

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**МУЛЬТИМЕДІЙНЕ ВИДАВНИЦТВО**

**Методичні рекомендації  
до самостійної роботи студентів  
спеціальності 186 "Видавництво та поліграфія"  
другого (магістерського) рівня**

**Харків  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця  
2019**

УДК 004.915(07.034)

М90

**Укладачі:** О. І. Пушкар  
О. С. Завгородня

Затверджено на засіданні кафедри комп'ютерних систем і технологій.  
Протокол № 9 від 21.03.2019 р.

*Самостійне електронне текстове мережеве видання*

**Мультимедійне** видавництво [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до самостійної роботи студентів спеціальності 186 "Видавництво та поліграфія" другого (магістерського) рівня / уклад. О. І. Пушкар, О. С. Завгородня. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 53 с.

Подано завдання та матеріали для виконання самостійних робіт, мета яких полягає у вивченні питань організації електронного видавництва, його структури, діяльності та послуг, що надаються, а також проєктування і створення мультимедійних видань.

Рекомендовано для студентів спеціальності 186 "Видавництво та поліграфія" освітньо-професійної програми "Технології електронних мультимедійних видань" другого (магістерського) рівня.

**УДК 004.915(07.034)**

© Харківський національний економічний  
університет імені Семена Кузнеця, 2019

## Вступ

Розвиток інформаційних технологій та систем у сучасному інформаційному світі зумовлює значні зміни традиційних виробництв, створює нові ринки інформаційних продуктів, а тому вимушує мультимедійні видавництва пристосовуватися до сучасних вимог інформаційного світу. Навчальна дисципліна "Мультимедійне видавництво" є базовою і вивчається студентами спеціальності 186 "Видавництво та поліграфія" на другому (магістерському) рівні освіти та є методологічною і методичною основою для опанування студентами предметної області мультимедійних видавництв, що охоплює комп'ютеризовані системи й технології поліграфічного виробництва та технології мультимедійних електронних видань.

Навчальна дисципліна складається із двох змістових частин, у яких висвітлено особливості викладацької діяльності в інженерній педагогіці та навчання на робочому місці. Навчальна дисципліна "Мультимедійне видавництво" охоплює дві важливі складові: проєктування електронного видання та організація його виробництва. На етапі проєктування електронного мультимедійного видання передбачається вивчення особливостей мультимедійних видань як специфічних цифрових продуктів, що мають відмінні особливості у виробництві, просуванні, дистрибуції та споживанні. Такі особливості накладають обмеження на вибір методологій управління проєктами створення таких видань. Діяльності з управління проєктами створення мультимедійних видань у дисципліні приділено особливу увагу.

Діяльність із організації виробництва електронного видання має свої особливості (порівняно із виробництвом традиційних друкованих видань), що полягають у виборі інструментів створення, аналізу, тестування, просування та документального супроводу таких видань. У навчальній дисципліні "Мультимедійне видавництво" комплексно розкрито всі процеси проєктування та виробництва електронних видань як особливого типу продукції, характерної для інформаційної економіки. Метою позааудиторної самостійної роботи з дисципліни є надання студентам можливості отримання базових і розширення отриманих компетентностей щодо вивчення основних принципів роботи електронних видавництв як виробників електронних і мультимедійних продуктів; вивчення методів і технологій організації роботи електронних видавництв, створення, розповсюдження і використання електронних видань у видавничій діяльності.

Усі зазначені аспекти навчальної дисципліни знайшли комплексне відображення у матеріалах самостійних робіт, що спрямовані на поступове формування відповідних компетентностей: здатність застосовувати управлінські навички у сфері видавництва та поліграфії; здатність демонструвати поглиблені знання у сфері видавництва та поліграфії; здатність застосовувати управлінські навички у сфері видавництва та поліграфії; здатність до пошуку, використання та інтерпретації інформації для вирішення професійних і наукових завдань у сфері видавництва та поліграфії; здатність проєктувати бізнес-процеси та керувати ними на мультимедійних видавництвах.

Виконання завдань для самостійної роботи оцінюватимуться за такими критеріями:

повнота урахування вимог до виконання завдання;

логічність викладеного матеріалу та відповідність його структури передбаченим у завданні змістовним елементам;

повнота, послідовність та самостійність вирішення визначених завдань і досягнення мети завдання;

наявність та обґрунтованість підсумкових висновків;

опрацювання додаткових до вказаних у рекомендаціях джерел;

ілюстрування опрацьованого матеріалу (студентом) власними прикладами та графічним матеріалом.

Матеріали для перевірки результатів роботи мають бути передані викладачеві у друкованому вигляді (уніфіковані вимоги для оформлення результатів виконання також наводяться у методичних рекомендаціях, в додатку А) та електронному вигляді на сторінку навчальної дисципліни на сайті персональних навчальних систем ХНЕУ ім. С. Кузнеця (системи *e-learning* університету).

# Змістовий модуль 1

## Проектування мультимедійних видань

### Самостійна робота 1

#### Формування штату мультимедійного видавництва

**Мета роботи:** навчитися формувати штат мультимедійного видавництва (ММВ) відповідно до його структури; сформувати практичні навички з формування команди для окремого проєкту.

**Об'єктом самостійної роботи** є мультимедійне видавництво. **Предмет самостійної роботи** – процес формування штату мультимедійного видавництва.

**Методи, що використовуються для виконання самостійної роботи:** аналіз і синтез.

У результаті виконання самостійної роботи у студента формуються **компетентності:** здатність застосовувати управлінські навички у сфері видавництва та поліграфії (а саме формування штату ММВ залежно від виду діяльності, формування команди для розроблення певного виду видань, розроблення функціональних обов'язків для співробітників ММВ).

**Місце і значення самостійної роботи** в процесі вивчення змістового модуля "Проектування мультимедійних видань" навчальної дисципліни "Мультимедійне видавництво": це завдання виконується в межах вивчення теми "Управління проєктами створення мультимедійних видань. Методології створення електронних мультимедійних видань" та забезпечує успішне вивчення решти тем модуля.

**Результатом** виконання самостійної роботи є звіт-презентація з виконання завдання.

#### Хід роботи

Розширений штат мультимедійного видавництва виглядає таким чином:

**1. Адміністрація.**

**2. ІТ відділ:**

Служба захисту інформації.

Служба програмної підтримки.

Служба технічної підтримки.

Відділ інформаційно-управляючих систем.

**3. Аналітичний відділ.**

**4. Департамент маркетингу:**

Відділ інтренет-маркетингу.

Відділ поліграфії.

Відділ реклами:

Відділ інтренет-реклами.

Відділ розміщення реклами в ЗМІ.

Прес-служба.

Відділ PR.

**5. Департамент із роботи з клієнтами:**

Call Center.

Відділ клієнтської підтримки.

Розрахунково-сервісний центр.

**6. Відділ якості:**

Відділ тестування ПЗ.

**7. Відділ служби безпеки.**

**8. Виробничий відділ:**

Конструкторський сектор.

Сектор розроблення ПЗ.

Студія аудіо- та відеовиробництва.

Технологічний сектор.

Відділ дизайну.

Студія анімації.

**9. Фінансовий відділ:**

Бухгалтерія.

Відділ контрольно-ревізійної роботи.

Відділ продажів.

**10. Юридичний відділ.**

**Завдання.** Підготуйте проєкт із формування штату мультимедійного видавництва, виконуючи завдання, що перераховані далі.

Етапи реалізації проєкту:

1. Проаналізуйте розширену структуру ММВ й запропонуйте варіанти з її оптимізації залежно від виду діяльності ММВ.

2. Запропонуйте структуру команди для створення одного із проєктів: вебсайта, мультимедійної презентації, комп'ютерної гри, флеш-листівки, електронного журналу. Обґрунтуйте свій вибір.

3. Сформуйте функціональні обов'язки для таких фахівців: менеджер проєкту, художник, дизайнер, програміст, мультиплікатор, звукорежисер, фотограф, відеооператор.

### **Контрольні запитання для самоперевірки**

1. Які функції виконує мультимедійне видавництво?
2. Перерахуйте основні послуги, що надають мультимедійні видавництва.
3. Які існують напрями діяльності мультимедійних видавництв?
4. У чому полягає процес проєктування мультимедійного видання і хто в ньому бере участь?

## **Самостійна робота 2**

### **Планування та бюджет мультимедійного видання**

**Мета роботи:** сформувати практичні навички зі складання плану створення мультимедійного видання з обліком фінансових і тимчасових витрат.

**Об'єктом самостійної роботи** є мультимедійне видання.

**Предмет самостійної роботи** – процес планування мультимедійного видання на створення його бюджету.

**Методи, що використовуються для виконання самостійної роботи:** аналіз і синтез.

У результаті виконання самостійної роботи у студента формуються **компетентності:** здатність застосовувати управлінські навички у сфері видавництва та поліграфії (а саме обґрунтування доцільності створення мультимедійного видання, розроблення плану з його створення та бюджету його виробництва).

**Місце і значення самостійної роботи** в процесі вивчення змістового модуля "Проєктування мультимедійних видань" навчальної дисципліни "Мультимедійне видавництво": це завдання виконується в межах вивчення теми "Управління проєктами створення мультимедійних видань. Методології створення електронних мультимедійних видань" та забезпечує успішне вивчення решти тем модуля.

**Результатом** виконання самостійної роботи є есе на обрану тему.

## **Хід роботи**

Розглянемо процес планування та формування бюджету на прикладі створення вебвидання.

Під час планування вебвидання слід враховувати такі етапи його створення.

### **Дизайн основної та типових сторінок сайту**

Починається робота зі створення дизайну в графічному редакторі (зазвичай, це Adobe Photoshop). Дизайнер створює один або декілька варіантів дизайну відповідно до технічного завдання. Водночас окремо створюється дизайн головної сторінки і дизайни типових сторінок (наприклад: статті, новини, каталог продукції). Власне, "дизайн сторінки" становить графічний файл, рисунок, що складається з найбільш дрібних елементів загального рисунка. Водночас дизайнер має враховувати обмеження стандартів HTML (не створювати дизайн, який потім не зможе бути реалізований стандартними засобами HTML).

Кількість ескізів і порядок їхнього надання обумовлюється з проєкт-менеджером. Так само менеджер проєкту здійснює контроль термінів. У великих вебстудіях у процесі бере участь арт-директор, який контролює якість графіки. Етап також закінчується затвердженням ескізу замовником.

### **HTML-верстка**

Затверджений дизайн передається HTML-верстальнику, який "нарізає" графічну картинку на окремі рисунки, із яких згодом складає HTML-сторінку. У результаті створюється код, який можна переглядати за допомогою браузера. А типові сторінки згодом будуть використовуватися як шаблони. У невеликих студіях HTML-кодуванням займається дизайнер, який створив макет сайту.

### **Програмування**

Далі готові HTML-файли передають програмісту. Програмування сайту може здійснюватися як "з нуля", так і на основі CMS – системи управління контентом. Веброзробники часто називають CMS "движком". У випадку з CMS треба зазначити, що налаштування модулів обраної CMS є роботою, яка може потребувати кваліфікації. Програміста в цьому випадку правильно буде назвати просто фахівцем із CMS, він має замінити стандартний шаблон, що поставляється з CMS, на оригінальний



шаблон. Цей оригінальний шаблон має бути створений на основі вихідного "вебдизайну". Під час програмування сайту спеціалісту призначаються терміни виконання.

### **Завершальний етап розроблення вебвидання – тестування**

Вебдизайн сайту має адекватно виглядати в різних браузерах, особливо в браузерах Internet Explorer, Firefox, Safari, Chrome і Opera.

Процес тестування може містити найрізноманітніші перевірки: вид сторінки зі збільшеними шрифтами за різних розмірів вікна браузера, за відсутності flash-плеєра і багато інших. Виявлені помилки відправляються на виправлення доти, поки не будуть усунені. Терміни контролює менеджер проекту. Так само на цьому етапі залучають до роботи дизайнера, щоб він провів авторський нагляд.

### **Розміщення сайту в мережі "Інтернет"**

Файли сайту розміщують на сервері провайдера і виконують потрібні налаштування. На цьому етапі сайт поки закритий для відвідувачів.

### **Наповнення контентом і публікація**

Сайт наповнюють контентом – текстами, зображеннями, файлами для скачування і т. д. Іноді тексти складаються фахівцем студії, іноді контентом займається відповідальна особа з боку замовника. Це вирішується на етапі складання технічного завдання. У разі, якщо контент складається представником студії, це відбувається і затверджується паралельно з іншими етапами проекту.

### **Внутрішня SEO-оптимізація**

Пов'язана з деякими змінами самого сайту. Вона починається з визначення семантичного ядра. Тут визначаються такі ключові слова, які привернуть найбільш зацікавлених відвідувачів, за якими привернути увагу цільового користувача простіше. Потім ці слова вносяться на сайт. Тексти, посилання, інші теги адаптуються так, щоб пошукові системи могли їх успішно знаходити за ключовими словами.

