



LINGUAGGI E AMBIENTI MULTIMEDIALI B

Laurea Specialistica in Ingegneria del Cinema e dei Mezzi di Comunicazione

docente: Gabriella Taddeo

mail: gabriella.taddeo@polito.it

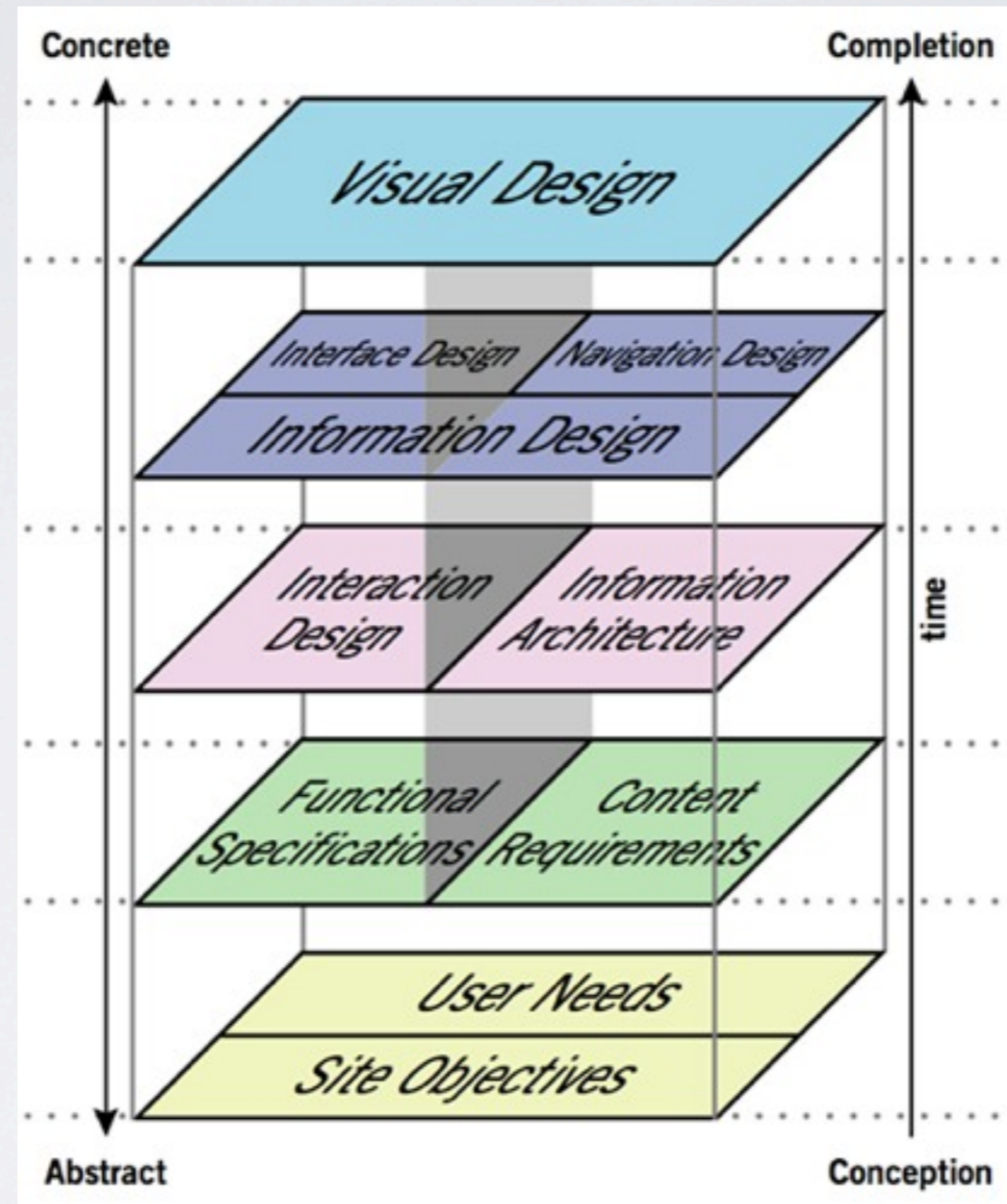


SOCIAL NETWORK

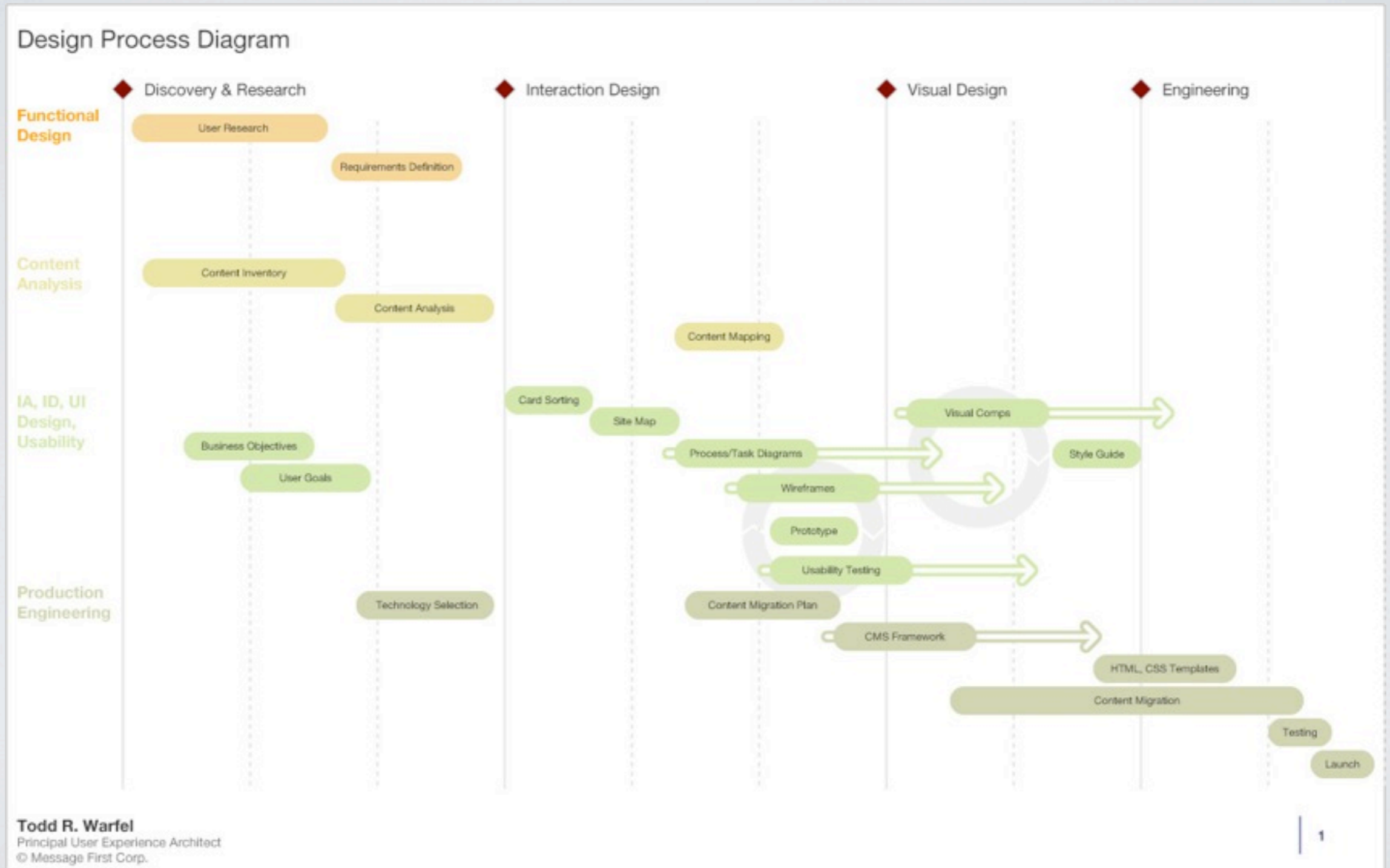
Lezione 4: Concept e Information architecture



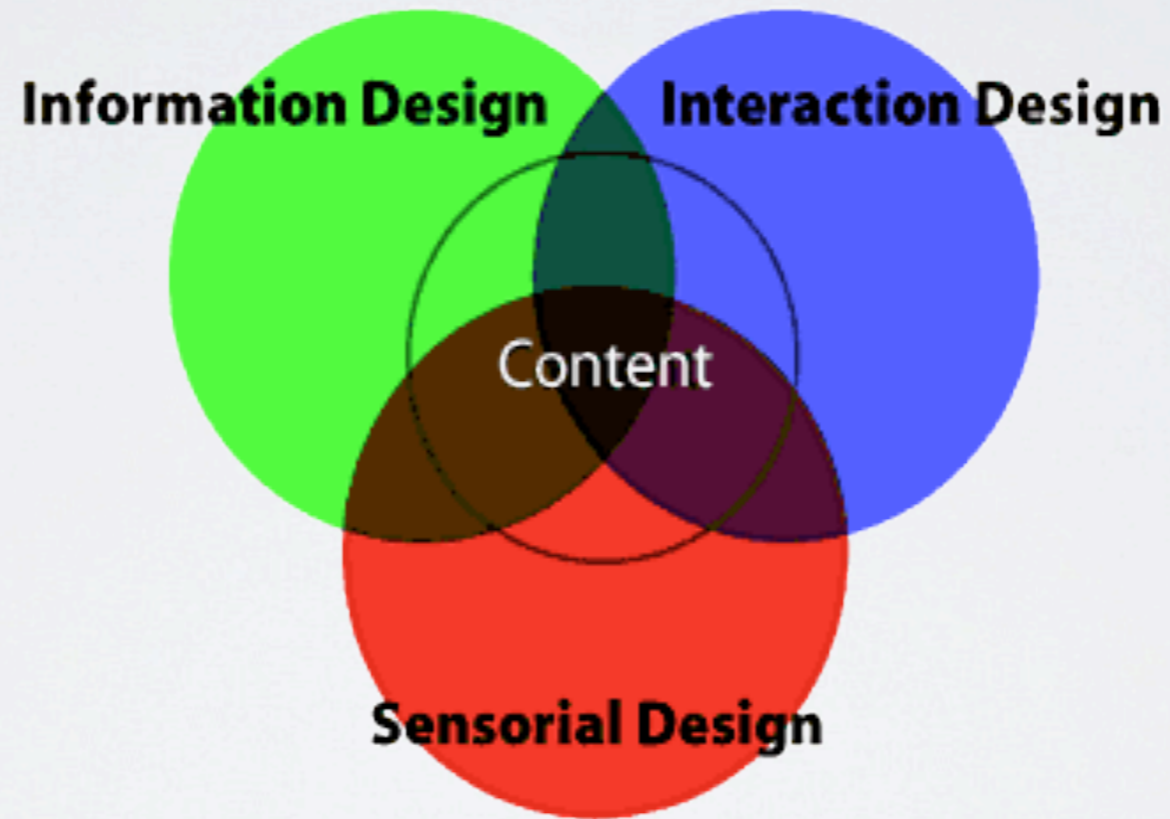
IL PROCESSO DI DESIGN



IL PROCESSO DEL DESIGN



OBIETTIVI: EQUILIBRIO STRATEGICO



OBIETTIVI: FARE QUALCOSA NON SOLO DI USABILE, MA ANCHE DI UTILE



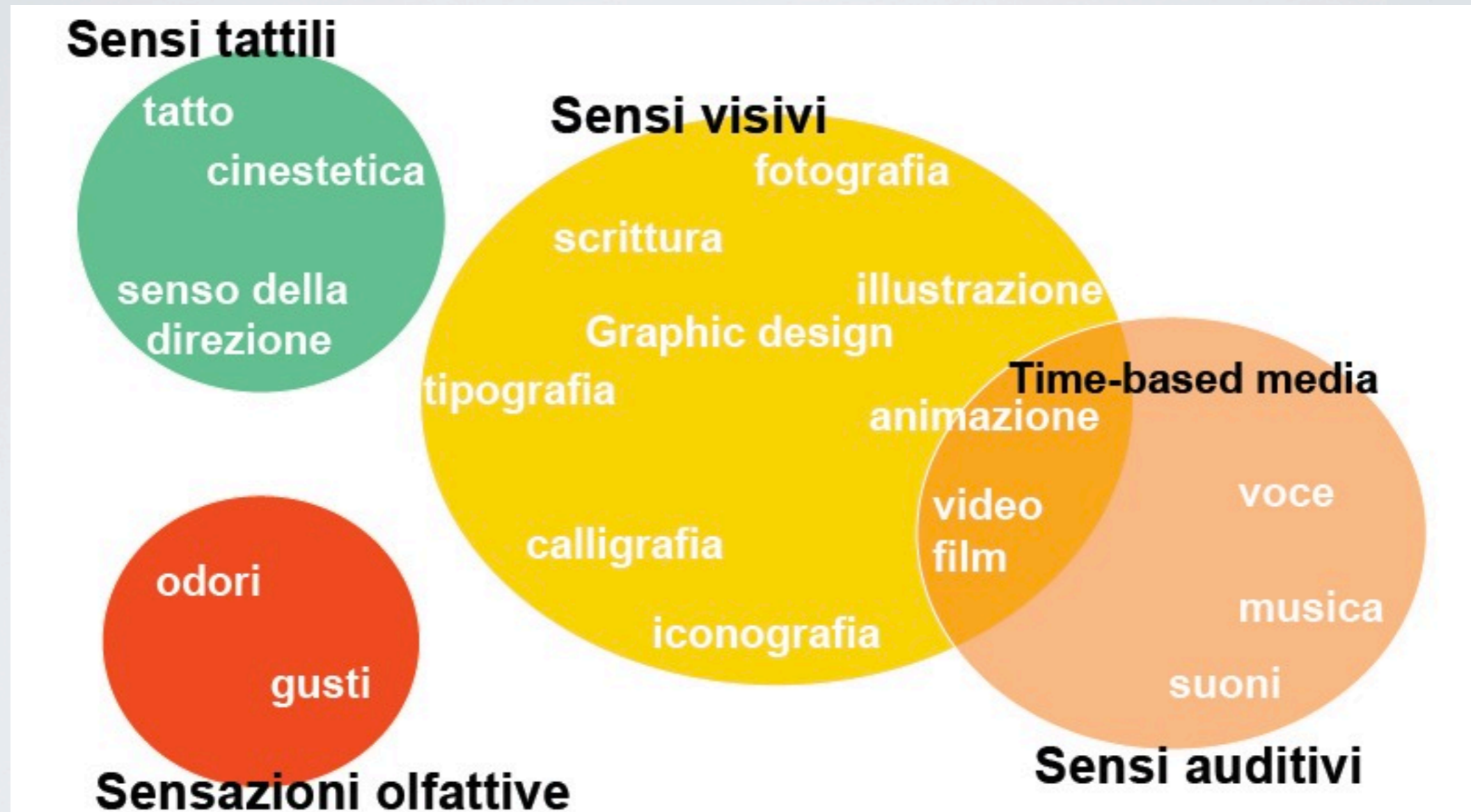
OBIETTIVO: FARE QUALCOSA DI DIVERSO DAI COMPETITOR



OBIETTIVI: DALLA USABILITÀ ALLA USER EXPERIENCE



SENSORIAL DESIGN



INFORMATION DESIGN

L'**Information Design** ha come oggetto l'organizzazione e la presentazione dei dati, la loro trasformazione in informazione utile e significativa.

