

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Государственное образовательное учреждение высшего  
профессионального образования  
"Хабаровская государственная академия экономики и права"  
Кафедра информационных технологий

## **Работа с шаблонами цифровых документов**

Учебное пособие для самостоятельной работы и выполнения  
лабораторных работ в форме деловой игры "Работа аутсорсером"  
часть 1, для студентов очной и заочной форм обучения по  
направлениям 080200.62 "Менеджмент" и 080100.62 "Экономика"

Работа с шаблонами цифровых документов: учеб. пособие для самостоятельной работы и выполнения лабораторных работ в форме деловой игры "Работа аутсорсером" часть 1, для студентов очной и заочной форм обучения по направлениям 080200.62 "Менеджмент" и 080100.62 "Экономика". / сост. С. В. Калитин . – Хабаровск : РИЦ ХГАЭП, 2011. – 85 с.

Книга предназначена для использования в качестве учебного издания для и выполнения лабораторных работ в форме деловой игры и самостоятельного обучения.

Содержит теоретический материал, списки литературы, методические указания по проведению 1 части деловой игры по изучению компьютерных технологий под общим названием "Работа аутсорсером". 1 часть посвящена работе с цифровыми документами. Дан перечень контрольных вопросов, прямые ссылки на цифровые текстовые шаблоны и цифровые обучающие материалы, размещённые на интернет-сайтах, в том числе – созданных автором книги.

Рекомендуется для студентов дневной и заочной форм обучения бакалаврских программ направлений "Менеджмент" и "Экономика".

Рецензенты – М.И. Дворник, кандидат технических наук, заведующий лабораторией, ст.научный сотрудник ИМ ХНЦ ДВО РАН,  
– А.И. Медведев, кандидат экономических наук, доцент  
ХГАЭП, директор "Рекламный Центр "Хабаровский"

Утверждено ИБС академии в качестве учебного пособия  
для самостоятельной работы магистрантов 1-го года заочной  
формы обучения магистерских программ по направле-

© Калитин С. В., 2012

© Хабаровская государственная академия экономики и права, 2012

## Содержание

<b>Введение .....</b>	<b>8</b>
<b>1. Руководства для работы с пособием .....</b>	<b>9</b>
1.1. Работа с учебным пособием .....	9
1.2. Условные обозначения .....	10
<b>2. Цель и задачи деловой игры .....</b>	<b>11</b>
<b>3. Сценарий деловой игры .....</b>	<b>12</b>
<b>4. Рекомендации ведущему деловой игры .....</b>	<b>13</b>
<b>5. Оснащение деловой игры .....</b>	<b>14</b>
5.1. Оборудование для деловой игры .....	14
5.2. Программное обеспечение для деловой игры .....	15
<b>6. Вводные теоретические понятия .....</b>	<b>18</b>
6.1. Аутсорсинг .....	18
6.2. Краудсорсинг .....	21
6.3. Шаблоны и Мастера для создания документов .....	25
6.4. Стили текста .....	32
<b>7. Задания .....</b>	<b>3</b>
Задание 1. Работа с шаблоном "Резюме" .....	3
Задание 2. Работа с шаблоном "Сопроводительное письмо" .....	23
Задание 3. Работа с шаблоном "Факсимильное сообщение" .....	29
Задание 4. Работа с шаблоном "Календарь" .....	36
Задание 5. Создание визитных карточек .....	39
Задание 6. Создание информационного буклета .....	50
Задание 7. Создание рекламной листовки .....	63
Задание 8. Автоматическая печать адресов на бумажных конвертах .....	67
<b>8. Рекомендации по оформлению отчёта о результатах деловой игры .....</b>	<b>71</b>
<b>9. Перечень контрольных вопросов .....</b>	<b>72</b>
<b>Приложение А. Сокращённая памятка по использованию языка запросов Яндекса .....</b>	<b>75</b>

<b>Предметный указатель.....</b>	<b>79</b>
<b>Библиографический список.....</b>	<b>81</b>

## **Список таблиц**

## **Список иллюстраций**

## **От автора**

Необходимость этого издания вызвана тем, что с момента выхода первой публикации о деловой игре "Работа аутсорсером" (2007г.) [1] накопилось значительное количество уточнений и дополнений, которые обязательно следовало бы опубликовать для лучшего понимания студентами рассмотренных тем компьютерных технологий, в том числе – сделаны необходимые добавления, для возможности проведения деловой игры со студентами 1 курса.

Новые сведения существенно помогают студентам самостоятельно разобраться со спецификой применения компьютерных технологий и нового направления деловой активности – аутсорсинга. Появились и дополнения к деловой игре, касающиеся прочих направлений компьютерных технологий, в частности – специфики работы с электронной почтой, созданию персонального веб-портфолио и созданию самопрезентации.

Это издание является первым в серии из четырёх учебных пособий для комплексной деловой игры "Работа аутсорсером". Каждое пособие посвящено отдельной теме – применению цифровых текстовых шаблонов, использованию электронных коммуникаций, созданию цифровых информационных ресурсов для глобальной информационной сети и созданию самопрезентации.

Чтобы читатели были в курсе новостей и дополнений к указанным изданиям создан специализированный веб-сайт <http://www.rabota-aoutsorserom.narod.ru>, где публикуются все издания и обновления к деловой

игре "**Работа аутсорсером**". Там есть специальный раздел "**Документы**" в котором опубликованы шаблоны разнообразных цифровых документов для деловой игры и сведения о публикациях по этой теме.

Мои главные усилия по поддержке этого информационного ресурса направлены на то, чтобы опубликованная информация была максимально полезной. Если вы обнаружите какие-то интересные факты или решения, о которых полезно знать другим людям, или если у вас есть ссылки на другие интернет-страницы, посвященные этим темам, я с благодарностью приму сообщения об этом и размещу их в соответствующем разделе сайта с указанием имени нашедшего ссылку.

Хотелось бы пояснить несколько необычных черт, присущих настоящему изданию, потому что оно может показаться необычным за счёт специального форматирования (полужирный шрифт Arial в заголовках) и необычная компоновка текста, а также – включение списков иллюстраций и таблиц со списком предметного указателя, которые в требованиях к подобным текстам, изложенных в ГОСТ 7.32-2001 [12] не предусмотрены или другие.

Дело в том, что указанные нововведения уже требуются современному обществу. Кроме того, в текстовых процессорах новые информационные блоки делаются автоматически и без каких-либо затрат сил. А крупнейшие издательства уже более десятка лет используют эти нововведения в выпускаемых учебниках и прочих книгах.

Издательства используют такие нововведения потому, что они помогают читателю продуктивно и быстро работать с источниками, разыскивая нужный текст, таблицу, иллюстрацию или термин. А последние достижения в области скорочтения и восприятия текстов доказали необходимость применения таких атрибутов к тексту как, например, увеличенный размер заголовков, строгий шрифт для акцента внимания на отдельных словах, замена шрифта **Times New Roman** на **Arial** в заголовках, взамен красной строки – применение увеличенного интервала под абзацами и др.

Такие нововведения уже прижились в интернет-источниках но не в бумажных. Однако и бумажные источники тоже меняются, постепенно развивая свои традиции.

Не все современные достижения и нововведения можно сразу применить в бумажных изданиях. В университетских изданиях есть свои давние традиции, опирающиеся на старинные стандарты, где не упоминается вышеуказанных характеристик текста, как и других особенностей документов, важных современному читателю-студенту, уже активно читающему цифровые источники, нежели бумажные.

С другой стороны – есть современные программные продукты для вёрстки текстов – текстовые процессоры, которые прочно вошли в жизнь общества. Они полностью вытеснили печатные машинки и имеют много автоматических возможностей для создания текстов. Их использование нарушает традиционные и старинные представления о тексте, а не использовать их уже убыточно.

Не всё что раньше было привычно для форматирования текстов на печатной машинке можно воплотить с помощью современных текстовых процессоров. Последние имеют свою логику построения массивов текста, свою описательную программную часть и др., на что люди раньше внимания не обращали. Человечество, находясь в эпохе компьютерных технологий, уже вынуждено подстраиваться под возможности компьютерной техники и программных продуктов. Оно вынуждено менять свои привычки и стереотипы в угоду современного рационализма и экономической целесообразности.

Находящееся перед Вами издание сформировано путём применения стилей текста и всех прочих новых возможностей, доступных современному писателю, создающему цифровые рукописи на компьютере с применением программы текстового процессора.

Автор попытался внедрить в это пособие элементы форматирования текста, улучшающие восприятие учебного материала современными студентами и с учётом получения возможности дальнейшего использования этого электронного текста для его будущего развития и для цифровой публикации версиями (наподобие версий новых программных продуктов).

Стили текста, принятые в этом издании, позволяют улучшить не только воздействие на обучающихся через акценты специального форматирова-

ния, но и применять шаблон этого цифрового издания как шаблона стилей для создания прочих подобных публикаций.

Применение специального форматирования в совокупности с автоматическими возможностями, заложенными в программу текстового процессора, позволяет мне и любому из заинтересованных преподавателей быстро преобразовывать весь текстовый источник в цифровую книгу, переносить отдельные его части в новые издания или превращать часть страниц в веб-сайт (или даже в мультимедиа-источник), а также – в презентацию для выступления перед студентами. И всё это можно сделать автоматически, почти мгновенно! Но если не использовать применённые в этом пособии программные возможности, то эти преобразования будут не доступны.

Другая отличительная особенность нового издания – наличие большого количества ссылок на цифровые текстовые издания и мультимедийные обучающие курсы. Это особенно важно для самостоятельной работы студентов и поддержки технологий дистанционного обучения.

Свои замечания, предложения и вопросы направляйте, пожалуйста, по адресу электронной почты [rabota-autsorserom@ya.ru](mailto:rabota-autsorserom@ya.ru) Сергею Вячеславовичу Калитину.

С удовольствием прочту ваше мнение.

## Введение

Учебное пособие к деловой игре "Работа аутсорсером" содержит подробное описание цифровых шаблонов: "**Резюме**", "**Сопроводительное письмо**", "**Факс**", "**Календарь**", "**Буклет**" и др., которые активно используются в аутсорсинге (новой форме работы предприятий, использующих современные возможности информационных технологий, см. стр. 18) и вообще в современном бизнесе. Эти шаблоны свободно опубликованы в информационных источниках **Глобальной информационной сети**, а также – в компьютерных программах популярных текстовых процессоров.

Помимо описания работы с указанными шаблонами пособие содержит правила их заполнения. Осваивать эти правила необходимо не только для работы аутсорсером, но и для достижения успеха на современном рынке труда.

В результате выполнения деловой игры студенты приобретают основные практические навыки работы с шаблонами цифровых документов и привыкают к деловому виртуальному взаимодействию со служащими современных предприятий.

Каждая задача сборника содержит обширную теоретическую часть с иллюстрациями, руководство к выполнению задачи и перечни типичных ошибок.

Достоинством данного издания является его практическая направленность на использование виртуального взаимодействия посредством электронных средств связи с работниками современных предприятий, соответствующая профилю обучения студентов программ по направлениям 080200.62 "Менеджмент" и 080100.62 "Экономика".

Сборник подготовлен для студентов вузов, уже знакомых с технологией поиска нужных шаблонов тестовых документов в **Глобальной информационной сети**, но не имеющих навыков работы с ними.



## 1. Руководства для работы с пособием

### 1.1. Работа с учебным пособием

Учебное пособие содержит теоретический материал, задачи, руководства для выполнения задач и контрольные вопросы.

Теоретический материал и задачи предназначены для выполнения в аудиториях под руководством преподавателя (ведущего деловой игры), а контрольные вопросы – для самотестирования полученных знаний и для подготовки к защите отчётов по выполненным работам.

В помощь индивидуальной работе приводится список ссылок на источники, расположенные в **Глобальной информационной сети**.

Первый просмотр теоретического материала лучше выполнять накануне лабораторной работы (за день или несколько дней). После ознакомления с теоретическим материалом следует выполнить самотестирование по контрольным вопросам.

Если положения теоретической части не достаточно понятны, следует в первую очередь воспользоваться поисковыми системами Глобальной информационной сети, применив **язык поисковых запросов**<sup>1</sup> (см. Приложение А), с помощью которого можно точнее сформулировать запрос для поискового робота и быстрее найти нужный источник.

Наряду с этим следует обратиться в библиотеку для самостоятельного поиска литературы, либо воспользоваться рекомендациями библиотекаря по подбору аналогичной литературы.

Заранее ознакомившись с теоретическим материалом и, если возникли вопросы, которые не удалось решить самостоятельно, можно задать их

---

<sup>1</sup> **Язык поисковых запросов** – специальные правила написания запроса из ключевых слов, позволяющие наиболее точно формулировать запрос поисковой системе. Применение языка запросов даёт возможность решать самые сложные поисковые задачи. Подробнее о применении языка поисковых запросов см. в источнике [3].

преподавателю на занятии по лабораторной работе после вводной части, которую огласит преподаватель в начале занятия.

## 1.2. Условные обозначения

В пособии приняты условные обозначения, акцентирующие внимание на важных названиях и последовательностях команд. Они показаны в таблице (Таблица 1.1).

**Таблица 1.1 – Условные обозначения, принятые в пособии**

<b>Обозначение</b>	<b>Пояснение</b>
<b>Яндекс</b>	Названия программных продуктов, серверов, предприятий, имён исследователей, терминов
<b>"Помощь"</b>	Названия папок, логинов, разделов в программах
<b>("Настройки/Личные настройки")</b>	Последовательности команд

Для разъяснения деятельности, которую надо выполнить участникам деловой игры в соответствии с заданиями, приведены специальные схемы, называемые интеллект-картами.

**Интеллект-карта** – схема выполнения действий. Применяется для составления конспектов лекций и упорядочивания информации.

Интеллект-карты демонстрируются ведущим деловой игры (преподавателем) в начале занятия на экране для разъяснения участникам задач и хода выполнения заданий.

При отсутствии проекционного оборудования можно пользоваться учебной доской, воспроизводя на ней интеллект-карты в упрощённом виде для объяснения хода выполнения задач.

## 2. Цель и задачи деловой игры

**Цель** деловой игры заключается в развитии практических навыков работы с цифровыми документами и делового взаимодействия посредством электронных средств связи с другими людьми, например, со служащими предприятий.

**Задачи** деловой игры – научить участников использовать разнообразные цифровые шаблоны для создания производственных документов и научить их этикету взаимодействия с сотрудниками современных компьютеризированных предприятий посредством электронных средств связи.

Интеллект-карта выполнения заданий деловой игры показана в таблице (Таблица 2.1).