### **Зовнішня SEO-оптимізація**

Зводиться, переважно, до побудови структури вхідних посилань. Це, власне, і є розкрутка. До розроблення сайту зовнішня SEO-оптимізація не має відношення.

SEO-оптимізація класифікується на "білу" і "чорну". "Біла" SEO-оптимізація – це трудомісткий і довгий процес, вартість якого може в кілька разів перевищувати витрати на створення сайту.

### **Здача проєкту**

Замовник або його довірена особа переглядають готовий проєкт і в разі, якщо все влаштовує, підписують документи про здачу проєкту. Так само на цьому етапі проводиться навчання представника замовника навичкам роботи в адміністраторській зоні сайту (якщо таке передбачено контрактом).

Бюджет вебвидання в загальному вигляді складається з таких складових частин:

- розроблення та узгодження концепції;

- складання технічного завдання;

- розроблення дизайну, до повного узгодження з замовником;

- верстка макетів;

- розроблення програмного забезпечення – підключення системи управління, налаштування необхідних модулів;

- наповнення вебвидання текстовими і графічними матеріалами, які надаються замовником;

- навчання замовника роботі з системою управління контентом;

- реєстрація вебвидання в пошукових системах, підключення статистики відвідувань.

Трудовитрати на кожен з етапів формують базову вартість вебвидання. Також, за бажанням замовника, у вартість створення вебвидання можуть бути внесені такі послуги, як:

- розроблення фірмового стилю (логотип, фірмовий знак);

- копірайтинг – написання унікальних статей для вебвидання;

- підтримка та супровід вебвидання;

- базова оптимізація вебвидання.

Над створенням корпоративного вебвидання працюють як мінімум 5 осіб – менеджер проєкту, дизайнер, HTML-верстальник, програміст, контент-менеджер. Також, у розробленні вебвидання можуть брати участь SEO-оптимізатор і копірайтер. Тільки в тому випадку, коли кожен фахівець займається своєю справою, можлива реалізація якісного проєкту. На вартість вебвидання впливає використання в процесі його розроблення системи управління контентом (CMS). Роблячи замовлення вебвидання, на який встановлюється CMS, замовник отримує величезні

переваги, які полегшать роботу з вебвиданням і дозволять надалі заощадити чимало коштів. На жаль, якщо клієнт не має уявлення про те, що таке CMS, він може замовити вебвидання за низьку ціну без CMS і в підсумку навіть не зможе поміняти інформацію у вебвиданні та постійно буде звертатися до розробника з цією проблемою.

**Завдання.** Напишіть есе, вибравши як тему одне із завдань, що наведено далі:

1. Вам доручили створити мультимедійний навчальний курс із використання JavaScript. Виправдайте доцільність створення такого проєкту, обговоривши такі питання:

- ринок збуту продукту;
- мета створення проєкту;
- технічні обмеження;
- створення графіка виконання роботи.

2. Назвіть та опишіть стадії виконання мультимедійного проєкту. Встановіть контрольні точки, що позначають завершення кожного етапу.

3. Назвіть мінімум десять завдань, що становлять роботу над мультимедійним проєктом. Розташуйте ці завдання в логічному порядку. Які завдання можна виконувати тільки після завершення роботи над попередніми?

4. Обговоріть фактори, що впливають на вартість послуг різних компаній. Окремо перелічіть фактори, пов'язані з досвідом, можливостями компанії та із самим проєктом.

5. Назвіть та опишіть потенційні перешкоди, що впливають на точність складання розкладу часу й ресурсів, необхідних для створення проєкту.

### **Контрольні запитання для самоперевірки**

1. Що є інтернет-проєктами і яку інформацію вони можуть містити? Наведіть приклади.

2. Наведіть приклади можливих шляхів ініціювання проєктів.

3. Перерахуйте основні етапи проєктування мультимедійних продуктів.

4. Який етап, на вашу думку, є найбільш трудомістким під час створення мультимедіа-проєкту і чому?

5. Які фактори, на ваш погляд, впливають на планування мультимедійного проєкту? Перелічіть їх.

## **Самостійна робота 3**

### **Управління мультимедійним проєктом**

**Мета роботи:** навчитися складати план виконання проєкту з обліком послідовного й паралельного виконання робіт різними працівниками; навчитися контролювати стадії виконання проєкту.

**Об'єктом самостійної роботи** є мультимедійний проєкт.

**Предметом самостійної роботи** є процес складання плану мультимедійного проєкту та управління стадіями його розроблення.

**Методи, що використовуються для виконання самостійної роботи:** аналіз і синтез, порівняння, дедукція.

У результаті виконання самостійної роботи у студента формуються **компетентності:** здатність застосовувати управлінські навички у сфері видавництва та поліграфії (а саме обґрунтування доцільності створення мультимедійного видання, розроблення плану з його створення та бюджету його виробництва).

**Місце і значення самостійної роботи** в процесі вивчення змістового модуля "Проєктування мультимедійних видань" навчальної дисципліни "Мультимедійне видавництво": це завдання виконується в межах вивчення теми "Управління проєктами створення мультимедійних видань. Методології створення електронних мультимедійних видань" та забезпечує успішне вивчення решти тем модуля.

**Результатом** виконання самостійної роботи є есе або презентація-звіт, який має містити основні роботи з управління проєктом відповідно до наведеної ситуації.

### **Хід роботи**

Процес управління проєктом у мультимедійному видавництві зазвичай здійснює менеджер проєктів, обов'язками якого є ведення, реалізація та управління проєктами, охоплюючи:

передпроєктну роботу: планування проєкту, цілей та термінів виконання, формування календарного плану як для команди загалом, так і для кожного члена команди окремо;

організаційну роботу: забезпечення проєкту ресурсами, підготовку заявки на необхідних йому працівників та їхній рівень кваліфікації, формування поточних завдань для кожного співробітника, організацію

обміну необхідною інформацією між співробітниками, вирішення всіх проблемних ситуацій у роботі й у відносинах;

управління повним циклом розроблення нових технологій і координацію програм зі стратегічними партнерами, прискорення циклу впровадження нових версій продуктів, завоювання довіри замовника та позитивної репутації в результаті ефективної роботи з проєктування, впровадження та підтримки продуктів;

постійна взаємодія із замовником, підтримання довірчого рівня відносин із командою клієнта, визначення його потреб і проблем, інформування співробітників компанії про зміни в стратегії реалізації проєкту, управління процесом реалізації проєкту;

контроль виконання проєкту та дотримання термінів, зазначених у плані, відповідальність за реалізацію проєкту загалом, перевірку та затвердження продукту у всіх його аспектах – функціональність, критерії якості.

Менеджер проєктів має володіти такими компетентностями:

знання ринку ІТ, інформованість щодо поточної ситуації у цій сфері, технічна грамотність (володіння термінологією), розуміння загальної стратегії роботи компанії;

відмінне розуміння циклу продажів і факторів, що впливають на рішення замовників, розуміння бізнес-процесів – знання проблем, що часто зустрічаються, і їхніх рішень, знання основних компаній-конкурентів у тому чи іншому секторі;

уміння виявляти творче мислення і забезпечувати ефективну комунікацію зі співробітниками компанії, командою замовника;

уміння визначати вимоги клієнта, культивування довіри клієнта і притягнення його до співпраці, уважне ставлення до змін пріоритетів та керівних вказівок, недопущення розповзання і розмивання цілей та змісту проєкту;

ефективне управління командою виконавців, правильний розподіл роботи і відповідальність за виконання кожного етапу роботи;

відмінні організаторські здібності, вміння розробляти план і дотримуватися його, вирішувати одночасно багато завдань;

аналітичний склад розуму й орієнтованість на досягнення результату, відповідальність, акуратність, старанність, готовність до навчання.

Типовою освітою для менеджера проєкту є вища освіта в сфері менеджменту та бажано в сфері ІТ. Обов'язковою вимогою є знання іноземних мов (зазвичай це усна та письмова англійська).

**Завдання.** Напишіть есе, вибравши як тему одне із завдань, що наведено далі:

1. Припустимо, що вам доручили керувати проектом розроблення й створення вебсайту для вашої компанії. Сайт має використати останні модулі для тривимірної інтерактивної презентації вмісту. У вашому розпорядженні команда розробників із двох програмістів і дизайнер із письменником. Як ви вчините: затвердите остаточний дизайн сайту, перш ніж приступати до роботи або почнете розроблення й виробите остаточний дизайн за ходом дії? Як вплинуть на роботу такі фактори, як клієнт, технології й відносини між розробниками й програмістами?

2. Перелічіть чотири типи структурної організації мультимедійного проекту. Опишіть чотири гіпотетичних проекти, для яких оптимально використати той або інший тип структури. Обґрунтуйте, чому для того або іншого проекту краще підходить обраний тип структури.

3. Проаналізуйте взаємозв'язок між інформаційним наповненням програми, інтерфейсом і зручністю використання. Як щонайкраще зробити інформацію доступною для користувачів, не ускладнюючи інтерфейс? У чому полягають переваги модального інтерфейсу? Як можна використати "теми" для ідентифікації певних областей проекту?

4. Які дії необхідно виконати безпосередньо перед початком виробництва проекту?

5. Опишіть процес контролю стадії виробництва й розроблення проекту. Не забудьте про контролювання версій файлів, узгодження імен файлів, роботу із замовником і управління колективом.

### **Контрольні запитання для самоперевірки**

1. Перерахуйте основні етапи планування мультимедійного продукту.

2. Які методології проектування вам відомі?

3. Наведіть типи та класифікацію проектів.

4. Наведіть сутність методів мережевого планування та управління проектами.

5. Зазначте особливості та типовий функціонал програмного забезпечення управління проектами.

## **Самостійна робота 4**

### **Формування контенту мультимедійного видання.**

### **Формування вимог до медіаконтенту ММВ**

**Мета роботи:** сформувати перелік вимог до медіаконтенту мультимедійного видання та здійснити його підбір відповідно до зазначених вимог.

**Об'єктом самостійної роботи** є мультимедійне видання.

**Предметом самостійної роботи** є процес формування контенту мультимедійного видання та вимог до нього.

**Методи, що використовуються для виконання самостійної роботи:** аналіз і синтез.

У результаті виконання самостійної роботи у студента формуються **компетентності:** здатність до пошуку, використання та інтерпретації інформації для вирішення професійних і наукових завдань у сфері видавництва та поліграфії.

**Місце і значення самостійної роботи** в процесі вивчення змістового модуля "Проєктування мультимедійних видань" навчальної дисципліни "Мультимедійне видавництво": це завдання виконується в межах вивчення теми "Контент і структура електронного видання. Розроблення сценарію та дизайну мультимедійних видань" та забезпечує успішне вивчення решти тем модуля.

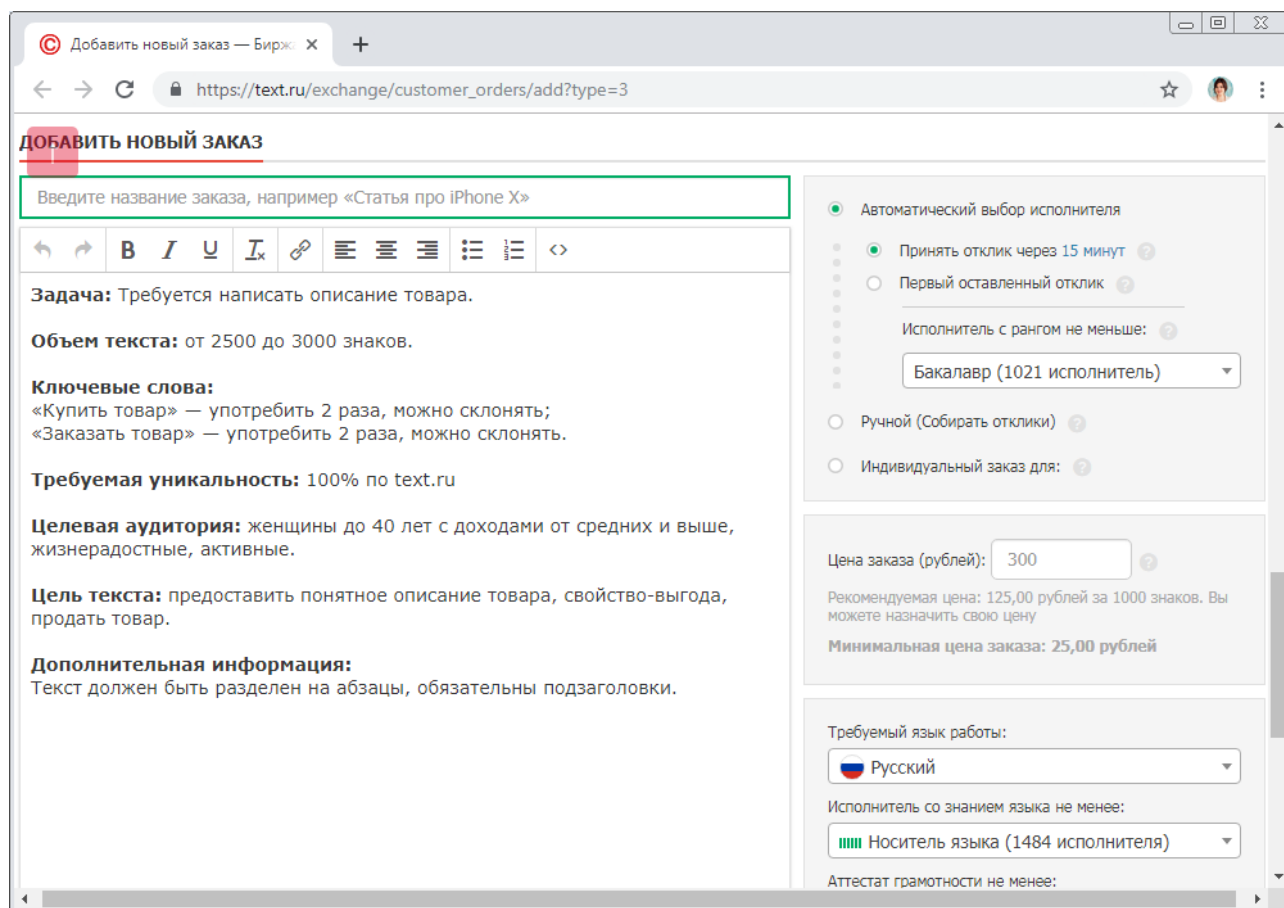
**Результатом** виконання самостійної роботи є презентація-звіт із виконання завдання.

