murfffi

March 2016

Анализ на общинското присъствие във Facebook

**Contents**

[Глава 1. Увод 3](#_Toc462483622)

[1. Актуалност на проблема и мотивация 3](#_Toc462483623)

[2. Цел и задачи на дипломната работа 4](#_Toc462483624)

[3. Очаквани ползи от реализацията 6](#_Toc462483625)

[4. Структура на дипломната работа 7](#_Toc462483626)

[Глава 2. Преглед на съществуващите разработки в анализа на социални мрежи 8](#_Toc462483627)

[1. Основни дефиниции 8](#_Toc462483628)

[2. Дефиниции на присъствието на общини във Facebook 9](#_Toc462483629)

[Глава 3. Анализ на изискванията към решението 11](#_Toc462483630)

[1. Основни потребителски (функционални) изисквания 11](#_Toc462483631)

[2. Не-функционални изисквания 12](#_Toc462483632)

[3. Процеси в развитието на системата 14](#_Toc462483633)

[Глава 5. Проектиране на системата 15](#_Toc462483634)

[4. Обща архитектура на системата 15](#_Toc462483635)

[5. Data access layer 15](#_Toc462483636)

[.NET entity framework 15](#_Toc462483637)

[6. Web services 19](#_Toc462483638)

[.NET web services used for AJAX calls/requests 19](#_Toc462483639)

[7. Presentation layer 24](#_Toc462483640)

[ASP.NET 24](#_Toc462483641)

[ASP.NET Dynamic Data 26](#_Toc462483642)

[8. Data Layer 26](#_Toc462483643)

[Server – MS SQL server 26](#_Toc462483644)

[Schema – normalized DB with synthetic keys 26](#_Toc462483645)

[Objects and their relations 26](#_Toc462483646)

[References 27](#_Toc462483647)

# Глава 1. Увод

## Актуалност на проблема и мотивация

Фейсбук (на английски Facebook) е най-голямата онлайн социална мрежа в света, която поддържа повече от 70 езика. Достъпен от 2004 г. насам, днес той има над 223 милиона потребители в Европа и постави рекорд в края на месец август тази година с над 1 милиард активни потребители за ден (Matney). Повече от 70% от потребителите на тази социална мрежа констатират, че я посещават поне веднъж дневно като над 45% от тях влизат във Фейсбук по няколко пъти на ден. Това е една от социалните мрежи с най-лесен и достъпен начин за представяне на информация и комуникация (Sarah Morse).

„Мощната глобална комуникация е започнала. Чрез интернет, хора откриват и изобретяването на нови начини за споделяне на съответните знания с ослепителна скорост. Като пряк резултат, пазарите стават все по-умни, ... и по-умни по-бързо от повечето компании.” Така започва Манифестът Клутрейн (The Cluetrain Manifesto: The End of Business as Usual) създаден през далечната 1999г. Когато четем твърденията представени под формата на тезиси, повечето от тях вече не са революционни, а част от реалността. Компаниите вече са „по-умни“ и вземат присърце първият и може би един от най-важните тезиси в труда на Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls и David Weinberger, а именно: „Пазарите са разговори“ (Петков). Те използват Фейсбук по възможно най-добрия начин, за да комуникират с настоящите и бъдещите си клиенти и да рекламират себе си в най-добра светлина. Освен комуникация, бизнес страниците създадени в тази социална мрежа предлагат на компаниите 1.71 милиарда активни потребители (Number of monthly active Facebook users worldwide as of 2nd quarter 2016 (in millions)), които могат да се превърнат в потенциални клиенти, намалява разходите за маркетинг на компаниите, не много скъпи целеви реклами, статистика относно харесванията, въздействието на постовете и ангажираността на потребителите към конкретна бизнес страница. Фейсбук дава възможност резултатите в търсенето на отрасъл или компания, представени със страница в тази социална мрежа да излизат на по-предни позиции, като дори корпоративните сайтове да нямат конкретно мобилно приложение, то Фейсбук страницата им ще изглежда винаги добре за всички интернет потребители, независимо какво мобилно устройство използват. (Scott Ayres)

Тези функционалности нареждат Фейсбук на едно от първите места сред социалните мрежи и е съвсем логично желанието за присъствие не само на частния бизнес, но и на държавните институции във Фейсбук. Социалната мрежа предоставя всички необходими средства за представянето, информирането и обратната връзка на тези институции със заинтересованите Фейсбук потребители.

## Цел и задачи на дипломната работа

В тази работа ще се разгледа в частност общината като държавна институция, използваща Фейсбук и нейните методи за представяне в социалната мрежа.