**Таблица 2.1 – Интеллект-карта деловой игры "Работа с шаблонами цифровых документов"**

Задания	Пояснение	Условное обозначение
Задание 1	Работа с шаблоном "Резюме"	
Задание 2	Работа с шаблоном "Сопроводительное письмо"	
Задание 3	Работа с шаблоном "Факсимильное сообщение"	
Задание 4	Работа с шаблоном "Календарь"	
Задание 5	Создание визитных карточек	
Задание 6	Создание информационного буклета	
Задача 7	Создание рекламной листовки	
Задача 8	Печать адресов на бумажных конвертах	

### 3. Сценарий деловой игры

Предполагается, что существует некая компания, "N" (название придумывает преподаватель), которая ищет аутсорсеров для организации её представительств в нескольких городах.

Предполагается так же, что каждый студент учебной группы желает стать аутсорсером для этой компании и участвует в конкурсе на замещение вакантных должностей (например, региональных менеджеров или местных управляющих деятельностью компании в своём городе).

Для участия в конкурсе необходимо составить резюме, сопроводительное письмо, и отослать эти документы электронными средствами связи (в данной игре – факсимильной связью с факс-аппарата на факс-аппарат или с компьютера на компьютер).

Предполагается, что участники конкурса будут приняты на испытательный срок, в течение которого они должны выполнить несколько поручений: создать производственный календарь и календарь рекламный, создать визитные карточки для выполнения деловых функций от имени компании "N". После этого – создать информационный буклет одной из продаваемых услуг, а также – **флаер** (рекламную листовку) для рекламирования продажи этой услуги. Для буклета и флаера необходимо будет подготовить макет бумажного конверта с возможностью автоматической печати на нём адресов клиентов, которым будут отправлять бумажные буклеты и флаеры по обычной почте, см. интеллект-карту деловой игры (Таблица 2.1).

#### **4. Рекомендации ведущему деловой игры**

Преподаватель, ведущий деловую игру, может воспользоваться готовым сценарием, опубликованным выше (стр. 12), либо самостоятельно изменить её сценарий, усложнив или упростив в зависимости от степени подготовленности слушателей и целей обучения.

Перед началом деловой игры следует ознакомить слушателей с информационным наполнением этого руководства. Разъяснить понятие аутсорсинга (стр. 18) и преимущества использования этой формы деловой активности. Пояснить назначение шаблонов и их видов в текстовых процессорах, (стр. 25). Объяснить сценарий деловой игры (стр. 12), её цели и задачи, а так же уделить внимание порядку формирования отчёта по деловой игре (стр. 71) и защите сделанных решений, в том числе – самотестированию по контрольным вопросам (стр. 58).

После защиты отчётов ведущему следует сделать обобщение итогов: объяснить характерные ошибки, отметить интересные решения и назвать имена участников, успешно выполнивших задания деловой игры. Поздравить всех участников и объявить имена принятых на вакантные должности аутсорсеров.

## 5. Оснащение деловой игры

Для деловой игры потребуется специальное оборудование и программное обеспечение.

### 5.1. Оборудование для деловой игры

Для деловой игры потребуются персональные компьютеры по количеству участников (за исключением преподавателя) и высокоскоростное подключение к Интернету. Понадобится ученическая доска для записей информации, и слайд-проектор с экраном.

Характеристики необходимого оборудования показаны в таблице (Таблица 5.1).

**Таблица 5.1 – Характеристики оборудования для деловой игры**

Название	Количество	Характеристика	Параметр, не менее
Компьютер	Для каждого участника	Процессор	Celeron 500 Mhz или Athlon 1500 Mhz
		Оперативная память	256 Мб
		Жёсткий диск	40 Гб
Высокоскоростное подключение к Интернету	Для каждого участника	Скорость	30 Кбит/с
		Трафик	30 Мб
Слайд-проектор	1	Светосила	3000 Люкс
Экран	1	Размер	4 м <sup>2</sup>
Ученическая доска (фломастерная или меловая)	1	Размер	2 м <sup>2</sup>

Важным, но не обязательным оборудованием для каждого занятия является ученическая доска, позволяющая использовать фломастеры или мел, а также – слайд-проектор с экраном.

Ученическая доска понадобится преподавателю для ведения хронометража, демонстрации результатов и учёта рейтинга успешной работы (если таковой ведётся).

Слайд-проектор и экран понадобятся преподавателю для объяснения технологии выполнения заданий и объяснения стратегии работы участников, вовлечённых в игру.

## 5.2. Программное обеспечение для деловой игры

Программное обеспечение для деловой игры предусматривается любое из пригодных для достижения целей всех задач.

Можно использовать коммерческое либо некоммерческое (свободное) программное обеспечение.

Например, **коммерческое программное обеспечение**<sup>1</sup> компании **Microsoft**, см. таблицу (Таблица 5.2), потому что оно чрезвычайно распространено в организациях и учебных заведениях Российской Федерации. Кроме того эти программные продукты сертифицированы в Российской Федерации, а поэтому разрешены для официального использования в вузах и организациях.

В таблице (Таблица 5.2) показаны названия и версии коммерческого программного обеспечения и их количество.

---

<sup>1</sup> **Коммерческое программное обеспечение** – продающиеся программные продукты, предназначенные для удовлетворения потребностей пользователей. Их можно использовать при наличии лицензионного соглашения, а также документов, подтверждающих факт приобретения программ: товарной накладной и товарного чека. При отсутствии указанных документов такие программные продукты использовать в Российской Федерации запрещено, так как это нарушает авторские права и наносит ущерб государству.

Для достижения целей деловой игры пригодно также и **свободное программное обеспечение**<sup>1</sup> производителей, например, **Google, Mozilla, IBM, Apple** и др. по свойствам и возможностям аналогичных коммерческому, указанному в таблице (Таблица 5.2). Их успешное применение зависит от подготовленности и опыта преподавателя, ведущего деловую игру, а также – скромных финансовых возможностей вуза. Например, можно использовать следующее свободное программное обеспечение, показанное в таблице ниже (Таблица 5.3).

**Таблица 5.2 – Коммерческое программное обеспечение для каждого участника деловой игры**

<b>Вид</b>	<b>Название</b>	<b>Версия, не ниже</b>
Операционная система	<b>MS Windows</b>	XP
Текстовый процессор	<b>MS Word</b>	2003
Факс-программа	<b>Модуль в MS Outlook</b>	2003
	<b>Venta ZVoice</b>	5.0
Архиватор	<b>ZIP</b>	Встроенный в <b>MS Windows</b>

**Таблица 5.3 – Свободное программное обеспечение для каждого участника деловой игры**

<b>Вид</b>	<b>Название</b>	<b>Источник</b>
Операционная система	<b>Linux Mandriva</b>	[27]
	<b>Linux Ubuntu</b>	[30]
Текстовый про-	<b>AbiWord</b>	[23]

---

<sup>1</sup> **Свободное программное обеспечение** – программные продукты, предназначенные для удовлетворения потребностей пользователей и распространяющиеся бесплатно на условиях **лицензии GPL (General Public Licence)**. Их можно **использовать ...**.



Вид	Название	Источник
цессор	<b>Google Документы</b>	[24]
	<b>KWord</b>	[26]
	<b>LibreOffice Writer</b>	[31]
	<b>Lotus Symphony</b>	[25]
	<b>OpenOffice.org Writer</b>	[29]
	<b>[R]Software Editor</b>	[21]
<b>Факс-программа</b>		[]
Архиватор	<b>7-zip</b>	[22]

Свободное программное обеспечение, указанное в таблице (Таблица 5.3), приводится в виде разнообразных альтернатив каждого вида: несколько вариантов операционной системы, текстовых процессоров и др. Но при использовании этого программного обеспечения ведущему следует откорректировать разделы хода выполнения заданий, контрольные вопросы и основные ошибки, поскольку эти программные продукты имеют свои особенности и отличаются возможностями и технологией работы с ними.

Для успешного решения некоторых сложных задач, решение которых зависит от оснащенности вуза программным обеспечением и от подготовленности участников, приведены несколько способов их решения. После обсуждения этих способов с участниками деловой игры можно выбрать любой пригодный или понравившийся. Таким образом можно достичь глубокого понимания выполненных действий.

## **6. Вводные теоретические понятия**

Вводными теоретическими понятиями, помогающими участникам разобраться в сценарии деловой игры, являются понятия "аутсорсинга", "инсорсинга", "краудсорсинга", "шаблонов" и "Мастеров шаблонов" для цифровых документов.

Особенно важным понятием для работы с шаблонами цифровых документов является понятие стиля оформления текста. Применение стилей гарантирует стабильность форматирования цифровых текстов в любых цифровых документах. Именно стили текста являются основой форматирования любого цифрового документа.

### **6.1. Аутсорсинг**

Для того чтобы различные организации и предприятия могли активно развиваться в обществе, охваченном процессами компьютерных технологий и всеобщей глобализации, не достаточно просто деловой хватки и смекалки, необходимы специальные знания и узкая специализация.

Прошло время, когда бизнесом называли элементарную перепродажу. Бизнесом стали называть предпринимательскую деятельность, дающую максимальную прибыль при наименьших затратах ресурсов. Чтобы достичь такого соотношения, руководителям организаций необходимо использовать новые пути наращивания эффективности.

Зачастую случается так, что компания, вместо того чтобы направить все усилия на решение задач, непосредственно отвечающих её приоритетному направлению, вынуждена значительную часть ресурсов тратить на менее важные процессы, сопровождающие её деятельность, такие как бухгалтерия, техническое обслуживание и программное обеспечение.

Для того чтобы наиболее эффективно использовать имеющиеся ресурсы и получать наибольшую прибыль, целесообразным является делегировать исполнение менее важных операций непосредственно компаниям, специализирующимся на подобных операциях и выполнение которых является их стратегическим направлением. Данный процесс разделения производственных операций получил название аутсорсинга.

**Аутсорсинг**<sup>1</sup> (от англ. outsourcing – внешний источник) – передача традиционных неключевых функций организации (таких, например, как бухгалтерский учет или рекламная деятельность для машиностроительной компании) внешним исполнителям – аутсорсерам, субподрядчикам, специалистам сторонней фирмы; отказ от собственного бизнес-процесса, например, изготовления отливки или составления баланса, и приобретение услуг по реализации этого бизнес-процесса у другой, специализированной организации. Разновидность кооперирования.

Противоположностью аутсорсинга является **инсорсинг** (от англ. insourcing – внутренний источник) – использование внутренних исполнителей собственного бизнес-процесса.

Одним из первооткрывателей современного аутсорсинга является всемирно известная фирма Kodak. В начале 90-х годов XX века руководство компании сделало неожиданный вывод, что достижение мирового лидерства в сфере высоких технологий не является основной целью компании. Таким образом, топ-менеджеры решили передать все информационно-технологическое звено предприятия компании IBM, которая как раз и стремилась к лидерству в данной сфере.

Процесс передачи неключевых функций сторонней организации оказался взаимовыгодным. Kodak обеспечила себе отличное информационно-технологическое обслуживание, IBM получила очень выгодный долгосрочный контракт, а сотрудники Kodak получили возможности дальнейшего повышения квалификации.

Еще одним значительным примером внедрения аутсорсинга является компания Nike. Она пошла еще дальше, передав на аутсорсинг не только производство спортивной одежды, но и распространение, а также – реали-

---

<sup>1</sup> Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 495 с.

зацию. Сама компания стала заниматься лишь дизайном производимой одежды. Эти ключевые функции были закреплены за инсорсерами.

Время показало, что такое решение было правильным. Сейчас Nike признанный лидер в мире спортивной одежды. Ее развитие набирает впечатляющие темпы.

Реальная выгода аутсорсинга заключается ещё и в том, что позволяет при увеличении объемов производства сохранить численность служащих компании на прежнем уровне или даже сократить её. Данный процесс, позволяет обеспечивать рост компании без увеличения, а вместе с тем и без усложнения её организационной иерархии.

Какие виды аутсорсинга встречаются чаще всего? Довольно часто можно встретить информационно-технологический аутсорсинг, юридический, кадровый (кадровые агентства), бухгалтерский (внешний аудит), транспортный (транспортные компании) и др.

Вместе с тем у аутсорсинга есть существенные недостатки:

1. неполное использование ресурсов заказчика, так как есть риск в передаче полного объема ресурсов исполнителю,
2. риск получить услуги неудовлетворительного качества, или в неполной мере отвечающие поставленным требованиям,
3. можно потерять необходимый опыт в переданной аутсорсеру сфере деятельности,
4. зависимость заказчика от производителя, – риск того, что, заключив соглашение о производстве, производитель может со временем поднять цены на выпускаемую продукцию,
5. если компания передаёт на разработку какие-либо системы, есть риск попасть в зависимость от исполнителя заказа. Компания, которая ведет разработку системы, становится обладателем важнейшей информации.

Но указанные недостатки могут быть успешно решены правильно и гибко составленными договорными обязательствами взаимодействующих сторон. Поэтому об аутсорсинге говорят как о процессе, имеющем неплохие перспективы для развития бизнеса, и который в будущем по прогнозам специалистов будет только развиваться.

Аутсорсинговой деятельностью могут заниматься не только отдельные предприятия, но и одиночные специалисты. Их называют аутсорсерами.

**Аутсорсер** – внешний исполнитель, сторонний специалист, субподрядчик, высококвалифицированный специалист, выполняющий часть традиционных неключевых функций организации.

Фактически аутсорсер может выполнять работу, длительное время, находясь или проживая в другом городе, или даже в другой стране, взаимодействуя с заказчиком посредством электронной почты, телефона и факсимильной связи, получая оплату за труд электронными платежами.

Процессы электронного обмена информацией между заказчиком и аутсорсером должны быть строго регламентированы специальным этикетом электронного делопроизводства и электронными шаблонами документов.

## 6.2. Краудсорсинг

В 2006 году авторитетный журнал "**Wired**" опубликовал статью "Расцвет краудсорсинга" ("The rise of crowdsourcing"<sup>1</sup>) автора **Jeff Howe**. В статье рассказывается о сайте "**IStockPhoto**", который позволил находить фотографии по дешёвым ценам, нежели заказывать у профессиональных фотографов. Позже эту роль стали выполнять популярный сайт "**Flickr**" и его многочисленные сайты-клоны. Так помимо **аутсорсинга** (передачи некоторых функций организации, например, бухгалтерского учета, внешним исполнителям) появилась его разновидность – **краудсорсинг** (англ. crowd and sourcing – толпа и использование ресурсов).

Отличием от обычного аутсорсинга является то, что никаких договоров с исполнителями компания не подписывает, но обещает разнообразные призы или бонусы для победителей конкурса на лучшую идею. Все остальные участники получают только благодарность за участие.

---

<sup>1</sup> Jeff Howe. The Rise of Crowdsourcing. Wired. Issue 14.06 - June 2006. URL : <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>. (дата обращения 13.01.2012).

Именно добровольное участие без гарантированного вознаграждения и лежит в основе **краудсорсинга**.

