



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI TERAMO



# Web Design

## Information Architecture (parte II)

Prof.ssa Romina Eramo

Università degli Studi di Teramo

Dipartimento di Scienze della Comunicazione

[reramo@unite.it](mailto:reramo@unite.it)

---

Testo di riferimento:

*Information Architecture: For the Web and Beyond*  
*Louis Rosenfeld, Peter Morville, and Jorge Arango*

# L'anatomia dell'architettura dell'informazione

---

- » Information Architecture = insieme di sistemi organizzativi, navigazionali, di etichettatura e ricerca
- » Approccio **top-down**: partire dagli obiettivi
- » Approccio **bottom-up**: partire dal contenuto
- » Struttura, coerenza, accessibilità come obiettivi progettuali

# Visualizzare l'Architettura dell'Informazione

---

## » Perché è importante?

- L'architettura dell'informazione (IA) è un concetto astratto e spesso invisibile. Molte persone riescono a comprenderla solo **vedendola o interagendo con essa**. Visualizzarla aiuta a comunicarla a stakeholder, colleghi, clienti e anche al pubblico non tecnico.

# Visualizzare l'Architettura dell'Informazione

---

## » Cosa vediamo in una homepage?

- Prendiamo l'esempio della homepage del sito del Gustavus Adolphus College:
  - » Si notano **elementi di visual design**: colori, caratteri, immagini.
  - » Si osservano anche **elementi di design dell'informazione**: numero e larghezza delle colonne, struttura dei contenuti.
  - » Sono presenti **elementi di interaction design**: effetti al passaggio del mouse, menu interattivi.

# Esempio: Homepage del Gustavus Adolphus College

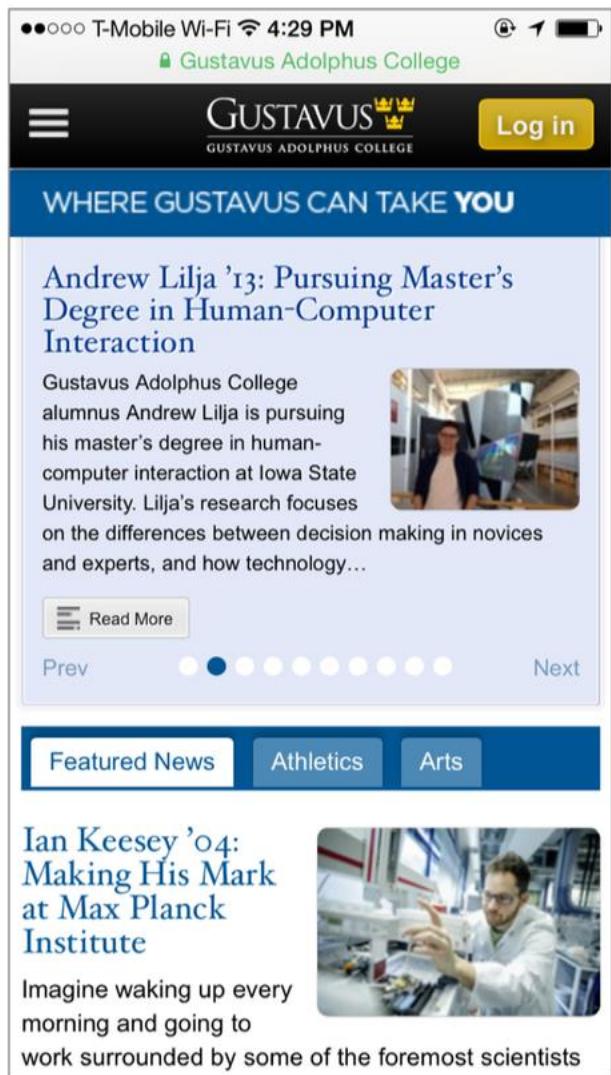
- » **Design visivo evidente:** colori, caratteri e immagini ben curati.
- » **Struttura informativa:** colonne con larghezze variabili.
- » **Interazione:** effetti al passaggio del mouse sulle voci di menu.
- » **Messaggio e brand:** comunicati con contenuti testuali significativi.
- » **Supporto tecnologico:** utilizzo di tecniche di responsive design per dispositivi mobili.



The screenshot shows the official website of Gustavus Adolphus College. At the top, the college's name is displayed with a crown icon. The top navigation bar includes links for Academics, Admission, Alumni, Arts, Athletics, Giving, Events, and Contact, along with a search bar and social media links. The main content area features a large image of a choir singing, with tabs for Featured News, Athletics, and Arts. To the left is a sidebar with links for the Gustavus app, Gustavus Live streaming, and categories like About Gustavus, Future Students, Current Students, Parents, Alumni, Faculty, and Staff. The central news section displays several stories with images and brief descriptions. At the bottom, there are links for more news, subscription options, and a video section. The footer contains contact information, a map of Minnesota, and links to various college offices and departments.

# Esempio: Homepage del Gustavus Adolphus College

<https://gustavus.edu/>



••••• T-Mobile Wi-Fi 4:29 PM [Gustavus Adolphus College](#)

**GUSTAVUS**  
GUSTAVUS ADOLPHUS COLLEGE [Log in](#)

## WHERE GUSTAVUS CAN TAKE YOU

Andrew Lilja '13: Pursuing Master's Degree in Human-Computer Interaction

Gustavus Adolphus College alumnus Andrew Lilja is pursuing his master's degree in human-computer interaction at Iowa State University. Lilja's research focuses on the differences between decision making in novices and experts, and how technology...

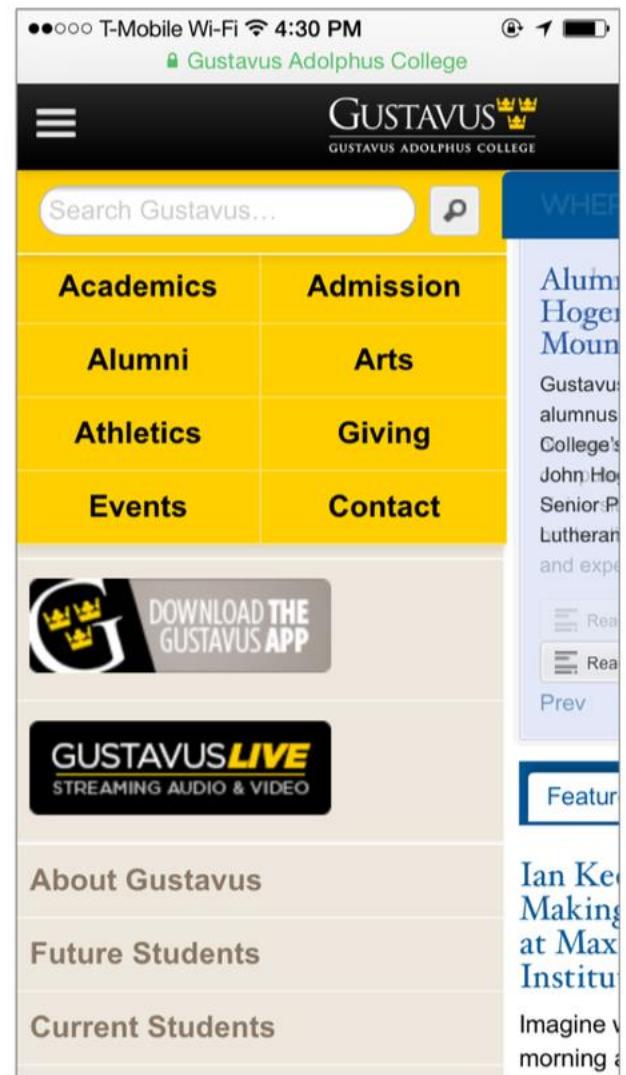
[Read More](#)

