

**МИНИСТЕРСТВО ПО РАЗВИТИЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ И КОММУНИКАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН
ТАШКЕНТСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

К защите

зав. кафедрой

_____ Джуманов Ж.Х.

«__» _____ 2016 г.

ВЫПУСКНАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА

на тему: «Создание сайта для торговой марки «Hua Yang»»

Выпускник

_____ (подпись)

Кувандикова З.О.

_____ (ф.и.о.)

Руководитель

_____ (подпись)

Сайфуллаева Н.А.

_____ (ф.и.о.)

Рецензент

_____ (подпись)

Якубов А.

_____ (ф.и.о.)

Консультант по
БЖД

_____ (подпись)

Абдуллаева С.М.

_____ (ф.и.о.)

Ташкент 2016

**МИНИСТЕРСТВО ПО РАЗВИТИЮ ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ И КОММУНИКАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН
ТАШКЕНТСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Факультет: *Компьютерный инжиниринг*

Кафедра: *Компьютерные системы и сети*

Направление (специальность): 5610600 – «Техника и технология оказания услуг» (оказание услуг по отраслям)

«УТВЕРЖДАЮ»
Зав кафедрой «КС»
_____ Ж.Х. Джуманов
« _____ » _____ **2016 г.**

Для выполнения выпускной работы

ЗАДАНИЕ

Кувандиковой Зарина Олимовна

(фамилия, имя, отчество)

1. Тема выпускной работы: «Создание сайта для торговой марки «Hua Yang»»
2. Утверждено приказом по университету: «17» ноябрь 2015 г. №1195
3. Срок сдачи законченной работы: «30» мая 2016 г.
4. Содержание расчетно-пояснительной информации:
5. Содержание расчетно-пояснительной записки

Введение

1. Анализ предметной области
2. Проектирование сайта
3. Создание сайта для торговой марки «Hua Yang»
4. Безопасность жизнедеятельности

Заключение

5. Список графических материалов: презентация в Microsoft Office Power Point 2007
6. Дата получения задания: «20» января 2016 года.

Руководитель:

Сайфуллаева Н.А.

Задание принял:

Кувандикова З.О.

7. Консультанты по отдельным разделам выпускной работы

	Руководитель:	Подпись	
		Задание выдал	Задание получил
<i>Введение</i>	Сайфуллаева Н.А.		
<i>Глава 1</i>	Сайфуллаева Н.А.		
<i>Глава 2</i>	Сайфуллаева Н.А.		
<i>Глава 3</i>	Сайфуллаева Н.А.		
<i>Глава 4</i>	Абдуллаева С.М.		
<i>Заключение</i>	Сайфуллаева Н.А.		

8. График выполнения работы

№	Наименование раздела работы	Срок	Выполнение
1	Анализ предметной области		
2	Проектирование сайта		
3	Разработка		
4	Создание сайта для торговой марки «Hua Yang»		
5	Примеры работы программы		
6	Безопасность жизнедеятельности		
7	Заключение		

Выпускник _____
(подпись)

« _____ » _____ 2016г.

Руководитель _____
(подпись)

« _____ » _____ 2016г.

Bitiruv ish mo'ljallangan va sayt «Hua Yang» savdo belgisi ishlab chiqildi. Sayt rivojlanish bosqichlari tashkil etilgan va to'laqonli moslashgan sayt qurish. Bu sog'liqni saqlash va xavfsizlik masalalari tekshiradi.

В выпускной работе был спроектирован и разработан сайт торговой марки «Hua Yang». Изучены характеристики предметной области. Установлены этапы разработки сайта и создан полноценный адаптированный сайт. Рассмотрены вопросы по безопасности жизнедеятельности.

The final work was designed and developed the site of «Hua Yang» brand. Established stages of development of the site and set up a full-fledged adapted site. It examines issues of health and safety.

СОДЕРЖАНИЕ

	Введение	6
Глава I.	Анализ предметной области	8
1.1.	Понятие web-сайта	8
1.2.	Классификация сайтов.....	10
1.3.	Обоснование потребности в сайте для торговой марки «Hua Yang»	16
	Выводы по главе I.....	17
Глава II.	Проектирование сайта	19
2.1.	Постановка задачи при проектировании сайта.....	19
2.2.	Этапы разработки сайта	21
2.3.	Общая структура сайта.....	21
	Выводы по главе II.....	23
Глава III.	Создание сайта для торговой марки «Hua Yang»	24
3.1.	Разработка интерфейса сайта.....	24
3.2.	Выбор программного средства для создания сайта.....	26
3.3.	Создание основного меню сайта.....	28
3.4.	Создание рекламного блока	39
3.5.	Создание контента сайта.....	31
3.6.	Создание информационного блока.....	32
3.7.	Создание дополнительного меню сайта.....	33
3.8.	Создание вкладки «Продукция».....	34
3.9.	Адаптивность сайта	36
	Выводы по главе III.....	37
Глава IV.	Безопасность жизнедеятельности	38
4.1.	Взаимодействие человека и техносферы.....	38
4.2.	Пожарная безопасность.....	42
4.3.	Техногенное загрязнение среды.....	50
	Выводы по главе IV.....	53
	Заключение	54
	Список литературы	56
	Приложение	57
	Код страниц сайта	59

Введение

Информационно-коммуникационные технологии на сегодняшний день тесно связаны со всеми сферами человеческой деятельности. Поэтому информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) – одна из самых быстро развивающихся отраслей экономики Узбекистана.

В нашей стране под руководством Президента Ислама Каримова создана мощная законодательная база, способствующая дальнейшему развитию рынка IT-технологий. Нормативно правовую базу сферы ИКТ страны составляют 11 отраслевых и 6 смежных законов, 3 указа Президента Республики Узбекистан, ряд постановлений Президента Республики Узбекистан и Кабинета Министров. На их основе реализуется ряд крупных проектов, направленных на развитие интернета, мобильной связи и других продуктов хай-тека, формируется высокотехнологичная база модернизации всей экономики страны. [1]

Благодаря постановлению Президента Ислама Каримова «О мерах по дальнейшему внедрению и развитию современных информационно-коммуникационных технологий» от 21 марта 2012 года информационно-коммуникационные технологии эффективно используются и стремительно развиваются в Узбекистане. Данное постановление нацелено на повышение эффективности деятельности органов государственного и хозяйственного управления, органов власти на местах по широкому использованию современных информационно-коммуникационных технологий. [1]

Реализация данного постановления послужит дальнейшему внедрению и развитию современных информационно-коммуникационных технологий в Республике Узбекистан, в частности, формированию Национальной информационной системы, созданию интегрированных информационных

систем и информационных ресурсов государственных органов, расширению интерактивных государственных услуг, предоставляемых населению и субъектам предпринимательства, а также дальнейшему развитию телекоммуникационной инфраструктуры широкополосного доступа населения к сети интернет.

Узбекистанский домен .uz был зарегистрирован 29 апреля 1995 года. В марте 2003 года в соответствии с подписанным соглашением с Международной организацией по назначению имен и адресов в интернете (ICANN) право на управление национальным доменом было передано Центру UZINFOCOM, который является администратором национального домена «UZ». [2]

Тенденция развития мирового рынка показывают, что внедрение инноваций в сферу информационно-коммуникационных технологий способствует повышению эффективности управления и технологических процессов на предприятиях, созданию новых и расширению существующих рынков товаров и услуг в различных сферах экономики.

Благодаря поддержке нашего правительства, быстро развиваются и распространяются интернет-технологии, которые неразрывно связаны с ростом количества провайдеров и операторов услуг интернета и сетей передачи данных. Это стремительный рост количества провайдеров обусловлен наращиванию пропускной способности канала доступа к международным сетям передачи данных. Согласно данным АК «Узбектелеком» общая емкость внешнего интернет-канала возросла почти на 62% — с 10,3 Гбит/с до 16,64 Гбит/с. Общая скорость пользования международными информационными сетями в Узбекистане на конец марта 2015 года составила 19,25 Гбит/с, увеличившись с начала 2015 года на 17%.

Узбекистан имеет большие перспективы для развития высокотехнологичной сферы. Отечественная IT-индустрия успешно развивается, создаются совместные предприятия, разрабатываются и внедряются новые софтверные проекты, интернет завоевывает все больше

пространства. Проводимая последовательная работа в данной сфере служат дальнейшему развитию информационного общества в Узбекистане и его интеграции в мировое информационное пространство.

Глава I. Анализ предметной области

1.1. Понятие web - сайта

Современный человек находится в обществе, которое обменивается информацией каждый день. Мы уже не можем представить себе нашу жизнь без глобальной сети, которая является одним из постоянных источников новой и необходимой информации.

Сайт (англ. website, от web — паутина, «web» и «site» — «место») - это место во всемирной сети (интернете), у которого есть уникальный адрес, владелец адреса и несколько взаимосвязанных веб-страниц, представленные для пользователя в едином целом.

Интернет состоит из сайтов, которыми можем пользоваться любой человек. Все страницы любого сайта объединяются одним корневым адресом, тематикой, системой и дизайном. Любая веб-страница сайта это текстовый документ, который был написан на языке разметки программирования (HTML, XHTML, CSS, JavaScript или другие). Эти текстовые файлы последовательно загружаются на компьютер, обрабатываются браузером и отображаются на мониторе компьютера, планшета, телефона и других гаджетов в виде страницы сайта. Язык разметки и программирования позволяет редактировать и форматировать текст страницы, подключать ссылки, вставлять картинки и фото, звуковые и видео файлы. Гипертекстовые страницы делятся на простые и сложные. К простым страницам относятся – набор информации в виде текста и изображений, а к сложным страницам принято относить те сайты, у которых имеется большое количество разнообразных функций для управления различными программами.

Чтобы создать сайт необходимо задействовать определенное количество людей – это клиент, которому нужен сайт, веб-дизайнер, который должен понять желание клиента и реализовать его в наглядном виде, веб-программист, который должен перевести веб-дизайн в определенный код понятный для различных браузеров и других программ. В результате после того как сайт готов, его необходимо наполнить определенной информацией. Этим занимается контент-менеджер. После того когда сайт наполнен контентом, его необходимо оптимизировать, чтобы сайт был популярным и часто посещаемым Интернет-пользователями.

Впервые веб-сайт был создан 6 августа 1991 года, автором которого является Тим Бернерс-Ли. Информацию которую он опубликовал содержалась на первом сайте с описанием новой технологии World Wide Web, что такое Всемирная паутина, как установить веб-сервер, как запустить браузер и т. п. [1]

В настоящее время сайт является визитной карточкой предприятия, фирмы или портфолио. Ко всему прочему существуют Интернет-магазины, файлообменники, социальные сети, онлайн-сервисы. Благодаря сайту мы можем распространять любую информацию, быстро её корректировать и редактировать, чтобы люди, посетившие ваш сайт могли обладать самыми последними данными. С помощью обычного сайта у нас появляется возможность донести большое количество информации до большого количества людей. Ни одно из средств массовой информации не может достичь такого эффективного и быстрого распространения информации. Для сравнения: газета – информация или новости ограничены количеством символов для печати, информацию на радио не всегда можно услышать, а постоянно носить с собой радиоприемник неудобно, телевидение передает полезную информацию в определенное время, что не всегда возможно быть в курсе всего нового. В результате только веб-сайт не ограничен возможностями, можно разместить столько информации сколько необходимо. Сайт всегда доступен 24 часа в сутки каждый день и любой

пользователь может получить нужную ему информацию в любое удобное для него время.

Главная и основная цель сайта – передать и донести информацию Интернет-пользователю. В последнее время благодаря глобальной сети количество пользователей увеличивается с каждым днем. Человек может читать, смотреть и слушать новости, общаться на больших расстояниях, работать и просто развиваться. В результате быстрого темпа роста пользователей Интернет сети, телефонная связь, газеты и телевидение постепенно уходят на второй план. Большое количество людей уже на сегодняшний день ищет необходимую им информацию в сети. Таким образом создавая сайт мы идем в ногу со временем и становимся надежным, доступным и удобным источником своей информации.

1.2. Классификация сайтов

Глобальная сеть стремительно развивается, а число web-сайтов растёт из дня в день. Соответственно возникает вопрос, чем различаются между собой сайты. С другой стороны, при разработке нового сайта требуется точно знать, к какому типу он будет относиться.

Веб-сайты могут отличаться (или быть похожими) по разным параметрам. Поэтому можно предложить классификацию, описывающую самые разные особенности сайтов. [3]

➤ По методу построения сайта:

- **Статический** – сайт строится из статических html-страниц. Эти страницы связаны между собой при помощи гиперссылок. На сервере хранятся готовые свёрстанные страницы. Пользователь получает web-страницы в неизменном виде.

- **Динамический** – сайт строится из динамических страниц. Эти страницы также как и статические связаны между собой при помощи гиперссылок. Основной особенностью динамического построения сайта

заключается в том, что разные части страницы могут храниться в разных файлах и в базах данных. При выдаче пользователю запрашиваемая веб-страница генерируется «на лету».

➤ **По особенностям применяемого макета:**

- **С фиксированной шириной** – ширина элементов страницы не масштабируется при изменении ширины окна. Если используется дизайн с фиксированной шириной, то задание ширины страниц сайта производится в абсолютных величинах (в пикселях).

- **С переменной шириной (резиновый дизайн).** В случае «дизайна с переменной шириной» ширина страницы адаптируется под ширину окна. Для этого значения ширины страницы и её элементов, например таблиц, задаются в процентах.

- **С эластичным дизайном** – размеры элементов и шрифтов задаются относительными значениями. В случае применения эластичного дизайна при изменении ширины окна изменяются размеры элементов и шрифтов.

➤ **По доступности для пользователей:**

- **Открытый доступ** – вся информация и сервисы лежат на сайте в открытом доступе;

- **Доступ требует регистрации** – вся информация и сервисы становятся доступны пользователю после регистрации на сайте. Зарегистрироваться может любой посетитель. Регистрация чаще всего бесплатная. Некоторые сайты часть информации предоставляют свободно, а сервисы – только зарегистрированным пользователям;

- **Доступ только для сотрудников** – сайты полностью закрытые для посторонних. Вход имеют только сотрудники и пользователи сервисов. Примером могут служить сайты, предоставляющие сервисы типа Интернет-Банк;

- **Комбинированный доступ** – сайты с комбинированным доступом позволяют *обычным посетителям* просматривать информацию,

лежащую в открытом доступе. *Зарегистрированным пользователям* предоставляются дополнительные сервисы и услуги. *Сотрудникам* предоставляется служебная информация.

