

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 29.09.2023 11:21:18
Уникальный идентификатор:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

ОПИСАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является: формирование у обучающегося представлений о видах WEB-сайтов, возможностях применения WEB-сайтов в издательском деле, ознакомление с основами работы WEB-сайта, с принципами его создания, наполнения, редактирования контента, продвижения сайта в сети Интернет.

Задачами освоения дисциплины являются: формирование знания о видах *web*-сайтов, умения анализировать Интернет-пространство, понимания возможностей применения *web*-сайтов в издательском деле и литературном творчестве; ознакомление с основами создания, редактирования *web*-сайтов, с принципами наполнения контентом и его редакционной и редакторской обработки; с основами продвижения *web*-сайта в сеть Интернет. Представленные задачи согласуются с целями и задачами ООП ВО.

2. Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина входит в обязательную часть учебного плана). Следует за курсами: «Онлайновые СМИ», «Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности», «Электронные издания»; сопровождает курсы «Художественно-техническое оформление печатной продукции», «Программные средства обработки информации».

3. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа, **в том числе контактная аудиторная работа:** лекции 0 часов, практические занятия 18 часов, лабораторные работы 0 часов, **самостоятельная работа:** 54 часа.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере издательского дела	ПК-2.1. Определяет содержание, структуру и аппарат проектируемых медиапродуктов

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения: зачет, 8 семестр.

6. Язык преподавания русский.

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)			Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.)
		Лекции	Практические занятия	Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая работа)	
Концепция и модель подготовки веб-сайта	7	0	2	0	5
Понятие веб-редактирования. Основные функции веб-редактора	7	0	1	0	6
Маркетинговое исследование с использованием сети Интернет	7	0	1	0	6
Техническое задание на разработку сайта	7	0	2	0	5
Контент сайта. Понятие медиатекста	7	0	2	0	5
Специфика гипертекстовой медиопубликации	7	0	2	0	5
Требования к интернет-публикации	7	0	2	0	5
Обзор WYSIWYG-редакторов для создания web-сайтов	8	0	2	0	6
Онлайн-сервисы для создания web-сайтов	8	0	2	0	6
Составление техзадания на разработку web-сайта	7	0	2	0	5
ИТОГО	72	0	18	0	54

для студентов заочной формы обучения

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)			Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.)
		Лекции	Практические занятия	Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая работа)	
Концепция и модель подготовки веб-сайта	7	1		0	6
Понятие веб-редактирования. Основные функции веб-редактора	7	1		0	6

Маркетинговое исследование с использованием сети Интернет	7	1		1	5
Техническое задание на разработку сайта	7		1	0	6
Контент сайта. Понятие медиатекста	7	1		0	6
Специфика гипертекстовой медиопубликации	7	1	1	1	4
Требования к интернет-публикации	7	1	1	0	5
Обзор WYSIWYG-редакторов для создания web-сайтов	8	0	1	1	6
Онлайн-сервисы для создания web-сайтов	8	0	1	0	7
Составление техзадания на разработку web-сайта	7	0	1	1	5
ИТОГО	72	6	6	4	56

III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии
Концепция и модель подготовки веб-сайта	практическое занятие	информационные (цифровые)
Понятие веб-редактирования. Основные функции веб-редактора	практическое занятие	информационные (цифровые)
Маркетинговое исследование с использованием сети Интернет	практическое занятие	информационные (цифровые)
Техническое задание на разработку сайта	практическое занятие	информационные (цифровые)
Контент сайта. Понятие медиатекста	практическое занятие	информационные (цифровые)
Специфика гипертекстовой медиопубликации	практическое занятие	информационные (цифровые)
Требования к интернет-публикации	практическое занятие	информационные (цифровые)
Обзор WYSIWYG-редакторов для создания web-сайтов	практическое занятие	информационные (цифровые)
Онлайн-сервисы для создания web-сайтов	практическое занятие	информационные (цифровые)
Составление техзадания на разработку web-сайта	практическое занятие	информационные (цифровые)

IV. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Текущая аттестация

1) Задания для практических (семинарских) занятий:

Практическое занятие 1

1. Модель подготовки веб-сайта.
2. Маркетинговые исследования на этапе подготовки сайта.
3. Разработка технического задания: сущность, этапы.
4. Этапы составления концепции-модели веб-сайта.
5. Определение проблемно-тематического и видо-типологического характера сетевого издания.
6. Аппарат сетевого издания и обеспечение подготовки отдельных его элементов;
7. Общие принципы оформления сетевого издания.

Практическое занятие 2

1. Сущность работы с мультимедийным содержанием.
2. Веб-дизайн (вёрстка и программная разработка сетевого издания).
3. Разработка программы продвижения и распространения веб-сайта, инструменты
4. Сущность этапа тестирования сайта и запуска в сеть.
5. Юзабилити ресурса.

Практическое занятие 3

1. Понятие веб-редактирования.
2. Основные функции веб-редактора.
3. Литературное, художественное, научное редактирование интернет-ресурса.
4. Техническое редактирование и работа с html-версткой.
5. Контроль маркетинговых и организационных процессов веб-редакции.
6. Роль редактора в системе управления сайтом.

Практическое занятие 4

1. Сущность и основные этапы маркетинговых исследований с использованием сети Интернет.
2. Понятие первичной информации. Способы ее получения.
3. Обзор ресурсов для проведения опросов в режиме online.
4. Организация электронной фокус-группы.
5. Модели изучения мнения посетителей сайтов или потребителей о предлагаемом в электронном магазине товаре.
6. Понятие вторичной информации. Источники получения.
7. Обзор сайтов маркетинговых агентств и консалтинговых компаний, специализирующихся на проведении маркетинговых исследований.
8. Обзор базы данных праймов в открытом доступе.

Индивидуальное задание: Провести маркетинговое исследование целевой аудитории проектируемого издания с использованием источников получения первичной (провести онлайн-опрос) и вторичной информации (сайты ВЦИОМа, Левада-центра и др.).

Практическое занятие 5

1. Техническое задание на разработку сайта: определение, структура.
2. Раздел 1 ТЗ: Термины и определения.
3. Раздел 2 ТЗ: Карта сайта.
4. Раздел 3 ТЗ: Блоки страниц.
5. Раздел 4 ТЗ: Разделы сайта
6. Раздел 4 ТЗ: Требования к хостингу.
7. Раздел 4 ТЗ: Дизайн сайта.

Индивидуальное задание: составить ретроспективное техническое задание веб-сайта (по выбору студента).

Практическое занятие 6.

1. Виды и типы контента : уникальный / не уникальный; текст, аудио, фото и видео, мультимедиа; платный / бесплатный / условно бесплатный и др.
2. Медиатексты, их классификация (по способу производства текста; по форме (фактуру); по каналу распространения; по функционально-жанровому типу текста; по тематической доминанте).
3. Закономерности текстообразования.
4. Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста.
5. Формы и функции интертекстуальных знаков в медиатексте.
6. Специфика автора и адресата медиопубликации.

Практическое занятие 7.

1. Специфика гипертекстовой медиопубликации
2. Медиатекст в системе интернет-коммуникаций.
3. Веб-медиатекст, его специфика.
4. Контент сайта.
5. Электронный гипертекст как особый тип текста.
6. Факторы, определяющие специфику веб-медиатекста.
7. Гиперссылки, их виды и принципы работы с ними.
8. Виды гиперссылок:
 1. Контент-ссылки
 - 1.1. Ссылки-рубрики
 - 1.2. Текстовые ссылки
 - 1.2.1. Внетекстовые (новостные)
 - 1.2.2. Внутритекстовые
 - Источниковые
 - Ретроспективные
 - Референциальные
 - Детализаторы
 2. Сервисные ссылки
 3. Коммуникационные ссылки
 4. Рекламные ссылки

Практическое занятие 8.

1. Основные требования к интернет-публикации
2. Компрессия и обозначение зон максимальной информационной нагрузки.
3. Заголовки.
4. Маркированные списки.
5. Оформление ссылок.
6. Требования к языку и стилю веб-публикации (структурированность, объективность, лаконичность).
7. Принципы «жизни текста» в электронном пространстве: сотрудничество, экономия, ясность, выразительность.
8. Жанровые особенности веб-медиатекста.
9. К проблеме типологизации жанров в Интернете: на основе типа гипертекстовых интерактивных публикаций; на основе типа ресурса; по типу дискурса; по типу юзабилити.