Въпреки, че това не е държавна политика, някои от българските общини имат присъствие във Фейсбук под една или друга форма. Не винаги обаче то е на нивото, което позволява лесно намиране на страницата на общината, информацията за общината и проектите или инициативите, които тя организира. Обратната връзка със заинтересуваните потребители и диалогът, който социалната мрежа позволява да бъде проведен с тях, са средства, които биват подценявани и не достатъчно развити в присъстващите в Фейсбук общински страници.

Като източник на горните твърдения и основа за написването на този труд е взета статията на доц. Камен Спасов и Магдалена Младенова – публикувана в информационния бюлетин на националното сдружение на общините в Република България. (Спасов)

В нея са изнесени данни, че към 2014г. от 264 общини едва 96 (36%) от тях имат някакво присъствие във Facebook. Това присъствие обаче не винаги се осъществява под правилната форма: оказва **се**, че 23 от общините (почти една четвърт от общия брой, проявили инициатива) нямат централна официална страница, а присъствието им се осъществява чрез личен профил (на самата община или нейния кмет), страница на подзвено/дирекция на общината, група или независима страница.

В някои от случаите това представяне вероятно се дължи на неразбиране на начина на функциониране на Facebook – когато общината има създаден „личен профил“ вместо страница. Служител регистрира профила, но започват да възникват въпроси – какви са рождената дата и пола на общината? Неспособността да се разграничи общинска от лична информация води до комичност в някои профили: според Facebook община Струмяни „се интересува от мъже и жени,“ а община Хаджи Димово е „безразлична“ към политиката.

В други случаи има налична страница на дирекция или подзвено на общината, но не и официална централна страница на общината.

Когато кметът на дадена община има профил във Facebook, сайтът препраща към него – факт, показващ потенциална неустойчивост, тъй като вместо да гради нещо, което ще остане и при следващите управляващи, кметът избира да поддържа единствено своята собствена страница.

Този анализ разглежда само общините със страници, освен когато изрично е уточнено друго. Въпреки че създаването на личен профил също е проява на инициатива, личният профил не отговаря на критериите ни за уместно общинско присъствие във Facebook, а и редица показатели могат да бъдат измерени само за страниците (например броят харесвания).

Целта на дипломната работа е анализ на присъствието на общините във Фейсбук и на това как те могат да станат по-популярни в тази социална мрежа, как да извлекат максималната полза от представянето си, къде се намират в сравнение с други общини по света и какво още могат да направят за подобряване на връзката община – население.

Анализът е базиран на важни характеристики, предоставени от Фейсбук като ще бъде подробно изследвана всяка от тях и какво е нейното значение за успех сред потребителите. На базата на тези характеристики, ще бъде разгледано присъствието на българските общините във Фейсбук към този момент, сравнено с минали периоди и съпоставено с общини на други държави по света.

Различни анализи, сравнения и заключения на базата на въведени данни, ще се реализират чрез единна система, предоставяща възможност на всеки да попълва информация за дадена община на базата на представянето й във Фейсбук.

Задачи, произтичащи от целта:

* Създаване на система, която ще предоставя възможност на всеки потребител да въвежда предварително дефиниран формат на информация за намерена община във Фейсбук, ще има възможност да прави търсения на база въведената информация за общините до момента и да сравнява показателите на всяка една от тях.
* Създаване на интерфейс за наблюдение на тенденциите в присъствието във Фейсбук на общините като цяло и за сравняване и анализ на резултатите.
* Системата ще има административна част, в която ще се даде възможност информацията попълнена за дадена община да бъде проверена преди тя да бъде използвана за целите на търсене и анализ.
* Системата ще има база от данни, в която ще се съдържа въведената и проверена за вярност информация, както и ще съдържа методи, по които да се проверява дали информацията е в правилния формат.
* Намиране и въвеждане на първоначална информация за анализа(към 2014г.)
* Обновяване на информацията(към 2016г.)
* Анализ на промените и на тенденциите в представянето на общините във Фейсбук

## Очаквани ползи от реализацията

Очакваните ползи от реализацията са в два аспекта:

1. Публичността на проекта и лесният достъп до информация да помогне за по-задълбочени анализи в тази област
2. заключенията от анализите направени чрез тази система ще дадат възможност да се подобри процесът по търсене, представяне и взаимодействие между общините и гражданите – потребители на Фейсбук. Систематизираната информация предоставена в приложението на тази дипломна работа ще даде възможност на общините да анализират сегашното положение и да проследят тенденциите в областта и следват добрите практики произлезли от анализите.

Освен ползите за гражданите, всяка отделна община ще добие възможността да подобри и получи повече полза от присъствието си в Фейсбук като:

* Увеличи популярността на своите Фейсбук страници като приложи подобрения, които системата показва като характерни за страници в тази област. Например администратора на социални мрежи на общината може да използва интерфейса за наблюдение на тенденциите за да определи, че има корелация между активността на посетителите и наличието на информация за географското положение на община, което би показвало че този детайл е важен за гражданите.
* Увеличи активността на потребителите, което подобрява колаборацията между гражданите. Активността на потребителите зависи от правилно използване на инструментите на Фейсбук за кратки новини, харесвания, снимки и други. Чрез възможността за следене на връзките между постове, харесвания и споменавания, системата позволява на служителите на общините да определят кои практики водят до най-голяма потребителска активност.