➤ **По основному назначению:**

- **Информационные сайты.** Тематические сайты и порталы, форумы и блоги. Предоставляют посетителям информацию о той или иной сфере деятельности, а также возможность задать вопрос и получить ответ от посетителей форумов. Много ресурсов посвящены популярным темам, например, программирование, сайтостроение, кулинария, фотография, отношения мужчин и женщин.

- **Официальные сайты компаний и организаций.** Информировать посетителей по вопросам, связанным с организацией: адрес, телефоны, сфера деятельности, прайс-листы и проч. Через эти сайты идёт «раскрытие информации» и публикуются бухгалтерские отчёты и другие официальные документы. Нередко снабжаются формами обратной связи.

- **Сайты электронной коммерции.** Прежде всего, это интернет-магазины и каталоги продукции и услуг, фотостоки и проч. Такие сайты имеют механизм оплаты, производя расчёты с авторами, пользователями и покупателями самыми различными способами.

- **Сайты, предлагающие on-line сервис.** Одними из самых известных и популярных являются поисковые сервисы. Имя сайта такого сервиса напрямую ассоциируется с соответствующим поисковиком.

- **Сайты, предлагающие несколько видов сервиса.** Некоторые поисковые системы одновременно предлагают и другие виды сервиса: почтовый сервис, бесплатный хостинг для сайтов, фото- и видеохостинг, форумы и проч. Интернет услуги. Помимо поисковых систем несколько видов сервиса предлагают разного рода социальные сети и некоторые другие.



Рис. 1. Классификация сайтов

Интернет – представительства:

- **Сайт-визитка** – состоит из нескольких страниц и имеет уникальный, но простой и функциональный дизайн; идеально подходит для компаний, которые хотят разместить информацию о себе и своих услугах в Интернете; основные разделы сайта: «О компании», «Продукция или услуги», «Прайс-листы», «Контактная информация»; сайт-визитка используется предприятиями, организациями и частными лицами.

- **Корпоративный информационный web-сайт** – необходим для автоматизации внутреннего документооборота, учёта показателей компании,

управления персоналом, может быть оснащён функциями обмена информацией между удалёнными филиалами. Корпоративный сайт позитивно влияет на репутацию и имидж компании. Дизайн должен соответствовать фирменному стилю компании. В большинстве случаев, включает «администраторскую часть» для создания и изменения контента, позволяющую менеджеру или секретарю компании добавлять или менять новости, информационные статьи, справочную и прочую информацию на сайте

- **Корпоративный имиджевый web-сайт** – идеально подходит для обеспечения имиджевого присутствия в Сети. Данный сайт служит для предоставления подробной информации о компании, истории торговой марки, сведений об оказываемых услугах или поставляемых товарах. Корпоративный сайт обычно содержит ленту новостей компании, средства публикации информации о рекламных и торговых акциях, информацию для прессы и другие сведения.

- **Интернет-магазин** (Сетевой магазин, Электронный магазин, Internet shop, E-shop) – интерактивный веб-сайт рекламирующий товар или услугу, принимающий заказы на покупку, предлагающий пользователю выбор варианта расчета, выписывающий счет на оплату, служащий одновременно подтверждением заказа; при этом администратор магазина обязан:

- организовать доставку товара;
- проконтролировать расчеты с покупателем за поставку.

- **Информационный сайт** – достаточно большой виртуальный массив информации, включающий в себя множество различных тематических разделов меньшего размера, либо некоторое количество самостоятельных проектов; является для клиента основным источником информации, напоминает энциклопедию или специализированный журнал.

- **Игровой портал** – сложный развлекательный интерактивный проект, предусматривающий большую посещаемость и ресурсоемкость.

- **Промо-сайт** – это сайт созданный специально для продвижения какого-либо товара либо услуги или основного сайта компании.
- **Сайт-форум** может быть самостоятельным сайтом, а может быть разделом сайта. Чаще всего сайт-форум делается на поддомене основного сайта и предназначен для организации общения посетителей сайта между собой и с администратором сайта. Таким образом, сайт-форум – хороший инструмент для проведения маркетинговых исследований рынка и раскрутки основного сайта.
- **Блог** – это сайт, представляющий собой интернет-дневник, или журнал, который ведется в виде новостной ленты, при этом на каждую тему блога посетители могут оставлять свои комментарии-сообщения, доступные с главной страницы соответствующей темы. Блог обычно очень часто обновляется, по этой причине он может намного чаще индексироваться поисковыми машинами, чем обычные сайты.
- **Поисковые системы** – вид сайтов, предназначенных для поиска страниц в интернете по определённым запросам.
- **Почтовые сервисы** – этот тип сайтов предоставляет интерфейс для работы с электронной почтой.
- **Сайты-хостинги** – на сайтах этого типа реализована функция хранения каких-либо файлов. Также часто встречаются сайты-хостинги с возможностью просмотра загруженных файлов прямо через браузер.
- **Доски объявлений** - на таких сайтах пользователи могут размещать или искать информацию в виде каких-либо объявлений, например – о покупке-продаже.
- **Социальные сети** – тип сайтов, созданных для общения пользователей между собой. Как правило, на таких сайтах есть рейтинги, страницы пользователей, группы и множество других сервисов. [3]

Безусловно, информационные и сетевые технологии непрерывно развиваются. В Глобальной сети возникают новые идеи и технологии. Поэтому функционал, дизайн и предназначение сайтов будет и дальше развиваться, удовлетворяя всё возрастающие требования пользователей.

1.3. Обоснование потребности в сайте для торговой марки «Hua Yang»

Торговая марка «Hua Yang» - это первая национальная парафармацевтическая компания в Узбекистане.

Более 13 лет торговая марка «Hua Yang» работает в Узбекистане в направлении оздоровления, лечения и сохранения здоровья населения. Торговая марка «Hua Yang» одна из не многих компаний, которые осуществляя свою деятельность прикладывают массу усилий для постоянного развития и совершенствования своей продукции и своей инфраструктуры. Каждый год в начале года торговая марка «Hua Yang» ставит перед собой определенные цели и задачи, и успешно достигает их, тем самым выходя на новый уровень развития.

С учетом сферы деятельности торговой марки «Hua Yang» ясно, что большое значение для успеха и роста компании имеет рынок сбыта продукции. В условиях использования современных информационных технологий – веб-сайт необходимый фактор позволяющий расширить поле рекламной деятельности и привлечь тем самым дополнительных клиентов. Эта одна из причин для обоснования потребности в создании сайта для торговой марки «Hua Yang».

Другая причина необходимости создания сайта – это, что на сегодняшний день практически каждая успешно и быстро развивающаяся компания имеет свой собственный сайт. Другими словами, это имидж организации, благодаря которой Интернет-пользователь узнает статус данной организации.

У торговой марки «Hua Yang» несколько лет назад была попытка создать свой собственный сайт. Юридическая документация была оформлена, у «Hua Yang» есть свой доменный адрес – huayang.uz и зарегистрированный хостинг. Но, к сожалению, сайт торговой марки так и остался недоработанным.

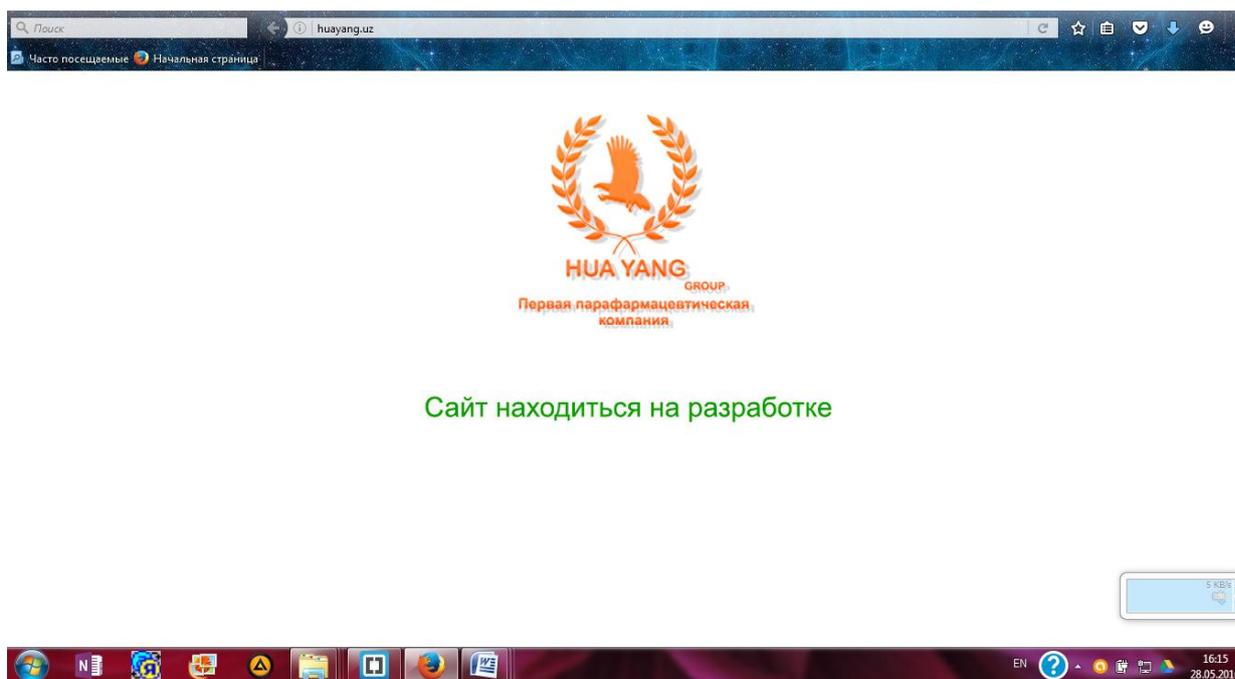


Рис. 2 – Сайт торговой марки «Hua Yang»

В результате, собрав необходимую информацию и проанализировав, было принято решение, что создание сайта для торговой марки «Hua Yang» является на сегодняшний день актуальным вопросом.

Выводы к главе I

В данной главе проведен анализ предметной области.

В первом параграфе рассматриваются основные понятия и сущность веб-сайтов.

Во втором параграфе подробно рассматривается классификация и характеристики сайтов существующий на сегодняшний день.

В третьем параграфе обосновывается потребность в сайте торговой марки «Hua Yang».

Анализа и изучение предметной области показали, что создание сайта торговой марки «Hua Yang» может привлечь и увеличить число клиентов, так как веб-сайт является удобным и быстрым средством массовой информации.

Глава II. Проектирование сайта

2.1. Постановка задачи при проектировании сайта

Первой задачей в создании сайта – разработать структурную схему проекта веб – сайта для использования в среде Интернет и локальной сети в головном офисе торговой марки «Hua Yang».

Чтобы приступить к разработке сайта, необходимо было выделить следующие особенности, которыми должен обладать сайт торговой марки «Hua Yang»:

- гибкостью, удобной для администраторов системой управления сайтом;
- веб-сайт должен поддерживать использование звука, графических изображений, анимации, видео и других приложений, которые должны усиливать эмоционально-ценностный компонент содержания, формировать мотивацию и эстетический вид самого сайта;
- для пользователей должна быть реализована возможность поделиться данным сайтом или любой другой информацией на сайте в социальных сетях, а также подписаться на новостную ленту, чтобы пользователь мог быть в курсе последних и будущих событий;
- веб-сайт должен быть более информационно полезный, а не рекламный;
- веб-сайт должен иметь on-line консультацию, чтобы пользователь мог задать вопрос оператору в любое время суток.

Следующей задачей при проектировании сайта – это выбор программного средства для разработки

Третьей задачей является выбор программного средства для разработки сайта. Программное средство должно быть удобным и облегчающим при написании кода сайта. Такими свойствами обладает текстовый редактор –

Brackets. Brackets – бесплатный редактор с открытым кодом для веб-разработчиков. Brackets ориентирован на работу с HTML, CSS и JavaScript. Эти же технологии лежат в основе самого редактора, что обеспечивает его кроссплатформенность т.е. совместимость с операционными системами Mac, Windows и Linux. Brackets создан и развивается Adobe Systems под лицензией MIT License и поддерживается на GitHub. [2]

Brackets включает в себя различные инструменты для изготовления веб-сайта. Важной особенностью системы является минимальный набор инструментов при начальной разработке, который обогащается по мере необходимости, что позволяет снижать загромождение административной панели ненужными элементами, а также снижает нагрузку на сервер и экономит место на хостинге.

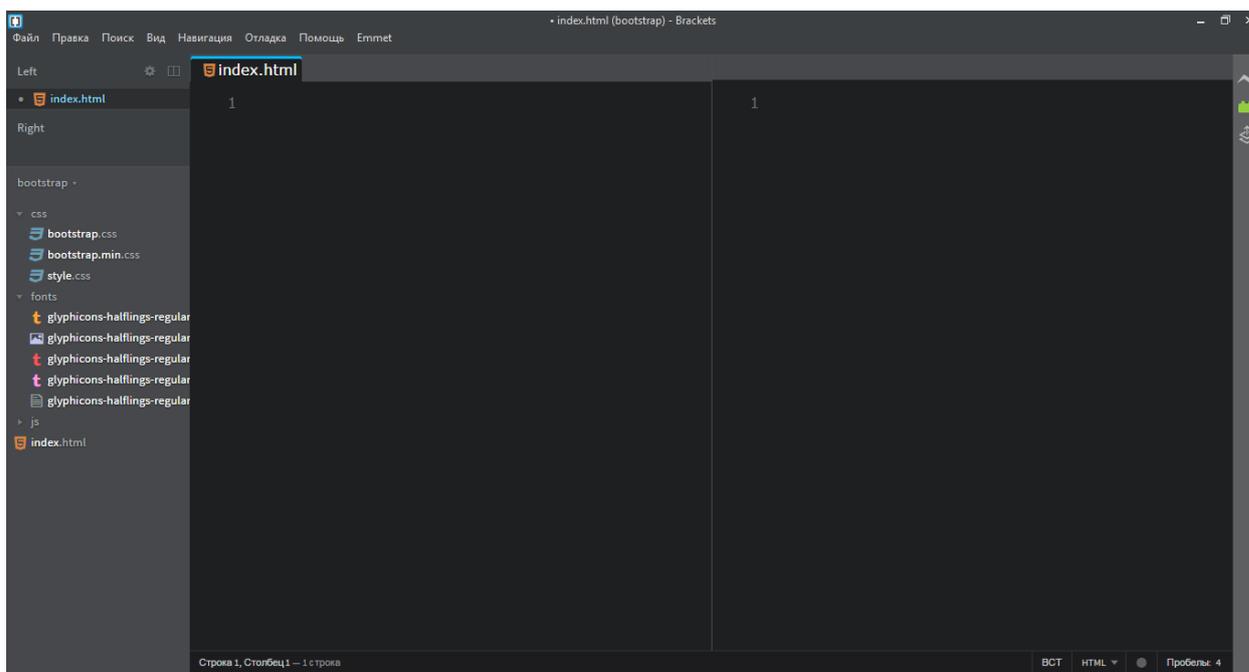


Рис. 3. – Рабочее окно текстового редактора Brackets

Четвертая задача при проектировании сайта является разработка интерфейса. Это одна из важных задач, потому что от интерфейса сайта зависит многое. К примеру посещаемость пользователями сайта, удобство в использовании информации размещенной на сайте, легко воспринимаемым, последовательным, привлекательным и эффективным.

