
Т.А. Закирова, Н.А. Расулова

КЕЙС-ТЕХНОЛОГИЯ

**по учебной теме: «Принципы организации и функционирования
World Wide Web (WWW)»
предмета «Web-программирование»**

КЕЙС

***«Определение основных этапов разработки
и сопровождения Web- сайта предприятия»***

I. КЕЙС

на тему: «Определение основных этапов разработки и сопровождения Web-сайта предприятия»

Предназначен для студентов 4 курса, обучающихся по направлению образования 5521900 - «Информатика и информационные технологии».

Учебный предмет: «Web-программирование».

Учебная тема: «Принципы организации и функционирования World Wide Web (WWW)».

Цель данного кейса: Развить умения и навыки по выявлению потребностей пользователей и назначения Web-сайта, по определению и организации информационных тем, проектированию навигационной модели Web-сайта и его информационного наполнения.

Перечень предзнаний и навыков. Для успешного решения кейса студент должен обладать знаниями об основных составляющих элемента WWW, особенностях архитектуры «клиент-сервер» и Web-браузеров, а также о принципах проектирования Web-сайтов.

Данный кейс отражает **деятельность реальной институциональной системы**. Объект кейса - Узбекско-Британское совместное предприятие «OLPLAS».

Источники получения информации: Устав Узбекско-Британского совместного предприятия «OLPLAS».

Типологические признаки кейса: Относится к категории полевых, сюжетных. Ситуация в нем изложена от прошлого к настоящему. Это организационно-институциональный кейс, построенный в виде аналитической записки средних размеров, структурированный. Способ представления учебного задания – кейс-задание.

По дидактическим целям кейс относится к категории тренинговых, т.е. предназначен для отработки умений и навыков по учебной теме «Принципы организации и функционирования World Wide Web (WWW)».

Способ оформления: электронный, печатный.

Кейс может быть использован при изучении дисциплины «Web-программирование».

ВВЕДЕНИЕ

Создание Web-сайта - сложная проблема и рассматривать её необходимо в комплексе. Вот те вопросы, на которые следует ответить еще задолго до начала его разработки:

1. Аудитория. В достаточном ли количестве необходимая и целевая группа представлена в Интернете? Какова её общая характеристика (пол, возраст, образование, интересы и т.д.)?
2. Конкурент. Существуют ли в настоящее время Web-сайты, тематически схожие с тем, который вы планируете создать? Какова их посещаемость? Каков их механизм воздействия на аудиторию? Как с помощью этих Web-сайтов организовать бизнес-процесс? Как организовано сообщество таких Web-сайтов (тематические каталоги Web-сайтов, баннеров сети, тематические кольца и т.д.)?
3. Бюджет. Сколько вы готовы потратить средств для создания необходимого вам Web-сайта? Каков планируемый бюджет его продвижения в Интернет?
4. Бизнес-процесс. Какие бизнес-процессы можно организовать с помощью Web-сайта? Как при этом изменятся существующие бизнес-процессы? Какие из них, при этом, могут появиться или исчезнуть? Каков ожидаемый экономический эффект (экономия или прибыль) от использования Web-сайта?
5. Разработчик Web-сайта. Кто и в какие сроки может создать Web-сайт с необходимыми функциями? Имеется ли опыт (портфолио) разработчика? Используются ли разработчиком технологии для создания динамических разделов Web-сайта и их удаленного администрирования (добавления новостей, редактирования каталога продуктов, публикации документации, управления доступом для различных пользователей и др.)? Предлагает ли исполнитель комплексные решения, включающие разработку Web-сайта, хостинг, поддержку и продвижение?
6. Размещение Web-сайта (хостинг). Где предполагается разместить Web-сайт? Будет ли он при этом доступен для предполагаемой аудитории? Достаточно ли будет пропускного канала Интернет-провайдера и мощности Web-сервера в случае увеличения аудитории Web-сайта?
7. Поддержка и продвижение. Кто и как будет поддерживать актуальность информационного наполнения Web-сайта? Кто и как будет осуществлять взаимодействие с посетителями Web-сайта? Кто и как будет заниматься продвижением Web-сайта в Интернет?

Таким образом, вопросы, касающиеся размещения, поддержки и продвижения Web-сайта, следует рассматривать еще до начала его разработки.