Prev  Next

[Featured News](#) [Athletics](#) [Arts](#)

Ian Keesey '04: Making His Mark at Max Planck Institute

Imagine waking up every morning and going to work surrounded by some of the foremost scientists



••••• T-Mobile Wi-Fi 4:30 PM [Gustavus Adolphus College](#)

**GUSTAVUS**  
GUSTAVUS ADOLPHUS COLLEGE

[Search](#)

<a href="#">Academics</a>	<a href="#">Admission</a>
<a href="#">Alumni</a>	<a href="#">Arts</a>
<a href="#">Athletics</a>	<a href="#">Giving</a>
<a href="#">Events</a>	<a href="#">Contact</a>

 [DOWNLOAD THE GUSTAVUS APP](#)

**GUSTAVUS LIVE**  
STREAMING AUDIO & VIDEO

[About Gustavus](#)

[Future Students](#)

[Current Students](#)

Romina Eramo - [reramo@unite.it](mailto:reramo@unite.it)

# Visualizzare l'Architettura dell'Informazione

---

- » Molte persone riescono a capire davvero cosa sia l'architettura dell'informazione solo quando la vedono applicata.
- » Poiché è spesso **invisibile agli utenti**, è importante saperla **visualizzare e spiegare**, ad esempio attraverso:
  - Strutture di navigazione
  - Etichette e menu
  - Organizzazione dei contenuti

# Visualizzare l'Architettura dell'Informazione

---

- » Dove sta l'Architettura dell'Informazione?
- » La IA è visibile **nella struttura dell'informazione** e nei **sistemi organizzativi** del sito:
  - **Sistemi di organizzazione**
    - » Categorie generali (es. “Academics”, “Admission”)
    - » Categorie per target specifici (es. “Future Students”, “Staff”)
  - **Sistemi di navigazione**
    - » Menu a tendina personalizzati
    - » Percorsi guidati tra contenuti
  - **Sistemi di ricerca**
    - » Barra di ricerca con suggerimenti automatici
  - **Sistemi di etichettatura**
    - » Etichette e nomi dei link comprensibili e coerenti (es. “Events”, “Alumni”)

# Bottom-Up Information Architecture

---

» **Cos'è?** È un tipo di IA che **emerge direttamente dai contenuti** stessi. Non viene progettata “dall'alto” (come una gerarchia o un menu predefinito), ma si basa su:

- **Struttura** del contenuto (es. titolo, ingredienti, istruzioni in una ricetta)
- **Sequenza logica** (es. gli ingredienti vengono prima della preparazione)
- **Metadata e tag** (es. “cocktail”, “senza alcol”, “estate”)

» **Esempio: Ricetta in un'app**

- La struttura interna di una ricetta (titolo, ingredienti, preparazione) permette:
  - » Una **navigazione più intuitiva**
  - » Una **ricerca efficace** (es. cerca “gimlet”)
  - » Un migliore **orientamento**: “Dove sono?”, “Cosa c’è qui?”, “Cosa posso fare da qui?”

# Esempio visivo: App Foto di iOS

---

» Nell'app Foto:

- Le **collezioni** sono organizzate per data e luogo.
- Gli utenti possono navigare per **anni, album, città** o fare ricerche.
- L'interfaccia **non mostra IA esplicita**, ma è guidata da:
  - » Metadata (data, località, riconoscimento facciale)
  - » Collegamenti contestuali
  - » Strutture coerenti

»  **Risultato:** L'esperienza utente è costruita attorno alla **struttura interna dei contenuti**.

# Componenti dell' Information Architecture

---

## » Organization systems

- Come categorizziamo le informazioni (es. per argomento, pubblico, cronologia).

## » Labeling systems

- Come nominiamo categorie, link, sezioni.

## » Navigation systems

- Come gli utenti si muovono nell'ambiente informativo.

## » Searching systems

- Come cercano informazioni (interfaccia, linguaggio, algoritmi, risultati).

# Browsing aids (per navigare):

---

- » Sistemi di organizzazione, sistemi di navigazione generali e locali (es, categorie menu)
- » Sitemap
- » Indici
- » Guide
- » Walkthroughs and wizards (Guide dettagliate e procedure guidate)
- » Sistemi di navigazione contestuale

# Search aids (per la ricerca):

---

- » Interfaccia di ricerca
- » Linguaggio di query
- » Generatori di query
- » Algoritmi di retrieval
- » Zone di ricerca
- » Risultati di ricerca

# Content & tasks:

---

- » Headings, elenchi, blocchi
- » Embedded link
- » Embedded metadata
- » Aiuti sequenziali
- » Indicatori di posizione

# Componenti invisibili:

---

- » Vocabolari controllati e thesauri
- » Algoritmi di retrieval nascosti
- » Best bets (risultati prioritari a certe query)

# Riepilogando...

---

- » L'IA è spesso invisibile ma fondamentale per orientarsi.
- » Va progettata sia **top-down** (menu, categorie), sia **bottom-up** (struttura del contenuto).
- » Comprendere le componenti aiuta a progettare ambienti informativi chiari, usabili e coerenti.

# Sistemi di organizzazione

---

- » Schemi: alfabetico, cronologico, per argomento, per task
- » Strutture: gerarchiche, reticolari, sequenziali
- » L'organizzazione influenza **trovabilità e comprensione**

# Sfide principali nell'organizzazione dell'informazione

---

## 1. Ambiguità

- » Le parole possono avere molti significati (es. “pitch” può significare tonalità, discorso commerciale, inclinazione, ecc.).
- » L’ambiguità rende difficile etichettare e classificare i contenuti in modo univoco.
- » Anche concetti apparentemente semplici, come “pomodoro”, possono confondere: è frutta? verdura? bacca?

## 2. Eterogeneità

- » I contenuti digitali sono molto diversi tra loro (testi, video, immagini, file PDF, database).
- » Spesso coesistono livelli diversi di granularità (es. articoli singoli vs riviste intere) e formati diversi.
- » Questo rende difficile applicare un sistema di organizzazione uniforme.

# Sfide principali nell'organizzazione dell'informazione

---

## 3. Differenze di prospettiva

- » Ogni persona ha un proprio modo di organizzare l'informazione.
- » Gli utenti pensano in modo diverso rispetto a chi crea i contenuti o l'architettura.
- » Soluzioni efficaci devono tener conto della varietà di mentalità e modelli mentali.

## 4. Politiche interne

- » Le decisioni su cosa etichettare e come organizzare i contenuti possono avere implicazioni politiche.
- » Alcuni reparti vogliono maggiore visibilità, altri vogliono controllo sui propri contenuti.
- » I compromessi politici sono spesso inevitabili.

# Soluzioni e raccomandazioni

---

- » L'organizzazione dell'informazione è un compito complesso, ma cruciale per la riuscita di qualsiasi ambiente informativo.
- » Bilanciare strutture esatte e ambigue, considerare le prospettive degli utenti, e adottare soluzioni tecniche e sociali aiuta a creare architetture informative solide, flessibili e comprensibili.

# Sistemi di etichettatura

---

- » Le etichette traducono la struttura in **parole comprensibili**
- » Tipi: etichette di testo, icone, collegamenti, titoli
- » Devono essere **coerenti, descrittive, semplici e familiari**
- » Esempi negativi: “Soluzioni avanzate” ≠ chiaro
- » Progettazione = testare le etichette con utenti reali

# L'etichettatura è essenziale per la comunicazione

---

- » Nei siti web o app, **non esiste una conversazione in tempo reale** come nella comunicazione umana.
- » Le **etichette (labels)** sostituiscono il dialogo diretto e devono essere **chiare, coerenti, informative**.
- » Un'etichetta confusa crea un “gioco del telefono” che **rompe la comunicazione** tra utente e sistema.