## Структура на дипломната работа

TODO:

# Глава 2. Преглед на съществуващите разработки в анализа на социални мрежи

Анализът на присъствие в социални мрежи е активна област на изследване. Публикувани са множество трудове от различен вид и са установени основни понятия с общоприети дефиниции (Wasserman and Faust).

## Основни дефиниции

* Социална мрежа

Социална структура, съставена от хора и организации, заедно с взаимодействията между тях се нарича социална мрежа. Взаимодействията могат да бъдат лични – приятелство, брак - родови или служебни отношения, включително между общинска власт и граждани на общината (Wasserman и Faust).

* Онлайн социална мрежа (Social Network Service, SNS)  
  Онлайн платформа, която се използва от хора и организации, за изграждане на социални мрежи, се нарича онлайн социална мрежа (Boyd and Ellison). Примери за такива онлайн платформи са Фейсбук (на англ. Facebook) – най-популярната онлайн мрежа с над 1 милиард потребители (Matney), Linkedin – мрежа, който се фокусира на служебни и бизнес отношения и Instagram – онлайн мрежа, която набляга на създаването на връзки чрез споделянето на социална мултимедия. Други популярни социални мрежи са Twitter, Youtube, Google+, Instagram и Pinterest.
* Присъствие в онлайн социална мрежа

Присъствието в онлайн социална мрежа се изразява на първо място чрез наличието на профил, с който човекът или организацията се представя на другите членове на мрежата. Профилът включва не само лични данни като име, националност, местообитание и данни за контакт, но и различни видове социална медия като текстово представяне на члена на социалната мрежа, снимки, видео и географски координати и карта, особено в случая на местни организации като общини. Втора неизменна част от присъствието в онлайн социална мрежа са връзки, предоставени от платформата, като:

* + харесване (на англ. „like”) на други членове и тяхното присъствие,
  + участие в групи по интерес, обикновено при еднолични членове
  + участие в категория на организация.

Всички онлайн връзки показват отношения в социалната мрежа в реалния свят и спомагат за пълното присъствие на човека или организацията в социалната мрежа.

* Инструменти за присъствие на организация в онлайн социална мрежа  
  Освен гореописаните начини за изразяване на присъствие в социална мрежа, някои платформи дават специални инструменти на организации, за да изграждат и поддържат връзки със граждани, клиенти и други заинтересовани лица. Тези онлайн мрежи са най-добрите места, където общините могат да има присъствие. Например Facebook дава възможност организациите да направят страница (page) вместо профил на човек. Така не се задават лични данни като пол и възраст, които нямат отношение към една организация, а вместо това въвеждането и откриването на информация, която е важна за гражданите или клиентите като адрес, работно време и контакти е по-лесно (Facebook Inc.). Друг пример е Twitter, който дава възможност на организациите на имат удостоверен (на англ. verified) профил и да анализират реакциите на свързаните хора, наречени последователи. Youtube дава възможност на общини и други организации лесно да публикуват видео в поредица наречена „канал“. Накрая, Pinterest и Instagram дават аналогична възможност като Youtube, но със снимки. TODO citation.

## Дефиниции на присъствието на общини във Facebook

Тъй като фокусът на изследването е в присъствието на общини в онлайн социалната мрежа Facebook, ще дефинираме понятията, които образуват това присъствие.

* Профил (profile) – личен профил на човек, свързан с община. Обикновено това са кметове и кандидат-кметове. Профилите включват лични данни на хора като пол, възраст, интереси и други. Някои общини погрешно създават лични профили на общината като държавно учреждение, вместо да използват страница на организация.
* Страница на организация (page) – Страниците са начина, по който организации се представят в Facebook. В тях няма лична информация за хора, а информация за организацията като цяло. Една страница може да се управлява от един или няколко души (Facebook Inc.) Понякога се ползва терминът фен страница (fan page), за да се наблегне, че страницата е начин ,по който хора, които са свързани с организацията – в случая граждани на община – да са запознати със събития за тази организация и да изразят реакциите си към тези събития.
* Публикация (post) – Освен гореописаната обща информация за страница на община(организация), съдържанието на страницата е серия от публикации с различно съдържание и цел. Някои са новини за общината, а други – обявления за начало на граждански инициативи. Медията на постовете може да е текст, снимки или видео.