Кейс позволяет освоить важнейшие этапы разработки и сопровождения Web-сайта предприятием в соответствии с его

потребностями, а пользователям иметь доступ в необходимой информации. Знания, полученные в период теоретической подготовки, позволяют смоделировать практическую деятельность по диагностике ситуации, выделить проблему и спроектировать последовательность конкретных шагов по решению данной проблемы.

Между тем решение предлагаемого кейса позволит достичь следующих результатов:

- выработать умения и навыки для осуществления индивидуального и группового анализов проблем, а также для принятия решений;
- развить логическое мышление;
- отработать навыки для самостоятельного принятия решения;
- проверить уровень усвоения учебной информации.

Ситуация

Узбекско-Британское совместное предприятие «OLPLAS» было создано в 1998 г. Уставный фонд, которого, составил 250 тыс. долларов США, из них 51 % принадлежит Британии, а 49 % - Узбекистану.

В соответствии с законодательством Республики Узбекистан, данное предприятие признано считать обществом с ограниченной ответственностью (ООО).

ООО «OLPLAS» осуществляет такие виды деятельности, как:

- производство пропиленовых мешков и сопутствующих конкурентоспособных товаров;
- использование в производстве современной технологии и техники, местного сырья и материалов, а также эффективное употребление вторичных ресурсов и отходов;
- распределение доходов, привлеченных от партнерских фирм, предприятий и инвесторов, в том числе и от иностранных инвесторов, на развитие производства и выпуск высококачественной продукции;
- наполнение внутреннего рынка Республики Узбекистан высококачественными товарами и, при необходимости, их экспорт;
- создание магазинов, торговых домов предприятия, проведение торговых выставок, изучение рынка продажи товаров, рекламная деятельность;
- заключение контрактов с иностранными и другими фирмами по торговым операциям и сделкам.

Структура управления: В подчинении директора находится его заместитель, занимающийся вопросами производства и реализацией продукции, которому непосредственно подчиняются начальники цехов по переработке пропилена, изготовлению пропиленовых мешков, а также начальник отдела маркетинга (рис.1).

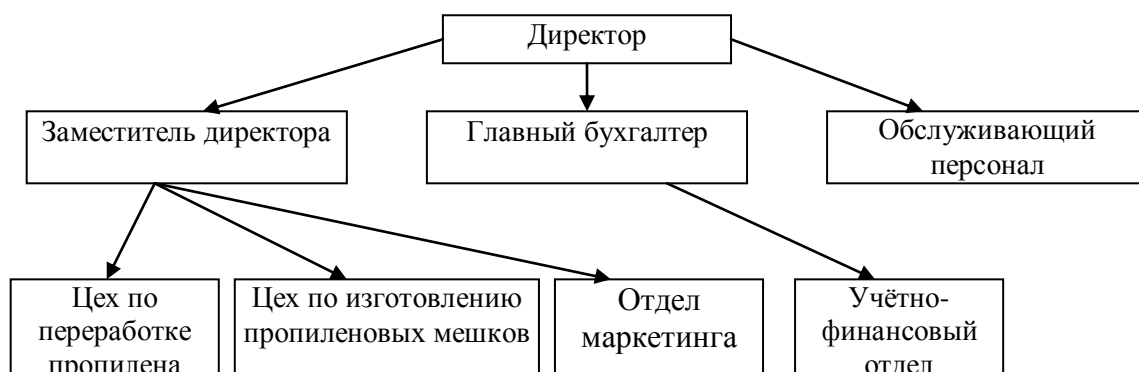


Рис.1. Организационная структура предприятия

Вопросами бухгалтерского учета, финансового планирования и прогнозирования занимается главный бухгалтер (среднее специальное экономическое образование), возглавляющий учетно-финансовый отдел.

За десять лет своей деятельности данное предприятие завоевало прочное место на рынке Узбекистана, имеет постоянных покупателей своей продукции и партнеров по производству и сбыту, однако в последнее время оно столкнулось с рядом проблем:

- сократился объем сбыта продукции;
- трудно стало находить новых заказчиков и партнеров;
- появилось множество новых конкурентов;
- задерживается заключение контрактов с иностранными и другими фирмами по торговым операциям и сделкам;
- реклама о товарах не доходит до потребителей и др.

Все эти трудности, с которыми столкнулся директор, побудили его создать Web-сайт предприятия в глобальной сети Интернет.