Титульная страница (главная) любого сайта должна быть максимально информативной и в сжатом объеме отображать необходимую пользователю информацию о сайте. На главной странице необходимо поместить логотип торговой марки «Hua Yang», основное меню сайта (для навигации по структуре сайта), ленту новостей, архив статей, контактная информация, доступность в популярных социальных сетях и многое другое.

2.2. Этапы разработки сайта

Проектирование и разработка сайтов включает:

1. Утверждение первоначального технического задания на разработку сайта.
2. Определение структурной схемы сайта – расположение разделов, контента и навигации.
3. Веб-дизайн - создание графических элементов макета сайта, стилей и элементов навигации, содержащих корпоративные цвета и стили.
4. Разработка программного кода, модулей и других элементов сайта необходимых в проекте.
5. Адаптация сайта для различных гаджетов (планшет, смартфон и другие)
6. Тестирование и размещение сайта на бесплатном хостинге в сети Интернет.

2.3. Общая структура сайта

На Рисунке 4 представлена структурная схема веб-сайта торговой марки «Hua Yang», с помощью которой можно заранее учесть все необходимые элементы страниц разрабатываемого приложения (сайта).

Как и на большинстве сайтов, Главная страница сайта играет важную роль на реализуемом сайте, так как на главной странице расположена вся необходимая информация: лента новостей, объявлений, реклама, ссылки на другие страницы. Главная страница сайта должна быть удобной, легко воспринимаемой для пользователя, не должна быть перегружена графическими изображениями.

Страница под названием «Продукция» содержит информацию о самой продукции торговой марки «Hua Yang». Это страница своего рода каталог с возможностью перейти для подробного изучения той или иной продукции. В дальнейшем эта страница будет иметь возможность «заказать или купить продукцию».

Страница «Jingda-18» содержит информацию об аппарате Jingda-18.

У торговой марки «Hua Yang» имеется сеть клиник по всему Узбекистану. И пользователь с любого уголка нашей Родины может найти ближайшую к нему клинику торговой марки «Hua Yang». Страница «Клиники» содержит контактную информацию о клиниках и виде оказываемых услуг.

Торговая марка «Hua Yang» имеет дополнительное направление в косметологии – «Hua Xi Mei», чему и посвящена данная страница «Косметология».

На странице «Контакты» имеется подробная информация как связаться с компанией и обратная связь.

Во вкладке «О нас» можно найти информацию о торговой марки «Hua Yang», историю возникновения и развитие на сегодняшний день.

Страница «Каталог» содержит все доступные бумажные каталоги о продукции торговой марки «Hua Yang» в электронном виде.

Страница «Вестник Здоровья» - это корпоративная газета торговой марки «Hua Yang», которая выпускается ежедневно и также появляется на сайте в электронном виде.

«Поиск по сайту» - это вкладка позволяет найти необходимую информацию на сайте.

Вкладка «Новости» содержит последние события связанные с торговой марки «Hua Yang» и будущие мероприятия, которые запланированы на определенное время.

«Статьи» - это архив полезных статей о здоровье организма человека.



Рис.4. – Структурная схему сайта

Выводы к главе II

Во второй главе проектируется сайт торговой марки «Hua Yang». Для начала были поставлены задачи при проектировании сайта: техническое задание, определение структурной схемы сайта, веб-дизайн, разработка программного кода, адаптация и, соответственно, тестирование и размещение на бесплатном хостинге готового сайта.

Также были представлены последовательные этапы разработки сайта и приведена общая структурная схема сайта торговой марки «Hua Yang».

Глава III. Создание сайта для торговой марки «Hua Yang»

3.1. Разработка интерфейса сайта

В соответствии с разработанной структурой в Главе II раздела 2.3. Общая структура сайта была спроектирована главная страница, которая содержит все основные структурные элементы сайта, переход по которым осуществляется с помощью гиперссылок. На рисунке 5 приведен наглядный пример сайта основного интерфейса в виде блоков.



Рис. 5. – Интерфейс сайта в блоках

После разработанного блочного интерфейса, был разработан дизайнерский интерфейс графическом редакторе Adobe Photoshop со всеми

детальными и подробной информацией о расположении гиперссылок, основного контента, навигации и многое другое.

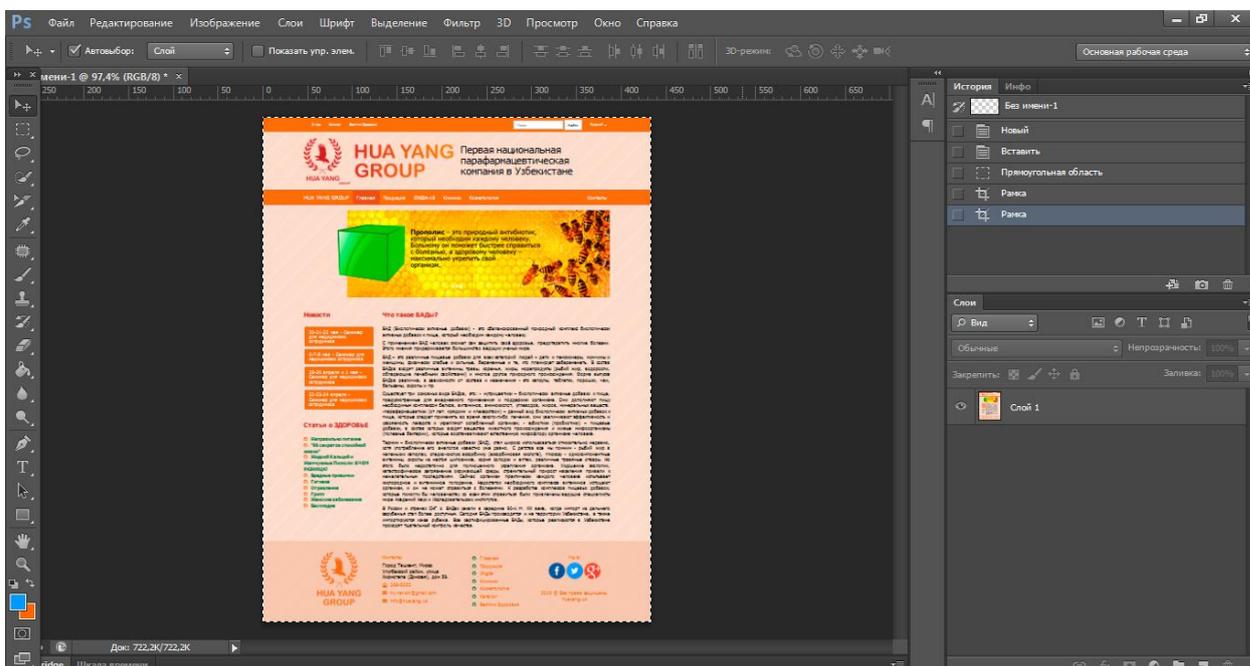


Рис. 6. – Модель (веб-дизайн) интерфейса сайта в Adobe Photoshop



Рис. 7. – Модель (веб-дизайн) интерфейса сайта в Adobe Photoshop

3.2. Выбор программного средства для создания сайта

В данной работе при создании веб-сайта для торговой марки «Hua Yang» были выбраны следующие программные средства (языки разметки):

1. HTML
2. CSS
3. Фреймворк Bootstrap

HTML. Для подготовки гипертекстовых документов используется язык HTML (Hyper Text Markup Language язык разметки гипертекстовых документов), предоставляющий широкие возможности по форматированию и

структурной разметке документов, организации связей между различными документами, средства включения графической и мультимедийной информации. HTML-документы просматриваются с помощью специальной программы - браузера. [5, 6, 11]

HTML-документ состоит из текста, представляющего собой содержание документа, и тегов, определяющих его структуру и внешний вид при отображении браузером. Простейший html-документ выглядит следующим образом:

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
<head>
  <meta charset="UTF-8">
  <title>Document</title>
</head>
<body>

</body>
</html>
```

CSS. Каскадные таблицы стилей (Cascading Style Sheets = CSS) — это язык, который отвечает за визуальное представление документов пользователю. [7, 9, 10]

Под документом понимается набор информации о структуре страницы, описываемый языком разметки.

Представление документа пользователю, в свою очередь, означает его преобразование в удобную для восприятия форму. Браузеры, такие как Firefox, Chrome или Internet Explorer, были созданы для визуального отображения документов, например, на экране компьютера, проекторе или вывода через принтер. Преимущества CSS:

- управление отображением множества документов с помощью одной таблицы стилей;

- более точный контроль над внешним видом страниц;
- различные представления для разных носителей информации (экран, печать, и т. д.);
- сложная и проработанная техника дизайна.

селектор {свойство значение;}

Рис. 8. – Основное правило в CSS

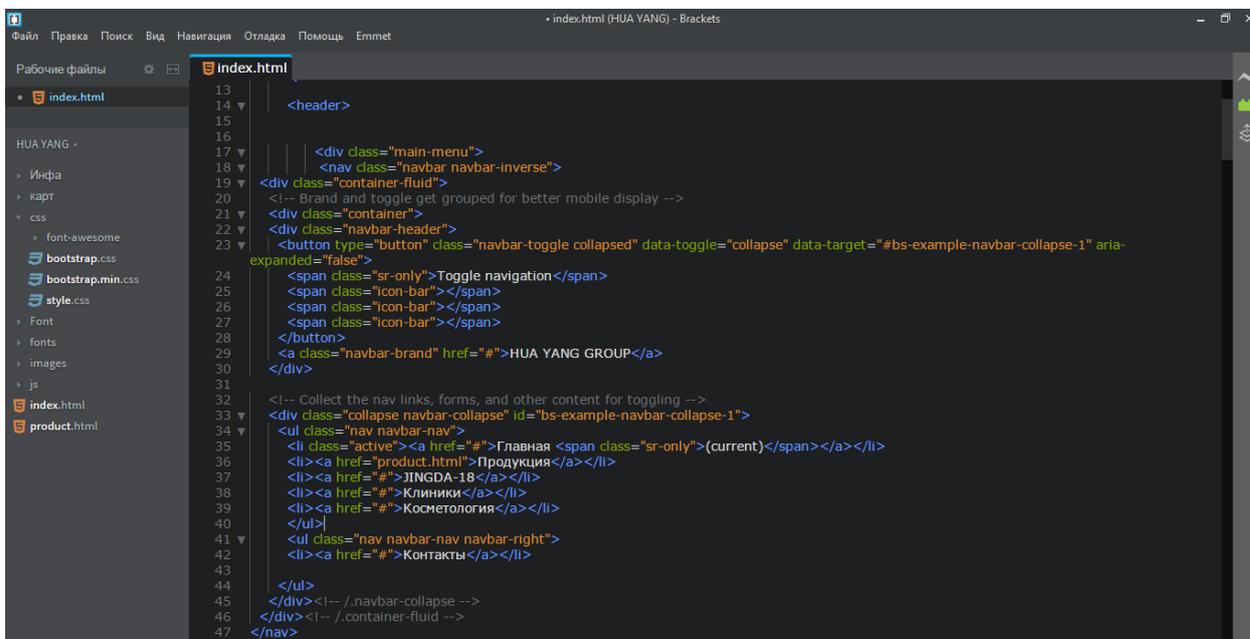
Фреймворк Bootstrap. Bootstrap – самый популярный фреймворк для разработки адаптивных и мобильных web-проектов. Bootstrap использует самые современные технологии CSS и HTML. Bootstrap (также известен как Twitter Bootstrap) — свободный набор инструментов для создания сайтов и веб-приложений. Включает в себя HTML и CSS шаблоны оформления для типографики, веб-форм, кнопок, меток, блоков навигации и прочих компонентов веб-интерфейса, включая JavaScript-расширения. [2, 8]

3.3. Создание основного меню сайта

Главная страница сайта является основополагающей для всех остальных страниц. Поэтому при разработке данной страницы необходимы быть точным и внимательным при написании кода. Основное меню сайта должно быть простым, понятным пользователю для того, чтобы пользователь мог быстрой и легко найти нужную страницу на сайте.

Основное меню сайта торговой марки «Hua Yang» содержит вкладки «Главная». Чтобы пользователь понимал на какой странице он находится в данный момент, вкладка «Главная» должна быть выделена как активная. Также основное меню содержит вкладки «Продукция», «Jingda-18», «Клиники», «Косметология» и «Контакты».

Для вышеуказанных вкладок мы используем Фреймворк Bootstrap, который позволяет нам использовать уже заданный класс для меню по умолчанию. Этот класс называется «`navbar navbar-inverse`». Нам остается только изменить стандартный цвет на корпоративный цвет торговой марки «Hua Yang» и прописать все названия наших вкладок.



