МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.АКМУЛЛЫ

ФАКУЛЬТЕТ: СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЙ

КАФЕДРА КУЛЬТУРОЛОГИИ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине: «Информационные технологии»

**Методика и технология РАЗРАБОТКи ВЕБ-САЙТА**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ (на примере сайта социально-гуманитарного факультета БГПУ им. М. Акмуллы)**

Выполнила: студентка 35 группы

Вострикова А.В.

Уфа 2009

**Содержание**

Введение

Глава 1. Web-сайт образовательного учреждения: понятие, классификация, структура

1.1 Характеристика типового web-сайта, его роль в работе образовательного учреждения

1.2 Виды web-сайтов образовательных учреждений

1.3 Типовая структура web-сайта образовательного учреждения

Глава 2. Проектирование web-сайта образовательного учреждения и размещение его в сети Интернет

2.1 Разработка web-сайта

2.2 Реализация и размещение web-сайта

2.3 Дальнейшее продвижение и поддержка web-сайта

Заключение

Список литературы

**Введение**

Влияние глобальной компьютерной сети Интернет на современный мир не имеет исторических аналогов. Его сегодняшний день – это начало эпохи электронного проникновения во все сферы человеческой жизни, это нечто большее, чем просто маркетинговая кампания, это основа новой философии и новой деловой стратегии.

Интернет и WWW прочно вошли в нашу жизнь, и нам уже трудно представить свою деятельность без них. WWW – это огромный набор гипертекстовых документов, которые благодаря Интернет доступны в любой точке мира.

Создание Web- сайтов является одной из важнейших технологий разработки ресурсов Интернет. Web-сайт - это информационный ресурс, состоящий из связанных между собой гипертекстовых документов (Web-страниц), размещенный на Web-сервере и имеющий индивидуальный адрес. Web-страница представляет собой текстовый файл с расширением \*.htm, который содержит текстовую информацию и специальные команды - HTML-коды, определяющие в каком виде эта информация будет отображаться в окне браузера. Вся графическая, аудио- и видео информация непосредственно в Web-страницу не входит и представляет собой отдельные файлы с расширениями \*.gif, \*.jpg (графика), \*.mid, \*.mp3 (звук), \*.avi (видео). Хороший сайт, вбирая в себя всю полезную информацию, является лучшей визитной карточкой и коммерческой фирмы и образовательного учреждения, работая на них в любое время суток [8].

Создание электронного представительства предприятия в сети Интернет - Web-сайта, является действенным средством реализации коммуникационной политики предприятия является. Wеb-cайт - это информационный продукт, представляющий собой совокупность страниц, объединенных по смыслу и расположенных на одном Web-сервере. Задача Web-Сайта предприятия – бесперебойное предоставление разнообразных информационных продуктов и услуг целевой аудитории в on-line режиме.

Для показа своей деятельности научно-исследовательские, проектные организации, промышленные предприятия, образовательные учреждения могут использовать различные виды сайтов: сайт-визитку, витрину, электронный магазин (Интернет-магазин), информационный сайт, корпоративное представительство, портал.

Помимо решения коммерческих задач, формирования имиджа предприятия и рекламирования его продукции, Web-сайты позволяют:

-изучать потребности, мнение и предпочтения покупателей, уровень их осведомленности об определенных товарах и фирмах;

-осуществлять совместные проекты с удаленными исполнителями;

-проводить внутрифирменное или внутрикорпоративное обучение сотрудников;

-формировать общие ценности и нормы поведения, разъяснять политику, проводимую предприятием, облегчать общение руководства и персонала. [13, 445]

Задачи, решению которых может способствовать Web-сайт, условно разделяют на три группы:

* имиджевые и рекламные;
* коммерческие;
* организационного развития, мотивации сотрудников, образования команды.

Следует отметить, что все эти задачи решаются предприятиями с использованием многих других средств: распространения печатной рекламы, подготовки имиджевых публикаций, участия в выставках, издания внутрифирменных газет и журналов. Однако электронная среда обладает целым рядом несомненных преимуществ и возможностей, среди которых:

* интерактивный характер коммуникации;
* доступность информации в течение 24 часов пользователям Всего мира;
* оперативное обновление информации, в том числе ее дополнение с учетом вопросов или предложений посетителей сайта;
* предоставление неограниченного объема информации, причем помимо текстовой и графической, еще звуковой и видеоинформации;
* формирование привлекательного образа предприятия за счет суммарного воздействия сведений о его истории, современном состоянии, финансовых возможностях, научно-техническом потенциале, участии в реализации крупномасштабных проектах и т. д.;
* персонализация информации, предназначенной для различных целевых групп;
* многоаспектный и быстрый поиск необходимых сведений в больших массивах информации;
* получение сведений о посещаемости сайта, т. е. его результативности как средства коммуникации;
* создание сайтов, посвященных отдельным товарам или услугам, или ориентированным на различные целевые аудитории. [справ инф раб, 446]

Однако перечисленные достоинства приобретаются Web-сайтами не автоматически, а появляются лишь в результате обдуманного, обоснованного подхода к их созданию.

Общая характеристика работы

**Цель и задачи**

Цель данной работы – проанализировать принципы создания web-сайтов образовательных учреждений и на их основе разработать сайт социально-гуманитарного факультета БГПУ им. М. Акмуллы.

Задачи:

1. Изучить основные свойства и характеристики сайтов образовательных учреждений, определить их задачи и функции;
2. Обозначить аудиторию сайта социально-гуманитарного факультета, функции, которые он будет выполнять; определить информационную составляющую;
3. Проанализировать и охарактеризовать существующие web-сайты образовательных учреждений; на основе анализа выбрать и разработать оптимальную структуру сайта;
4. Выбрать программные средства для реализации и размещения сайта в сети Интернет;
5. Изучить средства продвижения и раскрутки сайтов для дальнейшего использования.

**Практическое значение исследования**

Материал может быть использован для дисциплин «Информационные ресурсы», «Информационные технологии» и при разработке и реализации сайта социально-гуманитарного факультета БГПУ им. М. Акмуллы.

**Объем и структура работы**

Объем работы составляет 44 листа. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы из 20 источников.

**Глава 1. Web-сайт образовательного учреждения: понятие, классификация, структура**

**1.1 Характеристика типового web-сайта, его роль в работе образовательного учреждения**

Сайт, представляющий некоторую организацию, называется корпоративным или официальным сайтом организации. К официальному сайту предъявляются более жесткие требования в части информационного содержимого, графического дизайна, навигации, хостинга.

Официальный сайт обычно имеет следующие разделы:

Новостная информация.

Нормативные документы, положения.

Направления деятельности.

Структура учреждения.

Кадровый состав.

Контактная информация (список ответственных лиц, их должности, координаты и часы приема).

Сайты образовательных учреждений относятся к группе образовательных сайтов. Под образовательным веб-сайтом понимается совокупность веб-страниц с повторяющимся дизайном, несущих в себе целенаправленный процесс обучения и воспитания в интересах личности, общества, государства, объединенных по смыслу, навигационно и физически находящихся на одном сервере, использование которых может сопровождаться аттестацией обучающихся [16].

Создание веб-сайта - событие, повышающее имидж образовательного учреждения. Хороший сайт, вбирая в себя всю полезную информацию, является лучшей визитной карточкой и коммерческой фирмы, и образовательного учреждения, работая на них в любое время суток. Безусловно, это современно и престижно. Это прекрасная возможность продемонстрировать всем свои достижения, разместить актуальную информацию для заинтересованных лиц (студентов, абитуриентов, преподавателей, коллег из других учебных заведений). Это способ рассказать о своих успехах, поблагодарить спонсоров и т.д.

На сайте можно размещать тексты статей, отчеты о проведенных мероприятиях (в том числе фото и видеоматериалы). Все это будет доступно миллионам пользователей Интернета.