Предприятие «OLPLAS» в процессе своей деятельности постоянно находится в контакте со следующими пользователями: это потребители товаров и услуг, партнёры по производству и сбыту продукции, зарубежные инвесторы и фирмы. Все они нуждаются в получении необходимой информации о предприятии и выпускаемой им продукции. Перечисленные выше группы пользователей можно сгруппировать во время оформления клиентом предварительного заказа на покупку товара или получения клиентом, партнёром, представителем СМИ корпоративных новостей предприятия, при обсуждении профессиональных тем специалистами, во время опроса клиентов и партнёров по подготовленным анкетам, а также в процессе рассмотрения потенциальным партнёром предложения о сотрудничестве.

Директор предприятия посовещался со своим заместителем и начальниками отделов относительно структуры будущего Web-сайта предприятия «OLPLAS». На совещание был приглашён представитель компании Eurasia Technology Group, работающей в Узбекистане и предлагающей решение класса ETP (Enterprise Information Portal – Корпоративный информационный портал), настраивающей модули для

бизнес-сайтов и создающей корпоративные порталы: электронные торговые площадки и биржи, электронные тензорные площадки и каталоги вакансий, решения для управления правами пользователей и др. Технологии, предлагаемые Eurasia Technology Group, фактически не имеют аналогов в Узбекистане (используется язык программирования Java и СУБД Oracle 9i) и далеко опережают все существующие у нас решения для создания Web-сайтов, поскольку относятся к более высоким классам по электронному бизнесу.

Директор предприятия, в частности, сказал своим сотрудникам, что в настоящее время каждая организация, в какой бы она области не работала, постепенно приходит к мысли о создании своего информационного места в Интернете, откуда можно было бы всему миру заявить о себе и своей хозяйственной деятельности.

Так, для размещения информации в Интернете необходимо представить её в качестве, удобном для отображения на экране, в виде Web-страницы. Поскольку информация, которую пользователь хочет разместить на данной странице, может быть разносторонней, то, во многих случаях, она, как правило, размещается в Web-сайте. Грамотно созданный сайт представляет собой единое информационное целое и, в зависимости от назначения размещаемой информации, имеет определенные критерии и стандарты.

После директора слово взял его заместитель, который полагает, что Web-сайте, прежде всего, должна быть дана общая информация о предприятии «OLPLAS». Помимо того, постоянно должны освещаться новости предприятия. Для потенциальных клиентов должна содержаться информация о выпускаемых товарах в виде электронной витрины или площадки продаж, а также разработана и помещена специальная форма предварительного заказа. В будущем Web-сайте предприятия должны быть данные уже существующих и потенциальных партнеров, а также находиться информация для специалистов.

На совещании также выступил начальник отдела маркетинга, который, в частности, отметил, что Web-сайт предприятия должен содержать главное меню, включающее основную страницу и наиболее важные информационные разделы сайта, относящиеся к информационному наполнению данного Web-сайта. Основной акцент при составлении главного меню следует сделать на удобство для различных категорий пользователей, в частности для тех, кому нужна: тематически разнообразная информация (например, клиента и партнера); информация различного уровня сложности (начинающие и эксперта); кто впервые посещает Web-сайт и постоянных посетителей. В меню сервисов включаются разделы, не относящиеся к информационному наполнению Web-сайта, а являющиеся вспомогательными сервисами. Это, например, поиск по сайту, карта сайта, контактные данные по общим вопросам, форма для обратной связи по общим вопросам и т.д. Подобные сервисы должны находиться «под рукой» у любого посетителя и на любой странице Web-сайта.

В заключительной части совещания выступил представитель компании Eurasia Technology Group. Проанализировав услышанную информацию, он, в частности, сказал, что навигационная модель Web-сайта выстроена на основе информационной иерархической структуры с учетом интересов целевых групп пользователей и включает в себя описание всех опорных страниц Web-сайта и элементов навигации. Важно помнить о том, что максимальный уровень вложения для навигации по Web-сайту - это 4-5-уровневый, т.е. посетитель должен открыть любую страницу сайта всего за 3-4 щелчка мышью.

Стиль оформления первой страницы должен соответствовать стилю всего сайта. Между тем порой, на первой странице приходится помещать значительную информацию, путём использования различных средств свободного сжатия и растягивания страницы, а также эффективного применения ограниченного экранного пространства дисплея.