```
13 </div>
14 <header>
15
16
17 <div class="main-menu">
18 <nav class="navbar navbar-inverse">
19 <div class="container-fluid">
20 <!-- Brand and toggle get grouped for better mobile display -->
21 <div class="container">
22 <div class="navbar-header">
23 <button type="button" class="navbar-toggle collapsed" data-toggle="collapse" data-target="#bs-example-navbar-collapse-1" aria-
  expanded="false">
24 <span class="sr-only">Toggle navigation</span>
25 <span class="icon-bar"></span>
26 <span class="icon-bar"></span>
27 <span class="icon-bar"></span>
28 </button>
29 <a class="navbar-brand" href="#">HUA YANG GROUP</a>
30 </div>
31
32 <!-- Collect the nav links, forms, and other content for toggling -->
33 <div class="collapse navbar-collapse" id="bs-example-navbar-collapse-1">
34 <ul class="nav navbar-nav">
35 <li class="active"><a href="#">Главная <span class="sr-only">(current)</span></a></li>
36 <li><a href="product.html">Продукция</a></li>
37 <li><a href="#">JINGDA-18</a></li>
38 <li><a href="#">Клиники</a></li>
39 <li><a href="#">Косметология</a></li>
40 </ul>
41 <ul class="nav navbar-nav navbar-right">
42 <li><a href="#">Контакты</a></li>
43 </ul>
44 </div>
45 </div><!-- /.navbar-collapse -->
46 </div><!-- /.container-fluid -->
47 </nav>
```

Рис.9. – Написание основного меню сайта

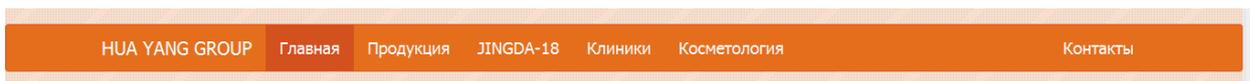


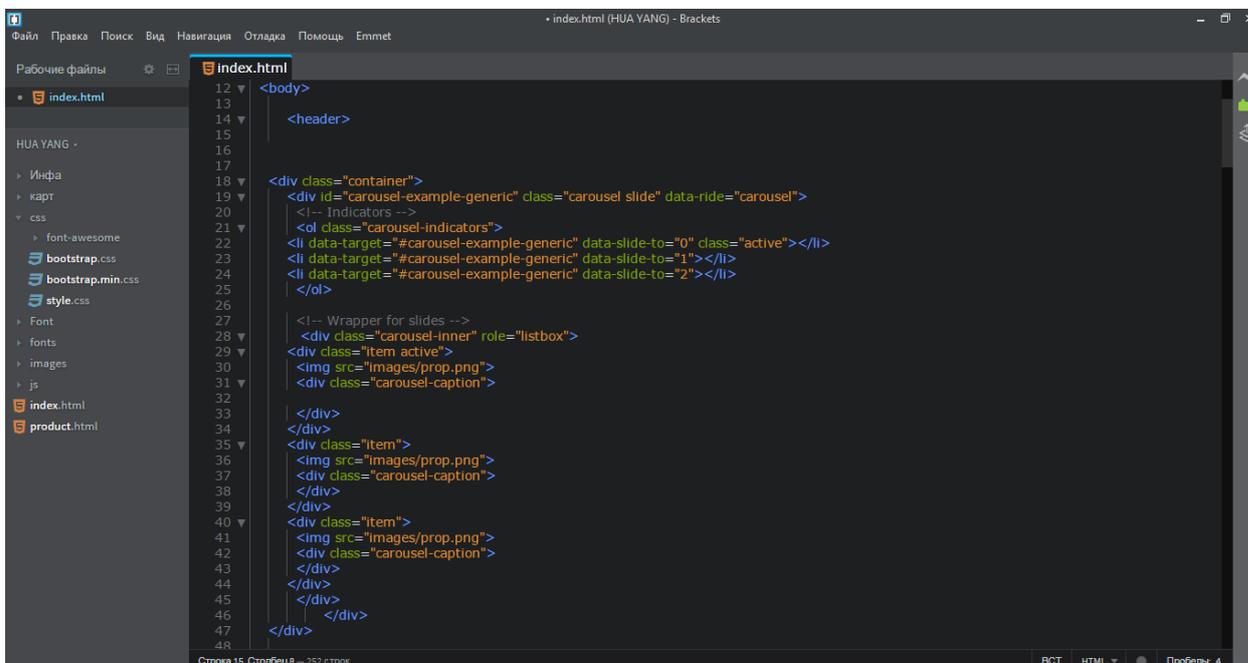
Рис.10. – Вид основного меню сайта

3.4.Создание рекламного блока

Рекламный блок сайта торговой марки «Hua Yang» должен содержать изображение продукции торговой марки «Hua Yang» и краткое описание продукта.

В данном примере было использован «слайдер», который будет содержать 3 картинки с разной продукцией. Чтобы создать «слайдер», воспользуемся встроенным классом Фреймворк Bootstrap – «`carousel slide`» и

идентификатора «carousel-example-generic». Далее вставляем 3 картинки с рекламой, удаляем боковые стрелки на «слайдер» и рекламный блок готов. Данный рекламный блок переключается на следующую картинку каждые три секунды и автоматически возвращается к первой.



```
12 <body>
13
14 <header>
15
16
17
18 <div class="container">
19 <div id="carousel-example-generic" class="carousel slide" data-ride="carousel">
20 <!-- Indicators -->
21 <ol class="carousel-indicators">
22 <li data-target="#carousel-example-generic" data-slide-to="0" class="active"></li>
23 <li data-target="#carousel-example-generic" data-slide-to="1"></li>
24 <li data-target="#carousel-example-generic" data-slide-to="2"></li>
25 </ol>
26
27 <!-- Wrapper for slides -->
28 <div class="carousel-inner" role="listbox">
29 <div class="item active">
30 
31 <div class="carousel-caption">
32
33 </div>
34 </div>
35 <div class="item">
36 
37 <div class="carousel-caption">
38
39 </div>
40 <div class="item">
41 
42 <div class="carousel-caption">
43
44 </div>
45 </div>
46 </div>
47 </div>
48
```

Рис.11. – Написание Рекламного блока



Рис.12. – Слайд 1



Рис.13. – Слайд 2



Рис.14. – Слайд 3

3.5. Создание контента сайта

Контент – это текст, который находится на сайте. Информация была отобрана, отредактирована и откорректирована. Чтобы на сайте был текст, для этого нам потребуется прописать параграф (<p></p>), внутри которого размещается текст.

```

171 <section class="main-content">
172 <div class="container">
173 <div class="row">
174 <div class="col-md-9 col-md-push-3">
175 <div class="content">
176 <h3>Что такое БАДы?</h3>
177 <p class="text-justify">
178 БАД (биологически активные добавки) - это сбалансированный природный комплекс биологически активных добавок к
179 пище, который необходим каждому человеку.</p>
180 <p class="text-justify">С применением БАД человек может сам защитить своё здоровье, предотвратить многие болезни. Этого мнения
181 придерживается большинство ведущих ученых мира.</p>
182 <p class="text-justify">БАД – это различные пищевые добавки для всех категорий людей – дети и пенсионеры, мужчины и женщины,
183 физически слабые и сильные, беременные и те, кто планирует забеременеть. В состав БАДов входят различные витамины, травы, корни,
184 жиры, морепродукты (рыбий жир, водоросли, обладающие лечебными свойствами) и многое другое природного происхождения. Форма
185 выпуска БАДов различна, в зависимости от состава и назначения - это капсулы, таблетки, порошки, чаи, бальзамы, сиропы и пр.</p>
186 <p class="text-justify">Существует три основных вида БАДов, это:
187 -нутрицевтики – биологически активные добавки к пище, предусмотренные для ежедневного применения и поддержки организма. Они
188 дополняют пищу необходимым комплексом белков, витаминов, аминокислот, углеводов, жиров, минеральных веществ.
189 -парафармацевтики (от лат. «рядом» и «лекарство») – данный вид биологически активных добавок к пище, которые следует применять во
190 время какого-либо лечения, они увеличивают эффективность и усвояемость лекарств и укрепляют ослабленный организм;
191 -эубиотики (пробиотики) – пищевые добавки, в состав которых входят вещества животного происхождения и живые микроорганизмы
192 (полезные бактерии), которые восстанавливают естественную микрофлору организма человека. </p>
193 <p class="text-justify">Термин – биологически активные добавки (БАД), стал широко использоваться относительно недавно, хотя
194 употребление его аналогов известно уже давно. С детства все мы помним - рыбий жир в маленьких капсулах, сладко-кислую аскорбинку
195 (аскорбиновая кислота), глюкозу - однокомпонентные витамины, сиропы из настоя шиповника, корня солодки и алтеи, различные травяные
196 отвары. Но этого было недостаточно для полноценного укрепления организма.
197 Ухудшение экологии, катастрофическое загрязнение окружающей среды, стремительный прирост населения привели к нежелательным
198 последствиям. Сейчас организм практически каждого человека испытывает кислородное и витаминное голодание. Недостаток необходимого
199 комплекса витаминов истощают организм, и он не может справиться с болезнями. К разработке комплексов пищевых добавок, которые
200 помогли бы человечеству со всем этим справиться были привлечены ведущие специалисты мира Академий Наук и Исследовательских
201 институтов.</p>
202 <p class="text-justify">В России и странах СНГ о БАДах узнали в середине 90-х гг. XX века, когда импорт из дальнего зарубежья стал более
  
```

Рис.15. – Создание контента

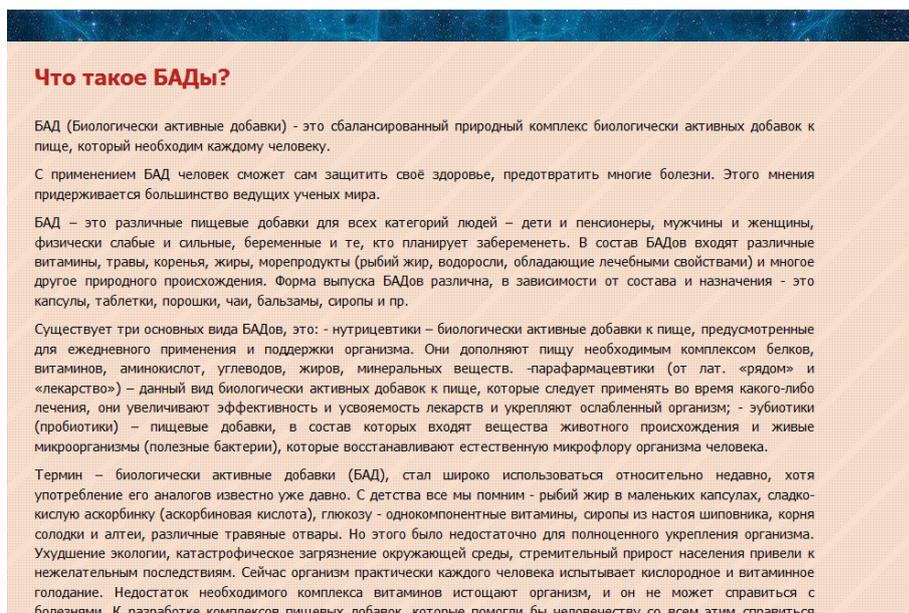


Рис.16. – Контент на сайте

3.6. Создание информационного блока

Информационный (новостной) блок должен содержать информацию о последних новостях и предстоящих событиях. В данной примере новостной блок вынесен отдельной выпадающей вкладкой, чтобы новости не мешали пользователю и не занимали много места на сайте.

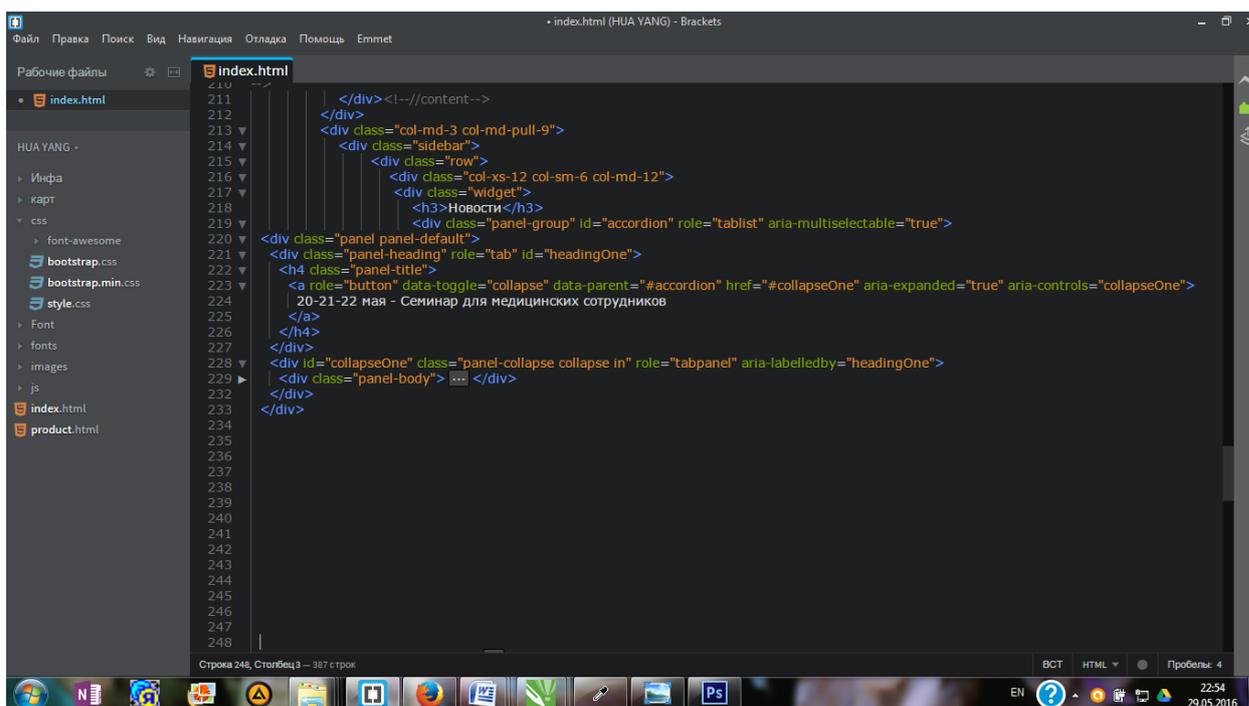


Рис.17. – Создание информационного блока

Как показано на Рисунке 17 был использован класс «panel-group» индентификатов «accordion» с помощью Фреймворк Bootstrap. Далее мы изменяем название новостей и содержания самого блока, добавляем соответствующие изображения. А также меняем фон блока на корпоративный цвет. При наведении на одну из вкладок, вкладка должна раскрываться.



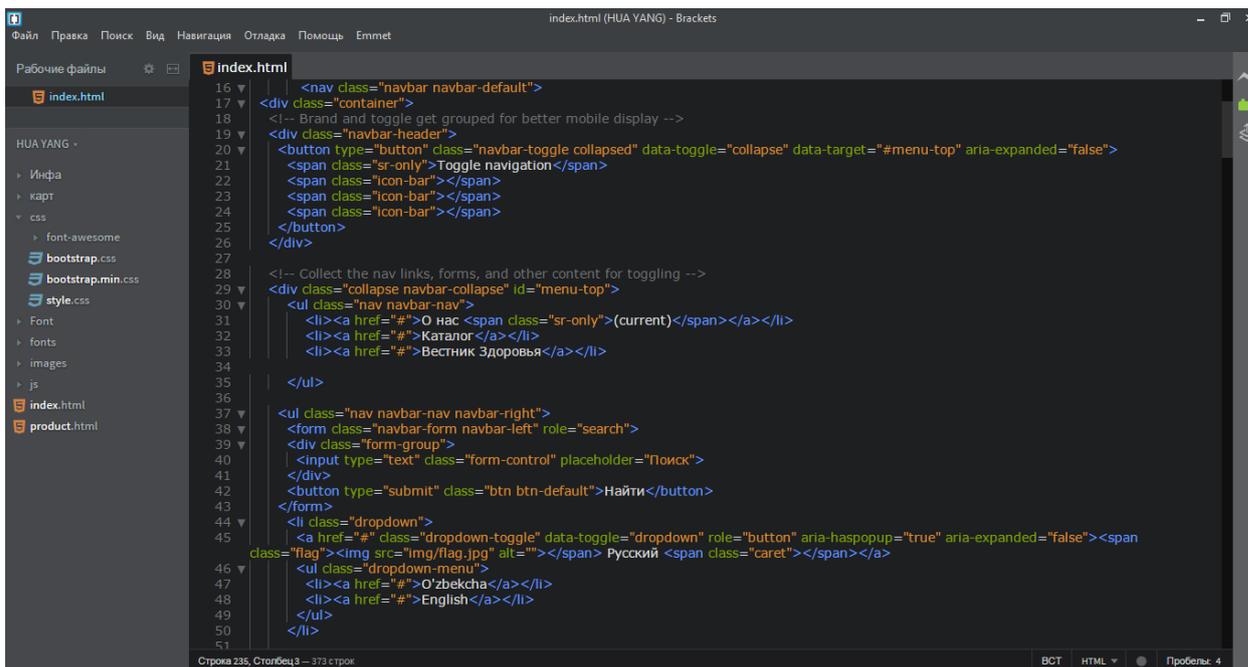
Рис.18. – Новостной блок

3.7. Создание дополнительного меню сайта

Дополнительное меню сайта торговой марки «Ниа Yang» содержит вкладки «О нас» - история торговой марки «Ниа Yang». Также дополнительное меню содержит вкладки «Каталог», «Вестник Здоровья», «Поиск по сайту», «Язык: Русский». Данное меню сайта находится на самом

верху, чтобы оно не мешало пользователю, так как меню содержит второстепенную информацию.

Для вышеуказанных вкладок мы повторно используем Фреймворк Bootstrap как и в разделе 3.3. Создание основного меню сайта, который позволяет нам использовать уже заданный класс для меню по умолчанию. Этот класс называется «`navbar navbar-inverse`». Остается снова изменить стандартный цвет на корпоративный цвет торговой марки «Hua Yang» и прописать все названия наших вкладок.