Creare informazione è qualcosa che, a vari livelli, facciamo tutti; solo recentemente però si è giunti all'identificazione di una disciplina caratterizzata da processi ben definiti, che possono essere adottati o insegnati.

INFORMATION DESIGN

A PERIODIC TABLE OF VISUALIZATION METHODS

<p>>☼< C cosmos</p>		<p>Data Visualization Visual representations of quantitative data in schematic form (either with or without axes)</p>										<p>Strategy Visualization The systematic use of complementary visual representations in the analysis, development, formulation, communication, and implementation of strategies in organizations.</p>					<p>☼ graphic facilitation</p>					
<p>>☼< Tb table</p>	<p>>☼< Ca cartesian coordinates</p>	<p>Information Visualization The use of interactive visual representations of data to amplify cognition. This means that the data is transformed into an image, it is mapped to screen space. The image can be changed by users as they proceed working with it</p>										<p>Metaphor Visualization Visual Metaphors position information graphically to organize and structure information. They also convey an insight about the represented information through the key characteristics of the metaphor that is employed</p>					<p>>☼< Me meeting trace</p>	<p>>☼< Mm metro map</p>	<p>☼ Tm temple</p>	<p><☼> St story template</p>	<p>>☼< Tr tree</p>	<p>☼ Ct cartoons</p>
<p>>☼< Pi pie chart</p>	<p>>☼< L line chart</p>	<p>Concept Visualization Methods to elaborate (mostly) qualitative concepts, ideas, plans, and analyses.</p>										<p>Compound Visualization The complementary use of different graphic representation formats in one single schema or frame</p>					<p>>☼< Co communication diagram</p>	<p>>☼< Fp flight plan</p>	<p>>☼< Cs concept skeleton</p>	<p>☼ Br bridge</p>	<p>>☼< Fu funnel</p>	<p>☼ Ri rich picture</p>
<p>>☼< B bar chart</p>	<p>>☼< Ac area chart</p>	<p>>☼< R radar chart cobweb</p>	<p>>☼< Pa parallel coordinates</p>	<p>>☼< Hy hyperbolic tree</p>	<p>>☼< Cy cycle diagram</p>	<p>>☼< T timeline</p>	<p>>☼< Ve venn diagram</p>	<p><☼> Mi mindmap</p>	<p>>☼< Sq square of oppositions</p>	<p>>☼< Cc concentric circles</p>	<p>>☼< Ar argument slide</p>	<p>>☼< Sw swim lane diagram</p>	<p>>☼< Gc gant chart</p>	<p><☼> Pm perspectives diagram</p>	<p>>☼< D dilemma diagram</p>	<p><☼> Pr parameter ruler</p>	<p>☼ Kn knowledge map</p>					
<p>>☼< Hi histogram</p>	<p>>☼< Sc scatterplot</p>	<p>>☼< Sa sankey diagram</p>	<p>>☼< In information lens</p>	<p>>☼< E entity relationship diagram</p>	<p>>☼< Pt petri net</p>	<p>>☼< Fl flow chart</p>	<p><☼> Cl clustering</p>	<p>>☼< Lc layer chart</p>	<p>>☼< Py pyramid technique</p>	<p>>☼< Ce cause-effect chains</p>	<p>>☼< Tl tourism map</p>	<p>>☼< Dt decision tree</p>	<p>>☼< Cp cpm critical path method</p>	<p><☼> Cf concept fan</p>	<p>>☼< Co concept map</p>	<p>>☼< Ic iceberg</p>	<p>☼ Lm learning map</p>					
<p>>☼< Tk tally box plot</p>	<p>>☼< Sp spectrogram</p>	<p>>☼< Da data map</p>	<p>>☼< Tp treemap</p>	<p>>☼< Cn cone tree</p>	<p>>☼< Sy system dyn./ simulation</p>	<p>>☼< Df data flow diagram</p>	<p><☼> Se semantic network</p>	<p>>☼< So salt system modeling</p>	<p>☼ Sn synergy map</p>	<p><☼> Fo force field diagram</p>	<p>>☼< Ib ibis argumentation map</p>	<p>>☼< Pr process event chains</p>	<p>>☼< Pe pert chart</p>	<p><☼> Ev evocative knowledge map</p>	<p>>☼< V Vee diagram</p>	<p><☼> Hh heaven's bell chart</p>	<p>☼ I isomural</p>					

http://www.visual-literacy.org/periodic_table/periodic_table.html

INTERACTION DESIGN

L' **Interaction Design** nella sua essenza è creare e raccontare storie, è insieme un'antica arte e una nuova tecnologia.

Storie ed esperienze sono state sempre create e narrate attraverso i mezzi di comunicazione, ma i nuovi media offrono opportunità fino ad oggi inesplorate nella storia dell'interazione e della rappresentazione. In particolare - fatta eccezione per i narratori più esperti - tutto ciò che riguarda l'interattività è stato sovente mal interpretato.

Come le tecnologie interattive possano supportare questo tipo di processi e quali siano in questo senso le reali necessità dell'utenza rimangono aspetti tutti da indagare.

SENSORIAL DESIGN

Il **Sensorial Design** tratta delle tecniche che utilizziamo per comunicare con gli altri attraverso i nostri sensi. Dopo la scrittura, le tecniche di progettazione visuale caratteristiche della grafica, del cinema, dell'illustrazione e della fotografia sono le più note; le discipline che comunicano attraverso altri sensi non sono tuttavia meno importanti.

La progettazione e l'ingegneria del suono, la musica e il canto possono risultare molto efficaci in circostanze appropriate. A volte si rivelano di fatto essere l'unico modo possibile per comunicare un determinato messaggio. Il senso tattile, quello olfattivo e quello cinestetico sono impiegati più raramente (spesso a causa di vincoli tecnologici o di mercato), ma sono ugualmente validi e possono contribuire all'arricchimento dell'esperienza.

IL TARGET: USER CENTERED

IL TARGET: USER CENTERED

contenuti

interfaccia

cooperazione

interattività

community

ricerca

IL TARGET: USER CENTERED

contenuti

cooperazione

community

interfaccia

interattività

ricerca



l'utente al centro

TECNICHE DI ANALISI DEL TARGET

Tecniche di analisi:

- ▶ interviste,
- ▶ focus group,
- ▶ osservazione etnografica
- ▶ personae e scenari

CREAZIONE DI PERSONAE

La creazione di **personae**, (dal latino maschere), è una tecnica di derivazione teatrale.

I designer creano un loro personaggio, possibile utente, e gli danno vita attraverso la descrizione dettagliata (circa 1 cartella) del suo profilo socio-anagrafico, carattere, delle abitudini e stile di vita

Ruben:

- ▶ Argentino, vive in Italia da un anno
- ▶ Lavora presso una cooperativa di servizi culturali
- ▶ Vuole conoscere a fondo il paese, per “mettersi al passo” con i colleghi
- ▶ Utilizza molto tutti i tipi di tecnologie



Teresa:

- ▶ Insegnante di scuola elementare, referente scolastica per progetti con musei
- ▶ Molto motivata a livello individuale, ha difficoltà a coinvolgere i colleghi

Teresa:

- ▶ Insegnante di scuola elementare, referente scolastica per progetti con musei
- ▶ Molto motivata a livello individuale, ha difficoltà a coinvolgere i colleghi
- ▶ Non usa molto le nuove tecnologie. A casa non ha



Sergio:

- ▶ Da pochi giorni è diventato papà
- ▶ Lavora come magazziniere in un supermercato

Sergio:

- ▶ Da pochi giorni è diventato papà
- ▶ Lavora come magazziniere in un supermercato
- ▶ Turista della domenica, ama girare alla scoperta di luoghi nuovi e delle tradizioni

Sergio:

- ▶ Da pochi giorni è diventato papà
- ▶ Lavora come magazziniere in un supermercato
- ▶ Turista della domenica, ama girare alla scoperta di luoghi nuovi e delle tradizioni
- ▶ E' un fanatico del cellulare



UTILITÀ DELLE PERSONAE

- ▶ Possibilità di fuoriuscire dal proprio habitus mentale
- ▶ Utilizzo della dimensione-capacità narrativa per descrivere e prevedere situazioni ed esperienze
- ▶ Economicità rispetto a metodi di analisi che usano utenti reali

CRITICITÀ DELLE PERSONAE

- ▶ Rischio di chiudersi in una dimensione **fiction** molto distante dagli utenti reali
- ▶ Difficoltà nella standardizzazione dei risultati

SCENARI

Uno scenario è la descrizione dell'interazione di un soggetto con un sistema.

Esso, al di là dei requisiti tecnici o economici, serve a rappresentare le reali esigenze e situazioni degli utenti

L'analisi di scenario dovrebbe:

- permettere di identificare le differenze tra lo stato socio-tecnico attuale e quello susseguente l'innovazione tecnologica.
- mettere in risalto le innovazioni più rilevanti dal punto di vista dell'utente ed evidenziarne le implicazioni sulle abitudini di lavoro ed i comportamenti della vita individuale e di gruppo.
- fornire evidenza sulle ragioni dell'accettazione da parte dell'utente in riferimento alle innovazioni che la visione offerta dallo scenario propone di introdurre.

UNA DONNA DOPPIO-RUOLO: ANALISI BISOGNI

Cristina è da poco mamma e continua a mantenere alcune collaborazioni con una società di mediazione culturale, per la quale svolge ricerche sociali

Tutti i giorni ha bisogno di avere un quadro aggiornato delle interviste svolte sul territorio, localizzare le aree (quartieri ecc) ancora scoperte e programmare in base a questo nuove interviste.

Necessita di un sistema semplice e integrato per combinare dati territoriali con quelli degli intervistati e per ottimizzare le interviste anche in base alle prossimità di zona.

Tuttavia, sistemi di database in questo momento le risultano troppo difficili da apprendere e implementare...

UNA DONNA DOPPIO-RUOLO: ANALISI BISOGNI

Cristina è da poco mamma e continua a mantenere alcune collaborazioni con una società di mediazione culturale, per la quale svolge ricerche sociali

Tutti i giorni ha bisogno di avere un quadro aggiornato delle interviste svolte sul territorio, localizzare le aree (quartieri ecc) ancora scoperte e programmare in base a questo nuove interviste.

Necessita di un sistema semplice e integrato per combinare dati territoriali con quelli degli intervistati e per ottimizzare le interviste anche in base alle prossimità di zona.