# Le etichette guidano l'esperienza dell'utente

---

- » Etichette efficaci aiutano gli utenti a **capire dove si trovano, cosa possono fare e dove possono andare.**
- » Devono essere:
  - **Rappresentative** (coerenti con il contenuto)
  - **Comprensibili** (parlare la lingua dell'utente)
  - **Consistenti** (riconoscibili in tutto il sito)
  - **Intuitive** (senza ambiguità)

# Cattive etichette hanno effetti negativi

---

- » **Confondono l'utente** e compromettono la navigabilità.
- » **Danneggiano l'immagine del brand** (trasmettono superficialità o disorganizzazione).
- » **Fanno perdere vendite o conversioni.**
- » Un sito ben progettato può fallire se le etichette sono sbagliate.

# Tipologie di etichette

---

- » **Contestuali (contextual links)**: parole collegate a link all'interno del testo.
- » **Titoli (headings)**: identificano sezioni o contenuti successivi.
- » **Navigazione (navigation labels)**: voci di menu o breadcrumb.
- » **Indice/Tag (index terms)**: parole chiave usate per cercare o filtrare contenuti.
- » **Icone (iconic labels)**: simboli al posto di parole (utili ma limitati).

# Come progettare buone etichette

---

## » Linee guida generali:

- Evitare ambiguità e jargons interni (es. “Coffeehouse” usato da Starbucks).
- **Mantenere coerenza** tra etichette: stile, sintassi, livello di dettaglio, tono.
- Usare **linguaggio dell’utente**, non quello interno all’azienda.

## » Manutenzione e ottimizzazione continua

- Il labeling non è statico: **va testato, migliorato e aggiornato**.
- Serve un **approccio iterativo**: test di usabilità, feedback utenti, analisi query.
- Una buona etichettatura evolve insieme a contenuto e utenti.

# Come progettare buone etichette

---

## » Fonti per creare sistemi di etichette

- Sistemi esistenti (propri o di concorrenti).
- Vocabolari controllati e thesauri (es. ERIC per l'educazione).
- Contenuto del sito stesso (analisi semantica o estrazione automatica).
- Autori dei contenuti (con cautela).
- Utenti finali, attraverso:
  - » Card sorting (ordinamento di contenuti per categorie).
  - » Free listing (elenco libero di termini).
  - » Analisi dei log di ricerca (linguaggio reale usato dagli utenti).

# Sistemi di navigazione

---

- » Tipi: globale, locale, contestuale, ausiliaria
- » La navigazione aiuta l'utente a capire dove si trova e dove può andare
- » Design responsivo: la struttura deve adattarsi a più dispositivi
- » Usabilità: etichette chiare, posizione prevedibile, coerenza
- » Navigazione = struttura + interfaccia + aspettative

# Scopo della navigazione

---

- » La **navigazione** serve a **fornire contesto, orientamento e flessibilità** all'interno di un ambiente informativo.
- » Un buon sistema di navigazione aiuta l'utente a **capire dove si trova, dove può andare e come tornare indietro**.
- » È complementare alla struttura dell'informazione: **l'architettura costruisce le stanze, la navigazione aggiunge porte e finestre**.

# Tipi principali di navigazione

---

## » Global Navigation

- Presente in ogni pagina (es. barra principale o logo che riporta alla home).
- Offre accesso diretto alle sezioni chiave e mantiene coerenza visiva.
- Esempi: menu principali, mega-menu, fat footers.

## » Local Navigation

- Permette di esplorare sezioni specifiche o “sottositi”.
- Spesso varia tra aree del sito (es. sezione “News” diversa da “Products”).

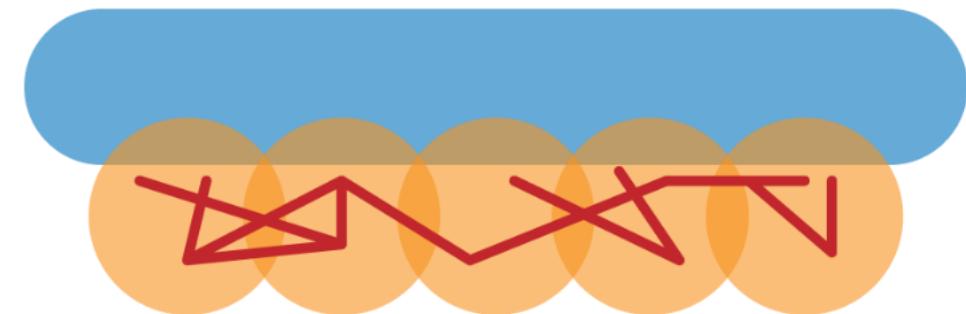
## » Contextual Navigation

- Mostra collegamenti a contenuti correlati (es. “Articoli simili”, “Prodotti correlati”).
- Supporta la **navigazione associativa** e favorisce la scoperta di nuovi contenuti.

## » Supplemental Navigation Systems

- **Sitemaps**: visione d'insieme gerarchica del sito.
- **Indexes**: elenchi alfabetici per accesso diretto.
- **Guides e Wizards**: percorsi guidati o configuratori per aiutare l'utente passo passo.
- **Search**: navigazione alternativa e personalizzata.