```
16 <nav class="navbar navbar-default">
17 <div class="container">
18 <!-- Brand and toggle get grouped for better mobile display -->
19 <div class="navbar-header">
20 <button type="button" class="navbar-toggle collapsed" data-toggle="collapse" data-target="#menu-top" aria-expanded="false">
21 <span class="sr-only">Toggle navigation</span>
22 <span class="icon-bar"></span>
23 <span class="icon-bar"></span>
24 <span class="icon-bar"></span>
25 </button>
26 </div>
27
28 <!-- Collect the nav links, forms, and other content for toggling -->
29 <div class="collapse navbar-collapse" id="menu-top">
30 <ul class="nav navbar-nav">
31 <li><a href="#">О нас <span class="sr-only">(current)</span></a></li>
32 <li><a href="#">Каталог</a></li>
33 <li><a href="#">Вестник Здоровья</a></li>
34
35 </ul>
36
37 <ul class="nav navbar-nav navbar-right">
38 <form class="navbar-form navbar-left" role="search">
39 <div class="form-group">
40 <input type="text" class="form-control" placeholder="Поиск">
41 </div>
42 <button type="submit" class="btn btn-default">Найти</button>
43 </form>
44 <li class="dropdown">
45 <a href="#" class="dropdown-toggle" data-toggle="dropdown" role="button" aria-haspopup="true" aria-expanded="false"><span
class="flag"></span> Русский <span class="caret"></span></a>
46 <ul class="dropdown-menu">
47 <li><a href="#">O'zbekcha</a></li>
48 <li><a href="#">English</a></li>
49 </ul>
50 </li>
51
```

Рис.19. – Создание дополнительно меню сайта



Рис.20. – Дополнительное меню сайта

3.8. Создание вкладки «Продукция»

Вкладка «Продукция» должна содержать в себе всю доступную продукцию торговой марки «Hua Yang» - парафармацевтическая продукция (БАДы). Справа на сайте создаем Наименование БАДов – каталог для быстрой навигации и переключения от одной продукции к другой. Затем

непосредственно для самой продукции создаем отдельный блок в котором размещаем изображение продукции, небольшое пояснение о данной продукции, а также кнопку для подробной информации. Кнопка в данном примере создана с помощью Фреймворка Bootstrap с заданием ссылке определенного класса «btn btn- default». Затем данный блок копируется до необходимого количества, а содержащая информация изменяется. В дальнейшем эти блоки можно будет применять как каталог Интернет-магазина с дополнительными кнопками «В корзину» или «Заказать».