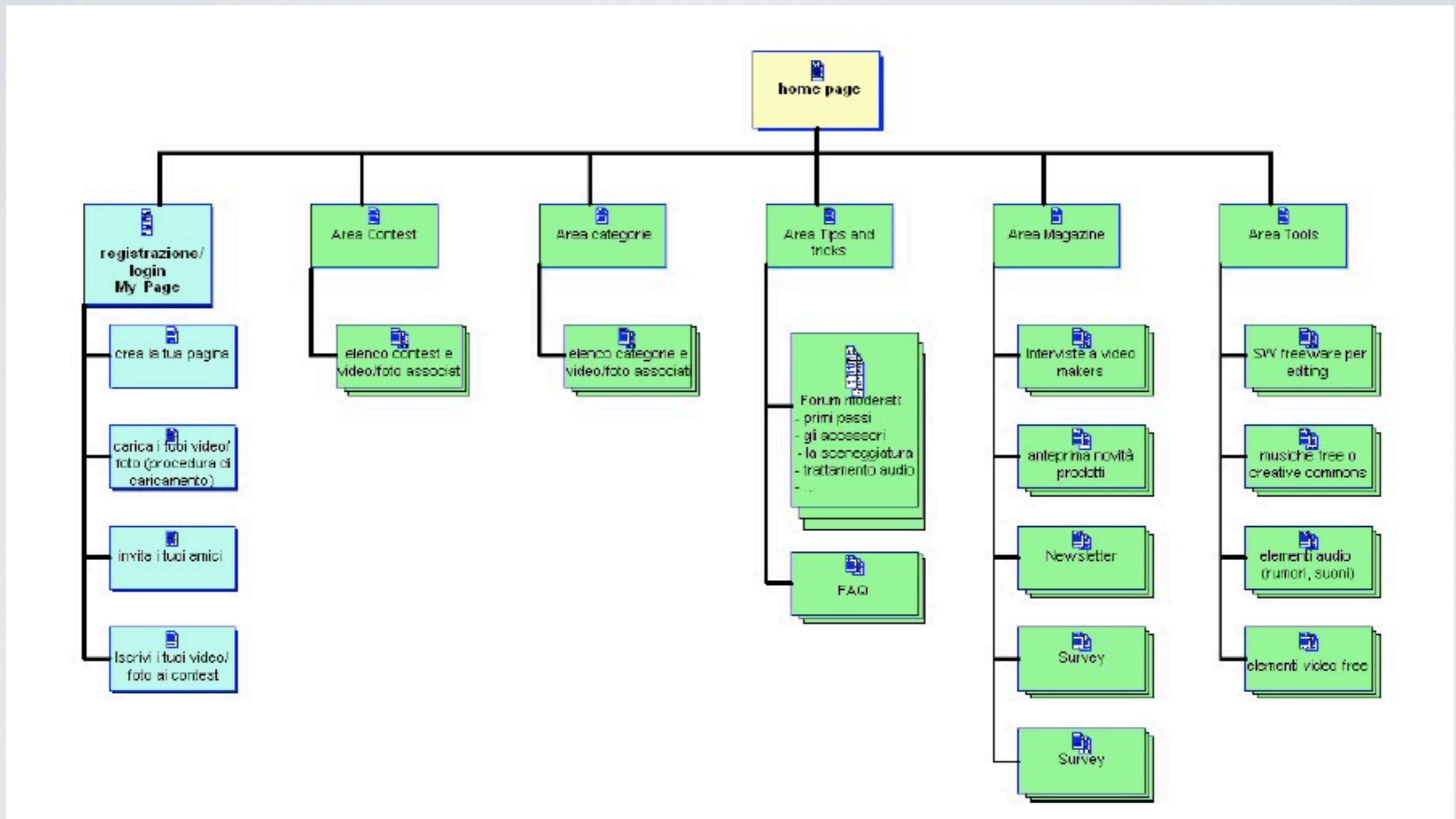
Tuttavia, sistemi di database in questo momento le risultano troppo difficili da apprendere e implementare...



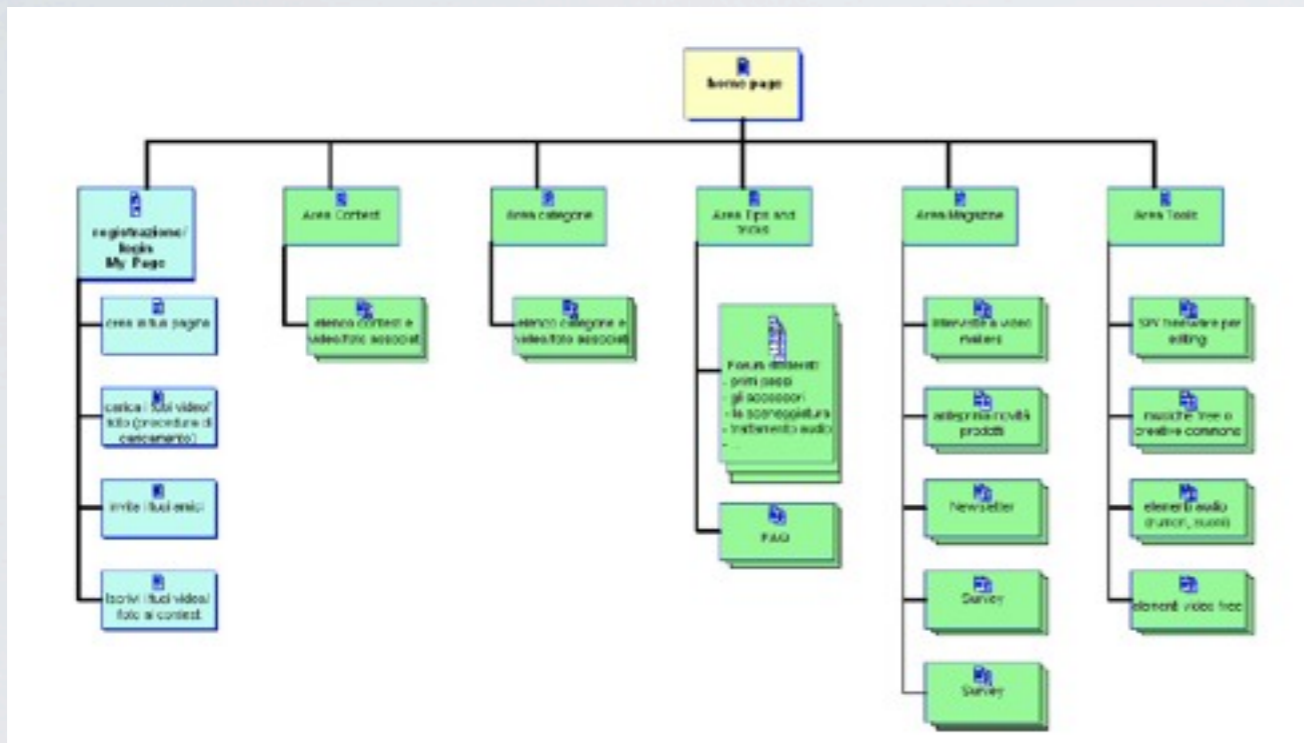
AL LAVORO

- A partire dal target di interesse scelto da ciascun gruppo, elaborare:
- I persona che rappresenta il target tipo (descrivere la persona nel suo contesto quotidiano e attribuirle spessore sociologico e psicologico)
- I scenario d'uso che evidenzia i bisogni del target, ai quali risponderà l'applicazione (descrivere come oggi si comporta l'utente per rispondere a quel bisogno, problematiche e aree di miglioramento)

ORGANIZZARE IL PROCESSO: FLOW CHART



ORGANIZZARE IL FLUSSO: FLOW CHART



Ad ogni quadrato del flow chart corrisponderà una “pagina” dell’applicazione. Ogni pagina racchiude un task decisivo di azione dell’utente.

Ogni task può essere composto da più funzioni.

ORGANIZZARE IL FLUSSO: FLOW CHART

Nome utente:
I nomi utente possono contenere solo lettere (A-Z) o numeri (0-9)
[Verifica disponibilità](#)

Località:

Data di nascita:

Sesso: Maschile Femminile

Lascia che gli altri trovino il mio canale su YouTube se hanno il mio indirizzo email

Desidero ricevere occasionalmente le comunicazioni via email relative ai prodotti che YouTube ritiene possano interessarmi

Termini e condizioni d'uso: [Termini di servizio di Google](#) e [Norme sulla privacy](#)

1 compila con i dati richiesti, scegliendo il nome che vorrai avere su youtube e verificando se è disponibile

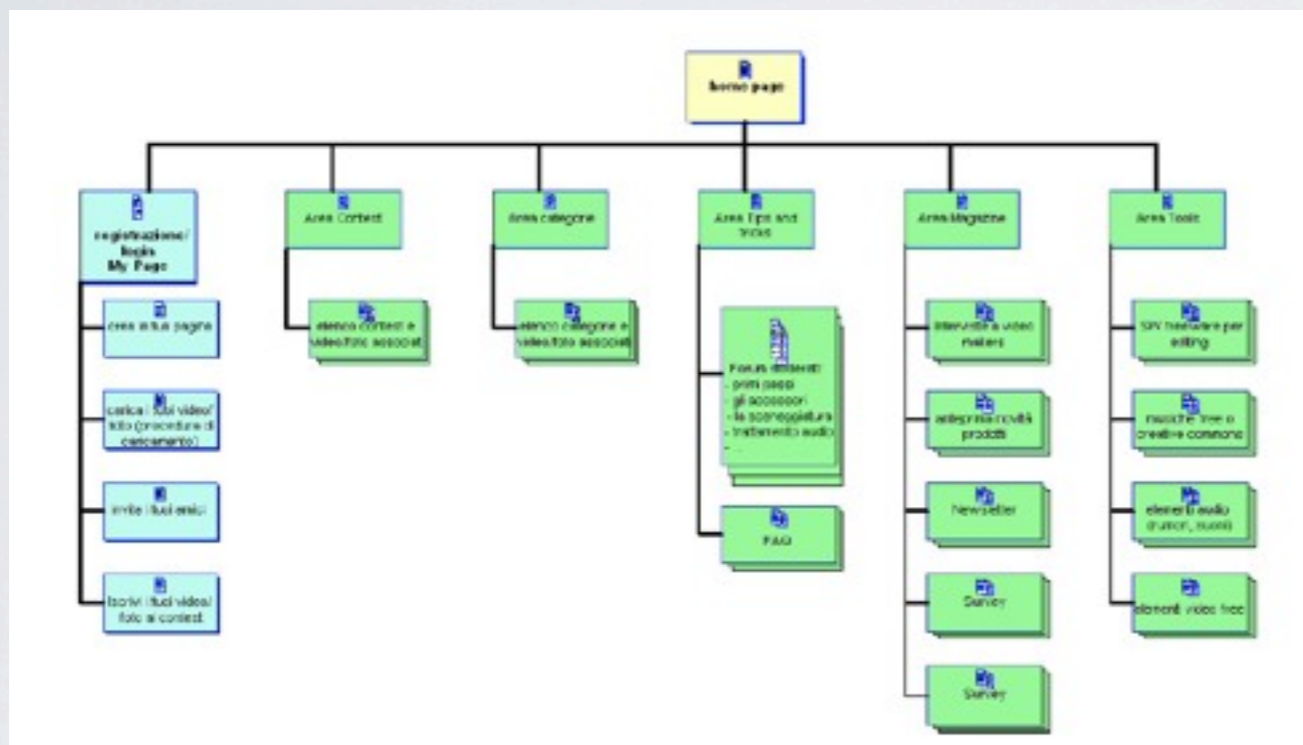
2 **Accetta le condizioni**

Es. pagina “Registrazione”
contiene:

- diversi campi da compilare (nome, cognome, ecc);
- opzioni newsletter;
- pulsante Accetta.

Ogni pagina quindi è un blocco semantico di azioni riferite allo stesso task, non una singola azione.

SITI WEB/APPLICAZIONI



Nei siti web, il flow chart mostra i singoli macro-blocchi informativi del sito.

MA COME CLASSIFICARE AZIONI E CONTENUTI?



Classificare, dare un ordine, pare un'operazione banale e oggettiva. Invece scoprirete che ciascuno di noi classifica e ordina in modo diverso. Bisogna quindi rintracciare il modo più comune.

ORGANIZZARE LE IDEE: CARD SORTING

L'approccio di design user-centered prevede il supporto della tecnica del card sorting per organizzare l'informazione: esistono due metodi di card sorting: chiuso e aperto.

-card sorting "chiuso". Agli utenti vengono dati un mazzetto di cartellini, ognuno con un'unità di contenuto/funzione.

Gli utenti, in gruppo, devono raggruppare i cartellini secondo gli schemi di classificazione per loro funzionali.

Il loro ordinamento bottom-up dei contenuti aiuta i designer ad organizzare, ad esempio, le funzionali-aree di un sito.



ORGANIZZARE LE IDEE: CARD SORTING

-Card sorting “aperto”.

Gli utenti creano da loro anche gli stessi cartellini per le categorie del sito, e poi li ordinano.

I gruppi di cartellini costituiscono le voci che compariranno in un menu.



