



Zarządzanie treścią (CMS)

Wykład 01: Wprowadzenie

dr inż. Mariusz Trzaska,

mtrzaska@mtrzaska.com, <http://www.mtrzaska.com>

Zagadnienia

- Wprowadzenie
- Formaty i standardy treści
- Etapy zarządzania treścią
- Korporacyjne zarządzanie treścią
- Tworzenie treści
- Podsumowanie

Wykorzystano: *Wikipedia.com*,
Kristina Halvorson: Content Strategy for the Web,
fragmenty materiałów przygotowanych przez prof. Kazimierza Subietę,
<https://www.oreilly.com/library/view/web-content-management/9781491908112/cho1.html>

Wprowadzenie

- Tematyka
- Zaliczenie ćwiczeń (studia dzienne):
 - kolokwia wykładowe (2x),
 - prezentacja działania systemu CMS (grupowo),
 - raporty oraz wdrożenie projektu (grupowo).
- Egzamin:
 - pytania opisowe,
 - zwolnienie od 4,5.
- Materiały uzupełniające.

Co to jest "treść"?

- Brak dokładnej definicji.
- Są to wszelkiego rodzaju informacje niezależnie od ich formy lub sposobu przekazu, np.
 - Tekst,
 - Grafika,
 - Wideo,
 - Dźwięk,
 - Pliki w różnych formatach,
 - Nowe, które dopiero powstaną.

Co to jest "treść"? (2)

- Tworzona:
 - przez (głównie/tylko?) ludzi,
 - w trakcie procesu „redakcyjnego”.
- Często jest dość subiektywna, np. aktualności przygotowane na podstawie tych samych wydarzeń:
 - tematyka,
 - odbiorcy,
 - z jakiego punktu widzenia,
 - jaka objętość,
 - opcjonalne dodatkowe materiały oraz odnośniki.

Co to jest "treść"? (3)

- Głównie tworzona w sposób iteracyjny (patrz dalej),
- Docelowo przeznaczona dla innych ludzi i udostępniana dzięki publikacji (w systemie komputerowym).

Bob Boiko:

If you strip away all of the technology and terminology [...]: Information systems help you talk to people who are not in front of you.

Co to jest "zarządzanie treścią"?

- Zarządzanie treścią jest to dostarczanie właściwej treści, właściwej osobie, we właściwym czasie i za właściwą cenę.

