OPCIJAMA



- Linearna sa skokom unaprijed
- Omogućavanje preskakanja stranica prilikom pregledavanja
- Kontrolirano dozvoljeno preskakivanje (npr. Uvodni dio filma)

d. LINEARNA ORGANIZACIJA S IZLETIM

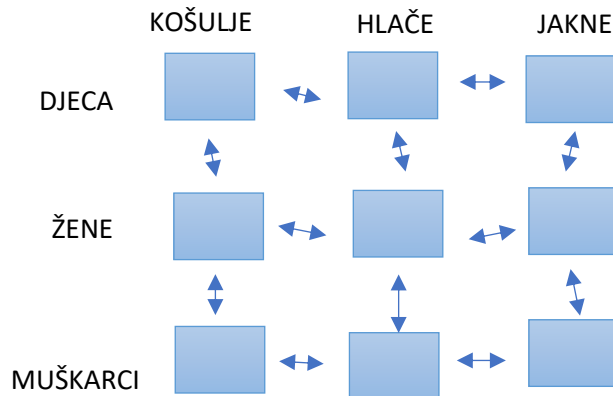
- Dozvoljena kontrolirana diverzija linearne organizacije, ne smije se pretjerati sa granama



- Stranice koje objašnjavaju stvari budu lakše za preload odnosno veoma se brzo preoadaju
- Npr. Presentacija sa dodatnim objašnjenjima

MREŽNA ORGANIZACIJA

→ jedna od glavnih organizacija koju koriste web shopovi



→ horizontalni i vertikalni odnosi između različitih objekata organizacije

→ provjerava i govori koliko linkova moramo ugraditi

→ teži je preload, jer nema smisla da se toliki broj stranica preloada, jedino da se logički razmisli koje stranice preload-ati to jest one koje bi se mogle otvoriti

STABLENA ORGANIZACIJA

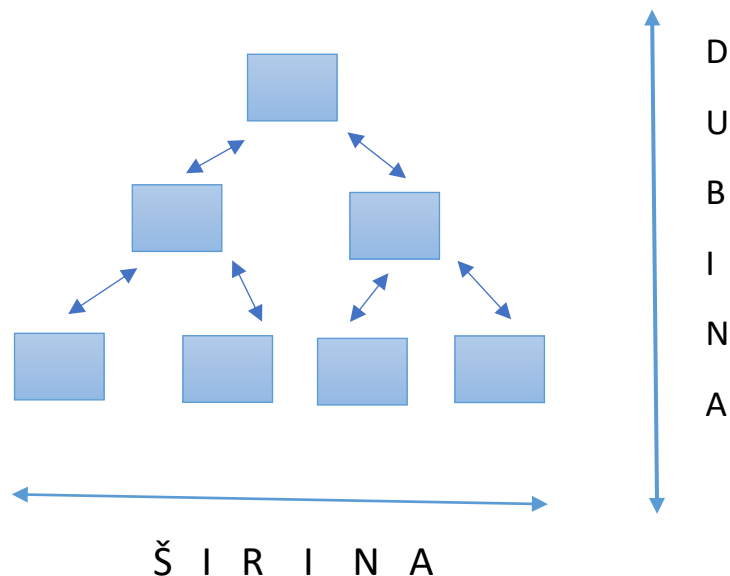
→ jedna od najčešćih organizacija na web-u

→ lako se može modificirati (administrirati)

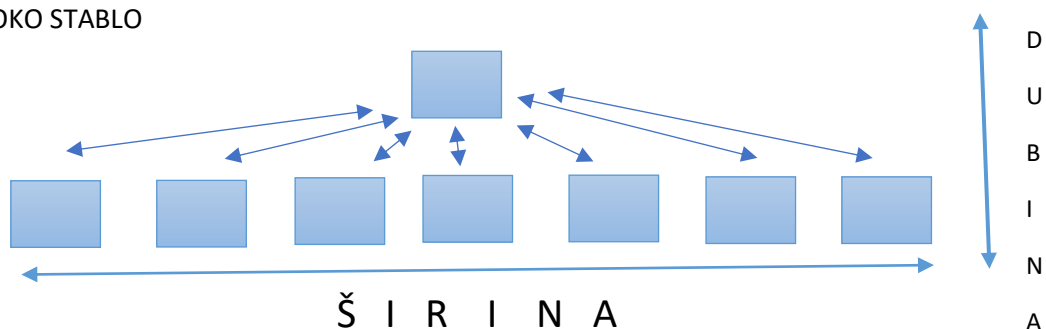
→ neki se elementi u pojedinom momentu mogu sakriti, a neki eksponirati

