

Тема 10. Використання Інтернет-технологій

Електронні публікації. Інформаційний консалтинг. Захист інформації

10.1. Електронні публікації

Під створенням *електронних видань (electronic publishing)* розуміють створення інформаційних структур, які поширюються електронними засобами між конкретними користувачами. Переважна більшість електронних публікацій передбачає інтерактивну взаємодію з користувачем і наявність засобів навігації з використанням гіпертексту. Як правило, видання мережних документів ґрунтується на мові HTML. Види електронних публікацій організації наведені в таблиці 10.1.

Таблиця 10.1 Види електронних публікацій і їх характеристика

| № п/п | Вид електронної публікації | Характеристика |
|-------|--------------------------------------|--|
| 1 | Статична публікація | Публікація змісту, що залишається незмінним, поки автор не змінить його вручну |
| 2 | Динамічна публікація | Публікація змісту, що автоматично змінюється, але виглядає однаково для будь-якої аудиторії |
| 3 | "Вибіркова" публікація | Публікація змісту, побудованого із заздалегідь визначених компонентів, які аудиторія підбирає самостійно, виходячи зі своїх специфічних потреб |
| 4 | Адаптивна, публікація | Публікація змісту, що складається із заздалегідь визначених компонентів, які може налаштовувати як аудиторія, так і автор |
| 5 | Публікація, орієнтована на відносини | Залучення аудиторії до процесу публікації за рахунок створення середовища, у яке користувачі вносять свій внесок, даючи відгуки й пропозиції |

Розробка електронної публікації містить такі головні компоненти: *створення змісту (content); управління змістом; доставка змісту.*

Розробка Web-Сайту складається з таких основних операцій і має потребу в урахуванні таких основних компонентів сайту (таблиця 10.2).

Таблиця 10.2 Основні операції й компоненти розробки Web-Сайту

| Операції | Компоненти |
|---|-------------------------------------|
| – розробка концепції сайту; | – система управління змістом сайту; |
| – створення продуманої зручної навігаційної системи сайту; | – система управління доступом; |
| – розробка інтерфейсу сайту; | – форма замовлення; |
| – розробка індивідуального дизайну сайту; | – обновлюваний прайс-аркуш; |
| – графіка й анімація; | – каталог продукції; |
| – web-програмування й верстка; | – гостьова книга; |
| – створення web-додатків; | – система Інтернет-Магазина; |
| – оптимізація сторінок для пошукових систем з підбором ключових слів; | – смуга новин; |
| – реєстрація в багатьох пошукових системах і каталогах; | – система голосування; |
| – підтримка сайту (відновлення й обслуговування); | – система збору статистики; |
| – тестування сайту; | – дошка оголошень (форум); |
| | – контент (content - зміст) сайту |

Можна виділити наступні стандартні *види* сайтів (таблиця 10.3).

Таблиця 10.3 - Типи сайтів, їхнє призначення, зміст і етапи розробки

| № п/п | Тип | Призначення | Розділи | Етапи розробки |
|-------|-------------------------|---|---|---|
| 1 | Візитна картка | Рекомендується невеликим компаніям і окремим особам, які бажають бути представленими в Інтернет. Використовується для довідкової підтримки клієнтів, анонсування інформації щодо пропонуванних товарів і послуг | <ul style="list-style-type: none"> – про компанію; – розділ, присвячений презентації компанії, опису роду діяльності, рекламі; – послуги (товари) і ціни; – "як нас знайти" – розділ, що містить контактну інформацію, графічну карту проїзду, можливість зворотного зв'язку (e-mail), опис маршруту; – розділ новин компанії. | <ul style="list-style-type: none"> – розробка дизайну; – сканування й обробка графічних матеріалів і ілюстрацій; – створення інформаційного наповнення (приблизно 7 сторінок); – використання анімації (динамічні кнопки, підказки й ін.). |
| 2 | Інтернет-Представництво | Створюється для компаній, які планують використовувати Інтернет з маркетинговою метою, для підтримки клієнта й просування бізнесу. До складу такого сайту може входити електронний каталог товарів, реалізований на основі технології баз даних, захищена паролем система адміністрування динамічного наповнення сайту. Сайт, побудований на основі такого типового рішення, є системою, що розвивається, і надалі може бути доповнений новими інформаційними розділами й програмними модулями. | <ul style="list-style-type: none"> – про компанію"; – "як нас знайти"; – каталог товарів; – прайс-лісти, доступні для перегляду в Інтернет і зберігання на комп'ютері користувача; – розділ новин компанії; – розділ підтримки клієнтів; – зворотний зв'язок; – гостьова книга; – система "питання-відповідь"; – система адміністрування сайту. | <ul style="list-style-type: none"> – розробка стилю й дизайн сайту; – розробка структури подання інформації; – сканування й обробка графічних матеріалів і ілюстрацій; – створення інформаційного наповнення (приблизно 15 сторінок); – використання анімації; – створення форм зворотного зв'язку; – створення й ведення гостьової книги; – розробка програмних засобів відновлення інформації сайту; – розробка системи адміністрування сайту. |