Как он полагает, дизайн Web-сайта предприятия «OLPLAS» должен разрабатываться на основе общих требований, предъявляемых к дизайну Web-сайтов, т.е. здесь должен содержаться логотип предприятия «OLPLAS», для общего фона должны использоваться светлые тона, а корпоративными расцветками обычно выступают синий и желтый цвета.

После установления информационной и навигационной структуры Web-сайта необходимо приступить к определению конкретного информационного наполнения его отдельных страниц и их последовательности.

Задание: На основе вышеуказанной информации установите основные этапы разработки и сопровождения Web-сайта предприятия, а также определите оптимальную навигационную модель разрабатываемого Web-сайта предприятия «OLPLAS».

II. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТА

Проблема

Установление важнейших этапов разработки и сопровождения Web-сайта для получения предприятием «OLPLAS» и пользователями необходимой информации, а также для разработки оптимальной навигационной модели.

Подпроблемы

1. Определение общего назначения Web-сайта.
2. Выявление и организация информационных тем.
3. Выбор оптимальной навигационной модели Web-сайта предприятия «OLPLAS».
4. Установление общей концепции дизайна Web-сайта.

5. Проектирование информационного наполнения Web-сайта.

Инструкция к самостоятельной работе по анализу и решению проблемной ситуации. Критерии оценки (письменной работы)

Этапы решения	Содержание работы	Критерии и показатели оценки (макс. балл)
1. Обоснование проблемы и подпроблем	Используя знания, полученные по учебной теме, обоснуйте (объясните) проблемы и подпроблемы.	-
2. Определение общего назначения Web-сайта	1. Составьте список целевых групп пользователей Web-сайта предприятия. 2. Сгруппируйте близкие по целям нахождения на Web-сайте группы пользователей.	Максимальная краткость, точность: 0,5 баллов
3. Выявление и организация информационных тем	1. Составьте список информационных тем Web-сайта предприятия. 2. Разбейте темы по иерархиям с указанием как вертикальных, так и горизонтальных связей между отдельными информационными темами.	Точность и кратность изложения: 2 балла
4. Выбор оптимальной навигационной модели Web-сайта предприятия «OLPLAS»	1. Выберите оптимальную навигационную модель Web-сайта предприятия «OLPLAS». 2. Определите главную меню Web-сайта и меню сервисов. 3. Разработайте внутреннюю структуру и навигацию разделов Web-сайта.	Ясность и точность изложения, аргументация выбора: 2 балла
5. Установление общей концепции дизайна Web-сайта	Исходя из корпоративных требований к дизайну и его целевого назначения, определите наиболее важные требования к дизайну.	Ясность и точность изложения: 0,5 баллов
6. Проектирование информационного наполнения Web-сайта	1. Определите, какая информация будет расположена на каждой странице Web-сайта (текст, изображения, анимация). 2. Укажите исполнителя и срок исполнения.	Ясность и точность изложения: 1 балл

Показатели и критерии оценки письменной работы.

86-100% / 5,2 - 6 баллов – «отлично»;
71-85% / 4,3 - 5,1 балла – «хорошо»;
55-70% / 3,3- 4,2 балла – «удовлетворительно»;
0-54% / 0-3,2 балла – «неудовлетворительно».

Учебно-методические материалы

Определение общего назначения Web-сайта заключается в том, чтобы выявить состав пользователей и принципы организации их работы на данном Web-сайте. В зависимости от того насколько четко вы ответите на вопрос, кто должен стать пользователем Web-сайта, настолько ясно сможете представить себе будущий Web-сайт. Для этого следует принять во внимание как потребности пользователей, так и те процессы, в которые они могут быть вовлечены на данном Web-сайте, а также уровень исполнения и полноту информации, которые им необходимы для принятия определенных решений.

Проанализировав предлагаемый состав аудитории Web-сайта, а также процессы, которые будут здесь происходить можно определить его информационную модель.

С этой целью важно выявить информационные темы, предназначенные для той или иной группы пользователей, а затем разбить их по категориям. После этого необходимо построить информационную иерархию Web-сайта с указанием как вертикальных, так и горизонтальных связей между отдельными информационными темами. Полученную структуру следует проверить на их соответствие тем процессам, которые будут реализованы на Web-сайте таким образом, чтобы каждый конкретный процесс точно вписывался в информационную структуру.