# Conceptual Map



Key

Global Navigation  
*Where am I?*

Local Navigation  
*What's nearby?*

Contextual Navigation  
*What's related to what's here?*

Desktop



Mobile



## Global navigation

### Local navigation

Contextual navigation

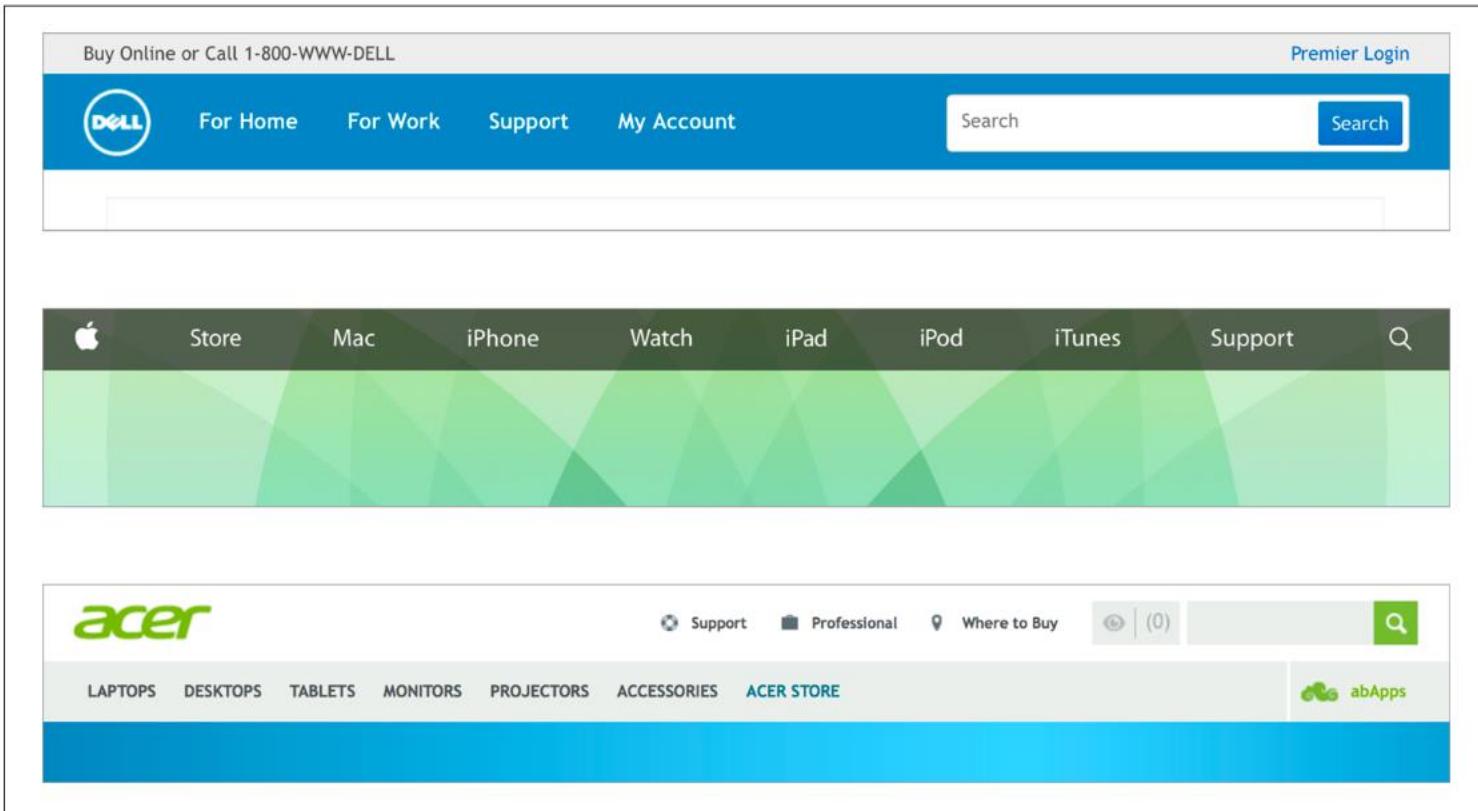
## Content

Contextual navigation

Sitemap
<b>Category1</b> <u>Subcat1</u> , <u>Subcat2</u> , <u>Subcat3</u>
<b>Category2</b> <u>Subcat1</u> , <u>Subcat2</u> , <u>Subcat3</u>
<b>Category3</b> <u>Subcat1</u> , <u>Subcat2</u> , <u>Subcat3</u>

Index
<b>A</b> _____
<b>B</b> _____
<b>C</b> _____

Guide
<b>Step1</b> _____
<b>Step2</b> _____
<b>Step3</b> _____



*Global navigation bars from Dell, Apple, and Acer*

adidas men women kids sports brands customize micoach boost

**shoes**

- Originals
- NEO
- Soccer
- Running
- Training
- Basketball
- Outdoor
- Tennis
- Football
- Baseball
- Customize with mi adidas

**apparel**

- Jackets
- Jerseys
- Short Sleeve Tops
- Sleeveless Tops
- Long Sleeve Tops
- Graphic Tees
- Shorts
- Pants
- Tights
- Customize with mi adidas

**accessories**

- Bags
- Balls
- Gloves
- Hats
- Headphones
- Scarves
- Socks
- Sunglasses
- Watches

**sports**

- Soccer
- Running
- Training
- Basketball
- Outdoor
- Tennis
- Football
- Baseball
- Skate
- Snowboarding

**featured**

- New Arrivals
- Sale
- Top Sellers
- Top Rated
- Ultra Boost - Your greatest run ever

[Shop all Men's](#) [Shop all Men's Apparel](#) [Shop all Men's Accessories](#) [Shop all Men's Sports](#)

adidas men women kids sports brands customize micoach boost

**basketball**

- Shoes
- Apparel
- Accessories

[Shop all Basketball](#) [Explore Basketball](#)

**football**

- Shoes
- Apparel
- Accessories

[Shop all Football](#) [Explore Football](#)

**soccer**

- Shoes
- Apparel
- Accessories

[Shop all Soccer](#) [Explore Soccer](#)

**running**

- Shoes
- Apparel
- Accessories

[Shop all Running](#) [Explore Running](#)

**other sports**

- Men's Training
- Women's Training
- Baseball
- Outdoor
- Skateboarding
- Snowboarding
- Tennis
- Golf

**NBA ALL-STAR**

adidas men women kids sports brands customize micoach boost

**get trained**

Choose your training, get real-life coaching, read tips & tricks from pros and keep track of your performance. micoach is all you need to get the results you want.

[More about micoach](#)

**micoach products**

Whether you want to track your stats, play your music or measure your heart rate, our miCoach devices can monitor your every step - whatever your sport.

[Shop all products](#)

**superstar**

[SHOP EAST RIVER RIVALRY](#)

*Adidas's mega-menus give insights into the content and structure of the site*

Microsoft Surface

Why Surface | Products | For Business | Where to Buy | Support

Learn more

Follow Surface [Facebook](#) [Twitter](#)

Share this page [Like](#) 916k [Tweet](#) 26.9k

Product sites

- [Windows](#)
- [Office](#)
- [Surface](#)
- [Windows Phone](#)
- [Mobile devices](#)
- [Xbox](#)
- [Skype](#)
- [MSN](#)
- [Bing](#)
- [Microsoft Store](#)

Downloads

- [Surface User Guides](#)
- [Download Center](#)
- [Windows downloads](#)
- [Office downloads](#)
- [Support](#)
- [Surface Support](#)
- [Contact Us](#)
- [Environment](#)

Security

- [Security home](#)
- [Microsoft Security Essentials](#)
- [Privacy](#)
- [Privacy Feedback](#)
- [About](#)
- [Microsoft](#)
- [Careers](#)
- [Company News](#)
- [Investor relations](#)
- [Arbitration](#)

Popular resources

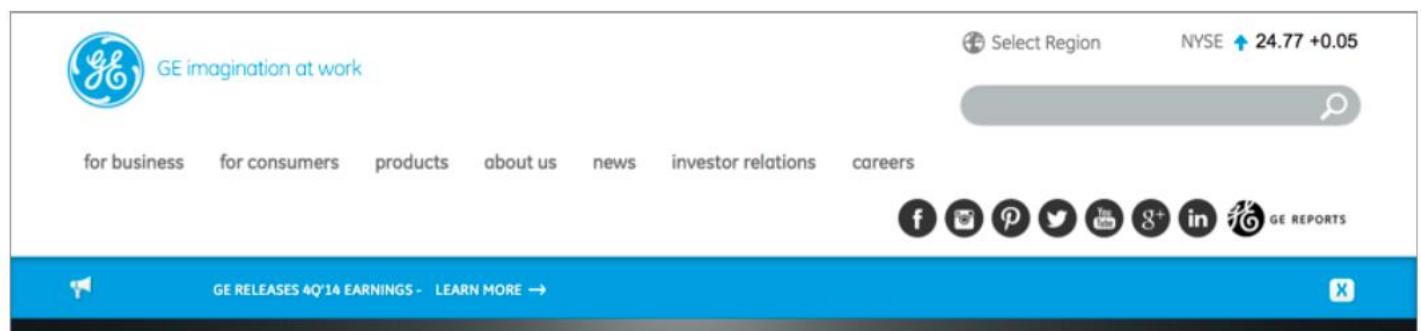
- [Register your Surface](#)
- [Surface on Twitter](#)
- [Surface on Facebook](#)
- [Surface Blog](#)
- [Surface on Pinterest](#)
- [Partners](#)
- [Designed for Surface](#)
- [Resellers](#)

United States - English

Microsoft

Contact Us | Site map | Privacy & Cookies | Terms of use | Trademarks | © 2015 Microsoft

*Microsoft.com is a large site, with multiple subsites and sub-brands; a fat footer on many of the site's pages gives users a consistent way to get around*



