

# *Поиск информации в Internet и оформление буклетов о профессиональной подготовке с использованием ИКТ*

{ Творческое задание(проект) студенток ФИСГН,  
{ 3 курса, Зотовой Юлии и Степановой Марии



# { Аннотация:

▫ Варианты поиска информации в Интернете– одна из самых востребованных на практике задач, которую приходится решать любому пользователю Интернета. В данной работе представлены варианты поиска информации в интернете и советы по подготовке буклетов о профессиональной деятельности.

# { Ключевые слова:

▫ Интернет, поисковая система, гиперссылка, поисковые каталоги, поисковые индексы, буклет



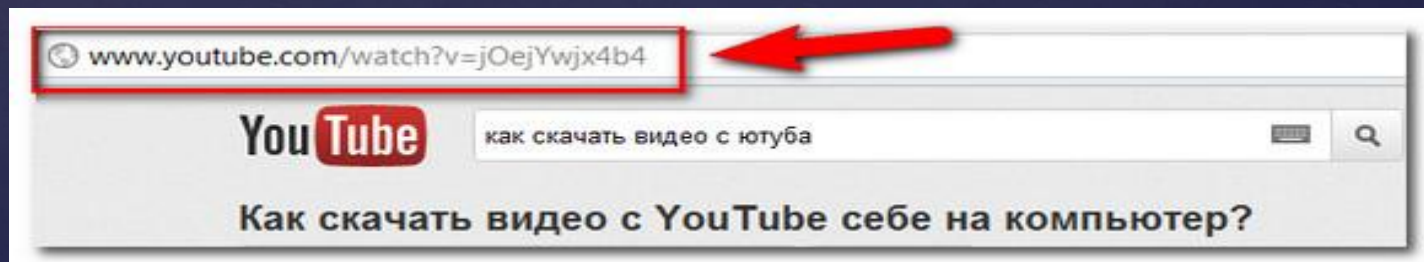
# Существуют три основных способа поиска информации в Интернет:

- 1. Указание адреса страницы.
- 2. Передвижение по гиперссылкам.
- 3. Обращение к поисковой системе (поисковому серверу).



# Указание адреса страницы

- Это самый быстрый способ поиска, но его можно использовать только в том случае, если точно известен адрес документа или сайта, где расположен документ. Не стоит забывать возможность поиска по открытой в окне браузера web-странице (Правка-Найти на этой странице...).





# Передвижение по гиперссылкам

- Это наименее удобный способ, так как с его помощью можно искать документы, только близкие по смыслу текущему документу.



# Обращение к поисковой системе

- ▣ Пользуясь гипертекстовыми ссылками, можно бесконечно долго путешествовать в информационном пространстве Сети, переходя от одной web-страницы к другой, но если учесть, что в мире созданы многие миллионы web-страниц, то найти на них нужную информацию таким способом вряд ли удастся. На помощь приходят специальные поисковые системы (их еще называют поисковыми машинами). Адреса поисковых серверов хорошо известны всем, кто работает в Интернете. В настоящее время в русскоязычной части Интернет популярны следующие поисковые серверы: **Яндекс ([yandex.ru](http://yandex.ru)), Google ([google.ru](http://google.ru)) и Rambler ([rambler.ru](http://rambler.ru)).**



# Поисковая система



□ Поисковая система - веб-сайт, предоставляющий возможность поиска информации в Интернете. Большинство поисковых систем ищут информацию на сайтах Всемирной паутины, но существуют также системы, способные искать файлы на ftp- серверах, товары в интернет-магазинах, а также информацию в группах новостей Usenet. По принципу действия поисковые системы делятся на два типа: *поисковые каталоги и поисковые индексы.*



# Поисковые каталоги

□ Поисковые каталоги служат для тематического поиска. Информация на этих серверах структурирована по темам и подтемам. Имея намерение осветить какую-то узкую тему, нетрудно найти список web-страниц, ей посвященных. Каталог ресурсов в Интернете или каталог интернет-ресурсов или просто интернет-каталог структурированный набор ссылок на сайты с кратким их описанием. Каталог в котором ссылки на сайты внутри категорий сортируются по популярности сайтов называется рейтинг (или топ).





# Поисковые индексы

- Поисковые индексы работают как алфавитные указатели. Клиент задает слово или группу слов, характеризующих его область поиска, и получает список ссылок на web-страницы, содержащие указанные термины. Первой поисковой системой для Всемирной паутины был «Wandex», уже не существующий индекс, разработанный Мэтью Грэйем из Массачусетского технологического института в 1993.



