Rede anti-social

Seu grupo deve implementar uma rede de contatos, só que desta vez uma rede anti-social. A Rede anti-social deve exigir login usuário e senha para seu acesso e deve permitir que os usuários postem mensagens de até 100 caracteres para que seus amigos vejam e eventualmente “descurtam” as publicações. Isto mesmo, os usuários devem apenas “descurtir” as publicações de seus amigos. Cada publicação deve ter um contador de descurtidas, e para cada usuário diferente que “descurtir” uma publicação este contador deve ser incrementado. A publicação também pode ter hashtags no meio do texto, ex: “neymar joga muito #barcelona #futebol #championsLeague ein galera” (as hashtags são os textos imediatamente precedidos pelo símbolo #). Para completar a rede anti-social, seu grupo deve fazer um painel (tela) apenas para usuários administradores criarem propagandas para a rede social. As propagandas são imagens que aparecem na coluna da direita da linha do tempo de todos os usuários, uma embaixo da outra (semelhante ao desafio do layout de rugby). Não há limite para o número de propagandas que devem aparecer nesta coluna. Cada propaganda tem uma imagem e uma lista de hashtags vinculadas. Ex: uma propaganda de chuteiras pode ter a seguinte lista de hashtags => [ “#futebol”, “#jogaMuito”, “#championsLeague” ] com uma figura de uma chuteira (arquivo PNG ou JPG). Porém, como a rede é anti-social, sempre que um usuário descurtir uma publicação e ela tiver hashtags, todas as propagandas vinculadas àquela hashtag devem não aparecer mais para aquele usuário (pois agora sabemos que o usuário não curte o assunto ). Ex: Os usuários Steve Jobs e Larry Page são amigos e estão na rede anti-social. Ambos recebem propagandas e dentre elas uma é da Apple na sua linha do tempo. Em algum momento, o usuário Steve Jobs publica: “Adorei meu novo #iPhone6 que entorta no bolso! #apple” e seu amigo Larry Page descurte a publicação. Neste momento as propagandas que têm as hashtags #iPhone6 e #apple param de ser exibidas para o usuário Larry Page.

Resumo das regras:

1.       O acesso à rede anti-social é restrito à usuários. A autenticação é feita por usuário / senha. Não é preciso ter uma tela de cadastro de usuários, isto pode ser feito com scripts no banco.

2.       Todo usuário pode postar mensagens para seus amigos. Cada mensagem tem limite máximo de 100 caracteres e pode ter #hashtags no meio do texto.

3.       As hashtags são case-sensitive. Isto é, a hashtag #iphone é diferente de #iPhone

4.       Os usuários podem descurtir as publicações dos amigos ou até mesmo as próprias publicações.

5.       Os usuários devem ter perfis associados. O perfil “Administrador” tem acesso especial à uma página que pode cadastrar, editar, remover e listar propagandas na rede social.

6.       Cada propaganda tem uma imagem e uma lista de hashtags vinculadas.

7.       Ao descurtir uma publicação com hashtags, o usuário imediatamente deixa de receber propagandas que possuem aquela hashtag (vide exemplo do iphone acima).

8.       Caso o administrador altere a lista de hashtags, a lista de negra de propagandas de cada usuário deve ser atualizada. Ex: a propaganda de iPad Air 2 tem as hashtags “#iPad” e “#fino”. Se o administrador alterar as hashtags para “#tablet” e “#cromado”, todos os usuários que haviam descurtido publicações com “#iPad” e “#fino” VOLTAM a receber propagandas do iPad Air.

Critérios de avaliação:

1.       Funcionamento de todas as regras do sistema.

2.       Performance do sistema. Evite páginas com muito tempo de carregamento ou que dêem a impressão para o usuário de que tudo está sendo carregado novamente.

3.       Facilidade em usar o sistema.