Практическое занятие 9

Работа в WYSIWYG-редакторе для создания web-сайта (по выбору студента)

1. Macromedia Dreamweaver MX,
2. Adobe GoLive,
3. Microsoft FrontPage,
4. Microsoft Expression Studio,
5. Hotdog,
6. WYSIWYG Web Builder,
7. Corel Website Creator,
8. Incomedia WebSite X5 Professional,
9. Web Page Maker,
10. Namo WebEditor 9 Retail,
11. Website Layout Maker,
12. E-PUBLISH,
13. CoffeeCup Visual Site Designer,
14. Effective Site Studio,
15. Aurora Web Editor
16. др.

Практическое занятие 10

Работа в онлайн-сервисе для создания web-сайта

Создать промо-сайт проектируемому изданию на любой из платформ:

1. Wix,
2. UML.ru
3. Nethouse Jimdo
4. Setup,
5. WordPress в конструкторе Hostenko,
6. Cute Editor,
7. ucoz.ru
8. и др.

2) Задания для самостоятельной работы

Задание 1. *Трансформируйте пресс-релизы в статью, пригодную для публикации в сети интернет.*

Помните об основных требованиях к интернет-публикации:

- компрессия и обозначение зон максимальной информационной нагрузки;
- наличие заголовков;
- наличие маркированных списков.
- наличие внутренних и внешних гиперссылок
- и пр.

О деятельности органов внутренних дел по декриминализации потребительского рынка

07 Апреля 2015

Сегодня в Отделе организации применения административного законодательства Управления МВД России по Тверской области прошла пресс-конференция на тему «О деятельности органов внутренних дел по декриминализации потребительского рынка». Встретился с журналистами начальник ООПАЗ УМВД России по Тверской области подполковник полиции Сергей Николаев.

В текущем году подразделениями полиции Тверского региона предпринят ряд организационных и практических мер, направленных на пресечение правонарушений, совершаемых в сфере потребительского рынка.

Большое внимание уделено работе по документированию правонарушений среди недобропорядочных бизнесменов с целью защиты других предпринимателей от недобросовестной конкуренции, в части осуществления предпринимательской деятельности без государственной регистрации и специального разрешения (лицензии), нарушения авторских и смежных прав, использование чужого товарного знака.

По итогам 3 месяцев 2015 года сотрудниками органов и подразделений внутренних дел Тверской области было выявлено и задокументировано 960 административных правонарушений в области предпринимательской деятельности.

Анализ полученных результатов свидетельствует о том, что в целом на территории Тверского региона контроль над оперативной обстановкой на потребительском рынке был сохранен, а принимаемые меры по ее стабилизации были своевременны и адекватны.

Сотрудниками полиции проделана значительная работа по выявлению и пресечению правонарушений, связанных с незаконным оборотом алкогольной продукции. В текущем году было пресечено 572 правонарушения данной категории, из которых 146 – это реализация алкоголя без лицензии, 59 фактов продажи алкогольной продукции несовершеннолетним, 31 случай реализации алкогольной продукции без сопроводительных документов.

Предпринимателями продолжают нарушаться и дополнительные ограничения, введенные законодателем. Так, в текущем году нами пресечено 53 факта продажи спиртного из нестационарных объектов торговли, таких как ларьки и палатки, и 38 случаев реализации спиртного в запрещенное законом время.

В общей сложности из незаконного оборота изъято более 6 тонн алкогольной продукции. Правоохранительными и контролирующими органами наложено штрафных санкций на сумму 1 млн. 688 тыс. рублей.

С 03 января 2015 года, за незаконные организацию и проведение азартных игр гражданами или должностными лицами предусматривается уголовная ответственность, то же деяние, совершенное юридическим лицом предусматривает ответственность административную.

Принятые законодателем меры способствовали минимизации количества правонарушений данной категории, однако, они по-прежнему имеют место. Так, в текущем году нами совместно с органами прокуратуры и Следственного комитета зафиксировано 38 случаев организации и проведения азартных игр, по данным фактам уже возбуждено 12 уголовных дел, часть противоправных действий квалифицирована как административные правонарушения и по ним составлены соответствующие протоколы. Изъято 273 единицы оборудования, использовавшиеся при организации и проведении азартных игр.

Управлением МВД России по Тверской области продолжают предприниматься практические меры по защите прав интеллектуальной собственности. Продолжено тесное взаимодействие с представителями правообладателей таких товарных знаков, как «Hugo Boss», «Calvin Klein», «Chanel», «UGG», «Nokia», «Nike», «Adidas», «Reebok» и другими. Сотрудниками подразделений полиции УМВД России по Тверской области задокументировано 91 административное правонарушение в области оборота объектов интеллектуальной собственности, из незаконного оборота изъято 1 тыс. 469 единиц контрафактной продукции на общую сумму 613 тыс. рублей.

В УМВД России по городу Твери прошла пресс-конференция

09 Октября 2014

Начальник полиции УМВД России по городу Твери полковник полиции Александр Воронежский рассказал о работе органов внутренних дел по профилактике и раскрытию фактов мошенничества в 2014 году.

- За 9 месяцев 2014 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года значительно увеличилось количество мошенничеств, совершаемых на территории города Твери. Так, если в прошлом году было зарегистрировано 120 преступлений данной категории, то в текущем году зарегистрировано 292 преступления. Сумма ущерба, причиненного действиями мошенников на территории города Твери, на данный момент составила более 4 миллионов рублей, - отметил Александр Воронежский.

Наиболее распространенными видами мошенничества, зарегистрированными в 2014 году на территории города Твери, являются так называемые «социальные мошенничества», совершаемые в основном лицами цыганской национальности. Данные граждане под предлогом снятия порчи (оказания помощи ребенку, продажи различных товаров, продуктов по более низкой цене, обмена денежных знаков старого образца), представляясь работниками социальных служб (Горгаз, Горэлектро, Пенсионного фонда и т.п.), под иными предложениями проникают в квартиры и дома граждан и похищают имущество и денежные средства. Чаще мошенники действуют в группе, где один человек отвлекает хозяина жилища, а другой совершает кражу денежных средств.

За 9 месяцев 2014 года зарегистрировано 45 таких преступлений.

Также имеют место так называемые «телефонные мошенничества» (17 фактов), то есть мошенничества, совершаемые посредством телефонных звонков.

Наиболее распространены следующие способы «телефонных мошенничеств»:

1. СМС-рассылка («Ваша банковская карта заблокирована», «Вы выиграли автомобиль» и т.д.).

Мошенники предлагают для разблокировки карты или получения приза перевести им денежную сумму либо провести определенные манипуляции, с помощью которых денежные средства переводятся на счет преступников.

2. Телефонные звонки либо СМС-сообщения от имени родственников либо сотрудников полиции с сообщением, что близкий родственник попал в неприятную ситуацию (сбил на машине кого-то, избил кого-то, украл что-то и т.д.) с предложением выплатить денежную сумму за прекращение уголовного преследования.

3. Телефонные звонки от якобы врачей из поликлиники либо больницы с сообщением об обнаружении опасной болезни.

Мошенники звонят якобы из поликлиники и сообщают, что у гражданина или его родственников обнаружили опасную болезнь и только имеющееся у мошенников дорогое лекарство или операция могут помочь. При этом могут упоминаться история болезни, имя родственника, фамилия участкового врача.

4. Интернет-объявления (объявления о продаже автомобиля либо других предметов, предоставлении услуг). Мошенники размещают объявления о продаже чего-либо или предоставлении услуг и просят внести предоплату.

В большинстве случаев граждане переводят денежные средства на номера мобильных телефонов или счета, указанные злоумышленниками, через терминалы оплаты сотовой связи или банкоматы, а также с помощью курьеров (чаще таксистов).

В целях раскрытия мошенничеств, совершаемых с помощью средств связи («телефонных мошенничеств»), сотрудниками УМВД проводятся оперативно-розыскные мероприятия с целью установления местонахождения звонившего. Так, в сентябре 2014 года установлены граждане, проживающие на территории города Кургана, причастные к 17 преступлениям данного вида, совершенным на территории города Твери, в том числе совершенным в прошлые года. Данные лица задержаны, в настоящее время проводятся следственные действия.

Раскрытие «социальных мошенничеств» осложняется тем, что в большинстве случаев, объектами преступных посягательств мошенников являются пожилые люди, которые в виду своего возраста не могут запомнить и впоследствии указать сотрудникам полиции детальных примет мошенников, а также четко пояснить обстоятельства произошедшего.