Регулярно проводимые социологические исследования показывают, что первое представление об учебном заведении момлодежь получает через Интернет-сайт. В ходе профориентационной работы абитуриент на ярмарке или в справочнике получает общее представление об учебном заведении, а дополнительную информацию, как правило, хочет посмотреть на сайте, считая, что именно там содержатся наиболее актуальные и полные сведения и предоставляется возможность спокойно пообщаться с сотрудниками. Кроме того, Интернет-сайт учебного заведения играет важную роль в организации образовательной деятельности (в том числе дистанционного и заочного обучения), обеспечении информационной поддержки студентов (особенно заочного отделения), методической помощи коллегам родственных учебных заведений и специальностей, обмен опытом и информировании профессионального сообщества [14, 42].

Для преподавателей сайт это - площадка для обмена опытом, завязывания контактов со своими коллегами из других городов и даже стран, участие в партнерских программах в рамках российских и зарубежных образовательных программ по обмену методическими материалами, готовыми уроками и педагогическим опытом.

Для абитуриентов и их родителей сайт - это прежде всего информационный ресурс. Используя сайты различных образовательных учреждений, абитуриенты могут сравнивать их и делать выбор в пользу лучших.

К основным характеристикам образовательных сайтов относятся:

Содержание образовательного интернет-сайта - единство всех основных элементов (текстовых и графических) образовательной информации, существующей и выраженной в виде веб-сайтов, а также единство связей этих основных элементов;

дизайн образовательного интернет-сайта - процесс выбора и организации графических компонентов с целью достижения определенной цели, которая может быть либо эстетической, либо иметь функциональную подоплеку, а зачастую преследовать обе эти цели;

Техническая реализация образовательного интернет-сайта - выбор компонентов, интегрирование технологий, программных продуктов и технических средств для донесения образовательной информации до пользователя;

Эксплуатационность образовательных интернет-сайтов - характеристики, информирующие об использовании образовательных сайтов пользователями.

**1.2 Виды web-сайтов образовательных учреждений**

Сайт образовательного учреждения в зависимости от своего содержания может относиться к разным типам. Это относится к многофункциональным сайтам. Также в результате своего наращивания на разных этапах существования сайт может менять свои задачи, свое содержание и функциональное назначение. Можно выделить несколько видов образовательных сайтов: сайты учебных заведений, сайты научных исследований, сайты справочного характера, сайты соревновательных и информационных Интернет-проектов, сайты дистанционного образования, сайты для распространения культурной и образовательной информации, сайты типа виртуальных методических объединений, консультативные сайты, образовательные порталы [16].

Сайты учебных заведений

Сайты учебных заведений условно можно разделить на сайты учреждений общего среднего образования (начальных школ, школ, гимназий, лицеев), сайты факультетов и кафедр вузов, сайты высших учебных заведений, сайты учреждений профессионального образования (колледжей, техникумов).

Подобные сайты обеспечивают информационную поддержку, коммуникацию с внешним миром, способствуют в проведении различных конкурсов. Некоторые учреждения общего среднего образования даже организуют с помощью web-сайтов дистанционные родительские собрания.

Сайты научных исследований

Подобные сайты делятся на несколько подвидов в зависимости от выполняемых ими функций. Это могут быть сайты исследовательских работ учащихся, студентов, учителей, преподавателей, научных работников; сайты "научные лаборатории" (например, www.nsu.ru/materials/ssl/ - научная физическая лаборатория школьников); сайты "творческие мастерские" (например, users.omskreg.ru/~kolosov/school/programs/ - дистанционная школа творчества). Также можно выделить особый подвид - сайты научно-исследовательских и учебных центров, которые могут объединять в себе три выше перечисленных подтипа. К ним можно отнести такие web-сайты, как www.physicon.ru - сайт компании ФИЗИКОН, российского разработчика учебных компакт-дисков по естественным наукам и систем дистанционного обучения для Интернет; iccc.botik.ru/ICCC/ - Международный детский компьютерный центр; www.citmgu.ru/ - центр информационных технологий.

Сайты справочного характера

К сайтам справочного характера относятся электронные энциклопедии, словари, каталоги, базы данных и т.д.

Примерами электронных энциклопедий могут служить: www.encyclopedia.ru/ - мир энциклопелий; niac.natm.ru/graphinfo - энциклопедия компьютерной графики, мультимедиа и САПР; mega.km.ru/pc/ - энциклопедия персонального компьютера; www.viruslist.com/ru/ - самая большая в мире энциклопедия компьютерных вирусов.

Сайты-словари позволяют в он-лайн режиме узнать значение слова, узкоспециализированного термина, фразеологизма; правильно образовать другую форму какого-либо слова. Как правило, подобные словари организуют поисковые системы (например, Рамблер), но существуют и самостоятельные сайты: www.primavista.ru/dictionary/ - каталог словарей, www.glossary.ru - служба тематических толковых словарей и т.д.

Сайты-каталоги содержат перечень ссылок по определенной тематике, например, www.codenet.ru - каталог ссылок по информатике и информационным технологиям.

Базы данных (например, www.gpntb.ru/win/search/alg.html - фонд алгоритмов и программ, www.nlr.ru – база данных авторефератов диссертаций по библиотековедению, библиографоведению и книговедению).

Сайты, содержащие справочную информацию о проводимых конференциях, конкурсах, семинарах научного и образовательного направления, о предоставляемых грантах. В некоторых случаях создаются сайты, посвященные конкретному мероприятию (как правило, это относится к масштабным проектам: международным семинарам, форумам и т.п.), но существуют и сайты, которые включают в себя информацию по мероприятиям схожей направленности, например, ito.edu.ru - конгресс конференций "Информационные технологии в образовании", olympiads.mccme.ru - "Олимпиады для школьников" - информация об олимпиадах и других мероприятиях для школьников. На подобных сайтах размещается информация о предстоящих мероприятиях, условия, решения задач, результаты участников состоявшихся олимпиад, материалы конференций.

Сайты соревновательных и информационных Интернет-проектов

К сайтам этого вида относятся те, что посвящены олимпиадам и конкурсам, проводимым в Сети. Это сайты телекоммуникационных олимпиад и викторин (например, www.vspu.ac.ru/de - Воронежские телекоммуникационные олимпиады и викторины, olympiads.ru - Олимпиадная информатика);

Сайты для проведения образовательных конкурсов (например, www.thinkquest.ru/ - международный конкурс ThinkQuest для школьников, студентов и их наставников по созданию веб-сайтов образовательной тематики, www.samlit.samara.ru/clnew/reg.htm - ежегодный открытый очно-дистанционный фестиваль «Компьютерная страна»);

Сайты информационно-развлекательных проектов образовательной тематики (например, school-sector.relarn.ru/ - "Школьный сектор"- информационно-развлекательный проект для школьников и их учителей, school.holm.ru – «Школьный мир»);

Сайты для формирования связей между студентами и преподавателями, школьниками и учителями, школьниками и родителями (например, www.college.ru - "Открытый колледж").

Сайты дистанционного образования

Сайты дистанционного образования позволяют получать и оценивать знания, не выходя из дома. Это различные электронные задачники, учебники, практикумы, самоучители, центры тестирования и дистанционного обучения.

Сайты типа "учебно-методическое пособие" или "электронный курс лекций" (например, www.burenina.narod.ru - школьный курс экологии для учащихся старших классов; club-edu.tambov.ru/methodic/mm/index.html - учебно-методическое пособие «Основы педагогического дизайна и создания мультимедийных обучающих аудио/видео материалов»; thl.narod.ru/tehnologia/informatika/ - курс лекций «Основы информатики»).

Сайты типа "лабораторный практикум" (например, лабораторные работы: www.apto.tstu.ru/win-1251/lab/sreda/ope/ob\_ecol\_html/lab-rab.html - лабораторные работы по курсу «Оборудование промышленной экологии»; khpi-iip.mipk.kharkiv.edu/library/tv/lab/index.html - лабораторные работы по курсу «Теория вероятностей и математическая статистика», khpi-iip.mipk.kharkiv.edu/library/pgm/lab/index.html - лабораторная работа по курсу «Основы программирования и алгоритмические языки»).

Сайты типа "электронный задачник". В настоящее время их в Интернете не так уж и много, а если и есть, то находятся на закрытых разделах, например, mschool.kubsu.ru/ingtr/tipovoy.htm - задачник по теории вероятностей и математической статистике; tiukanov.boom.ru/teach/pp/index.htm - практикум по программированию.

