

**Corso di Laurea Magistrale in Ingegneria Informatica e dei sistemi per le
Telecomunicazioni**



**Università degli Studi
Mediterranea
di Reggio Calabria**

INGEGNERIA DEL SOFTWARE

ANNO 2015/2016



Composizione del gruppo:

Angela Del Prete

Andrea Filippone

Davide Puzanghera

Andrea Scopelliti

Sommario

Introduzione.....	2
CAPITOLO 1 – DISCOVERING.....	3
1.1 INDIVIDUAZIONE DELLE PERSONAS.....	3
1.2 RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI.....	4
1.3 INTERVISTE.....	5
1.4 ANALISI DEI RISULTATI.....	12
CAPITOLO 2 – CODESIGNING.....	15
2.1 BRAINSTORMING.....	15
2.2 CARD SORTING.....	16
CAPITOLO 3 – PROGETTAZIONE.....	19
3.1 STRUTTURA DEL CONTENUTO.....	19
3.2 WIREFRAME.....	20
3.3 MOCKUP.....	27
3.4 REALIZZAZIONE DEL LOGO.....	34
3.5 FLOW CHART.....	35
3.6 IL CMS: WORDPRESS.....	39
3.7 TEMPLATE.....	39
3.8 PLUGIN.....	40
CAPITOLO 4 – TESTING.....	41
4.1 Pianificazione.....	41
4.2 Attività di test.....	41
4.3 Analisi dei risultati.....	42
CAPITOLO 5 – FUNCTION POINT ANALYSIS.....	48
5.1 TIPO DI CONTEGGIO.....	48
5.2 CONFINI APPLICATIVI.....	48
5.3. UNADJUSTED FUNCTION POINT (UFP).....	48
5.4 VALUE ADJUSTMENT FACTOR (VAF).....	53
5.5 CALCOLO DEI FUNCTION POINT (FP).....	54
CONCLUSIONE.....	55

Introduzione

Il seguente progetto consiste nel disegnare e implementare un sito web per la gestione di eventi culturali, ricreativi, ludici, rigorosamente gratuiti per gli utenti che richiederanno la partecipazione attraverso il nostro portale.

Il progetto nasce da un'idea dei ragazzi del corso di User Experience & Web Design dell'Università **RUFA** di Roma, ed è stato da noi completato ed implementato. L'idea scaturisce dalla consapevolezza che non esiste attualmente nel mercato uno strumento unico che fornisca e metta insieme informazioni riguardanti attività gratuite.

FREETICK nasce per dare una risposta immediata alla fatidica domanda “che si fa?”. Il nome “FREETICK” deriva dall'unione delle parole FREE e TICKET, in quanto questo strumento vuole rappresentare una facile chiave d'accesso (un biglietto) per le attività gratuite (free). FREETICK non è solo un motore di ricerca di attività ed eventi, è uno strumento nuovo e specifico, attraverso il quale gli utenti troveranno tutte le informazioni necessarie sugli eventi gratuiti. Saranno sempre informati e mai annoiati.

Lo scopo di questo sito è quello di facilitare e rendere più veloci le ricerche degli eventi più adatti a tutte le tipologie di utenti, tutto ciò con un altro obiettivo, non meno importante per il consumatore: **risparmiare!** Ma i consumatori non sono il nostro unico target.

Ci siamo concentrati anche su un altro target molto importante: gli organizzatori. Sono invitati a partecipare tutte le tipologie di organizzatori: dai musei alle associazioni culturali e sociali, dai locali di ogni genere (pub, discoteche, ristoranti) fino ad arrivare alle scuole o associazioni sportive.

L'obiettivo è quello di permettere agli enti di aumentare la propria visibilità, di farsi conoscere, e permettere la pubblicizzazione delle loro attività. L'intero sito web è stato sviluppato basandosi sui canoni della **User Experience**. L'utente finale è stato coinvolto dall'inizio alla fine, fornendo sia opinioni utili per la strutturazione del sito, sia interagendo direttamente con il software in via di sviluppo.

CAPITOLO 1 – DISCOVERING

Durante la prima fase di progettazione è stato utile effettuare un'analisi dettagliata sfruttando le tecniche del Discovering. Questa è servita come base per poter poi procedere adeguatamente nell'ideazione e progettazione del sito. La fase di Discovering è composta dai seguenti passi:

- ❖ **Individuazione delle personas**
- ❖ **Raccolta delle informazioni**
- ❖ **Interviste**
- ❖ **Analisi dei risultati.**

1.1 INDIVIDUAZIONE DELLE PERSONAS

L'obiettivo delle **personas** è quello di creare una rappresentazione affidabile e realistica del bacino d'utenza. Sono state prese in considerazione le seguenti personas:

- ❖ **Tecnologici (18-30 anni)**
- ❖ **Sociali (18-25 anni)**
- ❖ **Alternativi (18-25 anni)**
- ❖ **Acculturati (30-55 anni)**
- ❖ **Risparmiatori (20-35 anni)**
- ❖ **Mondani (18-25 anni)**

Di seguito sono rappresentati, nel dettaglio, gli interessi delle diverse personas:

- ❖ **Tecnologici (18-30 anni)**
 - Interesse verso nuovi media, comunicazione e tecnologia
 - Scettici verso i media tradizionali
 - Ricerca tramite dispositivi multimediali
 - Affidamento alle informazioni del web

- ❖ **Sociali (18-25 anni)**
 - Condivisione ad altre persone delle esperienze fatte
 - Utilizzo di social network

- ❖ **Alternativi (18-25 anni)**
 - Interesse per attività particolari, poco conosciute, non commerciali
 - Distinzione dalla massa, cercando esperienze nuove

❖ **Acculturati (30-55 anni)**

- Interesse per mostre, corsi, masterclass, spettacoli di cinema e teatro
- Partecipazione ad attività organizzate da musei, associazioni culturali, scuole

❖ **Risparmiatori (20-35 anni)**

- Frequentazione eventi solo se economici, meglio se gratuiti
- Ricerca in base a economicità

❖ **Mondani (18-25 anni)**

- Interesse per concerti, serate e spettacoli cinematografici
- Partecipazione ad attività organizzate da locali, pub, discoteche

1.2 RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI

Si è pensato di usare la tecnica tradizionale delle interviste **one to one** poiché è stata ritenuta la più utile nel nostro contesto per poter trarre il maggior numero di informazioni dagli **utenti** e dalle **organizzazioni**. L'intervista faccia a faccia permette anche di costruire un rapporto diretto con le persone interessate nel progetto stesso.

Per gli utenti e per le organizzazioni sono stati presentati due diversi questionari composti da domande aperte, cercando comunque di non renderle troppo ampie, per evitare di ottenere risposte vaghe e quindi compromettere il risultato del test.

1.3 INTERVISTE

Prima di poter effettuare le interviste è stato richiesto a ciascun intervistato il consenso al trattamento dei dati personali, per il rispetto della legge sulla privacy. Il modulo da compilare è il seguente:

Consenso al trattamento dei dati personali e sensibili
D. Lgs 196/2003 - Art. 23

Il sottoscritto _____
nato a _____ il ___/___/_____
residente a _____

autorizza, ai sensi dell'art. 23 del Decreto Legislativo 196/2003, Angela Del Prete, Andrea Filippone, Davide Puzzanghera e Andrea Scopelliti al trattamento dei propri dati personali per l'attività didattica relativa al corso Ingegneria Informatica e dei Sistemi per le Telecomunicazioni.

Data ___/___/_____

Firma _____

INFORMATIVA PRIVACY

Ai sensi dell'art. 13 del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 – recante disposizione in materia di protezione dei dati personali, si rendono le seguenti informazioni:
i dati personali sono richiesti, raccolti e trattati per lo svolgimento delle specifiche funzioni didattiche per il corso di Ingegneria dell'Informazione e nei limiti previsti dalla relativa normativa;
la comunicazione o la diffusione dei dati personali a soggetti pubblici o privati sarà effettuata solo se prevista da norme di legge o di regolamento o se risulta necessaria per l'attività didattica;
l'interessato potrà in ogni momento esercitare i diritti di cui all'art. 7 del D.Lgs. 30 giugno 2003 n. 196;

Di seguito viene riportato lo schema con le domande che sono state presentate agli utenti e alle organizzazioni ed alcune tra le risposte più significative:

Domande interviste utenti

1. Quali sono gli eventi organizzati che più ti piacciono? Quando e dove ne prendi parte? Da solo o in compagnia?

2. Quanto spendi in media per ogni attività a cui partecipi?

3. Come cerchi le attività che ti interessano? In base a che parametro ricerchi?

4. Trovi subito quello che cerchi o hai difficoltà?

5. Come vieni a conoscenza delle attività a cui partecipi?

6. A quali mezzi ti affidi di più?

7. Quali sono gli elementi decisivi per la tua scelta?

8. Nel caso in cui vi siano più attività interessanti, come effettui la scelta?

9. Dopo aver svolto l'attività, condividi la tua esperienza?

Domande interviste organizzazioni

1. Ogni quanto organizzate eventi? Solo per le festività o anche in altre occasioni?

2. Per quale motivo organizzate gli eventi? Per aggregare persone, farvi conoscere, o guadagnare?

3. Che tipo di eventi organizzate? Organizzate eventi gratuiti? Sareste disposti a farne di gratuiti?

4. Quale mezzo usate per promuovere i vostri eventi?

5. In media quante persone vengono ai vostri eventi? Siete soddisfatti dall'affluenza che ricevete?

6. Vi interesserebbe uno strumento che vi permettesse di promuovere le attività che organizzate?

Giuditta, 24 anni, specializzanda in Economia

Domande interviste utenti

1. Quali sono gli eventi organizzati che più ti piacciono? Quando e dove ne prendi parte? Da solo o in compagnia?

Gli eventi organizzati che preferisco sono: i concerti, le esibizioni musicali Live, gli spettacoli di cabaret e le partite di basket. Sempre in compagnia.

2. Quanto spendi in media per ogni attività a cui partecipi?

Le attività possono essere a costo zero o a pagamento. Solitamente queste ultime non superano la cifra di 100 euro.

3. Come cerchi le attività che ti interessano? In base a che parametro ricerchi?

Cerco le mie attività sui siti internet dedicati o sui Social Network. Mi baso principalmente sulla collocazione geografica dell'evento.

4. Trovi subito quello che cerchi o hai difficoltà?

Nella maggior parte dei casi trovo subito quello che cerco.

5. Come vieni a conoscenza delle attività a cui partecipi?

Tramite pubblicità (TV, giornali) o annunci sui Social Network.

6. A quali mezzi ti affidi di più?

Siti internet affidabili e giornali.

7. Quali sono gli elementi decisivi per la tua scelta?

Valuto attentamente com'è stato organizzato l'evento e quanto è vicino alla zona in cui vivo.

8. Nel caso in cui vi siano più attività interessanti, come effettui la scelta?

Effettuo la mia scelta in base alle mie passioni e alla convenienza.

9. Dopo aver svolto l'attività, condividi la tua esperienza?

Sì, la condivido.

Daniele, 25 anni, Odontoiatra

Domande interviste utenti

1. Quali sono gli eventi organizzati che più ti piacciono? Quando e dove ne prendi parte? Da solo o in compagnia?

Sono concerti live e/o Dj set di musica Hip Hop o House. Nel fine settimana quasi sempre il venerdì, naturalmente in compagnia.

2. Quanto spendi in media per ogni attività a cui partecipi?

Dai 7 ai 10€. Massimo 20€.

3. Come cerchi le attività che ti interessano? In base a che parametro ricerchi?

Tramite Facebook e gruppi su WhatsApp di persone con gli stessi interessi.

4. Trovi subito quello che cerchi o hai difficoltà?

Ho difficoltà a trovare serate di qualità per quello che riguarda i DJ set.

5. Come vieni a conoscenza delle attività a cui partecipi?

Tramite i Social Network.

6. A quali mezzi ti affidi di più?

Siti internet.

7. Quali sono gli elementi decisivi per la tua scelta?

L'artista e l'ambiente.

8. Nel caso in cui vi siano più attività interessanti, come effettui la scelta?

In base alla compagnia e al clima che si formerà in base alla gente che andrà.