```

</div>
</header>
<section class="main-content">
  <div class="container">
    <div class="row">
      <div class="col-md-9 col-md-push-3">
        <div class="content">
          <h3 class="text-center">Все о парафармацевтической продукции <br>Торговой марки "Hua Yang"</h3>
          <div class="products clearfix">
            <div class="col-sm-4">
              <div class="product-type">
                <div class="product-title">
                  <h4 class="text-center">ПРОПОЛИС</h4>
                </div>
                <div class="product">
                  <div class="product-img">
                    <a href="#"></a>
                  </div>
                  <div class="product-about">
                    <p class="text-center"><b>Прополис</b> – это природный антибиотик, который необходим каждому человеку. Больному он поможет быстрее справиться с болезнью, а здоровому человеку – максимально укрепить свой организм.</p>
                    <a href="#" class="btn btn-default">подробнее...</a>
                  </div>
                </div>
              </div>
            </div>
          </div>
        </div>
      </div>
    </div>
  </section>
</div>
  
```

Рис.21. – Создание вкладки «Продукция»

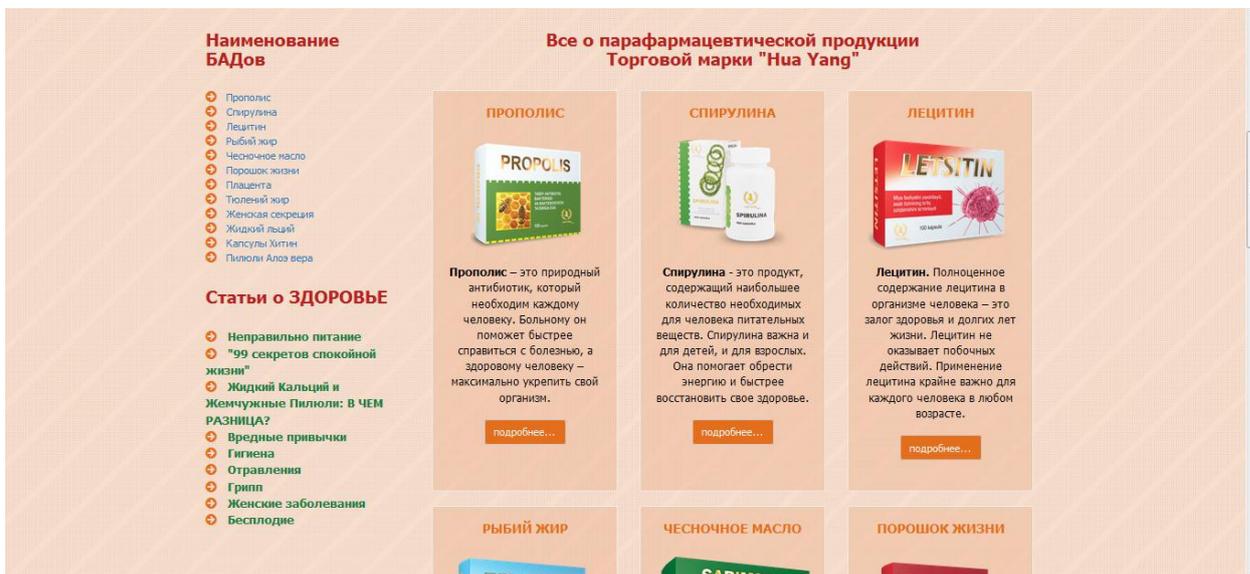


Рис.22. – Вкладка «Продукция»

3.9. Адаптивность сайта

Адаптивность на сайте торговой марки «Hua Yang» достигается путем медиа-запросов (`@media screen and (max-width: 940px){}`) в CSS, а также адаптивной сеткой Фреймворка Bootstrap (задается блок с классом определенной сетки – «col-md-12», «col-sm-12», «col-lg-12», «col-xs-12»). На рисунках 23 и 24 приведены примеры адаптивности сайта для планшета, а на рисунках 25 – для телефонов.

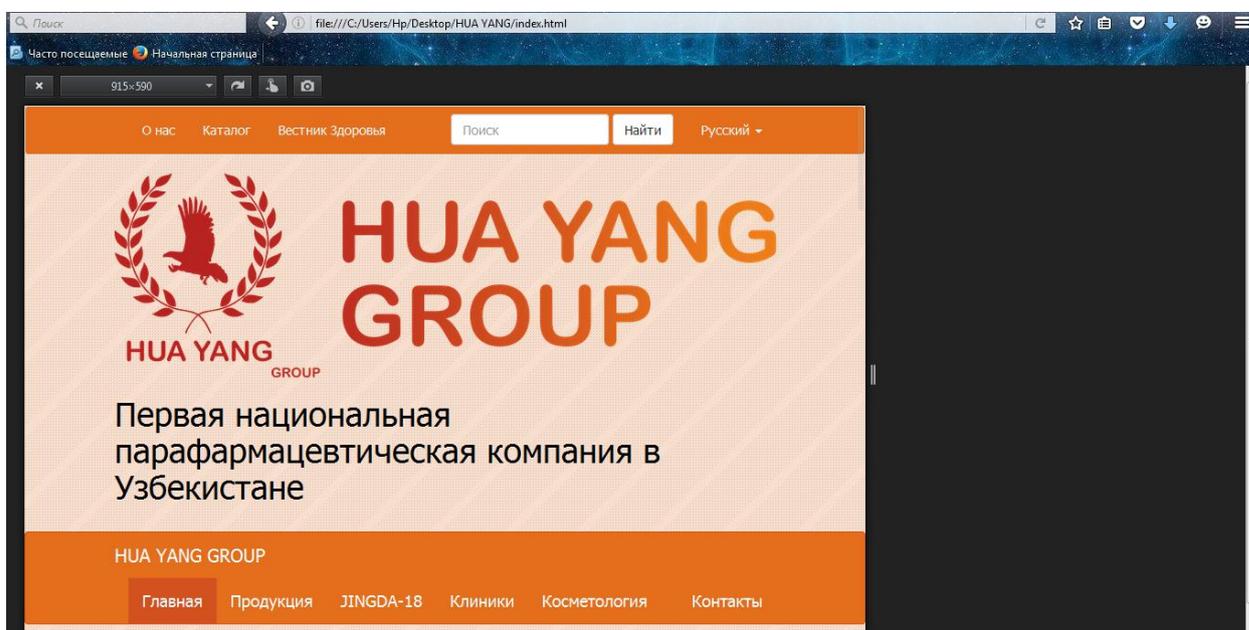


Рис.23. – Адаптация сайта для планшета

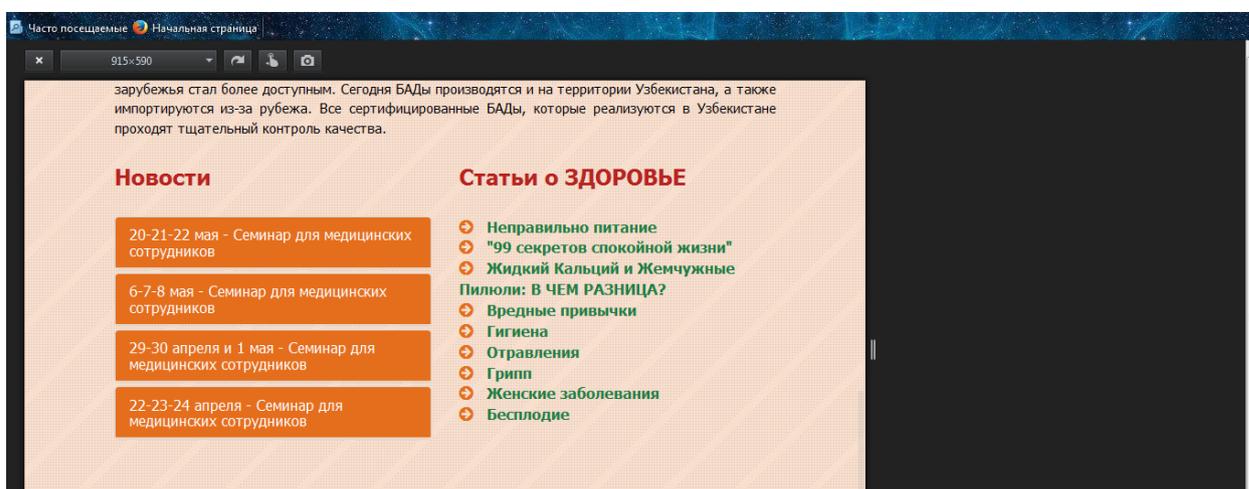


Рис.24. – Адаптация сайта для планшета

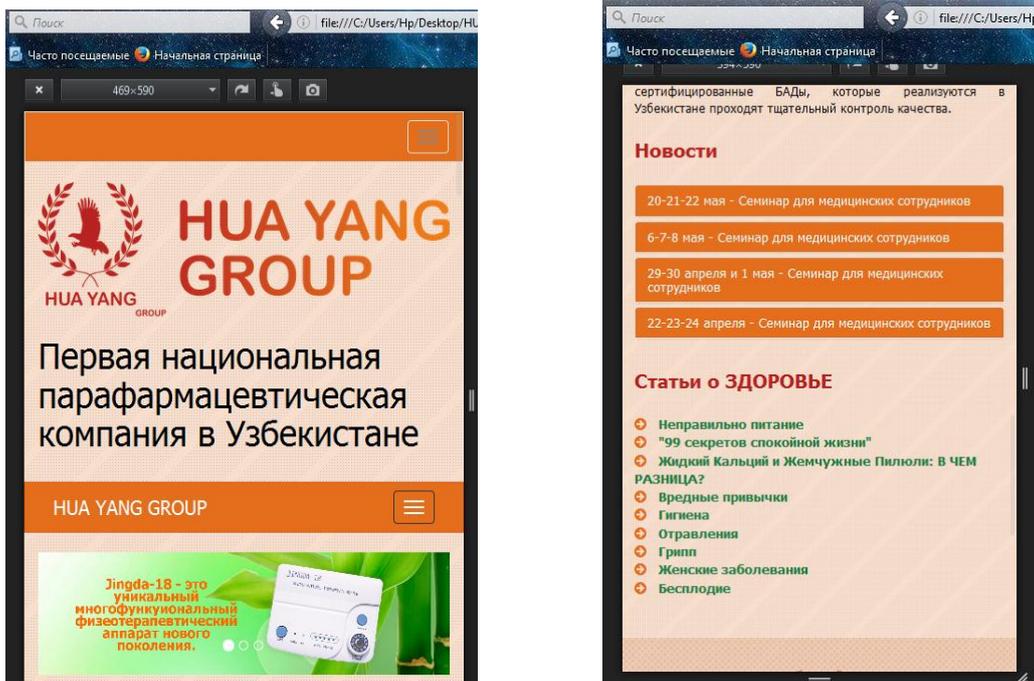


Рис.25. – Адаптация сайта для телефона

Выводы по главе III

В третьей главе был разработан интерфейс сайта торговой марки «Hua Yang», выбраны программные средства для создания сайта (HTML, CSS, Фреймворк Bootstrap).

В данной главе подробно описан каждый этап создания сайта: основное меню, рекламный блок, новостной (информационный) блок, дополнительное меню, вкладки «Главная» и «Продукция» и адаптивность сайта.

Глава IV. Безопасность жизнедеятельности и экология

4.1. Взаимодействие человека и техносферы

Человек и окружающая его среда гармонично взаимодействуют и развиваются лишь в условиях, когда потоки энергии, вещества и информации находятся в пределах, благоприятно воспринимаемых человеком и природной средой. Любое превышение привычных уровней потоков сопровождается негативными воздействиями на человека, техносферу.

Человек и окружающая его среда (производственная) в процессе жизнедеятельности постоянно взаимодействуют друг с другом. При этом жизнь может существовать только в процессе движения через живое тело потоков вещества, энергии и информации.

Человек и окружающая его среда гармонично взаимодействуют и развиваются лишь в условиях, когда потоки энергии, вещества и информации находятся в пределах, благоприятно воспринимаемых человеком и природной средой. Любое превышение привычных уровней потоков сопровождается негативными воздействиями на человека, техносферу и/или природную среду. В условиях техносферы негативные воздействия обусловлены элементами техносферы (машины, сооружения и т. п.) и действиями человека.

Изменяя величину любого потока от минимально значимой до максимально возможной, можно пройти ряд характерных состояний взаимодействия в системе “человек - среда обитания”:

- комфортное (оптимальное), когда потоки соответствуют оптимальным условиям взаимодействия: создают оптимальные условия деятельности и отдыха; предпосылки для проявления наивысшей работоспособности и как следствие продуктивности деятельности; гарантируют сохранение здоровья человека и целостности компонент среды обитания;

- допустимое, когда потоки, воздействуя на человека и среду обитания, не оказывают негативного влияния на здоровье, но приводят к дискомфорту, снижая эффективность деятельности человека. Соблюдение условий допустимого взаимодействия гарантирует невозможность возникновения и развития необратимых негативных процессов у человека и в среде обитания;

Из четырех характерных состояний взаимодействия человека со средой обитания лишь первые два (комфортное и допустимое) соответствуют позитивным условиям повседневной жизнедеятельности, а два других (опасное и чрезвычайно опасное) - недопустимы для процессов жизнедеятельности человека.

Взаимодействие человека со средой обитания может быть позитивным или негативным, характер взаимодействия определяют потоки веществ, энергий и информации.

Различают опасности естественного, техногенного и антропогенного происхождения. Для защиты от повседневных (холод, слабая освещенность и т. д.) опасностей человек использует жилище, одежду, системы вентиляции, отопления и кондиционирования, а также системы искусственного освещения. Обеспечение комфортных условий жизнедеятельности практически решает все проблемы защиты от повседневных опасностей.

Техногенные опасности создают элементы техносферы - машины, сооружения, вещества и т. п., а антропогенные опасности возникают в результате ошибочных или не санкционированных действий человека или групп людей.

Чем выше преобразующая деятельность человека, тем выше уровень и число опасностей - вредных и травмирующих факторов, отрицательно воздействующих на человека и окружающую его среду.

Вредный фактор - негативное воздействие на человека, которое приводит к ухудшению самочувствия или заболеванию. Травмирующий (травмоопасный) фактор - негативное воздействие на человека, которое приводит к травме или летальному исходу.

Жизнедеятельность человека потенциально опасна. Аксиома предопределяет, что все действия человека и все компоненты среды обитания, прежде всего технические средства и технологии, кроме позитивных свойств и результатов, обладают способностью генерировать травмирующие и вредные факторы. При этом любое новое позитивное действие или результат неизбежно сопровождается возникновением новых негативных факторов.

Значительным техногенным опасностям подвергается человек при попадании в зону действия технических систем: транспортные магистрали; зоны излучения радио- и телепередающих систем, промышленные зоны и т. п. Уровни опасного воздействия на человека в этом случае определяются характеристиками технических систем и длительностью пребывания человека в опасной зоне. Вероятно проявление опасности и при использовании человеком технических устройств на производстве и в быту: электрические сети и приборы, станки, ручной инструмент, газовые баллоны и сети, оружие и т. п. Возникновение таких опасностей связано как с наличием неисправностей в технических устройствах, так и с неправильными действиями человека при их использовании. Уровни возникающих при этом опасностей определяются энергетическими показателями технических устройств.

В настоящее время перечень реально действующих негативных факторов значителен и насчитывает более 100 видов. К наиболее - распространенным и обладающим достаточно высокими концентрациями или энергетическими уровнями относятся вредные производственные факторы: запыленность, шум, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения, повышенные или пониженные параметры атмосферного воздуха (температуры, влажности, подвижности воздуха, давления), недостаточное и неправильное освещение, монотонность деятельности и др.

Монотонность — свойство некоторых видов труда, требующих от человека длительного выполнения однообразных действий или непрерывной и устойчивой концентрации внимания в условиях дефицита сенсорных нагрузок.

Следует различать понятия "монотонность труда" и "монотония".

Монотонность труда — однообразие трудовых операций или производственной обстановки, т. е. внешние, объективные факторы трудовой деятельности.

Монотония — функциональное состояние организма человека, определяемое комплексом психологических и физиологических изменений в организме, возникающее при монотонной работе, т. е. ответная реакция организма на монотонный труд.

Различают 2 вида монотонной работы:

1-й вид — монотонность действия, при котором состояние монотонии возникает в связи с выполнением однообразных, часто повторяющихся рабочих действий. Степень выраженности состояния монотонии зависит от таких факторов трудового процесса, как количество однообразно повторяющихся действий в единицу времени, продолжительность отдельных рабочих операций, степень сложности выполняемых операций, принудительный темп работы и др. Чем меньше количество элементов в рабочем цикле и чем короче время их выполнения, тем монотоннее труд.

2-й вид — монотонность обстановки, при которой состояние монотонии возникает в связи с дефицитом поступающей информации, а также при пассивном наблюдении и контроле за ходом технологического процесса. Характерен для многочисленных разновидностей операторского труда. Чем меньше информации получает оператор в единицу времени и чем менее она содержательна, а также чем продолжительнее интервалы ожидания информации и чем меньше объектов наблюдения, тем скорее развивается состояние монотонии.

В некоторых случаях состояние монотонии переходит в состояние психического пресыщения, которое характеризуется отвращением к однообразной деятельности, раздражительностью, эмоциональной неустойчивостью, развитием невротических и сосудистых расстройств. Фактор монотонность в сочетании со сниженным уровнем двигательной активности вызывает ослабление защитных свойств организма, что проявляется в увеличении общей заболеваемости у лиц, занятых монотонным трудом по сравнению с другими профессиями. Фактор монотонность изменяет структуру заболеваемости работающих, увеличивая частоту невротических и психосоматических расстройств и нарастая с увеличением стажа работы с монотонным характером труда. При стаже работы с монотонным характером труда 10—15 лет и более число случаев нетрудоспособности по отдельным формам болезней увеличивается в 3—9,8 раза.

В ближайшем будущем человечество должно научиться прогнозировать негативные воздействия и обеспечивать безопасность принимаемых решений на стадии их разработки, а для защиты от действующих негативных факторов создавать и активно использовать защитные средства и мероприятия, всемерно ограничивая зоны действия и уровни негативных факторов.

4.2 Пожарная безопасность

Под пожарной профилактикой понимаются обучение пожарной технике безопасности и комплекс мероприятий, направленных на предупреждение пожаров. Противопожарная защита – это мероприятия, направленные на уменьшение ущерба в случае возникновения пожара. Между этими двумя основными задачами пожарной безопасности не всегда можно провести четкую границу, как, например, в случае действий, направленных на ограничение сферы распространения огня при загорании.

Поскольку большую часть времени большинство людей проводят в зданиях, основное внимание уделяется обеспечению пожарной безопасности зданий. Специализированных мер пожарной профилактики и защиты требует пожарная безопасность лесов, автотранспорта, железнодорожного, воздушного и морского транспорта, а также подземных туннелей и шахт.

Основные элементы пожара. Для того чтобы начался пожар, необходимо наличие в одном месте трех элементов: горючего материала, тепла и кислорода. Сочетание этих трех элементов в огне вызывает неуправляемую цепную реакцию. Поскольку для горения необходимы все три элемента, удалив один из них, можно предотвратить возгорание или погасить огонь.

От вида горючего материала зависит класс пожара, который определяет способы и средства тушения. В нормативных документах ряда стран пожары разделяются на четыре класса: А – возгорание обычных горючих материалов, таких, как древесина, бумага и пластмассы; В – возгорание легковоспламеняющихся или горючих жидкостей, газов и смазочных материалов; С – возгорание электропроводки; D – возгорание горючих металлов. Степень пожароопасности зависит от вида и количества горючего материала в рассматриваемой пожароопасной зоне.

Пожарная профилактика

Ответственные органы и их обязанности. Пожарная профилактика традиционно ограничивалась обучением технике безопасности и мерами по предупреждению пожаров и всегда входила в обязанности муниципальных управлений пожарной охраны. Сегодня круг мероприятий по пожарной профилактике расширен, и в него вошли проверка и утверждение проектов строительства, контроль за выполнением норм по пожарной безопасности, борьба с поджогами (в т.ч. с пожароопасными играми подростков), сбор данных, а также инструктаж и обучение широкой общественности и специальных контингентов.

Задачи пожарной профилактики можно разделить на три широких, но тесно связанных комплекса мероприятий:

1) обучение, в т.ч. распространение знаний о пожаробезопасном поведении (о необходимости установки домашних индикаторов задымленности и хранения зажигалок и спичек в местах, недоступных детям);

2) пожарный надзор, предусматривающий разработку государственных норм пожарной безопасности и строительных норм, а также проверку их выполнения;

3) обеспечение оборудованием и технические разработки (установка переносных огнетушителей и изготовление зажигалок безопасного пользования).

Из трех перечисленных комплексов мероприятий сложнее всего, по-видимому, пожарный надзор. В сферу надзора включены нормы пожарной профилактики, строительные пожарные нормы и правила, стандарты изготовления и установки противопожарного оборудования и стандарты пожарной безопасности на товары широкого потребления.

Противопожарная защита

Мероприятия по противопожарной защите включают:

1) контроль материалов, продуктов и оборудования;

2) активное ограничение распространения огня с использованием средств пожарной сигнализации, систем автоматического пожаротушения и переносных огнетушителей;

3) устройство пассивных систем, ограничивающих распространение огня, дыма, жара и газов за счет секционирования помещений;

4) эвакуацию людей из горящего здания в безопасное место.

Системы пожарной сигнализации. В случае возгорания должна сразу же сработать система пожарной сигнализации, за которой следует регламентированная система мероприятий.

Специальная связь. Система специальной связи обеспечивает передачу сообщений о пожаре персоналу пожарного управления. Сообщение может поступить по общей телефонной сети, от сигнализационной кнопки, предусмотренной вне здания, по громкоговорящему телефону, от дуплексной портативной радиостанции, от муниципальной системы пожарной сигнализации или от коммерческой системы автоматической сигнализации. Все сообщения автоматически регистрируются вместе со всеми радио- и речевыми сообщениями из пожарного управления.

Пожарное управление должно принять и обработать сигнал, оперативно направить пожарных на место пожара и приступить к операции борьбы с огнем. Как бы быстро ни работали пожарные, решающее значение для спасения жизней и имущества имеет раннее пожароизвещение.

Защитная сигнализация. Система защитной сигнализации передает сигнал пожара, контрольный сигнал и сигнал неисправности (в речевой или цифровой форме) от места установки сигнализационной кнопки в другие части здания или на удаленную станцию контроля, обслуживаемую обычно подразделением соответствующей специализации.

Бытовые индикаторы задымленности и системы сигнализации. Наиболее распространены одно- и многоточечные индикаторы задымленности (каждый со своим источником питания и сигнализатором). Индикаторы задымленности бывают трех типов: ионизационные, фотоэлектрические и комбинированные (ионизационно-фотоэлектрические). В ионизационных индикаторах задымленности имеется небольшое количество радиоактивного изотопа (америция-231), который ионизует воздух в датчике, делая его электропроводящим. Частицы дыма уменьшают проводимость воздуха, вследствие чего и включается звуковой сигнал. В камере с фотоэлементом фотоэлектрического индикатора задымленности предусмотрен малый источник света. При наличии в камере дыма меняется количество света, падающее на фотоэлемент, что и вызывает звуковой сигнал. Быстродействие индикаторов задымленности разных типов примерно

одинаково. Все они могут работать на батарейном или сетевом питании либо на сетевом с резервной батареей. Некоторыми нормативами предписывается такое электрическое соединение многопозиционных индикаторов задымленности, при котором они все дают звуковой сигнал в случае срабатывания хотя бы одного индикатора.

Независимо от принципа действия индикатор задымленности должен давать сигнал с уровнем звукового сигнала не ниже 85 дБ на расстоянии 3 м. Для того чтобы индикаторы задымленности исправно работали, необходимо регулярно выполнять процедуры ухода, обслуживания и проверки, предписываемые инструкциями изготовителя.

Бытовые системы пожарной сигнализации обычно представляют собой ряд индикаторов задымленности, подключенных к общему контрольному блоку с питанием от сети переменного тока и отдельным аккумулятором, способным питать систему в течение 24 ч. Такие системы часто оборудованы также тепловыми детекторами, ручными (кнопочными) сигнализаторами, звонками и сиренами.

В комбинированных системах предусматриваются как пожарная, так и охранная сигнализации, причем сигнал второй отменяется сигналом первой.

Автоматическая пожарная сигнализация. В нежилых зданиях применяются автоматические системы пожарной сигнализации с дымовыми, тепловыми, газоанализаторными или пламенными датчиками. Тепловые датчики недороги и надежны, однако срабатывают позднее, чем индикаторы задымленности. Тепловые датчики могут работать в разных режимах. Некоторые срабатывают по достижении определенной температуры (обычно $\sim 60^{\circ}\text{C}$); другие – по достижении определенной скорости нарастания температуры, скажем, $7\text{--}8^{\circ}\text{C}/\text{мин}$. Пневмодатчик срабатывает, когда из-за нагревания воздуха в помещении повышается давление газа в запаянной трубке. Термисторный датчик генерирует сигнал, когда вследствие повышения температуры в помещении превышает установленное значение электросопротивления.

В газоанализаторном датчике для обнаружения продуктов горения в воздухе служит полупроводниковый элемент или катализатор. Сигнализатор с такими датчиками срабатывает, когда изменяется проводимость полупроводникового элемента или температура катализатора. Детекторы монооксида углерода (СО) с полупроводниковым чувствительным элементом не очень подходят для систем пожарной безопасности (так как СО образуется на довольно поздней стадии пожара), но они исключительно эффективны как датчики опасных концентраций СО, создаваемых неисправными печами и обогревателями. Технические нормативы различных отраслей промышленности предписывают обязательную установку СО-детекторов в пожароопасных помещениях.

Пламенные детекторы, применяемые, как правило, только в зонах повышенной пожароопасности, реагируют на инфракрасное или ультрафиолетовое излучение пламени.

Другие системы. При необходимости предусматриваются также три другие системы сигнализации: система контроля за работой системы пожаротушения, сигнализирующая о включении последней; система сигнализации накопления больших концентраций горючих и легковоспламеняющихся газов (на особых производствах); система контроля за работой охранной и пожарной сигнализации.

Автоматические системы пожаротушения. Применяются жидкостные, углекислотные, порошковые и пенные автоматические системы пожаротушения.

Наиболее распространенная водяная система – это просто система водопроводных труб, оканчивающихся спринклерными головками с термочувствительными клапанами. Под действием тепла клапан спринклерной головки открывается, и из нее бьет струя воды, широко разбрызгиваемая механическими отражателями. Каждая головка срабатывает индивидуально в соответствии с температурой в месте ее расположения. (Иначе работают заливающие системы, о которых будет сказано ниже.)

Чтобы система работала нормально, спринклерные головки не должны быть залиты краской, на них не должны висеть посторонние предметы и пространство вокруг них не должно быть загромождено.