Навигационная модель Web-сайта строится на основе информационной иерархической структуры с учетом интересов целевых групп пользователей и включает в себя описание всех опорных страниц Web-сайта, а также элементов навигации.

Прежде всего необходимо определить главное меню сайта и меню сервисов.

Так, в **главное меню** Web-сайта включаются ссылки на первую страницу (main page, home page) и основные информационные разделы сайта, т.е. здесь должны содержаться такие разделы, которые относятся к информационному наполнению данного Web-сайта. Количество таких разделов должно быть от трех до шести, иначе навигация по сайту будет затруднена. Если имеется большее количество информационных разделов, то объедините схожие по тематике или группам пользователей воедино.

Например, новости, пресс-релиза и информацию для представителей средств массовой информации можно объединить в раздел «Пресс-центр». Основной акцент при составлении главного меню необходимо сделать на удобство для различных категорий пользователей, т.е. для тех, кому важна:

тематически разнообразная информация (например, клиента и партнера); информация разного уровня сложности (начинающие и эксперта); кто впервые посещает сайт и для постоянных его посетителей.

В меню сервисов, как правило, включаются разделы, не относящиеся к информационному наполнению Web-сайта, но являющиеся вспомогательными сервисами. Это, например, могут быть поиск по сайту, карта сайта, контактные данные по общим вопросам, форма для обратной связи по общим вопросам и т.д. Такие сервисы должны находиться «под рукой» у любого посетителя и на любой странице Web-сайта.

После определения главного меню и меню сервисов необходимо начать разбор внутренней структуры и навигации разделов данного Web-сайта.

Существуют четыре типа Web – навигации:

1. **Плоская** - все страницы имеют общий набор ссылок, причём с одной страницы можно попасть на любую другую. Используется, как правило, при построении верхнего уровня страниц сайта или крупных его разделов.
2. **Последовательная** - каждая страница имеет ссылку только на следующую и предыдущую страницы. В основном применяется в многостраничных публикациях, где требуется просматривать страницы последовательно, или же при поочередном заполнении форм.
3. **Иерархическая** - все последующие страницы дают ссылку только на родительскую страницу, но одна не пересекается с другой. Используется в электронных каталогах и при построении сложных меню.
4. **Смешанная** - сочетает в различных вариантах три предыдущих типа навигации.

Исходя из корпоративных требований к дизайну и его целевого назначения, определите наиболее важные требования к дизайну.

Например:

- логотип в верхней части страниц;
- светлый фон, корпоративные расцветки: синий, желтый;
- образ динамично развивающейся компании со сложившимися традициями, уделяющей важное внимание качеству обслуживания клиентов и четкой работе с партнером на законодательной основе в своем секторе рынка;

- копирайт в нижнем колонтитуле.

После установления информационной и навигационной структуры Web-сайта необходимо приступить к определению конкретного информационного наполнения отдельных его страниц и их последовательности.

Для этого совместно с ответственным за подготовку информационного наполнения следует определить, какая именно

информация будет расположена на той или иной странице Web-сайта (текст, изображения, анимация и т.д.). Полученные данные должны быть перенесены в таблицу, где напротив каждой задачи должны быть указаны исполнитель и срок исполнения. Помимо этого, совместно с Web-дизайнером (т.е. со специалистом, кто будет осуществлять графический дизайн сайта) необходимо определить количество и разметку шаблона страниц, которые здесь могут быть использованы в различных разделах. Например, это могут быть «Главная страница», «Главная страница раздела», «Одностраничная статья», «Многостраничная статья» и т.д.

Разработка Web-сайта предприятия выполняется в соответствии со следующими принципами:

1. Проектирование для пользователей.

Важнейшее условие хорошей работы проектировщика Web-сайта – это абсолютное желание угодить для тех пользователей, для которых делается сайт, при чём любые технологии, которые планируется применить при создании данного Web-сайта, должны быть введены с учетом упрощения работы пользователей.

2. Ориентация на широкий круг пользователей.

Цель любого бизнеса – это получение доходов.
Цель любого Web-сайта – работать на целевую аудиторию, который, между тем, должен отвечать потребностям максимального количества пользователей.

3. Поддержка пользователей.