# Глава 3. Анализ на изискванията към решението

В тази глава анализираме изискванията към система за следене на присъствието на общини в онлайн социална мрежа Facebook на базата съществуващите разработки в областта. Към всяка софтуерна система има два вида изисквания функционални и не-функционални. Първите дефинират какви възможности дава системата на потребителите, а вторите определят параметрите на качество на услугата като скорост и достъпност.

## Основни потребителски (функционални) изисквания

На базата на анализа в TODO дефинираме следните най-важни изисквания. В списъка по-долу, те са подредени по тип функционалност, а не по важност.

* Автентикация на идентичността на потребител – Всички потребители трябва да могат да бъдат идентифицирани, за да могат другите потребители да са информирани за източника на всяка част от информацията за общини. Най-лесният начин за идентификация е потвърдената принадлежност към голяма социална мрежа като Facebook.
* Добавяне и разглеждане на обща информация за общини – Преди да въведат информация за присъствието на община в социална мрежа, потребителите на системата трябва да могат да разгледат основната информация за общината, а именно: име, държава, брой население и уебсайт.
* Удобство в разглеждането на информацията – Цялата информация в системата трябва да е представена във форма на таблици. Всеки атрибут на елементи като публикация (post) трябва е в колона, по която таблицата може да се сортира в нарастващ или намаляващ ред. Текстови атрибути като имена трябва да се сортират лексикографски, а числовите, като брой население, трябва да се наредят по големина. За допълнително удобство при посочването на името на всеки атрибут трябва да се показва плаващ надпис с описание на значението на атрибута.
* Отворени данни – Потребителите на системата трябва да могат да експортират данните в стандартен и отворен формат. Форматите, при които съхранението на информация в дигитален вид е описано в публикувана спецификация, се наричат отворени (Orszag). Comma-Separated Values (CSV, в превод стойности разделени със запетая) е пример за такъв формат (Shafranovich).
* Интеграция с други системи – Потребителите на системата имат нужда да я използват не само като независимо приложение, а и да я включват като готов компонент в други уеб-базирани услуги като уеб сайтове и портали. Таблиците, които са показани в системата, трябва да могат да се опишат с кратък код в HTML / JavaScript за да могат други уеб приложения да ги покажат.

## Не-функционални изисквания

Изискванията, които не са свързани с предметната област на решението и нямат директна връзка със специфичните възможности предоставени на потребителите, се наричат не-функционални (Chen, Ali Babar and Nuseibeh). Тези изисквания обаче са нужни за общото качество на работа с потребителите на системата и се очакват от всички уеб-базирани платформи. Основни не-функционални изисквания са:

* Практически постоянна достъпност – Приложението трябва да бъде постоянно достъпно дори предвид това, че компютърният хардуер не може да гарантира такова постоянство. Приложението трябва да е базирано на платформа с взаимо-заменяеми елементи.
* Скалируемост – Системата трябва да продължи да бъде достъпна при голям брой потребители, но не с заделяне на голям фиксиран хардуерен капацитет. Вместо това хардуерните изисквания на приложението трябва да скалират плавно и право-пропорционално на броя едновременни потребители и обема на управляваните данни.
* Възможност за бързо откриване и отстраняване на проблеми – За целите на практически постоянната достъпност, приложението трябва да предоставя начин да се търсят проблеми чрез преглед на вътрешни оперативни събития (логове).
* За целите на скалируемостта, приложението трябва да бъде пакетирано така че да може да се инсталира на разпределена платформена услуга (Platform-as-a-Service, PaaS) в избраният език за програмиране (ASP.NET).
* Достъпност от различни устройства – Съвременните потребители използват разнообразие от устройства и уеб браузъри (Фигура 1). Потребителският интерфейс трябва да е съвместим със всички тях, за да бъде групата от потенциални потребители на системата максимално голяма.



Фигура 1: Разпределение на броя посещения от различни уеб браузъри и устройства е света (StatCounter, Август 2016):

## Процеси в развитието на системата

За да остане системата полезна тя трябва да може да се развива. Развитието е в две отношения – подобряване на интерфейса между потребителите и системата и разширяване на поддържания концептуалният модел. Нуждата от развитие налага специален вид не-функционални изисквания.

При разширяване на концептуалният модел се правят промени на схемата на базата от данни на системата, основно под формата на добавяне на колони. Важно изискване е това добавяне да е лесно – само с промяна в графичния административен интерфейс на базата данни и синхронизация на автоматично-генериран програмен код да може едновременно да се добави колона и тя да се покаже в уеб системата на крайния потребител.

От друга страна, разширяването на приложението в посока на по-удобно ползване се постига чрез промяна на програмния код. При тези промени има възможност от грешки – регресии в други части на системата. За да намали вероятността от такива проблеми, но като се запази възможността от подобрения, има изискване да се добавят автоматични тестове. За да се изпълняват лесно и да се разработват паралелно със системата, те трябва да са на същия програмен език и платформа. Тестовете не трябва да изискват връзка с външни системи, да завършват бързо и да дават недвусмислен резултат.