Сайты типа "электронный учебник" предусматривают различные формы сочетания очного и дистанционного обучения, например, khpi-iip.mipk.kharkiv.edu/library/datastr/book/index.html - учебное пособие «Модели и структуры данных», www.nmarket.ru/program/delphi/lessons-2/ - электронный учебник по Delphi.

Сайты для тестирования, оценки знаний. Могут быть как универсальными, т.е. содержать тесты по различным дисциплинам и по различным специальностям, (например, feppo.ru), так и посвященными определенному предмету (например, altnet.ru/~mcsmall/cat\_inf.htm - тестирование по информатике и информационным технологиям; tests.specialist.ru - тесты по программному обеспечению).

Сайты центров дистанционного обучения и центров тестирования. Сайты этого вида могут содержать на своих страницах все четыре вышеперечисленных подтипа, например, www.eidos.ru - Центр дистанционного образования "Эйдос", dlc.miem.edu.ru- образовательный портал центра дистанционного обучения МИЭМ.

Сайты для распространения культурной и образовательной информации

Это, как правило, виртуальные библиотеки, музеи, кафе, электронные образовательные газеты и журналы, а также непосредственно сайты учреждений культуры.

Виртуальные библиотеки: www.lib.ru - библиотека Максима Мошкова, www.litportal.ru - электронная библиотека, www.rusdoc.ru - компьютерная электронная библиотека: документация, программные руководства, операционные системы и языки программирования, книги, публикации.

Сайты библиотек: www.gpntb.ru - Государственная публичная научно-техническая библиотека России, www.rsl.ru - Российская государственная библиотека.

Виртуальные журналы и газеты образовательной тематики: www.informika.ru/text/magaz - раздел «Газеты и журналы» сайта ФГУ ГНИИ информационных технологий и телекоммуникаций, www.iis.ru/el-bib/ - научный электронный журнал «Электронные библиотеки», vio.fio.ru – «Вопросы Интернет-образования».

Сайты образовательных газет и журналов содержат электронную версию определенного печатного периодического издания, например, www.vimi.ru – электронная версия журнала «Вопросы защиты информации», www.iis.ru/infocos - «Информационное общество, www.rir.csti.ru – «Информационные ресурсы России, www.ug.ru - «Учительская газета».

Виртуальные музеи: schools.keldysh.ru/sch444/MUSEUM/ - виртуальный музей информатики (на этом сайте также имеется каталог виртуальных музеев всего мира по информатике), www.computer-museum.ru/index.php - виртуальный компьютерный музей.

Сайты музеев: например, dual.deol.ru/culture/museum/politeh.htm - политехнический музей.

Виртуальные клубы (кафе): сlub-edu.tambov.ru - Тамбовский педагогический клуб работников образования; www.child.ru - Московский детский клуб «Компьютер»).

Сайты типа виртуальных методических объединений

Сайты методического объединения учителей по школьным предметам (например, www.pedsovet.org - Виртуальное методическое объединение учителей «Всероссийский интернет-педсовет».

Сайты для тематических телеконференций и чатов в online-режиме по вопросам образования: forum.citforum.ru - форумы по информатике и информационным технологиям; alglib.chat.ru - форум по алгоритмам; www.edu.yar.ru/russian/org/suppl-ed/dlc/teleconf.html - сервер телеконференций; www.edu.nsu.ru/ites/ - телеконференции «Информационные технологии в образовании»; forum.ru-board.com - компьютерный форум.

Сайты творческого взаимодействия учителей, преподавателей в сети способствуют отработке методических приемов использования в учебном процессе существующих телекоммуникационных проектов, обмену опытом. Например, school-sector.relarn.ru - еженедельник «Педсовет по средам» на сайте "Школьный сектор"; club-edu.tambov.ru/main/methodic/ - хранилище методических материалов Интернет-клуба работников образования Тамбовской области; teacher.fio.ru/index.php?c=44 - педагогическая мастерская - копилка методических идей и находок лучших учителей и методистов страны, разработки уроков и сценариев внеклассных мероприятий.

Сайты для повышения квалификации педагогических кадров: www.ipkro.isu.ru - проект «Информационно - методическая INTERNET - поддержка учителей», www.botik.ru/robot/ - «Роботландия» - дистанционное обучение для учителей и учеников, www.9151394.ru - курсовая система повышения квалификации учителей «Использование информационных и коммуникационных технологий в обучении».

Сайты консультативного назначения

Консультативные сайты для учителей и учеников, студентов и преподавателей по общеобразовательным предметам: www.nsu.ru/materials/ssl/distance/about.html - дистанционный консультационный пункт для старшеклассников и преподавателей; www.abiturcenter.ru - учебный центр довузовского образования; www.exponenta.ru - консультативный сайт по математике и информатике; www.junior.ru/wwwexam/ - Сайт для подготовки к экзаменам по информатике и информационным технологиям.

Сайты для консультационной помощи научно-методическим центрам (например, www.ege.ru - Информационная поддержка Единого экзамена, www.rfbr.ru - Российский фонд фундаментальных исследований, www.edu.ru - Российское образование - федеральный портал, www.fio.ru/ - Федерация Интернет-образования)

В настоящее время стали появляться так называемые образовательные порталы - большие по объему образовательной информации сайты, в которых совмещены разнообразные функции и типы образовательных сайтов. Например: www.abitu.ru - образовательный интернет-портал "Абитуриент", www.relib.com - информационный портал для программистов, www.edu.ru/ - федеральный портал «Российское образование».

К этому же виду относится, например, web-сайт «Школьный сектор» (http://www.school-sector.relarn.ru), созданный в 1998 г. Его создание способствовало развитию активного сегмента информационной образовательной среды для учителей-предметников из разных городов. Здесь еженедельно размещаются результаты проектной учебной работы школьников (в том числе, web-странички разного типа, созданные ими), размышления учителей и координаторов сетевой работы по поводу сетевой деятельности в школе, интеграции ее к учебной программе, выступления специалистов об образовательной деятельности школ в Сети. Здесь же представлена информация о семинарах, конференциях, новых web-сайтах, педагогических изданиях и медиасредствах, которые могут помочь учителям-предметникам в их учебной деятельности и многое другое.

В 2006 г. в рамках Федеральной целевой программы «Культура России (2006-2010 гг.)» началась реализация нового проекта по созданию информационно-образовательного портала «Культура и искусство». Цель проекта – содействие повышению качества образования в сфере культуры и искусств.

По замыслу инициаторов проекта и основных разработчиков данного портала - Фонда развития информационного общества и Института развития информационного общества - портал должен стать одной из эффективных инновационных моделей использования ИКТ для повышения качества образования и уровня квалификации специалистов, а также развития научного и образовательного контента в сфере культуры и искусств в России [10, 49]. В рамках портала создается функциональная подсистема «Консультационный центр», позволяющая регистрировать запросы на консультации по различным темам и предложения по оказанию консультаций, вести поиск возможных клиентов или поставщиков консультационных услуг, а также осуществлять контакты между поставщиками и потребителями услуг. Еще один модуль портала, «Виртуальный университет», представляет собой открытую платформу для создания дистанционных курсов. Пользователям и их сообществам дается возможность самостоятельно создавать и адаптировать учебные курсы по разным темам. Они могут включать как учебные материалы, так и тесты и экзамены, позволяющие оценить уровень знаний пользователя.

Портал “Российское школьное образование” (http://www.school.ru) - рассказывает о возможностях школ по подключению к Сети и бесплатному размещению школьных web-страниц, о текущих сетевых учебных проектах, олимпиадах и конкурсах.

Нужным и полезным информационным ресурсом для каждого учебного заведения является официальный сайт Минобразования РФ (http://www.informika.ru), который содержит большое количество документов и справочных материалов, информацию о текущих и будущих образовательных проектах и др.

В большинстве случаев образовательные сайты являются сайтами смешанного типа. Большинство образовательных сайтов относятся одновременно к двум и более вышеперечисленным типам.

**1.3 Типовая структура web-сайта образовательного учреждения**

Структура сайтов образовательных учреждений достаточно однообразна и, как правило, включает следующие разделы:

Главная страница. Дает пользователю представление о структуре сайта. Коме того, на главной странице размещаются новости, анонсы мероприятий, т.е. та информация, которая может интересовать различные категории пользователей (в нашем случае это абитуриенты, студенты и преподаватели).