Продовження таблиці 10.3

| № п/п | Тип | Призначення | Розділи | Етапи розробки |
|-------|--------------------|---|--|---|
| 3 | Корпоративний сайт | <p>Створюється для компаній, які планують використовувати Інтернет як основний засіб продажу й залучення широкої аудиторії.</p> <p>У рамках такого проекту може бути здійснена розробка розділів підтримки регіонів, механізмів взаємодії з партнерами, засобів автоматичної реєстрації партнерів і клієнтів компанії. Сайт може містити системи торгівлі через Інтернет.</p> | <p>– "Про проект";</p> <p>– "Контактна інформація";</p> <p>– реєстрація користувачів;</p> <p>– ілюстрований каталог товарів;</p> <p>– прайс-лісти, доступні для перегляду в Інтернет і зберігання на комп'ютері користувача;</p> <p>– розділ новин компанії;</p> <p>– розсилання новин і комерційних пропозицій;</p> <p>– динамічний блок "спеціальні пропозиції/лідери продажів";</p> <p>– розділ підтримки користувачів;</p> <p>– розділ для партнерів;</p> <p>– гостьова книга;</p> <p>– форум;</p> <p>– зворотний зв'язок;</p> <p>– засоби анкетування із графічним відображенням результатів у реальному часі;</p> <p>– програмні засоби відновлення новин;</p> <p>– програмні засоби відновлення прайс-лістів;</p> <p>– система допомоги;</p> <p>– інтерактивні засоби адміністрування сайту, які дозволяють самостійно змінювати значну частину інформації.</p> | <p>– розробка стилю й дизайну сайту;</p> <p>– розробка структури подання інформації;</p> <p>– сканування й обробка графічних матеріалів і ілюстрацій;</p> <p>– створення статичного інформаційного наповнення (приблизно 20 сторінок);</p> <p>– створення шаблонів динамічних сторінок;</p> <p>– використання анімації:</p> <ul style="list-style-type: none"> • створення форм зворотного зв'язка; • створення й ведення гостьової книги; • створення форуму; • розробка програмних засобів відновлення інформації сайту; • розробка системи адміністрування сайту; • розробка засобів анкетування із графічним відображенням результатів. |

10.2.Інформаційний консалтинг

Інформаційний консалтинг - вид консультаційної діяльності, що здійснюється на основі збору й аналізу ділової й науково-технічної інформації й пов'язана з аналізом документальних потоків, прогнозуванням ринку, пошуком нових можливостей розвитку бізнесу й ринків збуту.

До сфери інформаційного консалтингу відноситься також проведення *інформаційних експертиз*, які включають пошук і оцінювання ідей, гіпотез, рішень, формування систем критеріїв оцінок, збір і аналіз даних про партнерів і конкурентів, аналіз й прогнозування "лідерів" у комерції; аналіз соціально-політичного рейтингу й ін., а також *комунікативний аудит*.

Інформаційний консалтинг є особливим видом консультаційної діяльності й характеризується певними професійними рисами роботи консультантів: *загальна ерудиція й компетентність; незалежність і неупередженість; рекомендаційний характер пропозицій; спеціальна кваліфікована експертиза; конфіденційність.*

Потенційними користувачами консалтингових послуг виступають будь-які організації, які зіштовхуються з управлінськими проблемами. До них у першу чергу можна віднести приватні компанії, банки, державні установи, професійні асоціації, інвестиційні фонди й ін.

Інформаційний посередник (або брокер) - це особа або організація, що здійснює зв'язок між виробниками інформаційних продуктів і послуг і їх користувачами, володіє знаннями про ринки збуту, продукти і способи їх отримання.

Інформація як об'єкт захисту

Службову таємницю організації становлять відомості про фінанси й бюджетну політику, відомості про організацію внутрівиробничої й управлінської діяльності, забезпечення захисту цих відомостей відповідно до норм чинного законодавства.

Комерційну таємницю становлять економічні інтереси й інформація про різні сфери виробничо-господарської, управлінської, науково-технічної, фінансової діяльності організації, охорона яких обумовлена інтересами конкуренції й можливою загрозою економічній безпеці підприємства.

Персональна таємниця - це інформація, що містить відомості про фізичну особу й дозволяє цю фізичну особу ідентифікувати.

Методи захисту інформації

При обранні засобів захисту інформації необхідно враховувати: об'єкти злочинних зазіхань; перелік погроз; можливих суб'єктів, що здійснюють

злочинні зазіхання; можливі типи структурних зазіхань в інформаційній системі підприємства; форми здійснення злочинних зазіхань; групу ризику санкціонованих користувачів; групу ризику несанкціонованих користувачів; мотиви злочинних зазіхань; можливі місця здійснення злочинних зазіхань.