В «мокрых» водяных системах пожаротушения трубопроводы всегда наполнены водой под давлением. В «сухих» системах трубопроводы заполнены сжатым воздухом или азотом, пока не откроется спринклерная головка, после чего давление в трубе падает и вода начинает поступать с напорной стороны. В системах предваряющего действия сигнализатор пожара открывает клапан и наполняет трубы водой, прежде чем откроется спринклерная головка. Иногда принципы сухой системы и предваряющего действия сочетаются в одной системе. В заливающих системах спринклерные головки всегда открыты, а сигнализатор пожара управляет общим водяным клапаном, так что при возгорании вода поступает сразу во все спринклерные головки. Предусматриваются также специальные водяные системы для защиты наружных стен здания и для других особых задач.

Водяные автоматические системы пожаротушения бытового назначения выпуска конца века требуют столь малых количеств воды, что одной спринклерной головки достаточно для площади почти 40 м². Распределение разбрызгиваемой воды таково, что при работе спринклерной головки обеспечивается защита мебели в углах комнат и даже потолка.

Переносные огнетушители. Переносные огнетушители делятся на четыре класса соответственно классам пожара. Некоторые из них пригодны для тушения пожаров двух или трех разных классов, но не всех четырех.

Огнетушители разных типов различаются тушащим агентом.

В жидкостных огнетушителях, предназначенных для тушения пожаров класса А, применяется вода с добавкой антифриза (незамерзающего раствора соли щелочного металла) или другой смачивающий агент. Щелочно-кислотные и пенные (на водной основе) огнетушители вышли из употребления в конце 1960-х годов. Жидкостные огнетушители выпускаются с запасом вытесняющего газа или с насосом для подкачки. Масса

огнетушителя с запасом вытесняющего газа составляет 14 кг. Ранцевые огнетушители с насосом часто применяются для тушения лесных пожаров.

Углекислотные огнетушители заряжены сжиженным углекислым газом. При открывании вентиля они дают струю углекислотного снега длиной до 2 м. Применяются такие огнетушители в основном для тушения пожаров классов В и С, но могут использоваться и для тушения пожаров класса А до доставки воды. Они не оставляют остатка (и поэтому называются чистыми), но ими не следует пользоваться в закрытых помещениях малой кубатуры.

В порошковых огнетушителях сжатый газ выбрасывает тушащее вещество. Они особенно подходят для пожаров классов В и С, но могут использоваться и для тушения пожаров класса А до доставки жидкостных огнетушителей. Для тушения пожаров класса D применяются специальные порошки.

Противопожарные преграды. Устройство противопожарных преград, предупреждающих распространение огня из одной части здания в смежные помещения, представляет собой крайне важную меру обеспечения пожарной безопасности. Широкое распространение огня влечет за собой увеличение человеческих потерь и материального ущерба, а также резко затрудняет борьбу с пожаром. Хотя огонь лишь в 20% домашних пожаров выходит за пределы того этажа, где произошло возгорание, на эти 20% приходится почти 70% погибших, более 30% пострадавших и около 70% имущественных потерь. Дым и газы могут распространяться гораздо дальше, чем пламя, создавая опасность для людей, находящихся далеко от зоны огня. Дым и газообразные продукты горения даже от небольшого огня могут вызывать повреждение или перебои в работе компьютеров и другого чувствительного электронного оборудования.

Противопожарные преграды – это специальные противопожарные стены (брандмауэры) и несгораемые перекрытия, спроектированные так, чтобы они препятствовали распространению пламени, дыма и жара по

горизонтали (из помещения в помещение на том же этаже) или по вертикали (с этажа на этаж) внутри здания, а также от одного здания к другому. Предусматриваются также противопожарные зоны – участки здания, выполненные из огнестойких материалов и разделяющие его на изолированные секции. Такие зоны без огня и дыма могут служить убежищем для людей, застигнутых в здании пожаром.

Строительные конструкции. Ограждающие и несущие конструкции здания (его стены и перекрытия) при правильном подходе являются важными элементами пожарной безопасности, так как удерживают пожар в пределах одной комнаты, одной секции, одного этажа.

В противопожарных и строительных нормах и правилах устанавливаются необходимые пределы огнестойкости таких конструкций. Предел огнестойкости – это время в часах или минутах, в течение которого строительная конструкция сопротивляется воздействию огня или высокой температуры пожара. Однако указываемые нормативные значения относятся к стандартным условиям испытаний и могут служить лишь для ориентировки, тем более что незащищенные проемы для дверей, окон, вентиляции и кабельной разводки снижают способность ограждающей конструкции сдерживать распространение огня, дыма, жара и газов.

4.3. Техногенное загрязнение среды

Эта глава посвящена техногенному загрязнению экосферы и среды обитания человека. Техногенное загрязнение среды является наиболее очевидной и быстродействующей негативной причинной связью в системе экосферы: «экономика, производство, техника, среда». Оно обуславливает значительную часть природоёмкости техносферы и приводит к деградации экологических систем, глобальным климатическим и геохимическим изменениям, к поражениям людей. На предотвращение загрязнения природы и окружающей человека среды направлены основные усилия прикладной

экологии.

Классификация техногенных воздействий, обусловленных загрязнением среды, включает такие основные категории:

1. Материально-энергетические характеристики воздействий: механические, физические (тепловые, электромагнитные, радиационные, акустические), химические, биологические факторы и агенты и их различные сочетания. В большинстве случаев в качестве таких агентов выступают эмиссии (т.е. испускания - выбросы, стоки, излучения и т.п.) различных технических источников.

2. Количественные характеристики воздействия: сила и степень опасности (интенсивность факторов и эффектов, массы, концентрации, характеристики типа «доза - эффект», токсичность, допустимость по экологическим и санитарно-гигиеническим нормам); пространственные масштабы, распространенность (локальные, региональные, глобальные).

3. Временные параметры и различия воздействий по характеру эффектов: кратковременные и длительные, стойкие и нестойкие, прямые и опосредованные, обладающие выраженными или скрытыми следовыми эффектами, обратимые и необратимые, актуальные и потенциальные; пороговость эффектов.

4. Категории объектов воздействия: различные живые реципиенты (т.е. способные воспринимать и реагировать) - люди, животные, растения; компоненты окружающей среды (среда поселений и помещений, природные ландшафты, поверхность земли, почва, водные объекты, атмосфера, околоземное пространство); изделия и сооружения.

В пределах каждой из этих категорий возможно определенное ранжирование экологической значимости факторов, характеристик и объектов. В целом по природе и масштабам актуальных воздействий наиболее существенны химические загрязнения, а самая большая потенциальная угроза связана с радиацией. Что касается объектов воздействия, то на первом месте, конечно же, стоит человек. В последнее

время особую опасность представляет не только рост загрязнений, но и их суммарное влияние, часто превышающее по конечному эффекту простое суммирование последствий.

Загрязнение окружающей среды относится к непреднамеренным, хотя и очевидным, легко осознаваемым экологическим нарушениям. Они выступают на первый план не только потому, что многие из них значительны, но и потому, что они трудно контролируются и чреватые непредвиденными эффектами. Некоторые из них, например, техногенная эмиссия CO₂ или тепловое загрязнение, принципиально неизбежны, пока существует топливная энергетика.

Количественная оценка глобального загрязнения. Химизация техносферы достигла к настоящему времени таких масштабов, которые заметно влияют на геохимический облик всей экосферы. Общая масса производимых продуктов и химически активных отходов всей химической промышленности мира (вместе с сопутствующими производствами) превысила 1,5 Гт/год. Почти все это количество может быть отнесено к загрязнителям. Но дело не только в общей массе, но и в числе, разнообразии и токсичности множества производимых веществ. В мировой химической номенклатуре значится более 10⁷ химических соединений; ежегодно их число возрастает на несколько тысяч. Однако подавляющее большинство производимых и используемых веществ не оценены с точки зрения их токсичности и экологической опасности.

Источники техногенных эмиссии подразделяются на организованные и неорганизованные, стационарные и подвижные. Организованные источники оборудованы специальными устройствами для направленного вывода эмиссии (трубы, вентиляционные шахты, сбросные каналы и желоба и т.п.).

Выводы по главе IV

В первой части IV главы безопасности жизнедеятельности было рассмотрено взаимодействие человека и техносферы, а также каким техногенным опасностям подвергается человек при попадании в зону действия технических систем: транспортные магистрали; зоны излучения радио- и телепередающих систем, промышленные зоны и т. п. Были рассмотрены такие понятия как монотонность и ее виды.

Во второй части были рассмотрены такие понятия как пожарная безопасность, пожарная профилактика, противопожарная защита и необходимые мероприятия по противопожарной защите.

Третья часть посвящена техногенному загрязнению экосферы и среды обитания человека. Рассмотрена классификация техногенных воздействий загрязняющая окружающую среду.

Заключение

В ходе выполнения выпускной работы был получен полнофункциональный сайт торговой марки «Hua Yang», полностью готовый к использованию в Глобальной сети Интернет. Данный сайт ориентирован на любых пользователей без ограничений. С его помощью пользователи смогут получать необходимую информацию, задавать интересующие их вопросы и быть в курсе последних событий происходящих в торговой марки «Hua Yang».

При разработке сайта для торговой марки «Hua Yang», были проанализированы современные веб-технологии, позволяющие создавать интерактивные web-страницы. Для выполнения поставленной задачи были использованы текстовый редактор Brackets, языки гипертекстовой разметки HTML, каскадные таблицы стилей CSS и Фреймворк Bootstrap.

Разработанный сайт удовлетворяет всем требованиям, поставленным на этапе разработки задачи торговой марки «Hua Yang». Сайт торговой марки «Hua Yang» обладает следующими характеристиками:

- гибкость, при управлении администратором сайта;
- поддерживает использование звука, графических изображений, анимации, видео и других приложений;
- реализована возможность поделиться данным сайтом или любой другой информацией на сайте в социальных сетях, а также подписаться на новостную ленту, чтобы пользователь мог быть в курсе последних и будущих событий;
- дизайн сайта полностью соответствует тематике и корпоративному стилю торговой марки «Hua Yang»;
- сайт полностью функционален и адаптирован под любые информационные носители (планшет, телефон и др.).

В качестве дальнейшего совершенствования сайта торговой марки «Hua Yang» представляется возможность доработки интерфейса сайта с целью

дальнейшего повышения его информативности, привлекательности и удобства.

Сайта торговой марки «Hua Yang» был протестирован и загружен на бесплатный хостинг - <https://beget.ru/>, который позволяет нам просматривать страницы в режиме реального времени. Бесплатный хостинг для сайта предоставляется в течение 30 дней.

Список литературы

1. Каримов И.А.: постановление президента Республики Узбекистан. «О мерах по дальнейшему внедрению и развитию современных информационно-коммуникационных технологий» (Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2012 г., № 13, ст. 139; 2013 г., № 44, ст. 578, № 45, ст. 584)
2. Материал из Википедии — свободной энциклопедии об узбекском домене – <https://ru.wikipedia.org/wiki>
3. Классификация сайтов - <http://www.internet-technologies.ru>
4. <http://www.uztelecom.uz/ru/>
5. Бен Хеник – «HTML и CSS. Путь к совершенству». Питер 2011г.
6. Елена Полонская - «Язык HTML. Самоучитель» Издательство – Диалектика, 2005г.
7. Эрик Мейер «CSS – Каскадные таблицы стилей. Подробное руководство». 200 г.
8. Фреймворк Bootstrap - <http://bootstrap-ru.com/>
9. Материал из свободной энциклопедии по Html и CSS - <http://htmlbook.ru/>
10. Кристофер Шмитт «CSS. Рецепты программирования, 3-е издание». Издательство: Русская Редакция, БХВ-Петербург, 2011г.
11. Стивен Хольцнер «HTML5 за 10 минут» Издательство: Вильямс, 2011г.
12. Информационные новости Узбекистана - news.uzreport.uz

Приложение

Главная страница

О нас Остатки Вакцинация

Поиск Кабинет Личный кабинет

HUA YANG GROUP Первая национальная парафармацевтическая компания в Узбекистане

HUA YANG GROUP Главная Продукция ЗНЗД-15 Клиники Комплексная Контакты

Тюлений жир применяется при риске сердечно-сосудистых заболеваний, для профилактики ишемической болезни сердца, инфаркта миокарда, инсульта.

Новости

20-21 мая – Семинар для медицинских работников

6-7 мая – Семинар для медицинских работников

29-30 апреля и 4 мая – Семинар для медицинских работников

22-23 апреля – Семинар для медицинских работников

Статьи о ЗДОРОВЬЕ

- Исправить питание
- 99 секретов спокойной жизни
- Жирный Кальций и Манчурские Полоски ВЧМН РАДНИЦА?
- Бродячие привычки
- Гигиена
- Отравления
- Грипп
- Женские заболевания
- Бесплодие

Что такое БАДы?

БАД (Биологически активная добавка) – это сбалансированный природный комплекс биологически активных добавок к пище, который необходим каждому человеку. С применением БАД человек может сам защитить свой организм, предотвратить многие болезни. Это мнение придерживаются большинство ведущих ученых мира.

БАД – это различные пищевые добавки для всех категорий людей – дети и пенсионеры, мужчины и женщины, физически слабые и сильные, беременные и те, кто планирует забеременеть. В составе БАДов входят различные витамины, травы, коренья, жидкие, порошковые, капсулы (рыбий жир, витамины, обладающие лечебными свойствами) и многие другие природного происхождения. Форма выпуска БАДов различна, в зависимости от состава и назначения – это капли, таблетки, порошки, чай, бальзамы, сиропы и пр.

Существует три основных вида БАДов, это – нутрицевтики – биологически активные добавки к пище, предназначенные для ежедневного применения и поддержки организма. Они дополняют пищу необходимыми комплексами белков, витаминов, аминокислот, углеводов, жиров, минеральных веществ, парафармацевтики (от лат. «фарма» и «фармацевт») – данный вид биологически активных добавок к пище, который следует принимать во время какого-либо лечения, они увеличивают эффективность и устойчивость лекарства и укрепляют ослабленный организм; – эубиотики (пробиотики) – пищевые добавки, в составе которых входят вещества животного происхождения и живые микроорганизмы (полезные бактерии), которые восстанавливают естественную микрофлору организма человека.

Таргены – биологически активные добавки (БАД) стал широко использоваться относительно недавно, хотя употребление его аналогов известно уже давно. С детства все мы помним – рыбий жир в маленьком желтом, следом-после вазелину (вазелиновое масло), глюкозу – однокомпонентные витамины, сиропы на основе шиповника, корня солодки и алтая, различные травяные отвары. Но этого было недостаточно для полноценного укрепления организма. Улучшения здоровья, адаптированного к окружающей среде, стратегический подход населения привели к масштабным исследованиям. Сейчас организм практически каждого человека испытывает историческое и витаминное голодание. Недостаток необходимого комплекса витаминов истощают организм, и он не может справиться с болезнями. К разработке комплексов пищевых добавок, которые помогли бы человечеству со всем этим справиться были привлечены ведущие специалисты мира Академии Наук и Исследовательских институтов.

В России и странах СНГ о БАДов узнали в середине 90-х гг. XX века, когда импорт из дальнего зарубежья стал более доступным. Сегодня БАДы производятся и на территории Узбекистана, а также импортируются из-за рубежа. Все сертифицированные БАДы, которые реализуются в Узбекистане проходят тщательный контроль качества.

Контакты

Город Ташкент, Район Улутбегий район, улица Херистала (Дюнов), дом 59.

Главная
Продукция
ЗНЗД
Клиники

Мы в:

Facebook Twitter Google+

Главная
Поиск



HUA YANG GROUP

Первая национальная парафармацевтическая компания в Узбекистане

HUA YANG GROUP
Главная
Продукция
ЗНЗДН-18
Клиника
Корпоратива
Контакты



Прополис – это природный антибиотик, который необходим каждому человеку. Больному он поможет быстрее справиться с болезнью, а здоровому – максимально укрепить свой организм.

Наименование БАДов

- Прополис
- Спирулина
- Лицетин
- Рыбий жир
- Чеснок
- Пивные дрожжи
- Глицерин
- Телулоза
- Железные дрожжи
- Железо
- Витамины
- Поливитамин

Статьи о ЗДОРОВЬЕ

- Направленно питание
- "99 секретов спокойной жизни"
- Железо Кальций и Магний
- Пивные дрожжи
- Глицерин
- Отравление
- Грипп
- Микробные заболевания
- Бесплодие

Все о парафармацевтической продукции Торговой марки "Hua Yang"

ПРОПОЛИС



Прополис – это природный антибиотик, который необходим каждому человеку. Больному он поможет быстрее справиться с болезнью, а здоровому человеку – максимально укрепить свой организм.

[Подробнее](#)

СПИРУЛИНА



Спирулина – это продукт, содержащий наибольшее количество необходимых для человека питательных веществ. Спирулина важна и для детей, и для взрослых. Она повышает энергию и быстрее восстанавливает свое здоровье.

[Подробнее](#)

ЛИЦЕТИН



Лицетин. Полисахариды содержатся в организме человека – это залог здоровья и долголетия жизни. Лицетин не оказывает побочных действий. Применение лицетина крайне важно для каждого человека в любом возрасте.

[Подробнее](#)

РЫБИЙ ЖИР



Рыбий жир можно принимать, как пищу, добавляя параллельно с лекарствами разным групп, так как он увеличивает их эффективность. Рыбий жир повышает содержание в организме витамина (горючий витамин), тем самым повышает иммунитет человека.

[Подробнее](#)

ЧЕСНОЧНОЕ МАСЛО



Чеснок – природный антибиотик и антибиотик. Благодаря научным разработкам и новейшим технологиям чесночное масло не имеет специфического неприятного запаха и является эффективным профилактическим и укрепляющим средством.

[Подробнее](#)

ПОРОШОК ЖЕЛЕЗО



Порошок железа – лидер среди железных препаратов. Его профилактические свойства были признаны в международной медицине. Порошок железа (Gelatina sublim) – это залог здоровья и долголетия.

[Подробнее](#)

Код страниц сайта

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="en">
  <head>
    <meta charset="utf-8">
    <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
    <title>Hua Yang group</title>
    <link href="css/bootstrap.min.css" rel="stylesheet">
    <link rel="stylesheet" href="css/font-awesome/css/font-awesome.min.css">
    <link rel="stylesheet" href="css/style.css">
  </head>
  <body>
    <header>
      <div class="menu-top">
        <nav class="navbar navbar-default">
<div class="container">
  <!-- Brand and toggle get grouped for better mobile display -->
  <div class="navbar-header">
    <button type="button" class="navbar-toggle collapsed" data-toggle="collapse"
data-target="#menu-top" aria-expanded="false">
      <span class="sr-only">Toggle navigation</span>
      <span class="icon-bar"></span>
```

```

<span class="icon-bar"></span>
<span class="icon-bar"></span>
</button>
</div>
<div class="collapse navbar-collapse" id="menu-top">
  <ul class="nav navbar-nav">
    <li><a href="#">О нас <span class="sr-only">(current)</span></a></li>
    <li><a href="#">Каталог</a></li>
    <li><a href="#">Вестник Здоровья</a></li>
  </ul>
  <ul class="nav navbar-nav navbar-right">
    <form class="navbar-form navbar-left" role="search">
      <div class="form-group">
        <input type="text" class="form-control" placeholder="Поиск">
      </div>
      <button type="submit" class="btn btn-default">Найти</button>
    </form>
    <li class="dropdown">
      <a href="#" class="dropdown-toggle" data-toggle="dropdown"
role="button" aria-haspopup="true" aria-expanded="false"><span
class="flag"></span> Русский <span
class="caret"></span></a>
      <ul class="dropdown-menu">
        <li><a href="#">O'zbekcha</a></li>
        <li><a href="#">English</a></li>