Новости (учреждения и непосредственно сайта) могут быть отдельной страницей или совмещаться с другим разделом. Размещать раздел новостей стоит только в том случае, если в нем действительно есть необходимость и уверенность в его будущих обновлениях. При этом устаревшая информация не всегда бесполезна, просто располагаться она должна под другой вывеской, например, «архив».

Об учреждении (история, сертификаты качества, шефы, партнеры, известные выпускники). В некоторых учебных заведения работают кружки, музеи, центры творчества и т.п., материалы о них чаще всего размещаются в отдельном разделе.

Контакты. Могут включать в себя почтовый адрес, схему проезда, телефоны, Е-mail или форму отправки сообщения для администрации или группы поддержки сайта.

Устав, правила внутреннего распорядка.

Обучение (образовательная модель, программы обучения, специальности, методики преподавания, методические материалы по предметам).

Экзамены. Этот раздел содержит информацию о вступительных экзаменах в Вузы или Сузы, график работы приемной комиссии, проходной балл и т.п. или информацию о проведении экзаменов, ЕГЭ в школах, гимназиях, лицеях.

Преподаватели (информация, сертификаты, аттестация). Сайт также может предоставлять возможность преподавателям размещать свои материалы (вплоть до отдельного раздела по предмету или кафедре).

Учащиеся. В этом разделе, кроме списка учащихся и сведений о них, можно предусмотреть место, где ученики (или студенты) могут представить свои творческие работы. Такие работы могут быть представлены как личные странички учащихся или групп. Также в этом разделе могут приводится расписание занятий, текущая успеваемость.

Фотогалерея. Содержит фотографии с различных школьных или студенческих мероприятий.

Успехи (достижения учащихся и преподавателей, дипломы, сертификаты).

Мероприятия (регулярно проводимые мероприятия, праздники, игры).

Партнеры.

Спонсоры.

Форум, гостевая книга. Гостевая книга - это место на сайте, где ваши посетители могут оставлять свои сообщения: отзывы на сайт, замечания, пожелания и т. д. Здесь же хранятся и ранее опубликованные сообщения.

В отличие от форума, посетители гостевой книги не могут отвечать на сообщения, оставленные другими посетителями, и тем самым завязывать дискуссию или полемику по какому-то вопросу. Однако владелец сайта имеет возможность прокомментировать любое из сообщений гостевой книги,

Что касается гостевых книг, то следует учитывать, что только активно обновляемый "живой" сайт пользуется авторитетом и поддержкой учащихся. Если не обеспечено развитие сайта, бессмысленно заводить гостевые книги и прочие интерактивные формы общения. Результат будет отрицательным, т.е. в гостевой книге будет накапливаться различные критические замечания, вовсе не придающие значимости Интернет-ресурсу.

Форум сайта может использоваться как элемент дистанционной поддержки обучения (например, виртуальный консультационный пункт). В таком случае, он должен обязательно обслуживаться ответственными за него (модераторами). Очень важно, чтобы модераторы следили за соблюдением правил, консультировали, удаляли некорректные сообщения, вносили интересные темы для обсуждений и пр.

Интересные ссылки. Содержание этого раздела должен быть хорошо продумано. Именно внешние ссылки "склеивают" страницы Интернета друг с другом. Некоторые поисковые системы не индексируют ресурс в случае отсутствия таковых. При этом текст, предшествующий ссылке, должен давать чёткое представление о её назначении. Слишком большое количество ссылок тоже создаёт проблемы пользователю.

Для некоторых учреждений является актуальным создание раздела на иностранном языке или англоязычной версии сайта, а также поддержка контактов с зарубежными коллегами и друзьями. Англоязычная версия не обязательно должна быть копией русскоязычного сайта на английском языке, а может быть другой версией, возможно, состоящей на первых порах из одной страницы.

**Глава 2. Проектирование web-сайта образовательного учреждения и размещение его в сети Интернет**

**2.1 Разработка web-сайта**

Разработка сайта включает в себя целый комплекс процессов, от которых зависит эффективный конечный результат.

Формирование целей и задач сайта.

Это первый этап разработки сайта и к нему нужно подходить с особой ответственностью. Вот некоторые вопросы, на которые необходимо ответить на данном этапе:

Какие функции будет выполнять сайт?

Какова аудитория посетителей сайта?

Какого рода информация необходима потенциальной аудитории?

Как будет реализована схема обновления (пополнения) материалов сайта? Кто будет ответственен за наполнение каждого раздела?

Каковы способы продвижения сайта для формирования его посещаемости целевой аудиторией?

Для начала определимся с аудиторией. В нашем случае ее представляют в основном студенты и сотрудники социально-гуманитарного факультета, абитуриенты. Также может осуществляться привлечение дополнительных пользователей с помощью рубрики «Твой досуг» и журнала «Референт-аналитик». Соответственно, к основным функциям сайта относятся организационная (позволит обеспечить быстрый и удобный доступ к расписанию занятий, сессий, различным объявлениям, что особенно немаловажно для студентов-заочников); рекламная (позволит привлечь дополнительное внимание абитуриентов к специальностям социально-гуманитарного факультета); имиджевая (позволит повысить как имидж факультета в целом, так и конкретно специальности «Библиотечно-информационная деятельность»); образовательная (размещение на сайте методических рекомендаций, учебных материалов, а также ссылок на образовательные ресурсы позволит использование сайта в процессе обучения).

В течение этих этапов продумывается содержание или контент сайта, что является одной из самых важных составляющих. Если на сайте не будет полезной информации, способной заинтересовать определенный круг людей, то можно ставить вопрос о необходимости существования сайта как такового.

Проведенные в НИИ информационных технологий социальной сферы Кемеровского государственного университета культуры и искусств (КемГУКИ) исследования контента сайтов образовательных учреждений (вузов культуры и искусств, федеральных образовательных сайтов), музеев, библиотек, органов исполнительной власти выявили ряд общих недостатков, значительно снижающих эффективность создаваемых Интернет-ресурсов. Выявленные недостатки свидетельствуют о том, что проблема качества сайтов носит комплексный характер и включает вопросы как программно-технического, организационного, так и семантического характера.[4, 5]

Итак, потенциальной аудитории необходима информация следующего рода: информация о факультете; о центрах «Байрам» и «Время читать»; проводимых мероприятиях, конференциях, соревнованиях (эта информация может представлять интерес не только для студентов, абитуриентов и сотрудников нашего факультета и вуза, но и для широкого круга лиц; позволит привлечь новых партнеров; создаст дополнительную рекламу); информация о специальностях, на которые ведется прием студентов, работе приемной комиссии, зачислении и т.п. будет необходима абитуриентам и их родителям; информация организационного характера: расписание занятий, объявления профбюро и деканата факультета заинтересует студентов (особенно обучающихся заочно); и, наконец, журнал «Референт-аналитик» и сопутствующая образовательная информация позволит организовать поиск качественного учебного материала не только студентам нашего факультета, а всем, кто обучается по смежным специальностям.

Анализ ситуации в Интернет

Смысл этого этапа в том, чтобы не повторить ошибок и слабых сторон существующих образовательных сайтов. Возможно, что сайты, аналогичные разрабатываемому, уже есть в Сети. На что сделать акцент в сайте? Чему уделить наибольшее внимание? Эти вопросы решаются на данном этапе.

Этот этап включает в себя:

Анализ существующих образовательных сайтов и их сервисов;

Анализ способов и схем поиска подобных сайтов или сервиса целевой аудиторией (поисковые системы, каталоги, тематические сайты и др.);

Анализ необходимых программных разработок, их производительности и эффективности;

Анализ существующих доменных имён.

Анализу образовательных сайтов посвящена первая глава данной работы. Способы и схемы поиска сайтов, а также средства повышения его качества будут рассмотрены чуть ниже. Обратимся подробнее к доменному имени.

Доменные имена могут относиться ко 2 или 3 уровню. Если вы удовлетворяетесь доменным именем 3 уровня, то хостинг для сайта объемом до 50 Мбайт (иногда больше) можно найти совершенно бесплатно, например у Яндекса на Народе.ru.