Слово "**краудсорсинг**" новое, но явление не новое. В истории человечества есть множество примеров краудсорсинга. Например, библия рассказывает о строительстве Вавилонской башни, где люди объединились ради одной цели и безвозмездно занимались точечной застройкой. Или другой пример, близкий нам в обозримой истории, строительство коммунизма в отдельно взятой стране. Подобных примеров краудсорсинга в истории человечества достаточно много.

Условно можно отделять современного понятия краудсорсинг от другого современного понятия – User Generated Content (**UGC**) – контент, созданный пользователями (пользователями сайта или социальной сети). Считается, что **UGC** возникает стихийно, а за конкретным краудсорсингом стоит конкретный заказчик, который дает объявление о наборе идей под конкретный заказ. Грань эта узкая, и когда одно явление переходит в другое, определить бывает невозможно.

Например, создатель известной социальной сети (сайта) "**Facebook**" **Марк Цукерберг** не планировал становиться миллиардером, создав небольшую социальную сеть только для своих. Но когда наплыв пользователей с их фотографиями, цитатами, заметками и группами дал **Марку** много прибыли, в ход пошли "краудсорсинговые" мотивации удержания пользователей всякими приманками, поощрения к активной жизни в "**Facebook**", добровольно-принудительным созданием максимальной открытости данных пользователей (не для спецслужб, а для маркетологов).

Таким образом, если проект становится успешным благодаря бесплатному участию пользователей, то дальше начинается чистый краудсорсинг.

Тот же "**Facebook**" показал и главный недостаток **краудсорсинга** – низкое качество выдаваемого продукта. Известен случай, когда эта социальная сеть начала процесс локализации и привлекла волонтеров к переводу своих документов на языки других народов мира. Полученный результат вызвал мощную критику за неточности и многочисленные ошибки.

**Цукерберг** не сам стал миллиардером. Его сделали миллиардером 700 миллионов пользователей "**Facebook**", бесплатно вовлечённых в развитие его сайта.

Следующая проблема краудсорсинга, как нового метода работы с обычными пользователями, в том, что любитель (или обычный пользователь) – это все-таки любитель, который никогда не будет так же вдумчив, как профессионал. У любителя нет базовых знаний для понимания задачи и способах её решения. Кроме того, привлечение клиентов (обычных пользователей) и любителей к бизнес-процессам может привести к однобоким результатам.

В какой мере краудсорсинг вредит самим профессионалам, оценить сложно. А для бизнеса использование краудсорсинга может быть хорошим инструментом, чтобы улучшить, например, отбор кадров. Толковую идею может предложить только толковый человек. А если еще на студенческой скамье кто-то готов потратить время на предложение по развитию бизнеса, то значит, надо этому студенту надо дать шанс проявить себя.

Откровенных примеров чрезвычайно успешного использования метода краудсорсинга в современном мире не так уж много (по вполне понятным причинам компании о них широко не сообщают), хотя в списке таких компаний есть очень авторитетные: "**Nike**", "**Procter and Gamble**", "**Apple**", "**Microsoft**", "**Starbucks**" и др.

Но есть и такие компании, которые живут только за счёт краудсорсинга. Например, японская мебельная компания "**Muji**"<sup>1</sup>. Через свой сайт компания собирает идеи для новых изделий, а потом отдаёт их на оценку профессиональным дизайнерам, чтобы те оценили любительские модели столов и прочей мебели. Самые интересные модели идут в производство.

---

<sup>1</sup> Muji Life. URL : <http://life.muji.net/>. (дата обращения 13.01.2012)

Недостатками краудсорсинга являются следующие: рост количества бесполезных идей, постепенный спад мотивированности у пользователей, а также низкое качество выдаваемых идей.

Популярная сеть кофейных **"Starbucks"** использует свой сайт для получения новых идей. За два года работы своего сайта **"Starbucks"** внедрил 50 клиентских идей из 20000. Специалисты отмечают, что это достаточно большой результат – 25%, особенно учитывая, что все идеи пришли бесплатно. К чести **"Starbucks"** стоит отметить, что все предложения, поступающие на сайт, открыты всем желающим, а значит и конкуренты могут ими пользоваться.

**"Microsoft"**, обладая огромной базой патентов (больше, вероятно, только у **IBM**), активно использует краудсорсинг для выявления передовых и патентоспособных идей. Корпорация активно привлекает энтузиастов к решению своих проблем, развивает и активно патентует даровые идеи в виде законченных решений и собственных разработок.

Одним из самых удачных примеров современного использования краудсорсинга считается случай, связанный с компанией **"Apple"**. В 1988 году **Стив Джобс и Стив Возняк** (основатели компании **"Apple"**) пришли на встречу со студентами Иллинойского университета (США). В ходе конференции студентам был задан вопрос: "Каким вы видите компьютер будущего?". Из ответов студентов сложился образ ныне популярного компьютера **"Ipad"**. Основателям **"Apple"** оставалось лишь воплотить мечты в жизнь, на что ушло около 20 лет.

Есть ли перспективы у краудсорсинга на Западе и в России? Сам **Jeff Howe** уже не радостно оценивает перспективы краудсорсинга на Западе (хотя и переделал свою небольшую статью в книгу). Возможно, что это связано с отсутствием достаточно глубоко проработанных технологий применения краудсорсинга на широких массах людей.

За счёт краудсорсинга бизнес желает получить бесплатную помощь, чтобы заработать на своих помощниках (тех же клиентах) еще больше. Для крупных компаний, в Росси и за рубежом, краудсорсинг часто бывает просто очередной пиар-компанией или дополнительным информационным



доводом, который, в эру массовой коммуникации лишним не будет. Но есть и те, кто использует возможности нового метода в полную силу.

Считается, что краудсорсинг позволяет экономить до 80% затрат на маркетинг и рекламу на Западе. Смогут ли российские бизнесмены использовать западный опыт краудсорсинга для российской экономики, покажет время.

### 6.3. Шаблоны и Мастера для создания документов

В делопроизводстве пользуются наборами однотипных документов. Поэтому применение шаблонов вполне оправдано.

В компьютеризированном делопроизводстве применение цифровых шаблонов является наиболее рациональным приёмом создания и использования цифровых документов.

Термин "**цифровой**" не тождественен термину "**электронный**", несмотря на то, что в эпоху создания Глобальной информационной сети и электронной почты эти 2 понятия были тождественны. Однако с изобретением специальных компьютерных устройств, предназначенных только для работы с файлами, например, для чтения файлов виртуальных книг, такие устройства стали называть **электронными книгами**, а сами файлы виртуальных книг – **цифровыми книгами** или **цифровыми документами**. Таким образом, понятие "электронный" следует применять только для компьютерных устройств, а понятие "цифровой" – только для файлов<sup>1</sup>.

Создав цифровой шаблон один раз, и используя его многократно в последующем, экономится время и можно избежать ошибок при подготовке следующих однотипных документов.

С помощью цифровых шаблонов можно быстро создавать документы, часто используемые в личной деятельности и на предприятиях.

---

<sup>1</sup> В соответствии с этими современными понятиями электронную почту следовало бы назвать цифровой почтой, а не электронной.

Шаблоны цифровых документов, распространяемых вместе с текстовыми процессорами, активно используются для ускорения создания и оформления документов. За счёт их применения обеспечивается значительная экономия времени и достигается желаемое единообразие однотипных форм документов.

**Шаблон цифровой** – заготовка, образец или модель для создания новых цифровых документов, содержащий нужные инструменты, структуру и стили текста. Некоторые цифровые шаблоны не содержат текста, предлагая пустой виртуальный лист с заранее заданными стилями текста. Если группа документов основана на одном и том же цифровом шаблоне, то все они будут иметь единый унифицированный вид. Цифровые шаблоны можно создавать самостоятельно для своих нужд и для нужд предприятия.

**Стиль текста** – набор параметров форматирования, который применяется к тексту, таблицам и спискам, чтобы быстро изменить их внешний вид. В общем случае – это шаблоны нужного оформления текста.

На иллюстрации (см. Рисунок 6.1) показана классификация цифровых шаблонов для текстовых документов.



**Рисунок 6.1 – Виды шаблонов цифровых документов**

**Шаблон общий** (шаблон чистого листа) – подходит для любого цифрового документа. На экране он выглядит как чистый лист, но содержит в своей внутренней структуре разметку, базовый стиль текста – "**Обычный**" и несколько стилей заголовков, например, "**Заголовок 1**", "**Заголовок 2**", "**Заголовок 3**", а также может содержать дополнительные нужные пользователю стили текста, макросы и др.

**Макрос** – макрокоманда или набор команд, используемый для автоматического выполнения операций. Макросы записываются на языке программирования (часто **Visual Basic**). Например, в пакете прикладных программ **MS Office** для этого предусмотрены специальные программные инструменты.

**Шаблон оформления** используют при создании цифровых документов, в которых заранее предугадать текст или тематику невозможно. Но всегда известно как документ должен быть оформлен.

**Шаблон содержания** применяют, когда известно не только как должен быть оформлен цифровой документ, но и какой в нём будет текст или, по крайней мере, известна тематика будущего текста.

Последний вид шаблонов наиболее важен для производственных целей. Создавать их гораздо сложнее, чем шаблоны оформления и общие шаблоны.

Шаблоны содержания могут включать в качестве текста:

- руководства и примеры для заполнения шаблона,
- готовый образец для аналогичного (похожего) текста,
- печатную форму либо защищённую электронную форму (последнюю обычно защищают паролем для сохранения неизменных данных, разрешая ввод данных только в поля форм).

**Форма печатная** – бумажный бланк, содержащий пустые места (**поля формы**), предназначенные для заполнения нужными данными вручную (ручкой или карандашом). Бланк печатной формы обычно создаётся на компьютере.

**Форма электронная** – электронный документ, содержащий пустые места (**поля формы**), предназначенные для заполнения нужными данными

через компьютер. Иногда данные могут выбираться из раскрывающихся списков.

Если электронная форма служит только для ввода данных в поля форм, а печатать эти данные надо на готовых бумажных бланках, то в параметрах печати надо установить опцию "**Печатать только данные для форм**".

Разнообразить шаблоны документов, имеющиеся в текстовых процессорах, позволяют "Мастера шаблонов".

**Мастер шаблонов** – средство создания цифровых шаблонов, которое в диалоговом режиме, по ответам пользователя создаёт шаблоны различных цифровых документов из встроенных образцов. Фактически это специализированный шаблон, содержащий макросы, написанные на языке программирования (часто **Visual Basic**). "Мастера шаблонов" в отличие от простых шаблонов не могут быть изменены обычными пользователями. Для этого требуется программист, хорошо знающий язык программирования, на котором написан "Мастер шаблонов".

Например, тестовый процессор, **MS Word** содержит шаблоны для создания различных цифровых документов: писем, факсов, буклетов и др. [1, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15]. Дополнительные шаблоны и мастера можно найти на сайте [18] компании **Microsoft**.

Например, издательская система **Adobe PageMaker** имеет сотни цифровых шаблонов, созданных профессиональными дизайнерами, которые могут быть использованы в качестве основы для деловых писем, брошюр, многостраничных отчетов, фирменных бланков и другой печатной продукции.

В открытых (бесплатных) текстовых процессорах, например, **LibreOffice** или **OpenOffice.org Writer** содержится меньше шаблонов, чем в коммерческих, но этот недостаток компенсируется преимуществами бесплатного использования программного продукта и обменом шаблонами с заинтересованными лицами, осуществляемым через Глобальную информационную сеть.

В общем случае, когда при запуске текстового процессора или нажатия кнопки **Создать** создается новый пустой цифровой документ – по умолчанию это "**Общий шаблон**", имеющий готовые стили и разметку.

Любой шаблон может служить для хранения часто используемых объектов автоматизации, например, элементов автотекста, макросов, панелей инструментов, настраиваемых меню и сочетаний клавиш.

Каждый цифровой шаблон можно редактировать, чтобы изменить его форматирование или текст. Настроенные пользователем элементы, хранимые в шаблоне, доступны в документах, создаваемых на его основе. Поэтому в цифровом шаблоне целесообразно хранить только неизменные данные: наименование организации, адресные сведения, логотип и др.

В текстовых процессорах все шаблоны документов находятся в библиотеках шаблонов. Библиотеку можно открыть специальной командой. Обычно такой командой является команда "**Создать**". Если нужного шаблона нет в библиотеке шаблонов, то нужно обратиться на сайт разработчика программного продукта для поиска нужного шаблона, или через поисковую систему постараться разыскать нужный цифровой шаблон среди опубликованных, но сделанных любителями либо профессионалами.

Какие цифровые шаблоны можно найти в Глобальной информационной сети и использовать, сокращая свои трудозатраты? Среди них –

- **Общие документы** (резюме, повестки, бланки, визитки, листовки);
- **Записки и отчёты** (разнообразные записки и отчёты);
- **Письма и факсы** (титульные листы факсимильных сообщений, бумажных конвертов, заготовки почтовых наклеек и разнообразные бланки писем);
- **Публикации** (брошюры, буклеты, диссертации, справочники, руководства).

Если будет найден **мастер** шаблона, то при запуске его на экран выходит серия специальных диалоговых окон. Для перемещения по ним надо нажимать кнопку **Далее**). В каждом окне следует выбирать параметры создаваемого цифрового документа и в соответствующие поля вводить нужный текст для будущего цифрового документа.

На иллюстрации (Рисунок 6.2) показан пример работы "Мастера резюме".

Если что-то было пропущено пользователем или требуется исправить введённое ранее, то нажатие кнопки **Назад** позволяет вернуться в предыдущие окна.

Можно пропускать окна, ничего в них не указывая. В любом окне можно нажать кнопку **Готово** для прекращения работы "Мастера" и получения цифрового шаблона с местами, по умолчанию не заполненными тестом.

Для быстрого перехода между далеко расположенными окнами можно пользоваться картой разделов "Мастера", показанной в левой части каждого окна.