# Как работает поисковой индекс?

- Поисковые индексы автоматически, при помощи специальных программ (веб-пауков), сканируют страницы Интернета и индексируют их, то есть заносят в свою огромную базу данных. *Поисковый робот («веб-паук»)* программа, являющаяся составной частью поисковой системы и предназначенная для обхода страниц Интернета с целью занесения информации о них (ключевые слова) в базу поисковика. По своей сути паук больше всего напоминает обычный браузер. Он сканирует содержимое страницы, забрасывает его на сервер поисковой машины, которой принадлежит и отправляется по ссылкам на следующие страницы. В ответ на запрос, где найти нужную информацию, поисковый сервер возвращает список гиперссылок, ведущих web-страницам, на которых нужная информация имеется или упоминается. Обширность списка может быть любой, в зависимости от содержания запроса.

# <http://www.yandex.ru/>



▣ **Яндекс** - российская система поиска в Сети. Сайт компании, Yandex.ru, был открыт 23 сентября 1997 года. Головной офис компании находится в Москве. У компании есть офисы в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Одессе и Киеве. Количество сотрудников превышает 700 человек. Слово «Яндекс» (состоящее из буквы «Я» и части слова index; обыгран тот факт, что русское местоимение «Я» соответствует английскому «I») придумал Илья Сегалович, один из основателей Яндекса, в настоящий момент занимающий должность технического директора компании. *Поиск Яндекса позволяет искать по Рунету документы на русском, украинском, белорусском, румынском, английском, немецком и французском языках с учётом морфологии русского и английского языков и близости слов в предложении.* Отличительная особенность Яндекса возможность точной настройки поискового запроса. Это реализовано за счёт гибкого языка запросов. *По умолчанию Яндекс выводит по 10 ссылок на каждой странице выдачи результатов, в настройках результатов поиска можно увеличить размер страницы до 20, 30 или 50 найденных документов.* Время от времени алгоритмы Яндекса, отвечающие за релевантность выдачи, меняются, что приводит к изменениям в результатах поисковых запросов. В частности, эти изменения направлены против поискового спама, приводящего к нерелевантным результатам по некоторым запросам.



# <http://www.google.ru/>

- Лидер поисковых машин Интернета, *Google* занимает более 70 % мирового рынка. Сейчас регистрирует ежедневно около 50 млн поисковых запросов и индексирует более 8 млрд веб-страниц. Google может находить информацию на 115 языках. По одной из версий, Google искажённое написание английского слова googol. "Googol (гугол)" – это математический термин, обозначающий единицу со 100 нулями. Этот термин был придуман Милтоном Сироттой, племянником американского математика Эдварда Каснера, и впервые описан в книге Каснера и Джеймса Ньюмена "Математика и воображение" (Mathematics and the Imagination). *Использование этого термина компанией Google отражает задачу организовать огромные объемы информации в Интернете. Интерфейс Google содержит довольно сложный язык запросов, позволяющий ограничить область поиска отдельными доменами, языками, типами файлов и т. д.*





# <http://www.rambler.ru/>

- ▣ *Rambler Media Group* интернет-холдинг, включающий в качестве сервисов поисковую систему, рейтинг-классификатор ресурсов российского Интернета, информационный портал. Rambler создан в 1996 году. Поисковая система Рамблер понимает и различает слова русского, английского и украинского языков. По умолчанию поиск ведётся по всем формам слова.



# СОВЕТЫ ПО ПРАВИЛЬНОМУ ОФОРМЛЕНИЮ БУКЛЕТОВ

## 1. ЦВЕТ ФОНА

Именно он влияет на восприятие. Для этой цели подойдут следующие оттенки:

- Белый;
- Нежный бежевый;
- Розовый;
- Серый;
- Бледно желтый;
- Синий.

Старайтесь избегать темных цветов. Они создают дополнительную нагрузку на глаза и усложняют чтение. Исключения составляют случаи, когда фоновые цвета несут добавочную нагрузку. Согласитесь, для рекламы ночного клуба не подойдет белый фоновый цвет.

## 2. ОФОРМЛЕНИЕ БУКЛЕТОВ. ВЫБОР ШРИФТА

Лучше всего пользоваться стандартными шрифтами: Times New Roman, School или Arial, выделяя ключевые моменты другим цветом, уделяя особое внимание удобству чтения потребителем.