9. Dopo aver svolto l'attività, condividi la tua esperienza?

Quasi mai, in un anno condivido 1-2 serate.

Carmelo, 26 anni, studente di Scienze Naturali

Domande interviste utenti

1. Quali sono gli eventi organizzati che più ti piacciono? Quando e dove ne prendi parte? Da solo o in compagnia?

Fiere.

2. Quanto spendi in media per ogni attività a cui partecipi?

In media 15 euro.

3. Come cerchi le attività che ti interessano? In base a che parametro ricerchi?

Girovagando sugli eventi di facebook o aggiornandomi sui vari siti riguardanti i vari eventi, o vengo avvertito dagli amici.

4. Trovi subito quello che cerchi o hai difficoltà?

In media 15 minuti.

5. Come vieni a conoscenza delle attività a cui partecipi?

Facebook o passaparola.

6. A quali mezzi ti affidi di più?

Ai siti ufficiali degli eventi, quando ci sono.

7. Quali sono gli elementi decisivi per la tua scelta?

Il prezzo è uno degli elementi più importanti, ma anche la raggiungibilità del posto e infine il parere degli amici al riguardo.

8. Nel caso in cui vi siano più attività interessanti, come effettui la scelta?

In base a prezzo, luogo, data e interessi personali.

9. Dopo aver svolto l'attività, condividi la tua esperienza?

La condivido in privato con gli amici, raramente pubblico le foto sui Social Network.

(L)IMITAZIONE, collettivo di musicisti e amanti della musica con base a Reggio Calabria

Domande interviste organizzazioni

- 1. Ogni quanto organizzate eventi? Solo per le festività o anche in altre occasioni?
In media organizziamo tre eventi al mese sia durante le festività che non.**

- 2. Per quale motivo organizzate gli eventi? Per aggregare persone, farvi conoscere, o guadagnare?
Organizziamo eventi per far conoscere il circuito artistico cittadino di Reggio Calabria proponendo uno scambio ed un confronto diretto tra chi crea la propria musica, chi spende il proprio tempo alla ricerca di una proposta musicale originale e chi vuole ascoltare le voci del proprio territorio, nel proprio territorio. Siamo un collettivo di musicisti e amanti della musica nato non a scopo di lucro.**

- 3. Che tipo di eventi organizzate? Organizzate eventi gratuiti? Sareste disposti a farne di gratuiti?
Organizziamo concerti di musica di vario genere, mostre d'arte e di fotografia.
I nostri eventi sono sempre gratuiti.**

- 4. Quale mezzo usate per promuovere i vostri eventi?
I Social Network, in particolare Facebook.**

- 5. In media quante persone vengono ai vostri eventi? Siete soddisfatti dall'affluenza che ricevete?
In media 100 persone. Si abbastanza.**

- 6. Vi interesserebbe uno strumento che vi permettesse di promuovere le attività che organizzate?
Se è economico e se i nostri eventi riescono ad arrivare a più persone sì, visto che non guadagniamo dovremo pagare a spese nostre questo strumento che proponete.**

1.4 ANALISI DEI RISULTATI

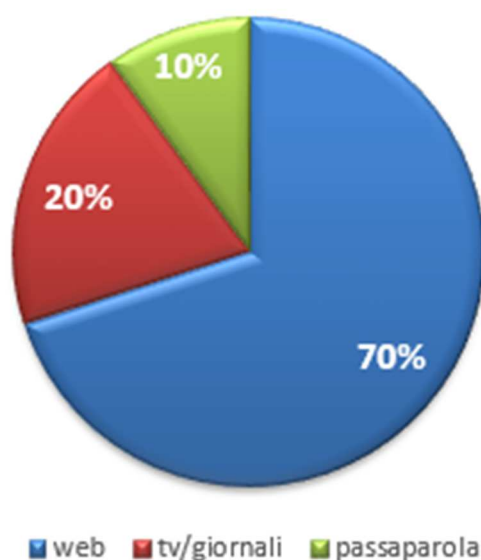
Ecco una rappresentazione sintetica dei dati in nostro possesso attraverso l'analisi delle informazioni ricevute.

Dall'analisi delle interviste svolte dai clienti, risulta indispensabile prestare particolare attenzione ai seguenti aspetti:

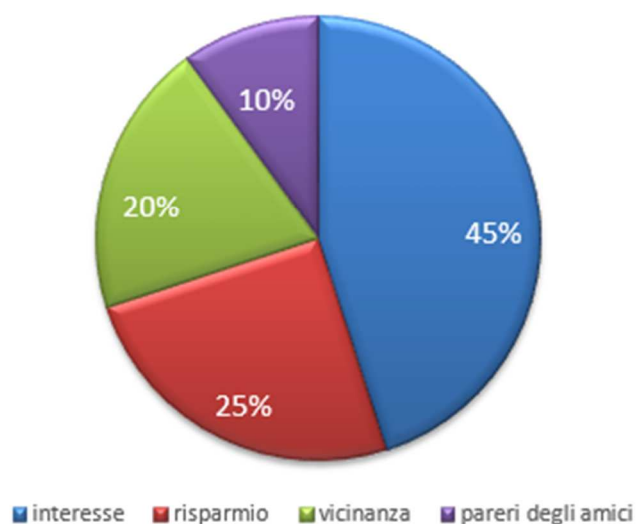
- Facilità di utilizzo
- Chiarezza nell'organizzazione dei contenuti
- Presenza di sezioni dedicate a statistiche e risultati
- Presenza sui Social Network
- Necessità di grafica e design accattivanti e coinvolgenti

GRAFICI UTENTI

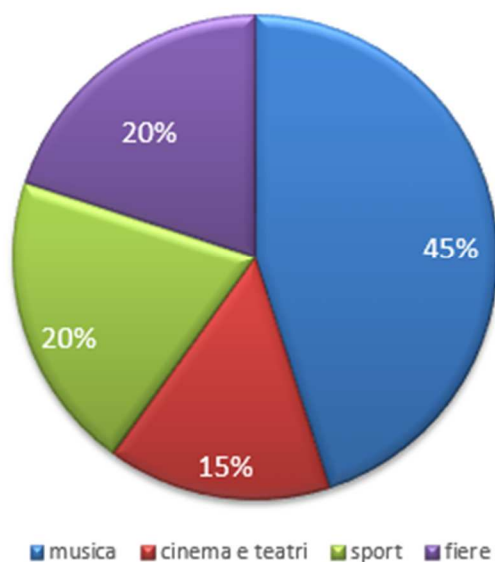
Come cerchi gli eventi che ti interessano?



Quali sono gli elementi decisivi per la scelta dell'evento?

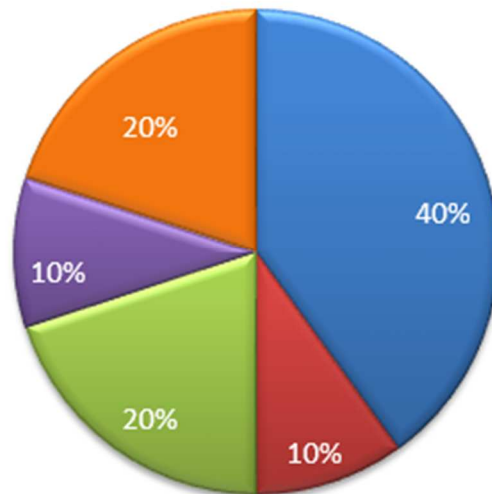


Che tipo di eventi preferisci?



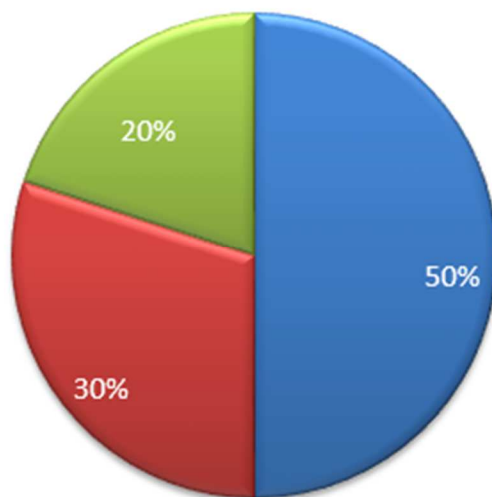
GRAFICI ORGANIZZAZIONI

Quale mezzo usi per promuovere i tuoi eventi?



■ facebook ■ sito web ■ twitter ■ volantini ■ instagram

Ogni quanto organizzate eventi?



■ mensilmente ■ settimanalmente ■ dopo vari mesi

Le analisi fatte ci hanno permesso di comprendere meglio l'ambiente in cui vogliamo inserirci. Nella maggior parte dei casi le aspettative degli utenti e delle organizzazioni sono coincise con quelle degli stakeholders.

CAPITOLO 2 – CODESIGNING

Il Codesigning, anche conosciuto come codesign (co-design) è un approccio alla progettazione di artefatti, dunque non solo digitali, che sostiene la necessità di una partecipazione attiva delle persone alle quali il prodotto è destinato. Il codesigning trova una delle massime espressioni nel **design thinking**, la filosofia sulla quale Ideo ha costruito il proprio metodo progettuale.

In seguito alla raccolta dei dati fatta nella precedente fase di Discovering, lo scenario comincia a sembrare più chiaro, abbiamo quindi iniziato la progettazione del prodotto. Per fare questo, sempre cercando di soddisfare le richieste del committente, ci siamo avvalsi delle tecniche di Codesigning, nel tentativo di coinvolgere attivamente gli utenti nella produzione di idee e nella ricerca di soluzioni.

Ci siamo serviti di due tipologie di tecniche:

Le tecniche di **Brainstorming**;

Le tecniche di **Card Sorting**.

2.1 BRAINSTORMING

Il brainstorming (letteralmente, tempesta di cervelli) è una tecnica di lavoro di gruppo con cui ci si prefigge di ricercare il massimo di idee su un tema preciso e delle soluzioni creative ad un problema. Nelle situazioni interpersonali usuali, l'atteggiamento valutativo e la formulazione di giudizi risultano essere i principali responsabili del blocco della produzione di nuove idee; il giudizio e la critica, anche se riferiti alle proposte presentate, e non ai soggetti che hanno formulato le proposte, tendono comunque a conglobare le persone nella valutazione e nel giudizio.

Questo fatto inevitabilmente provoca resistenze e paure a manifestare, in pubblico o nel gruppo, le proprie idee.

Con la tecnica del brainstorming si possono superare tali difficoltà eliminando ogni giudizio critico o di valore su ciò che viene espresso dai singoli in una situazione di gruppo. In questa situazione, tutti i partecipanti sono alla pari, non esistono bravi o meno bravi; tutte le idee, anche quelle che possono apparire sciocche, presentano pari dignità euristica ai fini della soluzione ricercata. L'obiettivo non è quello di aumentare le capacità creative individuali, ma quello di facilitare la libera espressione di ciascuno per aumentare le potenzialità creative del gruppo.

2.2 CARD SORTING

Il card sorting è un metodo di classificazione usato spesso nello user experience design per definire l'architettura informativa o schema di navigazione di un sito: serve a coinvolgere gli utenti finali nella progettazione. Attraverso una rappresentazione su cartoncini delle varie aree del sito si invita le persone ad organizzarle secondo la propria logica.

La tecnica del Card Sorting può essere effettuata per gruppi o singole persone.

Noi abbiamo utilizzato il Card Sorting nella forma chiusa ed individuale, per evitare che possano sorgere idee influenzate e eventuali confusioni generali.

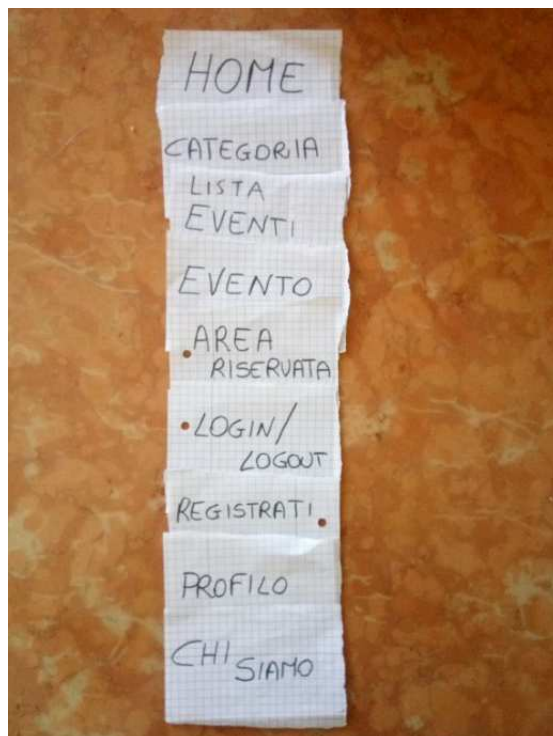
È un metodo di coinvolgimento degli utenti per definire raggruppamenti (classificazioni, categorizzazioni) di **contenuti**.

Si scrive ogni contenuto su un cartoncino e si chiede a diversi utenti di classificarli per somiglianza.

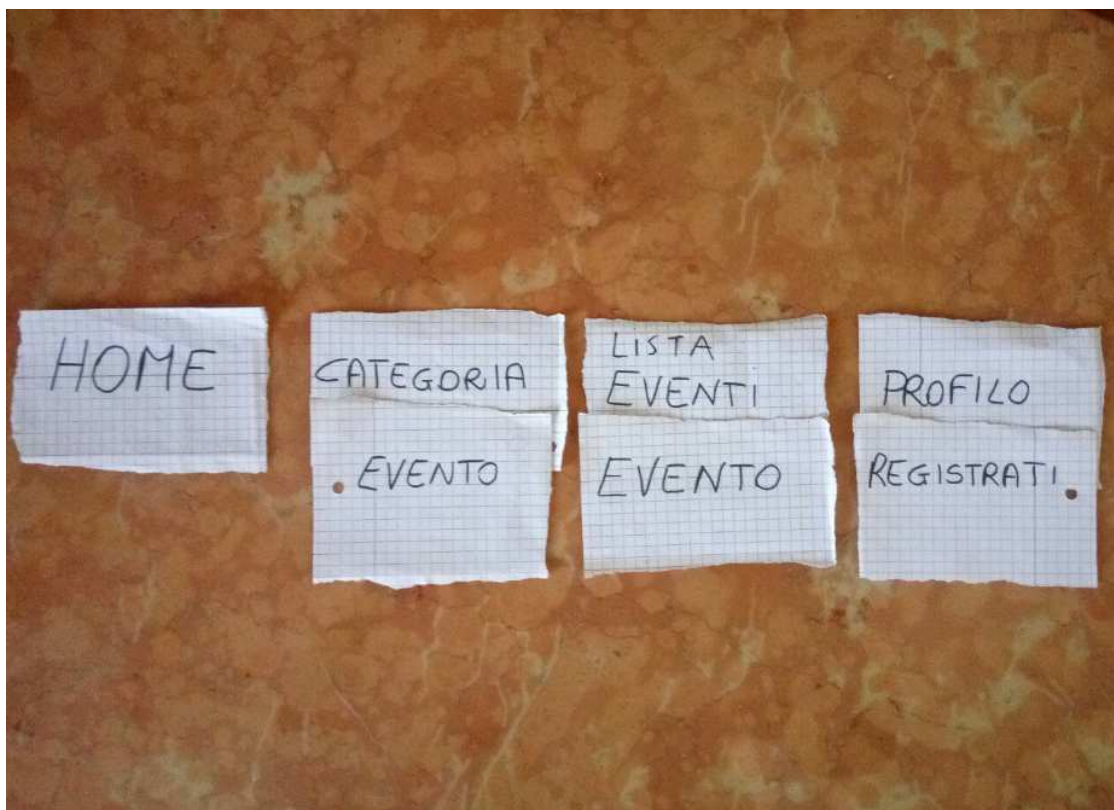
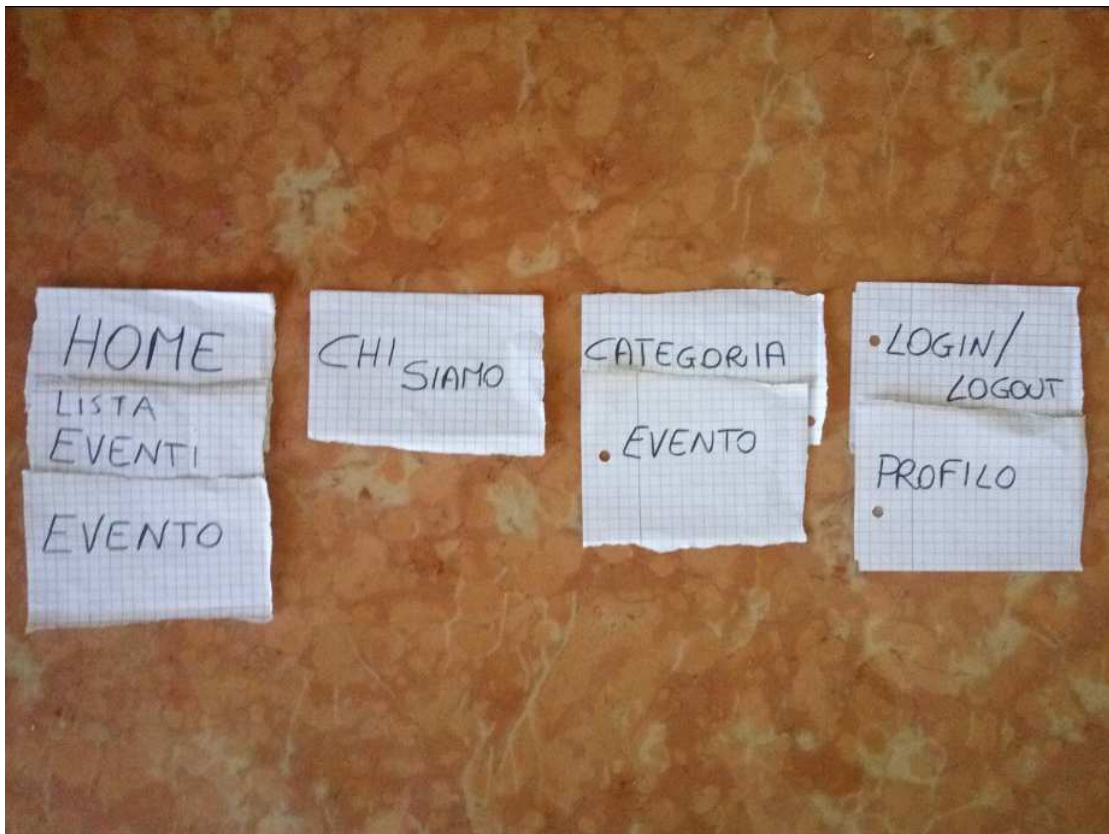
Si devono prima di tutto definire i contenuti da sottoporre al Card Sorting: se il sito è già esistente, si fa un inventario dei contenuti già esistenti o di quelli in previsione; in caso contrario, i contenuti devono essere definiti attraverso indagini con gli stakeholder.

Fra questi, i committenti del sito, gli utilizzatori, gli autori di contenuti.

Durante questa fase sono stati coinvolti quattro soggetti, ai quali è stata data la possibilità di raggruppare i contenuti in macro-aree. sono stati creati i seguenti modelli:



In questa immagine vediamo l'elenco dei contenuti da categorizzare.



Queste due immagini, sono il risultato di due tentativi che non ci hanno soddisfatto.

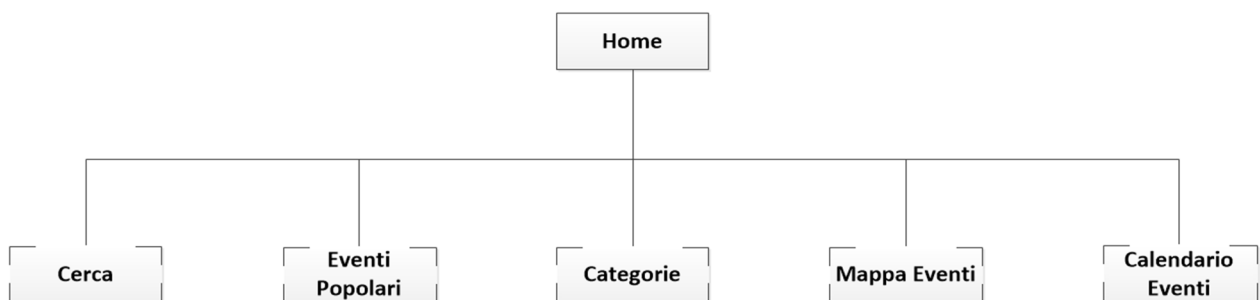
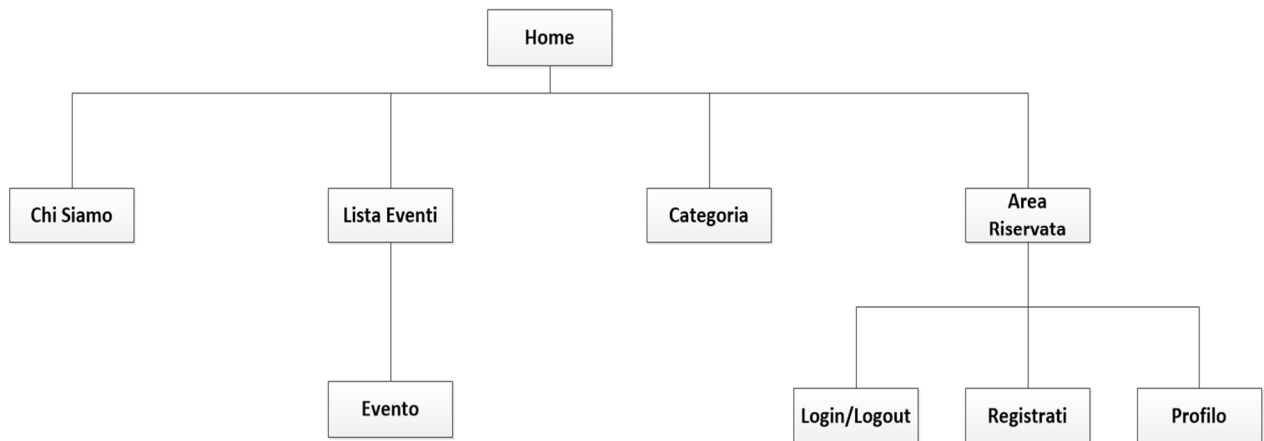


Contrariamente dai primi due risultati, il terzo ci è sembrato immediatamente rappresentativo del nostro prodotto. È per questo motivo che abbiamo deciso di tenerlo in considerazione per l'implementazione.

CAPITOLO 3 – PROGETTAZIONE

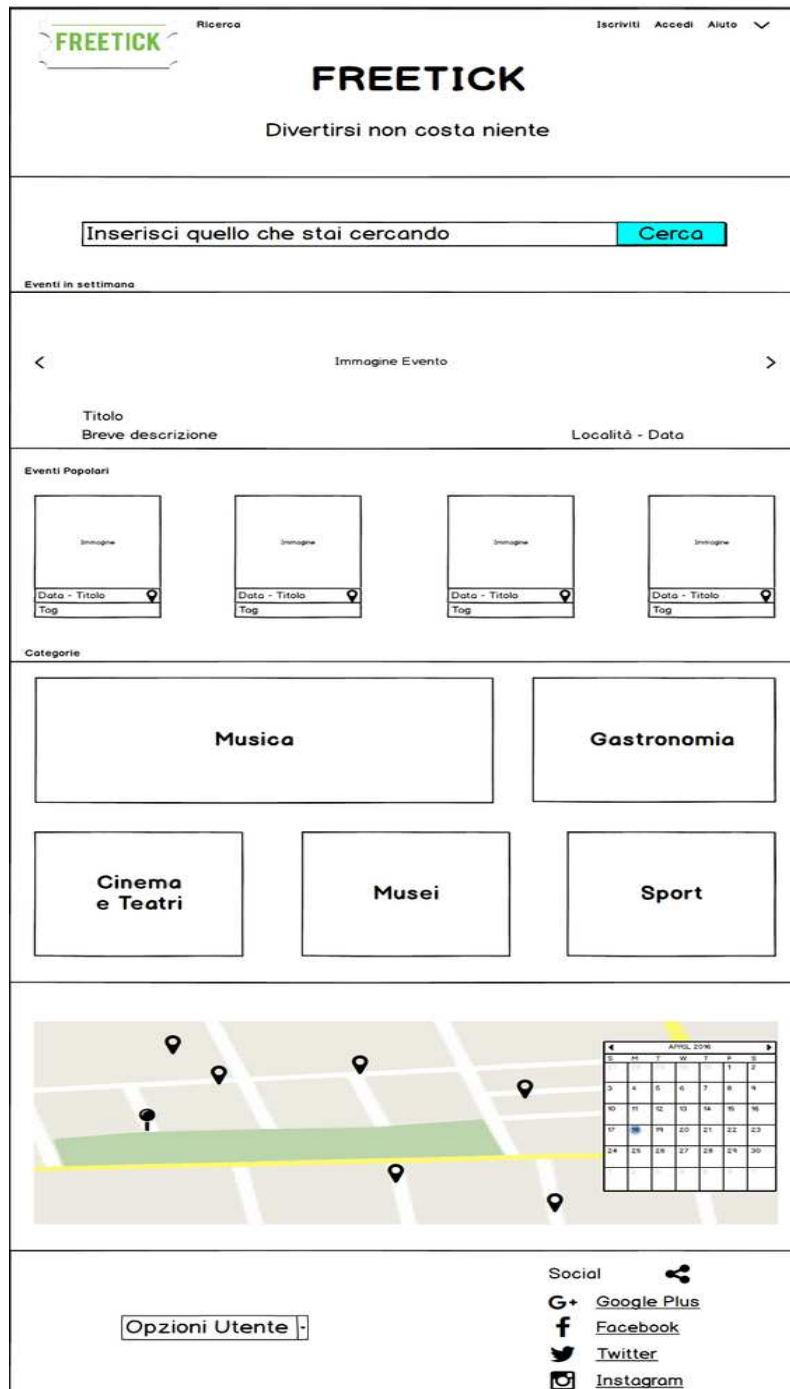
3.1 STRUTTURA DEL CONTENUTO

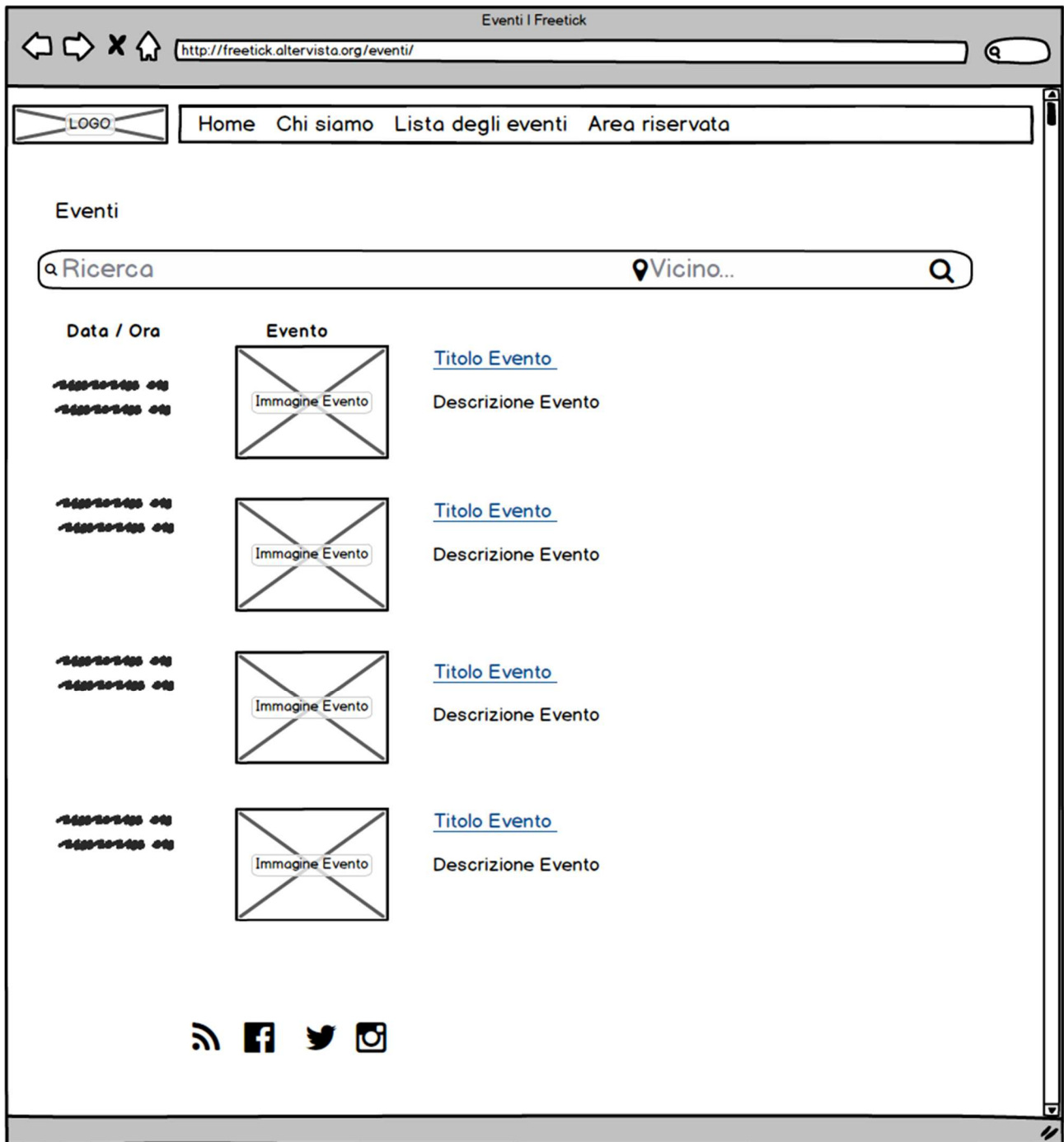
Una volta raccolte tutte le informazioni necessarie si è proceduto a realizzare l'**architettura** del nostro sito, facendo in modo di accontentare tutti gli stakeholders, e di realizzare una struttura semplice e su misura dell'utente. Si è prevista come prima cosa la realizzazione di una mappa del sito, che potesse dare una immediata e facile lettura dell'organizzazione dei contenuti. Oltre alla mappa del sito classica, ne abbiamo aggiunta un'altra che illustra le singole sezioni della pagina home.




3.2 WIREFRAME

Per iniziare la progettazione del sito, realizzare dei **prototipi** grafici molto semplici permette di iniziare un progetto costruendo nel team una visione condivisa e approvata da tutti di quel che si intende ottenere come prodotto finale. Inoltre possono subito essere messi all'opera i principi di **Human Computer Interaction** nel cercare di costruire interfacce utenti semplici da utilizzare, imparare e di gradimento.





Browser title: Login / Logout | Freetick
Address bar: http://freetick.altervista.org/loginlogout/

Navigation:  Home Chi siamo Lista degli eventi Area riservata

Section: Login/Logout

Form fields:
Nome utente o Email
Password


Options:
 Ricordami

Buttons:

Social media icons: RSS, Facebook, Twitter, Instagram

Registrazione Utenti | Freetick

[http://freetick.altervista.org/registrati/](#)

 [Home](#) [Chi siamo](#) [Lista degli eventi](#) [Area riservata](#)

Registrazione Utenti

Vuoi registrarti al sito come utente?

Gli utenti possono prenotarsi direttamente agli eventi e gestire le proprie prenotazioni e i propri eventi dalla propria area riservata

Username *

First Name





Last Name

Email *

Password *

Repeat Password *

Invia queste credenziali via email.





Le mie prenotazioni | Freetick

http://freetick.altervista.org/eventi/le-mie-prenotazioni/

LOGO Home Chi siamo Lista degli eventi Area riservata

Le mie prenotazioni

Evento	Data	Posti	Stato	
Evento1	01/01/2016	1	approvato	
Evento2	01/07/2016	1	approvato	Annullare
Evento3	01/08/2016	1	approvato	Annullare
Evento4	01/09/2016	1	approvato	Annullare
Evento5	01/10/2016	1	approvato	Annullare

Profilo organizzatore | Freetick

http://freetick.altervista.org/profilo-organizzatore/





LOGO Home Chi siamo Lista degli eventi Area riservata

Profilo Organizzatore

[Prossimi \(12\)](#) | [Eventi passati \(44\)](#)

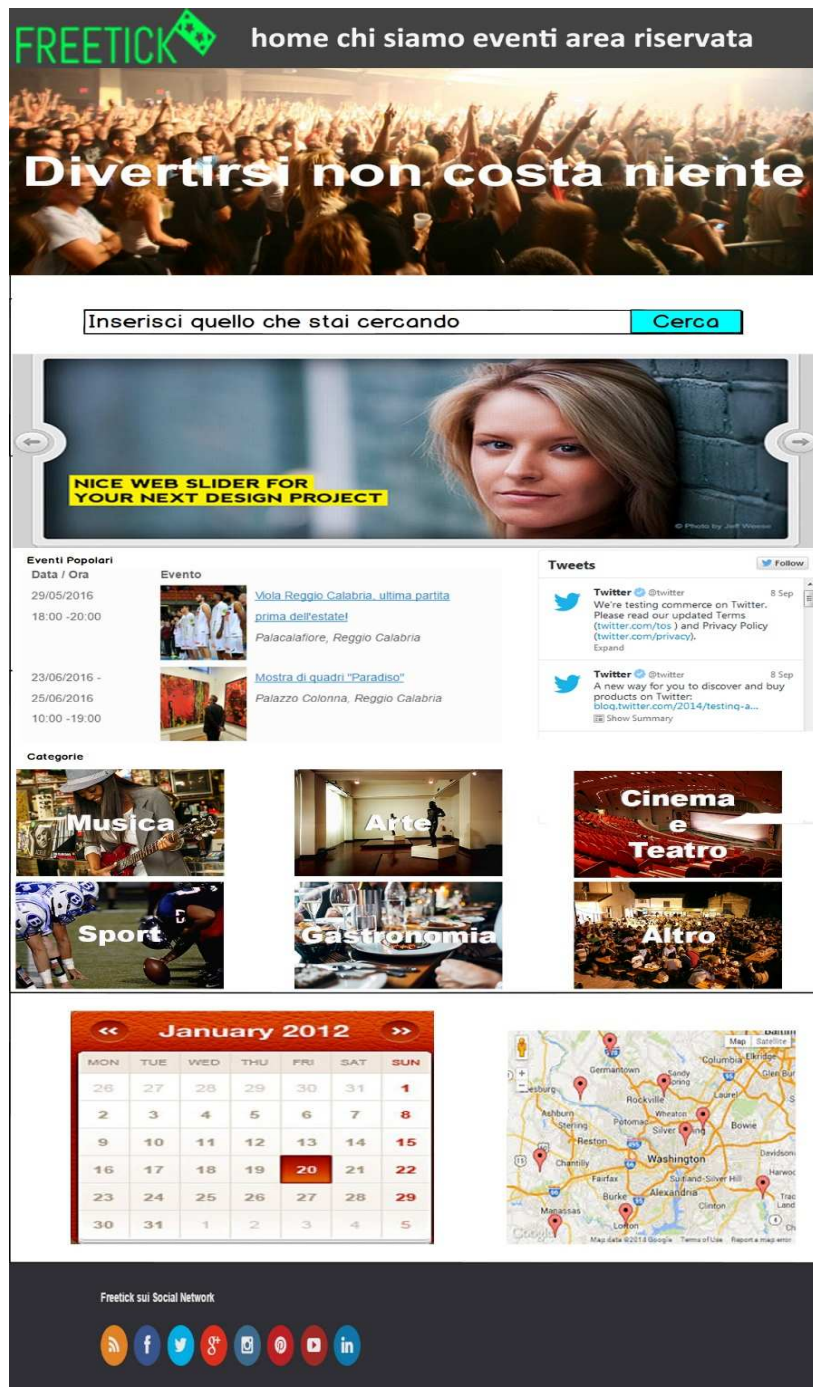
Ricerca eventi **Aggiungi Nuovo**

Nome	Luogo	Data e ora
Evento 1 Prenotazioni - Prenotato 32/50 Cancellare	Reggio Calabria +	12/05/2016 18:00
Evento 2 Prenotazioni - Prenotato 32/50 Cancellare	Roma +	12/04/2016 19:00
Evento 3 Prenotazioni - Prenotato 32/50 Cancellare	Bari +	13/06/2016 17:00
Evento 4 Prenotazioni - Prenotato 32/50 Cancellare	Lecce +	21/06/2016 09:00

3.3 MOCKUP

I wireframe vengono successivamente raffinati per produrre i mockup, che sono sempre prototipi grafici, ma più dettagliati e che oltre all'organizzazione dei contenuti e delle interfacce mostrino anche la **grafica** che si intende realizzare. I mockup possono essere di livello 1 o di livello 2, a seconda di quanto ci si voglia allontanare dal wireframe e avvicinarsi alla versione finale del sito. Nel nostro caso si è preferito saltare di un livello e costruire direttamente i mockup di livello 2.




Chi Siamo







FREETICK home chi siamo eventi area riservata









Eventi

Ricerca Vicino... 

[Mostra ricerca avanzata](#)

Data / Ora	Evento	
14/09/2014 09:00 14/09/2014 09:00		Titolo Evento Descrizione Evento
14/09/2014 09:00 14/09/2014 09:00		Titolo Evento Descrizione Evento
14/09/2014 09:00 14/09/2014 09:00		Titolo Evento Descrizione Evento
14/09/2014 09:00 14/09/2014 09:00		Titolo Evento Descrizione Evento

Freetick sui Social Network

FREETICK  **home chi siamo eventi area riservata**


Login/Logout


Nome utente o Email

Password

Ricordami

Freetick sui Social Network



home chi siamo eventi area riservata

Registrazione Utenti

Vuoi registrarti al sito come utente?

Gli utenti possono prenotarsi direttamente agli eventi e gestire le proprie prenotazioni e i propri eventi dalla propria area riservata

Name

Username *

First Name


Last Name

E-mail *

Password *

Repeat Password *

Freetick sui Social Network



FREETICK home chi siamo eventi area riservata

Le mie prenotazioni

Evento	Data	Posti	Stato	
50° anniversario di matrimonio	22/09/2016	1	Approvato	Annullare
I Bronzi di Riace nudi come non li avete mai visti!	01/06/2016	1	Approvato	Annullare
Scuola estiva di Filosofia G Colli	18/07/2016	1	Approvato	Annullare

Freetick sui Social Network

FREETICK home chi siamo eventi area riservata

Profilo Organizzatore

[Prossimi \(12\)](#) | [Eventi passati \(44\)](#)

Ricerca Eventi **Aggiungi nuovo**

Nome	Luogo	Data e ora
schiuma party	+ reggio calabria	04/06/2016 - 05/06/2016
Prenotazioni – Prenotato: 0/10	via lungomare - reggio calabria	Tutto il giorno
Cancellare		
50° anniversario di matrimonio	+	22/09/2016
Prenotazioni – Prenotato: 1/400	-	1:00 pm - 7:00 pm
Cancellare		

Freetick sui Social Network

3.4 REALIZZAZIONE DEL LOGO

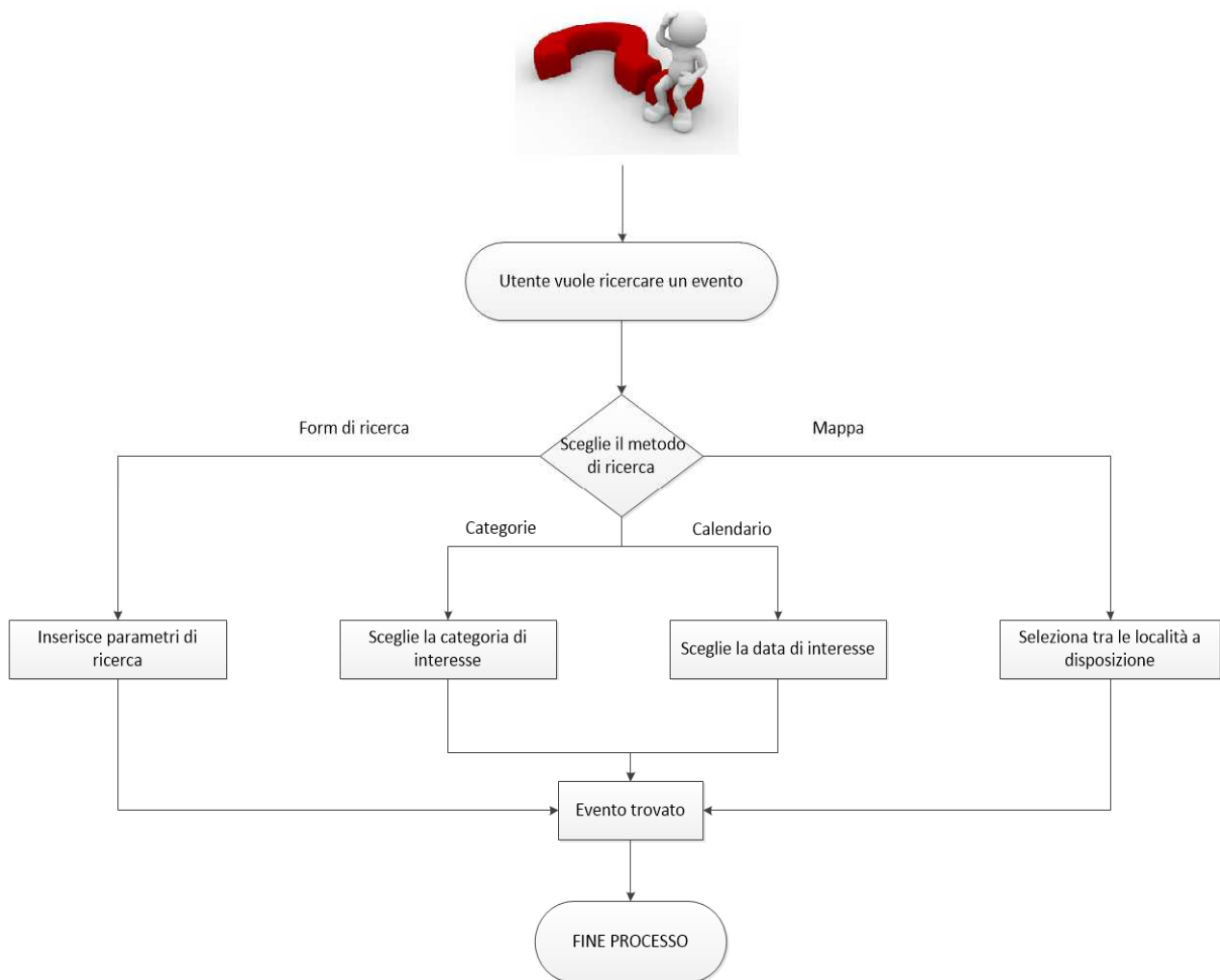
Il logo è una delle forme di comunicazione più semplici e veloci che esistono, rappresenta il “volto” mostrato al cliente. Per un sito web che si occupa di eventi che cerca di far subito apparire la sua attrattiva e la sua semplicità di utilizzo si è proceduto a realizzare un logo semplice e dal colore vivace.

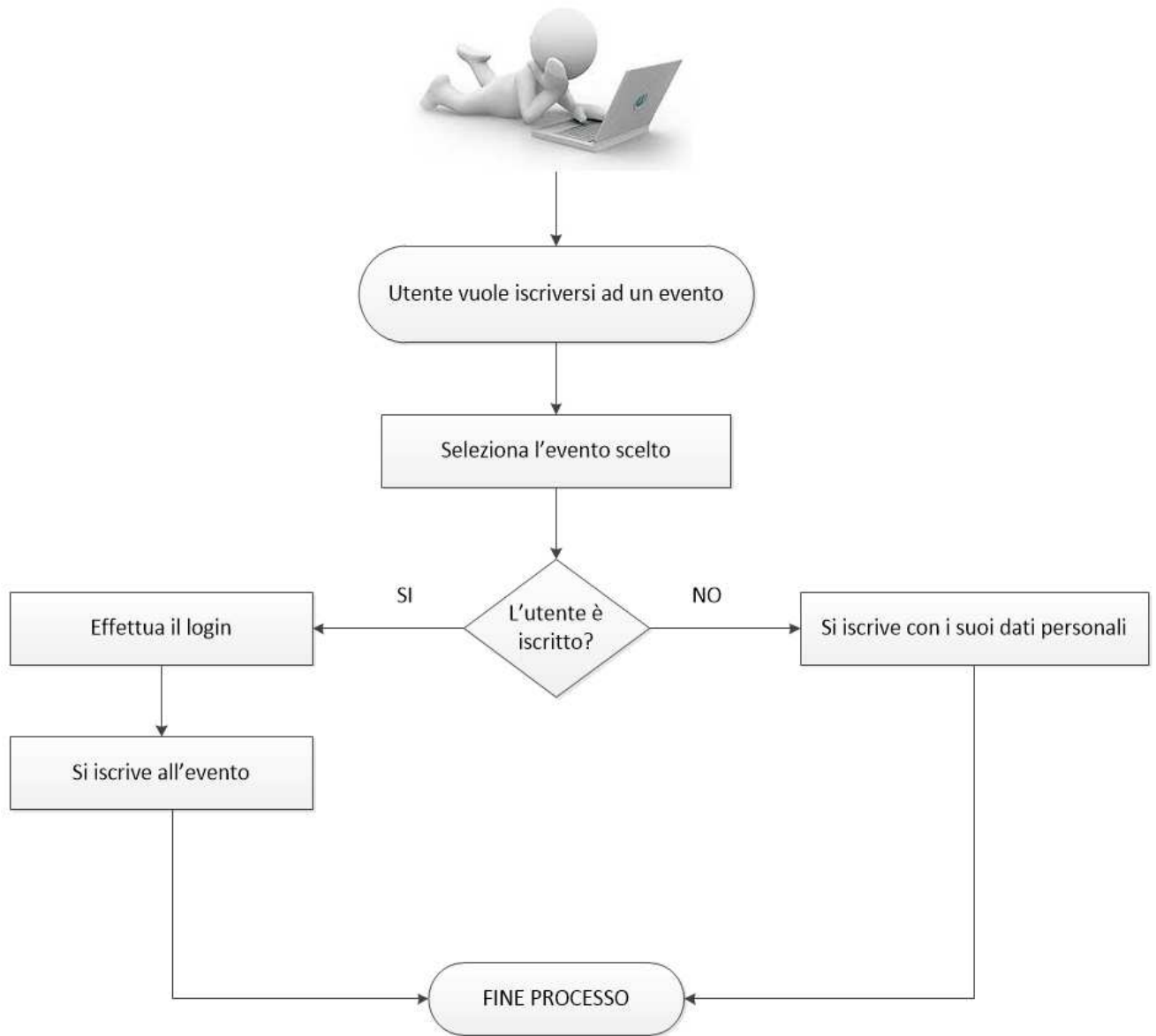


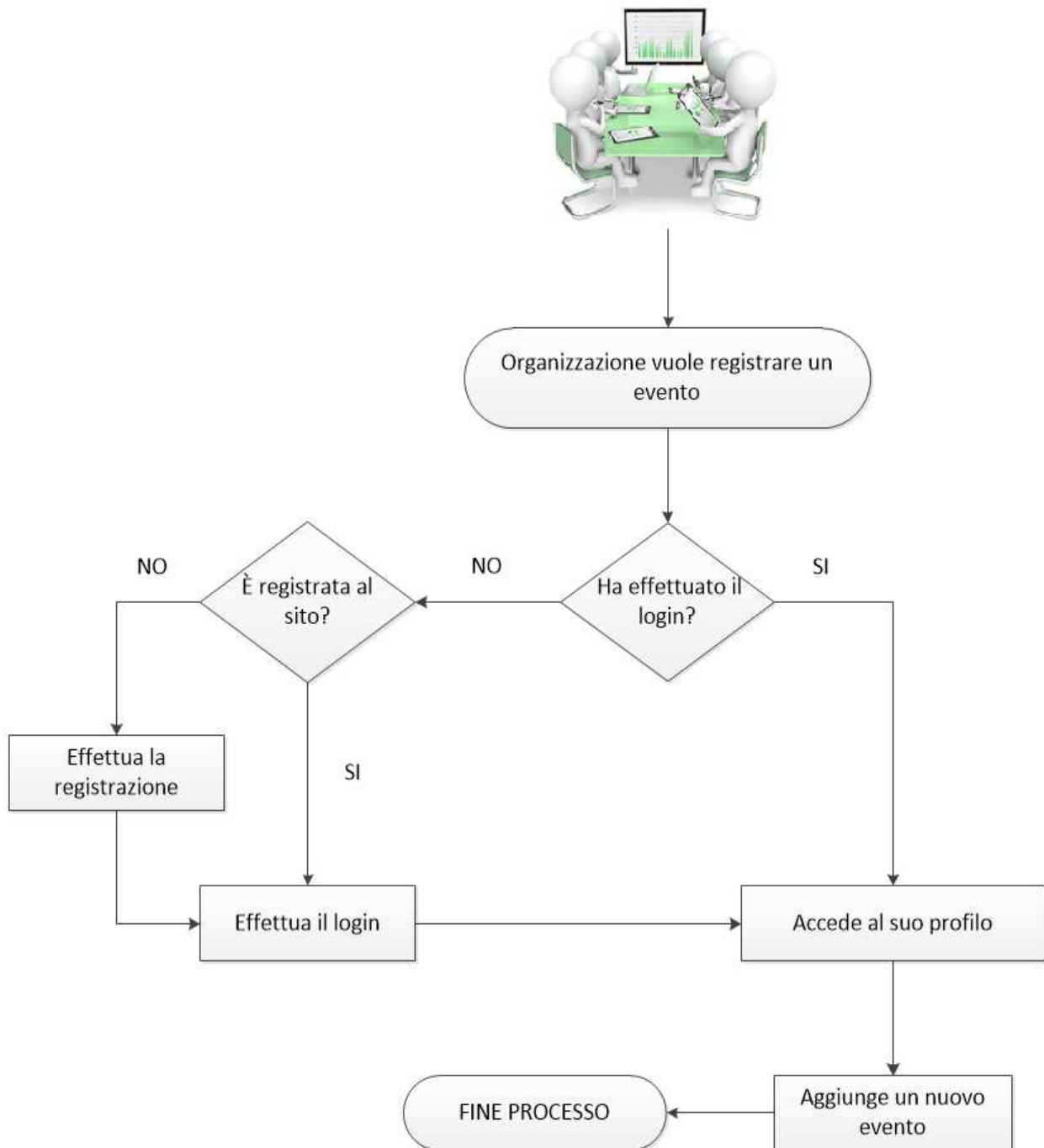
Prima di ottenere il risultato finale il logo ha subito diverse modifiche, da parte dei vari membri del progetto nei diversi brainstorming di gruppo.

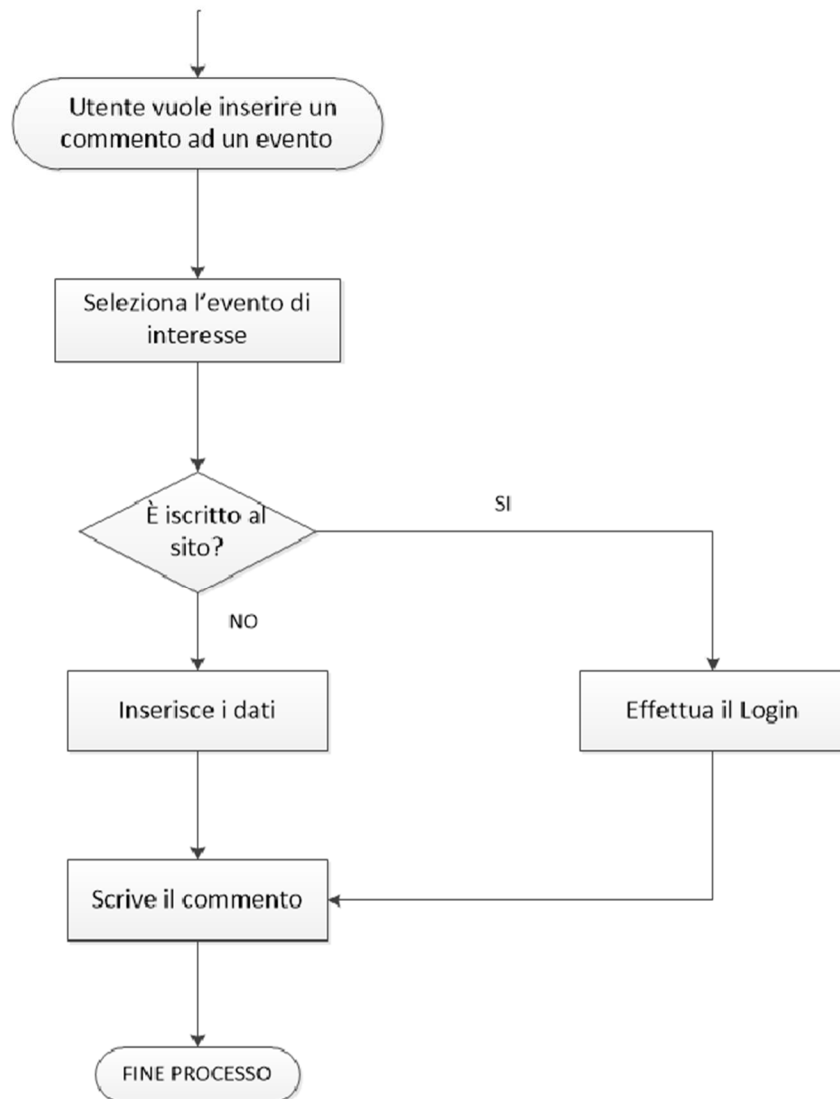
3.5 FLOW CHART

I flow chart raccontano il funzionamento di un processo step-by-step. Evidenziano gli utenti e le funzioni del sistema che entrano in gioco nella fornitura di un servizio del sito. Sono stati realizzati alcuni flowchart che riguardano le procedure fondamentali di Freetick.









3.6 IL CMS: WORDPRESS

Il **Content Management System** è uno strumento utilizzato dai webmasters per gestire un sito web evitando di dover programmare l'intero software lato server.



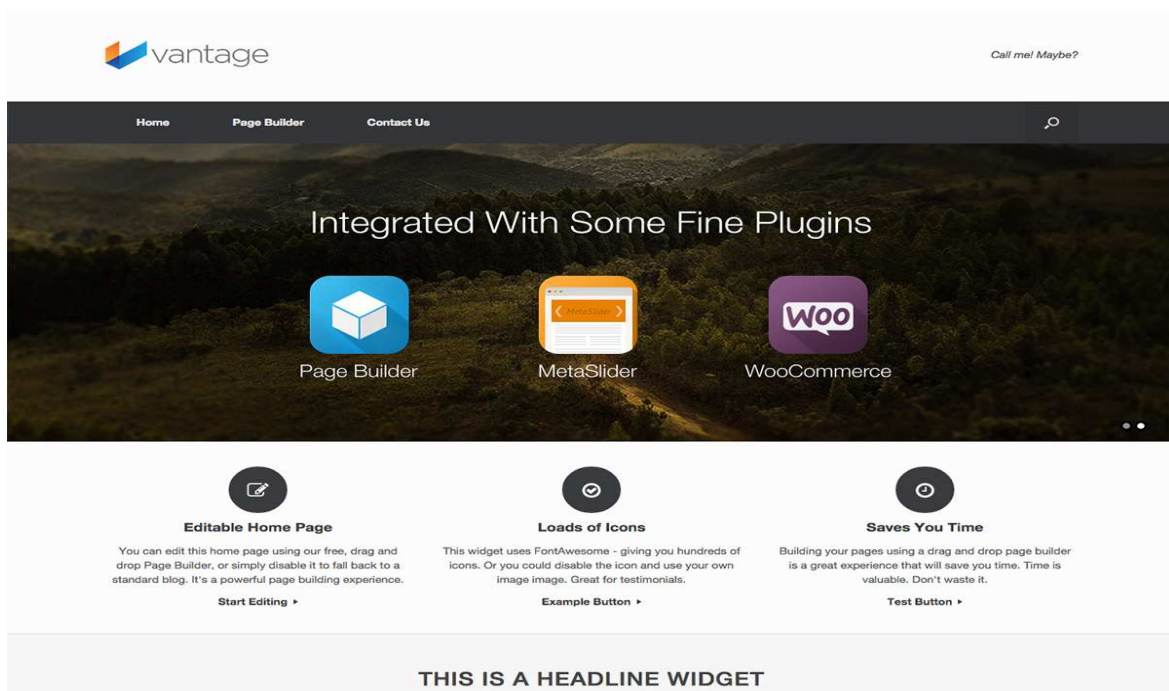
Il CMS utilizzato per il nostro progetto è **WordPress**, il più utilizzato.

Dotato di una interfaccia completa per l'amministratore permette di costruire l'aspetto e le funzionalità del proprio sito web grazie all'utilizzo di appositi strumenti: **temi** e **plugin**.

3.7 TEMPLATE

È fondamentalmente lo scheletro del layout di un sito. Nel corso del progetto sono stati provati vari template, quasi tutti accettabili come grafica, ma non tutti egualmente performanti dal lato **responsive**.

Alla fine, dopo vari tentativi, la scelta è ricaduta sul template "**Vantage Lite**", il cui aspetto di default è mostrato di seguito



Sul template è stata subito applicata la tecnica del “template figlio”, che permette di applicarvi modifiche anche pesanti, senza paura che esse vengano cancellate durante i frequenti e fondamentali aggiornamenti di WordPress.

Sono poi state applicate modifiche all’aspetto generale del sito per adattarlo alle proprie esigenze e ai propri gusti estetici, per realizzare ciò si è intervenuto sul codice **html** e **css**.

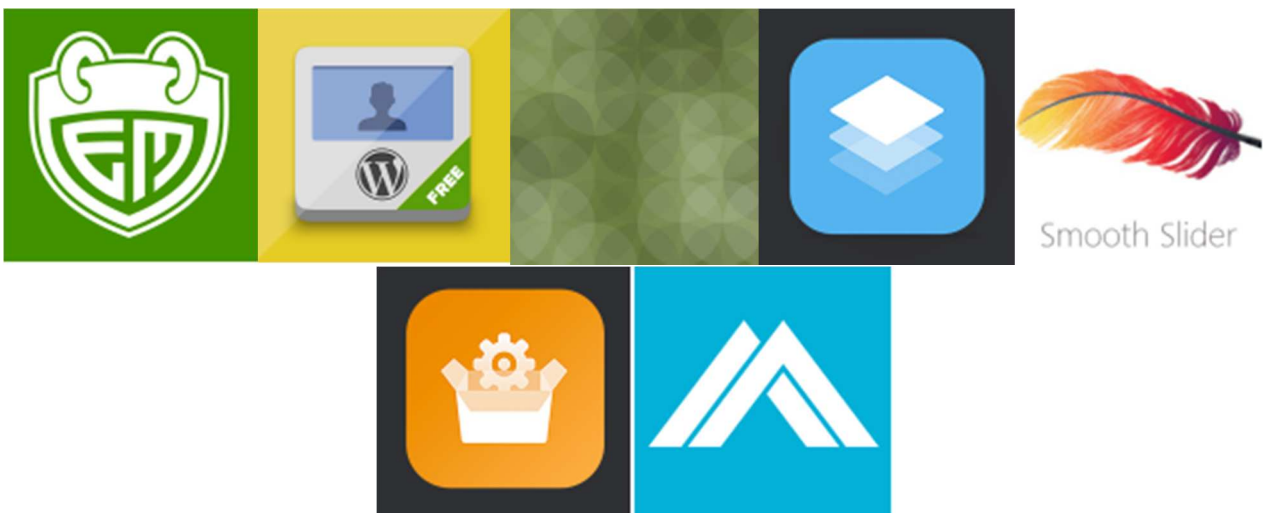
3.8 PLUGIN

Per implementare tutte le funzionalità di Freetick si è fatto uso di uno svariato numero di plugin, il principale, utilizzato per organizzare la gestione degli eventi, delle prenotazioni, delle diverse funzioni di ricerca e categorizzazione è stato **Events Manager**.

Di pari importanza è stata l’installazione e la configurazione di **Profile Builder** che gestisce l’iscrizione e i permessi degli utenti al sito, che nel nostro caso appartengono a due tipologie: i clienti che usano il sito per informarsi sugli eventi a cui partecipare e prenotarsi, e le organizzazioni che usano il sito per pubblicizzare i propri eventi. Per differenziare quali pagine e funzionalità sono accessibili da un determinato tipo di utente o da un utente che non ha effettuato il login si è utilizzato **NavMenuRoles**.

Plugin utilizzati per l’aspetto prettamente grafico del sito sono stati:

- **Page Builder;**
- **Smooth Slider;**
- **SiteOrigin Widget Bundle;**
- **MetaSlider.**



CAPITOLO 4 – TESTING

L'obiettivo di questa fase è quello di individuare le problematiche che potrebbero verificarsi relativamente all'utilizzo del nostro prodotto, come ad esempio il mancato completamento di una procedura. A tal fine, abbiamo effettuato dei test coinvolgendo amici e persone di varie età e suddividendo il processo in diverse fasi:

- Pianificazione;
- Attività di testing;
- Analisi dei risultati.

4.1 Pianificazione

Tenendo conto sia del contesto di riferimento sia delle diverse tipologie di persone, siamo riusciti a garantire risultati attendibili. Per rappresentare le varie categorie di utenti, abbiamo selezionato attentamente quattro soggetti di età compresa tra i 18 e i 56 anni.

Soggetto 1: Maria, 24 anni, laureata in economia e attualmente disoccupata.

Soggetto 2: Sergio, 32 anni, laureato in ingegneria e attualmente iscritto al corso magistrale.

Soggetto 3: Paola, 56 anni, impiegata.

Soggetto 4: Gianni, 18 anni, studente.

4.2 Attività di test

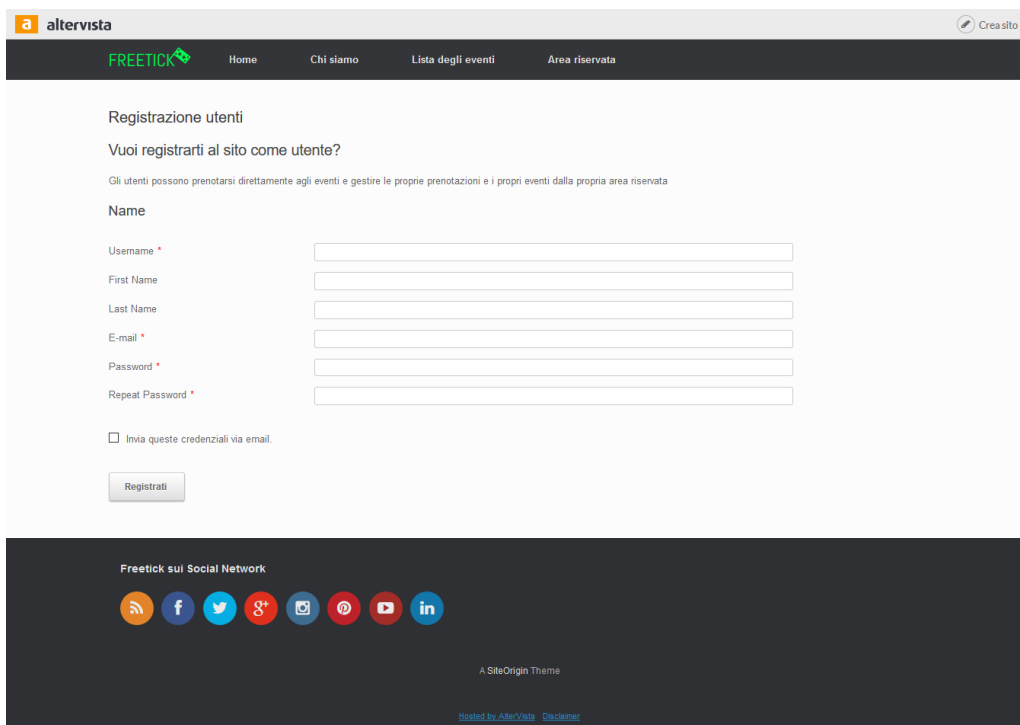
I soggetti reclutati sono stati invitati in sede e dopo una prima fase conoscitiva, abbiamo fornito loro una breve spiegazione sulla nostra idea senza entrare nel dettaglio per non condizionare la loro spontaneità. Si è deciso di chiedere ai soggetti, che si avvicinavano al sito per la prima volta, identificandosi sia come utenti che come organizzatori, di eseguire cinque operazioni quali:

- Registrazione al sito,
- Login,
- Inserimento di un evento da parte di un'organizzazione,
- Iscrizione ad un evento da parte di un utente,
- Ricerca di un evento suggerito,
- Inserimento di un commento ad un evento.

4.3 Analisi dei risultati

Monitorando i soggetti e cronometrando i tempi di esecuzione delle loro attività, abbiamo valutato l'efficienza del nostro sito. Di seguito riportiamo i risultati ottenuti:

REGISTRAZIONE AL SITO



The screenshot shows the 'Registrazione utenti' (User Registration) page. At the top, there is a navigation bar with the 'altervista' logo and a 'Crea sito' button. Below the navigation bar, the page title is 'Registrazione utenti' and the main heading is 'Vuoi registrarti al sito come utente?'. A sub-heading states: 'Gli utenti possono prenotarsi direttamente agli eventi e gestire le proprie prenotazioni e i propri eventi dalla propria area riservata'. The registration form includes the following fields: 'Username', 'First Name', 'Last Name', 'E-mail', 'Password', and 'Repeat Password'. There is a checkbox labeled 'Invia queste credenziali via email.' and a 'Registrati' button. At the bottom of the page, there is a section for 'Freetick sui Social Network' with icons for RSS, Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Pinterest, YouTube, and LinkedIn. The footer contains the text 'A SiteOrigin Theme' and 'Hosted by AlterVista | Disclaimer'.

Maria: 22 sec,
Sergio: 15 sec,
Paola: 30 sec,
Gianni: 18sec.

EFFETTUA LOGIN

The screenshot shows the login page of the Freetick website. At the top, there is a navigation bar with the Altervista logo and a 'Crea sito' button. Below this is a dark header with the Freetick logo and menu items: Home, Chi siamo, Lista degli eventi, and Area riservata. The main content area is titled 'Login/Logout' and contains two input fields for 'Nome utente o Email' and 'Password'. There is a 'Ricordami' checkbox and a 'Login' button. At the bottom, there is a dark footer with social media icons for RSS, Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Pinterest, YouTube, and LinkedIn. The footer also includes the text 'Freetick sul Social Network', 'A SiteOrigin Theme', and 'Hosted by AlterVista Disclaimer'.

Maria: 7 sec,
Sergio: 6 sec,
Paola: 10 sec,
Gianni: 8 sec.

ISCRIZIONE AD UN EVENTO

FREETICK Home Chi siamo Lista degli eventi Area riservata


Fai carriera con noi!

Posted on ottobre 25, 2016 by freetick

Data / Ora
Date(s) - 25/10/2016 - 29/10/2016
12:35 pm - 6:30 pm

Luogo
[Uomini d'affare reggini](#)

Categorie
• [Altre](#)



Riferito ad un'azienda, nell'uso italiano il business definisce il tipo di attività svolta a produrre il valore per l'azionista. Nella lingua inglese, invece, il termine viene usato anche per indicare l'azienda stessa nel suo complesso.
Con il termine core business si intende l'insieme delle attività principali che contribuiscono maggiormente alla produzione del fatturato. Ad esempio il core business di un'azienda automobilistica è produrre automobili, il core business di un'azienda sanitaria è assistere e curare i pazienti.

Bookings

Posti


Commento

Lascia un commento

[Autenticato come b b | Uscire?](#)

Commento

Freetick sui Social Network



A SiteOrigin Theme

Hosted by [AlterVista](#) | [Disclaimer](#)

Maria: 14 sec,
Sergio: 15 sec,
Paola: 16 sec,
Gianni: 15 sec.

RICERCA DI UN EVENTO SUGGERITO



Maria: 13 sec,
Sergio: 12 sec,
Paola: 15 sec,
Gianni: 11 sec.

Q: pattina con noi Vicino ... [Mostra ricerca avanzata](#)

Featured Posts

Star Wars: Episode IX
Star Wars 9 sarà girato in pellicola. E nello spazio! Ci aveva pensato anche Nolan, ai tempi di Interstellar. Sarà il primo film veramente "spaziale"?
[Read More](#)

1 2 3 4 5

EVENTI POPOLARI

Data / Ora	Evento
01/06/2016 - 30/09/2016 08:00 - 19:45	Bronzi di Riace nudi come non li avete mai visti! Museo Nazionale della Magna Grecia, Reggio Calabria
04/06/2016 - 05/06/2016 00:00 - 09:00	scriviamo party reggio calabria, reggio calabria rc
19/06/2016 - 18:00 - 20:00	Viola Reggio Calabria, ultima partita prima dell'estate! Palacalatore, Reggio Calabria
23/06/2016 - 25/06/2016 10:00 - 19:00	Mostra di quadri "Paradiso" Palazzo Colonna, Reggio Calabria

FOLLOW US ON TWITTER

Tweet di @FREETICK_

FREETICK @FREETICK_
Che ne pensate del nostro nuovo logo?
Registrate e crea il tuo evento!
freetick.altervista.org

FREETICK @FREETICK_
Musica, Arte, Cinema, Teatro e tantissimi altri eventi che potrai trovare sul nostro sito!
Naturalmente GRATUITI!

[Incorpora](#) [Visualizza su Twitter](#)

CERCA PER CATEGORIE PRINCIPALI

Musica, Arte, Cinema e Teatro, Sport, Gastronomia, Altro

CALENDARIO

Giù 2016

L	M	M	G	V	S	D
30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	1	2	3

MAPPA EVENTI

INSERIMENTO DI UN COMMENTO AD UN EVENTO

The screenshot displays the Freetick website interface. At the top, a navigation bar includes 'Home', 'Chi siamo', 'Listo degli eventi', and 'Area riservata'. The main content area features an event titled 'Viola Reggio Calabria, ultima partita prima dell'estate!' posted on June 19, 2016. The event details include the date and time (June 19, 2016, 6:00 pm - 8:00 pm) and the location (Palacalafiore, Pentimele - Reggio Calabria). A map shows the location with a red pin. Below the event details is a paragraph of text describing the team's history. A 'Bookings' section shows 120 free tickets available, with a dropdown menu set to '1' and a 'Commento' input field. A 'One Comment' section shows a comment by 'Andrea' from June 1, 2016. At the bottom, there is a 'Lascia un commento' section with a large text area and a 'Commento all'articolo' button. The footer contains social media icons for RSS, Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Pinterest, YouTube, and LinkedIn, along with the text 'Freetick sui Social Network', 'A SiteOrigin Theme', and 'Hosted by AlterVista | Disclaimer'.

Maria: 23 sec,
Sergio: 10 sec,
Paola: 35 sec,
Gianni: 19 sec.

Come si evince dai tempi registrati, gli utenti non hanno incontrato particolari difficoltà ad eseguire le operazioni richieste.

CAPITOLO 5 – FUNCTION POINT ANALYSIS

La metrica dei Function Point è un metodo utilizzato in ingegneria del software per misurare la dimensione di un software. Nata in ambito **IBM** mira a misurare le funzionalità consegnate all'utente indipendentemente dalla tecnologia utilizzata per la costruzione e il funzionamento del software. Inoltre risulta possibile realizzare un'analisi dei function point in qualsiasi fase della vita del software, dalla progettazione iniziale all'attuazione e manutenzione.

5.1 TIPO DI CONTEGGIO

Il tipo di conteggio da utilizzare è legato allo stato dell'applicazione da analizzare. Stiamo considerando un sito web completato che è stato totalmente realizzato da zero dal team di sviluppo perciò useremo il **conteggio per sviluppo di progetto**.

È necessario perciò misurare le funzionalità offerte agli utenti alla prima installazione del sistema, controllando quante di queste siano state effettivamente richieste in fase di commissione.

5.2 CONFINI APPLICATIVI

È fondamentale prima di cominciare a valutare dati e funzionalità, impostare un confine del sistema, per stabilire cosa ne è al di fuori e cosa all'interno, che ci permetterà di individuare subito dati e funzioni interne o esterne.

Per valutare come tracciare questo confine bisogna prendere un punto di vista da utente considerando le funzionalità che in questo modo vengono riconosciute.

La distribuzione del sistema realizzato non è particolarmente complessa e il confine viene semplicemente posto tra il sito e l'utente.

5.3. UNADJUSTED FUNCTION POINT (UFP)

Si inizia la fase di analisi conteggiando gli UFP, una regola importante sta nel considerare semplicemente come funzionalità il **“cosa”** viene mostrato all'utente, senza considerare il come ciò viene realizzato, altra raccomandazione è quella di tenere conto soltanto degli elementi richiesti dall'utente, eventuali elementi inseriti per supporto implementativo o per volere del programmatore non dovranno essere considerati.

Procediamo alla valutazione prima di tutto delle funzioni dati, divise in **ILF** (internal logic file) e **EIF** (external interface file).

NOME	TIPO	COMPLESSITA'
EVENTO	RET 1 –ILF	BASSA
Nome	DET 1	
Descrizione	DET 2	
Indirizzo	DET 3	
NomeLocalità	DET 4	
Città	DET 5	
Data	DET 6	
Orario	DET 7	
Categoria	DET 8	
Biglietto	DET 9	
Prenotazione	DET 10	
Autore	DET 11	

NOME	TIPO	COMPLESSITA'
LOCALITA'	RET 1 - ILF	BASSA
Nome	DET 1	
Descrizione	DET 2	
Indirizzo	DET 3	
Città	DET 4	

NOME	TIPO	COMPLESSITA'
COMMENTO	RET 1 - ILF	BASSA
IdCommento	DET 1	
NomeAutore	DET 2	
Mail	DET 3	
Testo	DET 4	
Stato	DET 5	

[**NOTA:** i commenti agli eventi possono essere messi anche da non iscritti al sito, che in caso inseriscono però nome ed email, un commento ha uno stato: approvato, non approvato, in attesa di approvazione.]

NOME	TIPO	COMPLESSITA'
CATEGORIA	RET 1 - ILF	BASSA
Nome	DET 1	
Descrizione	DET 2	
Eventi	DET 3	

NOME	TIPO	COMPLESSITA'
UTENTE	ILF	BASSA
Nome	DET 1	
Cognome	DET 2	
Ruolo	DET 3	
Nickname	DET 4	
Email	DET 5	

NOME	TIPO	COMPLESSITA'
CLIENTE	RET 1	BASSA
Prenotazioni	DET 6	

NOME	TIPO	COMPLESSITA'
ORGANIZZAZIONE	RET 2	BASSA
Eventi	DET 7	

[**NOTA:** il nostro sito comprende due tipologie di utenti, i semplici clienti che possono creare e gestire le proprie prenotazioni agli eventi e le organizzazioni che invece pubblicano eventi, si è perciò scelto di applicare una generalizzazione.]

NOME	TIPO	COMPLESSITA'
BIGLIETTO	RET 1 - ILF	BASSA
Nome	DET 1	
Prezzo	DET 2	
Posti	DET 3	
DataInizioDisponibilità	DET 4	
DataFineDisponibilità	DET 5	
Evento	DET 6	

NOME	TIPO	COMPLESSITA'
PRENOTAZIONE	RET 1 - ILF	BASSA
Biglietto	DET 1	
NomeUtente	DET 2	
Posti	DET 3	
Stato	DET 4	

Sono stati individuati 8 ILF e nessun EIF, passiamo ora alla valutazione delle funzioni transazionali, divise in EI (external input), EO (external output) ed EQ (external inquiry).

DESCRIZIONE	DET	FTR	TIPO	COMPLESSITA'
InserisciEvento	13 (11 + 2)	3 (Evento, Località, Biglietto)	EI	Alta
VisualizzaEvento	13 (11 + 2)	1	EQ	Bassa
ModificaEvento	13 (11 + 2)	3 (Evento, Località, Biglietto)	EI	Alta
CancellaEvento	3 (1 chiave + 2)	3 (Evento, Prenotazione, Biglietto)	EI	Media
CalendarioEventi	4 (2 + 2)	1	EO	Bassa
MappaEventi	6 (4 + 2)	1	EO	Bassa

[**NOTA:** funzionalità “CalendarioEventi” e “MappaEventi” corrispondono alla richiesta da parte del committente di inserire per l’utente un widget calendario cui l’utente possa cercare gli eventi di interesse e un widget Mappa che mostrasse immediatamente attraverso degli indicatori il punto preciso di svolgimento dei prossimi eventi. Per inserire un evento nel calendario è servito solo utilizzare 2 DET (nome dell’evento e data), mentre per inserirlo nella mappa ne sono serviti 4 (nome, indirizzo, località e città).]

DESCRIZIONE	DET	FTR	TIPO	COMPLESSITA'
InserisciLocalità	6 (4 + 2)	1	EI	Bassa
VisualizzaLocalità	6 (4 + 2)	1	EQ	Bassa
ModificaLocalità	6 (4 + 2)	1	EI	Bassa
CancellaLocalità	3 (1 chiave + 2)	1	EI	Bassa

DESCRIZIONE	DET	FTR	TIPO	COMPLESSITA'
InserisciCommento	7 (5 + 2)	1	EI	Bassa
VisualizzaCommento	7 (5 + 2)	1	EQ	Bassa
ModificaCommento	7 (5 + 2)	1	EI	Bassa
CancellaCommento	3 (1 chiave + 2)	1	EI	Bassa

DESCRIZIONE	DET	FTR	TIPO	COMPLESSITA'
InserisciCategoria	5 (3 + 2)	1	EI	Bassa
VisualizzaCategoria	5 (3 + 2)	1	EQ	Bassa
ModificaCategoria	5 (3 + 2)	1	EI	Bassa
CancellaCategoria	3 (1 chiave + 2)	1	EI	Bassa

DESCRIZIONE	DET	FTR	TIPO	COMPLESSITA'
InserisciUtente	9 (7 + 2)	1	EI	Bassa
VisualizzaUtente	9 (7 + 2)	1	EQ	Bassa
ModificaUtente	9 (7 + 2)	3(Utente, Prenotazione, Evento)	EI	Alta
CancellaUtente	3 (1 chiave + 2)	3(Utente, Prenotazione, Evento)	EI	Media

DESCRIZIONE	DET	FTR	TIPO	COMPLESSITA'
InserisciBiglietto	8 (6 + 2)	1	EI	Bassa
VisualizzaBiglietto	8 (6 + 2)	1	EQ	Bassa
CancellaBiglietto	3 (1 chiave + 2)	2(Biglietto, Prenotazione)	EI	Bassa

[**NOTA:** si è scelto di non permettere la modifica di un biglietto, per evitare di far modificare il prezzo di un biglietto che un utente ha già prenotato]

DESCRIZIONE	DET	FTR	TIPO	COMPLESSITA'
InserisciPrenotazione	6 (4 + 2)	3(Prenotazione, Utente, Biglietto)	EI	Alta
VisualizzaPrenotazione	6 (4 + 2)	1	EQ	Bassa
ModificaPrenotazione	6 (4 + 2)	3(Prenotazione, Utente, Biglietto)	EI	Alta
CancellaPrenotazione	4 (2 foreign key + 2)	1	EI	Bassa

Si procede ora al calcolo degli UFP:

COMPONENTE	BASSO	MEDIO	ALTO
EI	13 x3	2 x4	5 x6
EO	2 x4	0 x5	0 x7
EQ	7 x3	0 x4	0 x6
ILF	7 x7	0 x10	0 x15
EIF	0 x5	0 x7	0 x10

Il totale degli UFP è: **155**.

5.4 VALUE ADJUSTMENT FACTOR (VAF)

Gli UFP vanno corretti con un fattore di aggiustamento che viene calcolato sulla base di 14 **caratteristiche generali del sistema**, per ognuna delle quali viene valutato un valore che va da 0 a 5 in base a quanto il nostro sito le soddisfi. Sommando questi valori si ottiene il **total degree of influence** (TDI) che, moltiplicato per 0,01 e sommando 0,65, ci fa ottenere il **VAF**.

1. **Comunicazione dei dati:** l'applicazione è più che una semplice interfaccia; gestisce un solo tipo di protocollo di comunicazione.
VALORE = 4.
2. **Distribuzione dell'elaborazione:** i processi di elaborazione e di trasferimento sono online e in entrambe le direzioni.
VALORE = 4.
3. **Prestazioni:** l'utente non ha specificato particolari requisiti prestazionali.
VALORE = 0.
4. **Utilizzo intensivo della configurazione:** esistono vincoli di tipo operativo, ma non è necessario uno studio speciale per superarli.
VALORE = 1.
5. **Frequenza delle transazioni:** non esistono dei tempi con picchi di carico riconosciuti.
VALORE = 0.
6. **Inserimento dati interattivo:** oltre il 30% delle transazioni sono di data entry interattivo.
VALORE = 5.
7. **Efficienza per l'utente finale:** sono state utilizzate svariate tecniche per evidenziare user-friendliness (menù, movimento automatico del cursore, scrolling, tasti funzione, selezione tramite cursore delle informazioni a video, forte utilizzo di campi ad alta intensità, uso del mouse, navigazione facilitata).
VALORE = 4.
8. **Aggiornamento interattivo:** aggiornamento online degli ILF principali, meccanismi di protezione dei dati.
VALORE = 4.
9. **Complessità elaborativa:** il sistema prevede meccanismi per la sicurezza dei dati e meccanismi di elaborazione che gestiscono più possibilità di input/output.
VALORE = 2
10. **Riusabilità:** Il 10% o più dell'applicazione è sfruttabile dall'utente per altre necessità non previste dal progetto.
VALORE = 3.
11. **Facilità di installazione:** non è prevista nessuna richiesta dall'utente di installazioni diverse e non è necessario un particolare setup per altre installazioni del sistema.
VALORE = 0.
12. **Facilità di gestione operativa:** La gestione operativa dell'applicazione non è considerata critica dall'utente.
VALORE = 0.

13. **Molteplicità di siti:** Nessuna richiesta utente di necessità di più di una installazione.
VALORE = 0.

14. **Facilità di modifica:** Sono state fornite facilitazioni per la gestione di query di media complessità.
VALORE = 4.

Sommando tutti i valori si ottiene un TDI = 31.

$$\text{VAF} = \text{TDI} * 0.01 + 0.65$$

$$\text{VAF} = 31 * 0.01 + 0.65 = \mathbf{0.96}$$

5.5 CALCOLO DEI FUNCTION POINT (FP)

Il software di nostra produzione ha totalizzato un numero di **Function Point** pari a:

$$\text{FP} = \text{UFP} * \text{VAF} = 155 * 0.96 = 148.8$$

150 FP

CONCLUSIONE

Attraverso la relazione si può cogliere il lavoro svolto dal team durante ogni passaggio dello sviluppo del sito web www.freetick.altervista.org.

Un sito web unico nel suo genere dove ogni evento pubblicizzato è gratuito.

Questo è il punto di forza di **FREETICK** che cercherà di mettersi sul mercato con un'iniziativa unica nel suo genere così da poter competere con i migliori siti web di eventi.

Il sito web è stato creato dalla radice ovvero non è stato utilizzato un sito web già esistente e successivamente modificato.

Gli ulteriori punti di forza di FREETICK sono: grafiche moderne e accattivanti capaci di attirare fin da subito l'attenzione del visitatore, funzionalità intuitive ed efficienti e un tema **responsive** per tutti i dispositivi che ci sono sul mercato.

Tutti gli step di progettazione sono stati eseguiti attraverso le tecniche di *User Experience Design* proprio per venire incontro all'utente: "la benzina della nostra macchina".

Per quanto riguarda l'aspetto tecnologico è stato scelto **WordPress**, il migliore *Content Management System* gratuito che c'è in circolazione. Semplice da gestire, ricco di funzionalità e con la possibilità di potenziamento attraverso diversi plugin gratuiti e/o a pagamento.

Per completare il nostro progetto abbiamo utilizzato un gran numero di prodotti software illustrati di seguito.