### **Хід роботи**

Існує декілька способів сформувавши контент мультимедійного видання, а саме: покупка контенту, копірайтинг, рерайтинг, синонімайзинг та копіпаст. Розглянемо їх більш детально.

Найбільш легкий шлях – *покупка готового контенту*. Для того щоб отримати готовий контент, слід звернутися до бірж копірайтингу, задати в пошуку необхідні фільтри (рис. 1) і отримати матеріали за тією тематикою, яка необхідна. Ціни на біржах становлять приблизно 1 – 2 долари за тисячу символів залежно від якості матеріалу й рейтингу автора. Якщо є необхідність отримати щось унікальне, можна замовити написання контенту (*копірайтинг*), але цей спосіб є дорогим. Отже, взяти

контент для сайту на біржах копірайтингу можуть переважно ті, у кого виділений для цього спеціальний бюджет. Приклади бірж копірайтингу: <http://www.textbroker.ru>, <http://www.etxt.ru>, <http://www.turbotext.ru>.



The screenshot shows a web browser window with the URL [https://text.ru/exchange/customer\\_orders/add?type=3](https://text.ru/exchange/customer_orders/add?type=3). The page title is "ДОБАВИТЬ НОВЫЙ ЗАКАЗ" (Add New Order). The form is divided into two main sections: a text editor on the left and a configuration panel on the right.

**Text Editor Section:**

- Input field: "Введите название заказа, например «Статья про iPhone X»"
- Rich text editor toolbar with icons for undo, redo, bold, italic, underline, strikethrough, link, unlink, bulleted list, numbered list, and code.
- Задача:** Требуется написать описание товара.
- Объем текста:** от 2500 до 3000 знаков.
- Ключевые слова:**
  - «Купить товар» — употребить 2 раза, можно склонять;
  - «Заказать товар» — употребить 2 раза, можно склонять.
- Требуемая уникальность:** 100% по text.ru
- Целевая аудитория:** женщины до 40 лет с доходами от средних и выше, жизнерадостные, активные.
- Цель текста:** предоставить понятное описание товара, свойство-выгода, продать товар.
- Дополнительная информация:** Текст должен быть разделен на абзацы, обязательны подзаголовки.

**Configuration Panel Section:**

- Автоматический выбор исполнителя:** (Selected)
  - Принять отклик через 15 минут
  - Первый оставленный отклик
  - Исполнитель с рангом не меньше: Бакалавр (1021 исполнитель)
  - Ручной (Собирать отклики)
  - Индивидуальный заказ для:
- Цена заказа (рублей):** 300
- Рекомендуемая цена: 125,00 рублей за 1000 знаков. Вы можете назначить свою цену
- Минимальная цена заказа: 25,00 рублей**
- Требуемый язык работы:** Русский
- Исполнитель со знанием языка не менее: Носитель языка (1484 исполнителя)
- Аттестат грамотности не менее:

Рис. 1. Приклад форми для замовлення контенту на біржі копірайтингу

*Рерайтинг (rewriting)* – переписування тексту. Фахівців із лексичної зміни оригінальних текстів називають рерайтерами. Рерайтинг потрібен у випадках, коли потрібно переписати наявну новину, статтю, будь-який текст по-новому. Викласти своїми словами так, щоб у результаті вийшов унікальний продукт. Але, на відміну від викладу, у рерайтингу є свої закони, часом дуже жорсткі.

Після рерайтингу в новому тексті не має бути:

- фактичних помилок;
- вигадок і домислів рерайтера;
- коментарів рерайтера;
- особистої думки рерайтера;
- того, що немає в тексті джерела.



Дуже уважно варто підходити до цитат, висловлювань політиків, економістів, експертів. У рерайтингу не бажано використовувати пряму мову, іноді замовники просять повністю вилучити з тексту цитати, посилення на які-небудь джерела інформації. Тому, якщо можливо, пряму мову й цитати краще оформляти у вигляді непрямой мови.

*Наприклад*, джерело: "Ми розглядаємо можливість замінити на конвеєрі автомобіль "Доробити сам" на нову модель "Сам дороби", – повідомив у четвер глава автохолдингу "Німецький конструктор" Іван Іванов.

Правильний рерайтинг. Глава автохолдингу "Німецький конструктор" Іван Іванов заявив, що на підприємстві планують випускати нову модель "Сам дороби" замість "Дороби сам".

Неправильний рерайтинг. Глава автохолдингу "Німецький конструктор" Іван Іванов заявив, що **відома** модель "Доробити сам" буде **знята з виробництва**. Замість неї на підприємстві будуть випускати новий **сучасний** автомобіль "Сам дороби".

Основними прийомами рерайтингу є:

використання синонімічних слів;

переклад прямої мови до непрямой;

переміщення абзаців;

спрощення тексту за рахунок видалення слів і словосполучень, що не несуть смислове навантаження, зміни граматичного ладу речень та ін.;

переписаний текст повинен мати той же або менший обсяг інформації оригінальної статті за умови збереження відповідності до смислового змісту оригіналу. Але також може містити коментарі експертів за умови винесення їх в окрему частину тексту.

*Синонімайзинг* – це добірка синонімів до більшої частини слів у тексті-джерелі. Водночас усі синоніми мають поєднуватися між собою незалежно від того, який із них вибраний.

Синонімайзер – програма, яка здійснює заміну слів у введеному тексті на синоніми, що знаходяться в базі даних (рис. 2). Синонімайзер, завдяки замінам слів, робить текст псевдоунікальним.

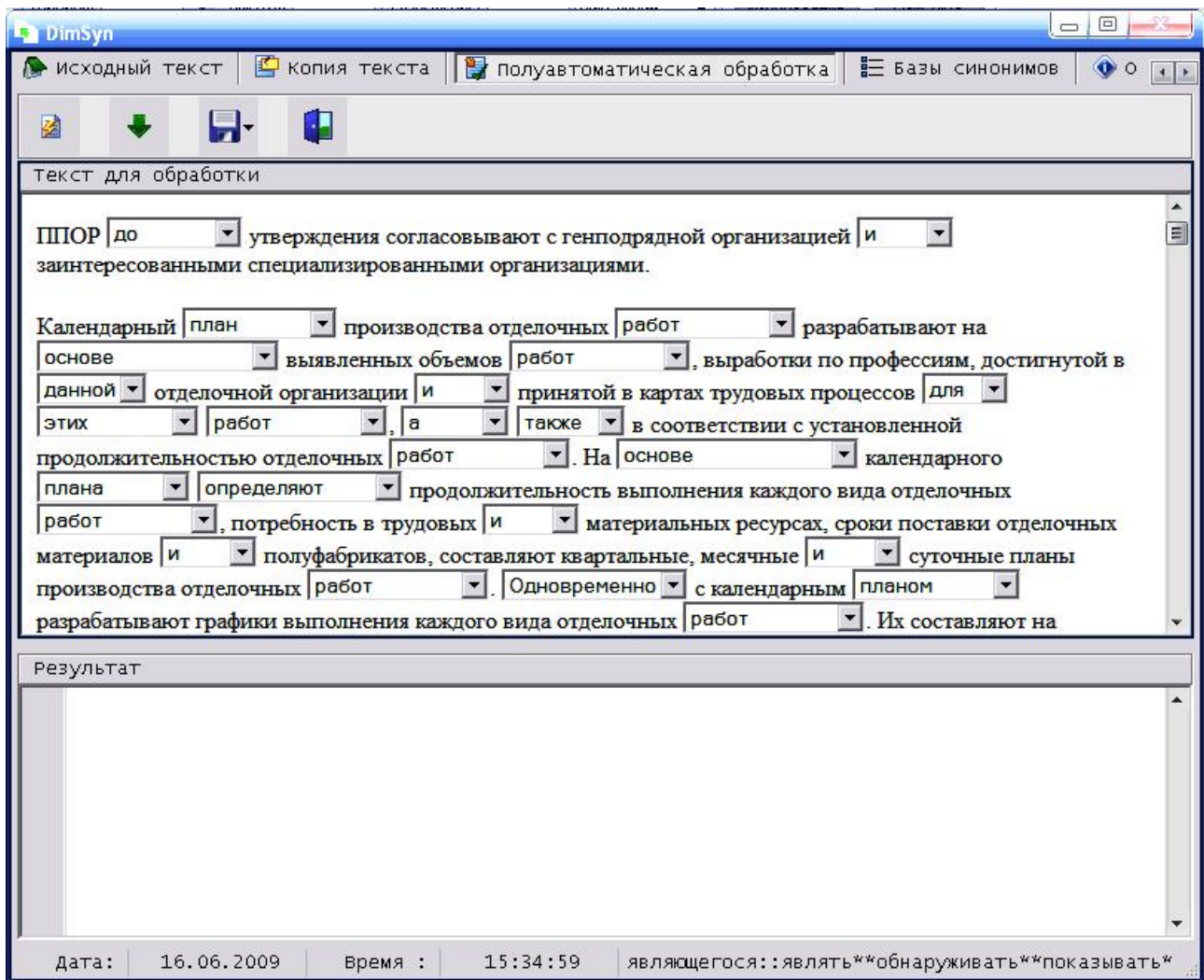


Рис. 2. Вікно синонімайзера

*Копіпаст*, поряд із копірайтингом і рерайтингом, є одним із методів створення контенту, хоч він і відрізняється від останніх двох, у першу чергу творчою складовою, яка в разі копіпаста практично повністю відсутня.

Копіпаст полягає в комбінуванні інформації з однієї або декількох сторінок ресурсів шляхом простого копіювання, часто без будь-якого редагування. Звідси і його назва – від англійського *copy* (копіювати) і *paste* (вставити). Найбільш часто копіпаст використовується під час створення новин копіюванням інформації з одного новинного сайту на інший.

Копіпаст, загалом, не заборонений, якщо до скопійованої інформації додається посилання на ресурс, із якого вона була взята. Однак, навіть під час збереження посилання на джерело, все ж пріоритетніше внести хоча б мінімальні правки до скопійованого тексту. По-перше, це краще виглядає з точки зору пошукових роботів, по-друге, сліпо скопійована і наспіх скомбінована інформація може погано читатися користувачами.

**Завдання.** Дайте письмову відповідь на такі запитання:

1. Назвіть десять різних типів контенту. Наведіть приклади високої й низької вартості розроблення проєкту з використанням цих типів контенту.

2. Припустимо, що вам доручили створити мультимедійний проєкт на компакт-диску, присвячений сплаву на човнах. Цей проєкт буде розповсюджений безкоштовно разом із журналом Outside, присвяченим відпочинку на свіжому повітрі. Цільова аудиторія цього журналу має високий доход. Опишіть процес для визначення використовуваного в проєкті типу контенту. Із яких джерел ви отримуєте його? Чи будете ви використовувати наявні матеріали або створите власні? Яка буде вартість проєкту і як ви виправдаєте витрати? Які актори знадобляться для участі в проєкті?

3. Вам запропонували створити вебсайт для міського некомерційного історичного співтовариства. Обговоріть процес роботи над проєктом. Який тип контенту ви будете використовувати, якими джерелами будете користуватися? Яка буде вартість проєкту і як ви виправдаєте витрати?

4. Сформууйте перелік вимог до медіаконтенту мультимедійної презентації з нагоди відкриття супермаркету.

### **Контрольні запитання для самоперевірки**

1. Від чого, на ваш погляд, залежить контент мультимедійного видання?

2. Як змінюється склад контенту залежно від типу мультимедійного видання?

3. Як ви вважаєте, від чого залежить контент для сайтів?

4. Які види структур контенту використовують під час проєктування мультимедійного видання?

5. Яким має бути професійно виконаний контент?

6. Що є контентом ММВ?

7. Які структури подання контенту ви знаєте?

8. Укажіть правила та принципи створення контенту ММВ.

9. Які є особливості використання контенту, створеного іншими авторами?

10. Які методи захисту створеного контенту ви знаєте?

## Самостійна робота 5

### Проектування навчальних мультимедійних видань

**Мета роботи:** навчитися складати проєкт навчального мультимедійного видання, планувати зміст його дидактичної та технічної складових.

**Об'єктом самостійної роботи** є навчальне мультимедійне видання.

**Предметом самостійної роботи** є проєкт розроблення навчального мультимедійного видання.

**Методи, що використовуються для виконання самостійної роботи:** аналіз і синтез.

У результаті виконання самостійної роботи у студента формуються **компетентності:** здатність до пошуку, використання та інтерпретації інформації для вирішення професійних і наукових завдань у сфері видавництва та поліграфії (а саме створення проєкту навчального мультимедійного видання, проектування його дидактичної та технічної складових, складання графіка виконання проєкту та підбір навчального контенту).

**Місце і значення самостійної роботи** в процесі вивчення змістового модуля "Проектування мультимедійних видань" навчальної дисципліни "Мультимедійне видавництво": це завдання виконується в межах вивчення теми "Технології проектування окремих видів мультимедійних видань" та забезпечує успішне вивчення решти тем модуля.

**Результатом** виконання самостійної роботи є комплекс дидактичних матеріалів до обраної навчальної дисципліни спеціальності 186 "Видавництво та поліграфія".

### Хід роботи

Проектування навчального мультимедійного видання (НМВ), на відміну від інших інформаційних систем, має свою специфіку. У процесі проектування виділяють два етапи. Першим і основним етапом є виявлення дидактичних умов. Саме, процесом виявлення дидактичних умов, створення НМВ істотно відрізняється від розроблення будь-якого іншого інформаційного продукту.

Таким чином, проектування НМВ починається з визначення навчальних цілей (знань, умінь і навичок), з урахуванням тих додаткових можливостей, які дає застосування НМВ. Після того, як визначена основна педагогічна концепція, здійснюється формування змісту навчальної дисципліни, деталізація програми за темами або модулям, вибір методів

навчання, проектування модулів і сценаріїв роботи НМВ. На наступному технологічному етапі вирішується дизайнерське завдання перетворення методичної ідеї в інтерфейс, проектування і реалізація функціональної структури НМВ.

Основні технологічні етапи проектування і створення НМВ:

1) аналітичний етап, що охоплює розроблення загального задуму НМВ, побудову інформаційної моделі навчального курсу, що досліджується (розділу курсу, теми), формулювання основних дидактичних завдань і цілей навчання, попереднє визначення загального змістовного наповнення курсу;

2) стратегічний етап, що містить визначення "образу" контингенту здобувачів освіти, вибір визначальної стратегічної лінії навчання (вибір проникаючої та/або основної педагогічної технології, методів і засобів);

3) етап навчання, тісно пов'язаний із попереднім і охоплює розроблення композиції та загального плану побудови НМВ;

4) технолого-конструкційний етап, що полягає в безпосередній реалізації задуму у вигляді програмного продукту, його налагодження та внесення коригувальних уточнень;

5) етап впровадження, який передбачає апробацію готового програмного продукту;

6) контрольньо-діагностичний етап, за підсумками проведення якого можна зробити не тільки висновок про якість програмного продукту, але і дати загальну оцінку НМВ із позицій його відповідності функціональним вимогам;

7) прогностичний етап, який передбачає аналіз зворотного зв'язку "користувач – авторський колектив", вдосконалення НМВ з урахуванням зауважень і побажань користувачів, перенесення нового бачення проблем створення НМВ на вирішення наступного дидактичного завдання.

У закінченому вигляді НМВ як система може містити такі функціональні блоки:

- інформаційно-змістовний;
- контрольно-комунікативний;
- корекційно-узагальнювальний.

Інформаційно-змістовний блок у свою чергу охоплює два підблоки:

1) інформаційний:

загальні відомості про курс, що вивчається, або про конкретну тему; строки вивчення цього курсу (теми);

графік проходження тем та розділів із цієї навчальної дисципліни;

форми і час звітності; графік проведення практичних і семінарських занять із використанням сучасних засобів комунікації (електронна пошта, теле- і відеоконференції тощо);

навчальні плани, навчальні та робочі програми; графік консультацій;

2) змістовний:

підручники, збірники завдань, навчальні посібники, методичні рекомендації, довідники, енциклопедії, хрестоматії;

розгорнуті плани семінарів;

список основної та додаткової літератури, що містить також гіперпосилання на ресурси електронної бібліотеки та освітнього вебсервера навчального закладу, матеріали мережі "Інтернет";

список тем творчих робіт із дисципліни;

методичні рекомендації з роботи з електронними матеріалами.

**Завдання.** Оберіть навчальну дисципліну з тих, що вивчалися протягом попередніх чотирьох років, та складіть проєкт навчального мультимедійного видання, яке б розкривало зміст цієї дисципліни. Окремо спроектуйте дидактичну та технічну складові. Складіть графік виконання проєкту та визначте працевитрати на його створення. Підберіть джерела формування контенту для цього видання, для чого складіть перелік видів контенту та його форматів.

### **Контрольні запитання для самоперевірки**

1. Які існують організаційні форми навчання у закладах вищої освіти та їхні основні ознаки?

2. У чому полягає необхідність використання інтерактивності у різних видах ММВ?

3. У чому полягають засоби впливу візуального контенту на споживача?

4. Які є особливості мультимедійних видань для навчання?

## **Самостійна робота 6**

### **Проектування онлайн-видання**

**Мета роботи:** навчитися складати проєкт мультимедійного онлайн-видання, планувати зміст його дизайнерської та технічної складових.

**Об'єктом самостійної роботи** є мультимедійне видання.

**Предметом самостійної роботи** є проєкт розроблення мультимедійного видання.

**Методи, що використовуються для виконання самостійної роботи:** аналіз і синтез.

У результаті виконання самостійної роботи у студента формуються **компетентності:** здатність до пошуку, використання та інтерпретації інформації для вирішення професійних і наукових завдань у сфері видавництва та поліграфії (а саме створення проєкту мультимедійного онлайн-видання, проєктування його дизайнерської та технічної складових, складання графіка виконання проєкту та підбір мультимедійного контенту).

**Місце і значення самостійної роботи** в процесі вивчення першого змістового модуля "Проєктування мультимедійних видань" навчальної дисципліни "Мультимедійне видавництво": це завдання виконується в межах вивчення теми "Технології проєктування окремих видів мультимедійних видань" та забезпечує успішне вивчення решти тем модуля.

**Результатом** виконання самостійної роботи є комплекс матеріалів до створюваного онлайн-видання.

## Хід роботи

Вебсайт – це колекція інформації, яку користувачі сприймають як окрему одиницю. Іноді вебсайт відповідає одному вебсерверу. Великий сайт фізично може розташовуватися на декількох серверах, а один сервер може підтримувати багато вебсайтів [64].

*Вебсайт або сайт, інтернет-ресурс (website, від web – "павутина" і site – "місце")* – це одна або сукупність вебсторінок, доступних в інтернеті через протоколи *HTTP/HTTPS*. Сторінки сайта об'єднані загальною кореневою адресою, а також звичайно темою, логічною структурою, оформленням та/або авторством.

Розроблення сайта є комплексом технічних заходів, що містить проєктування концепції та структури вебсайта, розроблення вебдизайну, *html*-верстку, програмування. Часто в поняття "розроблення сайта" вносять і розроблення додаткового елемента сайта – адміністративного, системи управління контентом, так званої *CMS*. По суті, всесвітня комп'ютерна мережа (павутина) є сукупністю усіх загальнодоступних сайтів.

Якісний сайт із точки зору зручності та ефективності його використання користувачами ("юзабіліті") – це сайт, який досягає цілей, поставлених замовником, і одночасно відповідає потребам його користувачів [29]. *Юзабіліті* – ступінь, із яким продукт може бути використаний певними користувачами у певному контексті використання для досягнення певних цілей із належною ефективністю, продуктивністю і задоволеністю [44]. У ході цього відносна важливість усіх трьох аспектів визначається цим самим контекстом.

*Дизайн (графічне оформлення), орієнтований на користувача* – це підхід до розроблення графічного оформлення вебсайта, який забезпечує користувачів ресурсу засобами для досягнення поставлених перед ними цілей [43].

Стандартна схема створення вебсайта містить такі етапи:

- визначення цілей і завдань проєкту;
- визначення позиціонування, аналіз інформації про продукцію/послуги, аналіз цільової аудиторії;
- розроблення загальної вебстратегії компанії (проєкту);
- розроблення технічного завдання (ТЗ) на сайт, підсумкового кошторису та календарного плану робіт;
- розроблення дизайн-концепції сайту;
- розроблення макета головної сторінки;
- розроблення макетів внутрішніх сторінок;
- html*-верстка сайту;
- розроблення анімаційних *flash*-елементів;
- збирання сайту на базі *CMS*-системи і розроблення додаткового функціоналу;
- контент-наповнення сайту, пакетне перенесення даних у БД;
- запуск пілотної версії сайту, тестування, усунення помилок;
- перенесення сайту на хостинг, тестування, відкриття сайту.

Важливим концептуальним документом є вебстратегія, до якої має увійти інформація про цілі й завдання ресурсу, аналіз конкурентів, мають бути рекомендації за структурою і функціями сайту, а також розроблений приблизний план подальшого просування ресурсу (аналіз дій конкурентів, зразкові заходи та бюджети). Складання подібної стратегії істотно допомагає на всіх стадіях життєвого циклу проєкту.

*Технічне завдання (ТЗ) на розроблення вебсайту* – документ, у якому має бути докладний опис цілей, завдань, структури, сервісів і додаткових



можливостей вебсайта. Завдання ТЗ – максимально докладно визначити всі аспекти робіт за сайтом, створити єдине бачення (це дуже важливо) проекту і замовником, і виконавцем.

**Створення, погодження та затвердження структури сайта.** Уся інформація на сайті розподілена за розділами і підрозділами. Склад цих розділів і зв'язок їх між собою і є структурою сайта. Грамотно розроблена структура дозволяє швидко знаходити потрібну інформацію і легко орієнтуватися на сайті.

**Створення, погодження та затвердження дизайну сайта.** Розробляючи дизайн вебресурсу, важливо пам'ятати:

дизайн має відповідати певним технічним вимогам (наприклад, файл занадто великого розміру буде дуже довго завантажуватися; анімована заставка може некоректно відображатися у користувачів, що не мають останньої версії програми перегляду вебсторінок тощо);

сприйняття інформації з екрана монітора має специфічні особливості, через які не все, що гарно виглядає на папері, буде також добре виглядати на моніторі.

**Збирання, створення й оброблення вихідних даних.** Усі наявні вихідні дані (тексти, ілюстрації тощо) мають бути відцифрованими, деякі дані доведеться створити заново – написати тексти, зробити фото інтер'єрів або зразків продукції.

**Реєстрація і розміщення сайта.** Сюди входять усі дії з реєстрації доменного імені та інші види взаємодії з провайдером.

**Супровід сайта.** Після того, як сайт з'явиться в інтернеті під своїм доменним ім'ям, починається його існування як автономного ресурсу, який потребує супроводу. Інформацію на сайті слід періодично змінювати й оновлювати; сайт має відображати розвиток бізнесу, що може виражатися в появі нових онлайн-сервісів, проведенні онлайн-конкурсів або якихось інших акцій.

Домашня сторінка (*home page*) – це вступна сторінка колекції веб-інформації. Якщо в *URL* не вказано ім'я файла, то за загальноприйнятою угодою сервер відкриває сторінку з ім'ям *index.html*. Майже кожен вебсайт має домашню сторінку. Таким чином, *URL* для сайта *http://www.loc.gov/* інтерпретується як *http://www.loc.gov/index.html*.

Бриф на розроблення інтернет-сайта. *Бриф* – це документ, що складається з невеликої кількості ключових питань, що розкривають коротку

характеристику компанії, функціональні вимоги до сайту, вимоги (побажання) до дизайну, які необхідні для визначення вартості та складності проекту, а також часу на його виконання.

Методи підготовки брифу на розроблення сайту:

метод питань розробника замовнику сайту;

метод таблиці брифу (таблиця може бути розміщена на сайті мультимедійного видавництва), яку заповнює замовник;

метод питань потенційних користувачів (відвідувачів) сайту, відповіді на які вони шукатимуть на сайті.

**Метод питань розробника замовнику сайту.** Цей метод передбачає, що розробник, використовуючи базу питань, обирає необхідні для цього потенційного замовника. У результаті комунікації розробник отримує відповіді щодо різних аспектів майбутнього сайту. Як приклад можна навести безліч питань, запропонованих Є. Якобсеном у роботі [14].

**Метод питань потенційних користувачів (відвідувачів) сайту.**

1. До початку розроблення сайту слід скласти якомога більш повний список питань, які цікавлять потенційного користувача (відвідувача) сайту.

2. Скласти цей список краще на основі декількох потенційних користувачів. Розробнику також слід перевтілитися в клієнта і подумати, які питання в нього можуть виникнути як до придбання, так і під час придбання покупки і після придбання товару (послуги).

3. Результатом процесу виявлення питань є список із декількох десятків питань, на які розробники мають давати відповідь на сайті.

4. Угрупування питань за різними ознаками та відповідно до цього формування структури розділів сайту, у яких будуть міститися відповіді на запитання.

5. Вибір ознак для групування вибираються, виходячи з цільового призначення сайту.

6. У результаті формують концепцію сайту з продуманою структурою і змістом, який буде йти від потреб потенційних клієнтів.

Сучасні технології створення вебсайтів дозволяють забезпечити мінімальні витрати і високу якість розроблення вебсайтів у стислі терміни. У цих умовах мультимедійне видавництво може зайняти міцні конкурентні позиції тільки на основі дотримання ряду принципів розроблення вебсторінок і вебсайтів, які сформувалися в практиці роботи багатьох мультимедійних компаній. Слід розглянути основні принципи.

**Співпраця з замовником.** Розробник вебсайта робить його для клієнта і тому має максимально враховувати запити, побажання і переваги замовника. У той же час слід брати на себе відповідальність і, спираючись на свій досвід, пропонувати замовнику своє бачення, свої варіанти вирішення поставленого завдання.

**Оптимізація коду.** Необхідно забезпечувати максимально швидке завантаження вебсторінок, економити трафік і час користувача, що, в кінцевому підсумку, сприяє залученню цільової аудиторії на вебсайт.

**Графічний мінімалізм.** Мінімалізм у використанні графічних елементів, створення оптимізованої графіки для вебсторінок також прискорює завантаження вебсторінок. Уникати необґрунтованого насичення вебсайта графічними елементами, які не несуть важливого смислового навантаження, гальмують завантаження сторінок, погіршують позиції вебсайта в пошукових системах, рейтингах інтернету.

**Оптимізація контенту.** Створення оптимального наповнення вебсторінок є формування такого змісту тексту і його поєднання зі вмістом ключових елементів коду вебсторінки, що забезпечує високу релевантність пошукових запитів, залучає на сайт цільову аудиторію, сприяє високому рейтингу вебсайта.

**Адекватні технології.** Основа веброзроблення має ґрунтуватися на технологіях, які забезпечують естетичність, функціональність, надійність, легкість адміністрування, надійний зворотний зв'язок в інтерактивних компонентах, високу швидкість і надійність роботи.

**Ексклюзивний вебдизайн.** Кожен вебсайт повинен мати "своє обличчя", свій фірмовий вигляд. Ексклюзивні рішення персонально для замовника, з урахуванням тільки його побажань і переваг гарантують захист авторських прав розробників вебсайтів, а також захист клієнтів від можливих судових позовів.

**Відповідальність та гарантії.** Розробник має брати на себе повну відповідальність за якість розробок і гарантувати їхню безвідмовну роботу протягом усього терміну їхньої корисної експлуатації.

**Додатковий сервіс.** Мультимедійне видавництво має у разі можливості пропонувати своїм клієнтам додатковий сервіс (наприклад: роботи, пов'язані з розміщенням вебсайта в інтернеті, вибір і реєстрацію доменного імені, налаштування та пуск вебсайта в експлуатацію, установку "фірмових" адрес електронної пошти, підтримку, оновлення, реконструкцію вебсайта, переклад на інший хостинг, в інший домен, навчання вебмайстра фірми замовника).

**Гнучкі ціни.** Пропонувати реальні, конкурентоспроможні ціни на гнучкій основі їхнього формування, а також співвідношення їхньої вартості та якості. Ціноутворення в розробленні вебсайта ґрунтується на договірних засадах (для продукту інтелектуальної розробки та інтелектуальної власності).

**Повне задоволення користувача.** Сутність принципу повного задоволення користувача (*total user experience*) [78] полягає в тому, що розробник має продумати все те, із чим зіштовхується користувач. Наприклад, компанія *Godiva* продає через вебсайт шоколад та забезпечує зворотний зв'язок із покупцем, цікавлячись тим, що відчуває покупець, отримуючи замовлений товар [78].

**Створення довіри** – одне з найголовніших завдань в електронній комерції. Це пояснюється тим, що в інтернет-компанії не має матеріального втілення: немає можливості відчутти товар, захопитися видом і красивим обробленням величезного офісного будинку компанії. Саме тому необхідно забезпечити довіру покупця заздалегідь іншими засобами.

**Сила переконання.** Дизайн сайту може допомогти розвіяти можливі сумніви користувачів. Наприклад, інформація в розділі "Про нас" створює довіру до компанії та її відділу продажів. Подібний результат дає дотримання рекомендацій щодо підвищення юзабіліті сайтів е-комерції (електронної комерції).

**Принцип відсутності "середньостатистичного" користувача.** Розробляючи вебсайт, необхідно враховувати різний досвід користувачів в інтернеті, а також різні цілі, з якими користувачі прийдуть на вебсайт [14].

**Забезпечення зручності користувачів.** Проведення обов'язкового юзабіліті-тестування вебсайта.

**Прогнозування задоволеності користувачів.** До початку розроблення вебсайта необхідно провести прогнозування задоволеності користувача, що містить п'ять основних прогностичних факторів: зміст, швидкість завантаження сторінок, взаємодія, навігація й організація інформації на сайті, оперативність реагування на запит користувачів [78].

**Використання дизайну, орієнтованого на користувача.** Організація дизайну, орієнтованого на користувача (ДОК), для систем взаємодії описана в міжнародних стандартах *ISO 13407* і *ISO TR 18529*. Ці стандарти визначають сім етапів ефективного впровадження ДОК: збирання маркетингових даних; визначення і планування системної стратегії; отримання зворотного зв'язку; аналіз користувальницьких тенденцій; вибір

методів розроблення дизайну, орієнтованого на користувача; забезпечення підходів, орієнтованих на користувача; визначення цілей вебсайта; аналіз зацікавлених сторін [29; 43]. Сайт має використовувати різні медіаформати (відео, аудіо та дискусійні групи), якщо вони можуть поліпшити комунікацію і сервіс користувачів.

**Розроблення структури вебсайтів.** Матеріали, які планують для опублікування на сайті, потрібно організувати в певну структуру. Найчастіше для вебсайтів обирають деревоподібну структуру організації інформації. На верхньому рівні знаходиться початкова сторінка сайту, з якої відвідувач за допомогою меню або посилань може переходити на сторінки наступного рівня. Деревоподібна структура може складатися з декількох рівнів підпорядкування.

Деревоподібну структуру у своєму чіткому вигляді практично не застосовують. Зазвичай усередині неї існують переходи, що утворюють петлі, які порушують деревовидність. На основі дерева утворюються складні структури практично всіх великих вузлів.

Іноді для вузла замість деревовидної структури доцільно вибрати структуру у вигляді простого ланцюжка (лінійна структура). У ході цього переходу із кожної сторінки може здійснюватися тільки в двох напрямках: на наступну і на попередню сторінку. Для цього на сторінках розташовують кнопки "Вперед" і "Назад", за допомогою яких легко організувати, наприклад, перегляд розділів книги або набору фотографій. Лінійна структура може поєднуватися з різними відгалуженнями й альтернативними переходами. Відвідувач складає уявлення про структуру вузла за допомогою засобів навігації: меню з випадним підменю, списків-посилань і т. д.

Популярною зараз структурою сайтів є стрічкова структура, що забезпечує полегшену масштабованість сайту, а отже, і коректне відображення на різних типах пристроїв: смартфонів, планшетів, кишенькових портативних комп'ютерах (КПК) тощо.

**Завдання.** Спроектуйте онлайн-видання.

Проект онлайн-видання має містити: структурну схему мультимедійного видання; типи документів, які ввійдуть до складу мультимедійного видання (таблиця з колонками "тип документа", "призначення"); перелік робіт із виготовлення ММВ (таблиця з колонками "Найменування роботи", "Працівник").

Техніка виконання ескізу онлайн-видання містить:

1. Створюючи у *Adobe Photoshop* новий файл для ескізу, слід правильно обрати параметри цього файла, змінити їх пізніше буде значно складніше або просто неможливо за умови збереження якості зображення.

2. Установіть роздільну здатність 72 точки на дюйм (цей параметр є стандартним для вебграфіки). Вибираючи розмір картинки, беріть до уваги роздільну здатність екранів відвідувачів сайта (якщо робота виконується із роздільною здатністю 1 600 x 1 200, обов'язково слід подивитися, який вигляд має рисунок за умови меншої роздільної здатності). Мінімальною величиною, що варто взяти до уваги, на сьогодні є роздільна здатність 800 x 600, відповідно до відрахування правої смуги прокручування ширина робочої області ескізу має бути не більше 750 пікселів. Вертикальний розмір для початку зробіть рівним 500 пікселям.

3. Починаючи роботу над ескізом, слід подумати про те, якого кольору буде фон сторінки. Рекомендовано залити цими кольорами основний шар (*background*) файла у *Adobe Photoshop* й усі подальші побудови проводити на розташованих вище додаткових шарах. У жодному разі не зливайте шари до того, як зовсім упевнитесь в тому, що всі їхні елементи більше не підлягають зміні. Якщо є можливість, намагайтеся взагалі всі більш-менш значні елементи ескізу залишати на різних шарах.

**Завдання.** Проаналізуйте взаємозв'язок між інформаційним наповненням програми (будь-якого обраного програмного забезпечення), інтерфейсом і зручністю використання. Як найкраще зробити інформацію доступною для користувачів, не ускладнюючи інтерфейс? У чому полягають переваги модального інтерфейсу? Як можна використати "теми" для ідентифікації певних областей проєкту або розділів роботи?

### **Контрольні запитання для самоперевірки**

1. Що таке "вебсайт"?
2. Які етапи містить стандартна схема створення вебсайта?
3. Які основні принципи розроблення вебсторінок?
4. Наведіть приклади можливої структури сайта.
5. Якою є стандартна структура вебсайтів?
6. Охарактеризуйте бриф на розроблення інтернет-сайта.
7. Принципи розроблення вебсторінок і вебсайтів – чи змінилися вони останнім часом?

## **Змістовий модуль 2**

### **Організація виробництва електронного видання**

#### **Самостійна робота 7**

##### **Обґрунтування вибору інструментальних засобів для створення ММВ згідно з технічним завданням**

**Мета роботи:** навчитися обирати інструментальні засоби для створення ММВ згідно з ТЗ та обґрунтовувати свій вибір.

**Об'єктом самостійної роботи** є мультимедійне видання.

**Предметом самостійної роботи** є процес аналізу технічного завдання на створення ММВ та обґрунтування вибору інструментальних засобів щодо його створення.

**Методи, що використовуються для виконання самостійної роботи:** аналіз і синтез, порівняння.

У результаті виконання самостійної роботи у студента формуються **компетентності:** здатність демонструвати поглиблені знання у сфері видавництва та поліграфії (а саме обґрунтування вибору технологій та інструментів створення ММВ згідно з ТЗ, а також окремих інтерактивних медіакомпонентів для них).

**Місце і значення самостійної роботи** в процесі вивчення змістового модуля "Організація виробництва електронного видання" навчальної дисципліни "Мультимедійне видавництво": це завдання виконується в межах вивчення теми "Вибір інструментальних засобів створення мультимедійного видання" та забезпечує успішне вивчення решти тем модуля.

**Результатом** виконання самостійної роботи є письмовий звіт, який має обґрунтовувати всі технічні, технологічні та організаційні рішення.

#### **Хід роботи**

Для того щоб обґрунтувати вибір інструментів створення мультимедійного видання, слід знати особливості технологій розроблення таких видань. Розглянемо технології та інструмента створення вебвидань.

Існує безліч абсолютно різних способів створення інтернет-сторінок, однак усі вони діляться за ступенем автоматизації на два основні типи: візуальний і програмований.

Візуальний метод дозволяє конструювати вебсайт із високим ступенем автоматизації. Цей метод виник із необхідності зменшити трудомісткість створення сайту і скоротити терміни виконання робіт. У ході використання цього способу розробник конструює свою сторінку на екрані візуального редактора (онлайнного або програмного), після чого програма з цієї конструкції генерує відповідний код HTML для кожної сторінки, який становить набір конструкцій мови HTML. Один із головних принципів візуальних редакторів формулюється як WYSIWYG – What You See Is What You Get, який перекладається як "Що бачиш у процесі розроблення, те й отримуєш під час перегляду сторінки". У процесі створення сайтів з використанням візуального методу необхідно вибрати інструменти – редактори візуального конструювання.

Під час створення вебсайта ці редактори забезпечують користувачеві можливість працювати без безпосереднього підключення до мережі "Інтернет". Надалі створений вебсайт можна розмістити в мережі "Інтернет". Візуальні редактори діляться на дві великі групи, сильно відрізняються один від одного. Перший вид – онлайнні редактори. Онлайнні редактори – це спеціальні механізми для створення сайтів (переважно, дуже простих), розташованих безпосередньо в інтернеті, найчастіше на сервісах, що надають хостинг (платний або безкоштовний).

Другий вид – програми-клієнти (офлайнні), що встановлюються на комп'ютер. Офлайнні редактори дозволяють створити досить складні проекти. Серед найбільш відомих редакторів можна відзначити: Microsoft FrontPage, DreamWeaver (Adobe), NamoWEbEditor, Adobe GoLive та ін.

Але, навіть розробляючи сайт за допомогою візуальних редакторів, розробнику необхідно знати основи мови HTML, тому що кожен редактор може допустити помилку в коді документа. І розробник повинен уміти виправити можливі помилки. Основна перевага HTML полягає в тому, що документ може бути переглянутий на веббраузерах різних типів і на різних платформах. Мови HTML достатньо для створення повноцінного сайту, але ці сайти статичні, без зворотного зв'язку з користувачами. Крім того, поновлення таких статичних сайтів трудомісткі. Створення сайтів на мові HTML відноситься до програмованого способу, який іноді називають ручним. Також до програмованого способу відноситься написання сайтів на мовах вебпрограмування і фреймворку: ASP.NET, Java, PHP, Perl, Ruby і т. д., але в основі будь-якого коду сайту лежить мова гіпертекстової розмітки HTML. Його мають знати всі розробники.



Здебільшого, вибір мови та фреймворку визначається тим, якими знаннями володіють програмісти, що реалізують проєкт. Багато завдань можна ефективно вирішити за допомогою будь-якої сучасної мови програмування.

До окремої категорії можна віднести створення сайту засобами CMS, що в перекладі на російську означає "система керування вмістом", у цьому випадку вмістом сайту. Сучасна система управління контентом є конструктором, за допомогою якого можна створювати і супроводжувати свій сайт (оновлювати і додавати матеріали, заводити нові рубрики).

Для розроблення структури і навігації сайту в CMS не потрібні знання HTML, оскільки дані системи розроблені з урахуванням того, щоб подібна розробка робилася візуально, і була доступна в тому числі недовідченному користувачу.

Деякі CMS надають шаблони дизайнів. Також вбудованими візуальними засобами CMS можна змінювати дизайн: шрифт, колір, графічні елементи і т. д. Однак, виключно засобами CMS неможливо створити оригінальний дизайн, який має розроблятися фахівцем, після чого налаштовуватися до CMS. CMS написані на серверній мові програмування (наприклад, PHP) та потребують наявності на сервері баз даних (наприклад, MySQL).

**Завдання.** 1. Вирішіть одне із завдань, наведених далі:

а) компанія з виробництва високотехнологічних аксесуарів замовила мультимедійній студії вебсайт, який має містити каталог продукції з можливістю тривимірного подання товару і зміни кольорів/текстур, інтернет-магазин з можливістю замовлення вподобаного товару, а також каталог найпопулярніших товарів інших виробників, що працюють у тій же галузі (дані в каталозі мають оновлюватися синхронно з оновленням на сайті того чи іншого виробника).

Хостинг замовника підтримує PHP, але не підтримує MySQL.

Обґрунтуйте вибір інтерактивних медіакомпонентів, технологій та інструментів щодо їхнього створення для реалізації цього проєкту;

б) Міністерство освіти і науки замовило мультимедійній студії розробку та наповнення освітнього порталу. Обов'язковою умовою є наявність навчальних онлайн-ігор, аудіокниг, презентаційних відеороликів ЗВО країни, викладених на їхніх сайтах, стрічку новин Міністерства освіти, а також онлайн-тестування знань із основних шкільних предметів.

Обґрунтуйте вибір інтерактивних медіакомпонентів і технологій їхнього створення для реалізації цього проєкту. Запропонуйте свої варіанти медіакомпонентів для наповнення цього ресурсу;

в) мультимедійній студії замовили створення новинного порталу, який би містив такі обов'язкові елементи, як курси валют, прогноз погоди, а також вірусну відеорекламу і контекстну рекламу Google.

Обґрунтуйте вибір інтерактивних медіакомпонентів і технологій їхнього створення для реалізації цього проєкту. Запропонуйте свої варіанти медіакомпонентів для наповнення цього ресурсу.

2. Складіть технічне завдання для створення мультимедійного видання з обґрунтуванням інструментальних засобів щодо його створення.

### **Контрольні запитання для самоперевірки**

1. Які інструментальні засоби мультимедіа ви знаєте?
2. За якими ознаками можна розподілити програмні засоби створення мультимедіа?
3. Які засоби авторського розроблення мультимедіа вам відомі?
4. Обґрунтуйте вибір інтерактивних медіакомпонентів і технологій їхнього створення для різних типів мультимедійних видань.

## **Самостійна робота 8**

### **Інструменти для роботи з вебдодатками**

**Мета роботи:** навчитися вибирати оптимальні платформи для хостингу вебдодатків; навчитися оптимізувати вебдодатки залежно від вимог пошукових систем і браузерів; визначити список найбільш оптимальних вебредакторів.

**Об'єктом самостійної роботи** є вебдодаток.

**Предметом самостійної роботи** є процес вибору платформ розміщення вебдодатків та врахування під час розроблення вимог браузерів для їхнього відображення.

**Методи, що використовуються для виконання самостійної роботи:** аналіз і синтез, порівняння, експеримент, спостереження.

У результаті виконання самостійної роботи у студента формуються **компетентності:** здатність демонструвати поглиблені знання у сфері

видавництва та поліграфії (а саме вибір хостингу для розміщення вебсайту, оптимізація вебсайтів до вимог веббраузерів, вибір візуального редактора для створення вебсторінок).

**Місце і значення самостійної роботи** в процесі вивчення змістового модуля "Організація виробництва електронного видання" навчальної дисципліни "Мультимедійне видавництво": це завдання виконується в межах вивчення теми "Оптимізація та просування онлайн-мультимедійних видань. Маркетинг електронних видань" та забезпечує успішне вивчення решти тем модуля.

**Результатом** виконання самостійної роботи є презентація-звіт або есе на одну із наведених у завданні тем.

### Хід роботи

Як інструменти, що призначені для роботи з вебдодатками, розглянемо хостинг, веббраузери та додатки, призначені для візуального створення вебсторінок (редактори верстання вебсторінок).

Хостинг – це така послуга, яка надає споживачеві місце на віддаленому комп'ютері, його прийнято називати сервером, який постійно підключений до інтернету. До цієї послуги зазвичай долучено місце для пошти, архіву (файлового сховища), баз даних і т. д. Однак, усі перераховані послуги можуть надаватися окремо.

Вибір хостингу безпосередньо залежить від того, яка операційна система використовується на сервері. Вона забезпечує таке програмне забезпечення, яке буде слугувати запорукою безперебійного функціонування тих чи інших сервісів. Щоб правильно вибрати хостинг, потрібно звернути увагу на деякі критерії:

1) тип сервера. На сьогодні найпопулярнішими є Microsoft IIS (Internet Information Server) і Apache. Microsoft IIS слід використовувати, якщо надаються великі файли для масового завантаження (файл-сервер), в інших випадках слід обирати Apache;

2) обсяг дискового простору. Слід реально оцінювати можливості щодо наповнення сайту. Якщо крім текстів на сайті не буде нічого, то 100 Мб і навіть 50 Мб вистачить надовго. Важливі не самі цифри, а можливість почати з малого і безперешкодно просуватися в бік збільшення дискового простору шляхом зміни тарифного плану або додаванням необхідного обсягу до свого тарифного плану;

3) кількість доменів і піддоменів. Дуже важливий параметр. Від цього залежить та кількість сайтів, які можна підтримувати на одному акаунті. Бажано мати можливість підключення не менше 5 доменів другого рівня і необмежену кількість піддоменів;

4) кількість баз даних. Теж важливий фактор, який визначає зручність роботи з акаунтом, особливо, якщо кількість сайтів більше одного. Водночас потрібно звертати увагу на те, чи входить обсяг інформації, що входить у базу даних, у загальний обсяг дискового простору, що виділяється відповідно до вибраного тарифного плану. Це потрібно тільки для того, щоб правильно вибрати тарифний план і розрахувати витрати на хостинг;

5) платний чи безкоштовний трафік. Слід звертати увагу на обмеження з використання трафіка, як вхідного, так і вихідного. Це може виявитися великою проблемою, оскільки не завжди можна оперативно контролювати цей параметр, а отже, потрібно або відразу платити з запасом, або бути готовим до того, що сайт буде блокуватися хостинг-компанією;

6) можливість переходу з одного тарифного плану на інший;

7) оперативність технічної підтримки та її професіоналізм;

8) наявність прихованих платежів. Може виявитися, що за деякі функції слід платити окремо;

9) доступність сайту і швидкість каналу. На будь-якому хостингу можуть бути збої, протягом яких сайти недоступні. Статистику щодо таких збоїв може надати тільки опитування наявних клієнтів хостинг-компанії;

10) наявність панелі управління сервером. Це дуже корисна річ, в тому випадку, якщо вона правильно налаштована і дозволяє зручно керувати сайтами, редагувати файли, підключати домени. Зазвичай, кожен хостинг має свою панель управління. Перед тим як оплачувати хостинг, потрібно випробувати панель управління. Це можливо в тому випадку, якщо надається безкоштовний тестовий період;

11) набір встановлених програм і функціональних можливостей. Серед них можна виділити такі: E-mail, FTP, SSH, Zend Optimizer, PHP, MySQL, SSL, Python, Crontab, phpMyAdmin, SSI (Server Side Includes), перевірка пошти і файлів на віруси і спам;

12) репутація компанії;

13) ціна.

Зараз для верстання вебсторінок дуже часто використовують різні редактори. Існують два типи редакторів: візуальні та текстові. Візуальні редактори не потребують від розробника знань HTML, CSS та інших технологій для розмітки сторінок. У візуальному редакторі розробник має в своєму розпорядженні різні елементи сайту, як ніби на аркуші паперу, а редактор пише за нього код самостійно. Саме тому візуальні редактори ще називають WYSIWYG-редакторами. Аббревіатура WYSIWYG розшифровується як *What You See Is What You Get* – що бачиш, те й отримуєш.

Однак, слід зауважити, що жоден візуальний редактор не досконалий і всі вони так чи інакше обмежені в своїх можливостях, тому від професійних розробників потрібне вміння писати код руками, саме тому професійним розробникам потрібні текстові редактори. У текстових редакторах, здебільшого, бувають різні функції, що полегшують програмісту написання коду, такі, як підсвічування коду (так легше бачити, де в коді вставлені стилі або скрипти, а де – просто текст), різні гарячі кнопки і клавіші, які вставляють уже готові конструкції (частини коду, спецсимволи) в код, і т. д. Серед найбільш популярних візуальних редакторів можна виділити: Adobe Dreamweaver, Adobe GoLive та LiveMotion, Microsoft FrontPage, Hotdog, серед текстових – Homesite, HTML Pad, AcelPad та багато інших.

**Завдання.** Напишіть есе, вибравши як тему одне із завдань, поданих далі:

1. Розгляньте феномен "браузерних війн" і динаміку розвитку браузерів щодо стандарту HTML. Чому в процесі розроблення корисно перевіряти вебсторінки в декількох браузерах?

2. Уявимо, що вам доручили вибрати сервер для хостингу вебсайта вашої компанії. Опишіть, виходячи з яких факторів ви будете приймати рішення. Ураховуйте тип передбачуваної цільової аудиторії та вмісту сайту. Більшість ваших користувачів має сучасні комп'ютери або застарілі моделі? Ви збираєтеся публікувати статичні вебсторінки або потокові мультимедійні дані? Які перспективи зростання популярності й відвідуваності сайту? Як це вплине на обраний вами хостинг?

3. Вам доручили створити новий вебсайт для вашої компанії. Якими інструментами ви будете користуватися для його розроблення? Чи може вам знадобитися текстовий редактор? Коли вам буде потрібний візуальний вебредактор? Коли вам буде потрібний текстовий редактор HTML? Які переваги й недоліки обох типів вебредакторів?

4. Як вебдизайнери обходять обмеження, що накладаються HTML і різними браузерами? Опишіть розходження між модулями, що вбудовуються, і допоміжними додатками, як вони використовуються для оброблення різних файлів.

5. Назвіть кілька розповсюджених медіатипів, що використовуються в інтернеті. Чи можуть сучасні браузери відтворювати їх? Чи потрібні для їхнього перегляду вбудовувати модулі або допоміжні додатки?

### **Контрольні запитання для самоперевірки**

1. Назвіть комплекс робіт з оптимізації сайта.
2. Які загальні принципи пошукових систем вам відомі?
3. Як проводиться індексація сайта?
4. Що є медіареслінгом мультимедійних видань?

## **Самостійна робота 9**

### **Складання бізнес-плану створення мультимедійного видавництва**

**Мета роботи:** навчитися створювати бізнес-план мультимедійного видавництва залежно від сфери його діяльності.

**Об'єктом самостійної роботи** є мультимедійне видавництво.

**Предметом самостійної роботи** є бізнес-план створення мультимедійного видавництва з урахуванням сфери його діяльності.

**Методи, що використовуються для виконання самостійної роботи:** аналіз і синтез, порівняння, індукція і дедукція.

У результаті виконання самостійної роботи у студента формуються **компетентності:** здатність застосовувати управлінські навички у сфері видавництва та поліграфії (а саме складання бізнес-плану мультимедійного видавництва, аналіз стану ринку мультимедійної продукції за обраним напрямом; вибір продуктів та послуг, що будуть надаватися мультимедійним видавництвом; створення виробничого, організаційного та маркетингового планів; оцінювання ризику мультимедійного видавництва).

**Місце і значення самостійної роботи** в процесі вивчення змістового модуля "Організація виробництва електронного видання" навчальної дисципліни "Мультимедійне видавництво": це завдання виконується

в межах вивчення теми "Створення та організація роботи мультимедійного видавництва. Визначення витрат на мультимедійні видання та послуги мультимедійного видавництва. Супровід мультимедійних видань. Супроводжувальна документація" та забезпечує успішне вивчення решти тем модуля.

**Результатом** виконання самостійної роботи є презентацію основних результатів роботи та звіт, який має містити бізнес-план мультимедійного видавництва.

### **Хід роботи**

Для якісного розроблення бізнес-планів необхідна достовірна вихідна маркетингова, виробнича, фінансова та інша планово-економічна інформація. У зв'язку з цим розглянемо приблизну структуру діючих на закордонних фірмах бізнес-планів, які розкривають більш детально як вихідну інформацію, так і планові показники, що розробляються на її основі. Отже, бізнес-план у загальному вигляді має містити:

а) титульний аркуш: назва та адреса фірми; імена та адреси засновників; сутність проекту, що пропонується; вартість проекту;

б) вступну частину: основні положення проекту, що пропонується;

в) аналіз стану справ у галузі: поточна ситуація і тенденції її розвитку; потенційні конкуренти; передбачувані споживачі;

г) зміст проекту, що пропонується: продукція, що випускається; виконувані роботи і послуги; необхідні приміщення та обладнання; потрібний адміністративний і виробничий персонал; відомості про самого підприємця і його партнерів;

д) виробничий план: зміст технологічного і виробничого процесів; передбачувані субпідрядники та партнери; вартість основних виробничих фондів; номенклатура і обсяг випуску продукції; перелік застосовуваних матеріалів; постачальники матеріалів;

е) план маркетингу: передбачувані ціни на продукцію чи послуги; можливі канали збуту; реклама продукції; прогноз нових видів виробів; цільові показники;

є) організаційний план: форма власності підприємства; відомості про партнерів (пайовиків); міра відповідальності партнерів; склад керівних органів; організаційна структура фірми; розподіл обов'язків і функцій між співробітниками;

ж) фінансовий план: план доходів і витрат; грошові надходження і платежі; балансовий план; точка самоокупності; основні джерела грошових коштів; порядок використання доходів;

з) оцінювання ризику: слабкі сторони підприємства; ймовірність появи нових технологій; альтернативні стратегії; надійність партнерів і постачальників;

и) додатки: перелік основних документів.

**Завдання.** Розробіть бізнес-план мультимедійного видавництва (обране мультимедійне видавництво має бути погоджено із викладачем). Бізнес-план має містити розділи відповідно до методичних рекомендацій. Завдання виконується за командами (по 2 – 3 студенти в кожній команді).

Варіанти мультимедійних видавництв за сферою діяльності:

- 1) мультимедійне видавництво навчального закладу;
- 2) студія вебдизайну;
- 3) студія з локалізації комп'ютерних ігор;
- 4) мультимедійне видавництво зі створення електронних енциклопедій;
- 5) мультимедійний відділ торгового центру;
- 6) мультимедійний відділ музичного каналу;
- 7) мультимедійне видавництво, що спеціалізується на створенні видань для дітей.

### **Контрольні запитання для самоперевірки**

1. Які є особливості формування та оцінювання витрат під час створення мультимедіа?
2. Які статті, зазвичай, входять до складу кошторису витрат на мультимедійне видання та послуги ММВ?
3. Наведіть стандартний кошторис робіт зі створення вебсайта.
4. Як здійснюють оцінювання річного бюджету сайта?
5. Які специфічні статті витрат необхідно враховувати менеджеру проєктів ММ видавництва?
6. Які послуги зазвичай надають ММВ?



## **Самостійна робота 10**

### **Формування пакета супровідної документації мультимедійного видання**

**Мета роботи:** навчитися складати керівництво користувача мультимедійного видання.

**Об'єктом самостійної роботи** є керівництво користувача мультимедійного видання.

**Предметом самостійної роботи** є розроблення положень та інструкцій до керівництва користувача ММВ.

**Методи, що використовуються для виконання самостійної роботи:** аналіз і синтез.

У результаті виконання самостійної роботи у студента формуються **компетентності:** здатність проєктувати бізнес-процеси та керувати ними на мультимедійних видавництвах (а саме складання керівництва користувача).

**Місце і значення самостійної роботи** в процесі вивчення змістового модуля "Організація виробництва електронного видання" навчальної дисципліни "Мультимедійне видавництво": це завдання виконується в межах вивчення теми "Створення та організація роботи мультимедійного видавництва. Визначення витрат на мультимедійні видання та послуги мультимедійного видавництва. Супровід мультимедійних видань. Супроводжувальна документація" та забезпечує успішне вивчення решти тем модуля.

**Результатом** виконання самостійної роботи є письмовий звіт.

### **Хід роботи**

Керівництво користувача – один з основних елементів супроводжувальної документації мультимедійного видання. Неможливо уявити собі складний прикладний програмний продукт, який не був би укомплектований керівництвом користувача у тій чи іншій формі.

Основне завдання документа полягає в тому, щоб забезпечити користувачам можливість самостійно вирішувати всі основні завдання, на які націлена програма.

## **Зміст документа**

Керівництво користувача містить повний опис програми з точки зору цільового застосування останньої. У керівництві користувача обов'язково мають бути описані:

- призначення програми;
- основні завдання та можливості;
- спосіб відображення предметної області в програмі;
- користувальницький інтерфейс програми;
- порядок вирішення основних користувальницьких завдань;
- усі функції програми та порядок їхнього застосування;
- настройка програми;
- проблеми в процесі використання і способи їхнього вирішення.

Під час документування невеликих програм у керівництво користувача часто вносять інструкції з установки, налаштування, адміністрування, оновлення та іншого обслуговування програми.

Ніколи або майже ніколи керівництво користувача не розглядається як навчальний посібник із предметної області.

## **Методика і стиль викладу**

Залежно від особливостей програми та цільової аудиторії керівництво користувача за способом викладу матеріалу може наближатися до підручника чи, навпаки, до довідника. Порядок викладу матеріалу в керівництві користувача визначається користувальницькою перспективою програми.

Якщо програма становить інструмент, що дозволяє вирішувати практичні завдання з деякого кінцевого набору, в керівництві приводять типові процедури вирішення кожної з них. Наприклад, користувачеві поштового клієнта необхідно знати, як написати і відправити повідомлення, як завантажити нові повідомлення з сервера, як відповісти на повідомлення і т. п. Кожну з цих дій можна розкласти на послідовні елементарні кроки, у всякому разі, для типових ситуацій. У великій програмі подібних користувальницьких завдань може бути багато, але не нескінченно багато. Керівництво користувача, побудоване за принципом користувальницьких завдань, нагадує підручник, хоча, переважно, позбавлене властивого підручникам методичного апарату: перевірних завдань, питань, вправ.

Якщо програма становить середовище, в межах якого користувач може виконувати завдання, поставлені ним самостійно, керівництво

користувача має бути ближче до довідника. У ньому послідовно і систематично мають бути описані всі функції програми та порядок їхнього застосування. Що з ними робити, на що спрямувати, користувач буде думати сам. Так, у керівництві користувача з графічного редактора можна знайти опис усіх графічних примітивів, інструментів, фільтрів, однак, там не буде прямо сказано, як зобразити будівлю, автомобіль або, скажімо, собаку. Користувач це або вміє малювати, або ні.

Можливі й інші користувальницькі перспективи. Бувають програми, за допомогою яких користувач контролює стан того чи іншого об'єкта, скажімо, промислової установки. Тоді керівництво користувача будується за принципом таблиці: повідомлення програми – реакція або можливі реакції користувача.

Якщо користувач застосовує програму для вирішення завдань у нетривіальних предметних областях, у керівництво користувача настійно рекомендується внести концептуальний розділ. У ньому має бути описаний реалізований у програмі спосіб подання об'єктів реального світу, щоб користувач добре розумів, з якими із них і на якому рівні абстракції він може працювати.

### **Типова структура**

Через велике розмаїття програм складно уявити собі універсальну структуру керівництва користувача. У кожному конкретному випадку вона буде в основному визначатися особливостями описуваної програми. Тим не менш, зазвичай структура керівництва користувача схожа на наведену далі.

Загальні відомості.

Установка і первісне налаштування.

Основні поняття і визначення.

Інтерфейс користувача.

Робота з програмою.

Користувацьке налаштування.

Повідомлення про помилки.

Єдиний розділ "Робота з програмою" часто замінюють декількома послідовними розділами, що описують великі групи користувальницьких завдань чи функцій.

**Завдання.** Складіть керівництво користувача для практичного результату свого міждисциплінарного курсового проєкту, попередньо

виконавши його структурну схему. Протестуйте створене керівництво користувача за допомогою трьох обраних вами осіб, результати тестування прокоментуйте у письмовому звіті до цієї самостійної роботи.

### **Контрольні запитання для самоперевірки**

1. Назвіть причини необхідності складання технічного завдання (ТЗ).
2. На якому етапі створення мультимедійного видання формують технічне завдання?
3. Назвіть основні складові технічного завдання.
4. Назвіть усі види технічної документації для електронних видань.
5. Які технології супроводу ММВ ви знаєте?
6. Які є заходи зі зниження вартості супроводу ММВ?
7. Як саме проєктні рішення на стадії створення ММВ впливають на вартість супроводу та подальшого розвитку ММВ?

### **Рекомендована література**

#### **Основна**

1. Бабенко В. С. Виртуальная реальность : толковый словарь терминов / В. С. Бабенко. – Санкт-Петербург : ГУАП, 2006. – 574 с.
2. Воган Т. Самое полное руководство по созданию мультимедийных проектов / Т. Воган ; [пер. с англ. М. И. Талачевой]. – Москва : НТ Пресс, 2006. – 520 с.
3. Завгородня О. С. Використання інтерактивних лекційних модулів як інструменту електронного навчання / О. С. Завгородня // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 12, ч. 2. – С. 213–217. – Серія "Економічні науки".
4. Захаренко Е. Н. Новый словарь иностранных слов / Е. Н. Захаренко, Л. Н. Комарова, И. В. Нечаева. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : ООО ИФ "Азбуковник", 2008. – 1040 с.
5. Зиссер Ю. А. Маркетинг on-line. Как превратить сайт компании в эффективный инструмент продаж / Ю. А. Зиссер. – Минск : Изд-во "Гревцова", 2007. – 114 с.
6. Комп'ютеризовані системи і технології у видавничій справі : монографія / під ред. О. І. Пушкаря. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2015. – 312 с.

7. Леви-Стросс К. В. Структурная антропология / К. В. Леви-Стросс. – Москва : Изд-во "Эксмо-пресс", 2001. – 216 с.

8. Методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт з навчальної дисципліни "Мультимедійне видавництво" для студентів 5-го курсу спеціальності "Технологія електронних мультимедійних видань" усіх форм навчання / уклад. О. І. Пушкар, Н. І. Прибиткова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2010. – 50 с.

9. Методичні рекомендації до самостійної роботи з навчальної дисципліни "Мультимедійне видавництво" для студентів напряму підготовки "Видавничо-поліграфічна справа" усіх форм навчання / уклад. О. І. Пушкар, Н. І. Прибиткова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2011. – 64 с.

10. Пушкар О. І. Використання карт пам'яті для структурування інформаційного простору навчальних дисциплін у e-learning / О. І. Пушкар, О. С. Завгородня // Системи обробки інформації. – 2018. – № 2 (153). – С. 108–116.

11. Пушкар А. И. Методы и модели дистанционного обучения в подготовке экономистов : научное издание / А. И. Пушкар ; под ред. д. э. н., проф. А. И. Пушкар, к. э. н., проф. В. П. Степанова. – Харьков : Изд. ХНЭУ, 2006. – 336 с.

12. Пушкар А. И. Построение мультимедийного информационного образовательного пространства на основе компетентностного подхода / А. И. Пушкар, Н. И. Прибиткова // Теорія і практика управління соціальними системами. – 2010. – № 1. – С. 40–48.

13. Розробка електронних видань на основі мультимедійних технологій : монографія / під ред. д. е. н., проф. О. І. Пушкар. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2015. – 288 с.

14. Якобсен Е. Концепция разработки вебсайтов. Как успешно разработать вебсайт с использованием мультимедиа-технологий / Е. Якобсен ; пер. с нем. И. А. Марков. – Москва : НТ "Пресс", 2006. – 512 с.

15. Яковлев О. О. Раскрутка и продвижение сайтов : основы, секреты, трюки / О. О. Яковлев. – Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2007. – 336 с.

## **Додаткова**

16. A guide to the project management body of knowledge (PMBOK® guide). – Fifth edition. – Newtown Square, PA (USA) : Project Management Institute, Inc., 2013. – 589 p.

17. Cadle J. Project management for information systems / J. Cadle, D. Yeates. – 5th edition. – Edinburgh : Pearson Education Limited, 2008. – 446 p.
18. Deasun O. C. Overview of the PMBOK Guide. Short Cuts for PMP Certification / O. C. Deasun. – 2nd edition. – Berlin : Springer-Verlag Heidelberg, 2011. – 231 p.
19. England E. Managing Interactive Media: Project Management for Web and Digital Media / E. England, A. Finney. – 4th edition. – New York : Addison-Wesley, 2007. – 480 p.
20. Enge E. The art of SEO / E. Enge, S. Spencer, J. C. Stricchiola. – 2nd edition. – New York : O'Reilly Media, 2012. – 716 p.
21. Fairley R. E. Managing and leading software projects / R. E. Fairley. – New Jersey : John Wiley & Sons, Inc., 2009. – 492 p.
22. Stamatoudi I. A. Copyright and multimedia products: a comparative analysis / I. A. Stamatoudi. – UK : Cambridge University Press, 2002. – 336 p.
23. Stepanek G. Software project secrets. Why software projects fail / G. Stepanek. – New York : Apress, 2012. – 166 p.

## **Інформаційні ресурси**

24. Антологія руської поезії "Круг лета Господня" в мультимедійному проекті "Живая Поэзия" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://antologia.xxc.ru>.
25. Використання методу карти кліків [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://megamozg.ru/post/7950>.
26. Гаджетаріум – інтерактивна історія найкрутіших гаджетів світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gutenbergz.com/ua/gadgetarium.html>.
27. Головач В. В. Дизайнер, проектувальник, юзабіліті-фахівець [Електронний ресурс] / В. В. Головач. – Режим доступу : <http://www.usethics.ru/lib/types.html>.
28. ГОСТ 7.83-2001. Межгосударственный стандарт. СИБИБД. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://www.internet-law.ru/intlaw/laws/gost.htm>.
29. Ергономіка взаємодії людини і системи ISO 18529 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.iso.org/iso/ru/iso\\_catalogue/catalogue\\_tc/catalogue\\_detail.htm?csnumber=33499](http://www.iso.org/iso/ru/iso_catalogue/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=33499).

30. Ідентифікація користувача в інтернеті [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://articles.org.ru/cn/showdetail.php?cid=6201>.
31. Інтернет-статистика. Лічильники статистики для сайтів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://art-web-design.ru/inetstatistika.html>.
32. Інтернет-лабораторія "Ксан" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ksan.ru/services/multimedia/ksan.html>.
33. Используем Parallax Scrolling при создании сайта [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.dbest.ru/creation\\_site/parallax](http://www.dbest.ru/creation_site/parallax).
34. КАМИС – комплексная автоматизированная музейная информационная система [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://kamis.ru>.
35. Карта кліків на вашому сайті – модуль Click HeatMap [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.drupal.ru/node/17493](http://www.drupal.ru/node/17493).
36. Котенко Е. С. Понятие и признаки мультимедийного продукта [Электронный ресурс] / Е. С. Котенко // Авторские статьи по электронной коммерции. – Режим доступа : <http://ecommercelaw.ru/ponjatie-multimedijnogo-producta.html>.
37. Кращі прийоми usability-тестування: інтерв'ю з Рольфом Молічем [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tophosting.com.ua/info/32/324.php>.
38. Критерії оцінювання вебсайтів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.atix.name/usefull/info/st8>.
39. Маллон А. Процес мультимедіа розвитку [Електронний ресурс] / А. Маллон. – Режим доступу : [http://ourworld.compuserve.com/homepages/adrian\\_mallon\\_multimedia/devmtpro.htm](http://ourworld.compuserve.com/homepages/adrian_mallon_multimedia/devmtpro.htm).
40. Маса Б. Аналіз просування сайта. Просування сайтів [Електронний ресурс] / Б. Маса. – Режим доступу : <http://art-web-design.ru/prodvizhenie.html>.
41. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения (ГОСТ 7.83-2001) [Электронный ресурс]. – [Дата введения 2002-07-01]. – Режим доступа : [http://www.ksu.ru/RFminedu/pismo\\_21jan2003.htm](http://www.ksu.ru/RFminedu/pismo_21jan2003.htm).
42. Методи дослідження вебсайта [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.klubok.net/article1580.html>.
43. Міжнародний стандарт ISO 13407 "Процеси дизайну, орієнтованого на користувача в інтерактивних системах" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Міжнародний\\_стандарт](https://uk.wikipedia.org/wiki/Міжнародний_стандарт).

44. Міжнародний стандарт ISO 9241-11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://it-gost.ru/content/view/18/44>.
45. ММВ "Деоніка" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.deonika.ru/index.htm>.
46. Мультимедійні експерименти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://piddubny.com/multymedijni-eksperymenty>.
47. Невеликий дизайн-аналіз великих блогів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://blogimira.ru/malenkij-dizajn-analiz-bolshix-blogov>.
48. Основні шляхи розвитку інтерактивності освітнього середовища інноваційного навчання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nrc.edu.ru/razd4/42a.html#top>.
49. Официальный сайт компании Autodesk. – Режим доступа : <http://www.autodesk.ru>.
50. Офіційний сайт фірми Union Craft. – Режим доступу : <http://www.union-craft.com/uslugi/multimedia-presentation.html>.
51. Пошукова оптимізація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki>.
52. Пошукові системи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://meta.math.spbu.ru/~nadejda/ir-tutorial/nadejda\\_ir.html](http://meta.math.spbu.ru/~nadejda/ir-tutorial/nadejda_ir.html).
53. Пример ссылочного графа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://devaka.ru/images/106.gif>.
54. Принципи оптимізації сайту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://wm-help.net/articles/article/28.06.20061185-40.htm>.
55. Пушкар О. І. Мультимедійний дидактичний комплекс з дисципліни "Мультимедійне видавництво" [Електронний ресурс] / О. І. Пушкар, Н. І. Прибиткова. – Режим доступу : <http://www.mmv.mdk.hneu.edu.ua>.
56. Родін В. П. Створення електронного підручника : навч. посіб. [Електронний ресурс] / В. П. Родін. – Режим доступу: [http://window.edu.ru/window/library?p\\_rid=26088](http://window.edu.ru/window/library?p_rid=26088).
57. Сайт організації віддаленої роботи для дизайнерів, програмістів, менеджерів, оптимізаторів, копірайтерів. – Режим доступу : <http://www.free-lance.ru>.
58. Сервіс PageRank [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://checkpagerank.net>.
59. Статистика запитів [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki>.



60. Студія SMOpro: реклама в блогах і SMO: Дизайн аналіз топ-50 блогів Technorati [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://strahovka.blog.moskva.com/blog-strahovkablog/18289583.html>.

61. Супроводження сайта [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.exipilis.com/\\_9.html](http://www.exipilis.com/_9.html).

62. Сухов С. Про пошукову оптимізацію [Електронний ресурс] / С. Сухов. – Режим доступу : <http://www.seonews.ru/analytics/detail/117170.php>.

63. Теорія дизайну [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iatp.by/handouts/design>.

64. Технічний регламент. Стандарти розробки офіційних інтернет-ресурсів державних установ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://premia.webmastera.org/press/section.php?SECTION=3&ID=174792>.

65. Управління впровадженням інформаційних систем. Планування команди проекту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.intuit.ru/department/itmngt/isimman/9/3.html>.

66. Центр культурних ініціатив "Сретение" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sretenie-media.com>.

67. Цифрові бібліотеки Digital Libraries William Y. Arms [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.future.museum.ru/link.asp?back=part03/default.htm&url=http://topclass.msses.ru/topclass/offline/im/arms/zaglavlnaya.htm>.

68. Что такое SEO и SEO-оптимизация [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://seokleo.ru>.

69. Этапы создания сайта [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://orientir-yug.ru/web\\_build.html](http://orientir-yug.ru/web_build.html).

70. Google Тренды [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.google.ru/trends>.

71. SEO Аудит (анализ) сайта [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.avis.net.ua/analit.htm>.

72. Demicron WireFusion Enterprise [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.demicron.com>.

73. Google trends: Top searches [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.google.com/trends/explore#cmpt=q>.

74. Higgins D. Intermedia [Electronic resource] / D. Higgins ; D. De Salvo (ed.). – Access mode : [http://jenniferj.net/media280/wp-content/readings/higgins\\_intermedia.pdf](http://jenniferj.net/media280/wp-content/readings/higgins_intermedia.pdf).

75. Mallon A. The Multimedia Development Process [Electronic resource] / A. Mallon. – Access mode : <http://adrianmallonmultimedia.com/design-guidelines/devmtpro.htm>.

76. Microsoft Solutions Framework [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.microsoft.com/msf>.

77. Nika Game [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.nikagame.com/ru/aboutus>.

78. Nilsen Y. Beyond the Buy Button in E-Commerce [Electronic resource] / Y. Nilsen. – Access mode : <http://orion-studio.com.ua>.

79. Pourciau L. J. A review of WWW authenticity assessment methods. [Electronic resource] / L. J. Pourciau. – Memphis, TN, U.S.A. : The University of Memphis Libraries. – Access mode : <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea99/doc1/Doc72.html>.

80. Sermonspice videostock [Electronic resource]. – Access mode : <http://dx.doi.org/10/1787/5kx6kv51z0n-en>, <http://www.sermonspice.com>.

# Додатки

Додаток А

## Вимоги до оформлення звітів із виконання завдань для самостійної роботи студентів

Звіт із виконання завдань для СРС має містити:

- 1) титульний аркуш;
- 2) зміст;
- 3) дидактичні елементи завдання для СРС;
- 4) виклад результатів виконання завдання для СРС, розподілений на змістовні пункти (та підпункти, за необхідності);
- 5) перелік використаних джерел;
- 6) додатки (за необхідності).

Звіт із виконання завдань для СРС має бути відформатований за параметрами:

Гарнітура шрифту: Times New Roman, 14 кегль.

Міжрядковий інтервал: 1,3.

Поля: ліве – 2 см, решта – 1 см.

Абзацний відступ: 1,25 см.

Назви пунктів звіту починати з нової сторінки, друкують гарнітурою шрифту Times New Roman, 18 кегль.

Назви підпунктів звіту починають на тій сторінці, де закінчився попередній підпункт, друкують гарнітурою шрифту Times New Roman, 16 кегль.

Таблиці та рисунки оформляти відповідно до вимог до магістерської роботи.

Надрукований варіант звіту з виконання завдань для СРС має бути скріплений.

## Зміст

Вступ.....	3
Змістовий модуль 1. Проєктування мультимедійних видань.....	5
Самостійна робота 1. Формування штату мультимедійного видавництва .....	5
Самостійна робота 2. Планування та бюджет мультимедійного видання.....	7
Самостійна робота 3. Управління мультимедійним проєктом.....	12
Самостійна робота 4. Формування контенту мультимедійного видання. Формування вимог до медіаконтенту ММВ.....	15
Самостійна робота 5. Проєктування навчальних мультимедійних видань.....	20
Самостійна робота 6. Проєктування онлайн-видання .....	22
Змістовий модуль 2. Організація виробництва електронного видання.....	31
Самостійна робота 7. Обґрунтування вибору інструментальних засобів для створення ММВ згідно з технічним завданням.....	31
Самостійна робота 8. Інструменти для роботи з вебдодатками .....	34
Самостійна робота 9. Складання бізнес-плану створення мультимедійного видавництва .....	38
Самостійна робота 10. Формування пакета супровідної документації мультимедійного видання .....	41
Рекомендована література.....	44
Основна .....	44
Додаткова .....	45
Інформаційні ресурси .....	46
Додатки.....	51

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

## МУЛЬТИМЕДІЙНЕ ВИДАВНИЦТВО

### Методичні рекомендації до самостійної роботи студентів спеціальності 186 "Видавництво та поліграфія" другого (магістерського) рівня

*Самостійне електронне текстове мережеве видання*

Укладачі: **Пушкар** Олександр Іванович  
**Завгородня** Ольга Сергіївна

Відповідальний за видання *О. І. Пушкар*

Редактор *В. Ю. Степаненко*

Коректор *В. Ю. Степаненко*

План 2019 р. Поз. № 104 ЕВ. Обсяг 53 с.

---

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

---

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*