## 3. ПОДБОР ИЛЛЮСТРАЦИЙ И ФОТОГРАФИЙ

Идеальный вариант – подбор картинки, характеризующей целевую группу. Акцент лучше делать на эмоциональной составляющей, дополняя её смысловой. Как оформить рекламный буклет так, чтобы он вызывал положительные эмоции и закреплялся в памяти? Размещайте на буклетах красивые ландшафты, играющих животных или детей. Если буклет рассчитан на студентов, акцент следует делать на новых технологиях и драйве.

## 4. ОФОРМЛЕНИЕ БУКЛЕТОВ. КОЛИЧЕСТВО ФАЛЬЦЕВ

Рекламные брошюры могут иметь один или несколько сгибов и складываться различными способами: гармошкой, вовнутрь краями и т.д. Количество фальцев и способ складывания значительно влияют на внешний вид рекламного продукта и на восприятие, поэтому при разработке рекламного макета этому вопросу следует уделить особое внимание.



# Рекламный буклет направления подготовки «Организация работы с молодежью»

**«Молодежь — это треть населения страны — наиболее динамичная и в то же время уязвимая часть общества. Одна из важнейших задач — восстановление и развитие на новом уровне сети региональных и муниципальных учреждений по работе с молодежью».**  
В.В. Путин

**Студенты ТПУ им. Л. Н. Толстого специальности «Организация работы с молодежью»**

**На практике в лагере...**

**На первом молодежном форуме России в Москве...**

**На научной конференции «Проблемы молодежи глазами студентов»...**

**В.В. Путин на Всероссийском Молодёжном форуме Селигер 2013**

**www.tspu.ru**

**Организация работы с молодежью — Будущее за нами!**

Туйский Государственный Педагогический Университет им. Л.Н.Толстого  
**www.tspu.ru**

**Организатор работы с молодежью** — это специалист с высшим образованием, который занимается решением комплексных задач по реализации молодежной политики в сфере труда, права, политики, науки и образования, культуры и спорта, коммуникации, здравоохранения; взаимодействием с государственными и общественными структурами, молодежными и детскими общественными объединениями, с работодателями.

С 2004 года в ТПУ им. Л. Н. Толстого началась подготовка специалистов в области государственной молодежной политики.

**Студенты изучают такие предметы как:**

- Психологические основы работы с молодежью
- Международное молодежное сотрудничество
- Государственная молодежная политика в РФ
- Правовые основы работы с молодежью
- Экономика молодежной сферы
- Менеджмент молодежной сферы
- Социология молодежи и др.

**Поступив на данную специальность, вы научитесь:**

- Организовывать и планировать работу с молодыми людьми в молодежных сообществах по месту жительства, учебы, работы, отдыха, временного пребывания молодежи;
- Выявлять и решать проблемы молодежи и подростки в области занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга;
- Выявлять проблемы в политических и общественных движениях молодежи;
- Работать с неформальными группами молодежи;
- Взаимодействовать с объединениями и организациями, представляющими интересы молодежи (непрямая социальная обслуживания, служебная правовая помощь и т.д.);
- Проводить профилактику асоциальных явлений в молодежной среде (наркомания, алкоголизм).

Осуществлять гражданско-патриотическое воспитание подрастающего поколения;

Проводить мероприятия по социально-психологической адаптации молодых людей в организации, регулировать конфликты молодых людей;

Развивать международное молодежное сотрудничество (организация зарубежных стажировок, обмена, обучения);

Принимать меры по поддержке молодых семей, обеспечению их жильем, образованию домашним хозяйством, воспитанию детей;

Работать с молодежными СМИ для информирования молодого поколения о новых программах, проектах, законах и т.д.;

Поддерживать и продвигать инновационные идеи молодежи;

Разрабатывать и внедрять проекты и программы по проблемам детей, подростков и молодежи.

Подготовлен студентками направления подготовки «Организация работы с молодежью», Зотовой Юлией и Марией Степановой через программу **Microsoft Publisher**

## Список источников:

- <http://school497.ru/download/u/01/urok6/les6.html>
- <http://www.seonews.ru/masterclasses/tehnologiya-poiska-informatsii-v-internet-vidyi-poiskovyih-instrumentov-informatsionnyie-poiskovyie-sistemyi-interneta/>
- [http://ppsprint.ru/production/buklety/sovety\\_po\\_oformleniyu\\_bukleta/](http://ppsprint.ru/production/buklety/sovety_po_oformleniyu_bukleta/)
- <http://www.5byte.ru/9/0036.php>

*Спасибо за внимание!!!*