Сотрудниками полиции проводится постоянная профилактическая работа с гражданами пожилого возраста, проживающими на территории г. Твери, а именно проводятся профилактические беседы с разъяснением о возможном посещении их лицами цыганской национальности, лицами, предлагающими услуги по «снятию порчи» и работниками «социальных служб», которые могут совершать мошеннические действия. Также граждан предупреждают о возможных телефонных звонках от злоумышленников, которые также могут мошенническим путем завладеть денежными средствами.

Продолжается работа по взаимодействию с местными органами власти, коммунальными службами, пенсионным фондом, ФГУП «Почта России» и иными предприятиями и организациями с целью проведения совместной профилактической работы среди населения.

Изготовлено 3000 информационных листовок предупреждающего характера, которые расклеиваются на информационных стендах у жилых домов, магазинов, местах расположения банкоматов, платежных терминалов и других общественных местах.

Данные мероприятия, в общем, дают положительную динамику. Граждане реже перечисляют денежные средства злоумышленникам, проявляют бдительность при общении с незнакомыми лицами. Однако нельзя не отметить тот факт, что часть населения, приоритетно пожилого возраста, тем не менее, поддаются действиям злоумышленников, не проверяя своевременно информацию.

В связи с этим, хотелось бы обратить внимание на проявление бдительности у населения. Чтобы не стать «жертвой» мошенников необходимо соблюдать простые правила безопасности, а именно:

- при поступлении сообщения о том, что близкий родственник попал в неприятную ситуацию, необходимо перезванивать близким или тем, кто может быть с ними рядом, если кто-то от имени родных просит о помощи;
- не осуществлять операции по переводу денежных средств на чужие счета, в том числе телефонных номеров;
- не сообщать незнакомым людям конфиденциальной информации о себе и своих близких;
- быть бдительней при общении с незнакомыми лицами, даже если они просят помощи, представляются сотрудниками социальной службы, предлагают помощь, обмен денег, льготные услуги или иное. Всегда необходимо спросить фамилию пришедшего, документы, позвонить в социальную службу для уточнения;
- не при каких условиях не отдавать денежные средства, документы, материальные ценности незнакомым людям;
- при получении сообщений, о том, что банковская карта заблокирована, обращаться непосредственно в банк, не перезванивать на номера, указанные в сообщениях, никаких манипуляций с картами не производить;
- при покупке товаров через Интернет не переводить ни на какие счета предоплату, рассчитываться с продавцами лично и при наличии предмета покупки.

Если же граждане поддались на уговоры и все-таки отдали деньги, необходимо запомнить внешность мошенников, их особые приметы, марки и номера транспортных средств, на которых они передвигаются, и срочно позвонить в полицию. Чем раньше это будет сделано, тем больше шансов, что преступники будут задержаны и денежные средства возвращены.

Экономический прогноз LСMС по развитию Твери оправдался

13 Март, 2014

Объем ежегодного товарооборота между Тверью и Москвой превысил 32 миллиона рублей. По мнению аналитиков London Consulting & Management Company | LСMС, это упрочило инвестиционную привлекательность региона, которую компания прогнозировала по результатам исследования, проведенного в прошлом году.

Тверь, географически предрасположенная к сотрудничеству со столицей, начала осознавать и активно использовать свое транспортно-логистическое преимущество. В своем отчете LСMС отмечают, что зарубежные компании активнее заключают партнерские отношения с регионом. Так, международные инвестиционные проекты реализуются в промышленности строительных материалов, химической промышленности, сферах металлообработки. В качестве площадки для размещения крупного предприятия Тверскую область сейчас рассматривает компания PPG Industries, производитель покрытий промышленного назначения. В ближайшее время начнется реализация еще двух финских инвестиционных проектов. Общий объем инвестиций составит 200 млн.рублей.

Тверь востребована также для организации удаленных бэк-офисов крупных российских компаний. Преимущества выбора – близкое расположение к Москве при существенно более низком уровне оплаты труда, наличие квалифицированных кадров.

В целом же сейчас в регионе реализуется около 90 инвестиционных проектов на сумму более 146 млрд рублей.

«Леруа Мерлен» выбрала NAI Besag в Твери

25 августа 2015

Победителем открытого конкурса сети строительных гипермаркетов «Леруа Мерлен» на клининг их первой точки в Твери стала управляющая компания NAI Besag. Обслуживаемая площадь – 10 000 кв. м.

Всего в тендере приняли участие 5 компаний. Среди основных требований, предъявляемых к участникам, заказчик установил: наличие у УК статуса международной компании, опыт работы с аналогичными объектами недвижимости, а также наличие опыта работы в регионах.

услуги управляющей компании NAI Besag входит поддерживающая уборка объекта в течение дня и генеральная уборка ночью.

На сегодняшний день в городе Тверь присутствует только один гипермаркет международной сети «Леруа Мерлен», расположенный в торговом парке «N 1» и являющийся его якорным арендатором.

«В настоящее время в портфель УК NAI Besag входят объекты в Санкт-Петербурге, Москве, Калининграде, Тюмени, Мурманске, Пскове, Нижнем Новгороде, Новороссийске, Выборге, Подпорожье, Вологде и Твери», – рассказывает Наталья Скаландис, управляющий директор РМ NAI Besag.

При выборе профессиональной управляющей компании для уборки точки «Леруа Мерлен» в Твери, ритейлер учитывал возможность дальнейшего сотрудничества по другим региональным объектам сети. «Зарекомендовав себя в качестве надёжного партнёра, мы рассчитываем выйти на обслуживание других региональных площадок «Леруа Мерлен», – комментирует Георгий Доденгефт, управляющий директор FM NAI Besag.

Россельхозбанк на 72% превысил прошлогодние темпы кредитования сезонных полевых работ в Тверской области

С начала текущего года Тверской филиал Россельхозбанка выдал юридическим лицам кредиты на проведение сезонных полевых работ (СПР) на общую сумму более 347 млн рублей.

С начала текущего года Тверской филиал Россельхозбанка выдал юридическим лицам кредиты на проведение сезонных полевых работ (СПР) на общую сумму более 347 млн рублей. Объем кредитования филиала в данном сегменте увеличился на 72% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Заемные средства позволили сельхозпредприятиям региона подготовить всю необходимую материально-техническую базу для успешного проведения посевной и уборочной кампаний.

Рост темпов финансирования обусловлен возрастающим в период сбора урожая спросом на ресурсы, а также повышением доступности кредитов на СПР в Россельхозбанке.

О пользе профилактических прививок против полиомиелита

23 Сентября 2015

По информации Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека со ссылкой на Европейское бюро Всемирной организации здравоохранения (ЕРБ ВОЗ) осложнилась эпидемиологическая ситуация по полиомиелиту на юго-западе Украины в связи с регистрацией в июне и июле текущего года 2 случаев полиомиелита среди детей в возрасте 10-ти месяцев и 4-х лет, не привитых против этого заболевания.

По данным ЕРБ ВОЗ, заболевания вызваны измененным вакцинным вирусом 1 типа (сVDPV1), что связано с крайне низким уровнем охвата профилактическими прививками (в 2014 году против полиомиелита привито 49% детей, в 2015 году - 14%).

Полиомиелит - это вирусное инфекционное заболевание, поражающее нервную систему и вызывающее полный паралич. Тяжелые формы болезни протекают с развитием параличей и парезов и могут привести к развитию инвалидности. Источник инфекции - человек, больной или носитель полиовируса без признаков заболевания. Основными путями заражения являются: воздушно - капельный (при кашле и чихании), контактно - бытовой, несоблюдение правил личной гигиены (употребление в пищу загрязненных фруктов и овощей, воды, а также заражение вирусом через грязные руки). Вирус попадает в организм и размножается в кишечнике. Первоначальными симптомами являются высокая температура, усталость, головная боль, тошнота, ригидность шеи и боль в конечностях. Наиболее восприимчивы к вирусу дети до 1 года. Вирус устойчив во внешней среде. Может сохранять свои свойства до 2 месяцев на сухофруктах, орехах. Погибает под влиянием ультрафиолетовых лучей, при кипячении, обработке дезинфицирующими растворами.

Основным методом защиты от заболевания полиомиелитом является вакцинопрофилактика, которая направлена на создание иммунитета (невосприимчивости) населения к этой инфекции. Профилактические прививки против полиомиелита проводятся в соответствии с национальным календарем профилактических прививок. Вакцинацию детям проводят в 3 - 4,5 - 6 месяцев, ревакцинацию в возрасте 18 и 20 месяцев и 14 лет. После прививки формируется стойкий иммунитет, эффективно защищающий привитого человека от возбудителя заболевания.