Для нормального функционирования Web-сайта необходима обратная связь с пользователями, которым должно быть достаточно комфортно на данном Web-сайте. С этой целью необходимо внедрять различные средства информационной поддержки пользователей: публиковать здесь справочные материалы по работе с относительно сложными процессами, размещать ответы на нередко задаваемые вопросы и др.

4. Применение проверенных временем методов.

Прежде всего, это касается технологий.
Интернет разработчикам необходимо ориентироваться

5. Коллективная работа.

Ранее считалось, что разработкой и сопровождением Web-сайта может заниматься один человек, которого стали именовать Web-мастером. Он должен был совмещать множество функций: это системный администратор, администратор баз данных, программист, дизайнер, HTML-кодер (верстальщик), журналист, маркетолог, менеджер Web-проекта и др. В настоящее время разработкой и сопровождением Web-сайта занимается целый коллектив таких специалистов.

6. Отсутствие излишеств.

Интернет – это не та среда, в которой можно закрывать глаза на излишества. Слабые каналы связи и высокая стоимость доступа, общие для конкретной информации, сложность ориентации в огромном количестве данных, трудность прочтения текста с экрана монитора – вот некоторые из проблем, с которыми постоянно сталкиваются пользователи Интернета. Это необходимо учитывать при проектировании Web-сайта.

III. ВАРИАНТ РЕШЕНИЯ КЕЙСА ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ-КЕЙСОЛОГОМ

1. Определение общего назначения Web-сайта.

Web-сайт предприятия «OLPLAS» будет предназначен для следующих пользователей: потребителей товаров и услуг предприятия, партнёров по производству и сбыту продукции, зарубежных инвесторов и фирм для получения необходимой информации о предприятии и выпускаемой им продукции. Близкие по целям нахождения на Web-сайте группы пользователей можно сгруппировать, используя следующие источники:

- оформление клиентом предварительного заказа на покупку товара;
- получение клиентом, партнером, представителем средств массовой информации корпоративных новостей;
- обсуждение профессиональных тем специалистами;
- опроса клиентов и партнеров;
- оформление потенциальным партнером предложения о сотрудничестве.

2. Выявление и организация информационных тем.

Web-сайт предприятия «OLPLAS», если его разбить по иерархии, будет содержать следующие информационные темы:

- о предприятии – общая информация о нём;
- новости предприятия;
- площадка продаж (электронная витрина) – информация о товарах – форма предварительного заказа;
- информация для партнеров - информация для потенциальных партнеров - форма предложения о сотрудничестве - информация для существующих партнеров;
- информация для специалистов - информационные статьи - форум;
- контактные данные.

3. Выбор оптимальной навигационной модели Web-сайта предприятия «OLPLAS» .

Используя все четыре типа навигации, следует помнить о том, что максимальным уровнем вложенности для навигации по Web-сайту являются 4-5 уровней. Это означает, что в идеале посетитель должен открыть любую страницу сайта всего за 3-4 щелчка мышью.

Наиболее эффективное для предприятия «OLPLAS» - это использование последовательного типа навигации, где каждая страница имеет ссылку только на следующую и предыдущую страницы, что позволяет просматривать нужные страницы последовательно в кратчайшие сроки.

Главное меню Web - сайта предприятия содержит основную страницу и наиболее важные информационные разделы сайта, которые указаны выше, т.е. относящиеся к информационному наполнению данного Web-сайта. Основное внимание при составлении главного меню следует акцентировать

на удобстве для тех или иных категорий пользователей: в частности для тех, кому необходима тематически разнообразная информация (например, клиента и партнера); для тех, кому важна информация разного уровня сложности (начинающие и эксперты); а также для тех, кто впервые посещает сайт и для постоянных его посетителей.

В меню сервисов включаются разделы, не относящиеся к информационному наполнению Web-сайта, но являющиеся вспомогательными сервисами. Например, это поиск по сайту, карта сайта, контактные данные по общим вопросам, форма для обратной связи по общим вопросам и т.д. Такие сервисы должен иметь любой посетитель, и они должны располагаться на любой странице Web-сайта.

4. Установление общей концепции дизайна Web- сайта.

Стиль оформления первой страницы должен соответствовать стилю всего сайта. Так, порой на первой странице приходится помещать большое количество информации, используя, при этом, различные средства свободного сжатия и растягивания страниц, эффективно прибегая к ограниченному экранному пространству дисплея.