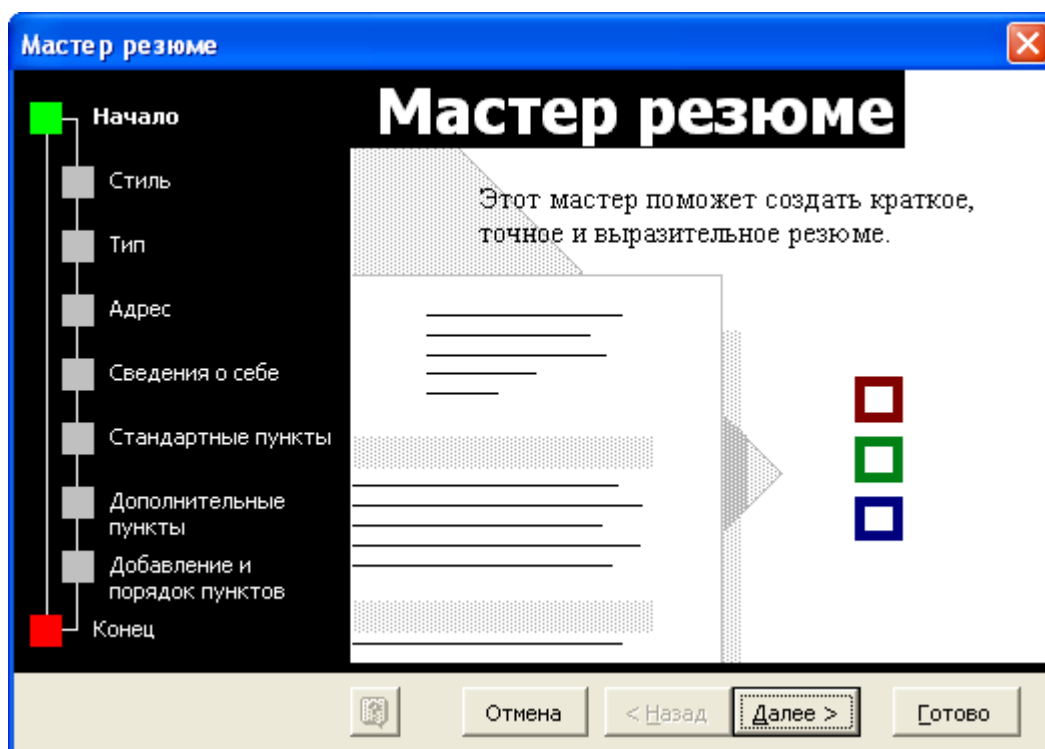


Рисунок 6.2 – Окно "Мастер резюме". Начало работы

Результатом работы "Мастера" является анкета с частично введённым и оформленным текстом, а также – установленными полями страницы.

Как и при использовании любых цифровых шаблонов, в документе могут быть предусмотрены поля для ввода текста (они отображаются серым цветом) и часто с автоматически появляющимися подсказками.

Если анкета, сделанная, например, с помощью **Мастера резюме** не будет соответствовать требованиям реального отдела кадров<sup>1</sup> (если таковые требования существуют), то всё можно быстро переоформить, изменив только соответствующие стили текста, в том числе – отредактировать текст резюме. Но такие случаи бывают редко поскольку главное в резюме (да и в любых бланках) – это максимально полное и одновременно компактное изложение сведений.

Если в интерфейсе программы текстового процессора есть ссылка на получение шаблонов с веб-узла разработчика, например, **Microsoft** следует щелкнуть по этой ссылке, чтобы автоматически открыть нужный сайт и бесплатно загрузить выбранный шаблон. Обычно при этом автоматически запускается программа обозревателя Интернета и откроется страница цифровых шаблонов.

Для создания своих цифровых документов можно пользоваться не только шаблонами, установленными в текстовом процессоре и на сайте разработчика тестового процесора, но и шаблонами, опубликованными в Глобальной информационной сети на сайте поддержки этого пособия по адресу: <http://www.rabota-autorserom.narod.ru/> (Рисунок 6.3).

---

<sup>1</sup> Современные кадровые службы в США называют "хедхантер" (англ. headhunter – охотник за головами).

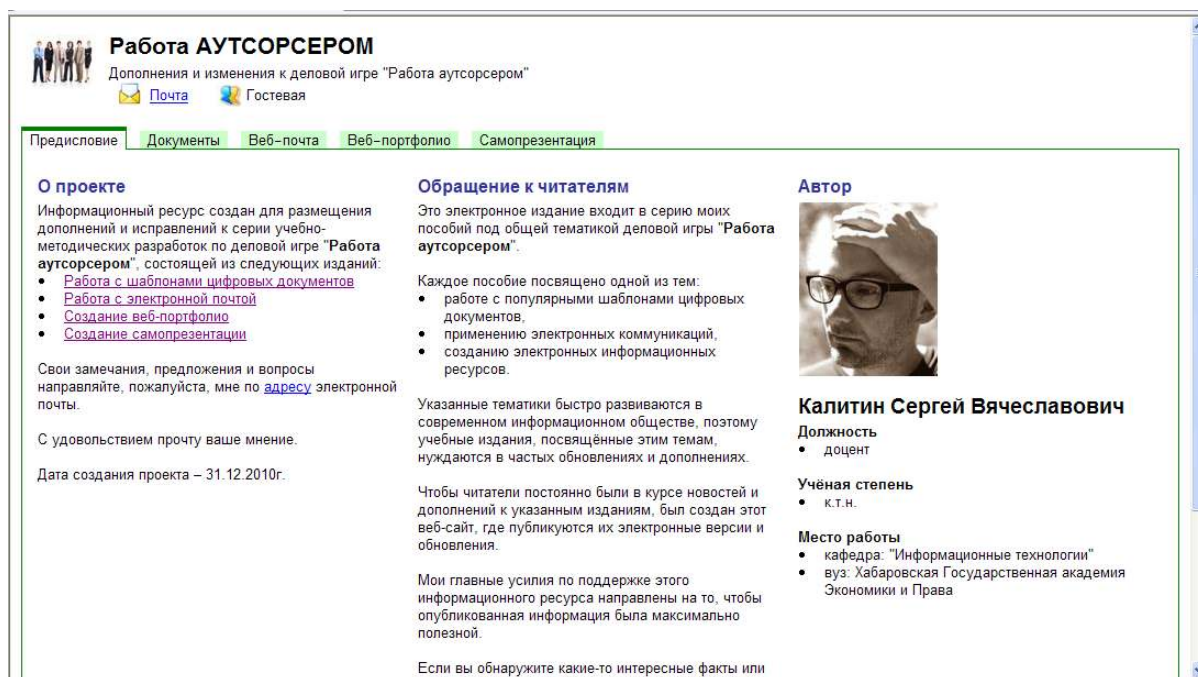


Рисунок 6.3 – Интернет-сайт поддержки этого пособия

Подробнее о создании документов на основе шаблонов см. в [1].

## 6.4. Стили текста

Современный документ (электронный и уже напечатанный на бумаге) не похож на привычный бумажный документ прошлого века. Он изменился не только внешне, но и внутренне. Внешнее оформление стало чрезвычайно выразительным, учитывающим последние достижения дизайна и психологии восприятия текстов, а внутреннее содержание стало лаконичным и приобрело структурность и точность от программного кода применяющихся программных продуктов для вёрстки текстов.

Появились новые понятия для обозначения уровня готовности документа и способа его публикации. Так, например, создающийся и ещё не завершённый документ приобрёл название **цифровой рукописи**. Документ, опубликованный в Глобальной информационной сети стали называть **веб-страницей** или **интернет-страницей**, а также появились названия **цифровой презентации**, **цифровой книги**, **электронного рецензирования** и **шаблона цифрового документа**.

Ошибкой является утверждение, что текстовый файл, который автор создал в компьютерной программе текстового редактора или текстового



процессора (например, в **MS Word**, **LibreOffice** или **OpenOffice Writer**) становится документом только после печати его на принтере или даже заявление, о том, что файл только с расширением **\*.doc** является документом.

Ошибочное утверждение основано на старинной привычке иметь все документы только в бумажном виде и путаницей в понятии расширения файла (формат файла **\*.doc** – от английского слова document) и установкой параллелей между названием расширения и названием "документ". У текстовых файлов есть и другие расширения (форматы), например, **\*.svf**, **\*.rtf**, **\*.txt** и др.

**Бумажная рукопись** (например, брошюра или книга) если существует в одном или хотя бы примерно в четырёх экземплярах (печатная машинка за один раз обычно больше листов не прибавала) – называют рукописью, потому что тираж или их количество экземпляров очень маленькое и за её содержание полностью ответственен автор.

Рукописью называют и небольшое количество экземпляров, брошюр и книг, которые делаются в типографии малыми тиражами за счёт автора. Но, еще более важное свойство рукописи состоит в том, что она могла подвергаться авторской правке и не была окончательным, законченным, завершённым, последним и конечным продуктом. Она могла быть когда-то легко исправлена перед тем, как будет сдана для массового тиражирования в типографию для публикации.

В типографии текст рукописи проходил доработку – исправлялись ошибки, мог даже измениться текст в связи с пожеланиями редакции, добавиться иллюстрации и после массового тиражирования стать бумажной брошюрой или книгой.

Современная цифровая рукопись документа (текстового или изобразительного материала) создаётся не ручкой на бумаге и не на печатной машинке, а на компьютере и обязательно с применением программного продукта – тестового процессора, либо настольной издательской системы, либо мультимедийного процессора.

Такие программные продукты резко увеличивают производительность труда и значительно сокращают срок выхода готового документа, однако

вносят ряд существенных изменений во внешний вид и внутреннее наполнение документа.

В качестве программных продуктов для написания цифровых рукописей документов наиболее часто используются текстовые процессоры и настольные издательские системы. Таким образом, между современной рукописью и человеком появляется 2 посредника: клавиатура и программный продукт. Они, в силу своих технических и алгоритмических особенностей вносят в рукопись свои собственные ограничения. Так, что цифровая рукопись приобретает существенные отличия от рукописи, которая выполнялась только с применением чернильной ручки по бумаге или с применением печатной машинки.

По этому поводу в истории известен случай, произошедший с известным философом Фридрихом Ницше. Будучи стариком, философ Фридрих Ницше получил в подарок печатную машинку. Она помогла философу продолжить писательскую деятельность.

Теряющий зрение Ницше освоил слепой метод печати и мог набирать текст с закрытыми глазами. Однако переход от письма ручкой к печати на печатной машинке изменил (как утверждали редакторы Ницше) стиль его сочинений – сделал его упрощённым, и почти телеграфным. Философ согласился с замечаниями и объяснил новое явление применением печатной машинки.

Он объяснил это тем, что при письме ручкой или карандашом люди связывают мысль и написанное слово физически, через руку, в то время как клавиатура любого печатного устройства становится посредником между автором и его текстом. Посредник обязательно привносит свои изменения в отношения двух субъектов, будь то продавец и покупатель (рост цен) или автор и муза (уменьшение размера сочинения).

Человек вынужден приспособливаться к посреднику, отказываясь от старого и привычного, а это сказывается на результатах творческой деятельности (и в большей степени как полагают многие – в положительную сторону).

Наличие программного продукта приводит к появлению второго посредника между человеком и произведением. Соответственно цифровая

рукопись обязательно будет отличаться от рукописи, сделанной на печатной машинке и ещё больше – от рукописи, сделанной непосредственно ручкой по бумаге.

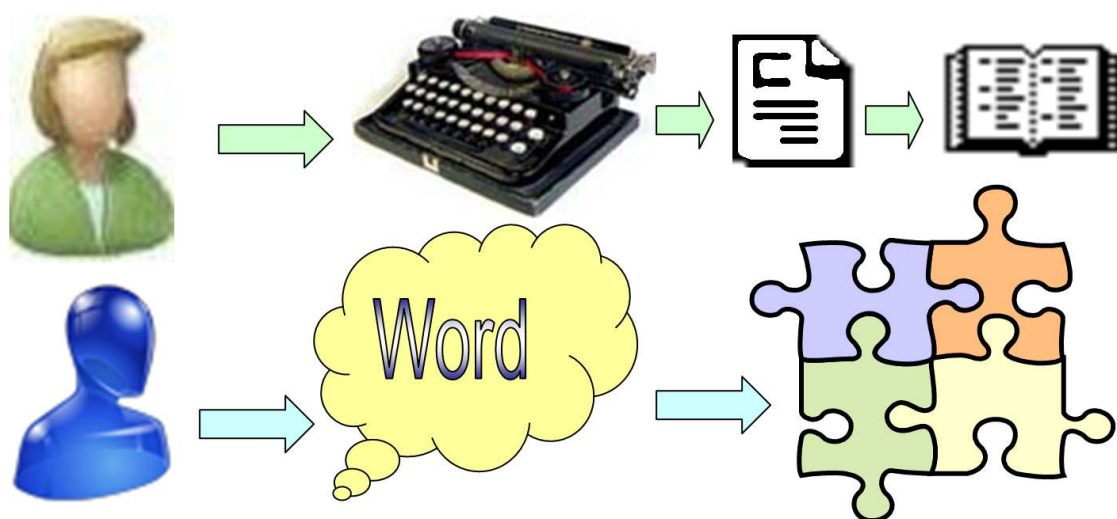
Отличия цифровой рукописи от бумажной или выполненной на печатной машинке будут проявляться не только в стиле готового сочинения (на что влияет клавиатура), но и в её внешнем виде – оформлении, форматировании (на что влияет программный продукт).

На иллюстрации (Рисунок 6.4) показана схема эволюции процессов создания электронной рукописи в докомпьютерной и в компьютерной эпохах. Верхняя линия показывает процесс создания рукописи с применением печатной машинки, а нижняя – с применением программного продукта.

Словом "Word" обозначен второй посредник – программный продукт (текстовый процессор или издательская система), установленный в компьютер.

Результатом набора текста на клавиатуре печатной машинки (1-й посредник) становилась печатная рукопись, которая могла быть опубликована в виде печатной книги.

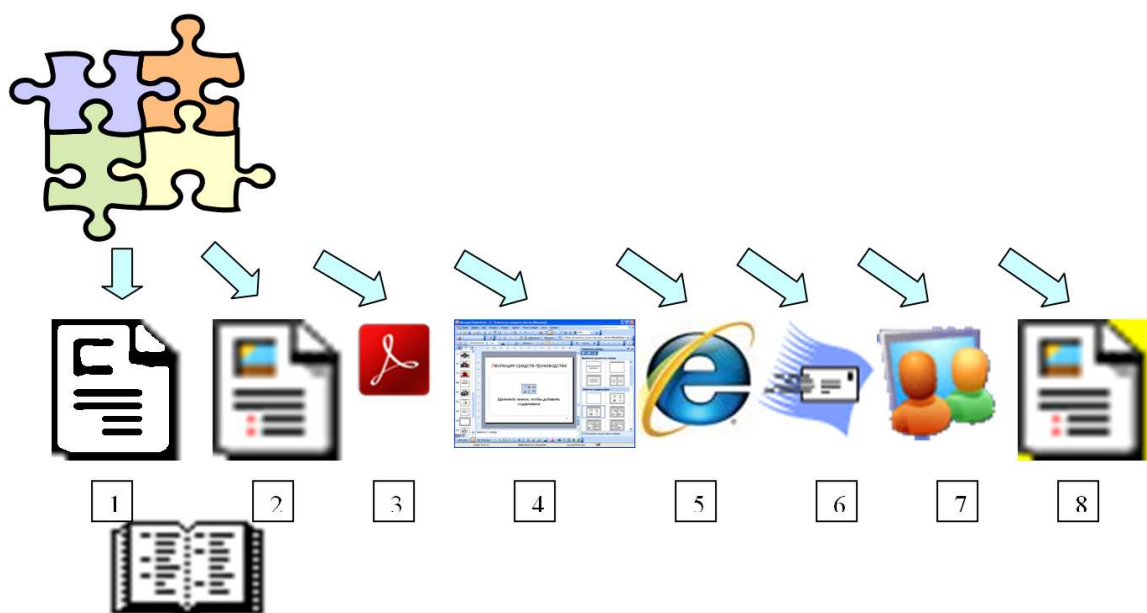
Результатом набора текста на компьютере, в котором есть 2 посредника – клавиатура и текстовый процессор (или издательская система), становится многофункциональный программный продукт – цифровая рукопись.



