



УКРАЇНА

(19) UA (11) 47658 (13) U
(51) МПК (2009)
G09F 19/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ

ОПИС ДО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

видається під
відповідальність
власника
патенту

(54) СПОСІБ ДЕМОНСТРУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО МАТЕРІАЛУ В КОМП'ЮТЕРНІЙ МЕРЕЖІ

1

(21) u201000118

(22) 11.01.2010

(24) 10.02.2010

(46) 10.02.2010, Бюл.№ 3, 2010 р.

(72) ГОРДІЄНКО ЮРІЙ ВОЛОДИМИРОВИЧ, СТЕПЧЕНКО В'ЯЧЕСЛАВ ГРИГОРОВИЧ

(73) ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ІНФОЛАЙН 1"

(57) Спосіб демонстрування інформаційного матеріалу в комп'ютерній мережі, що включає підключення користувача зі свого термінала по мережі дистанційного доступу до сервера оператора, оснащеного відповідним програмним забезпеченням і базами даних, шляхом наведення покажчика на ключове слово або на інтерактивне посилання із заданими словами або на фразу в текстовій інформації, яка відображається на терміналі користувача при з'єднанні з віддаленим сервером, при цьому інформаційний матеріал наносять на носій,

2

виконаний у вигляді географічної карти місцевості, який відрізняється тим, що до мережі оператора підключають абонентів, кожного зі свого термінала, а оператор здійснює перевірку прав доступу й відкриває канал зв'язку з віддаленими базами даних, і одночасно із цим у сервері оператора формують сторінку командного коду з послідовністю команд запиту інформаційного контенту, крім того абонент на своїй панелі керування змінює на сервері оператора необхідну інформацію й зберігає зміни, при цьому на носій інформаційного матеріалу (географічну карту місцевості) наносять інформацію про абонента і його товари і/або послуги у вигляді іконок або їх товарних знаків, причому іконки виконані різного розміру залежно від відвідуваності сайтів, або від окремої плати за це, інформація про абонента і його послуги показана у дозований кількості у вигляді принаймні трьох акаунтів, залежно від бажання абонента.

Корисна модель відноситься до області демонстрування інформаційного матеріалу й призначена, переважно, для реклами товарів, послуг і іншої інформації.

Висока конкуренція на ринку телекомунікацій і зв'язку змушує операторів зв'язку, провайдерів послуг доступу в Інтернет, послуг широкосмугового доступу надавати нові послуги, шукати нових споживачів, нові джерела доходів. Такий підхід взаємовигідний для всіх учасників процесу й у першу чергу абонентам, оскільки приводить до зниження витрат на рекламу й дозволяє в сучасних умовах зробити рекламну й іншу інформацію більш корисною.

Відомо спосіб демонстрування інформаційного матеріалу в комп'ютерній мережі користувача, що включає підключення, зі свого термінала по мережі дистанційного доступу до сервера оператора, оснащеному відповідним програмним забезпеченням і базами даних, шляхом наведення покажчика на ключове слово або на інтерактивне посилання із заданими словами, або на фразу в текстовій інформації, яка відображається на терміналі користувача при з'єднанні з віддаленим сервером. Ін-

формаційний матеріал наносять на носій виконаний у вигляді географічної карти місцевості. Дане рішення є найбільш близьким аналогом до пропонуваного й, тому прийнято нами в якості прототипу.

<http://www.google.com/maps/mm?ie=UTF8&11=50.911909,34.812069&spn=0.067214,0.181446&z=13>

Основним недоліком даного способу є обмежена інформативність по асортименту й кількості товарів і послуг.

В основу корисної моделі поставлене завдання створення ефективного способу формування, передачі й демонстрування рекламного контенту й будь-якої іншої інформації оператором користувачеві під час запиту Інтернет-ресурсів.

Поставлене завдання вирішується тим, що в способі демонстрування інформаційного матеріалу в комп'ютерній мережі, що включає підключення користувача зі свого термінала по мережі дистанційного доступу до сервера оператора, оснащеному відповідним програмним забезпеченням і базами даних, шляхом наведення покажчика на ключове слово або на інтерактивне посилання із заданими словами, або на фразу в текстовій