Иммунизация - мера необходимая. Отказываясь от прививок, Вы подвергаете своих детей риску развития тяжелого неизлечимого заболевания.

Управление Роспотребнадзора по Тверской области настоятельно рекомендует родителям, дети которых не имеют ни одной прививки против полиомиелита по причине длительных медицинских отводов и отказов от прививок, в том числе лицам, прибывшим с территории Украины активно обращаться в поликлиники по месту жительства для проведения бесплатных прививок.

Берегите здоровье своих детей!

Сделайте вовремя профилактическую прививку против полиомиелита!

Задание 2.

Предложенные тексты трансформировать в инфографику.

Российская книжная палата опубликовала статистику по выпуску печатных изданий за первое полугодие 2015 года

Источник: <http://pro-books.ru>

Общий тираж книг и брошюр, изданных в России за 6 месяцев 2015 года, составил 194 833 тысячи экземпляров, что почти на 20% меньше, чем в прошлом году. Об этом свидетельствуют данные собранной **Российской книжной палатой** статистики выпуска печатных изданий.

Общее число выпущенных в истекшем полугодии книг и брошюр также значительно меньше, чем в первой половине 2014 года — 53 411 печатных единиц против прошлогодних 58 127, при этом книг издано немногим более 45 тысяч наименований (в 2014 году — более 47,6 тысяч), а брошюр — 8375 (в прошлом году — 10485).

Рассматривая отдельные типы изданий, следует отметить, что за прошедшие полгода вышли в свет 45 562 новых наименований — на 6,9% меньше, чем в прошлом году. Совокупный тираж книжных новинок снизился на 14,6% и составил 119 160 тысяч экземпляров. Количество переизданий составило 7849 наименований, что на 14,8% меньше аналогичного показателя 2014 года, и на 22,7% меньше в сравнении с 2013 годом. Число сериальных изданий составило 20 041 печатных единиц — на 2,5 тысячи меньше, чем в прошлом году. На 10% уменьшилось и число выпущенных отечественными издательствами переводных книг — их за 6 месяцев текущего года издано 5782 наименования.

Тиражом свыше 100 тысяч экземпляров в 2015 году было издано всего 139 книг (в 2014 — 169), самой же многочисленной группой оказались книги и брошюры, напечатанные тиражом до 500 экземпляров — в эту группу вошли свыше 24,7 тысяч изданий.

Наиболее активно в январе-июне текущего года печатались учебные и методические, а также научные издания — вышли в свет более 16 и 13 тысяч наименований соответственно. Меньше всего издано книг для юношества: выпущено всего 1 издание научно-популярного характера и 23 литературно-художественные книги.

В числе лидеров по совокупному тиражу выпущенных книг и брошюр остались издательства «**Просвещение**» (26,77 млн экземпляров за полгода), «**Эксмо**» (18,75 млн), «**АСТ**» (15,04 млн). заметим, в таком же порядке книгоиздатели размещались в рейтинге и по данным за аналогичный период прошлого года.

Наиболее издаваемым автором художественной литературы несколько лет подряд остаётся **Дарья Донцова**. За шесть месяцев 2015 года 66 её книг были напечатаны общим тиражом 954 тысячи экземпляров. Остальные вошедшие в топ-5 авторы уступают по тиражам Донцовой почти в 2 раза. Так, общий тираж книг писательницы **Э.Л.Джеймс** составил 510 тысяч экземпляров, книги супружеской пары авторов, творящих под коллективным псевдонимом **Наталья Александрова**, выпущены тиражом 480 тысяч экземпляров, ещё меньше тиражи у авторов детективов **Татьяны Поляковой** (422 тысячи экземпляров) и **Татьяны Устиновой** (416 тысяч экземпляров).

Выпуск книг в России в первом полугодии 2014 года упал на 3,4%

Источник: <http://pro-books.ru>

Российская книжная палата обнародовала статистику выпуска книг за первое полугодие 2014 года: на рынке наблюдается некоторый спад по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Опубликована статистика выпуска книг и брошюр в первом полугодии 2014 года, собранная **Российской книжной палатой**.

Общий тираж книг и брошюр, выпущенных в первом полугодии, составил 238 342 тысячи экземпляров, что на **3,39%** меньше, чем в аналогичный период 2013 года, когда тираж был 246 430 тысяч.

Количество выпущенных за 6 месяцев текущего года книг и брошюр составило 58 127 печатных единиц (в прошлом году — 59 060), в том числе 47 642 наименований книг и 10 485 — брошюр, что на 1,61% меньше, чем в 2013 году.

В переплете опубликовано 17 621 издание, это на 9,6% меньше, чем в 2013 году (в первом полугодии прошлого года выпуск был 19 328), их общий тираж составил 81 612 против 91 160 тысяч экземпляров в 2013 году, показав падение на 11,7 %.

В обложке издано 40 506 (в 2013 — 39 732) печатных единиц, рост составил 1,9 %. При этом потиражно наблюдается рост на 0,9 %, общий тираж книг и брошюр в обложке составил 156 729 тысяч экземпляров.

Что касается классификации выпуска книг, то картина по различным типам изданий следующая.

Новых изданий за полугодие выпущено 48 918 наименований, это на 0,4% меньше, чем в 2013 году; их общий тираж составил 139 505 тысяч экземпляров, что на 11,2% меньше, чем в прошлом году.

Количество переизданий составило 9 209 печатных единиц, что на 7,9% меньше прошлогодних 9 937. Серийные издания выпущены количеством 22 579 печатных единиц.

Российские издательства в первом полугодии 2014 года выпустили 6 413 наименований переводных изданий, а в первом полугодии 2013 года их было опубликовано на 2,9% меньше. Тиражи таких изданий упали на 10,4%.

Всего 169 изданий вышли в первом полугодии 2014 года тиражом более 100 тысяч экземпляров. Самая распространенная тиражная группа — книги и брошюры тиражом от 1000 до 5000 экземпляров.

Самым издаваемым в России автором продолжает оставаться **Дарья Донцова** — за шесть месяцев 2014 года ее книги были выпущены тиражом 1,073 млн экземпляров. На втором месте американский автор детективных романов **Рекс Стаут** и 669 тысяч экземпляров его произведений. Дальше идут еще три автора детективного жанра, писательницы Юлия Шилова, Александра Маринина и Татьяна Полякова.

В тройку издательств, лидирующих по тиражу выпускаемой литературы, вошли «**Промсвещение**» (40,74 млн экземпляров за первое полугодие), «**Эксмо**» (22,98 млн) и «**АСТ**» (16,05 млн экземпляров).

Таможенные пошлины на бумагу временно снизятся

Источник: <http://pro-books.ru>

В целях поддержки отечественных полиграфистов и издателей также будет введен запрет на вывоз из России макулатуры.

Ставка ввозной таможенной пошлины на мелованную бумагу снизится до 5% на 1,5 года, а таможенный сбор за черную полиграфическую краску для печатников составит 0% в течение 1 года. Такое решение было принято на заседании подкомиссии по таможенно-тарифному, нетарифному регулированию, защитным мерам во внешней торговле правительственной комиссии по экономическому развитию и интеграции.

Как сообщила пресс-служба **Министерства экономического развития**, в целях снижения издержек импортно/экспортных операций, повышения конкурентоспособности и поддержки периодических печатных изданий и книгоиздания был утвержден целый ряд мер в отношении таможенных пошлин. Так, ввоз в Россию офсетной и каландрированной бумаги, а также многослойного картона теперь обойдется дешевле: для этих видов бумаги установлена постоянная ставка таможенного сбора в размере 5%. Кроме того, временно — на 1,5 года — обнулена пошлина на ввоз фольги для тиснения (она используется, к примеру, для оформления подарочных изданий).

А вот вывозить из страны регенерируемую бумагу или картон запретят вовсе — для того, чтобы уменьшить дефицит макулатуры на внутреннем рынке и стимулировать её переработку. Это решение, уточнили в Минэкономразвития, носит временный характер, однако точные сроки его действия пока не обозначены.