Доменное имя 2 уровня:

http://адрес\_ресурса, например http://www.atsrf.ru.

Доменное имя 3 уровня:

http://адрес\_ресурса.адрес\_сервера, например http://www.web-book.narod.ru [12].

В нашем случае сайт будет размещаться на платном хостинге (см. §2) и, соответственно, иметь доменное имя 2 уровня.

Проектирование структуры сайта

Навигационная схема Web-сайта зависит от его структуры и определяет то, как пользователь будет по нему перемещаться и получать доступ к информации, которую Вы представляете. Простота и удобство навигации является одним из важных факторов, определяющих посещаемость Web-сайта. Пользователи должны быстро и легко перейти на любую страницу Web-сайта, в том числе на начальную.

Именно на этом этапе закладываются основные принципы работы сайта, его структура, формируется общее представление о дальнейшей работе над проектом. Также на этом этапе необходимо придумать названия разделов сайта, заголовки страниц, определить переходы между ними, то есть продумать логическую структуру размещения информации. Здесь же надо включить, если необходимо, способы общения с пользователями в рамках сайта - комментарии к статьям, форум, чат, гостевую книгу. В результате третьего этапа должна быть сформирована ясная и логическая структура размещения информации на сайте - ничто так не утомляет при поиске нужной информации, как плохо структурированные сайты.

Существует несколько видов структурирования информационного материала на Web-сайте [8]:

Линейная структура

Материал весь располагается последовательно

Иерархическая структура

Чаще всего структура Web-сайта представляет собой иерархию. При этом сначала создают категории высшего уровня, а затем материал в логическом порядке размещают в категории, которые находятся ниже. Иерархические структуры бывают двух видов: узкая глубокая и широкая неглубокая.

Узкая глубокая иерархия характеризуется тем, что на верхнем уровне она имеет мало категорий. Для получения нужной информации пользователь вынужден переходить на несколько уровней вниз.

Эта структура обладает достаточно понятной навигацией, но предполагает достаточно долгий путь к нижним уровням, из-за чего информация, размещенная там, нередко не доходит до потенциального пользователя.

# Широкая неглубокая иерархия.

#### Характеризуется большим количеством категорий как на верхнем, так и на последующих уровнях. Сразу дает полное представление об информации, размещенной на сайте, но затрудняет поиск на нижних уровнях структуры

Ни первый, ни второй способ организации информации не является оптимальным. Лучше, когда иерархическая структура состоит из 3-4 уровней.

## Нелинейная структура. Позволяет обеспечить переход к нужной информации сразу с нескольких страниц, что гарантированно ведет к ее получению пользователем. В подобной структуре акцент лучше сделать на одну-две страницы, в противном случае это приведет к путанице.

## Смешанная структура

Существуют ситуации, когда представить информацию одним из описанных выше методов не представляется возможным. В этом случае применяют несколько схем одновременно. Однако такой подход имеет недостаток – он требует от пользователя концентрации внимания и дополнительных усилий. Чтобы помочь пользователю, составляют карту Web-сайта (site-map). На данной карте схематически представляют структуру размещения информации на Web-сайте.

Наш сайт будет представлять собой широкую иерархию с элементами нелинейной структуры. Первый уровень иерархии составляют 3 основные рубрики («О СГФ», «Студенту», «Абитуриенту») и 3 дополнительные («Байрам», «Время читать!», «Твой досуг»).

Сбор материалов и разработка учебных курсов

Здесь необходимо грамотно подобрать материал, отвечающий требованиям достоверности, информативности, доступности, понятности. Материал должен быть структурирован соответствующим образом с учетом дидактических принципов построения. При сборе материала нужно руководствоваться принципами педагогического дизайна. Этот этап также включает работы по эффективной организации учебного процесса, подготовку дополнительных материалов (указаний, инструкций, подсказок и т.д.).

Разработка дизайна, функциональности страниц и программных решений образовательного сайта.

Этот этап не такой простой, как может показаться на первый взгляд. Особенно, если анализ ситуации в Интернете показал наличие жёсткой конкуренции в борьбе за целевую аудиторию. Кроме решений задач по достижению имиджевой индивидуальности сайта, необходимо учитывать множество дополнительных (иногда, чисто технических) требований - usability (практичность) сайта, «прозрачность» (понятность) навигации, применение различных технологий оформления, скорость загрузки страниц, качество графики, а также требования эргономики.

Под веб-дизайном понимается оформление сайта. Прежде всего, в графическом редакторе осуществляется разработка внешнего вида сайта (главной страницы и ключевых страниц), создание индивидуальной графики, выбор цветового и шрифтового решения. Очень хорошо представить, как будет смотреться страница в готовом виде, и сделать несколько набросков на бумаге. Конечно, при профессиональном подходе к созданию сайта эти работы должен выполнять художник или человек с художественными способностями. Результатами этих работ должны быть файлы эскизов страниц или макет сайта. На этом же этапе производится оптимизация графики для веб-страниц, с учетом которой максимальное качество изображения должно сохраняться при минимальном размере файла.

На основе созданной структуры сайта в ходе разработки дизайна особое внимание стоит уделить оформлению навигации сайта на основании принципов простоты, удобства, читабельности. Пользователи должны быстро и легко перейти на любую страницу веб-сайта, в том числе на начальную. Следует учитывать, что дизайн в смысле разумного устройства сайта значительно важнее, чем его «красивость».

**2.2 Реализация и размещение web-сайта**

На этапе реализации обычно производят наполнение сайта материалами на основе файлов, созданных в процессе верстки, и с учетом программ управления сайтом, если таковые имеются. Тут же производится оптимизация текстов. Следует обратить особое внимание на отсутствие орфографических и грамматических ошибок в текстах сайта. Чтобы ошибок и описок было меньше или их совсем не было, рекомендуется набивать текст в редакторах с проверкой орфографии и перечитывать то, что написано перед выставлением сайта на всемирное обозрение.

Материал разбивается по файлам и папкам в соответствии со структурой сайта. Организуются ссылки между файлами сайта. Необходимо также помнить, что посетитель может попасть прямо из поисковой системы на любую из страниц сайта - и в этом случае важно показать ему, что она является частью целого сайта, дать ему возможность перейти по ссылке на главную страницу и просмотреть остальные разделы.

На этапе реализации сайта обязательно производят просмотр в разных веб-браузерах и при разных разрешениях экрана. При необходимости устраняют ошибки.

Также в данный этап входят: размещение сайта на Интернет-сервере, запуск и отладка необходимых программных решений, установка и запуск программ управления сайтом. Процесс размещения сайта также называют иногда публикацией сайта. Этот процесс неразрывно связан с понятием «хостинг».

Как известно, в Интернете существует три основных вида хостинга:

платный хостинг, который продается за деньги;

бесплатный хостниг;

бонусный хостинг, который предоставляется бесплатно, т.е. в качестве бонуса (поощрения) в случае покупки контрактного dial-up доступа в Интернет. К примеру, можно купить карточку для доступа в Интернет, на которой четко и ясно написано, что ее владелец может бесплатно получить на сервере провайдера почтовый ящик размером 10 МБ и место под веб-сайт, также объемом 10 МБ. Тем не менее, последний вид хостинга является наименее распространенным, так как понятно, что смена провайдера Dial-Up доступа автоматически означает потерю сайта. Поэтому мало кто рискует сайты на таких хостингах заводить.

На самом деле, веб-хостинг, это не только «место на диске», но еще и:

трафик, который стоит денег;

дорогостоящее программное обеспечение, в том числе и то, которое разрабатывается специалистами фирмы - хостинг-провайдера;

оплата труда высококвалифицированных специалистов, системных администраторов, присматривающих за работой серверов и п/о, налаживающего их, а при необходимости - самостоятельно разрабатывающих п/о.