(13) U

(11) 47658

(19) UA

інформації, яка відображається на терміналі користувача при з'єднанні з віддаленим сервером, при цьому інформаційний матеріал наносять на носій, виконаний у вигляді географічної карти місцевості, згідно корисної моделі, до мережі оператора підключають абонентів, кожного зі свого терміналу, при цьому оператор здійснює перевірку прав доступу й відкриває канал зв'язку з віддаленими базами даних і одночасно із цим у сервері оператора формують сторінку командного коду з послідовністю команд запиту інформаційного контенту. Абонент на своїй панелі керування змінює на сервері оператора необхідну інформацію й зберігає зміни. На носій інформаційного матеріалу (географічну карту місцевості) наносять інформацію про абонента і його товари і/або послуги у вигляді іконок або їх товарних знаках, причому іконки виконані різного розміру залежно від відвідуваності сайтів. Інформація про абонента і його послуги показана у дозованому у вигляді, принаймні, трьох акаунтів, залежно від бажання абонента.

При одержанні керуючого сигналу від користувача клацанням миші на зазначене поле, сервер виводить у границях цього поля, принаймні, один файл рекламного матеріалу з бази даних. Усі зазначені ознаки є істотними й взаємозалежні між собою й достатні для одержання необхідного технічного результату.

Справжня корисна модель пояснюється конкретним прикладом, який, однак, не є єдино можливим, але наочно демонструє можливість досягнення необхідного технічного результату.

На Фіг.1 зображена фотографія сайту з інформаційним носієм у вигляді карти місцевості з позначеннями вулиць, абонентів, їх адрес, іконок або товарних знаків, що мають диференціювання, залежно від відвідуваності.

На Фіг.2 зображено три види акаунта про інформаційні послуги або відомостей про абонента, залежно від його бажання. Абонент може перейти з одного акаунта на інший. Він повинен повідомити про свій намір менеджеру Infoline, і після оформлення одержати свій змінений акаунт.

На даний момент існує три види акаунта. Залежно від типу акаунта виводиться більше або менше інформації.

На Фіг.3 зображена схема роботи оператора з користувачами.

При підключенні абонента зі свого терміналу до мережі оператора роблять перевірку його прав доступу, визначають один із трьох акаунтів і відкривають канал зв'язку з вилученими базами даних і одночасно із цим у сервері оператора фор-

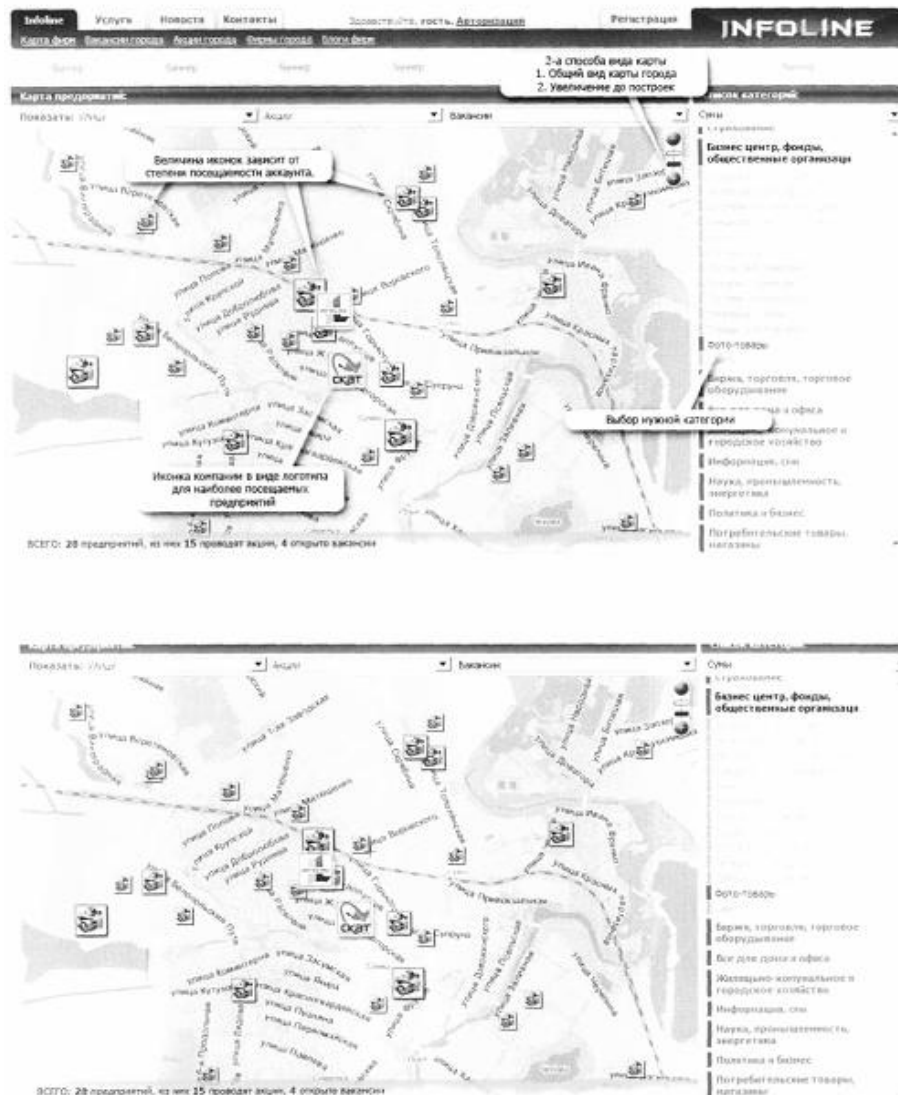
мують сторінку командного коду абонента з послідовністю команд запиту рекламного контенту.