Автоматичните тестове се делят на два вида – тестове на отделни компоненти (unit tests) и тестове на интеграцията между компоненти (integration tests). Комбинация от двата вида тестове е нужна, за да може негативен резултат от тестовете да показва точното място, където е възникнала регресия.

## Работни бизнес процеси

# Глава 4. Използвани технологии, платформи и методологии

# Глава 5. Проектиране на системата

## Обща архитектура на системата

Архитектурата на системата за записване и разглеждане на присъствие в онлайн социална мрежа Facebook e от тип многослойно приложение (Фигура 2). Множеството слоеве придават изолация между презентация и модел на данни, която е нужна заради изискванията за лесно разширяване на концептуалния модел и скалируемост (Microsoft Corporation). Слоевете на системата са:

1. Слой за съхранение на данни – Data Layer
2. Слой за достъп до данни – Data Access Layer
3. Слой на интерфейса с потребители и програми – Application layer

Ще разгледаме по-подробно отделните слоеве и следващите точки.



Фигура 2: Общ дизайн на системата като многослойно приложение

За лесно инсталиране слоеве 2 и 3 са пакетирани заедно в ASP.NET уеб приложение. Схема на инсталация на приложението е показана на Фигура 3 и разгледана подробно в точка



Фигура 3: Схема на инсталация на системата в платформата Ажур (Microsoft Azure)

## Слой за достъп до данни (Data access layer)

За да бъде приложението по-гъвкаво и лесно за поддръжка, слоят за достъп до данни е базиран на обектно-релационен адаптер (на англ. Object-to-Relational Mapping, O/RM).

Oбектно-релационен адаптер е инструмент за съхранение на данни от обекти от концептуалния модел в релационна база данни като Microsoft SQL Server. Адаптерът прави това по автоматичен начин без да има нужда от програмиране освен на някои настройки. Обектният модел на такива адаптери се състои от три основни групи:

1. обектни класове от концептуалният модел,
2. елементи на релационната база данни като таблици, изгледи (views) и съхранени процедури
3. конфигурация на съотношението между обектните класове и елементите на база данни

Чрез тази информация, oбектно-релационен адаптер позволява отделяне на дизайна на базата данни от дизайна на концептуалният модел и класове на приложението. По този начин също се автоматизират така наречените CRUD операции – създаване (Create), четене (Read), променяне (Update) и изтриване на инстанции на обекти от модела на присъствие в социална мрежа.

Типичният адаптер генерира класове от предварително създадена база данни или обратното както е показано на Фигура 4.

[](http://www.entityframeworktutorial.net/Images/ORM.png)

Фигура 4: Адаптиране между класове и таблици и други елементи на релационна база дани

Има множество обектно-релационен адаптери на пазара като DataObjects.Net, NHibernate, OpenAccess, SubSonic и други. Entity Framework е продукт с отворен код от Microsoft (Microsoft Corporation) и според изискванията и избраната методология се използва в системата.

В документацията си Microsoft ADO.NET Entity Framework е описан по следния начин. Той е продукт за дефиниране на съответствие между обектни класове и релационни бази данни. Чрез този адаптер разработчиците на софтуер могат да използват езика LINQ (Language-INtegrated Query, на български „заявки интегрирани в езика за програмиране) за да достъпват информация от базата данни и да я манипулират под формата на силно типизирани обекти. Освен стандартната функционалност за обектно-релационен адаптер, Microsoft Entity Framework предлага услуги като проследяване на промени по модела, централизирано идентифициране на обекти, отложено зареждане на данни и транслиране на заявки между LINQ и SQL (Structured Query Language) (Adya, Blakeley and Melnik). Всичко това позволява разработката на системата за следене на присъствие в социални мрежи да се съсредоточи на специфичната бизнес логика, а не на елементарни операции с бази данни.

Entity framework може да се използва по един от три начина (Фигура 5). Първият подход се използва когато базата данни вече съществува или архитектът предпочита да използва инструменти за проектиране на бази данни за да дефинира схемата. При вторият подход, архитектът на приложението първо създава класовете, които моделират концептуалният модел на системата и на базата на него създава таблиците и колоните в тях. Накрая, третият подход представлява съчетание на първите два. При него, архитектът първо дефинира моделът на базата данни, но на концептуално ниво. От този модел след това се генерират обектните класове и таблици на сървъра на бази данни. Интерфейсът за дизайн на база данни на концептуално ниво в интегрираната среда за разработка Visual Studio е предоставен от Entity Framework. (Microsoft Corporation)

В тази система ние използвахме първият вариант за дизайн, за да можем да използваме Microsoft SQL Server Management Studio при създаването на база данни със схема съвместима със съществуващите данни от избраните предишни разработки в областта.