В результате этого дизайн Web-сайта предприятия будет иметь следующий вид:

- в верхней части главной страницы располагается логотип предприятия «OLPLAS»;
- общий фон светлый, корпоративные цвета – синий и желтый;
- в середине главной страницы – новости предприятия;
- в левой части главной страницы расположены основное меню и меню сервисов;
- в правой части главной страницы - площадка продаж (электронная витрина) – это, в частности информация о товарах - форма предварительного заказа;
- в нижней части главной страницы - контактные данные.

5. Проектирование информационного наполнения Web-сайта.

После установления информационной и навигационной структуры Web-сайта, необходимо приступить к определению конкретного информационного наполнения отдельных его страниц, а также их последовательности. Так, страница Web - сайта «Общая информация о предприятии» будет содержать важные данные об основных видах деятельности и перспективах развития предприятия «OLPLAS».

Страница «Площадка продаж (электронная витрина)» будет включать информацию о выпускаемой и реализуемой продукции предприятия. Здесь же потребители могут, исходя из формы предварительного заказа, осуществить покупку необходимых товаров.

Страница «Информация для партнеров» будет содержать важнейшие сведения для потенциальных и уже существующих партнеров, а также специально разработанную форму предложения о сотрудничестве.

Страница «Информация для специалистов» будет заполнена статьями по использованию новейших технологий по производству товаров и услуг предприятия. На этой же странице может проводиться и форум для специалистов в данной области.

IV. ТЕХНОЛОГИЯ ОБУЧЕНИЯ НА ПРАКТИЧЕСКОМ ЗАНЯТИИ

по теме «Определение основных этапов разработки и сопровождения Web-сайта предприятия»

4.1. Модель технического обучения

<i>Количество студентов: до 25 чел.</i>	<i>Время 2 часа</i>	
<i>Форма учебного занятия</i>	Практическое занятие по разрешению проблемных ситуаций («кейс-стади»)	
<i>План практического занятия</i>	<div>1. Введение в учебное занятие.</div> <div>2. Актуализация знаний.</div> <div>3. Работа с кейсом в мини группах.</div> <div>4. Презентация результатов.</div> <div>5. Дискуссия, оценка и выбор приоритетной идеи разрешения проблемной ситуации.</div> <div>6. Заключение. Оценка деятельности групп и студентов, степени достижения цели учебного занятия.</div>	
<i>Цель учебного занятия:</i> Развить умения и навыки по определению основных этапов разработки и сопровождения Web – сайта предприятия.		
<i>Задачи преподавателя:</i> <div><div>• раскрывают сущность основных вопросов, которые необходимо решить до начала разработки Web – сайтов;</div><div>• характеризуют принципы</div></div>		<i>Результаты учебной деятельности:</i> <div><div>• ознакомить с основными вопросами, которые необходимо решить до начала разработки Web – сайтов;</div><div>• дать характеристику принципам</div></div>

проектирования Web – сайтов; <ul style="list-style-type: none"> • исходя из ситуации, характеризуют проблему и подпроблемы; • определяют последовательность конкретных действий по разрешению проблемы; • определяют основные этапы разработки и сопровождения Web – сайта предприятия. 	проектирования Web – сайтов; <ul style="list-style-type: none"> • ознакомить с ситуацией, представленной в кейсе и научить выделять проблему и подпроблемы; • дать инструкции к самостоятельной работе по анализу и решению проблемной ситуации; • предоставить возможность определить основные этапы разработки и сопровождения Web – сайта предприятия.
<i>Методы обучения</i>	Кейс-стади, дискуссия, практический метод
<i>Средства обучения</i>	Доска, флипчарт, маркеры, скотч, компьютерные технологии, кейс
<i>Формы обучения</i>	Индивидуальная, коллективная, работа в группах.
<i>Условия обучения</i>	Аудитория с техническим оснащением (компьютер, проектор), приспособленная для организации групповой работы
<i>МиО</i>	Наблюдение, блиц-опрос, презентация, самооценка, оценка