Gerry McGovern

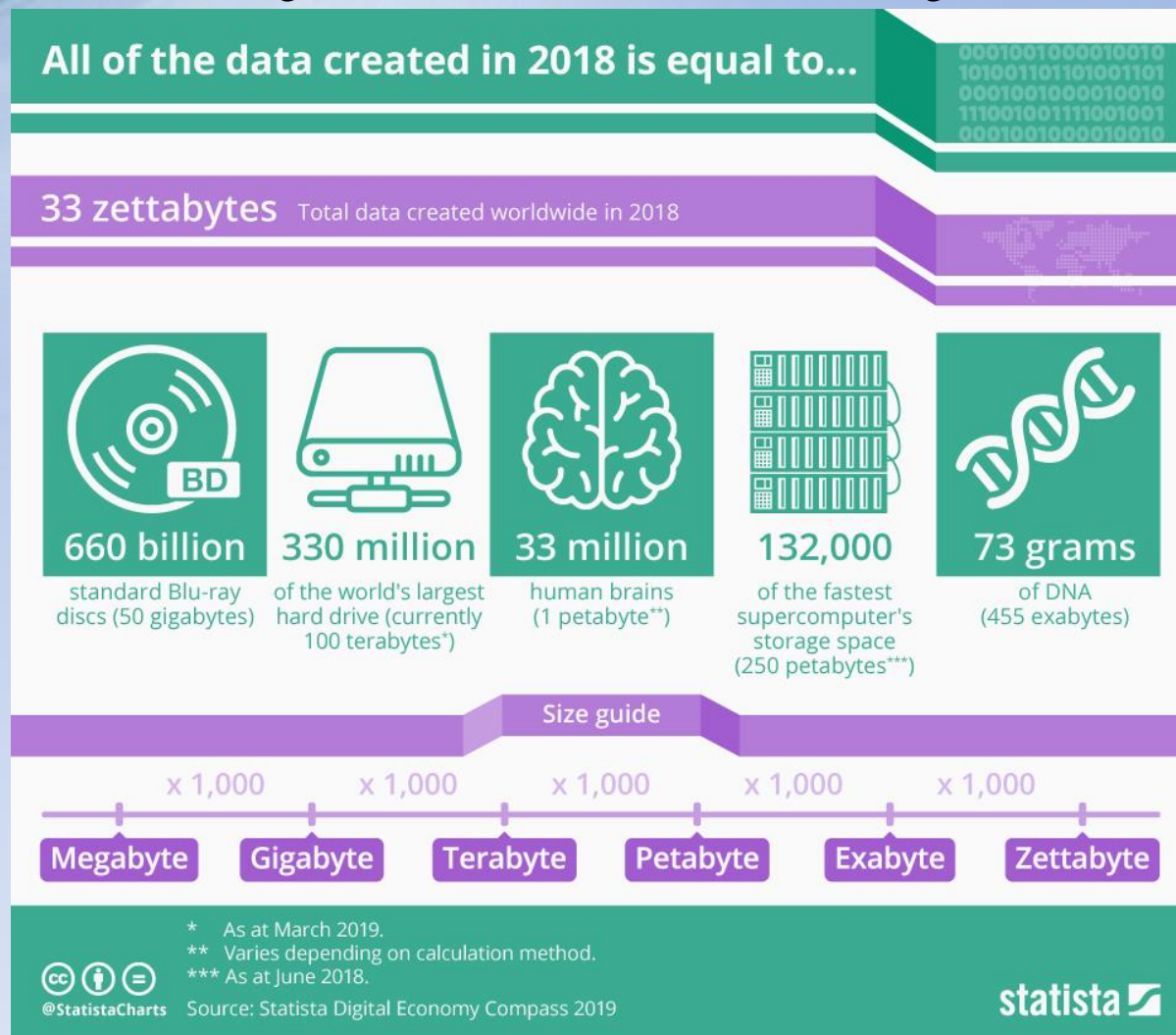
- Zarządzanie treścią jest nazwą działalności lub systemu wspomagającego tworzenie oraz administrację informacji cyfrowej.

Wikipedia

- Zarządzanie treścią to oprogramowanie i czynności związane z tworzeniem złożonych stron WWW.