Рассмотрим, чем отличается платный хостинг от бесплатного:

* Ответственность за сохранность размещенной информации. На бесплатных серверах нередки случат пропажи сайтов;
* Отсутствие баннеров на страницах размещенного сайта и в почтовом ящике;
* Присутствие полноценного FTP- доступа;
* Наличие веб-интерфейса FTP, который можно использовать с любого компьютера, подключенного к Интернету;
* Круглосуточная техническая поддержка;
* Наличие возможности установки программных скриптов (php, perl и др.);
* Доступ к базам данных (например MySQL), что очень важно при использовании скриптов;
* Предоставление быстрого счетчика и подробной статистики веб-сайта;
* Льготный интернет-доступ к веб-сайту, в раз 5 дешевле, чем обычный интернет;
* Веб-аналог почты, который можно использовать с любой точки Интернета;
* Библиотека бесплатных скриптов (программ, в результате которых формируются динамические веб-страницы или выполняются какие-то функции сайта ) и возможность пользоваться ими;
* Резервное ежедневное копирование веб-сайта на случай чего-то чрезвычайного. Иногда бывает такое, что информация утеряна, а с сервера стерли на время версию веб-сайта. Из резервных копий бывает возможно восстановить то, что было потеряно.

Из-за многочисленных особенностей бесплатного хостинга использование его для размещения официального сайта организации (каким и является наш сайт) не представляется возможным.

Помимо определения хостинга, на этом этапе производится выбор инструментальных средств для размещения сайта в сети Интернет (в нашем случае это CuteFTP 7.0).

Тестирование

На этом этапе проводится тестирование образовательного сайта на предмет обнаружения возможных ошибок, связанных с обычным «человеческим фактором» в процессе разработки и интеграции программных решений в функциональность сайта. Наряду с тестированием в разных веб-браузерах и при разных разрешениях экрана очень неплохо посмотреть, как просматривается сайт в других операционных системах.

При тестировании следует обратить внимание на время загрузки страниц и при недостаточном быстродействии продолжить оптимизацию графических элементов и текста страниц и программ. Для тестирования на удобство пользования интерфейсом крупные компании приглашают специальные группы людей.

В условиях образовательного учреждения можно привлечь студентов и преподавателей к просмотру сайта и, не давая им никаких инструкций, посмотреть, как они будут пользоваться веб-сайтом. Следует понаблюдать, как они перемещаются по веб-сайту. Где возникают паузы? Когда пользователи испытывают трудности? И при этом не стоит подсказывать им и давать указания! Такие наблюдения могут дать много ценной информации. На основании результатов тестирования обычно принимаются решения об исправлении ошибок и неточностей, возможно о доработке сайта.

Поддержка

Содержимое веб-сайта может подвергаться неоднократным изменениям. Важно, чтобы предоставляемая на веб-сайте информация всегда была актуальной, поэтому надо как можно чаще обновлять информацию на своем веб-сайте, по возможности расширять материал, улучшать дизайн.

Обязательное правило для функционирования веб-сайта гласит, что обновления на сайте должны появляться не реже одного раза в месяц. В противном случае постоянных посетителей на сайте просто не будет, и сайт может потерять не только потенциальных, но и уже состоявшихся посетителей.

**2.3 Дальнейшее продвижение и поддержка web-сайта**

Объём работ, связанных с продвижением, может быть различным - от простой регистрации в поисковых системах, до целого комплекса мер, рассчитанного на длительное время. В нашем случае нелишним будет обратить на это особое внимание, чтобы сделать сайт наиболее конкурентоспособным в Сети.

Поисковые системы

Посещаемость сайта, обеспеченная баннерной или другими видами рекламы, резко падает с окончанием рекламной кампании. В сравнении с этим возможность зайти на раскручиваемый сайт с помощью поисковых систем обладает несомненным преимуществом - наличие регистрации в каталогах и индексация страниц сайта поисковыми машинами дает стабильный поток новых посетителей в течение всего времени существования сайта. Поэтому усилия, направленные на раскрутку сайта в поисковых системах, окупаются очень быстро.

Под поисковыми системами понимаются системы двух типов - поисковые каталоги и поисковые машины.

Поисковые машины (их еще называют индексы) - огромные склады слов, постоянно пополняемые путем периодического автоматического сканирования виртуального информационного пространства и индексирования его содержания (Рамблер, Гугл). Все это добро с указанием ссылок на «полки» - хост-серверы, сайты, отдельные страницы, строки и предложения бережно хранится в виде огромных индекс-файлов, к которым пользователь обращается при каждом запросе в поисковой машине.

Поисковые машины используют для индексирования сайтов так называемых «поисковых роботов», спайдеров (от английского слова «spider», что значит «паук»). Робот - это небольшая программа, которая ходит по ссылкам на сайте и индексирует (собирает и запоминает) встреченную на пути информацию. [16]

Принцип работы поисковых роботов приблизительно следующий: пользователь предоставляет поисковой системе точный адрес страницы, которую нужно зарегистрировать. Поисковая система проверяет, существует ли по этому адресу страница, и если да, то страничка вносится в «график посещения». Между временем, когда пользователь зарегистрировал страницу в поисковой системе и временем, когда страничку посетит поисковый робот может пройти от нескольких минут до нескольких недель. Так что не стоит спешить сразу же проверять наличие зарегистрированной страницы или сайта в поисковой системе.

При посещении поисковым роботом происходит следующее: робот ищет файл robots.txt; робот читает страницу, для индексирования которой он был послан (глубина индексирования, то есть чтения страницы меняется от робота к роботу. Некоторые останавливаются только на чтении заглавия страницы и содержимого мета-тегов, другие могут прочитать, скажем первые 6000 символов на странице, а некоторые индексируют все содержание веб-страницы); затем робот может либо удалиться либо продолжить индексирование сайта; через какое-то время робот снова может посетить эту страничку, если существует тег «revisit» или в соответствии с политикой, проводимой поисковой системой.

Каталоги представляют собой совокупность сайтов, собранных в тематические рубрики (Апорт). Эти рубрики в свою очередь могут быть разбиты на подрубрики, которые тоже могут иметь еще более мелкие подкаталоги и т.д.

Отличие каталогов от поисковых машин заключается в том, что каталоги не посылают никаких роботов, чтобы индексировать страницу или веб-сайт. Наиболее известным каталогом является Yahoo.com. Заполняются каталоги людьми, которых обычно называют модераторами каталогов. Желающим добавить свой ресурс в каталог предлагается заполнить форму регистрации с заданием основных характеристик сайта: наименования; ключевых слов; аннотации; названия рубрики, предполагаемой для размещения; URL ...

Для поиска в каталоге посетитель использует два способа:

Просто переходя по ссылкам вглубь: рубрика >> подрубрика >> подрубрика >> ... пользуясь поисковой программой каталога, которая похожа на программу выдачи результатов поиска поисковой машины, но поиск здесь происходит по ключевым словам и описанию, которое введено при регистрации, а не по содержимому страниц. Результат поиска также будет построен в порядке убывания релевантности.

Существует еще один вид поисковых систем – гибридный, сочетающий в себе возможности вышеназванных систем (например, поисковая система Яндекс) [14, 42].

Регистрация в каталогах

Для регистрации в каталоге автору сайта необходимо найти раздел, в который он желает поместить свою страницу (сайт), послать в веб-форме краткое описание сайта и список ключевых слов (не во всех каталогах) для поиска страницы (сайта) в каталоге. Затем эта информация просматривается и оценивается людьми (модераторами), которые решают, стоит ли включать ваш информацию в каталог или нет.

Следует знать, что пользователю могут отказать в регистрации, сайт могут поместить в другой раздел, могут быть изменены описание сайта и/или список его ключевых слов. Все зависит от модераторов каталога.

Так как регистрация производится человеком, а не программой, то поиск по каталогам дает более релевантные результаты, нежели поиск по поисковым системам. Коренным отличием каталогов от поисковиков также является то, что поиск в них производится не по текстовой составляющей всех страниц сайта, а только по краткому описанию сервера и выбранным при регистрации ключевым словам.

Даже когда на сайт происходит один переход в день из какого-либо каталога, наличие ссылки на сайт в нем поднимает "вес" в поисковых системах (ссылочную популярность, в Яндексе - индекс цитирования), что в конечном счете влияет на позиционирование сайта. Для достижения популярности рекомендуется регистрировать сайт во всех общих каталогах, а также в специализированных.

При регистрации используется составленное автором описание сайта в двух-трех предложениях и заголовок, в некоторых каталогах необходимо внести список ключевых слов сайта.