4.2. Техническая карта учебного занятия

Этап, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
Подготовительный этап	Подготавливает и заблаговременно раздаёт студентам материалы кейса для ознакомления и решения. Даёт задание самостоятельно провести анализ и решить кейс в соответствии с заданными инструкциями.	Самостоятельно знакомятся с содержанием кейса, индивидуально решают кейс
1 этап. Введение в учебное занятие (10 мин.)	1.1. Называет тему практического занятия, его цель, задачи и планируемые результаты учебной деятельности. 1.2. Определяет назначение кейса и его влияние на развитие профессиональных знаний. 1.3. Знакомит с режимом работы на данном	Слушают, задают уточняющие вопросы Знакомятся

	семинаре и критериями оценки результатов (Приложение 1).	
2 этап. Основной этап (65 мин.)	<p>2.1. Проводит блиц-опрос с целью активизировать знания обучающихся по теме (Приложение 2).</p> <p>2.2. Разделяет обучающихся на группы и назначает спикера. Знакомит с правилами работы в группе (Приложение 3), раздаёт памятку участника дискуссии (Приложение 4).</p> <p>Даёт задание: обсудить результаты индивидуальной работы с кейсом, оценить и выбрать приоритетные идеи индивидуального разрешения проблемной ситуации, подготовиться к презентации.</p> <p>2.3. Координирует, консультирует, направляет учебную деятельность. Поверяет и оценивает результаты индивидуальной работы.</p> <p>2.4. Организует презентацию, осуждение и взаимооценку презентаций.</p> <p>Комментирует, корректирует ответы, особо обращает внимание на выводы, сделанные в процессе анализа и разрешения ситуации</p>	<p>Отвечают на вопросы</p> <p>Выполняют учебное задание</p> <p>Группы проводят презентацию результатов работы. Участвуют в дискуссии, задают вопросы оценивают.</p>
3 этап. Заключитель- но- оценочный (5 мин)	3.1. Подводит итоги, обобщает результаты, объявляет оценки индивидуальной и совместной работы. Отмечает значимость полученных знаний для будущей профессиональной и учебной деятельности.	<p>Слушают</p> <p>Высказывают своё мнение</p>

Приложение 1

Таблица оценки работы в мини-группах

Список группы	Показатели оценки			Общая сумма баллов (1,5)	Оценка
	Активность (0,4)	Умение обосновывать свой вариант решения (0,6)	Презентация (0,5)		
1					

2					
3					

1,3– 1,5 балла - «отлично»;

1 – 1,2 – «хорошо»;

0,7 – 0,9 балла – «удовлетворительно»;

Приложение 2

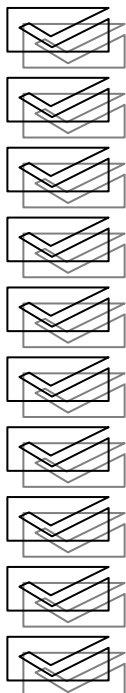
Вопросы для актуализации знаний (блиц-опрос)

1. Какие основные вопросы, по Вашему мнению, необходимо решить до начала разработки Web - сайтов?
2. Какие основополагающие принципы должны быть приняты за основу при проектировании Web - сайтов?
3. Как выполняется анализ целей и задач Web – сайта?
4. Из каких этапов состоит проектирование информационного наполнения Web – сайта?

Приложение 3

Правила работы в группах

- ✓ Каждый должен слушать своих товарищей, проявляя вежливость и доброжелательность;
- ✓ Каждый должен работать активно, совместно, ответственно относиться к порученному заданию;
- ✓ Каждый должен просить о помощи, когда она ему нужна;
- ✓ Каждый должен оказать помощь, если его об этом попросят;
- ✓ Каждый должен принимать участие в оценке результатов работы группы;
- ✓ Каждый должен четко понимать:
- ✓ Помогая другим, учимся сами!
- ✓ Мы в одной лодке: или выплываем вместе, или утонем вместе!



Памятка участника дискуссии

1. Дискуссия является методом решения проблем, а не выяснения отношений.
2. Не говори слишком долго, чтобы дать возможность высказаться другим.
3. Взвешивай слова, произноси их обдуманно, контролируй эмоции, чтобы твои разумные мысли достигли цели
4. Стремись понять позицию оппонента, относись к ней уважительно
5. Возражай корректно, не искажая и не передёргивая смысла сказанного оппонентом
6. Высказывайся только по предмету дискуссии, не бравируй своей начитанностью и общей эрудицией
7. Борись с соблазном кому-либо угодить или досадить своим выступлением.