Напомним, о снижении импортных таможенных пошлин на некоторые виды бумаги, а также краску и офсетные пластины **Роспечать** сообщала ещё в апреле текущего года. Тогда для поддержки отечественных СМИ, полиграфии и книгоиздания подкомиссия признала целесообразным снизить на 1,5 года до 5% импортные таможенные пошлины на целлюлозные мелованные бумаги (по кодам ТН ВЭД ЕАЭС 4810 13 800 9 и 4810 19 900 0) и обнулить на 3 года пошлины на офсетные пластины (по коду ТН ВЭД ЕАЭС 3701 30

000 0) и чёрную краску для печати (по коду ТН ВЭД ЕАЭС 3215 11 000 0). Планировалось, что принятые решения вступят в силу уже **с июля 2015 года**; однако по состоянию на август они всё ещё не прошли процедуру рассмотрения и согласования в Евразийской экономической комиссии, а значит, российским производителям печатной продукции, использующим импортную бумагу и расходные материалы, остаётся только ждать.

3) Тест по основным понятиям курса

1. Компьютерная сеть – это ...

- a) совокупность компьютеров и различных устройств, обеспечивающих информационный обмен между компьютерами в сети без использования каких-либо промежуточных носителей информации
- b) объединение компьютеров, расположенных на большом расстоянии, для общего использования мировых информационных ресурсов
- c) объединение компьютеров, расположенных на небольшом расстоянии друг от друга

2. Протоколы – это ...

- a) специализированные средства, позволяющие в реальном времени организовать общение пользователей по каналам компьютерной связи
- b) совокупностью правил, регулирующих порядок обмена данными в сети
- c) система передачи электронной информации, позволяющая каждому пользователю сети получить доступ к программам и документам, хранящимся на удаленном компьютере

3. Установите соответствие

1. Сервер	a) согласованный набор стандартных протоколов, реализующих их программно-аппаратных средств, достаточный для построения компьютерной сети и обслуживания ее пользователей
2. Рабочая станция	b) специальный компьютер, который предназначен для удаленного запуска приложений, обработки запросов на получение информации из баз данных и обеспечения связи с общими внешними устройствами
3. Сетевая технология	c) это информационная технология работы в сети, позволяющая людям общаться, оперативно получать информацию и обмениваться ею
4. Информационно-коммуникационная технология	d) это персональный компьютер, позволяющий пользоваться услугами, предоставляемыми серверами

4. В каком году Россия была подключена к Интернету?

- a) 1992
- b) 1990
- c) 1991

5. Браузер – это ...

- a) информационная система, основными компонентами которой являются гипертекстовые документы
- b) программа для просмотра Web-страниц
- c) сервис Интернета, позволяющий обмениваться между компьютерами посредством сети электронными сообщениями

6. Всемирная паутина – это система в глобальной сети носит название:

- a) WWW
- b) FTP
- c) BBS
- d) E-mail

7. Установите соответствие

1. Локальная сеть	a) объединение компьютеров, расположенных на большом расстоянии друг от друга
2. Региональная сеть	b) объединение локальных сетей в пределах одной корпорации для решения общих задач
3. Корпоративная сеть	c) объединение компьютеров в пределах одного города, области, страны
4. Глобальная сеть	d) объединение компьютеров, расположенных на небольшом расстоянии друг от друга

8. Адрес электронной почты записывается по определенным правилам. Уберите лишнее

- a) petrov_yandex.ru
- b) petrov@yandex.ru
- c) sidorov@mail.ru
- d) http://www.edu.ru

9. Установите соответствие

1. Всемирная паутина WWW	a) специализированные средства, позволяющие в реальном времени организовать общение пользователей по каналам компьютерной связи
2. Электронная почта e-mail	b) информационная система, основными компонентами которой являются гипертекстовые документы
3. Передача файлов FTP	c) система пересылки корреспонденции между пользователями в сети
4. Телеконференция UseNet	d) система передачи электронной информации, позволяющая каждому пользователю сети получить доступ к программам и документам, хранящимся на удаленном компьютере
5. Системы общения «on line» chat, ICQ	e) система обмена информацией между множеством пользователей

10. Какие поисковые системы являются международными? Выберите правильный ответ

- a) <http://www.yandex.ru>
- b) <http://www.rambler.ru>
- c) <http://www.aport.ru>
- d) <http://www.google.ru>

11. Вы создали web-документ и хотите установить его в качестве домашней (стартовой) страницы Вашего браузера. Какое из приведенных утверждений о местонахождении этого документа является верным?

- Домашняя страница не может находиться на удалённом компьютере
- Местонахождение домашней страницы определяет поставщик услуг Интернет
- Домашняя страница может находиться на Вашем или на удалённом компьютере
- Домашняя страница не может находиться на Вашем компьютере
- Домашняя страница обязательно должна одновременно находиться и на удалённом и на Вашем компьютере

12. Вам поручено подобрать место для размещения сайта Вашей компании. Какие утверждения относительно размещения сайта являются верными?

- Сайт разрешается размещать только на web-сервере своего поставщика услуг Интернет
- Ни один поставщик услуг Интернет не предоставляет услуги по размещению сайтов клиентов на собственном web-сервере
- За размещение сайта профессионального уровня как правило необходимо платить
- Поставщики услуг Интернет никогда не берут плату за размещение сайтов клиентов на своих web-серверах
- Сайт можно разместить на любом web-сервере, предоставляющем такие услуги

13. Какие из перечисленных программных продуктов являются Интернет-браузерами?

- Konqueror
- Avast!
- SeaMonkey
- Netscape Navigator
- Fireworks.

14. Что такое доменное имя? (укажите наиболее точную формулировку)

- Часть URL
- Символьное имя, идентифицирующее область в сети Интернет
- Универсальный определитель ресурса
- Уникальное имя, идентифицирующее принадлежность к государству в сети Интернет
- Уникальное имя группы компьютеров в сети

15. Какое из представленных утверждений о HTML и HTTP является верным?

- HTML - это протокол передачи гипертекста, а HTTP - язык разметки гипертекста
- HTML является разновидностью HTTP
- HTTP является разновидностью HTML

- HTTP - это протокол передачи гипертекста, а HTML - язык разметки гипертекста
- HTML и HTTP основаны на протоколе TCP/IP

16. Что из перечисленного НЕ является элементом структуры URL?

- порт
- логин
- параметры
- домен
- схема

17. В следующем URL-адресе определите, что является доменом 3-го уровня.

http://www.example.one.two.ru

- one.two.ru
- two
- example.one.two.ru
- one
- example

18. Каким типом приложений помимо браузера можно открыть HTML-документ и работать с ним?

- Только HTML- или XML-редакторами
- Только РНР-редактором
- Любым текстовым редактором
- Только HTML-редактором
- Только XML-редактором

19. Какое из представленных утверждений об изображениях, содержащихся в web-документах и являющихся гиперссылками, является верным?

- Изображение в ячейке таблицы не может быть гиперссылкой
- Гиперссылкой может быть только изображение формата *.png
- Гиперссылкой может быть всё изображение или его часть
- Изображение не может содержать несколько областей, являющихся разными гиперссылками
- Монохромное (черно-белое) изображение не может быть гиперссылкой

20. Что из перечисленного не является сервисом сети Интернет?

- Система доменных имен (DNS)
- Электронная почта (E-mail)
- Все перечисленное
- Списки рассылки (Mail lists)
- Веб (WWW)

21. Как называется тип сайта, для доступа к которому необходима процедура регистрации?

- Закрытый
- Полузакрытый
- Защищенный
- Полуоткрытый
- Открытый

22. Программы, которые можно бесплатно использовать и копировать, обозначаются компьютерным термином ...

- Hardware.
- Shareware.
- Freeware.
- Software.

23. Группа компьютеров, связанных каналами передачи информации и находящихся в пределах территории, ограниченной небольшими размерами: комнаты, здания, предприятия, называется:

- глобальной компьютерной сетью;
- информационной системой с гиперсвязями;
- локальной компьютерной сетью;
- электронной почтой;
- региональной компьютерной сетью?

24. Глобальная компьютерная сеть - это:

- информационная система с гиперсвязями;
- множество компьютеров, связанных каналами передачи информации и находящихся в пределах одного помещения, здания;
- система обмена информацией на определенную тему;
- совокупность локальных сетей и компьютеров, расположенных на больших расстояниях и соединенные в единую систему.

25. Сколько браузеров можно установить на один компьютер?

- 2
- 4
- сколько угодно
- браузеры сильно конфликтуют друг с другом, поэтому максимум 3
- 5

26. Можно ли подключиться к ФТП через браузер?