Работа по регистрации в каталогах должна быть постоянной по мере появления новых каталогов.

Наиболее популярными общими каталогами Рунета являются: yandex.ru, mail.ru, aport.ru, onru.ru, www.ulitka.ru, pautina.net, weblist.ru и др.

В качестве специализированных образовательных каталогов можно рассматривать такие веб-ресурсы как rubook.ru - каталог образовательных ресурсов, catalog.iot.ru - каталог образовательных ресурсов сети Интернет.

Не стоит забывать также о региональных каталогах, чтобы привлечь местного пользователя, например

Подготовка сайта к регистрации в поисковых машинах

Смысл подготовки сайта к регистрации в поисковых системах заключается в оптимизации содержимого страниц, чтобы, во-первых, значительно расширить круг поисковых запросов, по которым ссылки на страницы сайта будут показаны на лучших позициях. И, во-вторых, придать своим ссылкам в поисковиках достойный, привлекательный внешний вид, вызывающий желание щелкнуть по ним.

Оптимизация сайта для поисковых машин начинается с выбора ключевых слов для веб-сайта, т.е. слов, по которым пользователи будут находить сайт, или слов, из которых состоит поисковый запрос (для регистрации в некоторых каталогах тоже требуется ввести ключевые слова).

После того, как выбраны ключевые слова для сайта, желательно включать их в заглавие страницы (title), в описание ключевых слов каждой конкретной страницы (keywords), в каждое описание самой страницы (description) и конечно же в само содержание страницы. Рассмотрим подробнее эти моменты.

Подбор ключевых слов

Первоначально ключевыми назывались слова, внесенные в особое поле страницы, помеченное тегом <meta name="keywords" ...>. Но сегодня многие поисковые системы (Rambler, Mail, Google) игнорируют содержание этого поля. Результаты поиска определяются прежде всего поисковым запросом.

Прежде всего надо определить по каким словам пользователи обычно ищут представляемую сайтом тему. Для этой цели существуют специальные сайты, где можно посмотреть, какие запросы обычно набирают пользователи на определенную тему. Например:

http://wordstat.yandex.ru/ - подбор слов для поисковой системы Яндекс;

https://ad.rambler.ru/swrds/ - cтатистика по поисковым запросам Рэмблер;

http://stat.go.mail.ru/ - статистика запросов Mail.Ru;

https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal?defaultView=3 - инструмент подсказки ключевых слов от поисковой системы Google;

Часто пользователи ищут какую-то информацию с опечатками и ошибками. Следует учесть, какие слова какое количество раз пользователи набирают в поисковых системах. То есть определить наиболее часто употребляемые слова из составленного списка поисковых запросов на определенную тематику.

Таким образом, можно определиться, какие ключевые слова лучше всего использовать в описании сайта.

Также можно сравнить свои ключевые слова с ключевыми словами, которые используют схожие по тематике сайты. Для этого надо набрать интересующие слова в наиболее популярных поисковых системах и каталогах и посмотреть, какие сайты вышли на первые страницы и какие слова они используют. Проанализировав страницы аналогичных сайтов, необходимо обратить внимание на общее количество слов на странице, на плотность ключевых слов, на их расположение.

Тег title - заголовок

Этот тег является очень важным, так как тег title учитывают все поисковики и придают словам из него большой вес; с помощью него поисковые системы определяют то, о чем должна вестись речь на данной страничке;

это то, что пользователи видят в результатах, предоставленных поисковой системой.

Заглавие странички должно точно передавать суть содержания странички, содержать ключевые слова и привлекать пользователей.

Желательно, чтобы заглавие было разным на разных по содержанию страничках. Если веб-сайт посвящен образовательному учреждению, то не следует в заглавии всех страниц указывать только название учреждения. Заглавие каждой страницы должно отображать то, что есть в содержании страницы. Если есть желание активно рекламировать название своего учреждения, то можно ставить его в начале тега <title>, а затем указывать то, о чем будет вестись речь на данной, конкретной страничке.

Обязательно нужно включать в тег <title> ключевые слова, ведь соответствие ключевых слов в заглавии и содержании страницы приводит к повышению рейтинга страницы. Непременно стоит обратить внимание на количество знаков, указываемых в теге. У разных поисковых систем свои требования к длине содержания тега. Altavista, например, позволяет сделать длину тега равной 1024 знака, в то время как другие поисковые системы показывают только первые 75 знаков. Для максимального охвата требований поисковых систем рекомендуется не превышать длину тега в 75 знаков. Не рекомендуется заполнять тег <title> одними заглавными буквами, так как некоторые поисковые системы не любят этого и такие заглавия достаточно трудно читать.

Тег description - описание

При просмотре поисковых результатов, предоставленных поисковой системой, описание - это то, что выводится наряду с заглавием в списке результатов поиска. Поэтому описание, так же как и заглавие страницы, должно привлекать пользователя. Кроме того, поисковые системы иногда используют описание страницы для определения релевантности сайта пользовательскому запросу.

Не надо указывать в описании страницы ее заглавие, так как оно все равно будет проиндексировано и показано. Длина описания, как правило, должна составлять около 25-30 слов.

Тег keywords - ключевые слова

Сегодня поисковые системы игнорируют содержание поля <meta name="keywords" content="keywords, ключевые слова, поисковые системы, поиск">. Но если все-таки ориентироваться на Яндекс, то использовать этот тег необходимо, так как сведений о подобном игнорировании поисковой системы Яндекс найдено не было.

При этом следует учитывать, что ключевые слова можно отделять друг от друга запятыми, а можно и не отделять. В случае если ключевые слова отделены запятыми, поисковая система не имеет шанса для каких-либо иных интерпретаций ключевых слов, кроме тех, которые указаны. В случае если не используется запятые, поисковые системы могут сами составлять комбинации из слов, например: «авторская школа системы обучения». В таком случае, если пользователь ввел запрос «авторская школа и системы обучения», его ключевые слова будут на 100% соответствовать запросу пользователя.

Не стоит использовать в ключевых словах так называемые «стоп слова», типа «и», «на», «в». Как правило, поисковые системы просто-напросто игнорируют их. То есть вместо того, чтобы писать «поисковые системы и поиск в интернет», можно написать «поисковые системы поиск интернет».

Некоторые поисковые системы чувствительны к регистру поисковых слов. То есть в зависимости от того, что пользователь набрал в запросе: «байрам», «Байрам», или «БАЙРАМ», поисковая система может либо учитывать регистр слова, либо нет. Например, чувствительна к регистру букв поисковая машина Яндекса (если ввести слово с большой буквы, то поиск будет производиться первоначально по именам собственным). По статистическим исследованиям, около 80% слов пользователи набирают маленькими буквами. При задании ключевых слов можно использовать несколько вариаций с регистрами одного и того же слова, однако надо учитывать, что большинство поисковых систем рассматривают более, чем шестикратное повторение одного и того же слова как спам, и, соответственно, могут просто-напросто исключить страницу или даже целый веб-сайт из своего индекса. Как правило, в перечислении всех ключевых слов нельзя более чем 6 раз употреблять одно и тоже слово, даже если оно стоит в различных словосочетаниях и регистрах.

Общая длина ключевых слов в общем случае не должна превышать 200 знаков. Это является оптимальным числом, так как разные поисковые системы имеют разные стандарты.

Самые важные ключевые слова надо ставить в начале, а затем ставить слова по убывающей важности. Однако нет смысла ставить в виде ключевых слов те слова, которых нет в основном тексте. Кроме того, стоит обратить внимание, что в начале перечня ключевых слов должны идти наиболее важные слова, по которым пользователи должны находить страницу. Даже среди первых 50 слов Яндекса слова, идущие в начале, получают больший вес, чем слова идущие в конце.

Регистрация сайта в поисковой машине

Специально добавлять сайт для индексацией роботами поисковых машин не требуется - если на него есть ссылки на страницах других сайтов, он автоматически будет найден, и, скорее всего, проиндексирован. Если ссылок на сайт еще нет, то сообщить роботам о существовании сайта можно с помощью веб-форм

http://webmaster.yandex.ru/ - на Яндексе;

http://www.rambler.ru/doc/add\_site.shtml - на Рэмблере;

http://catalog.aport.ru/rus/add/AddUrl.aspx - на Апорте;

http://www.google.ru/intl/ru/addurl.html - на Гугле.