Bob Boiko: Content Management Bible

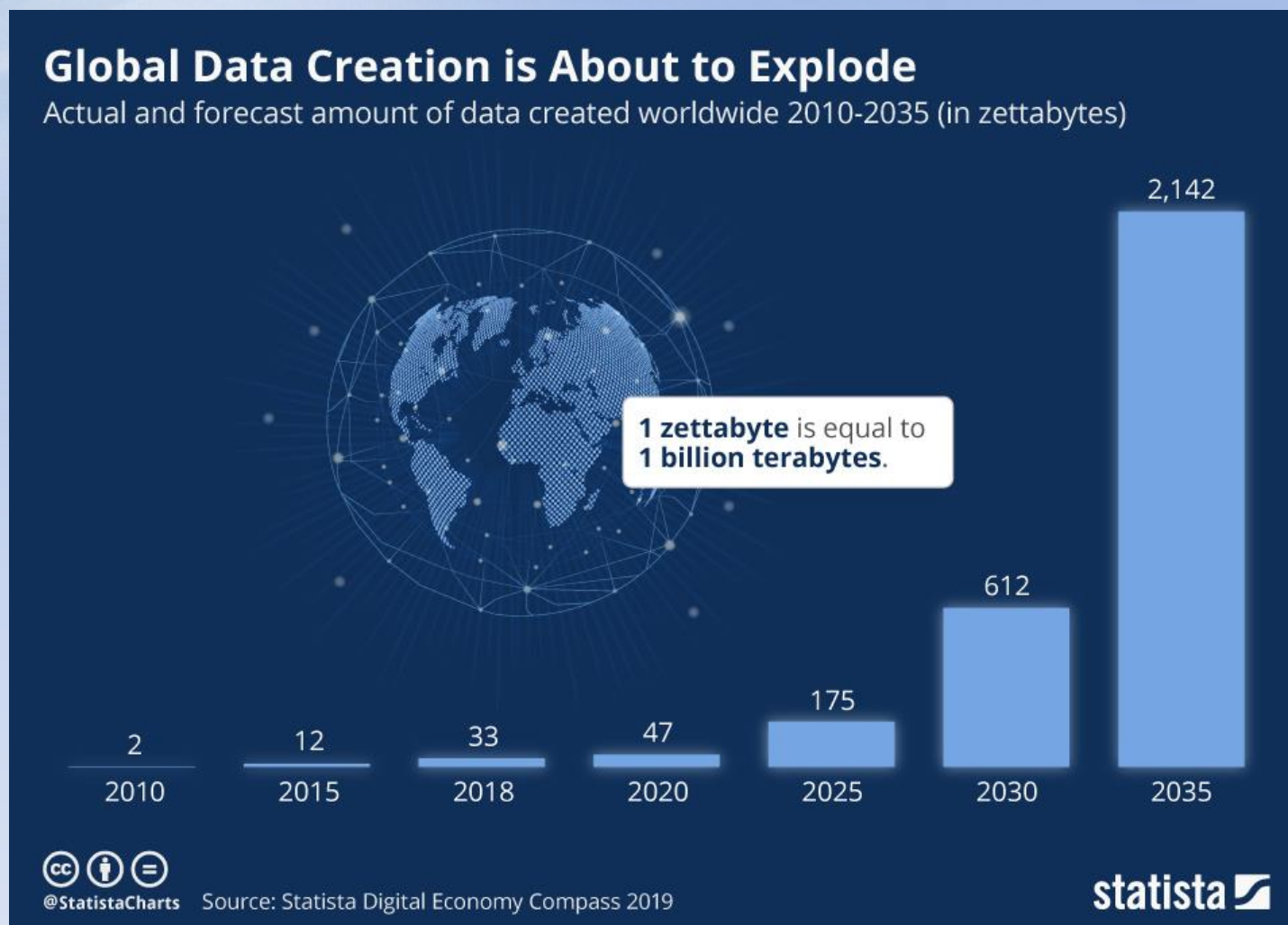
Zarządzania treścią – dlaczego?



Ogromna
ilość
informacji

Źródło: <https://www.statista.com/chart/17723/>

Zarządzania treścią – dlaczego? (2)