Користувач на персональному комп'ютері по мережі дистанційного доступу здійснює з'єднання із сервером, оснащеним відповідним програмним забезпеченням. Користувач або абонент, заходячи на сайт Infoline.sumy.ua користується всім, до чого ведуть посилання сайту. Якщо абонент прагне змінити або редагувати свої дані, він може підтвердити це шляхом проведення авторизації. Для авторизації він вводить свій логін і пароль. Якщо він вірний, то абонент перенаправляється в панель керування, у якій перебувають саме його дані. Якщо ж пароль або логін невірний - то або користувач не є абонентом, або він забув свої дані. У такому випадку він повинен у спеціальному меню ввести свою адресу електронної пошти. Якщо така електронна адреса існує в базі даних, то на нього буде висланий новий пароль і старий логін. На карту виводяться ті підприємства, категорію яких вибрав користувач (наприклад: фототовари - виводяться всі підприємств? у вигляді іконок пов'язані з фототоварами). Так само, при виборі акцій, або вакансій на карту виводиться ті підприємства, у яких вони є.

Розглянемо випадок якщо користувач вибрав одну з категорій підприємства. Наприклад «Фото-Товари». Після вибору потрібної категорії відбувається запит до бази даних на предмет наявності хоч одного підприємства яке належить до даної категорії. У такому випадку відбувається вивід усіх організацій даної категорії на карту у вигляді іконок різних розмірів. Розмір іконок конкретного підприємства залежить від ступеня відвідуваності. Найбільш відвідувані підприємства виводяться у вигляді товарних знаків, або за окрему плату. Ведеться статистика відвідуваності окремих модулів сайту (наприклад, скільки користувачів дивилися акції, вакансії, новини, фотогалереї та ін. даного абонента). Спосіб демонстрування реклами не вимагає додаткових технічних засобів, використовуються тільки ті технічні засоби, які є стандартними й загальнодоступними.

Використання запропонованої корисної моделі має такі переваги:

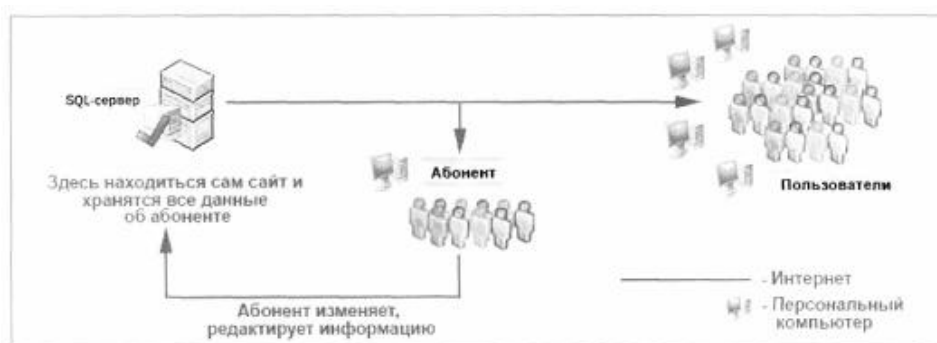
- розширення технологічних можливостей без істотного збільшення вартості;
- можливість обслуговування абонентів диференційоване, з обліком їх бажання;
- можливість автоматичного відображення статистики відвідуваності окремих модулів сайту (наприклад, скільки користувачів дивилися акції, вакансії, новини, фотогалереї та ін. даного абонента).



Фиг. 1



Фиг. 2



Фиг. 3