Добавление URL не гарантирует, что он будет проиндексирован вообще, это лишь один из способов сообщить роботу поисковой системы, что появился новый сайт. Добавление полезно, если на сайт еще нет ссылок или их число незначительно - так робот быстрее его обнаружит. Обычно между регистрацией сайта и появлением документов в результатах поиска проходит 2-4 недели.

Для регистрации сайта в поисковых системах лучше всего предоставлять страницу с «картой сайта». В этом случае можно быть уверенным, что поисковый робот ничего не пропустит. В принципе, если с главной страницы по ссылкам можно попасть на любую из страниц веб-сайта, можно зарегистрировать только главную страницу. Робот поисковой системы рано или поздно обойдет весь сайт, но следует иметь в виду следующее:

При регистрации сайта поисковые системы обычно оперативно индексируют указанную страницу, а все остальные ставят в очередь на индексацию. Разница по времени между индексацией указанной страницы и всего остального сайта может составить несколько недель;

Некоторые поисковые системы не индексируют внутренние страницы сервера глубже четвертого уровня (т.е. когда для попадания на страницу надо совершить четыре перехода);

Организация навигации с помощью frames, imagemaps, java скриптов может помешать роботу пройти вглубь веб-сайта для индексации внутренних страниц.

Принимая во внимание вышеперечисленное, желательно регистрировать не только начальную страницу сайта, но и ряд внутренних ключевых страниц.

Другие виды раскрутки в Интернете

Кроме рассмотренных методов раскрутки авторам веб-сайта образовательного учреждения можно использовать следующее:

Обмен тематическими ссылками с другими сайтами.

Совместные проекты с посещаемыми ресурсами.

Создание рассылки сайта.

Рекламирование своего ресурса на форумах.

Реклама через личные электронные письма

**Заключение**

Сегодня, в эпоху бурного развития информационных технологий, электронное представительство в сети Интернет необходимо любой организации, будь то коммерческая фирма или образовательное учреждение. Web-сайт позволяет решать целый ряд разнообразных задач, служит визитной карточкой учреждения, позволяет реализовывать образовательную функцию, привлекает дополнительное внимание целевой аудитории. Существует огромное множество сайтов образовательных учреждений. Свои сайты имеют многие школы, не говоря уже о колледжах и вузах. Однако после разработки и размещения в Сети работа над сайтом вовсе не заканчивается. Анализ ситуации в Интернет показал, что сайты, которые вовремя не обновляются и не обеспечивают пользователей актуальной и своевременной информацией, быстро теряют свою аудиторию. Несоответствие содержания сайта требованиям пользователей – довольно распространенная проблема, которой посвящены многие исследования, например, Н.И. Гендиной. Также довольно остро стоит проблема навигации по сайту: даже необходимая информация совершенно ни к чему на сайте, если ее невозможно найти. Итак, создавая сайт, в первую очередь следует обращать внимание на его структуру и информационную составляющую. Но есть и еще важнейший аспект, который нельзя обойти вниманием: эффективность поиска сайта в Интернет. При недостаточной раскрутке сайта его бывает невозможно найти в поисковых системах даже при прямом запросе [Панкова,44].Для того, чтобы сайт выполнял имиджевую и рекламную функцию, необходимо с особой тщательностью подходить к регистрации его в каталогах и поисковых машинах. подбору ключевых слов и составлению описания. Web-сайт может достойно представлять образовательное учреждение в сети Интернет. Но только в том случае, если по нему постоянно ведется кропотливая и вдумчивая работа.

Чтобы сайт работал на Вас, необходимо неустанно работать на него!

**Список литературы**

1. Брежнева, В.В. Информационное обслуживание: продукты и услуги, предоставляемые библиотеками и службами информации предприятий [Текст] / В.В. Брежнева, В.А. Минкина; СПбГУКИ. – 2-е изд., перераб. – СПб.: Профессия, 2006. – 304 с. – (Серия «Библиотека»)
2. Воройский, Ф.С. Информатика. Энциклопедический систематизированный словарь-справочник: введение в современные информационные и телекоммуникационные технологии в терминах и фактах [Текст] / Ф.С. Воройский. – 4-е изд. – М.: Физматлит, 2006. – 965 с.
3. Гендина, Н.И. Использование формализованных методов при подготовке текста для веб-сайтов учреждений культуры [Текст] / Н.И. Гендина, Н.И. Колкова, О.И. Алдохина // Научные и технические библиотеки. – 2008. –№3. – С. 29-35
4. Гендина, Н.И. Лингвистические средства проектирования контента веб-сайтов [Текст] / Н.И. Гендина // Научные и технические библиотеки. – 2008. – №3. – С. 5-14
5. Документы ЮНЕСКО о построении информационного общества: Декларация принципов//Библиотечное дело XXI век. – 2005. - №1. – С.4-45
6. Земсков, А.И. Некоторые особенности работы с электронными документами [Текст] / А.И. Земсков // Научные и технические библиотеки. – 2008. – №2. – С. 112-125
7. Иванов. А. Подготовка сайта для индексирования в поисковых системах [Электронный ресурс] / Андрей Иванов // Режим доступа: http://www.ashmanov.com/pap/ivsprep.phtm
8. Инькова, Н. А. Создание Web-сайтов: Учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / Инькова Н.А., Зайцева Е.А., Кузьмина Н.В, Толстых С.Г. // Режим доступа: http://club-edu.tambov.ru/methodic/fio/p5.doc
9. Кречетников, К.Г. Рекомендации по проектированию мотивационной и содержательной составляющих образовательной среды вуза на основе информационных технологий [Электронный ресурс] / К.Г. Кречетников // Режим доступа: http://www.auditorium.ru/aud
10. Кузьмин, Е.И. Информационно-образовательный портал «Культура и искусство»: на пути к эффективному образованию [Текст] / Кузьмин Е.И., Мурована Т.А. Ершова Т.В. // Научные и технические библиотеки. – 2008. – №2. – С. 48-51
11. Метьюс, М. FrontPage 2000: полное руководство [Текст] / М. Мэтьюс, Э. Полсен; пер. с англ. – К.: Издательская группа BHV, 2000. – 752 c.
12. Селин, Г. Интернет-пособие по созданию Web-сайта, его публикации и способах раскрутки [Электронный ресурс]/ Геннадий Селин // Режим доступа: http://web-book.narod.ru/
13. Справочник информационного работника [Текст] / Науч. ред. Р.С. Гиляревский, В.А. Минкина. – СПб.: Профессия, 2005. – 552 с. – (Серия «Библиотека»)
14. Панкова, Е.В. Интернет-сайт среднего профессионального учебного заведения: эффективность поиска в Интернете [Текст] / Панкова Е.В., Косинова С. А. // Научные и технические библиотеки. – 2008. – №3. – С. 41-44
15. Принципы качества веб-сайтов по культуре / ред. М.Т.Н. Темпера, А. Темпера. – М., 2006. – 61 с.
16. Пунина, Т.Г. Проектирование и размещение в сети Интернет административных сайтов образовательных учреждений: Учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / Т. Г. Пунина // Режим доступа: http:// club-edu.tambov.ru/methodic/2007/ppsite/content.html
17. Режепп, А. Типичные ошибки при создании корпоративных web-сайтов [Текст] / А. Режепп, Ю. Степанов, О. Павлова // Мир Internet. – 2001. – №2. – С. 70-73
18. Рогачева, Г.И. Современные информационные образовательные ресурсы [Текст] / Г.И. Рогачева // Информатизация школьного образования: Материалы междунар. науч.-практ. конф. 17-18 сентября 2002 г. – Барнаул, 2003. – С. 34-36
19. Тлеукеева, Р. Традиционные и электронные ресурсы: состояние, проблемы. эффективность использования [Текст]/Роза Тлеукеева//Библиотека. – 2008. – №1. – С. 15-19
20. Шрайберг, Я.Л. Библиотека, электронная информация и меняющееся общество в информационном веке [Текст] / Я.Л. Шрайберг // Научные и технические библиотеки. – 2007. – №1. – С. 25-55