Źródło: <https://www.statista.com/chart/17727/>

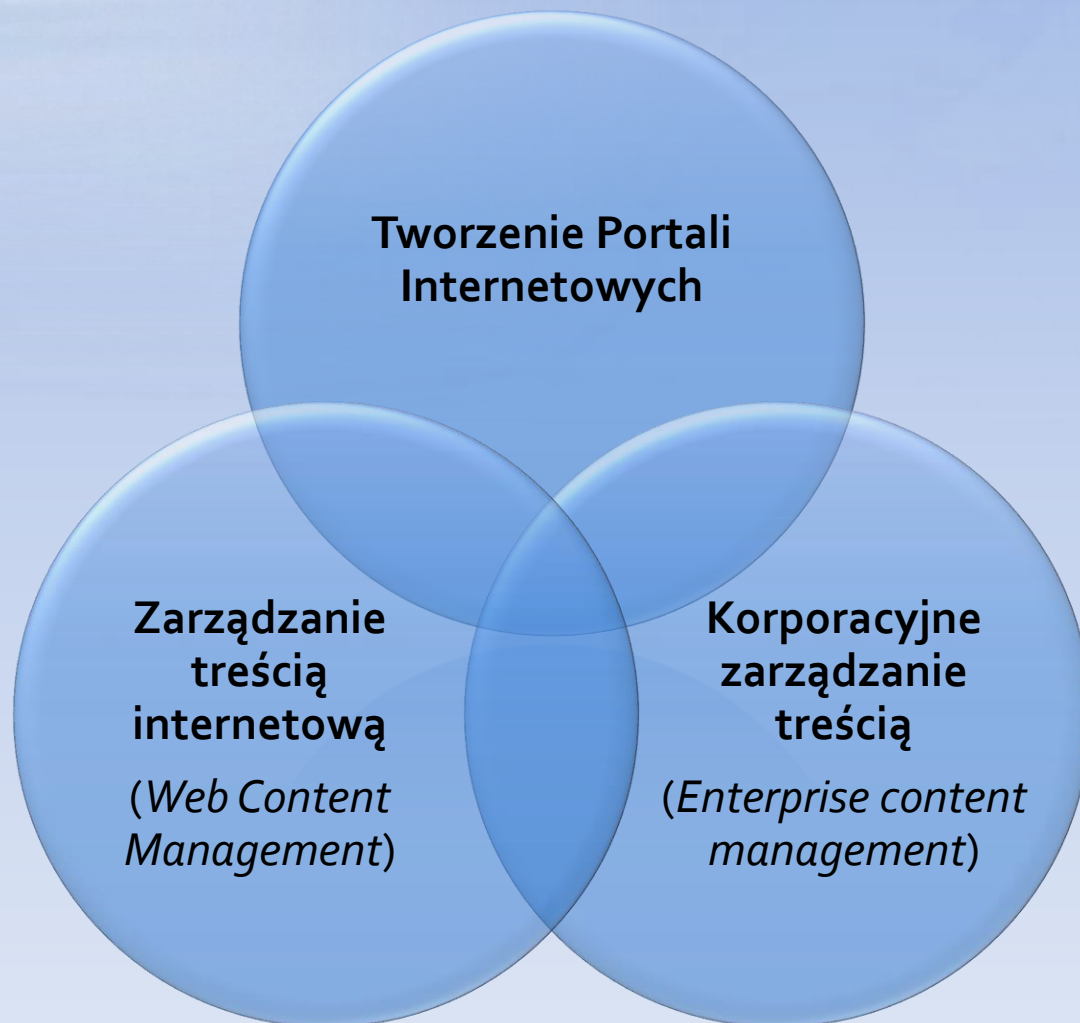
Zarządzania treścią – dlaczego? (3)

Ogromna ilość informacji

- Obniżenie kosztów
- Zapanowanie nad „chaosem informacyjnym”
- Nadrzędnym celem zarządzania treścią jest osiągnięcie jak największej zgodności treści z oczekiwaniami użytkowników.



Zarządzanie treścią - zagadnienia



Treść vs. dane, informacja, wiedza

- Jest dość trudno podać konkretne definicje różnicujące te terminy.
 - Są często używane jako synonimy.
 - Niekiedy odzwierciedlają emocjonalny stosunek do przedmiotu, np. według niektórych "wiedza" lepiej pasuje do "inteligencji".
 - Czasami odzwierciedlają specyfikę celu przetwarzania i jakąś jego nową jakość: np: "wydobywanie wiedzy", a nie "wydobywanie danych"; "baza wiedzy", a nie "baza danych".
- Treść jest rozumiana jako informacja, dane lub wiedza.
- Czasami różnica sprowadza się tylko do otoczki marketingowej.

Formaty i standardy treści

- Istnieje bardzo wiele różnych formatów treści.
- Najpopularniejsze to:
 - Tekst
 - Grafika
 - Muzyka
 - Wideo
 - Animacje
 - Programy (w pewnych sytuacjach)

Formaty i standardy treści (2)

- Typy MIME (*Multipurpose Internet Mail Extensions, Internet media type, Content-Type*)
 - Początkowo zdefiniowane na potrzeby protokołu SMTP (poczta elektroniczna)
 - Aktualnie również HTTP czy SIP (wykorzystywany w *Voice over IP*)
 - Zawiera kilkaset pozycji (pełna lista: <http://www.iana.org/assignments/media-types/>)

Formaty i standardy treści (3)

● Popularne typy MIME – c.d.

- application/javascript
- application/xhtml+xml
- application/x-shockwave-flash
- application/json
- application/pdf
- audio/mpeg (m.in. MP3)
- audio/x-ms-wma (Windows Media Audio)
- audio/x-wav
- image/gif

Formaty i standardy treści (4)

● Popularne typy MIME – c.d.

- image/jpeg,
- image/png,
- image/tiff,
- image/vnd.microsoft.icon (pliki ikon),
- text/css,
- text/html,
- text/plain (UTF-8),
- text/xml,

Formaty i standardy treści (5)

- Popularne typy MIME – c.d.
 - video/mpeg,
 - video/mp4,
 - video/quicktime,
 - video/x-ms-wmv.