ORGANIZZARE LE IDEE PER UNA LAVATRICE: CARD SORTING

Imposta colorati

Imposta tessuto

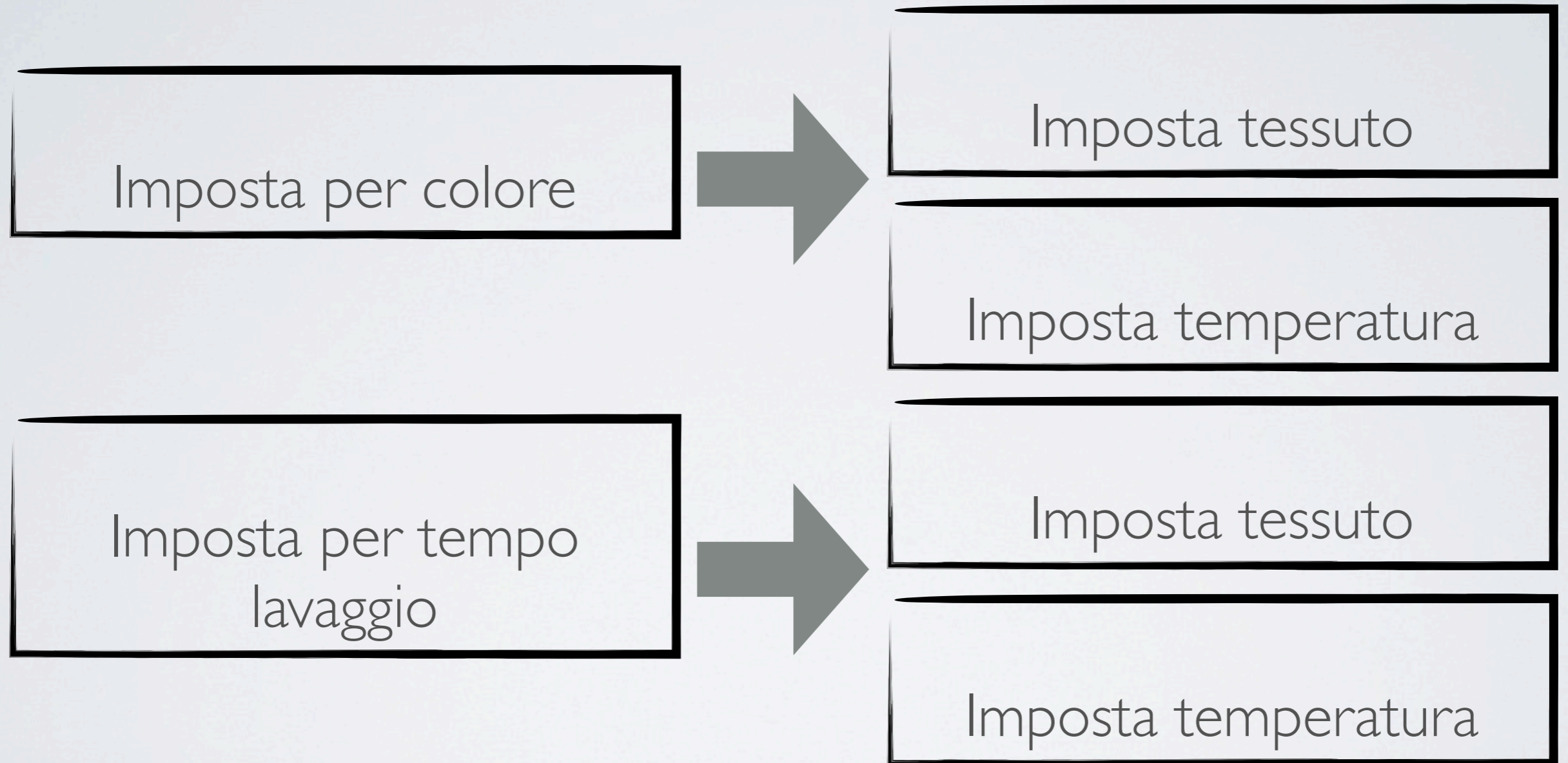
Imposta risparmio energia

Imposta temperatura

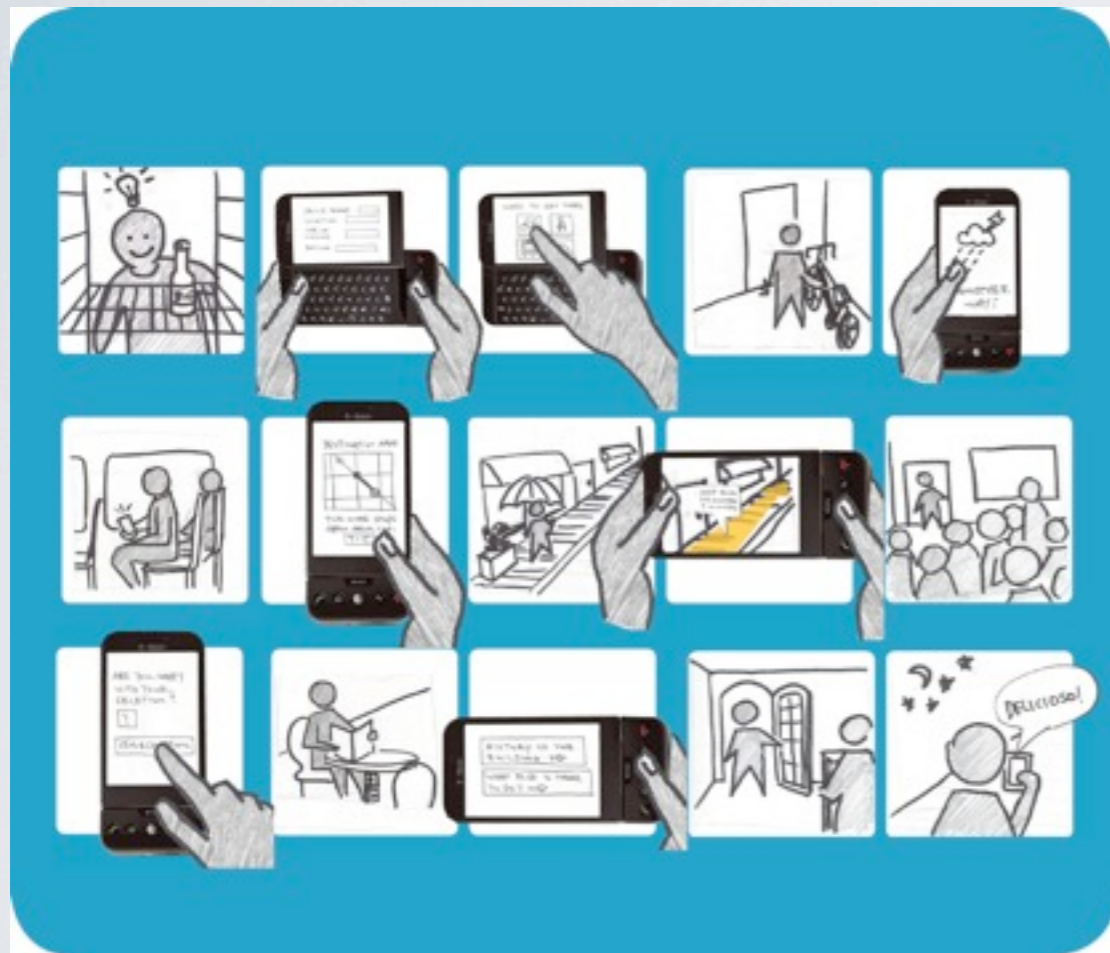
Imposta per tempo lavaggio



ORGANIZZARE LE IDEE PER UNA LAVATRICE: CARD SORTING



ORGANIZZARE LE IDEE: USER SCENARIO



Bisogna progettare i task a partire dai reali scenari d'uso degli utenti, raccolti attraverso le tecniche di analisi degli utenti (interviste, focus, etnografia ecc. cfr. lezione 4).

Organizzare le funzioni secondo il flusso reale di azione degli utenti.

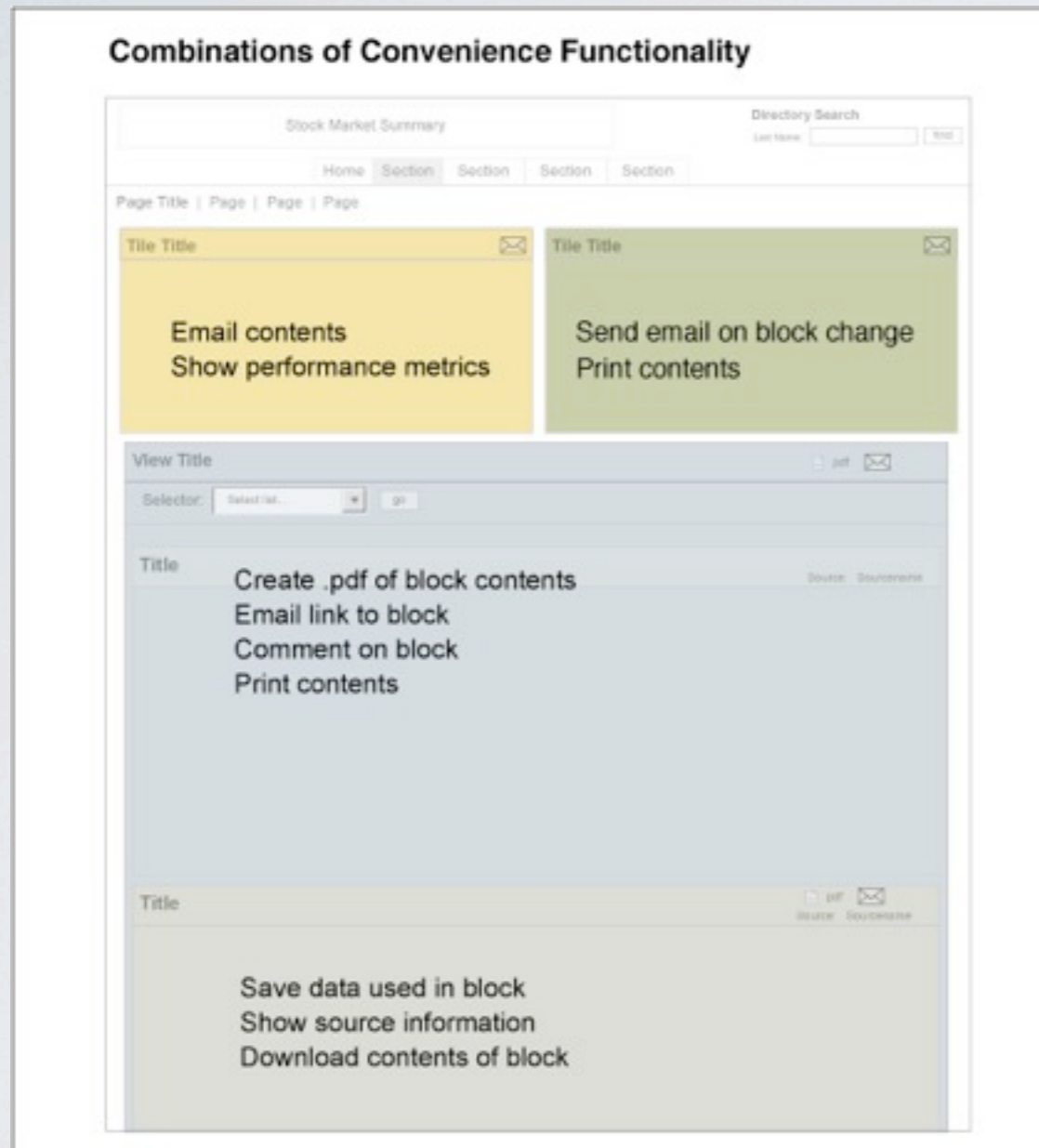
ORGANIZZARE LE IDEE: USER SCENARIO



Come procedere:

- 1) focalizzare i diversi scenari d'uso dell'utente
(cosa vorrà fare, cosa si aspetta)
- 2) ogni scenario d'uso sarà un task: segmentare il task in sotto-task (azioni necessarie a compiere il task).
- 3) ogni sotto-task sarà una funzione da implementare.

ORGANIZZARE IL FLUSSO: FLOW CHART



Una pagina può contenere più sotto-task, quindi più funzioni.

ORGANIZZARE IL FLUSSO: FLOW CHART


Registra Vodafone Booster ESEMPIO

Conferma

Registrazione avvenuta con successo. Adesso puoi utilizzare il tuo Vodafone Booster

Numeri da attivare su Vodafone Booster

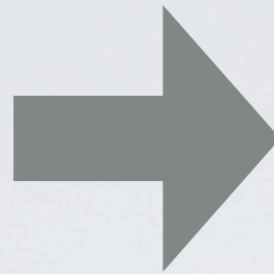
Nome	Cognome	Numero Vodafone
Mario	Rossi	349****
Giuseppe	Bianchi	348****
Franco	Verdi	349****
Giovanni	Neri	340****

 [Torna a "Il mio Vodafone Booster"](#)

Spesso l'intero task (coi suoi sotto-task) è contenuto in una pagina.

In alcuni casi, tuttavia, servono più pagine: suddividere il task in più pagine è utile, soprattutto, per marcare un cambiamento di stato dell'utente (es. da utente non registrato a utente registrato).

FLOW-CHART



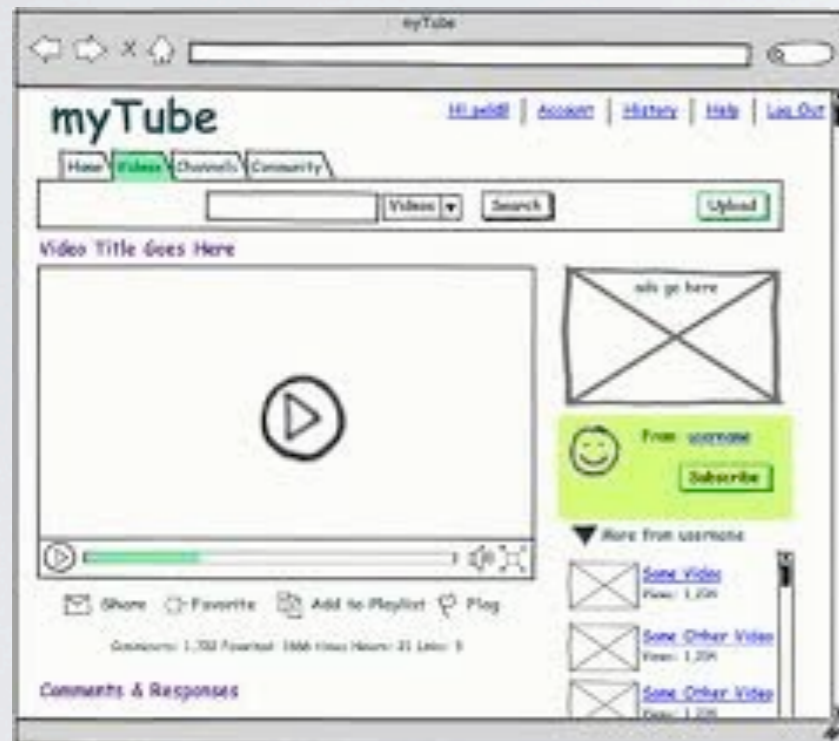
STORYBOARD

ATTENZIONE:

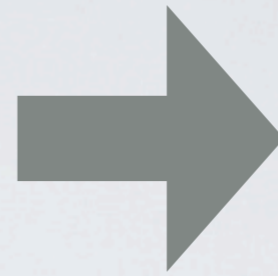
L'organizzazione visiva dei sotto-task, quindi delle funzioni, all'interno della pagina, avviene in un momento successivo, con la creazione degli storyboard.

Nel flow-chart si organizza il flusso di azione ad alto livello.

La disposizione visiva dei sotto-task nella pagina avviene nello storyboard.



MACROPROGETTAZIONE

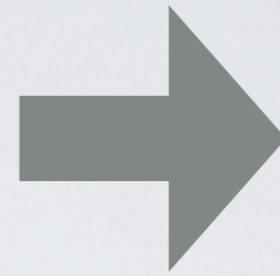


FLOWCHART

Progettazione dell'architettura
ad alto livello.



MICROPROGETTAZIONE

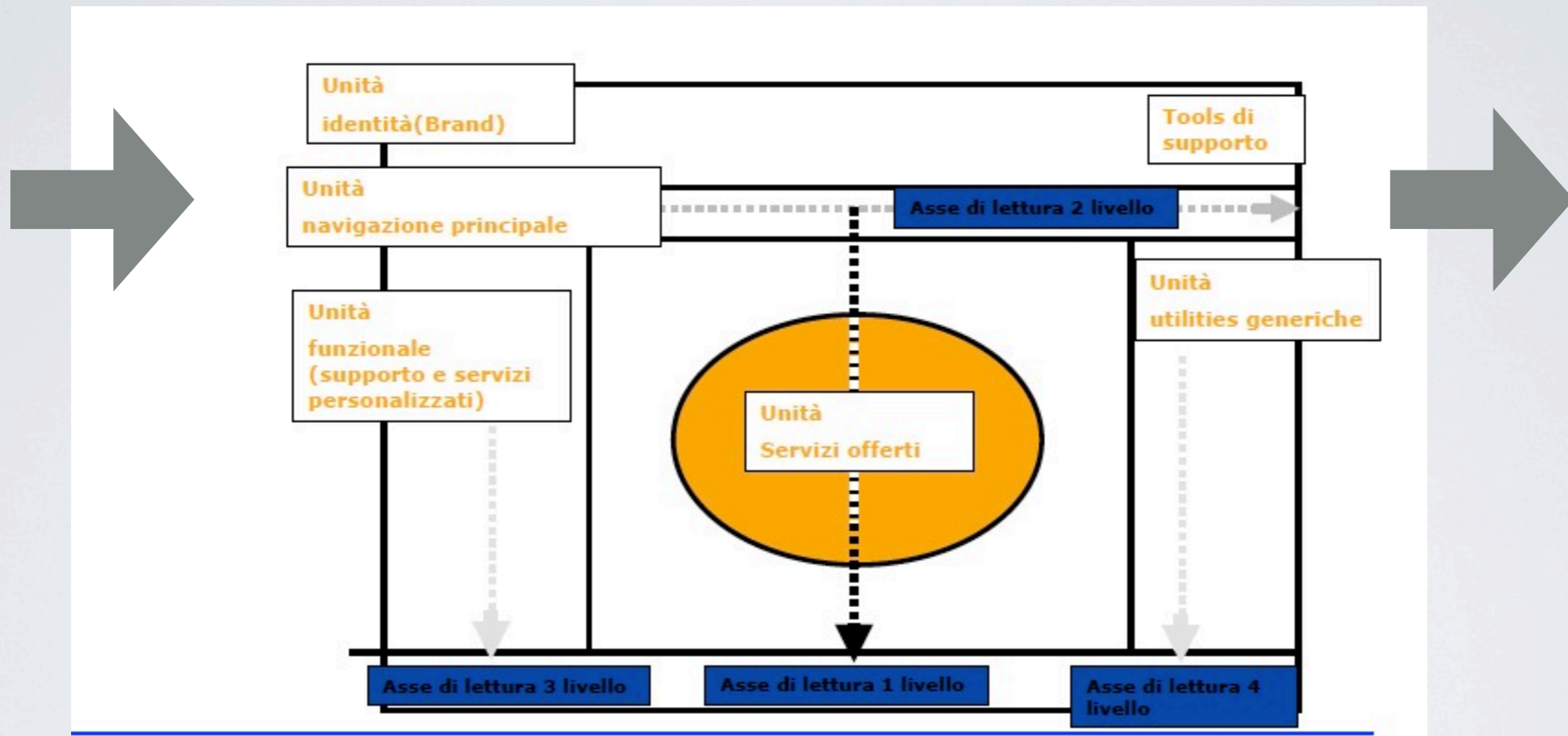


STORYBOARD

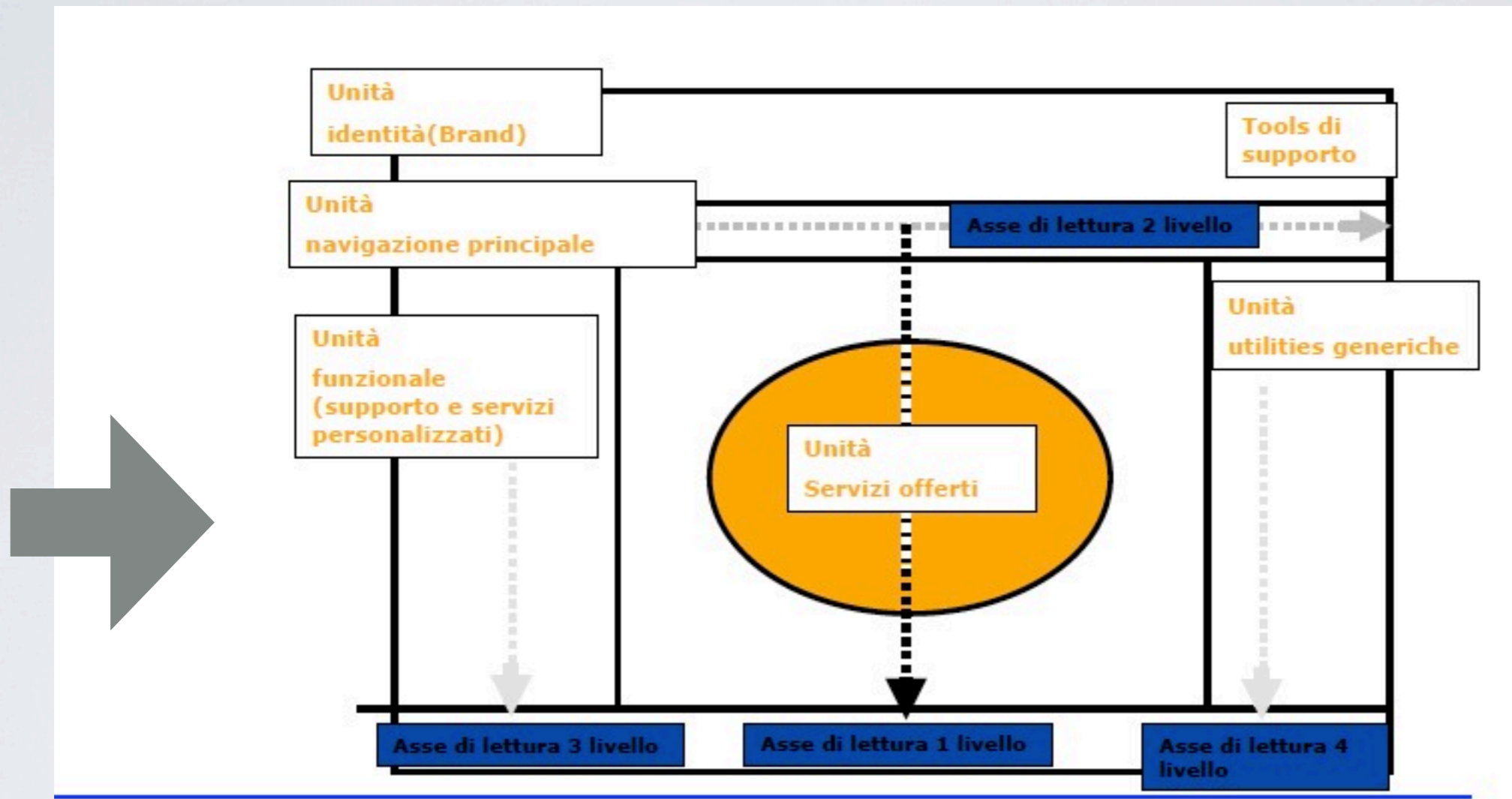
Progettazione dell'architettura a
micro-livello.



INDIVIDUARE PER PRIMA LE FUNZIONALITÀ BASE



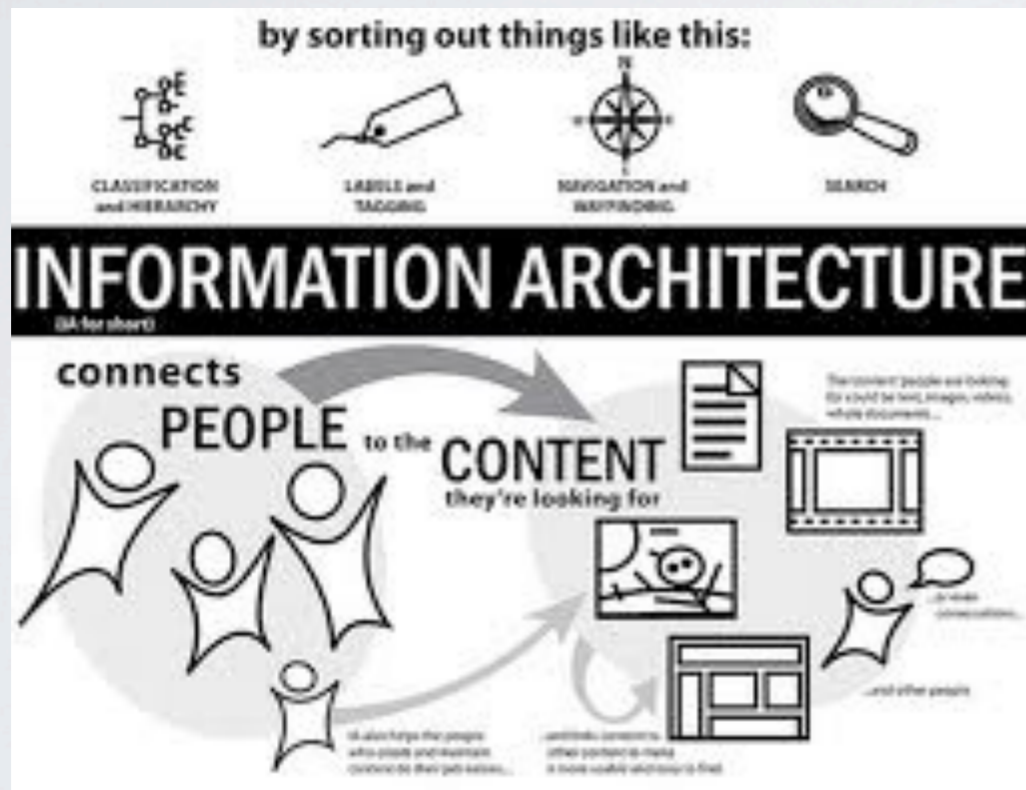
SVILUPPARE OGNI FUNZIONALITÀ IN FLUSSO D'AZIONE



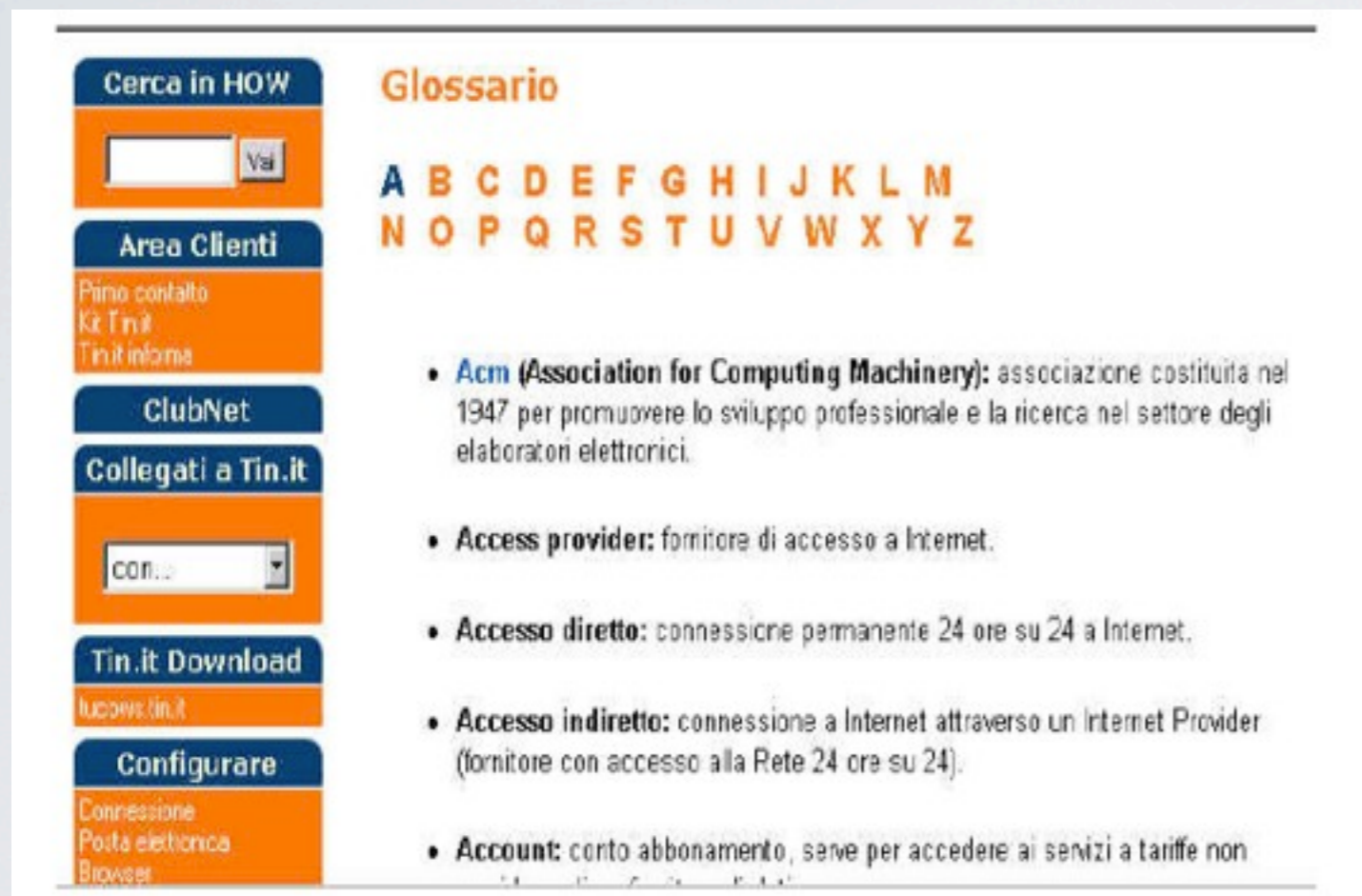
INFORMATION ARCHITECTURE: ORGANIZZARE LE INFORMAZIONI

Organizzazione:

- alfabetica
- temporale
- georeferenziata
- sequenza
- numerica
- per attività
- per categorie
- per faccette



ORGANIZZAZIONE ALFABETICA



The screenshot shows a website interface with a navigation sidebar on the left and a main content area on the right. The sidebar contains several menu items: 'Cerca in HOW' with a search box, 'Area Clienti' with sub-items 'Primo contatto', 'K&T in it', and 'Tin.it informa', 'ClubNet', 'Collegati a Tin.it' with a dropdown menu, 'Tin.it Download' with 'lucows.tin.it', and 'Configurare' with sub-items 'Connessione', 'Posta elettronica', and 'Browser'. The main content area is titled 'Glossario' and features an alphabetical navigation bar with letters A through Z. Below the navigation bar, there is a list of definitions for terms starting with 'A'.

Cerca in HOW

Area Clienti
Primo contatto
K&T in it
Tin.it informa

ClubNet

Collegati a Tin.it

Tin.it Download
lucows.tin.it

Configurare
Connessione
Posta elettronica
Browser

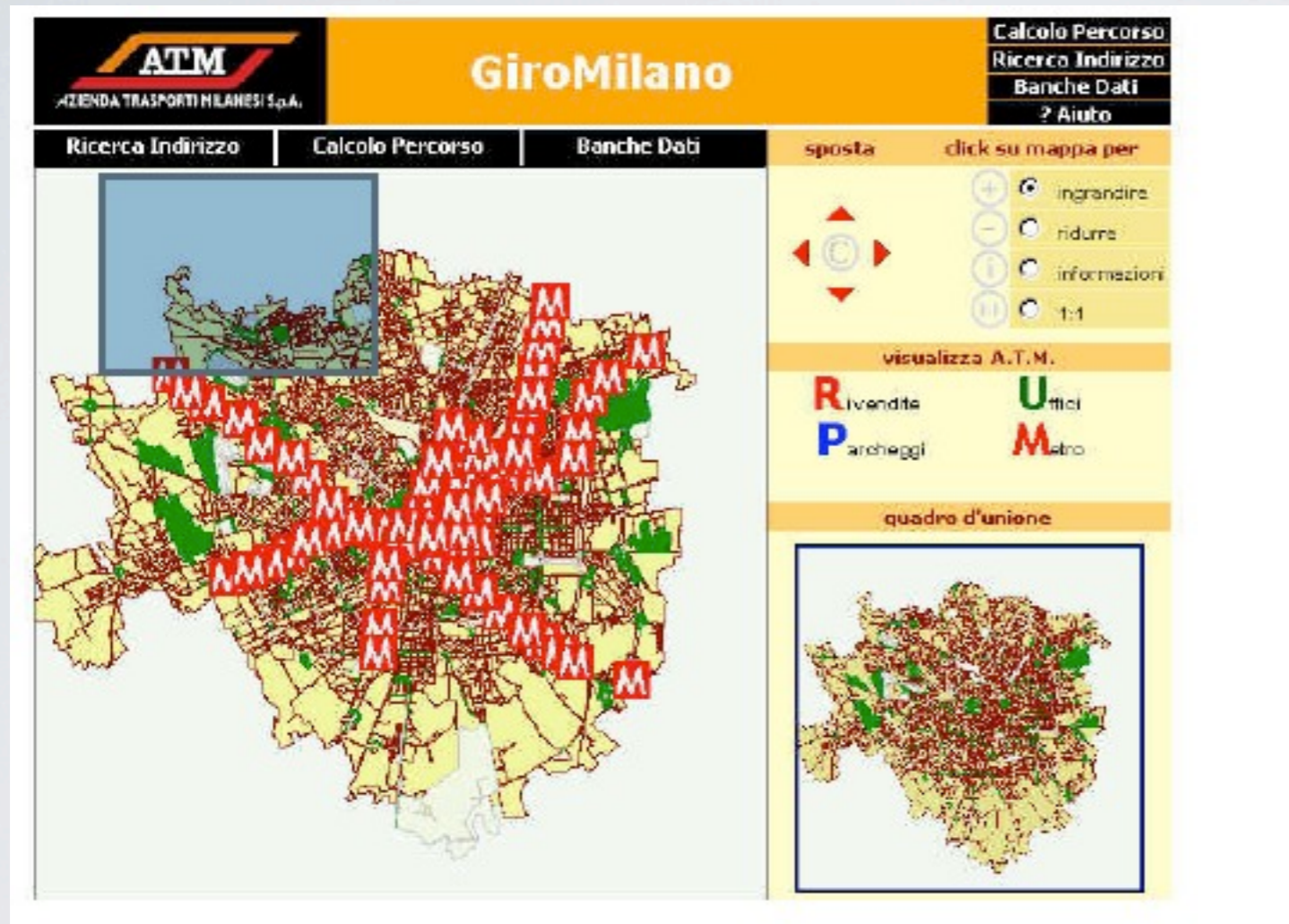
Glossario

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

- **Acm (Association for Computing Machinery):** associazione costituita nel 1947 per promuovere lo sviluppo professionale e la ricerca nel settore degli elaboratori elettronici.
- **Access provider:** fornitore di accesso a Internet.
- **Accesso diretto:** connessione permanente 24 ore su 24 a Internet.
- **Accesso indiretto:** connessione a Internet attraverso un Internet Provider (fornitore con accesso alla Rete 24 ore su 24).
- **Account:** conto abbonamento, serve per accedere ai servizi a tariffe non

- background alfabetico
- forte astrazione
- uso in pochi casi (dizionari, elenchi)
- dipende dalle lingue

ORGANIZZAZIONE SPAZIALE



Uso di mappe
-problema quando ci sono
molti item

ORGANIZZAZIONE SPAZIALE



- mappatura degli spazi fisici
- problema quando ci sono molti item.
- difficoltà uso delle metafore



ORGANIZZAZIONE TEMPORALE

LIBERO venerdì 16 gennaio 2004 ore 07:18

home ricerca community news sport finanza business intrattenimento shopping canali città telefonino internet

NEWS2000 cerca nelle notizie val mattutino meteo e-notizie forum i-mode

NUOVO NEWS2000 METEO
Previsioni per tutti gli 8.100 Comuni d'Italia

prima pagina
ultime notizie
attualità
politica
economia
scienza & web
società
web magazine
noi2000
nassin

ultime notizie
notizie del 15/01/2004

- 23:56 Calcio: coppa del Re, Deportivo eliminato agli ottavi sport - Anza
- 23:52 Calcio: Longo, vogliamo tenere Stankovic sport - Anza
- 23:50 Tennis: Steffi Graf entra nella Hall of Fame sport - Anza
- 23:42 Calcio: Sergio Conceicao torna al Porto sport - Anza
- 23:40 Vigile aggredito in casa a Milano attualità - Anza
- 23:36 Calcio: Redondo, "Pronto a vincere ancora" sport - Anza
- 23:34 Microsoft disponibile modifiche XP

SMS News2000 sul tuo telefonino

Scegli una suoneria:
White flag - Dido
Bring me to life
Albachiara - Vasco

Inserisci numero:
328

INVIA

calendario, orario:
-strutturazione in unità temporali idonee (scegliere la giusta unità di tempo, altrimenti troppe/poche informazioni)

ORGANIZZAZIONE TEMPORALE

The screenshot displays the MilleMiglia website interface. On the left is a navigation menu with options like 'Informazioni Voli', 'Situazione Voli', 'Orari', 'Documenti di viaggio', 'In Volo', 'Servizi al Passeggero', 'Informazioni Bagagli', 'Uffici Alitalia', 'In viaggio per Affari', and 'In Aeroporto'. The main content area shows search results for flights from Milan to Rome. A summary table shows the search criteria: 'CITTA' DI PARTENZA' (Milano), 'CITTA' DI ARRIVO' (Roma), and 'PERIODO' (16-Jan-2004 to 16-Jan-2004). Below this, a table titled 'I tuoi risultati' lists three flight options with columns for 'PARTENZA', 'ARRIVO', 'VOLO', 'FREQUENZA', and 'VALIDITA'.

Cerca - RISULTATI

I risultati della tua richiesta sono visualizzati qui di seguito. Se desideri ulteriori informazioni seleziona il codice dell'aeroporto (es. FCO) o il numero del volo. Cliccando su NUOVA RICHIESTA in fondo allo schermo puoi procedere con una nuova ricerca.

La tua richiesta

CITTA' DI PARTENZA	CITTA' DI ARRIVO	PERIODO
Milano	Roma	16-Jan-2004 a 16-Jan-2004

I tuoi risultati

PARTENZA	ARRIVO	VOLO	FREQUENZA	VALIDITA'
<u>LIN</u> 06:40	<u>FCO</u> 07:50	<u>AZ2009</u>	L M M G V S D	16-Jan-2004 a 18-Jan-2004
<u>LIN</u> 07:00	<u>FCO</u> 08:10	<u>AZ2015</u>	L M M G V S D	16-Jan-2004 a 18-Jan-2004
<u>LIN</u> 07:15	<u>FCO</u> 08:25	<u>AZ2017</u>	L M M G V S D	16-Jan-2004 a 18-Jan-2004

MilleMiglia CLUB

Iscriviti online

* Trova il tuo PIN

ORGANIZZAZIONE TEMPORALE

The screenshot shows the Officine Panerai website's historical timeline. At the top left is the logo "OFFICINE PANERAI". To its right are navigation links: "Scrivici", "Newsletter", "Area Giornalisti", "FAQ", and "Mappa Sito". Further right are language options: "English", "Deutsch", "Français", and "日本語". Below this is a main navigation bar with "STORIA" highlighted in blue, followed by "LABORATORIO DI IDEE", "CATALOGO", "BOUTIQUES", "NEL MONDO", and "NEWS & EVENTI". Under "STORIA", there is a sub-menu with "Archivio Storico" and "Timeline". The "Timeline" section features a horizontal scroll bar with years: "1860", "1890-1900", "1900", "1910", "1915-1918", "1934", "1936", and "1945". The "1860" year is selected and highlighted in blue. To the left of the text is a portrait of Giovanni Panerai. To the right, the text describes the founding of the first watch shop in Florence in 1860 and the succession by his son, Leon Francesco.

OFFICINE PANERAI

Scrivici Newsletter Area Giornalisti FAQ Mappa Sito English Deutsch Français 日本語

STORIA LABORATORIO DI IDEE CATALOGO BOUTIQUES NEL MONDO NEWS & EVENTI

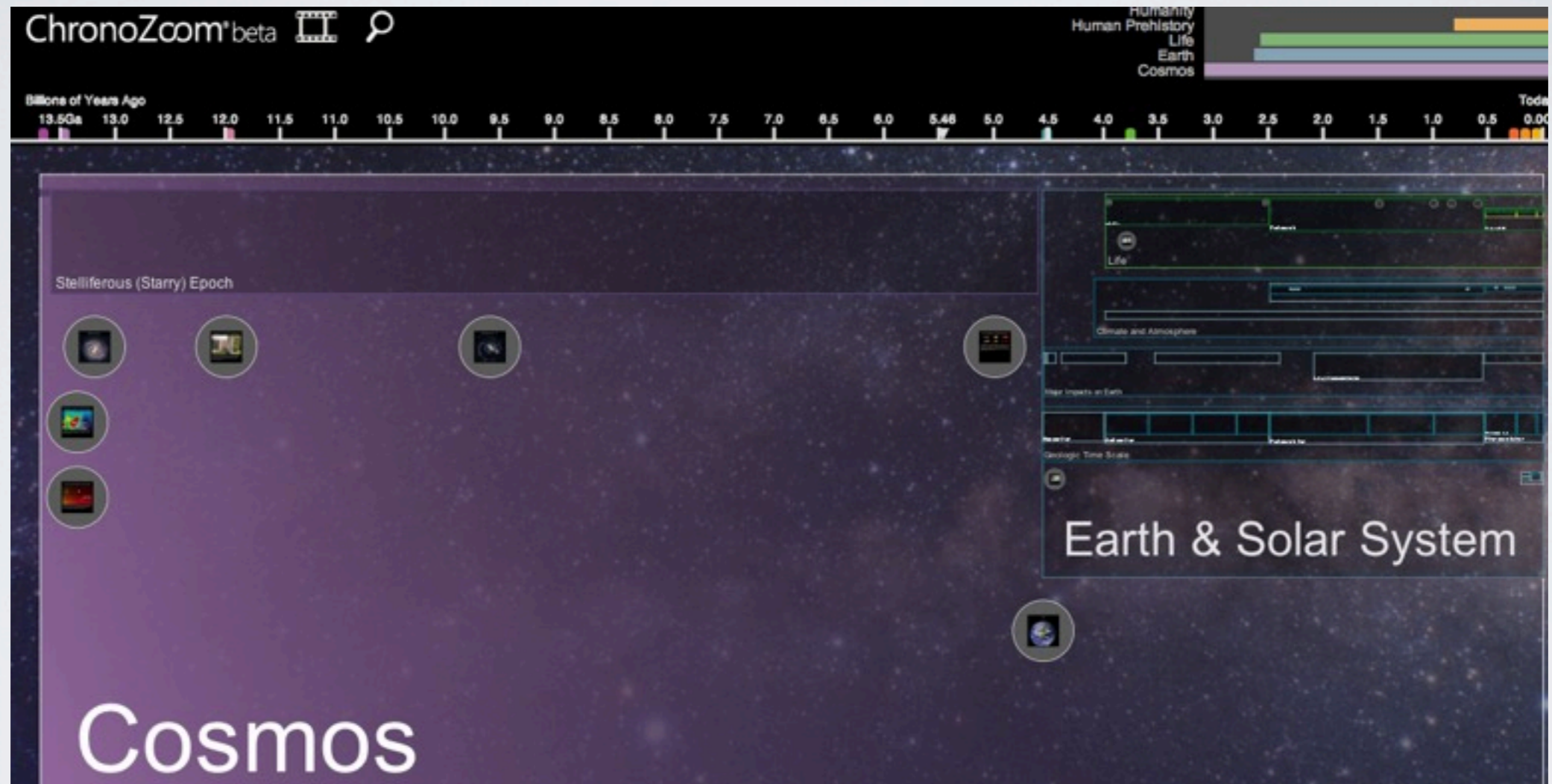
Archivio Storico Timeline 1860 1890-1900 1900 1910 1915-1918 1934 1936 1945

1860

Giovanni Panerai (1825-1897), capostipite della famiglia di imprenditori, apre sul Ponte alle Grazie il primo negozio di orologeria a Firenze ed entra in contatto con le fabbriche svizzere più antiche e prestigiose.

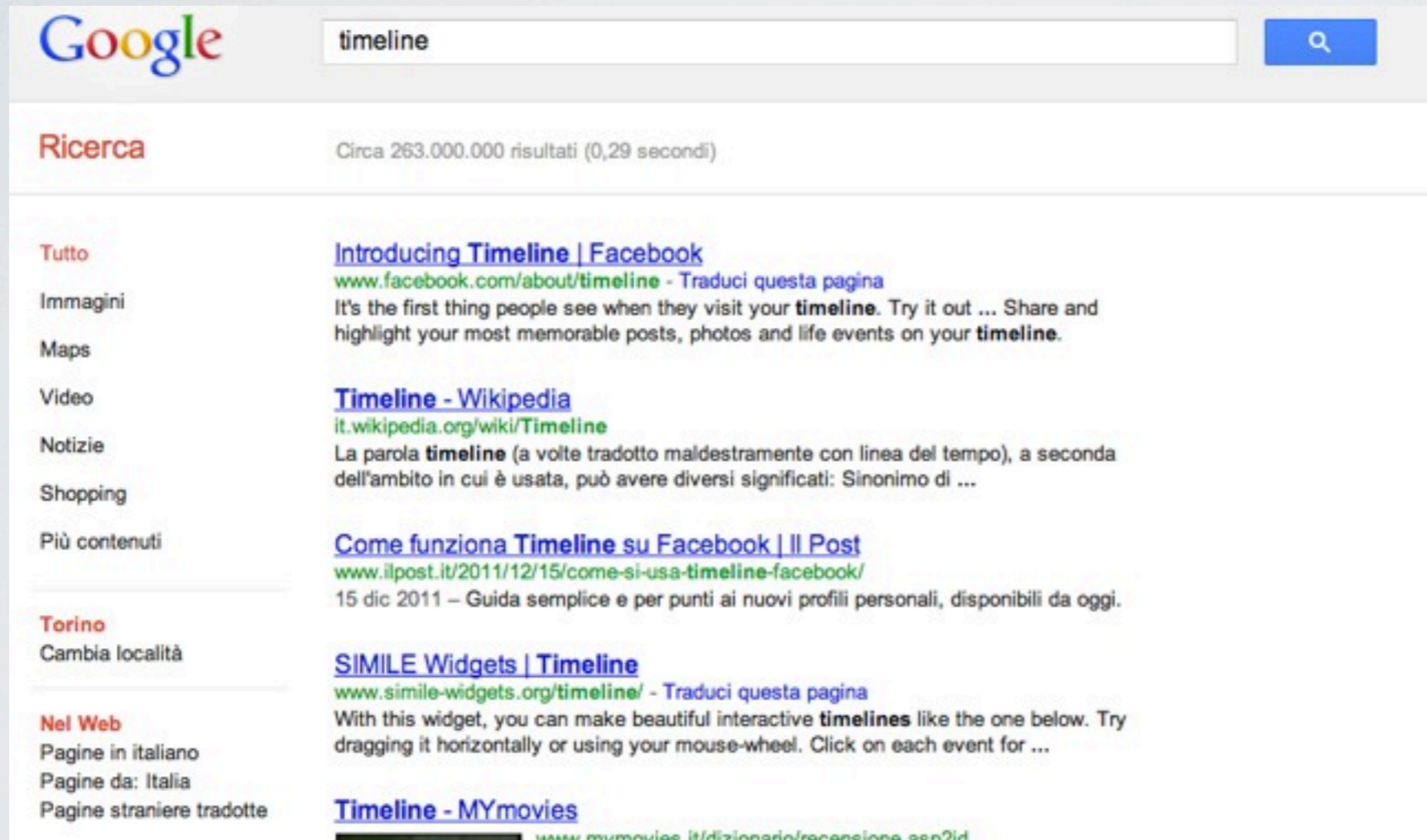
A Giovanni succede il figlio Leon Francesco.

ORGANIZZAZIONE TEMPORALE



<http://www.chronozoomproject.org>

ORGANIZZAZIONE PER SEQUENZA



Google

timeline

Ricerca Circa 263.000.000 risultati (0,29 secondi)

Tutto

Immagini

Maps

Video

Notizie

Shopping

Più contenuti

Torino

Cambia località

Nel Web

Pagine in italiano

Pagine da: Italia

Pagine straniere tradotte

[Introducing Timeline | Facebook](#)
www.facebook.com/about/timeline - Traduci questa pagina
It's the first thing people see when they visit your **timeline**. Try it out ... Share and highlight your most memorable posts, photos and life events on your **timeline**.

[Timeline - Wikipedia](#)
it.wikipedia.org/wiki/Timeline
La parola **timeline** (a volte tradotto maldestramente con linea del tempo), a seconda dell'ambito in cui è usata, può avere diversi significati: Sinonimo di ...

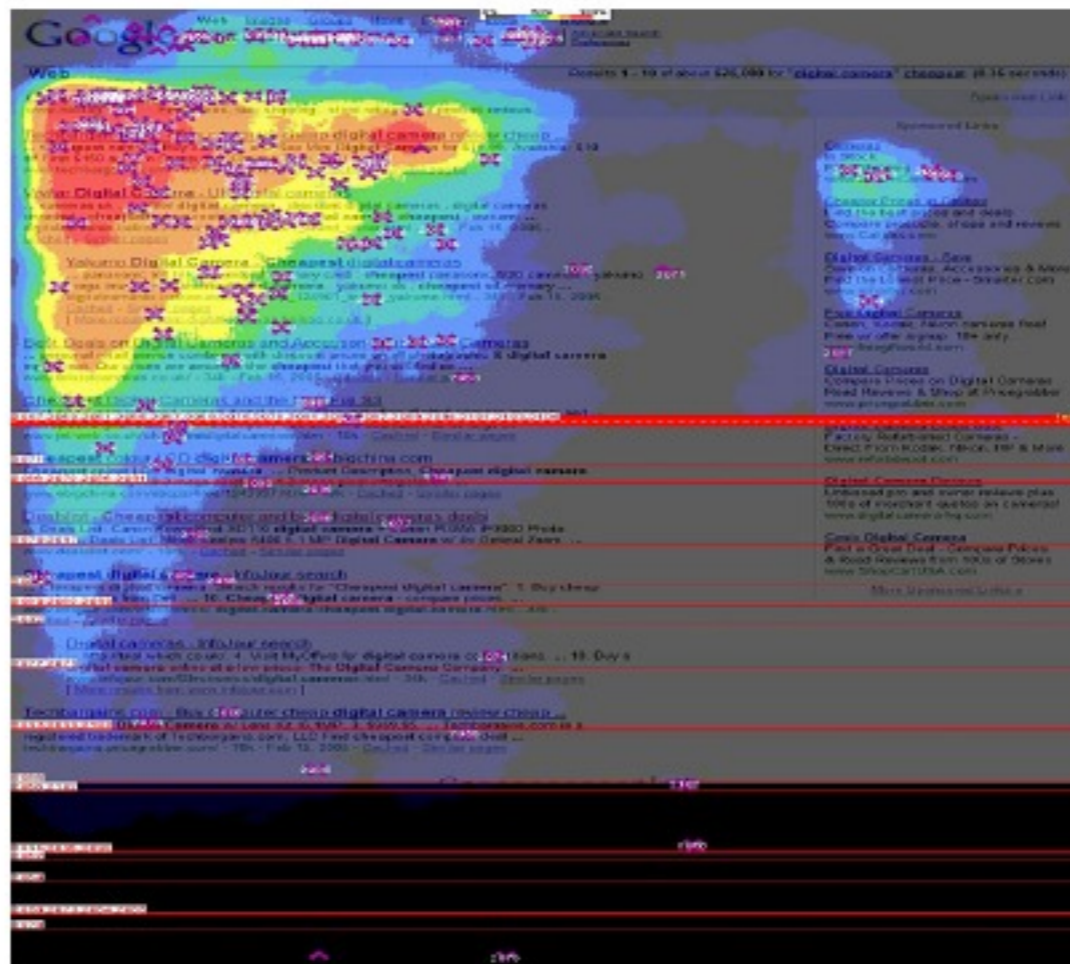
[Come funziona Timeline su Facebook | Il Post](#)
www.ilpost.it/2011/12/15/come-si-usa-timeline-facebook/
15 dic 2011 – Guida semplice e per punti ai nuovi profili personali, disponibili da oggi.

[SIMILE Widgets | Timeline](#)
www.simile-widgets.org/timeline/ - Traduci questa pagina
With this widget, you can make beautiful interactive **timelines** like the one below. Try dragging it horizontally or using your mouse-wheel. Click on each event for ...

[Timeline - MYmovies](#)
www.mymovies.it/dizionario/recensione.asp?id

La sequenza stabilisce un ordine gerarchico di tipo semantico

POSIZIONARE LE INFORMAZIONI



ORGANIZZAZIONE PER ATTIVITÀ

The screenshot displays the Posteitaliane website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Chi siamo', 'Sala stampa', 'English', and 'Registrazione'. Below this is a large banner image of a post office interior with the text 'Di cosa hai bisogno?' and a menu of services: 'spedire', 'pagare', 'gestire denaro', 'richiedere documenti', and 'altro...'. The main content area is divided into three columns: 'Prodotti postali', 'Prodotti BancoPosta', and 'Altri servizi', each with a 'Seleziona' dropdown menu. To the right, there is a 'Servizi utili' section with a dropdown menu, a 'Scopri i servizi on line' section, and a login form with fields for 'Nome utente' and password, and an 'Invia' button. Below the login form are links for 'Hai dimenticato la password?', 'Non sei ancora registrato?', and 'Difenderti dal phishing'. At the bottom, there is a 'Quick links' section with logos for 'BancoPostaonline', 'postopay', 'Mondo', 'PosteShop', 'e filatolia', 'post@web', 'SAPI', and 'Postetutela'.

Utile nel caso si voglia segmentare per scenari di azione

ORGANIZZAZIONE PER TIPO DI UTENTI



Utile nel caso
si voglia
segmentare
per target

ORGANIZZAZIONE PER CATEGORIE

The image shows a screenshot of the eBay website. At the top left is the eBay logo with the text "Welcome! Sign in or register." To the right are links for "My eBay", "Sell", "Community", "Customer Support", and "Cart". A "dailydeals Shop now" link is also present. Below the navigation is a search bar with a dropdown menu set to "All Categories" and a "Search" button. A vertical category menu on the left lists: All Categories, Fashion, Motors, Electronics, Collectibles & Art, Home, Outdoors & Decor, Entertainment, Deals & Gifts, Tickets, and Classifieds. The main content area features a promotional banner titled "You Can't Fake Fashion" with the subtitle "Available in four limited edition styles". A "Shop now" link is positioned to the left of four tote bags: Gear tote, Bucket tote, Satchel tote, and Duffel tote. A yellow tooltip over the Satchel tote displays "Invicta Men's Vintage...". At the bottom of the banner, it says "Join eBay and the CFDA in the fight against counterfeits." and includes a pagination control with numbers 1, 2, 3, and 4.