[](http://www.entityframeworktutorial.net/Images/EF-overview.png)

Фигура 5: Видове подходи за използване на Microsoft Entity Framework за Object-Relational Mapping

## Автентикация на потребители

Според изискванията към решението, всички потребители трябва да могат да бъдат идентифицирани, за да могат другите потребители да са информирани за източника на всяка част от информацията за общини. Най-лесният начин за идентификация е потвърдената принадлежност към голяма социална мрежа като Facebook. Много социални мрежи като Twitter и Google+ позволяват да се използват техни уеб услуги и интерфейс за централизирано установяване на самоличността на потребител. Въпреки конкуренцията, съответната услуга на Facebook - Login for Apps – остава най-сигурният бърз и удобен начин за потребителите да се идентифицират пред произволно приложение или сайт, включително и тук описаната система (Facebook). Основна част от удобството е поради голямата възможност потребителят вече да има акаунт във Facebook.

В повече подробности, Facebook Login for Apps е бърз и лесен начин да потрвърдят самоличноста си пред произволен интернет сайт при използването на какъвто и да е интернет браузър и устройство. Фигура 6 показва пример за това какво потребителят ще види когато интернет сайт поиска проверка на самоличността за първи път. Услугата на Facebook е достъпна на [iOS](https://developers.facebook.com/docs/ios/login/), [Android](https://developers.facebook.com/docs/android/login-with-facebook), [уеб](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/web) браузъри в традиционни настолни компютри, платформата [Windows Phone](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/windows-phone), [традиционни](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/manually-build-a-login-flow) приложения и устройства като смарт телевизори.



Фигура 6: Facebook Login автентикация на смартфон

Интеграцията на системата за установяване на потребителска самоличност на Facebook реализира следните изисквания:

1. **Създаване на потребителски профил -** Facebook Login позволява на посетителите бързо и лесно да се запишат в системата без да се налага да конфигурират парола, която има голяма вероятност по-късно да зарабравят. Този прост процес увеличава възможността обикновени, вероятно случайни, посетители на уеб сайта да станат автори на нова информация за социално присъствие на общини. This simple and convenient experience leads to higher conversion. Once someone has created an account on one platform, they can log into your app - often with a single click - on all your other platforms. A validated email address means you're able to reach that person to re-engage them at a later date.
2. **Personalization**  
   Personalized experiences are more engaging and lead to higher retention. Facebook Login lets you access information which would be complex or arduous to collect via your own registration form, for example: the things a person has liked, their birthday, their hometown or current location, their work history. Even just importing someone's profile picture imported from Facebook gives them a stronger sense of connection with your app.
3. **Social**  
   Many highly retentive apps let people connect with their friends in order to enable shared in-app experiences. Facebook Login lets you know which of your app's users are also friends on Facebook so you can build value by connecting people together.

Features

1. **Real Identity**  
   When people choose to log in with Facebook, they can share their real identity through their public profile. Public Profile includes a person's real name, a profile picture, their gender and their locale. Apps based on real identity often have less spam and foster higher quality conversations.
2. **Cross Platform Login**  
   Facebook Login is available on the most common mobile and desktop app platforms. People who create accounts with Facebook on one platform can quickly and easily log into your app on another. A person is known by the same User ID everywhere so they can pickup your in-app experience where they left off. Facebook Login is available on [iOS](https://developers.facebook.com/docs/ios/login/), [Android](https://developers.facebook.com/docs/android/login-with-facebook), [Web](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/web), and [Windows Phone](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/windows-phone), for [desktop apps](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/manually-build-a-login-flow) and for [devices such as Smart TVs and internet-of-things objects](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/for-devices)
3. **Works Alongside Your Existing Account System**  
   Facebook Login complements your existing account system. Give people the option to log in with Facebook alongside email, SMS or other social login choices. Where an email address you get from Facebook Login matches one already in your system, you can log that person into their existing account without additional passwords.
4. **Granular Permissions**  
   Facebook Login supports [over 30 permissions](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/permissions) which determine which information people share with your app. This means you have precice control over what you request, and what people choose to approve.
5. **People Have Control over What They Share**  
   Great experiences start by giving people control. With Facebook Login, people can choose which information they share with your app. They can still get the benefits of logging in with Facebook even if they feel uncomfortable granting access to certain information. Your app can later re-request this information once you've explained how the person's experience will be enhanced.
6. **Gradual Authorization**  
   Facebook Login supports the gradual authorization - you don't have to request all the information you want up front - you can do it over time. This means people can quickly and easily create accounts in your app - and as their experience with your app deepens, you can request addition information to further enhance their experience.