Etapy zarządzania treścią

- McKeever (2003):

- Zebranie (*collection*),
- Dostarczenie (*delivery*).

- Bob Boiko's „*Content Management Bible*”:

- Zebranie (*collection*),
- Zarządzanie (*manage*),
- Dostarczenie (*delivery*).

Etapy zarządzania treścią (2)

- Joann Hackos (*Content Management for Dynamic Web Delivery*; 2002):
 - Tworzenie (*authoring*),
 - Przechowywanie (*repository*),
 - Łączenie (*assembly*),
 - Publikowanie.

Etapy zarządzania treścią (3)

- Nakano (*Web content management: a collaborative approach; 2002*):
 - Wytworzenie (*develop*),
 - Kontrola jakości,
 - Publikowanie,
 - Wycofanie,
 - Archiwizacja.

Etapy zarządzania treścią (4)

- CM Pros (*CM Lifecycle Poster*; 2010):
 - Planowanie,
 - Wytworzenie,
 - Zarządzanie,
 - Wdrożenie,
 - Zachowanie,
 - Ocena.

Etapy zarządzania treścią (5)

● Bob Doyle (*Seven Stages of the CM Lifecycle*; 2005):

- Organizowanie,
- Tworzenie,
- Przechowywanie,
- Przetwarzanie,
- Wersjonowanie,
- Publikowanie,
- Archiwizowanie.

Etapy zarządzania treścią (6)

- Kristina Halvorson (*Content Strategy for the Web*; 2009):
 - Audyty,
 - Analiza,
 - Strategia,
 - Kategoryzacja,
 - Strukturalizowanie,
 - Tworzenie,
 - Poprawianie, poprawianie, poprawianie,
 - Akceptacja,
 - Tagowanie,
 - Formatowanie,
 - Publikacja,
 - Uaktualnianie,
 - Archiwizacja.

Procesy zarządzania treścią

- Projektowanie,
- Tworzenie,
- Pozyskiwanie,
- Recenzowanie,
- Zatwierdzanie,
- Konwertowanie,
- Składowanie,
- Testowanie.

Procesy zarządzania treścią (2)

- Musimy uwzględnić:
 - pielęgnowanie,
 - monitorowanie,
 - uaktualnianie,
 - wycofywanie
 - archiwizowanie.
- Włączają komponenty raportujące i analityczne, celem świadomego usprawniania i poszerzania procesów zarządzania treścią.

Procesy zarządzania treścią (3)

- Mogą lecz nie muszą być wspomagane komputerowo.
 - Dla małych zastosowań wspomaganie jest często niepotrzebne.
 - Dla dużych zastosowań wspomaganie jest zazwyczaj niezbędne.
 - Współcześnie w większości skomputeryzowane przy wykorzystaniu technologii webowych.

Aktywności wspólne dla wielu form i scenariuszy zarządzania treścią

- **Projektowanie.** Zasadniczo nie odbiega od metod projektowania baz danych np. poprzez diagramy encja-związek lub UML.
- **Tworzenie.** Rola wykonywana przez autorów tekstu, fotografów, artystów grafików, producentów video, producentów dźwięku, specjalistów od reklamy i marketingu, prawników, lub kogokolwiek innego, kto produkuje oryginalny materiał przeznaczony dla użytkownika WWW.
- **Pozyskiwanie** lub adoptowanie treści z istniejących źródeł.
- **Klasyfikacja**, indeksowanie. Treść musi mieć przypisane cechy formalne (np. datę utworzenia, autora, itd.) oraz cechy klasyfikacji przedmiotowej (np. kategorię przedmiotową lub słowa kluczowe). Funkcja jest często określana jako wiązanie treści i metadanych.

Funkcje wspólne dla wielu form i scenariuszy zarządzania treścią (2)

- **Recenzje** i przeglądy. Są wymagane dla wszystkich rodzajów udostępnianej treści.
- **Zatwierdzenie.** Formalne zatwierdzenie publikowanej treści jest niezbędnym składnikiem prawnej odpowiedzialności za treść.
- **Konwersja.** Tekst, grafika, dźwięk, i inne formy treści muszą być przystosowane do formatu najwygodniejszego lub obowiązującego w danym CMS, np. do formatu HTML, *Markdown* lub XML.