**Рисунок 6.4 – Эволюция создания текстового документа**

На иллюстрации (Рисунок 6.5) показано многообразие видов современных документов, изготавливаемых с помощью цифровой рукописи.

Современный многофункциональный продукт цифровой рукописи может быть применён и опубликован не только традиционным способом – печатной книгой (1), но и новыми современными электронными средствами (Рисунок 6.5): полноцветной копией (2), цифровой книгой (3), цифровой презентацией (4), веб-страницей (5), письмом электронной почты (6), электронным рецензированием (7), цифровым шаблоном (8).



**Рисунок 6.5 – Многообразие видов современных документов, изготавливаемых с помощью цифровой рукописи**

Из-за наличия указанных выше посредников (клавиатуры и программного продукта) цифровая рукопись значительно отличается от рукописи, создаваемой прежними средствами производства – печатной машинкой, а тем более – ручкой. Если клавиатура приводит к появлению упрощённости и телеграфичности в произведении (как указывал философ Нитше, объясняя воздействие печатной машинки на свои произведения), то программный продукт оказывает воздействие на внешний вид (форматирование) текста и даже на его структуру и наполнение.

В цифровом тексте появляются перекрёстные ссылки в именительном падеже и с заглавной буквы, новые блоки текста (которые ранее не дела-

лись на печатной машинке из-за чрезвычайной трудоёмкости), гиперссылки (имеющие вид длинного слова, которое переносить на новую строку нельзя, а вследствие этого – увеличенное расстояние между словами), новые обозначения (например, названия формул), обилие шрифтов, новый дизайн объектов и уровней текста и др.

Появились новые понятия о структуре и уровнях цифрового текста, стилях текста и темах его оформления, о версиях цифрового документа и вариантах публикации документа.

Появились понятия версионности цифровых книг и постоянно изменяющихся цифровых книг (в которые постоянно вносят изменения и дополнения и распространяют наподобие новых версий программных продуктов). Изменились и способы доставки цифровых документов к потребителям.

Текст цифровой рукописи стал многофункциональным и предназначенным не только для печати на бумаге, но и для большого количества новых цифровых источников информации: цифровой книги, интернет-страницы, цифровой презентации, цифрового шаблона и цифрового письма (письма электронной почты).

Современный документ, став не только бумажным, но и цифровым, значительно усложнился. Однако самое сложное заключается в том, что новые технические достижения, касающиеся современного цифрового документа, не согласуются со старыми техническими нормами, действующими до сих пор (например, с ГОСТ 7.32-2001), а это обстоятельство не позволяет использовать в полной мере новейшие компьютерные программы текстовых процессоров и издательских систем.

Единственным выходом из создавшейся ситуации является создание и применение внутриотраслевых и внутриведомственных стандартов для создания документов, на основании того, что средство производства текстовых рукописей изменилось. Да и сама рукопись тоже изменилась, став цифровой и поэтому приобрела новые до этого неизвестные свойства.

Перешёл скачкообразный переход от печатной машинки на специальное программное обеспечение (текстовый процессор, издательскую систему) и документы стали не только бумажными, но и цифровыми.

Своевременно и быстро учесть государственными стандартами такое многообразие изменений не всегда удаётся. Но постепенное согласование внутренних междуведомственных стандартов приведёт к необходимости разработки нового государственного стандарта для цифровых текстовых документов.

Главным техническим отличием цифровых рукописей от рукописного текста и текста, созданного на печатной машинке, является наличие стилей текста и тем оформления.

В докомпьютерную эпоху таких понятий как стиль текста и тема оформления не существовало, как не было средств для их применения.

**Стиль текста** – набор параметров форматирования, который применяется к тексту, таблицам и спискам. Использование стилей гарантирует целостность форматирования документа. Вносимые в стиль изменения немедленно применяются ко всем местам, его использующим.

**Тема оформления** – набор из нескольких стилей текста для цифрового документа.

Замена темы оформления на новую приводит к мгновенному изменению форматирования всего текста во всём документе.

На иллюстрации (Рисунок 6.6) показана схема использования стилей текста в цифровых документах.

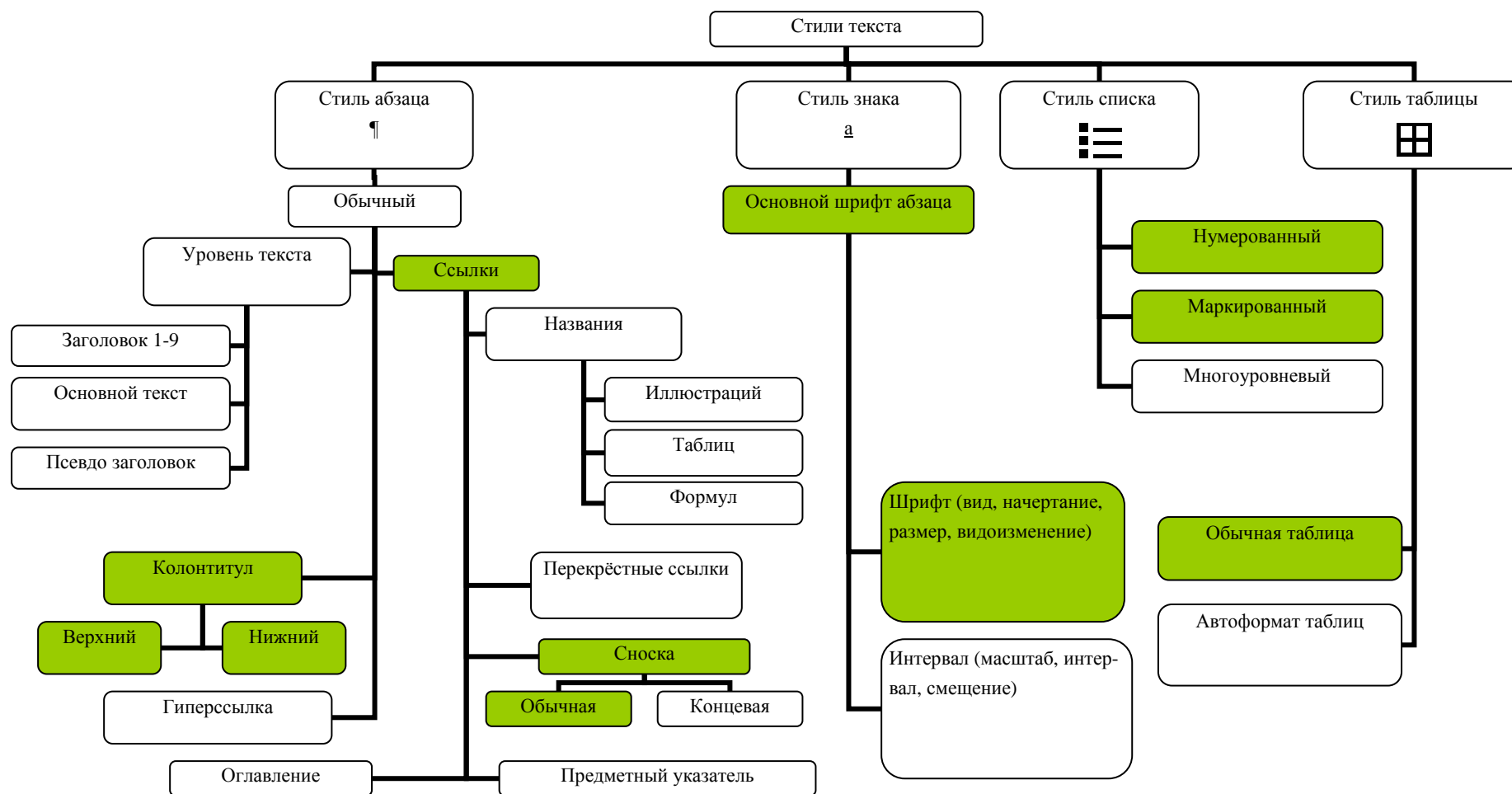


Рисунок 6.6 – Схема использования стилей текста в цифровых текстовых документах

## 7. Задания

Ниже опубликованы задания, связанные с применением шаблонов цифровых документов.

Каждая задача посвящена приобретению навыков работы с одним из видов шаблонов, показанных на иллюстрации (Рисунок 6.1). При этом каждая новая задача является ступенью к следующей – более сложной.

В задачах присутствует обширная вводная теоретическая и развивающая часть, важная для профессиональной деятельности, ход выполнения задачи и указание на типичные ошибки.

### Задание 1. Работа с шаблоном "Резюме"

Как бы парадоксально это ни звучало, но каждый из нас представляет собой некий "товар" на рынке труда. Личный товар, который мы выставаем "для продажи" на рынок, – это наши знания и способности, наши результаты и достижения, деловая репутация и узнаваемость.

Именно эти параметры, а также их грамотная и интеллигентная "упаковка" определяют уровень нашего продвижения. Такой "упаковкой" является резюме.

**Резюме́** (фр. *résumé*) – анкета, заполняемая кандидатом для найма на работу, содержащая информацию о его навыках, опыте работы, образовании и др. В странах Европы этот документ называется латинским термином "**curriculum vitae**", что дословно переводится как "дорога жизни", "жизнеописание", "краткая автобиография".

Заполнение такой анкеты для приема на работу не предусмотрено трудовым законодательством Российской Федерации и может быть осуществлено только по желанию претендента. Но такие анкеты дают работодателям широкую информацию о потенциальных кандидатах перед проведением собеседования и помогают быстро выбрать нужного сотрудника среди многочисленных претендентов. Поэтому резюме активно используется ими для осуществления конкурса документов при найме сотрудников на работу.

Для потенциального кандидата на вакантную должность резюме – не средство получить работу. Это средство создать о себе первое впечатле-



ние. Правильно составленное резюме – главный аргумент для получения работы своей мечты. От того, насколько правильно составлено резюме, зависит какое решение относительно кандидата примет работодатель.

Перед началом составления резюме следует решить, что и как следует в нём написать, и быть готовым к этому заранее, чтобы получившаяся в результате анкета выгодно отличалась от аналогичных, составленных конкурентами, возможно более подготовленными или более энергичными. Надо заранее хорошо подготовиться и написать его таким, чтобы из всех претендентов выбрали именно вас.

Правила заполнения резюме есть на каждом сайте поиска работы. Все современные соискатели обязательно воспользуются ими же. Поэтому такими правилами нельзя ограничиваться. Постарайтесь найти новые ходы, которые выделяют вас среди остальных.

Для достижения соответствующего внутреннего настроения, перед заполнением резюме, которое будете отправлять работодателю, воспользуйтесь правилами<sup>1</sup>:

6. Соберите как можно больше информации о фирме, в которой хотелось бы работать. Из любых доступных источников: Интернета, посещения офиса компании в качестве клиента, личных разговоров с персоналом компании и др. Полученная информация будет самой ценной. Возможно, что удастся узнать такое, что разубедит устраиваться именно туда. А возможно, и наоборот. Особо надо обратить внимание на детали, которые предприятия стараются скрыть от постороннего взгляда. Мелочей быть не может. Всё, что узнали, нужно записать и систематизировать.

7. Большинство статей, где рассказывается, как правильно заполнить резюме, не советуют прилагать своё фото. Но если оно всё же приложено,

---

<sup>1</sup> Рекомендации созданы на основе статьи: Михаил Груздев. Маленькие хитрости составления резюме. Как выделиться из "серой массы" претендентов? Школа жизни. <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-36006/>. (дата обращения 13.01.2012).

работодатель обязательно его посмотрит, потому что оно его очень заинтересует. Как быть? Если чувствуете, что фото нужно и даст дополнительные преимущества, поступите особенно деликатно, потому что фото может и сильно помочь, и сильно навредить. Прежде всего – размер фото должен быть небольшим и по геометрическим размерам (если вклеивается в резюме) и в байтах (если резюме отправляется по электронной почте<sup>1</sup> – помимо того, что это создаст лишний трафик работодателю, это еще и дурной тон). Снимок должен быть портретным, без посторонних предметов и людей. Этот формат специалистам по персоналу наиболее привычен. Лучше, если на снимке будете в одежде того стиля, который принят, гласно или негласно, в компании, куда хотите устроиться. Узнать, какую одежду носят в данной компании, нетрудно, для этого и есть предварительный этап сбора информации. Для отправки по факсу резюме с фотографией не подойдет: качество будет очень плохое. На этот случай нужно иметь резюме без фотографии. В общем случае наличие фотографии выделяет резюме на фоне остальных. Благодаря фотографии резюме могут лучше запомнить и быстрее найти среди массы других в случае необходимости. Удачное фото в резюме поможет устроиться на работу, если для данной вакантной должности внешность важна. Например, для секретарей, промоутеров, продавцов-консультантов и т.п. Также на многих позициях, где требуются более опытные и взрослые сотрудники, презентабельная внешность работника, тем не менее, очень важна для работодателей.

8. Можно указать в резюме свои маленькие слабости. Это выделит вас из группы тех, кто пишет о себе только положительную информацию. От этого доверие к вам резко возрастёт. Однако постарайтесь показать в резюме, как эти маленькие слабости компенсируются большими преимуществами.

---

<sup>1</sup> Из-за большого размера электронное письмо может попасть в спам-фильтр. Размер электронной фотографии не должен превышать 30-40 килобайт.

9. Кратко упомяните о хобби и личных привязанностях. Лучше, если они будут совпадать с увлечениями руководителей и владельца (владельцев) компании. (Эту информацию тоже желательно добыть ещё до составления резюме).

10. Нельзя упоминать ни в документах, ни при собеседовании негативных сведений, например –

- о плохих сторонах предыдущего места работы,
- о том, как давно ищите работу и др.

11. Не преувеличивайте свои достижения (преувеличивают большинство претендентов). Потому что при собеседовании зададут обязательно вопрос о том, какими путями этого достигли. Если заранее составите убедительный и правдивый ответ, это тоже выделит вас из всех претендентов. Правдивым ответ должен быть потому, что когда будете приняты на работу, должны будете быстро подтвердить заявленные достижения.

12. Если есть знакомый руководитель (каким бы мелким он ни был в ваших глазах) обязательно покажите ему своё резюме – пусть покритикует. Замечания, которые выскажет руководитель-практик, могут оказаться бесценными. Если же руководителей несколько, постарайтесь показать всем.

13. Подумайте о том, как будете отвечать на "запретные вопросы"<sup>1</sup> (если они будут): о политике, религии, национальности, материальном положении, бывшем руководстве, личных проблемах и др.

---

<sup>1</sup> Для справки: если интервьюер американской компании спросит, какого вероисповедания придерживается кандидат, его могут обвинить в дискриминации и предъявить судебный иск. А во многих других странах спрашивать про возраст, национальность, семейное положение, вероисповедание и политические взгляды можно, не опасаясь юридической ответственности. Однако неписанные законы деловой этики не одобряют такое любопытство со стороны интервьюера. Поэтому затрагивание столь деликатных тем, как правило, объясняется непрофессионализмом кадровой службы. Исключение составляет служба  
Продолжение сноски на следующей странице >>

С точки зрения законодательства соискатель не обязан отвечать на подобные вопросы. Но закрытость соискателя может насторожить работодателя. Если вы заинтересованы именно в данной работе и вам нечего скрывать, то в подобной ситуации лучше ответить на запретные вопросы, ведь при приеме на работу всё тщательно скрываемое рано или поздно выйдет наружу.

Однако попробуйте поставить себя на место работодателя: вопросы, например, о здоровье и вредных привычках зачастую связаны либо с особенностями организации труда в компании, либо с установками, принятыми в коллективе. Обычно кадровики расценивают нежелание отвечать на подобные вопросы как попытку что-либо скрыть от работодателя. Разумеется, если на два-три вопроса вы в корректной форме откажетесь отвечать (например, отметив, что данная тема для вас слишком личная, или, что пока по конкретному вопросу не все ясно даже для вас самого), ничего плохого не произойдет. Некоторые специалисты по подбору персонала используют подобные вопросы для проверки личностных качеств кандидата, его реакции на нестандартные ситуации. Если вы претендуете на работу, напрямую связанную с общением, то ваш эмоциональный, либо грубый ответ может послужить поводом для отказа.

С точки зрения Трудового кодекса Российской Федерации вопросы о семье, здоровье, увлечениях не являются запретными. Но работодателю они позволяют составить более четкий личностный портрет соискателя. Поэтому, если кандидат заинтересован в работе, лучше честно ответить на все трудные вопросы. Это позволит еще на этапе собеседования избежать многих ошибок, даст возможность принять правильное решение не только работодателю, но и самому соискателю. К тому же при правильном подходе любой "запретный" вопрос можно обратить в свою пользу, подчеркнув при ответе свои сильные стороны. Например, вопрос о наличии семьи у

---

безопасности, в задачу которой входит проверка персональных данных соискателя.

мужчины является важным для работодателя, поскольку женатый мужчина считается более заинтересованным в постоянной работе, а неженатый больше нацелен на деньги и карьеру. Поэтому в данном случае женатый соискатель может указать свои достижения, которые покажут его сильные стороны, например, ответственность, постоянство и стабильность, а неженатый – подчеркнуть свою мобильность, готовность к командировкам и ненормированному графику работ.

Многие соискатели не знают и даже не задумываются о том, что одним из мощнейших маркетинговых каналов продвижения их уникальности и компетенции является личное и профессиональное окружение – люди, кто знает их и кого знают они. Личная конкурентоспособность среди прочих кандидатов зависит не только от послужного списка, внушительности резюме и востребованности знаний, умений и навыков, которыми обладает соискатель. В современном мире личная капитализация зависит от того, кто с кем знаком.

Если имя соискателя на слуху – то его с удовольствием будут приглашать на различные профессиональные встречи, просить выступить на конференциях, прокомментировать последние тенденции и события и высказать свое мнение со страниц газет и журналов.

Если же соискателя никто из "весомых" в обществе людей не знает, то его резюме безнадежно пролежит среди сотен подобных соискателей престижной вакансии. Таким скромным соискателям будет крайне сложно выиграть желанный тендер или получить долгосрочный заказ.

Поэтому при составлении резюме, полезно подумать, кого из известных в обществе людей можно было бы указать в числе своих знакомых, которые при случае могли бы положительно вас охарактеризовать. Фамилии этих людей, должности, места работы и служебные телефонные номера следует указать в резюме, либо в сопроводительном письме.

Составив резюме, полезно опробовать себя при виртуальном собеседовании – перед зеркалом рассказать себе же о себе.

Для этого берётся лист бумаги, на котором пишется текст примерного содержания: "Разрешите представить вам перспективного и интересного человека, у него есть следующие достижения..." (не скупитесь на прият-

ные слова и не думайте, что ваши достижения не значительные; найдите их как можно больше). Текст такой саморекламы сначала пишется, а затем читается перед зеркалом.

Эта простое, но эффективное упражнение поможет сдвинуть с места машину адекватного восприятия самого себя. И, как следствие – стать внутренне готовым к собеседованию и получить новые идеи для внесения их в резюме (что может повысить уровень его конкурентоспособности). Кроме этого такое упражнение поможет найти идеи для составления сопроводительного письма к резюме (см. стр. 23).

Заполняя каждый пункт резюме, следует стараться представить или предположить, следующее:

- что подумает о вас человек, читающий его?
- поверит ли заявленной способности развиваться, держать себя в руках в условиях стресса, успешно взаимодействовать с другими, этичности или других положительных качествах?
- будут ли в резюме факты, которые могут привести к тому, чтобы вас не выбрали?

В связи с этим возникает новый вопрос – следует ли писать в резюме правду? Ответ – только "Да", и это следует делать по следующим причинам:

1. Во время испытательного срока вас обязательно будут проверять на наличие способностей, о которых заявили в резюме. Если надежды работодателя не оправдаются, с вами не заключат контракт или договор.
2. Если обнаружится ложь, о вас пойдёт дурная слава, при которой найти новое место работы станет еще сложнее.
3. Если в вас разуверятся при испытательном сроке, то для вас это будет потерей финансов, упущенными возможностями и пустой растратой своих физических и интеллектуальных резервов.

Файл резюме можно создать в специальной программе, например, "ResumeMaker" [32], "CV"<sup>1</sup> [34] "Соискатель" [35] и др., распространяемых через Глобальную информационную сеть, либо использовать цифровой шаблон в имеющемся текстовом процессоре (или опубликованного на сайте поддержки этого пособия: <http://www.rabota-autsorserom.narod.ru>).

Готовый файл резюме можно переслать прямо с компьютера потенциальному работодателю на факсимильный аппарат, на компьютер, имеющий факсимильную программу, на адрес электронной почты либо распечатать на принтере, чтобы переслать в бумажном конверте обычной почтой.

В большинстве случаев резюме составляется не более чем на 1 страницу. Но иногда требуется составлять более обширные резюме – на 2 страницы (если предприятие перечислило много обязательных пунктов, либо резюме пишется для банка данных в какую-либо службу занятости). Если такое резюме будет отсылаться обычной бумажной почтой, то печатать его лучше на обеих сторонах бумажного листа.

Участникам деловой игры даётся задание создать обширное резюме на 2 страницы.

При выборе оформления текста в резюме необходимо отдавать предпочтение шаблону, наиболее разборчивому, чёткому, строгому с наименьшим количеством стилей текста (с такими размерами и видами шрифтов, чтобы человеку с ослабленным зрением не пришлось напрягаться при чтении<sup>2</sup>). Один из удачных, с этой точки зрения, цифровой шаблон резюме можно взять на сайте поддержки этого пособия<sup>3</sup>. Например, цифровой шаблон или "Мастер", созданный компанией **Microsoft**. Его вид называет-

---

<sup>1</sup> CV – (англ. curriculum vitae) или резюме.

<sup>2</sup> Согласно наблюдениям восприятия, документ будет максимально усвоен только в том случае, если в нем использовано не более 5-7 различных стилей текста.

<sup>3</sup> Страница поддержки этого пособия в Глобальной информационной сети: <http://www.rabota-autsorserom.narod.ru/>. Раздел шаблонов цифровых документов.

ся "стандартный". В нём содержатся хорошо читаемые стили текста и их как раз не более 7.



### Цель

Научиться создавать резюме по цифровому шаблону или Мастеру.

### Задание

По шаблону или Мастеру подготовить резюме для найма на работу.

### Технология работы с программным продуктом

1. Загрузка цифрового шаблона или Мастера – из библиотеки шаблонов текстового процессора или интернет-сайта поддержки этого пособия.
2. Применение стилей текста – из панели стилей.
3. Отображение или скрытие непечатаемых знаков – "**Непечатаемые знаки**" .
4. Отображение или скрытие границ таблицы – команды: "**Отобразить сетку**", "**Скрыть сетку**".
5. Добавление строк в таблицу - "**Вставить/Строки ниже**", "**Вставить/Строки выше**".
6. Копирование стилей – "**Копировать формат**" .

### Ход выполнения задания


1. Представить себе предприятие, в которое мечтали бы наняться на работу. Попробуйте ответить самому себе на вопрос: ради чего вы хотите устроиться работать на это место?
2. В текстовом процессоре открыть "**Мастер резюме**" или шаблон резюме (можно взять их с сайта поддержки этого пособия [3]). Если запускается "**Мастер резюме**", то надо отключить защиту от макросов.
3. Ответить на вопросы "**Мастера резюме**".
4. Требования к созданию резюме:
  - стиль оформления – **стандартный**;
  - тип резюме – **обычный**;
  - адрес места проживания можно не указывать, ограничившись телефоном, факсом (если он есть) и адресом электронной почты.



- выбрать все пункты (включая "**Стандартные**" и "**Дополнительные**"), кроме пунктов: "**Национальность**"<sup>1</sup> и "**Форма допуска**"<sup>2</sup>.

- дополнительно ввести пункты: "**Моя самая положительная черта**", "**Моя самая отрицательная черта**". Переместить эти пункты в конец резюме. Сложные для ответов пункты, подобные этим, иногда включают в резюме, чтобы лучше узнать претендента. Работники кадровых служб обращают внимание на то, что пишет кандидат в подобных этому разделах о личностных качествах. Некоторые ответы заставляют задуматься об адекватности человека и о том, стоит ли вообще приглашать его на интервью.

5. Для успешного заполнения таблицы резюме следует выполнить следующие настройки интерфейса:

- готовое резюме размещается в таблице. Её границы скрыты. Для правильного заполнения таблицы следует включить команду "**Отображать сетку**" которая относится к работе с таблицами и показ непечатаемых знаков , чтобы были видны символы табуляции и символы абзацев;

- чтобы поля форм правильно отображались серым затенением, включить настройку интерфейса о постоянном отображении этих полей. Если видны коды полей, то отключить их показ;

- весь текст резюме создан на основе разнообразных и точно назначенных стилей текста. Чтобы правильно применять стили текста надо видеть их названия. Для этого надо включить панель "**Стили и форматирование**".

---

<sup>1</sup> Вопрос о национальной принадлежности в нынешней России – это дело выбора и самостоятельного решения гражданина. Поэтому графа "национальность" отменена в российских паспортах нового образца.

<sup>2</sup> Форма допуска к секретной документации. Эта графа очень редко присутствует в резюме, потому что используется при найме в специализированные организации, где эти сведения важны.

6. В пункте "**Сведения о себе**" дописать ответы на обозначенные пункты, см. образец на иллюстрации (Рисунок 7.1). Для выравнивания записей можно использовать вставку позиции табуляции в ячейку (**CTRL+TAB**).

7. В пункте "**Цель**" (имеется в виду карьерная цель) написать цель найма на работу в предприятие, где мечтаете работать. Здесь указывается ответ на заранее заданный самому себе вопрос – для чего вы хотите устроиться работать?. На присутствие или отсутствие строки "Цель поиска работы", особенно на её содержание, обращают внимание работники кадровых служб, начиная знакомиться с резюме, так как информация в ней помогает сразу оценить уровень мышления соискателя и его стремления<sup>1</sup>. Если пока трудно сформулировать цель, рекомендуют просто написать чего вы хотите достигнуть или какую должность или работу хотите получить. Например, получение должности логиста.

<b>Сведения о себе</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Год и место рождения: 1978, г. Хабаровск</li> <li>▪ Семейное положение: не замужем</li> <li>▪ Дети: не имею</li> <li>▪ Родители: Петров Андрей Иванович, Петрова Ирина Максимовна.</li> </ul>
------------------------	--

**Рисунок 7.1 – Образец заполнения пункта "Сведения о себе"**

---

<sup>1</sup> Рекомендация: при устройстве на новую работу очень важно изучить...своего будущего начальника, представить, что сможете достичь под его руководством, как будет лидерство этого человека отражаться на вашей личной жизни, как поможет в реализации карьеры, в самосовершенствовании. И если будущего своего не видите, если понятно, что рядом с ним вам быть категорически нежелательно, если глазами с удовольствием не встречаетесь – следует подумать о другом предприятии, чтоб не приобрести ненужные привычки и сохранить здоровье, даже если давно мечтали именно об этой работе и зарплате. В таких случаях рекомендуют – ищите новую работу, потому что при желании найти своё всегда можно.

8. В пункте **"Образование"** даётся информация о фундаментальном и дополнительном образовании, в том числе – курсах, тренингах, стажировках. На каждое учебное заведение надо создать отдельную строку в таблице. Поместить сведения об образовании в обратном хронологическом порядке (от настоящего к прошлому), например, сначала для вуза, ниже – для техникума, далее – для школы. Вставка новой строки в имеющуюся табличную разметку выполняется установкой курсора в ячейку с данными и выбора в меню команды: **"Вставить/Строки ниже"**. Пример заполнения пункта **"Образование"** (Рисунок 7.2).

9. В поле **[сведения о продвижении по службе, наградах и поощрениях]** пишутся достижения в учёбе. Их располагают маркированным списком, оформленным стилем **"Достижение"**. Работодатели внимательно читают резюме и стараются выяснить, каких результатов смог достичь претендент во время учёбы. Это помогает им сформировать мнение о способности соискателя обучаться и его уровне образованности. В этом пункте рекомендуется указывать следующие сведения, например,

- "Устные поощрения преподавателей по следующим дисциплинам: (указать названия дисциплин)";
- "Получал(а) только отличные оценки по следующим дисциплинам: (указать дисциплины)";
- "Завершение обучения с аттестатом без троек";
- "Участвовал(а) в олимпиадах по...(указать названия дисциплин, названия олимпиад, годы участия в олимпиадах и результат участия)";
- "Благодарность ректора за... (указать, за что были получены благодарности и годы получения благодарностей)";
- "Благодарность директора школы за...(указать, за что получены благодарности и годы получения благодарностей)";
- "Дисциплинарных взысканий не было и так далее. (Много достижений указывать не следует, достаточно не более 3-х, но чтобы это были самые существенные)".

<b>Образование</b>	2002 - по н/в <b>Студент 3-го курса по специальности "Экономика"</b> ХГАЭП Хабаровск <ul style="list-style-type: none"> <li>Устные поощрения от преподавателей по дисциплинам: "Экономика", "Высшая математика", "Статистика"</li> <li>Выступление с докладами на студенческих научных конференциях (2002, 2003, 2004 гг.)</li> </ul>
	2000-2002 <b>Аттестат о законченном среднем образовании</b> МОУСОШ №5 Хабаровск <ul style="list-style-type: none"> <li>Устные поощрения преподавателей по дисциплинам: "Математика", "Право", Английский язык"</li> <li>Обучался по всем дисциплинам только на отлично.</li> <li>Участие в олимпиадах: Русский язык (2000 г.), Информатика (2001 г.), Английский язык (2002 г.)</li> </ul>
	1993-2000 <b>Справка об окончании 7-го класса</b> МОУСОШ №10 Благовещенск <ul style="list-style-type: none"> <li>Устные поощрения преподавателей по дисциплинам: "Математика", Английский язык"</li> <li>Обучался по всем дисциплинам только на отлично.</li> </ul>

Рисунок 7.2 – Фрагмент резюме. Раздел "Образование"

10.Разделы: "Интересы и увлечения", "Хобби", "Творчество" отличаются тем, что увлечения – это то, чем занимаетесь короткое время, например, не более года. Хобби – увлечение, продолжающееся длительное время, например, более года. Творчество – когда в результате хобби или увлечения рождается новый продукт, например, рисунок, вышивка, фотография, стихотворение и т.д. Усталость, тревогу, раздражительность и даже страх можно снять с помощью безобидных увлечений и хобби.

11.В раздел "Знание языков" надо написать названия других языков, кроме родного, и уровень их знания, например, "Английский – читаю со словарём, могу поддержать несложную беседу на бытовые темы" или "Китайский – читаю и перевожу без словаря, свободно разговариваю". "Японский – читаю со словарем, разговариваю на бытовые темы свободно".

12.Раздел "Опыт работы" заполняется по такой же методике, как раздел "Образование". Используются те же стили абзацев. Для каждого места работы следует вставлять в таблицу дополнительную строку (Рисунок 7.3). Места работ указываются в обратном хронологическом порядке (от на-

стоящего к прошлому). Обязательно указать достижения в каждом месте работы, например,

- "2 письменные благодарности от покупателей";
- "За отличную работу получил(а) устное поощрение от директора";
- "За отличную работу получил(а) денежное вознаграждение";
- "Имею приглашение от директора на постоянную работу в должности менеджера";
- "За инициативность получил(а) повышение по службе (благодарность и др.)".

Работодатели внимательно читают резюме и стараются выяснить, каких результатов смог достичь претендент на предыдущих местах работы; это помогает им сформировать правильное мнение о претенденте на вакантную должность.

Не стоит писать, например: "Проработал в компании 3 года" – без указания своих достижений. Следует указать, например: "За три года получил повышение в должности".

Предпочитайте позитивную информацию негативной. Концентрируйте внимание на своих достижениях. Не упоминайте неудачные проекты или причины, по которым уходили с работы.

13. В пункте "**Общественная работа**" указать, какой общественной работой занимались и какой занимаетесь теперь.

<b>Опыт работы</b>	<div>[ даты ] [ организация/учреждение ] [ область/город ]</div> <div><b>[ должность ]</b></div> <div>▪ [ сведения о продвижении по службе, наградах и поощрениях ]</div>
	<div>[ даты ] [ организация/учреждение ] [ область/город ]</div> <div><b>[ должность ]</b></div> <div>▪ [ сведения о продвижении по службе, наградах и поощрениях ]</div>
	<div>[ даты ] [ организация/учреждение ] [ область/город ]</div> <div><b>[ должность ]</b></div> <div>▪ [ сведения о продвижении по службе, наградах и поощрениях ]</div>

Рисунок 7.3 – Фрагмент резюме. Раздел "Опыт работы"

14. В пункте "**Рекомендации**" упоминают о наличии или возможности получения рекомендаций. Чаще всего – возможности получения устных рекомендаций. В этот пункт надо вписать не менее 3-х человек, которые могли бы охарактеризовать вас положительно. Это могут быть надёжные начальники, специалисты или менеджеры, которые могут подтвердить ваши личные и профессиональные качества. Указать их места работ, должности, степени и звания, номера телефонов. Рекомендации, если таковые имеются в письменном виде, можно приложить к резюме, указав, что копии рекомендаций прилагаются. Работодатель понимает, что было бы очень наивным составлять мнение о человеке только с его собственных слов. Поэтому они охотно расспрашивают тех, с кем раньше сотрудничал претендент. Если при реальном найме на работу потребуется сократить длину резюме, то эта информация в резюме не размещается, а указывается в сопроводительном письме или предъявляется при собеседовании.

15. Раздел "**Квалификация**" содержит сведения об уровне профессиональной подготовки. Этот раздел следует заполнить по таким же правилам, как раздел "**Образование**". Полученной квалификацией может считаться, например, "Водитель категории В", или "Оператор ЭВМ" и др. (Рисунок 7.4). Свидетельством получения квалификации является квалификационное удостоверение. Обязательно указать не только место получения квалификации, но и достижения в процессе этой учебной, а затем и профессиональной деятельности. Для водителей – стаж вождения. Квалификация может быть получена не только в школе, в результате занятий УПК, но и в более поздний период. Укажите не более 4-5 своих квалификаций (если они есть). Не следует отправлять вместе с резюме копии свидетельств и удостоверений (за исключением случаев, когда этого требует работодатель. Как правило, подобного рода документы предъявляются соискателем во время собеседования).

<b>Квалификация</b>	2007г. ХПТП 1 г Хабаровск <b>Водитель категории "В"</b> ▪ Квалификационные экзамены сданы на отличные оценки.
	2006г. Школа ИДВЕН г Хабаровск <b>Оператор ЭВМ</b> ▪ Квалификационный тест сдан на отлично. ▪ Устные поощрения за успехи при решении задач.

**Рисунок 7.4 – Фрагмент резюме. Раздел "Квалификация"**

16.В разделе "**Другие навыки**" (Рисунок 7.5)можно написать, например, о том, что вы умеете, и могло бы потребоваться именно на этом предприятии – владение компьютерными программами или другими навыками, например:

- печатаю тексты на русском и английском языке слепым десятипальцевым методом со скоростью...(укажите скорость печати десятипальцевым методом в знаках в минуту;
- умею редактировать фотоснимки в программе "**Gimp**";
- могу вести складской учет в программе "**1С склад**", и др.

<b>Другие навыки</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Печатаю тексты на русском и английском языке десятипальцевым слепым методом.</li> <li>▪ Умею редактировать фотоснимки в программе Adobe Photoshop.</li> <li>▪ Могу вести складской учет в программе "1С склад", и др.</li> </ul>
----------------------	---

**Рисунок 7.5 – Фрагмент резюме. Раздел "Другие навыки"**

17.При отсутствии ответа на какой-то пункт резюме надо писать: "**Нет**", "**Не имею**", "**Не состою**" или "**Не занимаюсь**" и т.п. в соответствии с названием пункта. Например, в пункте "**Сезонная работа**", если этим видом работ не занимаетесь, можно написать: "**Не занимаюсь**". А о членстве в профсоюзе – состою в студенческом профсоюзе (указать название вуза) с ... (указать год).

18.Готовый документ сохранить в своей личной папке на флеш-накопителе под именем, по которому видно о чём файл и кто его владелец, например, "**Иванов\_Александр\_Иванович\_(Резюме)**". В дальнейшем его

будет легко найти и редактировать при реальном найме на работу. А работникам кадровых служб будет легко накапливать такие файлы на своих компьютерах. Кроме того, этот файл понадобится для выполнения следующих заданий деловой игры, опубликованной в этом пособии.

19. Показать файл выполненной работы преподавателю для проверки, или напечатать резюме на принтере (если этого потребует ведущий деловой игры).

### Типичные ошибки


1. При работе в "**Мастере резюме**" не устанавливают флажки напротив всех требующихся пунктов, считая, что если пункт трудный для ответа или на него нечего ответить, то его и не надо указывать в резюме. В этой задаче надо выбрать все пункты (включая "**Стандартные**" и "**Дополнительные**"), кроме пунктов: "**Национальность**" и "**Форма допуска**". При выполнении задачи по составлению резюме важно научиться внимательно читать инструкции к заданию и правильно отвечать на трудные пункты и на пункты, на которые нечего ответить. Если возникают трудности с формулировкой ответов на сложные пункты резюме, то надо срочно обращаться за помощью к ведущему деловой игры.

2. Вместо года рождения указывают дату.

3. Удаление текста приводит к удалению стилей текста, расположенных в этих местах цифрового шаблона. Отсутствие стилей приводит к нарушению дизайна документа и неправильному восприятию текста. А далее – к нестабильности его внешнего вида при печати на принтере. Для правильного заполнения цифрового шаблона необходимо выделять нужный текст, а затем вписывать вместо него свой текст.

4. Требуемое изменение форматирования надо выполнять за счёт готовых стилей выбранного шаблона **Резюме**, а не через панель инструментов или ленту **Форматирование**. Выбирая отдельно шрифт, размер шрифта, интервал и др. параметры для форматирования текста, неосознанно создают новые нежелательные стили, которые мало похожи на оригинальные и нарушают стабильность документа. Стили надо выбирать из области задач **Стили и форматирование** или копировать стили из других мест до-



кумента инструментом **Копировать формат** . Для этого сначала надо выделить текст, форматирование которого надо скопировать, а потом щёлкнуть один раз или дважды на указанной кнопке. Двойной щелчок включает инструмент копирования для многократного использования, а единичный – для однократного. Чтобы скопировать стиль абзаца не требуется его выделять полностью. Достаточно установить курсор в любом месте этого абзаца, нажать инструмент **Копировать формат**, а затем – щёлкнуть текст, который должен быть отформатирован. Для копирования стиля знака надо выделить нужный текст, а затем применить инструмент копирования формата.

5. Если названия организаций и городов не сдвигаются вправо после копирования формата, как показано на иллюстрациях (Рисунок 7.2 и Рисунок 7.3), то, вероятно, не нажали клавишу табуляции перед этими названиями. Установите курсор слева от названия и нажмите клавиши **CTRL+TAB**. Текст должен сдвинуться. Включите показ непечатаемых знаков, что даст возможность увидеть знаки табуляции. Не следует вместо табуляции вставлять множество пробелов. Установка пробелов не выравнивает текст таким же точным и строгим образом, как табулятор.

6. В разделе "**Образование**", обучаясь на первом или втором курсе вуза, не указывают сведения о вузе, считая, что вузовского образования ещё нет, а есть только образование, полученное в средней школе. Сведения о вузе, даже если студент только начал обучаться на первом курсе, всё равно надо указывать. Поступить в вуз – уже достижение, и с первых дней обучения в вузе могут появиться первые достижения в учёбе (пусть не особенно значительные), о которых следует упомянуть в резюме, например, "нарушений учебной дисциплины не было". После окончания вуза сведения о средней школе можно вообще не указывать, особенно если они были менее значительными чем в вузе.

7. В разделе "**Образование**", при вписывании дат обучения в вузе, если обучение продолжается и ещё не закончено, дату окончания вуза указывать нельзя. Она ещё не наступила. Вместо даты окончания обучения в вузе следует указать сокращение – "по н/в" – что означает – по настоящее время.

8. В разделах: **"Образование"** и **"Опыт работы"** располагают сведения в прямом хронологическом порядке. Надо располагать сведения в обратном хронологическом порядке: сначала для вуза, ниже – для техникума, далее – для школы. В разделе опыта работы сначала указывается последнее место работы, потом предыдущее, а затем – более ранние.

9. В поля **"Организация/учреждение"**, расположенных в разделах: **"Образование"**, **"Опыт работы"** и др. где требуется, рекомендуется вписывать названия организаций и учреждений в сокращённом виде, например, ХГАЭП, МОУСОШ №5, ООО "Рассвет" и др. Поле **"область/город"** тоже рекомендуется заполнять минимумом необходимых сведений, чтобы эти данные вместе с датой и названием организации или учреждения умещались на одной строке. Если работодателю понадобится полная информация, то это будет выясняться при собеседовании и при последующем оформлении документов в отделе кадров.

10. Если образование получено в нескольких местах (вуз, техникум, школа...), то в таблицу резюме надо вставить соответствующее количество дополнительных строк и копировать туда текст заполненной ячейки, касающейся образования. Таким образом, нужные стили будут скопированы в дополнительные строки, расположенные ниже.

11. Вместо ответов: **"Нет"** или **"Не имею"** и др. удаляют соответствующие разделы. Если разделы требуются в задании или в запрашиваемом работодателем резюме, то удалять их нельзя. Надо отвечать короткими фразами как указано выше. При этом удаляются только места для указания дат, мест, подробностей и достижений, а вместо них вписать короткий ответ: **"Нет"**, **"Не имею"**, **"Не состою"**, **"Не занимался"** **"Не участвовал"** или др. подобные. Эти ответы следует оформить стилем **"Цель"**, который содержится в списке доступных стилей шаблона резюме.

12. В разделе **"Хобби"** и **"Увлечения"** часто пишут **"Музыка"**. Это не полный ответ. Правильнее было бы написать конкретно, например, **"Коллекционирую музыкальные произведения в стиле Electronoca"** или **"Играю на фортепиано произведения любимых авторов: ...(указать авторов музыкальных произведений)"**. То же касается неполного ответа **"Танцы"**. Лучше указать, что в танцах интересуется, например, **"Посещаю студию современ-**

ного танца МИРАЖ", или "Люблю смотреть выступления танцевальных коллективов:...(указать названия танцевальных коллективов)". Вместо ответа: "Люблю читать" или "Чтение", следует указать любимый жанр литературы или любимых авторов, например, "Увлекаюсь чтением любовных женских романов и детективов" или "Люблю книги Дарьи Донцовой".

13. Не следует писать в резюме лживых сведений или умалчивать, например, о периодах, когда не работали. Проверка данных может вскрыть обман и поставить крест на возможности получить желаемую работу.

14. Не следует писать: быстро усваиваю новые знания. Следует писать: усвоил новые процедуры, касающихся служебной деятельности в 2-недельный срок.

15. Подчёркивайте достигнутые результаты, используя глаголы действия. Не следует писать: "отвечал за выполнение...". Следует писать: "выполнил...".

16. Перед тем, как отправить работодателю резюме, рекомендуется внимательно его прочесть и проверить, нет ли в нём орфографических ошибок. Они, как, впрочем, и нарушение стилей текста, сразу могут вызвать негативную реакцию у работодателя. Когда резюме уже написано, попросите кого-нибудь, хорошо владеющего языком, на котором написано резюме, проверить его.

17. Не включайте в резюме заголовок: "Резюме" или "CV" (из вида документа видно о чём речь).

18. Старайтесь не использовать в резюме местоимение "я".