GE imagination at work

Select Region NYSE **24.77 +0.05**

for business for consumers products about us news investor relations careers

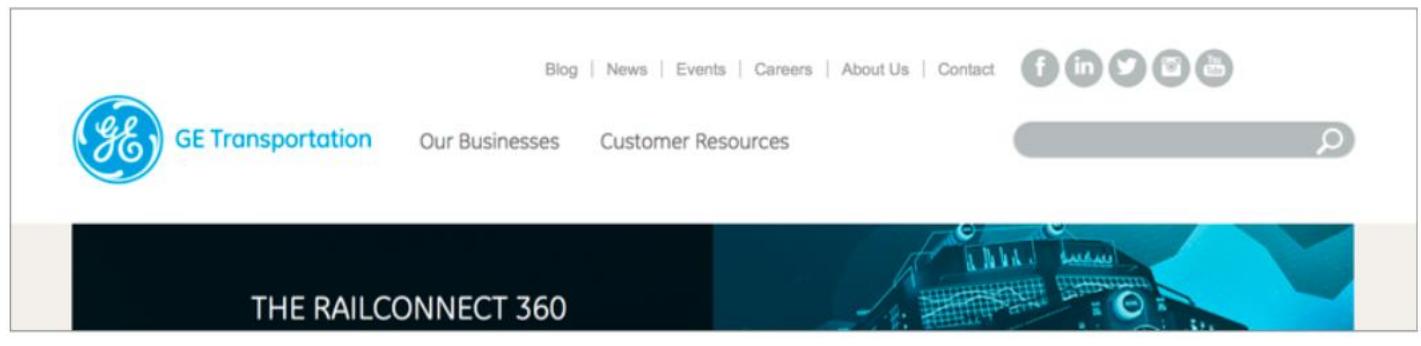
GE REPORTS

GE RELEASES 4Q'14 EARNINGS - LEARN MORE →

[Blog](#) | [News](#) | [Events](#) | [Careers](#) | [About Us](#) | [Contact](#)

[f](#) [in](#) [t](#) [p](#) [g+](#) [in](#) [f](#) GE REPORTS

THE RAILCONNECT 360



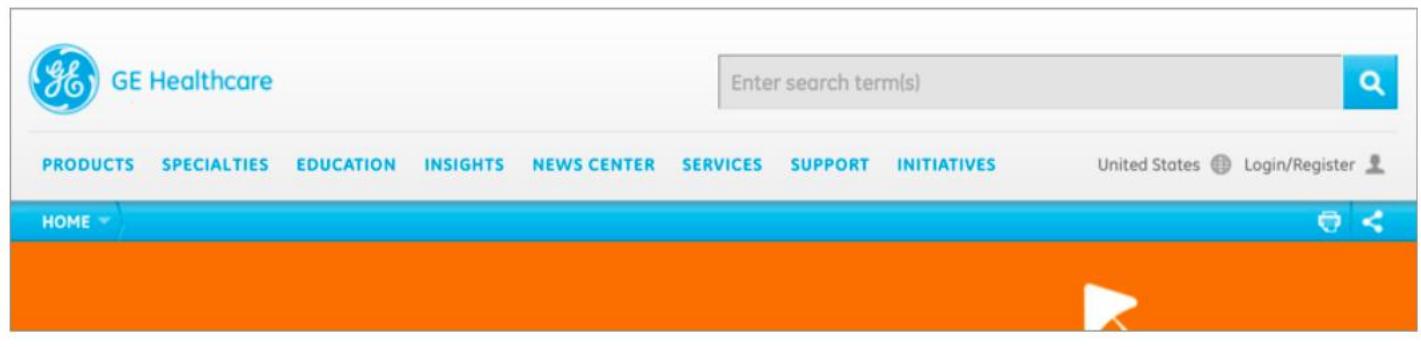
GE Transportation

Our Businesses Customer Resources

THE RAILCONNECT 360

[Blog](#) | [News](#) | [Events](#) | [Careers](#) | [About Us](#) | [Contact](#)

[f](#) [in](#) [t](#) [p](#) [g+](#) [in](#) [f](#) GE REPORTS



GE Healthcare

Enter search term(s)

PRODUCTS SPECIALTIES EDUCATION INSIGHTS NEWS CENTER SERVICES SUPPORT INITIATIVES

United States [Login/Register](#)

HOME

*Local navigation at GE.com*

## Campus Life

Campus Life

Athletics

### Stanford Student Housing

Stanford is a residential teaching and research university. The Founding Grant of the university states the founders' wish: "It is desirable that the members of the Faculty and students should generally reside upon the grounds of the University..." [Roble Hall](#), built in 1918, is the oldest residence and still houses students.

As of Autumn 2014, 6,503 undergraduates and 5,478 graduate students live in university-provided housing. Housing is guaranteed for four years for entering freshmen. Approximately 96 percent of all undergraduates registered and residing at the home campus live in on-campus housing.

The [undergraduate housing system](#) includes 80 diverse facilities. About 25 percent of students join one of the 16 fraternities or 14 sororities recognized on campus. Seven fraternities and three sororities offer housing.

About 62 percent of graduate students eligible for housing live in university-provided housing designed for single students, couples without children and students with children. New graduate students are guaranteed housing their first year on campus when they apply by the spring deadline.

### Student Organizations and Student Government

There are about 650 organized [student groups](#) at Stanford. The student newspaper is the [Stanford Daily](#). The [Associated Students of Stanford University](#) is the representative government for Stanford students. There are about 44



**SPIRIT** The Leland Stanford Junior University Marching Band (LSJUMB) bills itself as "The World's Largest Rock and Roll Band."



**SEE ALSO**  
[Life on Campus](#)

*Inline contextual navigation links*

Download our latest NYC retail store ad [here](#) for our weekly specials!

Rent | Sell | Print | Visit | Federal/GSA | Gov. & Education | Students/Educators | My Account | Wish List | Order Status | Help | [MY CART \(0\)](#)

**ADORAMA**  
MORE THAN A CAMERA STORE | 800-223-2500 | All departments | **SAME DAY SHIPPING** on most orders till 8pm | Search keywords, SKU's or Item # | **SEARCH**

**PHOTO & VIDEO** | **ELECTRONICS** | Used | Deals | Brands | Adorama **tv** | Events | Learning Center

Cameras | Lenses | Video | Studio & Lighting | Tripods | Optics | Printers | Computers | TV & Entertainment | Pro Audio | More ▾

Home > Cameras > Fujifilm Digital Point & Shoot Cameras > Fujifilm X100T Digital Camera Silver

## FUJIFILM

**NEW RELEASE**

**Fujifilm X100T Digital Camera Silver, 16.3MP, Hybrid Viewfinder, 23mm F/2 Lens, 6 FPS, 3" LKCD, Full HD 1080p Video**

SKU: IFJX100TS MFR: 16440616

AVAILABLE FOR PRE ORDER NOW! Estimated ship date Early November 2014. You may place this on order now and it will be shipped on a first come first serve basis. We do not charge your card until actually ship the item to you.

**What's Included**  
[More Buying Choices](#)

[Write a Review](#)

**Ways to Save**

- [Sell or Trade your gear](#)
- [Get price notifications](#)

**Why Adorama?**  
**Easy Returns, Fast Shipping, Trusted for over 35 years.**  
Need help? Call 800-223-2500 212-741-0052

**Our Price**  
**\$1,299.00**

**FREE SHIPPING** [?](#)

Qty:  **PRE-ORDER** [Add to Wishlist](#)

**Protect your investment**

New Leaf **3 Year** Service Plan + \$54.95

New Leaf **PLUS 3 Year** Drops & Spills + \$79.95

New Leaf **PLUS 5 Year** Drops & Spills + \$139.95

**People Who Viewed This Item Also Viewed:**

 Fujifilm X100T Digital Camera Black \$1299.00	 Fujifilm X100S Digital Camera - Black/Black \$1098.95	 Fujifilm X30 Digital Camera, Silver \$599.00	 Fujifilm X100S Digital Camera Black/Black - \$1098.95	 Fujifilm X30 Digital Camera, Black \$599.00
---	---	--	---	---

*External contextual navigation links*

[Store](#)[Mac](#)[iPhone](#)[Watch](#)[iPad](#)[iPod](#)[iTunes](#)[Support](#)

## Apple Sitemap

### Apple Info >

[News and Events](#)[Hot News](#)[RSS Feeds](#)[Apple Events](#)[Apple Live](#)[User Groups](#)[About Apple](#)[Contact Us](#)[Support and Service](#)[Product Feedback](#)[Website Feedback](#)[Public Relations](#)[Investors](#)[Working at Apple](#)[Diversity](#)[Environment](#)[Recycling](#)[Working with Apple](#)[Procurement](#)[Supplier Responsibility](#)[Legal Information](#)[Choose your country or region](#)[Where to Buy](#)[Where can I buy Apple products?](#)[Apple Online Store](#)[Apple Store for Business](#)[Apple Store for Education](#)[Apple Online Store Country Selector](#)[Apple Retail](#)[Find a Reseller](#)[Apple Financial Services](#)[Apple Rebates](#)

### Mac >

[Macs](#)[Mac Pro](#)[Mac mini](#)[MacBook Air](#)[MacBook Pro](#)[iMac](#)[iMac with Retina 5K display](#)[Compare Mac Models](#)[Accessories](#)[Wi-Fi Base Stations](#)[AirPort Express](#)[AirPort Extreme](#)[AirPort Time Capsule](#)[Which Wi-Fi are you?](#)[Servers](#)[Servers Overview](#)[OS X Server](#)[Applications](#)[iPhoto](#)[iMovie](#)[GarageBand](#)[Pages](#)[Numbers](#)[Keynote](#)[Aperture](#)[Final Cut Pro X](#)[Developer](#)[Overview](#)[Technologies](#)[Program](#)[Resources](#)[WWDC](#)[Markets](#)[Creative Pro](#)[Mac in Business](#)

*Apple's sitemap*

UN Welcome to the United Nations. It's your world.

Search UN Website  عربی 中文 English Français Русский Español

 Site Index 

[A](#) [B](#) [C](#) [D](#) [E](#) [F](#) [G](#) [H](#) [I](#) [J](#) [K](#) [L](#) [M](#) [N](#) [O](#) [P](#) [Q](#) [R](#) [S](#) [T](#) [U](#) [V](#) [W](#) [Y](#)

Search site index:

**A**

- [Accreditation, for Media](#)
- [Administration of Justice \(Office of\)](#)
- [Administrative Committee on Coordination \(ACC\) \(has been renamed - see CEB below\)](#)
- [Administrative Tribunal \(UNAT\)](#)
- [Advisory Committee on Administrative and Budgetary Questions \(ACABQ\)](#)
- [Africa](#)
- [Africa Industrialization Day \(20 November\)](#)
- [Africa, Office of the Special Adviser on](#)
- [Africa - UN peacemaking, peacekeeping, peace-building](#)
- [Africa Renewal Online](#)
- [African Descent, International Year for People of \(2011\)](#)
- [Ageing](#)
- [Ageing, World Elder Abuse Awareness Day \(15 June\)](#)
- [Agriculture](#)
- [AIDS](#)
- [AIDS, 2011 High-level Meeting on](#)
- [Algiers, Bombing of UN Office in](#)

*The UN's comprehensive alphabetical site index*

## Comcast's XFINITY site index

Romina Eramo - reramo@unite.it



## CDC A-Z Index



### A

[ABCs \(Active Bacterial Core surveillance\)](#)

[Abdominal Aortic Aneurysm – see Aortic Aneurysm](#)

[ABLES \(Adult Blood Lead Epidemiology and Surveillance\)](#)

[Abortion Surveillance](#)

[Abrasive Blasting](#)

[Abuse, Child – see Child Maltreatment](#)

[Abuse, Elder – see Elder Maltreatment](#)

[AC \(Hydrogen cyanide\)](#)

[Acanthamoeba Infection](#)

[Accreditation – see Health Department Accreditation](#)

[ACE \(Adverse Childhood Experiences\)](#)

### A-Z Index FAQs

[What is the A-Z Index?](#)

[What items are included?](#)

[Why is there more than one A-Z Index?](#)

[Can I suggest a new entry?](#)

*The Center for Disease Control and Prevention's site index*

IRS

Subscriptions | Language | Information For... | [Search](#) | [Advanced](#)

Filing | Payments | Refunds | Credits & Deductions | News & Events | Forms & Pubs | Help & Resources | for Tax Pros

[Employees](#)

[Self-Employed](#)

[International Taxpayers](#)

[Military](#)

[Parents](#)

[Seniors & Retirees](#)

[Students](#)

**Individuals Topics**

- [Online Tools](#)
- [Taxpayer Guide to Identity Theft](#)
- [Taxpayer Advocate Service](#)
- [Life events may impact your taxes](#)
- [Affordable Care Act Tax Provisions](#)

## IRS Withholding Calculator

If you are an employee, the Withholding Calculator can help you determine whether you need to give your employer a new [Form W-4, Employee's Withholding Allowance Certificate](#) to avoid having too much or too little Federal income tax withheld from your pay. You can use your results from the calculator to help fill out the form.

**Who Can Benefit From The Withholding Calculator?**

- Employees who would like to change their withholding to reduce their tax refund or their balance due;
- Employees whose situations are only approximated by the worksheets on the paper W-4 (e.g., anyone with concurrent jobs, or couples in which both are employed; those entitled to file as Head of Household; and those with several children eligible for the Child Tax Credit);
- Employees with non-wage income in excess of their adjustments and deductions, who would prefer to have tax on that income withheld from their paychecks rather than make periodic separate payments through the estimated tax procedures.

**CAUTION:** If you will be subject to alternative minimum tax, self-employment tax, or other taxes; you will probably achieve more accurate withholding by following the instructions in [Pub 505: Tax Withholding and Estimated Tax](#).

Ready to start? Make sure scripting is enabled before using this application. [Continue to the Withholding Calculator](#)

**Tips For Using This Program**

- Have your most recent pay stubs handy.
- Have your most recent income tax return handy.
- Estimate values if necessary, remembering that the results can only be as accurate as the input you provide.

**To Change Your Withholding:**

- Use your results from this calculator to help you complete a new [Form W-4, Employee's Withholding Allowance Certificate](#).
- Submit the completed Form to your employer.

**IRS Withholding Calculator**



## *The introduction to the IRS Withholding Calculator*

Free shipping for orders more than \$75. Financing available too.

MOBILE PHONES MOTO 360 ACCESSORIES SHOP ALL GET HELP

Sign in

## Moto Maker

Build your phone, choosing your favorite colors, wallpaper, memory, and more.