ORGANIZZAZIONE A FACCETTE



YOOX.COM SPEDIZIONE STANDARD GRATUITA

Login | Registrati | MYOOX

DONNA UOMO BAMBINO PETS CASA SPECIAL EDITIONS YOOXYGEN VINTAG

Abbigliamento Denim Calzature Borse Accessori Gioielli Top Picks

TOP DESIGNER VEDI DI PIÙ +

- BALENCIAGA
- CHLOE'
- DIESEL
- DOLCE & GABBANA
- DSQUARED2
- GUCCI
- MARC JACOBS
- MARNI
- MIU MIU
- MOSCHINO
- PRADA
- ROBERTO CAVALLI

TOP CATEGORIE VEDI DI PIÙ +

- ACCESSORI
- BORSE
- CALZATURE
- CAMICIE
- CAPISPALLA
- GONNE
- JEANS
- MAGLIERIA
- MARE E PISCINA
- PANTALONI
- TOPWEAR
- VESTITI

TOP PICKS VEDI TUTTI +

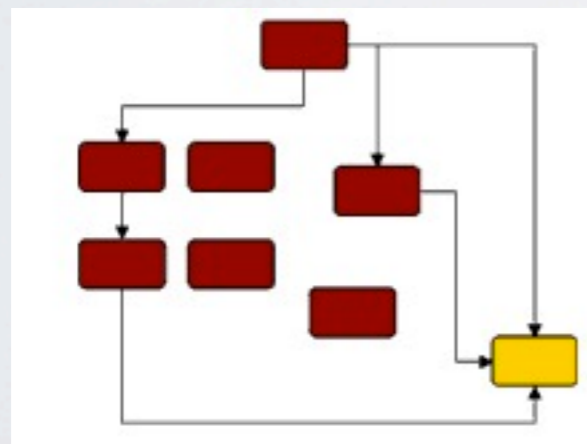
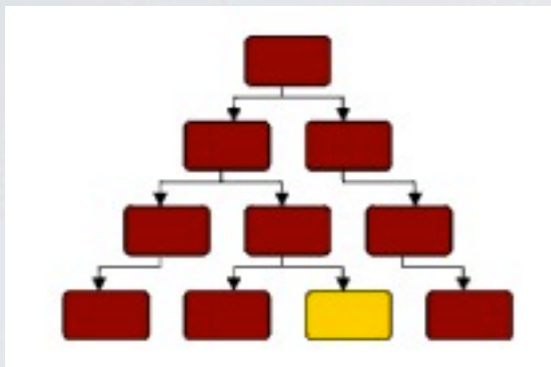
NAUTICAL CHIC

SHOP NOW OR READ MORE

INVERNO FINITO? ORA FINO AL 85% EXTRA

<http://trovabile.org/articoli/guida-alla-classificazione>

ORGANIZZAZIONE A FACCETTE



[Home](#) > [Cars & Motorsports](#) > [Cars](#)

We found 485 results for Sports Cars

Refine these Results

by Age

[New](#) (46)

[Used](#) (449)

by Manufacturer

[Ferrari](#) (108)

[Ford](#) (32)

[Porsche](#) (44)

[view more](#)

by Model Year

[1993](#) (26)

[1994](#) (26)

[1997](#) (26)

[view more](#)

by Estimated Price

[\\$10,000 to \\$20,000](#) (126)

[\\$20,000 to \\$30,000](#) (75)

[Under \\$10,000](#) (123)

[view more](#)

Search Results

Showing 1-15 of 485 items

Page 1 [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#) [8](#) [9](#) [10](#) ... [33](#)

[Next](#)

Compare

[Hide photos](#)

Sort by
[Name](#) or [Rating](#)

Sort by
[Price](#)

Compare



[2003 Nissan 350Z](#)

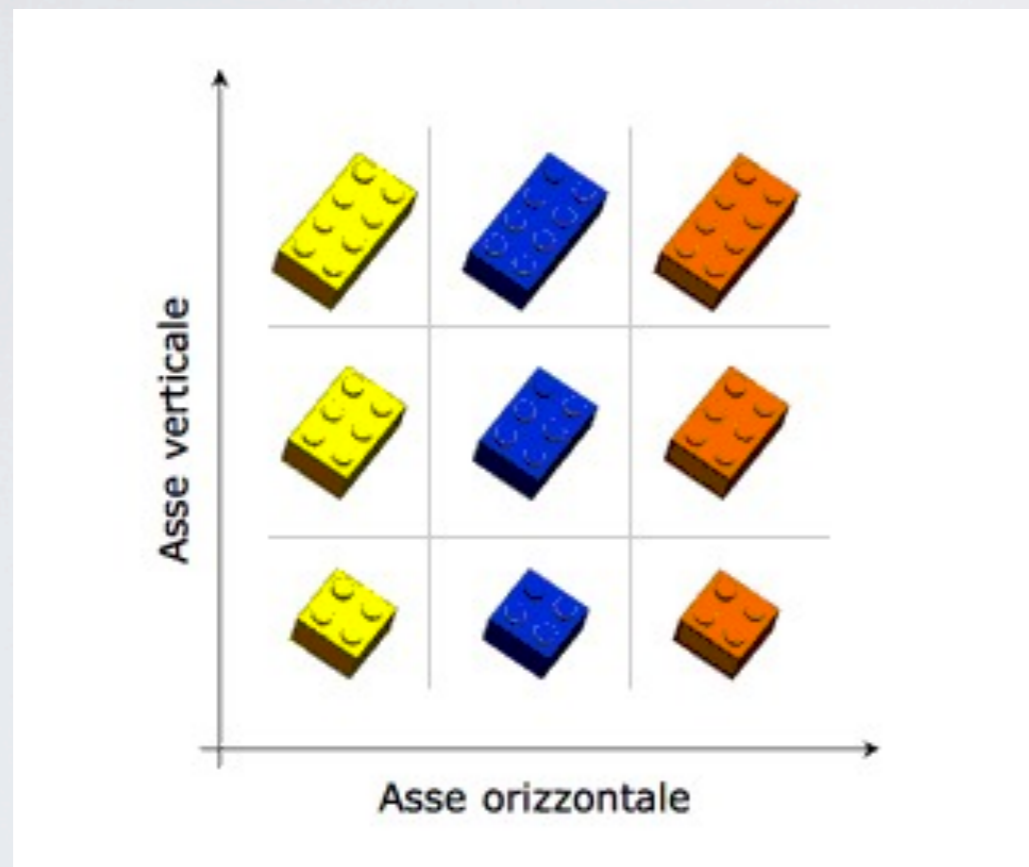
New, Sports Cars, Nissan, 2003

★★★★★

[10 reviews](#)

[Compare Prices](#)

ORGANIZZAZIONE A FACCETTE: UN APPROCCIO MULTI-ACCESSO



Non sempre chi effettua una ricerca ha semplicemente l'obiettivo di trovare un oggetto specifico (**know-item seeking**); spesso ha anche l'esigenza di acquisire maggiori informazioni o risorse su un dato argomento (**exhaustive seeking**), oppure al contrario non sa bene cosa sta cercando (**exploratory seeking**). Sfruttando proprio le diverse faccette in cui ogni item è scomposto, un sistema multidimensionale può fornire una navigazione contestuale più raffinata e flessibile.

<http://trovabile.org/articoli/guida-alla-classificazione>

ORGANIZZAZIONE A FACCETTE: UN APPROCCIO MULTI-ACCESSO

Secondo Ranganathan qualsiasi oggetto può essere classificato secondo queste dimensioni:

- entità
- materia
- energia (processi, fenomeni)
- spazio
- tempo

Egli suggerisce questo ordine di priorità:

PMEST: Personalità, Materia, Energia, Spazio,
Tempo

<http://trovabile.org/articoli/guida-alla-classificazione>

ORGANIZZAZIONE PER CLOUD E FOLKSONOMY

Esplora milioni di foto e video provvisti di geotag!

Ricerca indirizzo: [VAI](#)

- Machu Pichu, Peru
- Self portraits across the globe
- 'Urban Decay' in the U.S. South
- 'Nature', all over the planet

Guarda la video guida su come visualizzare e come aggiungere dei geotag al tuo album oppure inizia subito a geotaggarlo!

Esplora Flickr attraverso i tag

art beach blue bw **california** canada **canon** china christmas city concert de england europe **family** festival film flower flowers food france friends green instagramapp iphoneography italy japan live london music **nature** new newyork night **nikon** nyc paris park party people photography portrait red sky snow **square** squareformat street summer sunset **travel** trip uk **usa** vacation water **wedding** white winter

ORGANIZZAZIONE PER METAFORE



SOLID SOUP

Concentrato
CREATIVO

DESIGN • ORIGINALE
D.O.C.
CREATIVO

Solid Soup è come una buona ricetta di cucina; i migliori ingredienti sapientemente miscelati per servire saporiti progetti di comunicazione.
Un concentrato di idee, capacità, creatività e gusto, che nasce dall'incontro di professionisti di consolidata esperienza e sforna calde e fumanti portate di grafica, web design, illustrazione, fotografia, multimedia ed eventi.
In tavola un menù completo e variegato capace di soddisfare i palati più esigenti, alla ricerca del piatto perfetto, del sapore assoluto.
Solid Soup stende la tovaglia, mette l'acqua sul fuoco e stappa un'ottima annata.
Benvenuti, buongustai.

BLITZ Studio + **fabbrikk** + **frenk** DESIGNER

<http://solidsoup.com/>

ORGANIZZAZIONE PER METAFORE

The image shows a website layout for 'Solid Soup' with a navigation bar at the top containing 'CHI SIAMO', 'LAVORI', 'SERVIZI', and 'CONTATTI'. The main content is presented as an open book with a wooden cover. The left page features the headline 'SOLO I MIGLIORI INGREDIENTI' and a list of services: GRAFICA WEB, ILLUSTRAZIONE, MULTIMEDIA, FOTOGRAFIA, COMUNICAZIONE, and EVENTI. The right page lists five services, each with a food-related icon and a descriptive paragraph:

- GRAFICA • STAMPA**: Non dimenticare che molti clienti possono ancor oggi essere efficacemente raggiunti al di fuori del web. Siamo specializzati nel realizzare qualsiasi strumento di comunicazione grafica.
- SITI WEB • E-COMMERCE**: Un sito progettato con cura può fare la differenza tra il successo e il fallimento nel mercato moderno. Non perderti in un mare di siti mediocri. Noi creiamo forti esperienze web che ti aiuteranno a far crescere la tua presenza online.
- ILLUSTRAZIONE**: A volte un approccio meno convenzionale può essere l'idea vincente per la tua immagine. Mettiamo al tuo servizio illustratori di alto livello, che daranno quel tocco fresco ed originale di cui hai bisogno.
- FOTOGRAFIA • VIDEO • MULTIMEDIA**: Non puoi sottovalutare l'importanza della giusta immagine nel presentarti. Siamo in grado di creare l'immagine di cui hai bisogno e di applicarla a tutti i media richiesti dal tuo progetto.
- COMUNICAZIONE • EVENTI**: Il tuo marchio è importante. Presentarsi in maniera corretta è importante. Possiamo aiutarti a rendere più consistente il tuo marchio attraverso forti campagne di comunicazione.

<http://solidsoup.com/>

ORGANIZZAZIONE PER METAFORE



ORGANIZZAZIONE PER METAFORE: ATTENZIONE ALLE METAFORE ABUSATE



ORGANIZZAZIONE PER METAFORE: ATTENZIONE ALLA CONSISTENCY

just dot
Media Services

Home Portfolio About Us Blog Contacts

Hi There!
"Έχω μια φανταστική ιδέα!!"
Η καθημερινή έκφραση που αγαπάμε να ακούμε!!
Τα νέα πρότυπα web business που εισάγονται στην αγορά γεννιούνται από τις πιο απλές ιδέες. Είμαστε έτοιμοι να τις υλοποιήσουμε και να τους δώσουμε εμπορική αξία. Το εργαστήριο μας είναι πάντα στη διάθεσή σας.
Η πιο δυνατή επικοινωνιακή πολιτική μέσω Web, Software και New tech Applications, βασισμένη στα πρότυπα της επιχείρησής σας.... Is ready to Dot the market.

Brilliant Ideas Come to Life

Latest Projects
advertising solutions

Home Portfolio About Us Blog Contacts

<http://www.justdot.gr/>

<http://www.justdot.gr/>

LE METAFORE POSSONO ESSERE VISSUTE



<http://www.disturbance.fr/flash/#/ENTREE>

LE METAFORE POSSONO ESSERE ORGANICHE



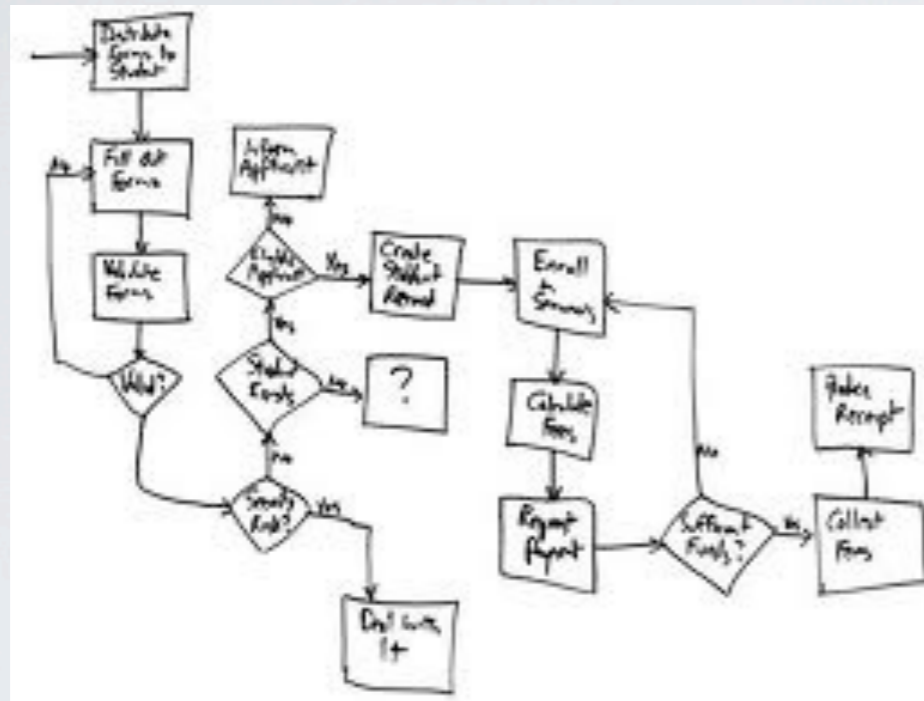
<http://rumpetroll.com/>

USIAMOLE SOLO SE SANNO SORPRENDERCI



<http://www.jkvc.me/>

AL LAVORO!



Elaborare il flow chart di macroprogettazione del proprio SNS.