a. USKO STABLO

- Prezentira se dosta mali izvor
- Zahtijeva puno pritiska mišem da se dođe do jedne određene informacije
- PRAVILO TROKLIK- gdje se i dalje osjećate sigurno/vođeno
- Dubina je važnija od širine
- Bitno je držati korisnika u fokusu da se ne izgubi



b. ŠIROKO STABLO



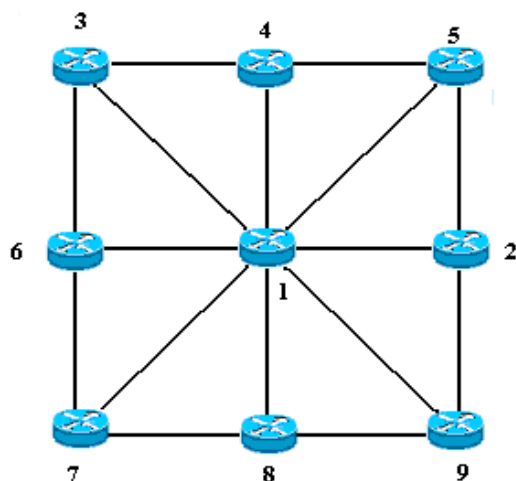
- Preferira se širina u odnosu na dubinu
- Jako puno izvora
- Malo klikanja što je prednost u odnosu na usko stablo
- Ima abecedarij što olakšava korisnicima pretragu

WEB ORGANIZACIJA

→ izvire iz stablene sa novim dodatnim opcijama

→ na svakoj stranici ima link za početnu stranicu

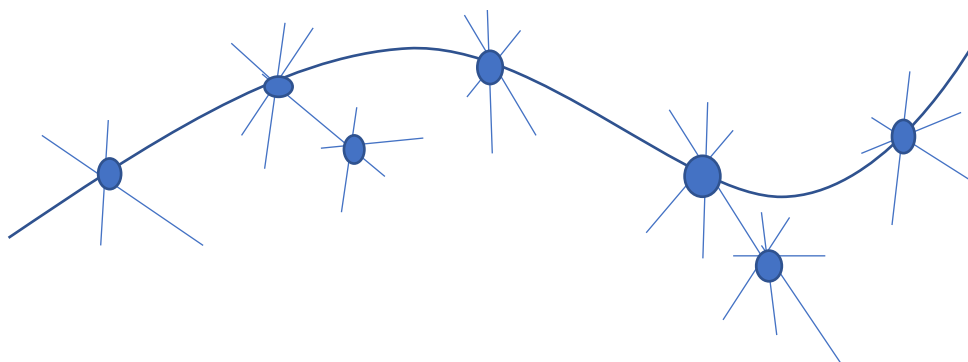
→ mogu se staviti i linkovi za dodatne stranice (neke grupe ili podgrupe)



→ **FULL MESH** (potpuna mreža/zahvat)

BROJ LIKOVA ZA n STRANICA: $n*(n-1)$

❖ MIKSANA FORMA



HUB SPOKE(osobine žbice)

- Lako dodati novu osobinu
- Osobine koja ne odgovaraju više ili su zastarile se mogu ukloniti
- Sadržava sve logičke organizacije

❖ KATEGORIZACIJA WEB SJEDIŠTA PO BROJU ULAZA

1. POROZNA, POLUPOROZNA ORGANIZACIJA

- Sve stanice čine nekakvo web sjedište povezano s nekakvom logičkom organizacijom (bilo kojom)
- Ako se korisniku dozvoli da može doći na mnoge stranice izvana, onda se misli na porozno web sjedište
- Određenom logičkom organizacijom i linkanje bismo došli do jedne stranice koju bi zapamtili i tako bi idući puta mogli doći direktno na nju
- Prepuštena je kontrola korisniku i korisnik može ući na veliki broj url-ova direktno i staviti u bookmark
- Smanjuje se mogućnost promjene dubokih stranica-zbog zapamćenog url-astranice
- Smanjuje orijentaciju
- I smanjuje mogućnost reklamiranja- potrebni su koraci na kojima je možda reklama, a korisnik ima već zapamćen url

2. ČVRSTA ORGANIZACIJA

- Najčvršća organizacija je da ima jedan ulaz odnosno lozinku
- Laka je modifikacija i održavanje web sjedišta
- Prisiljava korisnika da uđe kroz poznate točke što je dobro za reklame
- Smanjuje se mogućnost pretrage u vanjskim pretraživačima