- нет, в браузере сделать это невозможно
- да, необходимо в адресной строке ftp://Ваш_логин:Ваш_пароль@ip_адрес
- да, но только в Internet Explorer
- да, нужно лишь нажать сочетание клавиш CTRL+F и ввести адрес FTP сервера

27. Какой браузер установлен по умолчанию в операционной системе Windows?

- Firefox
- Internet Explorer
- NetScape
- Opera
- Safari

28. Что такое браузер?

- справочник
- антивирус
- текстовый редактор

- программа для просмотра веб-страниц

29. *Материальный объект с зафиксированной на нем информацией в виде текста, звукозаписи или изображения, предназначенный для передачи во времени и пространстве в целях хранения и общественного использования:*

- документ
- издание
- сайт
- интернет-ресурс

30. *Электронное издание, доступное потенциально неограниченному кругу пользователей через телекоммуникационные сети:*

- локальное электронное издание,
- электронное издание,
- электронный документ,
- сетевое электронное издание

31. *Представляется в виде ссылочных отношений (гиперссылок) на основе задействованных программно-технологических средств, позволяющих осуществлять навигацию по разделам сайта:*

- оглавление (содержание) электронного издания
- рубрикатор (разделы, меню)
- карта сайта

32. *Располагается сверху и/или слева (справа) в качестве самостоятельного фрейма и постоянно присутствуют в окне браузера:*

- оглавление (содержание) электронного издания
- рубрикатор (разделы, меню)
- карта сайта

1. *Самостоятельная страница сайта с функциями навигации, на которой представлен полный перечень разделов и/или всех страниц ресурса:*

- оглавление (содержание) электронного издания
- рубрикатор (разделы, меню)
- карта сайта

2. *«Хлебными крошками» называют:*

- дублирующую навигацию
- глобальную навигацию
- локальную навигацию
- дополнительную навигацию
- контекстную, или микронавигацию
- сервисную навигацию

3. *Визуальное представление списка ярлыков (или категорий). Частота упоминаний, поисков, ссылок слов, терминов, имён отображается в специальной области в виде изображения этих слов в формате гиперссылок. Размер изображения тем больше, чем чаще использовался данный тег (слово, термин или имя). Исключите лишние:*

- облако меток
- облако ключевых слов
- облако тэгов

- иерархическая навигация
 - фасетная навигация
4. *Особый тип навигационных элементов, используемых в тех случаях, когда объектов, содержащихся в данном разделе существенно больше, чем может вместить в себя навигационный блок:*
- рубрикатор
 - меню
 - оглавление
 - карта сайта
5. *Рубрика НЕ бывает:*
- узловой
 - второго уровня
 - родительской
 - дочерней
 - внутренней
 - внешней
6. *Информационная строка над (под) основным контентом сайта, сообщающая идентификационную информацию и постоянно присутствующая на всех страницах ресурса*
- колонтитул
 - гиперссылка
 - ключевое слово
 - облако слов
7. *Поле для интерактивного (онлайн и отложенного) общения между редакцией и читателями и между отдельными представителями аудитории:*
- комментарий
 - примечание
 - гиперссылка
 - выноска
8. *Дифференциальный признак гипертекста, организующий его структуру и обеспечивающий функциональность (навигацию):*
- гиперссылка
 - контент-ссылка
 - сервисная ссылка
 - коммуникационная ссылка
9. *Контент-ссылки НЕ бывают:*
- рекламными
 - сервисными
 - ссылкам-рубриками
 - внутритекстовыми
 - внетекстовыми
 - ссылками-рубриками
10. *Интерфейс - это ...*

- Механизм взаимодействия систем (техническое и информационное согласование, регламент).
- Набор программ, выполняющих прикладные задачи пользователя.
- Справочное приложение к программ.

11. *Группа компьютеров, связанных каналами передачи информации и находящихся в пределах территории, ограниченной небольшими размерами: комнаты, здания, предприятия, называется:*

- глобальной компьютерной сетью;
- информационной системой с гиперсвязями;
- локальной компьютерной сетью;
- электронной почтой;
- региональной компьютерной сетью

12. *Глобальная компьютерная сеть - это:*

- информационная система с гиперсвязями;
- множество компьютеров, связанных каналами передачи информации и находящихся в пределах одного помещения, здания;
- система обмена информацией на определенную тему;
- совокупность локальных сетей и компьютеров, расположенных на больших расстояниях и соединенные в единую систему.

13. *Инфографикой называют:*

- информационное направление в живописи
- информацию, представленную в виде таблиц, графиков, диаграмм
- подпись под иллюстрациями
- шрифтовое оформление текстовой информации

14. *В прямые обязанности какого государственного органа входит регулирование отечественного сегмента Интернет?*

- Федеральное агентство по печати и массовой коммуникации
- Министерство культуры РФ
- Министерство транспорта и коммуникаций
- Информрегистр
- Роспечать

15. *Какие задачи не выполняет сайт-визитка?*

- проведение маркетинговых исследований
- представление компании
- вызов интереса к компании
- обеспечение запоминаемости
- обеспечение узнаваемости

16. *Какого вида сайта не существует?*

- сайт-блог
- сайт-визитка
- промо-сайт
- электронный магазин
- информационный сайт

17. *Крупный веб-ресурс, предназначенный для формирования некоего Интернет-сообщества, объединяющий множество различных сервисов, представляющий клиентам возможность покупки товаров, партнерам – обмен информацией*
- портал
 - корпоративное представительство
 - информационный сайт
 - система управления предприятием
 - сайт-визитка
18. *Одна из функций веб-дизайна – обеспечение юзабилити. Что обозначает этот термин?*
- соответствие формы содержанию
 - обеспечение прибыли
 - привлечение внимания
 - сервисная поддержка
 - визуальная привлекательность
19. *Какие данные не прослеживаются счетчиками веб-сайтов?*
- возраст пользователей
 - число уникальных посетителей
 - число нажатия ссылок внутри сайта
 - браузеры посетителей
 - страны, жители которых посещают сайт
20. *Для чего необходимы счетчики веб-сайтов? Отметьте неверный вариант.*
- для обеспечения юзабилити
 - ссылок внутри сайта
 - для отображения страницы, с которой уходят пользователи
 - для обеспечения информацией об IP-адресах пользователей
 - для получения статистики посещаемости по часам
 - для отображения ошибочных
21. *Целью какого вида сайтов является формирование Интернет-сообщества?*
- портал
 - электронный магазин
 - социальная сеть
 - промо-сайт
 - сайт-визитка
22. *Какие услуги не предоставляет информационный сайт?*
- предоставление аналитических данных
 - услуги опроса
 - предоставление информации
 - услуги голосования
 - рассылка
23. *В типологии сайтов отсутствует такой вид как*
- резюме
 - электронный магазин
 - портал

- система управления предприятием
- визитка

24. *Веблог – это...*

- информационно наполненный дневник, т.е. одна из форм авторского проекта
- периодическое издание
- сетевой журнал
- программа перекодировки HTML-текста
- социальная сеть

25. *Какую основную цель преследует электронная визитка?*

- реклама оф-лайновой станции в информационном пространстве Интернета
- информирование и просвещение аудитории
- пропаганда определенных идей, образа жизни
- развлекательно-презентационная
- реклама и промоушн

26. *Какой из типов сайтов имеет презентационную цель?*

- визитка
- промоушн-сайт
- промоакция
- портал
- корпоративное представительство

27. *Промоушн-сайт – это*

- сайт, являющийся прямой рекламой отдельно взятого товара или события
- сайт, интегрированный в корпоративную информационную систему управления предприятием (интернет + интранет)
- автоматизация деятельности компании
- сайт, предназначенный для продажи товаров, услуг через интернет
- краткий, компактный, лаконичный сайт, содержащий общую информацию о компании и роде оказываемых услуг

28. *К специфике менеджмента веб-проектов не относится*

- проведение социальных исследований на предмет привлечения аудитории
- разработка форм конкурентоспособных предложений продаж рекламы
- экспертиза и минимизация возможных рисков
- выработка стратегии с целью получения максимальной прибыли с проекта
- разработка бизнес-планов дочерних интернет-проектов

29. *По каким компонентам определяется веб-проект*

- концепция, контент, трафик, дизайн
- дизайн, контент
- концепция, контент
- дизайн, трафик
- контент, трафик, концепция

30. *Совокупность всех блогов принято называть...*

- блогосферой
- гиперпространством

- информационным полем
- блогпространством
- блогмножеством

31. Кем создаются некоммерческие сайты?