```

```

        </ul>
    </li>
</ul>
</div><!-- /.navbar-collapse -->
</div><!-- /.container-fluid -->
</nav>

</div>
<div class="container">
    <div class="row">
        <div class="col-md-6">
            
        </div>
        <div class="col-md-6">
            <h1>Первая национальная парафармацевтическая компания в
Узбекистане</h1>
        </div>
    </div>
    </div>
    <div class="main-menu">
        <nav class="navbar navbar-inverse">
<div class="container-fluid">
    <!-- Brand and toggle get grouped for better mobile display -->
    <div class="container">
        <div class="navbar-header">

```

```

<button type="button" class="navbar-toggle collapsed" data-toggle="collapse"
data-target="#bs-example-navbar-collapse-1" aria-expanded="false">
  <span class="sr-only">Toggle navigation</span>
  <span class="icon-bar"></span>
  <span class="icon-bar"></span>
  <span class="icon-bar"></span>
</button>
<a class="navbar-brand" href="#">HUA YANG GROUP</a>
</div>
<div class="collapse navbar-collapse" id="bs-example-navbar-collapse-1">
  <ul class="nav navbar-nav">
    <li class="active"><a href="#">Главная <span class="sr-
only">(current)</span></a></li>
    <li><a href="product.html">Продукция</a></li>
    <li><a href="#">JINGDA-18</a></li>
    <li><a href="#">Клиники</a></li>
    <li><a href="#">Косметология</a></li>
  </ul>
  <ul class="nav navbar-nav navbar-right">
    <li><a href="#">Контакты</a></li>
  </ul>
</div><!-- /.navbar-collapse -->
</div><!-- /.container-fluid -->
</nav>

```

```

    </div>
  </div>
<div class="container">
  <div id="carousel-example-generic" class="carousel slide" data-
ride="carousel">
    <!-- Indicators -->
    <ol class="carousel-indicators">
      <li data-target="#carousel-example-generic" data-slide-to="0"
class="active"></li>
      <li data-target="#carousel-example-generic" data-slide-to="1"></li>
      <li data-target="#carousel-example-generic" data-slide-to="2"></li>
    </ol>
    <!-- Wrapper for slides -->
    <div class="carousel-inner" role="listbox">
      <div class="item active">
        
        <div class="carousel-caption">
        </div>
      </div>
      <div class="item">
        
        <div class="carousel-caption">
        </div>
      </div>
    </div>
  </div>

```


БАДов входят различные витамины, травы, корни, жиры, морепродукты (рыбий жир, водоросли, обладающие лечебными свойствами) и многое другое природного происхождения. Форма выпуска БАДов различна, в зависимости от состава и назначения - это капсулы, таблетки, порошки, чай, бальзамы, сиропы и пр.

```
</div><!--//content-->
```

```
</div>
```

```
<div class="col-md-3 col-md-pull-9">
```

```
<div class="sidebar">
```

```
<div class="row">
```

```
<div class="col-xs-12 col-sm-6 col-md-12">
```

```
<div class="widget">
```

```
<h3>Новости</h3>
```

```
<div class="panel-group" id="accordion" role="tablist" aria-multiselectable="true">
```

```
<div class="panel panel-default">
```

```
<div class="panel-heading" role="tab" id="headingOne">
```

```
<h4 class="panel-title">
```

```
<a role="button" data-toggle="collapse" data-parent="#accordion" href="#collapseOne" aria-expanded="true" aria-controls="collapseOne">
```

```
20-21-22 мая - Семинар для медицинских сотрудников
```

```
</a>
```

```
</h4>
```

```
</div>
```

```
<div id="collapseOne" class="panel-collapse collapse in" role="tabpanel" aria-  
labelledby="headingOne">
```

```
<div class="panel-body">
```

```

```

Семинар для медицинских сотрудников состоялся 20 мая 2016 года.
Темы семинара были раскрыты профессорами медицинских наук:
Ходжиметов А., Казаков Л.Х., Темировой Б.У. Семинар был посвящен всем
направлениям в медицине: кардиология, стоматология, неврология и др

```
</div>
```

```
<div class="col-xs-12 col-sm-6 col-md-12">
```

```
<div class="widget">
```

```
<h3>Статьи о ЗДОРОВЬЕ</h3>
```

```
<ul class="articles list-unstyled">
```

```
<li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-  
hidden="true"></i> Неправильно питание</a></li>
```

```
<li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-  
hidden="true"></i> "99 секретов спокойной жизни"</a></li>
```

```
<li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-  
hidden="true"></i> Жидкий Кальций и Жемчужные Пилули: В ЧЕМ  
РАЗНИЦА?</a></li>
```

```
<li><a href="#"> <i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-  
hidden="true"></i> Вредные привычки</a></li>
```

```
<li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-  
hidden="true"></i> Гигиена</a></li>
```

```
<li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-  
hidden="true"></i> Отравления</a></li>
```

```
<li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-  
hidden="true"></i> Грипп</a></li>
```

```
<li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-  
hidden="true"></i> Женские заболевания </a></li>
```

```
<li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-  
hidden="true"></i> Бесплодие</a></li>
```

```
</ul>
```

```
</div>
```

```
</div>
```

```
</div>
```

```
<div class="row">
```

```
<div class="col-xs-6 col-md-12"></div>
```

```
<div class="col-xs-6 col-md-12"></div>
```

```
</div>
```

```
</section>
```

```
<footer class="footer">
```

```
<div class="container">
```

```
<div class="row">
  <div class="col-md-3 text-center">
    
  </div>
  <div class="col-md-3">
    <h4>Контакты:</h4>
    <p>Город Ташкент, Мирзо Улугбекский район, улица Хирмотепа
(Донская), дом 59.</p>
    <h4><i class="glyphicon glyphicon-phone-alt"></i>: 268-5055</h4>
    <h4><i class="fa fa-envelope" aria-hidden="true"></i>:
hy.narvon@gmail.com
  </h4>
    <h4><i class="fa fa-envelope" aria-hidden="true"></i>:
info@huayang.uz</h4>
  </div>
<div class="col-md-3 arrow">
  <ul class="list-unstyled">
    <li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-
hidden="true"></i> Главная</a></li>
    <li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-
hidden="true"></i> Продукция</a></li>
    <li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-
hidden="true"></i> Jingda</a></li>
    <li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-
hidden="true"></i> Клиники</a></li>
```

```
<li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-  
hidden="true"></i> Косметология</a></li>
```

```
<li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-  
hidden="true"></i> Каталог</a></li>
```

```
<li><a href="#"><i class="fa fa-arrow-circle-right" aria-  
hidden="true"></i> Вестник Здоровья</a></li>
```

```
</ul>
```

```
</div>
```

```
<div class="col-md-3 text-center">
```

```
<h4>МЫ В:</h4>
```

```
<div class="social-icons">
```

```
<a href="https://www.facebook.com/"></a>
```

```
<a href="https://twitter.com/"></a>
```

```
<a href="https://mail.google.com/"></a>
```

```
</div>
```

```
<p class="info">2016 © Все права защищены. <a  
href="#">huayang.uz</a></p>
```

```
</div>
```

```
</div>
```

```
</div>
```

```
</footer>
```

```
<script  
src="https://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/1.11.3/jquery.min.js"></script>
```

```
<script src="js/bootstrap.min.js"></script>  
</body>  
</html>
```