Login Review

We want to ensure the tens of millions of people who use Facebook Login every day have a safe, reliable and consistent experience. Login Review helps determine if apps that are requesting access to detailed account information have built great experiences.

Our Login Review process is designed to be fast and lightweight. Our review team actually use your app and will provide guidance and feedback to ensure you're meeting our [Platform Policies](https://developers.facebook.com/policy).

Apps may ask for the following three permissions from any person **without** submitting for review by Facebook:

* [public profile](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/permissions#reference-public-profile)
* [email](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/permissions#reference-email)
* [user\_friends](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/permissions#reference-friends)

To ask for any other permission, your app will need to be [reviewed by Facebook](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/review) before these permission become visible in the Login Dialog to the public who're logging into your app with Facebook.

However, to help you develop your Facebook Login experience, anyone listed in the Roles section of your app's dashboard will be able to grant any valid [permission](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/permissions) without approval from Facebook.

Learn more about [Login Review](https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/review). (Facebook)

Definition - What does Web Service mean?

A Web service, in the context of .NET, is a component that resides on a Web server and provides information and services to other network applications using standard Web protocols such as HTTP and Simple Object Access Protocol (SOAP).  
  
.NET Web services provide asynchronous communications for XML applications that operate over a .NET communications framework. They exist so that users on the Internet can use applications that are not dependent on their local operating system or hardware and are generally browser-based.

Techopedia explains Web Service

The main advantage of a Web service is that its consumers can use the service without knowing about the details of its implementation, such as the hardware platform, programming language, object model, etc. Web service provides a loose coupling between heterogeneous systems with the help of XML messages, provide interoperability.  
  
Web services are designed to provide the messaging infrastructure necessary for communication across platforms using industry standards. Web services also use asynchronous communication to address the latency issue that arises due to requests from remote locations across the Internet. This allows the execution of background tasks for the client (such as responding to user interactions) until the actual completion of the Web service request.  
  
ASP.NET provides a framework that can be used to build Web services easily by focusing on the application logic rather than on the hardware necessary for writing infrastructure code for communication protocol or message transport. Web services created in ASP.NET can use features of the .NET framework such as caching, authentication and state management.  
  
Web service uses the ".asmx" extension with the @Web service directive (at the top of file) as per the ASP.NET application model. It can be a stand-alone application or a subcomponent of a larger Web application. (Techopedia Inc.)

 ( Stefan Bergstein, HP Software)

## Presentation layer

### ASP.NET

ASP.NET is a unified web development model integrated with .NET framework, designed to provide services to create dynamic web applications and web services. It is built on the Common Language Runtime (CLR) of the .NET framework and includes those benefits like multi-language interoperability, type safety, garbage collection and inheritance.   
  
Mark Anders and Scott Guthrie of Microsoft created the first version of ASP.NET in 1992. It was created to facilitate the development of distributed applications in structured and object-oriented manner by separating the presentation and content and hence write clean code. ASP.NET uses the code-behind model to generate dynamic pages based on Model-View-Controller architecture.   
They have some the major differences from ASP, an earlier version of ASP.NET. The object model of ASP.NET has thus significantly improved from ASP, which makes it fully backward compatible to ASP.   
  
These differences include:  
1. Usage of compiled code (instead of interpreted code),   
2. Event-driven server-side scripting model,   
3. State management,   
4. Rapid application development using controls and libraries of the .NET framework.   
5. Dynamic programming code is placed separately in a file or specially designated tag. This avoids the program code getting modified during runtime.

ASP.NET works with the Internet Information Server (IIS) to deliver the content in response to client requests. While processing the requests, ASP.NET provides access to all .NET classes, custom components and databases, similar to that of a desktop application.  
  
Web forms are the building blocks of application development in ASP.NET. They provide lot of flexibility by allowing controls to be used on a page as objects. These controls can handle events such as Load, Click and Change, similar to those in desktop applications. Other than Web forms, ASP.NET can be used to create XML Web services that can allow building modular, distributed web applications, written in any language.These services are interoperable across variety of platforms and devices.  
  
In addtion, ASP.NET implements state management by sending the information (viewstate) related to state of controls on a web form to the server in a postback request. It provides side-by-side execution applications of multiple denominations allowing them to be installed on the same system with different versions of .NET frameworks. Furthermore, it uses XML support for data storage, configuration and manipulation. However, when it comes to securing its applications, ASP.NET uses the code access security and role based security features of .NET framework and inherent methods of IIS for authenticating user credentials. (Techopedia Inc.)

### ASP.NET Dynamic Data

## Data Layer

### Server – MS SQL server

### Schema – normalized DB with synthetic keys

### Objects and their relations

# Използвана литература

Stefan Bergstein, HP Software. *Service Oriented Architectures (SOA) Monitoring and Management with HP OpenView Operations* . 22 March 2016 r. <http://image.slidesharecdn.com/univ05ovosoaext-150828145753-lva1-app6891/95/service-oriented-architectures-soa-monitoring-and-management-with-hp-openview-operations-14-638.jpg?cb=1440773962>.