**Metallic**  
Shiny finishes and sharp shades to make your design pop.

<input checked="" type="checkbox"/>	Yellow
<input type="checkbox"/>	Orange
<input type="checkbox"/>	Green
<input type="checkbox"/>	Gold
<input type="checkbox"/>	Blue
<input type="checkbox"/>	Black
<input type="checkbox"/>	Red
<input type="checkbox"/>	Yellow
<input type="checkbox"/>	Pink

Back

Front

Trim

Cases

Memory

Engrave

More Options



**moto X**

From \$99.99  
w/ a 2-yr contract. From \$499.99 off contract

Free Shipping

Buy

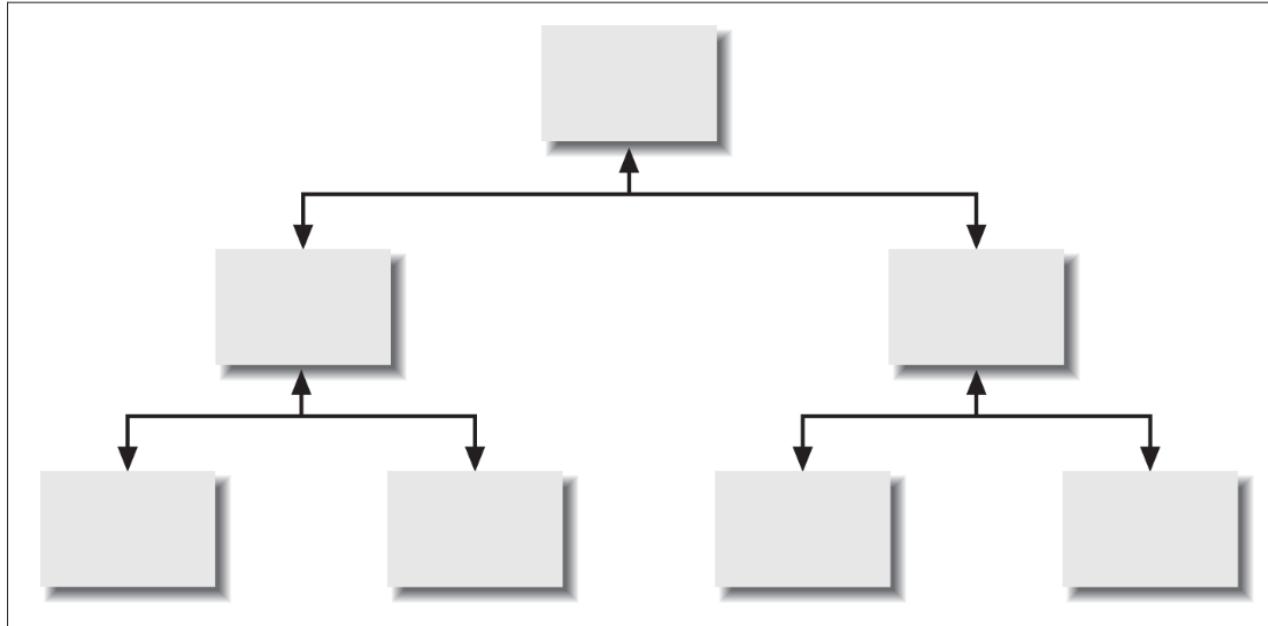
Compare Share Help

## *The Moto Maker configurator*

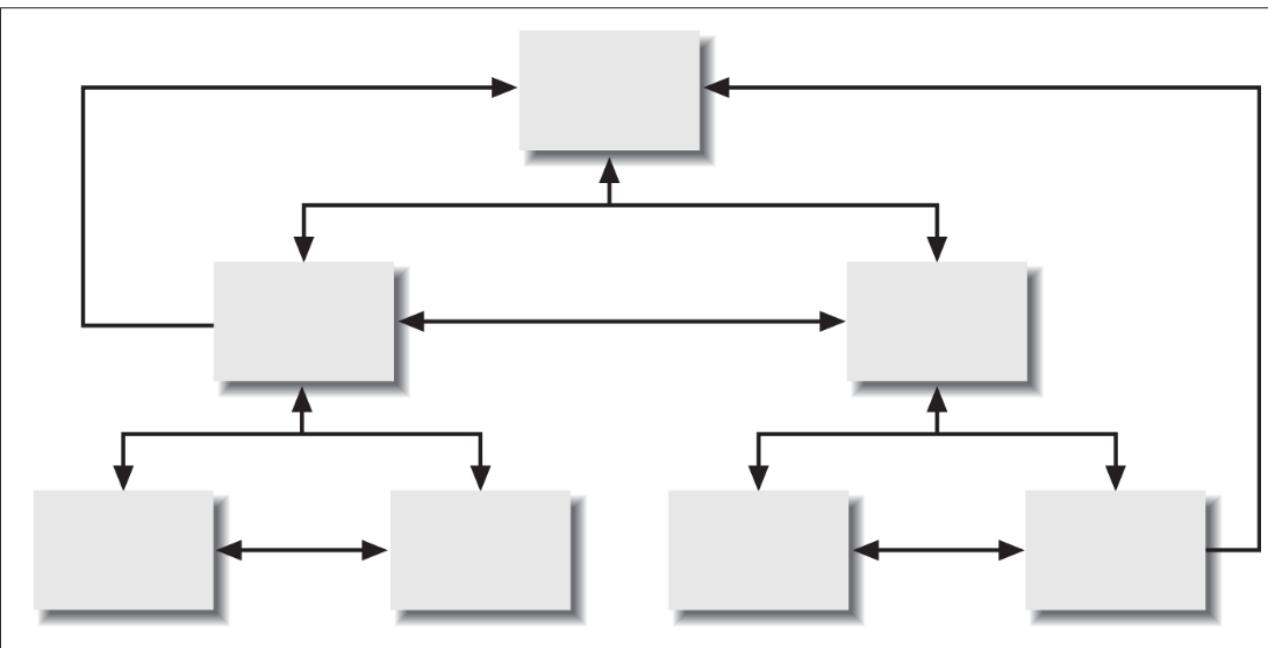
# Principi di progettazione

---

- » **Bilanciare contesto e flessibilità:** troppi link confondono, troppo pochi limitano.
- » **Rendere visibile la posizione dell’utente:** segnali come “You Are Here”, breadcrumb, evidenziazione della sezione attiva.
- » **Integrare global, local e contextual navigation** per evitare disorientamento.
- » **Test di stress della navigazione:** simulare l’ingresso in pagine interne per verificare se l’utente capisce dove si trova.



A pure hierarchy



A hypertextual web can completely bypass the hierarchy

SHOP YOUR WAY | kmart | mysear | CRAFTSMAN | Kenmore | PARTSDIRECT | LANDS' END | Sears Home Services | searsoutlet | Sell on Sears | See all

Store Locator | Sears Credit Card | Gift Cards | Deal Heist | Customer Service | Feedback | En español

All Departments |  | Search | sign in | join for free | My Location | Cart

Departments | ShopYourWay Exclusives | Deals Center | Weekly & Local Ads | Parts & Services | Gift Registry

Shop In > Tools > Cordless Handheld Power Tools > Drills

**Narrow By**

**Drills**

**Brand**

- Craftsman
- Craftsman Professional
- Stanley-Proto
- Smead
- Black & Decker
- Bosch

[See More](#)

**Chuck Size**

- 1 in.
- 1/2 in.
- 1/4 in.
- 3/4 in.
- 3/8 in.

**Battery Voltage**

- 12
- 14.4
- 18
- 19.2
- 20
- 24

[See More](#)

Cordless drills are the ideal choice when you're working without power or you want maximum portability. We've got quality cordless drills from the brands you trust like Craftsman, DeWalt and Bosch. Your options include 12-volt drills that are compact and lightweight or drills with up to 19.2 volts for greater power and run time. We carry standard drill/drivers, hammerdrills and impact wrenches, so you'll always have the right tool for the job. Circular saws give you versatile cutting power. Compact three-inch saws are ideal for trim and plastic pipe. Full-size circular saws handle dimensional lumber and sheathing. Stock your tool crib with dependable cordless power tools from Sears that will help you get work done every day.