- государственными организациями и учреждениями, общественными организациями и политическими партиями и движениями, международными организациями
- торговыми компаниями
- частными предприятиями
- бизнес – структурами
- рекламными агентствами

32. Блоги используют главным образом для

- общения людей, объединенных какими-либо общими интересами
- размещения рекламы
- мониторинга, анализа информации
- поиска информации
- сокрытия информации

33. Сайт-форум -

- инструмент для проведения маркетинговых исследований рынка и раскрутки основного сайта
- это-способ подсчета посетителей сайта
- форма общения на сайте
- содержит предложения стать партнерами, может содержать различные партнерские сервисы, зачастую доступные только после регистрации партнера на сайте
- интернет-витрина товаров и услуг, предлагаемых фирмой

34. Главная страница сайта-визитки содержит

- название фирмы, предоставляет информацию об основных направлениях деятельности фирмы, ее интересах
- информацию об основных партнерах фирмы и информация о ее вхождении в различные объединения
- прайс-листы на продукцию, товары и услуги
- интернет-витрина товаров и услуг, предлагаемых фирмой или товары сторонних производителей, которые также реализует данная фирма
- словарь сетевого жаргона

35. Сайт, созданный специально для продвижения какого-либо товара либо услуги или основного сайта

- промосайт
- корпоративный сайт
- контент-проект
- сайт – форум
- сайт-визитка

36. Разновидность сайта- визитки

- сайт- презентация
- сайт-баннер
- сайт-реклама

- промосайт
- сайт-представительство

37. *Краткий, компактный, лаконичный сайт, содержащий общую информацию о компании и роде оказываемых услуг –*

- визитка
- электронный магазин
- информационный сайт
- корпоративное представительство
- портал

38. *Сайт, являющийся прямой рекламой отдельно взятого товара или события -*

- промоушн-сайт
- электронный магазин
- информационный сайт
- визитка
- портал

39. *Сайт, предназначенный для продажи товаров, услуг через Интернет*

- электронный магазин
- визитка
- информационный сайт
- корпоративное представительство
- портал

40. *Сайт, содержащий множество статей различных авторов, а также такие услуги, как опросы, голосование, рассылки и носящий в основном некоммерческий характер -*

- информационный сайт
- электронный магазин
- визитка
- корпоративное представительство
- портал

41. *Крупный веб-ресурс, предназначенный для формирования некоего Интернет-сообщества, который может объединять множество различных сервисов, предоставлять клиентам возможность покупки товаров, партнерам – обмен информацией*

- портал
- электронный магазин
- информационный сайт
- корпоративное представительство
- визитка

42. *Сайт – автоматизация деятельности компании, может включать электронный магазин, систему заказов, коммуникационные сервисы, электронный обмен документами, переговоры в режиме онлайн и т.д.*

- корпоративное представительство
- электронный магазин
- информационный сайт
- визитка

- портал

43. *Что характерно для жанровых особенностей журналистских веб-материалов?*

- Краткость, емкость, лаконичность
- Масштабность текстов
- Отсутствие аналитики
- Отсутствие информативности
- Преобладание фото над текстом

44. *Гипертекст – это*

- Текст, связанный ссылками с другими текстами
- Очень большой по масштабу текстовый контент
- Очень маленький по масштабу текстовый контент
- Текст важного значения – главная новость
- Читательские комментарии к материалу

45. *Автоматизирует деятельность компании, может включить электронный магазин, систему заказов, коммуникационные сервисы, электронный обмен документами и пр.*

- корпоративное представительство
- информационный сайт
- система управления предприятием
- промоушн-сайт
- сайт-визитка

46. *Глобальный экономико-политический, антропосоциальный и технологический проект, предполагающий управляемый цивилизационный переход к мировому общественному устройству, при котором доминирующую роль во всех областях жизни будет играть система массовых коммуникаций, реализованная с помощью компьютерных телекоммуникационных технологий, в частности технологий интернета – это*

- информационное общество
- переориентация экономики от товаропроизводства к сервису
- сетевая журналистика
- «глобальная деревня»
- кибернетика

47. *Какова главная идея Интернет?*

- свободное распространение информации и установление связей между людьми
- продажа товаров и услуг
- дать максимальную и исчерпывающую информацию
- сервисное обслуживание клиентов и посетителей
- заинтересовать общественность

48. *Что такое Intranet?*

- это внутренняя информационная система, основанная на технологии Internet, сервисах Web, TCP/IP и HTTP протоколах связи, и HTML страницах
- язык для описания многомерных интерактивных моделей, виртуальных миров, создаваемых в “Интернете” с использованием WWW

- приложения, работающие в Internet
- концепция, определяющая стили, используемые при разработке HTML-страниц, их частей и отдельных элементов
- свободное распространение информации и установление связей между людьми

49. *Регулярно обновляемый информационный сайт, пользующийся определенной популярностью и авторитетом (имеющий свою постоянную аудиторию) – это*

- Интернет-СМИ
- поисковая система
- социальная сеть
- портал
- сайт-визитка

50. *На чем может зарабатывать деньги веб-сайт?*

- реклама
- эксклюзивная информация
- рейтинг посещаемости сайта
- фильмы
- достоверная информация

51. *Веб-сайт, предоставляющий пользователю Интернета различные интерактивные сервисы, работающие в рамках одного веб-сайта, такие как почта, поиск, погода, новости, форумы, обсуждения, голосования*

- веб-портал
- социальная сеть
- поисковая система
- информационное агентство
- Интернет-магазин

52. *Какая коммуникация развивается на основе использования технических средств размножения и передачи сообщения?*

- Интернет
- агентство
- редакция
- издательство
- газета

53. *Веб-сайт, предоставляющий возможность поиска информации в Интернете – это*

- поисковая система
- Интернет-СМИ
- портал
- веб-страничка
- социальная сеть

54. *Что такое домен?*

- это имя Вашего сайта в сети, по которому его находят
- текстовое наполнение сайта
- количество посетителей сайта
- анализ текущей активности в сети

- звуковое наполнение

55. *Чем отличаются домены первого и второго уровней?*

- домены первого уровня отражают принадлежность сайта к стране, коммерческой структуре, сети и т.д. Домены второго уровня отражают само название сайта
- первый уровень отражает название сайта, а второй принадлежность к стране
- второй уровень объемней первого
- первый уровень более качественный, чем второй
- они ничем не отличаются

56. *Редакционная система, применяемая в Интернет- журналистике?*

- веб-система
- журнальная
- радиовещательная
- телевизионная
- газетная

57. *Интернет-журналистика – это*

- новая разновидность журналистики, появившаяся в конце XX века с развитием и распространением Интернета
- новости, связанные исключительно с темой Интернета
- социальные сети («Мой мир», «В контакте», «Одноклассники»)
- просто коллективная галлюцинация
- периодические издания

58. *Работающий на Интернет-издание журналист (интернет-журналист), как правило, не сталкивается с*

- специализированной аппаратурой для телесъемки и звукозаписи, полиграфией
- интервьюерами, редакторами
- обработкой информации
- написанием статьи
- работой над аналитическими материалами.

Промежуточная аттестация

Задание 1

Планируемый образовательный результат

ПК-2. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере издательского дела

ПК-2.1. Определяет содержание, структуру и аппарат проектируемых медиапродуктов.

Формулировка задания:

Подготовиться к публичному выступлению (по выбору студента):

1. Понятие веб-редактирования.
2. Основные функции веб-редактора.
3. Литературное, художественное, научное редактирование интернет-ресурса.
4. Техническое редактирование и работа с html-версткой.
5. Контроль маркетинговых и организационных процессов веб-редакции.
6. Роль редактора в системе управления сайтом.
7. Виды и типы контента : уникальный / не уникальный; текст, аудио, фото и видео, мультимедиа; платный / бесплатный / условно бесплатный и др.

8. Медиатексты, их классификация (по способу производства текста; по форме (фактуре); по каналу распространения; по функционально-жанровому типу текста; по тематической доминанте).
9. Закономерности текстообразования.
10. Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста.
11. Формы и функции интертекстуальных знаков в медиатексте.
12. Специфика автора и адресата медиапубликации.
13. Специфика гипертекстовой медиапубликации
14. Медиатекст в системе интернет-коммуникаций.
15. Веб-медиатекст, его специфика.

Вид и способ проведения промежуточной аттестации: публичное выступление.