Funkcje wspólne dla wielu form i scenariuszy zarządzania treścią (3)

- **Przechowywanie.** Treść jest zwykle przechowywana w bazie danych i/lub plikach i/lub zewnętrznych serwisach (*Chmura*).
- W bardziej zaawansowanych rozwiązaniach treść musi podlegać zarządzaniu konfiguracji (*Software Configuration Management, SCM*), włączając:
 - zarządzanie wersjami,
 - śledzenie i kontrolowanie zmian.

Funkcje wspólne dla wielu form i scenariuszy zarządzania treścią (4)

- **Testowanie.** Może dotyczyć różnych aspektów:
 - błędnych lub nieaktualnych linków,
 - stron wolno ładujących się,
 - błędów w skryptach lub apletach, np. pętli,
 - błędów w komunikacji od klienta do serwera.
- **Dojrzewanie.** Rodzaj testowania, polegający na weryfikacji kompletności i spójności większego zespołu treści, np. informacji o różnych aspektach nowej usługi.

Funkcje wspólne dla wielu form i scenariuszy zarządzania treścią (5)

- **Wdrożenie.** Obejmuje wszelkie fizyczne aspekty udostępnienia treści dla jej użytkowników, w tym replikacje treści na różnych serwerach.
- **Pielęgnacja, aktualizacja, zmiany.** Obserwowanie udostępnianej treści i reakcja na wszelkie sygnały i potrzeby zmian.

Funkcje wspólne dla wielu form i scenariuszy zarządzania treścią (6)

- **Wycofywanie** i archiwizacja. Wycofanie może nastąpić z wielu powodów, np. utraty aktualności, utraty praw do treści, uatrakcyjnienie portalu nowszą treścią, niską frekwencją odwiedzania, itd. Przyjmuje się, że dowolna wycofywana treść podlega archiwizacji.
- **Raporty** i analizy. Obejmuje różne formy raportów i analiz mających na celu lepszą obsługę użytkowników, zwiększenia atrakcyjności portalu, zbadania efektywności biznesowej, itd.
- **Ponowne użycie**. Wyodrębnienie i generalizacja pewnych elementów treści, metadanych, procesów, funkcji, szablonów formularzy, itd. jako udokumentowanych aktywów ponownego użycia w ramach danego repozytorium; opisywanie i propagowanie aktywów ponownego użycia wśród personelu.

Zarządzanie treścią – role w procesie

- Twórca
- Redaktor
- Wydawca
- Administrator
- Odbiorca

Rodzaje zarządzania treścią

- **Webowe (WCM: *Web Content Management*)**
 - Głównie przeznaczone dla masowego odbiorcy,
 - Rozdzielenie treści od prezentacji,
 - Różne kanały dostarczania.
- **Korporacyjne (*ECM: Enterprise content management*)**
 - Treści biznesowe (firmowe)
 - Kiedyś nazywane *zarządzaniem dokumentami*,
 - Skupia się na współpracy, prawach dostępu.

Rodzaje zarządzania treścią (2)

- Cyfrowe zasoby (*DAM: Digital asset management*)
 - Zarządzanie i przetwarzanie zasobów takich jak obrazki, wideo, dźwięk,
 - Głównie wykorzystywane przez inne treści,
 - Duża rola metadanych.
- Dotyczące wpisów (*RM: Records management*)
 - Informacje o transakcjach, np. sprzedaży,
 - Szczególnie ważne jest bezpieczeństwo i trwałość.

Korporacyjne zarządzanie treścią (*Enterprise content management - ECM*)

- Organizowanie oraz przechowywanie dokumentów i innych treści związanych z procesami odbywającymi się w organizacji. Może dotyczyć:
 - Strategii,
 - Metod,
 - Narzędzi.
- Ze względu na specyfikę dużych korporacji można mówić o szczególnych wymaganiach dotyczących ECM.

ECM - Definicja

- Association for Information and Image Management (AIIM) International opracowała (od roku 2005) kilka różnych definicji.
- Najnowsza: *ECM to strategię, metody, narzędzia do pozyskiwania, zarządzania, przechowywania, utrwalania i dostarczania treści oraz dokumentów związanych z procesami organizacji. ECM obejmuje zarządzanie informacją w całej organizacji niezależnie od formy tej treści.*

ECM – Definicja (2)

- ECM jest bardzo szerokim pojęciem. Może obejmować:
 - Zarządzanie dokumentami (*Document Management*),
 - Zarządzanie treścią w Internecie (*Web Content Management*),
 - Pracę grupową (*Team collaboration*),
 - Procesy pracy (*Workflows*),
 - Cyfrowe zarządzanie zasobami (*Digital Asset Management*),
 - Pozyskiwanie treści poprzez skanowanie i/lub OCR.

ECM – Definicja (3)

- Współcześnie zdecydowana większość CM/ECM jest realizowana w oparciu o technologie webowe, a co za tym idzie włącza internetowe zarządzanie treścią (*Web Content Management*).
- Więcej informacji w dedykowanym wykładzie.

Tworzenie treści

Wykorzystano: *Kristina Halvorson: Content Strategy for the Web.*
New Riders Press. 2009. ISBN-10: 0321620062

● Mniej jest lepiej. Uwaga na przeładowanie treścią.

The Allstate website homepage is clean and organized. It features a navigation bar with categories like AUTO, PROPERTY, POWER SPORTS, LIFE/RETIREMENT, BUSINESS/OTHER, and CLAIMS. The main content area includes a 'Savings worth talking about' section with a piggy bank illustration, a 'Get A Quote In Minutes' button, and a 'Start a Quote Now' form. Below this are several promotional tiles for mobile messaging, online account management, and annual reviews. The footer contains links for investors, media, careers, customer care, and products.

The State Farm website homepage is more cluttered than Allstate's. It features a navigation bar with categories like Insurance, Mutual Funds, and State Farm Bank. The main content area includes a large hero section with a man's face and the text 'The coverage you need. The price you want.' Below this is a 'Get a Rate Quote Now' form. To the right is a 'FREE DISCOUNT DOUBLE CHECK' banner. The page also includes a 'Find Agents' section, a 'Learning Center', and a 'Your Security' section. The footer contains links for about state farm, newsroom, careers, state farm canada, and business to business.

Tworzenie treści (2)

- Ustal co i skąd już masz. Audyty:
 - Jakościowy (*qualitative audit*)
 - Zawartość,
 - Odpowiedniość,
 - Użyteczność,
 - Wykorzystanie przez odbiorców,
 - Przyjazność.
 - Ilościowy (*quantitative audit*)
 - Co?
 - Gdzie?

Tworzenie treści (3)

● Naucz się słuchać

- Bardzo często tworzenie treści jest rozproszone w ramach całej organizacji.
- Kto wie najlepiej jaką treść potrzebują klienci organizacji?
- Pamiętaj, że nie musisz wszystkiego uwzględniać.
- Jak dokonać wyboru co jest ważne?

Tworzenie treści (4)

- Ktoś musi być odpowiedzialny
 - Wszyscy = Nikt.
 - Wyznaczenie konkretnej osoby/jednostki organizacyjnej odpowiadającej za całą treść.
 - Doświadczenia płynące z „tradycyjnych” mediów operujących treścią, np. gazety mają redaktorów naczelnych.
 - Wyznaczona osoba nie musi osobiście tworzyć treści.

Tworzenie treści (5)

- Zaczynij zadawać pytania: Dlaczego? Po co?
 - Tworzenie konkretnych rodzajów treści powinno być podporządkowane zdefiniowanej, globalnej strategii.
 - Współcześnie każdy może łatwo tworzyć różne rodzaje treści.
 - Nie zawsze znaczy to, że faktycznie powinien. Niewiele jest bardziej irytujących treści na stronie korporacyjnej niż „puste” i nieprzemyślane efekty pracy działu marketingu.

Podsumowanie

- Zarządzanie treścią jest niezbędną składową działalnością większości współczesnych organizacji.
- Może zawierać wiele różnych etapów.
- Przeważnie jest skomputeryzowane za pomocą technologii webowych.
- Dotyczy różnych form oraz typów treści włączając tekst, grafikę wideo i muzykę.