All Products | Sears Only | In-store: Set Your Location

sort by: Recommended

 Craftsman C3 19.2-Volt Cordless 1/2" Wrench Kit

 Craftsman Bolt-On™ 20V Max Lithium Ion Drill/Driver

 Craftsman Bolt-On™ 20V Max Lithium Ion Drill/Drive

 Porter-Cable Factory-Reconditioned PCC640LBR 20V MAX Cordless Lithium-Ion Drill/Driver

Featured Products

5 stars (252) | 5 stars (460) | 5 stars (100)

Il sistema di navigazione di Sears mostra la posizione dell'utente all'interno della gerarchia

# Compito

---

Analizza la homepage di un sito a tua scelta e identifica i tre tipi di navigazione (global, local, contextual) + presenza di sistemi supplementari (search, sitemap, ecc.).

# Sistemi di ricerca

## Prima di implementare un motore di ricerca: riflessioni critiche

---

- » Il search non è sempre necessario.
- » Non tutti gli utenti preferiscono cercare: molti preferiscono navigare (browsing).
- » Prima di introdurre la funzione di ricerca, chiediti:
  - C'è abbastanza contenuto? (non c'è una soglia fissa)
  - Gli utenti hanno esigenze di ricerca specifica?
  - La navigazione è ben progettata? O stai usando la ricerca per mascherare una cattiva IA?
  - Hai tempo e risorse per ottimizzare e mantenere un sistema di ricerca?
  - Gli utenti preferiscono davvero cercare o potrebbero bastare altre soluzioni (es. indici, filtri, tag)?

# Quando ha senso implementare la ricerca

---

- » **Molto contenuto** (es. portali editoriali, knowledge base, e-commerce).
- » **Contenuti frammentati o distribuiti** (intranet, più team, più database).
- » **Contenuto dinamico** (es. notizie aggiornate di continuo).
- » Per migliorare l'esperienza utente:
  - Quando la navigazione non basta.
  - Per affiancare la struttura esistente.
  - Per assecondare le **aspettative degli utenti** (ormai tutti si aspettano un box di ricerca).
- » **Search logs** e analytics permettono di capire cosa cercano gli utenti e ottimizzare IA e contenuti.

Google  Search +Jorge Grid Notification Profile

Web Images Maps **Shopping** More Profile Grid Settings

San Leandro, CA Change Sort: Default View: Grid My Shortlist (0) Merchant links are sponsored

Searches related to eames chair

Show only  Available nearby  New items

Price  Up to \$1,000 **eames lounge chair**  \$1,000 – \$2,000 **eames office chair**  \$2,000 – \$3,500 **eames chair replica**  Over \$3,500 **eames dining chair**  **eames rocking chair**  **eames chair and ottoman**

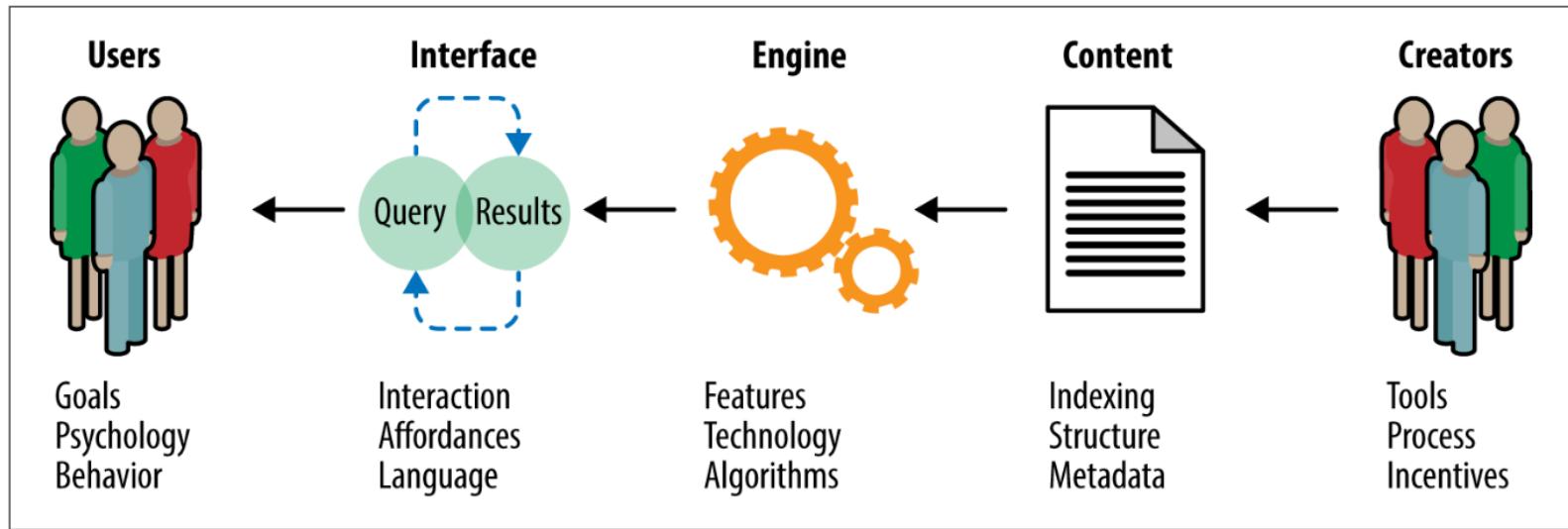
to  Go

Category  Chairs  Arm Chairs, Recliners & Sleeper Chairs  Kitchen & Dining Room Chairs  Rocking Chairs  Office Chairs  More

					
<b>eames lounge chair</b>	<b>eames office chair</b>	<b>eames chair replica</b>	<b>eames dining chair</b>	<b>eames rocking chair</b>	<b>eames chair and ottoman</b>

			
<b>Eames Chair - Eames Lounge Chair Replica Reproduction</b> \$995.00 from ModernInDesigns.com	<b>Eames Lounge Chair by Herman Miller at DWR.</b> \$3,629.00 from Design Within Reach	<b>Charles Eames Chair</b> \$1,920.00 from RoveConcepts Mid-Century Furniture	<b>eames lounge chair charles eames eames lounge chair eames chair</b> \$774.99 from Zyder Store

## Google Shopping's visual search results



*The basic anatomy of a search system (image adapted from *Search Patterns: Design for Discovery*, by Peter Morville and Jeffery Callender)*

# Strategia dell'architettura dell'informazione

---

- » L'IA deve supportare obiettivi strategici, non solo funzionali
- » Importante allineare: contenuti, utenti, contesto, business
- » Strategie di IA devono essere **flessibili e scalabili**
- » Output atteso: una **visione condivisa** e documentata dell'ecosistema informativo

# Ricerca

---

- » La ricerca IA comprende:
  - Audit dei contenuti
  - Analisi degli stakeholder
  - Interviste e osservazioni con utenti
- » Fondamentale per comprendere **bisogni, linguaggi, aspettative**
- » Ricerca qualitativa + quantitativa → base per decisioni di design

# Progettazione

---

- » Output principali:
  - Sitemap
  - Diagrammi di flusso
  - Wireframe
- » IA è **parte del design UX**, ma agisce sulla **struttura semantica**
- » La progettazione IA è iterativa: si testa e si adatta

# Documentazione

---

- » Obiettivo: creare **artefatti chiari** per designer, sviluppatori, stakeholder
- » Tipi di documentazione:
- » Mappe dell'informazione
- » Glossari
- » Linee guida di etichettatura
- » Serve come base di riferimento durante **tutto il ciclo di sviluppo**

# Collaborazione

---

- » L'IA è un **lavoro collaborativo**, non isolato
- » Ruolo di facilitatore: IA come **ponte tra team**
- » Lavoro in team multidisciplinari = maggiore coerenza e qualità
- » Soft skills + comunicazione = fondamentali