

# POROČILO

WebCamp Ljubljana 2016 smo izvedli v soboto, 12. marca 2016. Dogodek je bil organiziran v sodelovanju s Fakulteto za računalništvo in informatiko v Ljubljani in z velikodušnim sodelovanjem naših sponzorjev.

Med več kot 350 udeleženci, je bilo približno 30% žensk in več kot 25% tujcev (predvsem Hrvaške in Srbije). Kot zanimivost, en predavatelj je priletel iz San Diega, Kalifornija; drugi pa se je pripeljal iz Sofije, Bolgarija.

Izbor fotografij smo objavili na: <https://www.flickr.com/photos/webcamps/>

Fotografije so objavljene pod Creative Commons licenco in jih lahko prosto uporabljate na svojih kanalih.

## VSEBINE

### Predavanja

Izmed 70 prijavljenih predlogov, je programski odbor izbral 18 predavanj. Od teh je bilo 13 predavateljev tujcev.

Imeli smo tudi kratka, 5-minutna predavanja na katerih se je predstavilo 12 predavateljev.



Nekaj naslovov predavanj (v angleščini, jeziku konference):

- Supercharged Feature Flags
- Roll out - Code deployments that do not suck
- Domain Driven Design in a nutshell
- The Log, the View and the Stream
- Dashboards for devops and other web folks
- Purely functional frontend
- Go reactive or go home

Seznam vseh predavanj: <http://2016.webcamp.si/#talks>

Posnetki predavanj bodo objavljeni: <http://video.webcamp.si>

Vabimo vas, da objavljene posnetke delite na svojih kanalih.

## Internet of Things Corner

Z večanjem količine omreženih naprav smo izpostavili lokalne ustvarjalce na tem področju. V glavnem prostoru so dobili svoj razstavni prostor, kjer so se lahko predstavili in bili na voljo za razna vprašanja in tehnične debate.

## Projekti

- IoT and Analog Audio - <http://www.distopiksound.com/>
- ViarBox - <http://www.viarbox.eu/>
- Pebble UV smartstrap by MakerLab - <http://www.maker.si/>
- Bluejay: The world's first smart mount for your car - <http://getbluejay.com>

## MEDIJI

Slovenska tiskovna agencija (STA) je poročala o najavi dogodka, ki so ga povzele različne medijske hiše. Radio MARŠ je objavil podrobnejši prispevek o dogodku.





## Dopisni seznam in družbeni mediji

Večina komunikacije z našo publiko je potekala preko dopisnega seznama, na katerega je naročenih več kot 800 ljudi. V povprečju našo pošto odpre več kot 60% prejemnikov.

Prav tako smo prisotni na **Facebooku** in **Twitterju**, kjer smo večinoma odgovarjali na vprašanja obiskovalcev.

## SPONZORJI

Dogodek ne bi bil mogoč brez pomoči sponzorjev. Še enkrat bi se radi zahvalili vsem. Najprej glavnim sponzorjem - Toptal, Celtra, 4th Office, Reciprocity in Marand. Ter dodatnimi sponzorji - Kendu, Buna, Pivovarna Pelicon in Zavod ImpACT.



## STROŠKI

Letos smo skupaj porabili 2700 €. Na dan dogodka smo za pogostitev udeležencev porabili 1400 €. Udeleženci so imeli na voljo sveže sadje, toplo pecivo, vodo, kavo in kosilo. Večer prej smo predavatelje pogostili z večerjo, za kar smo plačali 400 €. Obdelava video posnetkov je bila 500 €. Preostanek stroškov smo namenili za stroške tiska, pisarniškega materiala, Mailchimp naročnine in majhno pozornost za naše prostovoljce.

Za obiskovalce je bil dogodek brezplačen.

Manjkajoča sredstva in stroške organizacije je krila organizacijska ekipa. Predavatelji so si sami plačali stroške potovanja in prenočitve. Prav tako so si prostovoljci sami krili svoje stroške.

## EKIPA

### Organizacijski odbor:

Mojca Berce, Jure Čuhalev, Sabina Hosta, Klemen Robnik, Ana Sustič

### Organizacija Internet of Things Corner:

Alja Isaković

### Programski odbor:

Brian King, Erika Pogorelc, Miha Rekar, Swizec Teller

### Prostovoljci

Goran Blažič, Andraž Brodnik, Tatjana Čeh Naglič, Veronika Čemažar, Livia Dobai, Klemen Kadak, Marin Kajba, Zoran Kajba, David Klasinc, Nathan Klasinc, Meta Makovec, Katja Ošljak, Tina Rozman, Urška Saletinger, Jožko Škrablin, Marko Zagožen, Tea Zbašnik.





## PRAVILA OBNAŠANJA

Na dogodku imamo javno objavljena pravila obnašanja:

<http://2016.webcamp.si/code-of-conduct/>

Obravnavali nismo nobene pritožbe.

## IZZIVI ZA NASLEDNJE LETO

Kot skupnost se moramo zavzemati za bolj raznolik izbor predavateljev. Tako na področju tehnologije in geografske lokacije, kot tudi njihovega spola.

Za dogodek je veliko več povpraševanja, kot pa imamo prostora. Zaenkrat še ne moremo povečati količine udeležencev, zato moramo izboljšati način kako najbolje učinkovito razdeliti karte. Vsekakor obstoja priložnost za večjo količino tehnoloških dogodkov.