Критерии оценивания и шкала оценивания:

- Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 2 балла
- Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен – 1 балл
- Терминологический аппарат непосредственно не связан с раскрываемой темой – 0 баллов

Рейтинг-контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением о рейтинговой системе обучения студентов ТвГУ.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1) Рекомендуемая литература

а) основная литература:

1. Идеально! Как создать и переделать свой сайт: правильный подход и передовые техники разработки / Э. Кларк, П. Боуг, Р. Эндрю и др. ; под ред. А. Сарычева ; пер. О. Серовская. - Москва : СилаУма-Паблишер, 2013. - 377 с. : ил.,табл., схем. - ISBN 978-5-906084-03-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=236758> (24.03.2018).
2. Мацневский, Н.С. Разгони свой сайт: Методы клиентской оптимизации веб-страниц : учебное пособие / Н.С. Мацневский ; Национальный Открытый Университет "ИНТУИТ". - Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2009. - 264 с. - (Архитектор информационных систем). - ISBN 978-5-9963-0024-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233312> (24.03.2018).
1. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. - Москва-Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. - 269 с. : ил. - ISBN 978-5-9729-0139-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474> (24.03.2018).

б) дополнительная литература:

1. Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие [Электронный ресурс] / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2016. - 384 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453024>
2. Изюмов, А. А. Компьютерные технологии в науке и образовании [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Изюмов, В. П. Коцубинский. - Томск: Эль Контент, 2012. - 150 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=208648>

3. Немцова Т. А. Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие [Электронный ресурс] / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 400 с. + Доп. Материалы - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=922641>
4. Кручинин В.В., Тановицкий Ю.Н., Хомич С.Л. Компьютерные технологии в науке, образовании и производстве: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2012. – 154 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=208586>
5. Щербаков А.Ю. Интернет-аналитика. Поиск и оценка информации в web-ресурсах: практическое пособие [Электронный ресурс]. – М.: Книжный мир, 2012. – 78 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89693>

2) Программное обеспечение

а) Лицензионное программное обеспечение

	Наименование программного обеспечения	Местонахождение ПО	Назначение
1.	Microsoft Office Professional Plus	на всех рабочих станциях	Текстовый редактор
2.	Microsoft Windows Professional	на всех рабочих станциях	Операционная система
3.	Kaspersky WorkSpace Security Educational License	на всех рабочих станциях	Антивирусное ПО
4.	Adobe Design Standard	4-ый корпус, компьютерный класс	Компьютерная графика, дизайн
5.	ABBYY FineReader Corporate Edition	на 2-х рабочих станциях	Сканирование документов
6.	CorelDRAW Graphics Suite	3-ый корпус, компьютерный центр общего доступа	Векторная графика, графический дизайн
7.	Пакет «Антиплагиат.ВУЗ»	в сети университета	Проверка текстов на наличие заимствований

б) свободно распространяемое программное обеспечение

qScreenshot, HotShots – программы для снятия скриншотов.

The Timeline Project – программа-планировщик.

GimPhoto – Редактор фотографий, который базируется на GIMP. Поддерживаются плагины Photoshop (8bf).

Kompozer / Композер – WYSIWYG-редактор для документов формата HTML. Программа предназначена для редактирования и создания веб-страничек. Позволяет использовать всевозможные стили CSS. Включает лучшие функции большинства актуальных редакторов для страничек сайтов по типу DreamWeaver. При этом разработчики не забыли о значимости простоты в эксплуатации подобных инструментов.

eBook Maestro: универсальный компилятор электронных книг

Adobe Digital Editions 2.0 - программа для чтения и тестирования электронных книг в формате epub/

Calibre - конвертор электронных книг.

Sigi – конвертор электронных книг

г) *Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы*

1. Сервер информационно-методического обеспечения учебного процесса –
2. <http://edc.tversu.ru/>
3. Научная библиотека ТвГУ <http://library.tversu.ru/>
4. Сервер доступа к модульной объектно-ориентированной динамической учебной среде Moodle - <http://moodle.tversu.ru/>
5. Сервер обеспечения дистанционного обучения и проведения Web- конференций
6. Mirapolis Virtual Room - <http://mvr.tversu.ru/mvr/>
7. Репозиторий научных публикаций ТвГУ - <http://eprints.tversu.ru/>
8. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/>
9. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru/>

в) *перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины*

- Microsoft Office: URL: <http://office.microsoft.com/ru-ru/>
Adobe – Россия. URL: <http://www.adobe.com/>
Сайт технической поддержки Corel Corporation. URL: <http://www.corel.ru/about/partners/>
Сайт компании Quark. URL: <http://www.quark-russia.ru/>
Информационно-справочный ресурс об издательском бизнесе «BookeZ Magazine». URL: <http://bookezmagazine.narod.ru/>
Онлайн-версия журнала «Publish». URL: <http://www.publish.ru/index.html>
Онлайн-версия журнала «КомпьюАрт». URL: <http://www.compuart.ru/>
Онлайн-версия журнала «КомпьютерПресс». URL: <http://compress.ru/about.aspx>
Macromedia Dreamweaver MX. URL:
Adobe GoLive. URL: <http://www.adobe.com/support/downloads/product.jsp?platform=Windows&product=26>
Microsoft FrontPage. URL: <http://www.microsoft.com/en-us/download/details.aspx?id=8139>
Microsoft Expression Studio. URL: <http://www.microsoft.com/ru-ru/softmicrosoft/ExpressionStudio.aspx>
Hotdog. URL: <http://www.softportal.com/software-55-hotdog-professional.html>
WYSIWYG Web Builder. URL: <http://wysiwygwebbuilder.ru>
Corel Website Creator. URL: <http://www.coreldraw.com/us/product/website-design-software/>
Incomedia WebSite X5 Professional. URL: <http://www.websitex5.com/ru/professional.html>
Web Page Maker. URL: <http://www.webpage-maker.com>
Namo WebEditor. URL: <http://namo-webeditor.en.softonic.com>
Website Layout Maker. URL: <http://website-layout-maker.soft112.com>
E-PUBLISH. URL: <http://e-publish.ru>
CoffeeCup Visual Site Designer. URL: <http://www.coffeecup.com/designer/>
Aurora Web Editor. URL: <http://aurora-web-editor-2008-professional.soft32.com>
Wix. URL: <http://ru.wix.com>
UMI.ru. URL: <http://umi.ru>
Nethouse Jimdo. URL: <http://nethouse.ru>

Setup. URL: <http://www.setup.ru>

WordPress в конструкторе Hostenko. URL: <https://ru.wordpress.org>

ucoz.ru. URL: <http://www.ucoz.ru>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Студент, изучающий дисциплину, должен:

- следить за логикой построения учебного курса, постоянно работая над освоением теоретического материала;
- лекции – основное методическое руководство по изучению дисциплины, поэтому пропущенную лекцию необходимо изучить самостоятельно, так как каждая последующая лекция основывается на материале предыдущей;
- готовиться и активно работать на практических занятиях;
- в установленные сроки выполнять все задания, своевременно представляя отчет о проделанной работе преподавателю.

Программа зачета:

1. Концепция и модель подготовки веб-сайта.
2. Маркетинговые исследования на подготовительном этапе.
3. Разработка технического задания.
4. Проблемно-тематическое и видо-типологические характеристики веб-сайта.
5. Аппарат веб-сайта.
6. Этапы формирования общих принципов оформления сетевого издания.
7. Работа с мультимедийным содержанием издания.
8. Суть веб-дизайна (вёрстка и программная разработка сетевого издания).
9. Разработка программы продвижения веб-сайта.
10. Разработка программы распространения веб-сайта.
11. Тестирование и запуск в сеть.
12. Юзабилити веб-сайта.
13. Понятие веб-редактирования.
14. Основные функции веб-редактора:
15. Роль редактора в системе управления сайтом.
16. Маркетинговые исследования с использованием сети Интернет
17. Первичная и вторичная информация. Источники
18. Техническое задание на разработку сайта.
19. Контент сайта. Понятие медиатекста
20. Специфика гипертекстовой медиапубликации
21. Гиперссылки, их виды и принципы работы с ними. Виды гиперссылок:
22. Основные требования к интернет-публикации
23. Типологизация жанров текстов в Интернете
24. WYSIWYG-редакторы для создания *web*-сайтов. Характеристика одного по выбору.
25. Онлайн-сервисы для создания *web*-сайтов. Характеристика одного по выбору.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ПК, проектор, доступ к сети интернет, доступ к ЭБС.

VIII. СВЕДЕНИЯ ОБ ОБНОВЛЕНИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения