**Муниципальное бюджетное образовательное учреждение "Брянский городской информационно-методический Центр в системе дополнительного педагогического образования (повышения квалификации)"**

**Методические рекомендации**

**по созданию и развитию**

**школьного сайта**

**Методист МБОУ БГИМЦ: Волынец А.Л.**

**Бряск-2013**

Школьный сайт является важнейшим элементом информационной политики современного образовательного учреждения и инструментом решения ряда образовательных задач, связанных с формированием информационной культуры участников образовательного процесса.

В настоящих рекомендациях сайт рассматривается с различных точек зрения:

* как организационно-управленческая проблема (проектирование сайта, создание «сайтовой команды», ресурсы для создания и поддержки);
* как информационно-технологическая проблема (определение круга потенциальных пользователей и их информационных запросов, информационная структура, сервисы, дизайн, техническое решение, хостинг);
* как инструмент взаимодействия и самопозиционирования (размещаемые материалы, язык, представление уникальности, неповторимости школы, ее опыта в различных областях деятельности);
* как педагогический инструмент (возможности организации творческой деятельности учеников, взаимодействие педагогов и учащихся, представление продуктов деятельности и достижений, создание летописи школы);
* как инструмент формирования информационной культуры участников образовательного процесса (точка входа в мировое информационное пространство).

От содержания, структуры и функций сайта зависит не только успех взаимодействия школы с внешним миром, но и внутренний учебный процесс.

Анализ школьных сайтов ОУ г.Брянска показывает, что большинство из них являются презентационными, то есть стараются побольше рассказать о школе и ее деятельности. Здесь можно найти фотографии, планы работы, рассказы о состоявшихся событиях. Иногда рекламируется набор услуг, предоставляемых образовательным учреждением, – туристические поездки, консультации психологов и т.п. Чтобы дополнительно привлечь посетителей, некоторые школы размещают на своем сайте большое количество ссылок на другие ресурсы Интернета.

Таким образом, пока школьные сайты в основном являются информационным и рекламным отражением традиционной очной деятельности школы и не используют всего многообразия средств и возможностей, предоставляемых телекоммуникационными технологиями.

Основой разработки образовательного сайта является целостная педагогическая концепция учебного заведения, а не только одна ее часть или направление, например информационные технологии. Только в этом случае школьный сайт станет работать на всю школу, на все стороны ее жизни.

В самом начале работы необходимо продумать ответы на следующие вопросы:

* Какие функции будет выполнять сайт?
* Какова аудитория посетителей сайта?
* Какого рода информация необходима вашей потенциальной аудитории?
* Как будет реализована схема обновления (пополнения) материалов сайта? Кто будет ответственен за наполнение каждого раздела?
* Каковы способы продвижения сайта для формирования его посещаемости целевой аудиторией?
* Где будет размещаться сайт? Каково будет имя сайта?

**Определение аудитории сайта**

В Интернете существует огромное разнообразие сайтов. Можно с ходу вспомнить сайт-визитку, корпоративный сайт, поисковую систему, сайт-СМИ (средство массовой информации), сайт-учебное пособие, сайт-справочник, сайт-сообщество. У каждого сайта своя аудитория, которая приходит на сайт за определенной информацией. Чтобы понять, из чего должно складывается содержание школьного портала, нам придется провести исследовательскую работу, чтобы выяснить, какая аудитория будет являться целевой для сайта учебного заведения и какую информацию она будет искать на сайте.

Чтобы составить подробный портрет целевой аудитории, нам придется описать всех, кто ежедневно обращается (по любому вопросу) к данному учебному заведению. При этом надо обратить внимание на то, что у разных школ целевая аудитория может немного отличаться – это будет зависеть от специализации, работы данной школы с вузами или организациями, активности дополнительных занятий, работы внутришкольных организаций.

Основная целевая аудитория школьного сайта состоит из следующих групп пользователей:

1) учащиеся – те, кто учится сейчас, и те, кто собирается поступить в эту школу, а также выпускники;

2) родители – соответственно, родители учеников, родители будущих первоклассников или учащихся более старших классов;

3) учителя – преподаватели данной школы и коллеги из других школ (различных городов и регионов), среди которых может оказаться и руководство соседней школы, и администратор сайта школы из другого города, и преподаватели-единомышленники, нашедшие на вашем сайте интересные материалы (если у вас хватит желания и терпения рассказать на сайте о своей работе более подробно);

4) партнеры – представители организаций, с которыми работает школа. Среди них могут быть и сотрудники министерства образования, и преподаватели ВУЗа схожего профиля, и работники районной библиотеки.

Каждая группа заинтересована в определенном типе информации, хотя иногда их интересы могут пересекаться.

**Учащиеся**

Учащиеся заинтересованы в получении учебной и развлекательной информации, в новостях, в виртуальном общении с товарищами. Им могут быть интересны объявления о школьных мероприятиях (любых!), конкурсах и олимпиадах для школьников и, возможно, не только школьных, но окружных, городских, вузовских. Они наверняка будут внимательными читателями отчетов школьных мероприятий и будут пытаться найти себя на фотографиях «с места школьного мероприятия». Им также пригодятся расписание уроков, дополнительных занятий и кружков, график работы библиотеки, дополнительные материалы по разным предметам, ссылки на тематические образовательные сайты, библиотеки. Очень многих учащихся привлекает возможность виртуального общения. Это может быть не только общение в гостевой книге сайта, где посетители оставляют свои мнения о сайте, но и более сложная форма общения – форум или даже социальная сеть.

Общение должно происходить не только между учащимися, но и между преподавателями и учащимися. Преподаватели, готовые к взаимодействию в Интернете, всегда пользуются уважением. Общение в контексте школьного сайта предполагает общение на административные темы, более подробный разбор каких-то вопросов, связанных с учебной программой, обсуждение вопросов, которые волнуют школьников.

Возможности учащихся на сайте: читать материалы, создавать и публиковать материалы, участвовать в дискуссиях, получать дополнительные материалы от преподавателей, предлагать новые темы и материалы для публикации.

**Родители**

В первый раз родители попадают на сайт школы, когда планируют отдать туда своего ребенка. Значит, первое, что интересует их на сайте, это общая информация о школе, особенностях обучения, преподавателях, возможности поступления, даты и время проведения собеседования, список необходимых документов и требований.

Родители детей, уже посещающих эту школу, будут заинтересованы в информации о текущей работе школы и об успеваемости своего ребенка.

Информация о работе школы: мероприятия для учащихся и родителей, возможности для родителей в участии жизни школы, расписание родительских собраний.

Публикация информации об успеваемости учащихся в открытом доступе на сайте – не самое хорошее решение, так как в этом случае нарушаются права учащихся на сохранение личной информации (Согласно закону РФ «О защите персональных данных»).

Отчеты об успеваемости должны быть защищены от доступа посторонних и от индексации поисковыми машинами. Самое лучшее решение – индивидуальный рабочий кабинет для родителей, заинтересованных в получении информации об успеваемости и желающих взаимодействовать с классным руководителем и педагогами через Интернет.

Также для родителей на сайте можно размещать информацию о правильном воспитании детей, подготовке к школе, различные материалы по детской психологии. Это будет полезно почитать всем родителям без исключения.

Форум может представлять собой удобный рабочий инструмент для совещаний родительских комитетов, с возможностью организации закрытых обсуждений только для участников комитета.

Возможности родителей на сайте: читать материалы, участвовать в дискуссиях, получать информацию непосредственно от преподавателей.

**Учителя**

С помощью сайта учителя, администрация и сотрудники школы смогут быстрее обмениваться информацией о своей работе, координировать свои действия, обмениваться опытом. В идеале, сотрудники являются не только читателями, но и активными авторами содержания сайта, создавая с помощью сайта свою методическую базу, подборку научных материалов.

**Партнёры**

Сайт – это мини-представительство вашей школы, которое работает постоянно, в любое время суток, в выходные и каникулы. Самая важная информация, которую вы можете передать через сайт представителям организаций-партнеров это:

а) контактная информация (не просто адрес и телефон секретаря, но и e-mail-адреса администрации (работающие!), а в идеале – и преподавателей);

б) информация об активной жизни школы – фактически, это новостная лента событий в школе и наполненные актуальной информацией разделы сайта.

Также следует учитывать, что основная масса людей, посещающих сайт, не имеет к данной школе никакого отношения. И на них тоже приходится рассчитывать. Привлекая такую аудиторию, можно организовать обмен опытом, найти спонсоров, рекламировать своё учебное заведение, создавать связи с зарубежными учебными заведениями и другими заинтересованными организациями.

На первом этапе лучше всего расставить приоритеты для каждой из групп и дальнейшую разработку сайта вести с учётом этих приоритетов.

Информация на школьном сайте может быть нацелена и на такие группы людей, как администрация учебных заведений, детские врачи, студенты и абитуриенты, дошкольники, родители дошкольников и т.д. Чем больше посетителей будет на вашем сайте,тем большая вероятность того, что вы получите пользу от создания веб-проекта.

Обеспечив регулярное обновление ресурса новой интересной и актуальной информацией, вы сможете привлекать и удерживать большую аудиторию.

После того, как вы определились с «нужными» группами пользователей, расставили приоритеты, планы по дальнейшему привлечению пользователей составлены, можно переходить к подбору содержания сайта и его структуре.

**Определения содержания проекта**

Сайт – это, прежде всего, информационный проект, поэтому главное на сайте – его информационное наполнение. Чем больше материалов представлено на сайте и чем они интереснее, тем более успешным и популярным будет ресурс.

Тематика информационного наполнения должна чётко соответствовать выбранной аудитории. Нельзя объять необъятное - иными словами, нельзя сделать ресурс интересным для всех. Поэтому нельзя тратить силы, время и средства на публикацию материалов, неинтересных для целевой аудитории. Это не принесёт пользы, а может даже пойти во вред посещаемости проекта.

Нужно отметить, что существует контент, интересный одновременно всем группам пользователей. Это может быть электронная библиотека, раздел юмора и другие общие темы. Наличие подобных разделов на сайте очень положительно влияет на общую посещаемость сайта и о них тоже стоит задуматься. Наполнение этих разделов тоже должно отражать интересы основных групп пользователей, но там могут содержаться материалы и на другие темы.

При наполнении сайта нельзя забывать об авторском праве. Нельзя брать материалы из других источников без предварительного согласия авторов. В заимствованных материалах обязательно должна стоять ссылка на источник, будь то Интернет-сайт или «оффлайновое» издание.

То же касается и собственных эксклюзивных материалов. При перепечатке ваших материалов необходимо требовать наличие ссылки на авторов и источник. Проблема состоит в том, что очень трудно определить факт плагиата, так как Интернет практически безграничен. Утешает в этой ситуации лишь то, что воровство ваших материалов – это показатель их качества и что публикация, пусть даже не законная, ведёт к ещё большему распространению ваших идей.

После того, как вы спланировали информационное содержание ресурса, можно переходить к планированию внешнего вида и структуры сайта.

Разработка дизайна

Структура сайта строится, исходя из определённого ранее содержания. Самой простой и удобной структурой является древовидная. Реальная структура каждого сайта индивидуальна. Разделы и подразделы создаются в зависимости от выбранного контента. После того как структура разработана, можно переходить к дизайну.

**Дизайн** информационного сайта должен **быть прост и аскетичен**, но в тоже время **эстетичен и красив**. При этом ресурс должен быть максимально удобен для пользователя, навигация по сайту должна быть интуитивно понята, дизайн максимально нацелен на лёгкую подачу информации.

Все страницы на сайте должны быть выполнены в едином стиле, но во многом их вид может отличаться в зависимости от содержания страницы. Например, главная страница, страница с текстовой информацией, страница с набором ссылок, страница галереи рисунков и т.д. Макет каждой страницы разрабатывается отдельно.

Какие особенности стоит отметить здесь:

Объём одной страницы вместе со всей графикой не должен превышать 30Кб. В реальности обычно допустимо делать страницы 50-60Кб. Большие страницы очень долго загружаются при использовании низкоскоростного доступа. К тому же многие провайдеры взимают плату за количество скачанной информации, следовательно просмотр больших страниц – довольно-таки дорогое удовольствие.

Вся графика должна быть оптимизирована для размещения на веб-сайте. То есть иметь наилучшее качество при минимальном разделе. Соотношение качества и размера определяется на глаз.

Вложенность структуры не должна превышать 3 уровней. В отдельных случаях допустимо сделать 4 уровня. Пользователи не должны путаться в навигации по сайту.

Следует избегать использования лишних графических элементов для украшения страниц, пёстрых фоновых изображений, «тяжёлой» по объёму графики и флэш-анимации, использование различных клиентских скриптов (например, java-script) без крайней необходимости. Особо стоит отметить недопустимость использования на web-страницах звукового сообщения без очень веской причины.

Каждая страница должна давать представление пользователю, в каком разделе сайта он находится, а также иметь удобную и простую навигацию,с помощью которой можно перемещаться внутри раздела, в другие разделы и на главную страницу сайта.

На сайте должна быть контактная информация для связи с владельцем. Именно это делает ресурс интерактивным.

Основной контент должен отображаться с использованием набора стандартных шрифтов, который присутствует на большинстве компьютеров в мире.

Все перечисленные пункты должны быть учтены на стадии разработки дизайна. Только в этом случае он будет смотреться цельным и логичным. Для примера хорошего дизайна можно посетить популярные информационные ресурсы, сайты веб-студий и т.д. Там можно обнаружить множество интересных интересных находок и подходов к разработке сайтов.

При этом нельзя забывать, что дизайн является интеллектуальной собственностью и нельзя просто скопировать его. На основе понравившихся вам, в плане дизайна, сайтов придётся создавать что-то своё, не похожее на другие ресурсы.

Один человек вряд ли, за короткое время, сможет охватить такой объём знаний, поэтому работа над **созданием** **школьного сайта** – **это командная работа**, в которой должны принимать активное участие не только преподаватели информатики, но и весь педагогический коллектив и учащиеся.

Особую роль в создании сайта должна играть администрация школы.

**Организация работы редакции школьного портала**

Основные задачи редакции портала – определение круга наиболее важных информационных поводов, создание новостных материалов (текст, фото, видео, аудио), своевременное обновление страниц со «статичной информацией», поддержка сообщества сайта.Сотрудниками редакции могут стать все заинтересованные в этой работе лица. Но, сколько бы сотрудников ни было, два или двадцать, им надо распределить между собой основные роли, которые им придется выполнять во время работы. Это необходимо для более правильного распределения нагрузки, ограничения зон ответственности, лучшей проработки знаний в каждой области. По желанию сотрудники могут время от времени «меняться ролями», приобретать новый опыт. Важно также помнить о необходимости вовлечения в работу редакции новых сотрудников, которые смогут в будущем занять места выпускников.

**Руководитель редакции**

Желательно, чтобы руководителем редакции был сотрудник школы, обладающий хорошим знанием специфики Интернета. В работе редакции могут возникать ситуации, когда необходимо будет принимать решение о поиске технического специалиста того или иного профиля, доработке или оптимизации деталей интерфейса, изменений в структуре сайта. Даже просто для консультаций с более опытными разработчиками необходимо будет использовать привычный для них понятийный аппарат, а для создания пусть даже чернового варианта технического задания на разработку чего-либо, связанного с сайтом, знание специфики и терминологии имеет большое значение (с использованием терминов можно более точно сформулировать требования и не мучиться, пытаясь объяснить свои пожелания «на пальцах»). Конечно, такой технический специалист может работать и в составе редакции, но было бы хорошо, чтобы руководитель редакции со временем постарался получить недостающие знания.

**Основные задачи руководителя:**

•распределение ролей между сотрудниками;

•разработка алгоритма редакционного процесса;

•организация взаимодействия сотрудников редакции между собой, с другими сотрудниками и с внешними организациями или привлеченными работниками;

•определение задач и контроль их выполнения;

•решение «политических» вопросов с руководством;

•формирование стратегии развития редакции.

**Редактор портала**

Редактор должен хорошо ориентироваться в информационном потоке, уметь выделять наиболее значимые события. Он должен отлично представлять себе структуру сайта и точно знать, какая информация для какого раздела и в каком виде должна быть представлена.

Редактор занимается вычиткой присланных материалов. Необходимо проверить фактическую информацию (имена, даты, названия), возможно, исправить ошибки. Одна из важнейших задач редактора – следить за формой подачи информации, давать корреспондентам рекомендации по оформлению материала. Читатели информации в Интернете привередливы, они не будут разбираться в слишком сложных и запутанных рассуждениях, а просто закроют страницу, не прочитав. Поэтому текст должен быть интересен и легко читаться, а для этого нужна будет некоторая тренировка.

Редактор берет на себя ответственность за все материалы, опубликованные на сайте. Поэтому ему необходимо быть достаточно решительным, чтобы отклонить какой-то материал, или вернуть его автору на доработку.

**Основные задачи редактора:**

• определяет информационную повестку дня;

• работает с корреспондентами: распределяет задания, редактирует материалы;

• отслеживает реакцию читателей на материалы;

• отвечает на вопросы читателей, ведет переписку;

• поддерживает сообщество (всего сайта или определенного раздела);

• формирует план публикаций.

**Корреспондент**

Корреспонденты могут быть постоянными или работающими на разовой основе. Корреспонденты не могут оставаться безразличными к событиям или мнениям. Им интересно все, что происходит вокруг, и они готовы рассказать об этом остальным.

Корреспондент может получить тему для материала от редактора или найти ее сам, согласовав ее с редактором. Если речь идет о новостях, то важно, чтобы новости успевали попасть на сайт как можно быстрее. Информационные агентства передают информацию о событии в течение несколько часов после события.

Ежедневная газета может позволить себе «опоздать» с информацией на сутки. Вряд ли школьный портал выберет себе скорость работы информационного агентства, но будет хорошим тоном, если новости не задержатся больше, чем на 24 часа. Ведь после этого они уже мало кому будут интересны...

Корреспондент может быть как универсальным, работающим с информацией всех направлений и видов, так и специализирующимся на какой-либо тематике. В условиях большой редакции целесообразно создать систему направлений, по которым работают корреспонденты. Например, учебная информация, административная информация, события школы, спортивная жизнь и т.п.

**Основные задачи корреспондента:**

• работа с источниками информации – преподавателями, учениками;

• посещение мероприятий и взаимодействие с их организаторами и участниками;

• своевременная подготовка материалов;

• поиск интересных тем для публикации.

**Фотограф**

Фотокорреспондент должен уметь обращаться с фотокамерой, знать возможности фотоаппарата, с которым он работает, уметь обрабатывать изображения с помощью специальных программ.

Предпочтительнее использовать цифровой фотоаппарат, так как это позволяет не тратить время на проявку и печать отснятого материала, а сразу использовать его для работы. Корреспондент может использовать для съемки и собственную технику, но было бы хорошо для редакции иметь в своем распоряжении камеру для незапланированных съемок. Также на ней могут отрабатывать навыки в фотографии «пишущие» корреспонденты.

Работающие с фотоаппаратом сотрудники должны пройти обязательный инструктаж о правилах работы с фотоаппаратом и технике безопасности. В инструкции к фотоаппарату подробно описаны правила эксплуатации, при нарушении которых техника будет испорчена.

**Основные задачи фотокорреспондента:**

• съемка по заданию редакции;

• иллюстрация материалов сайта;

• творческая съемка;

• обработка фотографий;

• поддержка архива фотоматериалов.

**Контент-менеджер**

Контент – это все содержание сайта: тексты, фотографии, аудио- и видеофайлы. Контент-менеджер – это специалист, который знает, как правильно разместить материал на сайте, он занимается непосредственно техническим наполнением сайта информацией.

В размещении информации в Интернете есть свои тонкости, тут необходимо знание языка разметки, понимание того, как пользователю будет удобно читать текст и перемещаться по сайту. Контент-менеджер умеет работать с различными форматами файлов, готовя их для публикации. Он анализирует, какая информация на сайте пользуется наибольшим спросом, что еще стоит добавить, и что читателям неинтересно.

**Основные задачи контент-менеджера:**

• верстка текстов;

• подготовка фото-, аудио-, и видеоматериалов;

• загрузка файлов и текстов на сайт;

• проверка работоспособности опубликованных материалов;

• реклама сайта: регистрация в каталогах и поисковых системах;

• работа со статистикой сайта: отслеживание посещаемости.

**Технический специалист**

В редакции необходим сотрудник, который сможет взять на себя решение насущных технических проблем от установки на компьютеры необходимого программного обеспечения и до добавления в навигацию сайта нового раздела или изменения шаблона страницы. Это могут быть и два разных человека – один будет заниматься поддержкой компьютеров, другой – отвечать за работу сайта.

Для технического специалиста не должны быть незнакомы такие слова и выражения, как «дисковое пространство», «usb-порт», «теги», «хостинг» и т.п. В его ведении – поддержка работы редакции, обучение сотрудников работе с техническими средствами.

**Основные задачи технических специалистов:**

• установка программного обеспечения, необходимого для работы редакции;

• поддержка работоспособности компьютеров;

• участие в разработке сайта, формулировка технического задания;

• регистрация домена;

• работа с хостингом;

• загрузка файлов на сервер;

• техническое сопровождение сайта.

**Модератор**

Модератор необходим для поддержки работы сообщества – конечно, здесь мы говорим не о сообществе читателей, а о сообществе посетителей сайта, которые могут участвовать в работе сайта – хотя бы оставлять записи в гостевой книге, а может быть, даже и переписываться на форуме, в чате или в социальной сети.

Модератором может быть не только сотрудник редакции, но и обычный (но адекватный) участник сообщества, готовый потратить время на эту работу.

Поведение пользователей в сообществах регулируется правилами, которые формулируют создатели ресурса в зависимости от того, что они считают наиболее важным.

Модераторы следят за соблюдением этих правил, предупреждая пользователей о нарушениях, исправляя ошибки, перемещая сообщения в более подходящий раздел, отвечая на вопросы пользователей. Действия модераторов могут регулироваться как здравым смыслом, так и отдельным сводом правил для модераторов.

**Обязанности модератора**

• Удаление спама, удаление пользователей, размещающих спам;

• Помощь участникам;

• Предупреждение конфликтов среди пользователей;

• Перенос тем в соответствующие разделы;

• Чтение новых сообщений, отслеживание обсуждений.

**Техническое обеспечение работы редакции**

Для обеспечения работы редакции нужны:

1) Компьютер с доступом в Интернет. Операционная система не имеет особого значения, важно наличие следующих программ: браузера (например, Internet Explorer или FireFox, Opera), текстовый редактор (не важно, умеет ли он красиво форматировать текст, или нет), программы для обработки изображений (подойдет любая программа, позволяющая уменьшать фотографии и оптимизировать их для публикации в Интернете), Skype для видеоконференций. Сотрудники редакции должны иметь возможность открывать и создавать файлы форматов .txt, .doc, .xls, .jpg, .gif, .html

2) Фотоаппарат. Для получения изображений высокого качества стоит использовать в работе цифровой фотоаппарат. Полученные снимки перед публикацией в Интернете надо будет обрабатывать (в частности, уменьшать, облегчая их загрузку пользователями), но при этом обязательно сохранять исходные фотографии. Впоследствии из этого материала можно будет создать школьный фотоархив и пользоваться им как базой иллюстраций.

3) Флеш-карты, аккумуляторы, диски для записи информации – расходные материалы.

**Онлайн-средства работы редакции**

При наличии постоянного досупа в Интернет совершенно не обязательно делать основную часть редакционной работы «в оффлайне». Практически весь процесс подготовки материалов может проводиться непосредственно в Сети, с помощью доступных сетевых инструментов. И вам будут помогать не только e-mail или система мгновенных сообщений:

• внутренний сайт редакции, созданный на движке Wordpress или Drupal, позволит обсуждать различные вопросы в любое время суток, добавлять материалы, писать отзывы, предлагать идеи;

• сервис docs.google.com даст возможность совместно работать над документами;

Арсенал средств регулярно пополняется и, чтобы успеть не отстать от прогресса слишком сильно, стоит начать осваивать его уже сегодня.

**Как рассказать всем о своем сайте?**

После решения первой задачи – создания сайта, одна из ближайших задач – оповещение своей целевой аудитории о том, что сайт заработал (а, может быть, уже давно работает, но никогда не рекламировался).

Каждой из групп целевых аудиторий следует подобрать свой способ сообщения адреса сайта, наиболее удобный для нее. Первое, что надо сделать после того, как сайт появился в сети и начал наполняться информацией, зарегистрировать адрес в основных поисковых системах и каталогах. Конечно, поисковые системы рано или поздно сами найдут сайт и проиндексируют его, но это может занять какое-то время.

Если сайт создан недавно, наиболее важным посетителям стоит объявить адрес лично.

Ученикам помогут несколько текстовых объявлений в школе с адресом сайта, чтобы можно было списать адрес.

Родителям учеников адрес можно сообщить на родительском собрании, вместе с информацией о том, какую полезную для себя информацию они смогут там найти; если на сайте созданы личные кабинеты для родителей, то как можно получить доступ к этой информации.

Учителя – те, кто не принимал участие в создании сайта, узнают адрес сайта и научатся с ним работать в ходе занятий по улучшению навыков работы на компьютере.

Главное условие существования успешного сайта Все интернет-проекты (а школьный сайт – несомненно, интернет-проект) можно разделить на две категории. Одна – стандартные проекты. Вторая – успешные проекты. Причем степень успешности не зависит от количества вложенных в сайт средств.

Одно из важнейших условий существования сайта – его обновляемость. Своевременное появление новостей, актуальной информации, удаление устаревшей информации – первое и основное условие. Кажется, что это довольно простая задача, ведь позади все трудности с техническими сложностями – создание сайта, поиск и обработка изображений, написание первых текстов, первые обновления. Но, тем не менее, в реальности самым сложным оказывается не создание сайта, а его поддержка.

**Почему так происходит?**

Во-первых, отсутствие системы передачи новостной информации внутри организации (в данном случае, школы). Часто полезная информация приходит к тем, кто занимается работой над сайтом, слишком поздно, и к тому моменту успевает уже устареть.

Во-вторых, часто это отсутствие заинтересованности отдельных сотрудников в предоставлении информации для сайта. Даже у полного энтузиазма создателя сайта (который готов встретиться, задать вопросы, обработать полученный материал) может не хватить терпения на постоянные поиск информации, отслеживание изменений, уговоры отдельных сотрудников на предоставление данных.

В-третьих, первые поспешные шаги, желание поскорее опубликовать что-то интересное (но, возможно, не проверенное или не подходящее для публикации на сайте), может привести редакцию сайта к тому, что руководство вынуждено будет просматривать все материалы до публикации, что сильно замедлит процесс обновления, увеличит сроки работы и снизит результат (например, в виде интереса читателей к конкретной новости).

**Как с этим бороться?**

1. Заранее проработать систему поставки новостей. Это может быть общередакционный e-mail, куда все желающие могут присылать вопросы, темы для публикаций или сами материалы. В зависимости от того, насколько преподаватели школы знакомы с Интернетом, обеспечены компьютерами и доступом в сеть, работа с ними может проводиться через электронную почту или с помощью корреспондентов интернет-редакции, которые будут регулярно беседовать с ними лично.

2. Очень важна разъяснительная работа среди преподавателей: для чего нужен сайт, почему информация на сайте должна обновляться, какую пользу получит школа, поддерживая сайт. Возможно, создание сайта поможет кому-то из преподавателей улучшить свои навыки работы с компьютером, электронной почтой, научиться пользоваться поисковыми системами и т.п.

3.До того, как сайт начнет работу, необходимо, чтобы сотрудники редакции и руководство школы пришли к единому мнению о том, какие материалы могут быть опубликованы на школьном сайте, а какие нет. Тотальная проверка всех материалов представителем администрации может занять слишком много времени, в то время как наличие редакционных инструкций и ответственного за публикации на сайте сведет к минимуму риски попадания нежелательной информации на сайт.

Таким образом, вы видим, **что идеальный сайт – тот, который постоянно изменяется**. На нем отражены последние события, на нем есть информация не только официальная, но и созданная корреспондентами редакции. При этом, работа редакции регламентирована, назначены ответственные лица, о работе редакции оповещены все те, кто включен в единое информационное пространство школы, создана система взаимодействия корреспондентов сайта и учащимися и сотрудниками школы между собой.

**Поддержка, наполнение и реклама проекта**

Многие веб-мастера считают, что как только в сети появился их сайт, то пользователи всего мира «повалят туда толпами». Но на самом деле, чтобы посетить сайт, пользователи должны для начали хотя бы узнать о нём, найти его адрес. В этом разделе освещаются основные приемы так называемой «раскрутки» ресурса.

Самым мощным средством привлечения новых пользователей на сайт являются поисковые системы. Они работают следующим образом – некоторая программа имитирует действия пользователя, он просто открывает веб-странички и записывает их адреса и содержимое в базу данных, путешествуя по ссылкам на этих страницах. Теоретически все веб-сайты и веб-страницы В интернете связаны системой гипертекстовых ссылок – отсюда название – Всемирная паутина.

Пользователь, заходит на сайт поисковой системы, вводит слово или фразу своего запроса и система выдаёт ему список адресов страниц, на которых присутствуют слова из запроса.

Все поисковые системы определяют релевантность страниц, то есть дают количественную оценку соответствия тематики страницы и смысла запроса. То есть, если вы введёте в поисковой системе слово «школа», то получите многие тысячи страниц, которые будут отсортированы по порядку их релевантности.

Для привлечения максимальной аудитории необходимо, чтобы по запросам, связанным с тематикой вашего сайта, ссылка на него появилась на первой-второй страницах поискового сайта. Редкий пользователь будет просматривать результаты поиска дальше.

Для достижения этой цели нужно стремиться к следующему с идеологической точки зрения:

1.Сайт должен содержать как можно больше различной информации.

2.Вся информация должна как можно больше соответствовать тематике сайта.

3.Тематика сайта должна быть интересна как можно большему количеству людей.

Ссылки на ваши страницы на других сайтах – тоже очень мощный инструмент рекламы. Для начала нужно зарегистрироваться во всех возможных каталогах ссылок. Особенное внимание надо уделять тематическим каталогам. Многие поисковые системы совмещены с каталогами ссылок, и в них можно зарегистрироваться за один раз. Также можно обмениваться ссылками с ресурсами, подходящими по тематике.

Для того чтобы ресурс стал действительно популярным, нужно не только привлечь аудиторию, но и удержать её, заставляя посещать сайт повторно и часто. Этого можно добиться, только публикуя интересную и полезную информацию. Поэтому само содержание сайта является неотъемлемой частью рекламной компании, её основным звеном. Для удержания аудитории необходимо часто и регулярно обновлять сайт интересными и эксклюзивными материалами, а дизайн сайта, кроме эстетики, должен быть максимально нацелен на простоту и удобство использования сайта.

Инструментом, который позволяет оценить посещаемость сайта, являются системы статистики. В сети таких систем предостаточно. Для их использования нужно зарегистрироваться на них и разместить специальный программный код на своём сайте. Система будет регистрировать все просмотры страниц вашего сайта, и вы сможете всегда получать информацию о количестве посетителей, популярности страниц вашего сайта и многой другой полезной информации. На основе этих данных следует планировать дальнейшее развитие ресурса.

**Заключение**

Итак, можно вывести **основные задачи школьного сайта**:

* Возможность рассказать миру о вашей школе.
* Возможность публиковать любые материалы: авторские, творческие и научные работы, методические разработки, эссе и т.д.
* Возможность наладить обмен опытом и знаниями между учителями, родителями, детьми.
* Возможность совместной работы учителей и школьников над реализацией проекта, создание кружков и факультативов.
* Возможность привлечь к использованию информационных технологий и Интернета детей и преподавателей, не увлекающихся компьютером.

Но чтобы сделать это возможным, понадобится долгая, трудная и кропотливая работа. Создание Интернет-сайта является большим и сложным проектом и, как любой проект, должно начинаться с подробного анализа и планирования.

Чтобы сайт приносил пользу, он должен быть в первую очередь популярным. Что делает сайт популярным:

Полезность. На сайте должны быть представлены материалы полезные и интересные для большой аудитории людей.

Доступность. Сайт должен быть доступным для пользователей 24 часа в сутки 7 дней в неделю. Загрузка сайта не должна вызывать проблем у пользователей сети.

Оформление и удобства использования. Сайт должен быть оформлен красиво и интуитивно понятно.

Список использованных ресурсов:

1. Дмитрий Кирсанов. Веб-дизайн. Символ-плюс. 2003
2. Стечкин И. В., Олеринская Д. А., Круглова Л. А. Медиаобразование в школе: школьный интернет-портал. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2009.
3. Якоб Нипьсен. Веб-дизайн. Книга Якоба Нильсена. 2000
4. [WWW.EDUSITE.RU](http://WWW.EDUSITE.RU)