Adya, Atul, и др. „Anatomy of the ado. net entity framework.“ *Proceedings of the 2007 ACM SIGMOD international conference on Management of data*. 2007. 877-888.

Boyd, Danah M. и Nicole B. Ellison. „Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.“ *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (2007): 210-230. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.

Chen, Lianping, Muhammad Ali Babar и Bashar Nuseibeh. „Characterizing Architecturally Significant Requirements.“ *IEEE Software* 30 (2013): 38-45. <http://ieeexplore.ieee.org/lpdocs/epic03/wrapper.htm?arnumber=6365165>.

Facebook. *Add Facebook Login to Your App or Website* . 22 March 2016 r. <https://developers.facebook.com/docs/facebook-login>.

—. *Facebook Login for Apps - Overview*. 22 March 2016 r. <https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/overview>.

Facebook Inc. *Get Started - Facebook for non-profits*. н.д. 23 September 2016 r.

—. „Pages.“ н.д. *Facebook Help Center.* 23 September 2016 r.

Matney, Lucas. *Facebook Hits New Peak Of 1 Billion Users On A Single Day*. November 2015 r. <http://techcrunch.com/2015/08/27/facebook-hits-1-billion-users-in-a-single-day/#.mkj389:Hrf0>.

Microsoft Corporation. „Three-Layered Services Application.“ *Patterns & practices*. Microsoft Corporation, 2002. <https://msdn.microsoft.com/en-us/library/ff648105.aspx>.

—. *What is Entity Framework?* 22 March 2016 r. <http://www.entityframeworktutorial.net/what-is-entityframework.aspx>.

*Number of monthly active Facebook users worldwide as of 2nd quarter 2016 (in millions)*. 2016. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>.

Orszag, Peter R. „Open Government Directive.“ US Government, 2009. <https://www.whitehouse.gov/open/documents/open-government-directive>.

Sarah Morse, studioD. *How Facebook Helps Us Communicate*. 2015. <http://smallbusiness.chron.com/facebook-helps-communicate-66432.html>.

Scott Ayres. *Top 10 Benefits of a Facebook Business Page*. н.д. <https://www.postplanner.com/top-10-benefits-facebook-business-page/>.

Shafranovich, Y. „Common Format and MIME Type for Comma-Separated Values (CSV) Files.“ 2005. <https://www.ietf.org/rfc/rfc4180.txt>.

Techopedia Inc. *ASP.NET*. 20 March 2016 r. <https://www.techopedia.com/definition/3213/asp-net>.

—. *Web Service*. 22 March 2016 r. <https://www.techopedia.com/definition/1622/web-service-net>.

„The Cluetrain Manifesto: The End of Business as Usual.“ Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls and David Weinberger. *The Cluetrain Manifesto: The End of Business as Usual*. Basic Books; Reprint edition (January 2001), 1999. 190. <http://www.cluetrain.com/>.

Wasserman, Stanley и Katherine Faust. „The Social Network Perspective.“ Wasserman, Stanley и Katherine Faust. *Social Network Analysis in Social and Behaviroral Sciences*. Cambridge University Press, 1994. 1-27. <http://homepage.ntu.edu.tw/~khsu/network/reading/wasserman1.pdf>.

Zephoria Digital Marketing. *The Top 20 Valuable Facebook Statistics*. November 2015 r. <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>.

Петков, гл. ас. д-р Стойко. „Манифестът Клутрейн в епохата на социалните медии.“ 2011. <http://ebox.nbu.bg/mascom12/view\_lesson.php?id=13>.

Спасов, доц. Камен. „Анализ на общинското присъствие във Facebook.“ *Информационен бюлетин* Август 2015 r.: 20. <https://www.researchgate.net/profile/Kamen\_Spassov/publications?pubType=artifact>.

# Приложения

## Индекс на фигурите

[Фигура 1: Разпределение на броя посещения от различни уеб браузъри и устройства е света (StatCounter, Август 2016): 13](#_Toc462496124)

[Фигура 2: Общ дизайн на системата като многослойно приложение 16](#_Toc462496125)

[Фигура 3: Схема на инсталация на системата в платформата Ажур (Microsoft Azure) 17](#_Toc462496126)

[Фигура 4: Адаптиране между класове и таблици и други елементи на релационна база дани 18](#_Toc462496127)

[Фигура 5: Видове подходи за използване на Microsoft Entity Framework за Object-Relational Mapping 20](#_Toc462496128)

[Фигура 6: Facebook Login автентикация на смартфон 21](#_Toc462496129)