19. При сохранении файла резюме на флеш-накопителе, файлу следует присвоить подробное название, а не случайное или краткое как, например, "Мастер резюме". Лучше назвать файл, как было показано выше – **"Иванов\_Александр\_Иванович\_(Резюме)"** или если автор резюме предполагает в будущем иметь несколько резюме для отправки в разные предприятия то имя файла может быть, например, **"2011.01.30\_Резюме в ООО Рассвет"**. Что означает – резюме, отосланное в ООО "Рассвет" 30 января 2011г. Такое название поможет автоматически структурировать ваши различные резюме для найма на работу по датам их отправки и по названиям

предприятий, при накоплении их в папке "**Резюме**". Позже из любого такого резюме будет легко сделать нужное.

### **Перечень контрольных вопросов**

1. Что такое **аутсорсинг** и чем отличается от **инсорсинга**?
2. Какие цели у **краудсорсинга**?
3. Чем отличается **шаблон оформления** от **шаблона содержания**?
4. Для чего требуются **шаблоны** и **Мастера шаблонов** в программе текстового процессора?
5. Как пользоваться **Мастером шаблонов**?
6. Где находятся **Мастера шаблонов**?
7. Для чего используются стили текста при создании цифровых документов?
8. Какие виды стилей текста применяются в цифровых документах?
9. Какие группы стилей текста применяются в цифровых документах?
10. Где находится шаблон **резюме** в программе текстового процессора?
11. Где взять шаблон цифрового документа, если его нет в списке шаблонов программы текстового процессора?
12. Какие специализированные программы можно использовать для создания **резюме** без цифрового шаблона?
13. В каком хронологическом порядке размещаются данные в **резюме** об образовании претендента?
14. В каком хронологическом порядке размещаются данные в **резюме** об опыте работы претендента?
15. Как изменить тему оформления **резюме**, составленного в программе текстового процессора?

### **Задание 2. Работа с шаблоном "Сопроводительное письмо"**

В резюме невозможно написать всё, что положительно характеризует конкретного претендента на должность. Часто бывает, что на жизненном пути претендента есть нечто особенное, что не входит в лаконичные пункты таблицы резюме, но может быть важным для предприятия и может быть воспринято кадровой комиссией с определённым вниманием и интересом. Поэтому **сопроводительное письмо**, написанное к резюме, выпол-

няет важную функцию: оно дополняет резюме расширенными сведениями, благоприятно характеризующие претендента на должность.

К резюме обязательно рекомендуют прилагать **сопроводительное письмо**. В нем соискатель указывает желаемую должность и излагает преимущества своей кандидатуры.

**Сопроводительное письмо** к резюме позволит выразить свою заинтересованность в вакантной должности и широко осветить самые важные аспекты предыдущей трудовой деятельности и профессиональной подготовки.

Сопроводительное письмо должно быть написано в деловом стиле и (желательно) адресовано конкретному человеку. Объем **сопроводительного письма** не должен превышать одной страницы.

**Сопроводительное письмо** легче писать по шаблону.

Цифровой шаблон сопроводительного письма к резюме сделан с учётом требований, предъявляемых к деловой переписке. Он содержит не только минимально необходимые элементы форматирования, но и приблизительный текст, в котором написано обращение к работодателю.

**Сопроводительное письмо** принесёт претенденту ощутимую пользу, если его тщательно составить, сообщив в нём работодателю что-то действительно достойное внимания.

При этом следует знать, что **сопроводительное письмо**, являясь дополнительным элементом к резюме, обязательно прочтут и примут к сведению при формировании окончательного решения о претенденте на вакантную должность.

Что же надо написать в **сопроводительном письме**, чтобы оно привлекло работодателя настолько, чтобы ему захотелось, как минимум встретиться с претендентом лично?

Необходимо предлагать себя на конкретную должность. Работодателя, интересуется тот претендент, который полностью готов к предлагаемой конкретной работе и любит именно эту деятельность.

В первую очередь его будет интересовать степень готовности соискателя к работе, его достижениями на предыдущей должности, а также тем, какую лепту соискатель готов внести в успешное развитие компании.

В любой компании всегда найдется место человеку, который докажет, что способен давать этот результат.

Для того чтобы найти путь к решению вопроса: "Как трудоустроиться в компанию своей мечты?" надо ответить на вопрос: "Как доказать, что смогу принести пользу компании?". Сделать это очень трудно. Придется приложить усилия, нужным образом составив сопроводительное письмо.

Важно заранее тщательно изучить компанию на предмет поиска у них проблем или необходимых улучшений, которые можно внедрить, по вашему направлению деятельности. Источниками такой информации могут служить сайт компании и публикации в **Глобальной информационной сети**, клиенты компании, газеты, офис компании, сами сотрудники (в том числе – охранники и даже дворники), конкуренты, ваши знакомые и реклама самой компании.

Проблемы есть у всех компаний, тем более в период кризиса. Так что вы легко их найдете. Ищите именно ту проблему, устранение которой принесет компании дополнительную прибыль.

В письменном виде разработайте решение найденной проблемы. Это, самый сложный этап. Именно от него зависит весь успех операции трудоустройства. Поскольку большинство проблем всегда находится на поверхности, но, как их решить, не знают зачастую и в самой компании.

Лучше потратить некоторое количество времени, чтобы подготовить действительно настоящий план, который пробьет дорогу в компанию вашей мечты. Спешить не стоит, потому что проблема хороших кадров всегда стоит перед любой, даже плотно укомплектованной компанией.

Выявив проблему, надо потратить достаточное количество времени на её анализ и на основе своего опыта, а также любых источников разработать план её нейтрализации.

После того как закончено письмо и резюме, надо особенно тщательно проверить, нет ли там каких-либо ошибок. Особое внимание надо уделить орфографии. Это важный показатель образованности, и если работодатель увидит ошибки, то под сомнение может быть поставлено всё написанное.

Вероятность вызова на собеседование зависит от того, насколько навыки, указанные в письме и в резюме соответствуют предлагаемой вакансии.

И главное – хорошее письмо в совокупности с резюме – лишь половина дела. Успех ждет только после преодоления следующего этапа – собеседования.

В письме важно однозначно сообщить, почему хотите работать именно в этой компании. Откровенно сообщите, сколько потратили времени на анализ деятельности компании, какую проблему нашли и к каким выводам пришли. Там же следует спросить, когда можно встретиться с работодателем, чтобы обсудить ваши предложения по её решению?

На собеседовании не рекомендуется раскрывать все детали. Приберегите какую-нибудь деталь на будущее. Прямо так и скажите в конце беседы: "Это не весь план. Если Вы готовы взять меня на работу, у меня найдется еще несколько дельных предложений".

Если найденная вами проблема будет достаточно серьезна, и предложенный вами план будет содержать ценную информацию по её решению – рабочее место вам будет обеспечено.

### **Цель**

Научиться создавать сопроводительное письмо по цифровому шаблону.

### **Задание**

В программе текстового процессора подготовить по шаблону сопроводительное письмо к резюме.

### **Технология работы с программным продуктом**

1.

#### **Ход выполнения задания**

1. Найти в Глобальной информационной сети шаблон сопроводительного письма. Можно воспользоваться цифровым шаблоном, опубликованным на сайте поддержки этого пособия [3].

2. Открыть в программе текстового процессора цифровой шаблон сопроводительного письма, например, показанный на иллюстрации (Рисунок 7.6).

02 января 2012 г.  
 Уважаемый/ая [имя и отчество]

Я хотел бы предложить Вашему предприятию свои услуги в качестве ведущего программиста. Стаж моей работы программистом превышает 10 лет. 3 последних года я работал ведущим программистом в известной фирме ООО "СофКоМ".

Моей последней разработкой была система автоматической инвентаризации для издательств. Я был ответственным за общий дизайн системы, включая пользовательский интерфейс. Кроме того, мною был составлен первый черновой вариант руководства для операторов этой системы.

В качестве ведущего программиста вашей фирмы я мог бы заняться вопросами качества ваших программных разработок. Хочу также заметить, что я прекрасно срабатываюсь с другими людьми и имею большой опыт в управлении проектами по разработке программного обеспечения.

Я буду очень признателен Вам, если мое предложение останется между нами. Надеюсь на встречу с Вами в любое удобное для Вас время. Благодарю за внимание.

С уважением,  
 Фамилия Имя Отчество

**Рисунок 7.6 – Шаблон сопроводительного письма**

3. Задача сопроводительного письма убедить будущего работодателя в полезности претендента. Внимательно прочтите и воплотите следующие рекомендации:

- прежде всего задумайтесь о том, что именно компания приобретёт, наняв вас на работу и постарайтесь доказать в письме свою полезность;
- если вы заранее интересовались деятельностью этой компании и, сможете в письме указать "начальству" на недостатки и проблемы, а также предложите пути их исправления, то ваши шансы стать сотрудником этой компании существенно увеличатся;
- любой работодатель постоянно думает о том, чтобы не потратить лишних денег. Поэтому на заранее предполагаемый вопрос: "А что наша компания с этого получит?" – именно в письме должен быть дан краткий и конкретный ответ. Уместно в письме заранее дать ответ и на второй очевидный вопрос: "А как вы этого результата достигнете?". Ответ тоже надо написать кратко и предельно понятно.

4. Необходимо внимательно ознакомиться с текстом письма, данного в шаблоне. Заменить текст шаблона письма своим текстом. Свой текст должен содержать правдивые и важные сведения, которые не вошли в резюме



или полнее раскрывали вошедшие в него сведения, и характеризовали бы вас как хорошего работника, обладающего большим потенциалом и заинтересованным в деятельности компании.

5. В письме надо написать о тех профессиональных областях, о которых имеете представление (работали в этой сфере, читали книги, знаете кого-то из этой профобласти, или просто нравится эта сфера деятельности, хотелось бы работать в коллективе профессионалов и единомышленников и т.д.).

6. Указать ссылку на свой веб-портфолио (веб-сайт, если он существует, или результат деятельности, зафиксированный в каком-либо интернет-ресурсе), чтобы заинтересованным лицам можно было заранее оценить вашу деятельность или вас, как интересную и многогранную личность.

7. При составлении письма полезно знать особенности человека, которому оно адресовано. Деловое письмо воспринимается лучше, если построено сухо и формально. Плохо воспринимается письмо, если оно написано свободным стилем, наподобие дружеского письма.

8. Не следует изменять в шаблоне готовые стили текста (стили абзацев и стили знаков). Однако если известны требования предприятия к оформлению внутренних писем целевого предприятия, то будет хорошо показать, что соискатель осведомлён об этом. Для этого потребуется только изменить готовые стили письма, а также ввести дополнительные стили через панель стилей, но не искажать имеющиеся путём применения инструментов панели форматирования (шрифт, размер, полужирность и др.).

9. Готовый документ сохранить в личной папке на своём флеш-накопителе (в дальнейшем его будет легко редактировать при реальном найме на работу).

10. Напечатать сопроводительное письмо на принтере для сдачи преподавателю (если он этого требует). Если преподаватель не требует распечатывать письмо на принтере, – предъявить ему цифровой документ письма.

### **Типичные ошибки**

1. Удаляют текст в шаблоне, а потом пишут свой текст. Это приводит к удалению из файла стилей абзацев и стилей знаков, расположенных в соответствующих местах шаблона. Отсутствие стилей приводит к наруше-

нию дизайна документа и неправильному восприятию текста. Необходимо выделять нужный текст в шаблоне, а затем вписывать вместо него свой текст.

2. Скромничают или стесняются, не упоминая важные дополнительные сведения о себе, не указывая свои достижения и успешно осуществленные проекты, а также навыки, которые могли бы пригодиться во время работы на предприятии.

3. Не указывают ссылки на цифровые сертификаты, размещённые в Глобальной информационной сети, а также – на интернет-сайты, отражающие деятельность соискателя, в том числе – лично выполненные интернет-проекты: сайты, статьи, фотографии, блоги, твиттеры.

4. Пишут лживые сведения о себе и преувеличивают свои достижения.

5. Увлекаются чрезмерным форматированием текста. Применение большого количества разных шрифтов может превратить строгий профессиональный документ, в документ, оформленный любительским способом.

6. При сохранении письма, файлу следует присваивать подробное название (чтобы кадровой службе было легко их сохранять), где есть Ваша фамилия и тема файла, например, "**Иванов И.И. (сопровод. письмо к резюме)**". Что означает – сопроводительное письмо к резюме от Иванова И.И.

### **Перечень контрольных вопросов**

1. Где можно взять цифровой шаблон **сопроводительного письма** к резюме?

2. Для чего требуется **сопроводительное письмо** к резюме?

3. Какие преимущества может получить претендент при отправке вместе с резюме **сопроводительного письма** и за счёт чего?

4. Что надо писать в **сопроводительном письме** к резюме?

### **Задание 3. Работа с шаблоном "Факсимильное сообщение"**

Факсимильные сообщения передаются специальным прибором, который называется **факсимильный аппарат** или сокращённо – **факс** (лат. fac simile – сделай подобное). Таким же сокращённым термином называют сообщение, отосланное или полученное с помощью этого аппарата.

Считают, что факсимильный аппарат отсчитывает свою историю с 1843г. когда изобретатель из Шотландии Александр Бэйн<sup>1</sup> запатентовал прототип современного сканнера. А факсимильный аппарат – это сочетание сканнера, модема и принтера.

Первой факс-машиной "**Пантелеграфом**", изобретённой итальянским священником Джованни Каселли, пользовался Наполеон III, и в 1870г. он разослал более 5000 сообщений.

В 1924г., когда Ричард Рэнджер открыл беспроводной способ передачи изображений, появился радиофакс или телефотографическая машина. С её помощью можно было посылать фотографии.

Современная технология пересылки факсов существует с середины 70-х годов. Факсы сначала вытеснили в Японии телепринтеры (в России их называли телетайпы), а к середине 80-х распространились повсеместно.

Сейчас факсы производят в сочетании с телефонным аппаратом (**телефакс**) и даже с лазерным принтером. Последние называются **многофункциональными устройствами**, содержащими факс, телефон, копировальный аппарат, сканер и лазерный принтер с двухсторонней печатью на бумажных листах формата А4.

Используются также и **электронные факсы** – специальные программные продукты, которые могут быть загружены в персональный компьютер, что делает возможным приём и пересылку цифровых документов без предварительной печати их на принтере.

Применение факс-аппаратов имеет свою специфику, связанную с отсылкой и приёмом копий документов. Эта специфика носит название **этикета факсимильной связи**. Этикет заключается в технологии работы с

---

<sup>1</sup> Изобретение факсимильного аппарата. АНО "Радиочастотный центр МО". Источник – ITUNews. Перевод на русский язык: Центр технического перевода АНО "РЧЦ МО". – URL : <http://www.rfcmd.ru/page/2069> (дата обращения на 13.01.2012).

аппаратом, а также – в правилах оформления пересылаемых с его помощью копий документов.

При пересылке копий документов по факсимильной связи обязательно создание титульных листов. Титульный лист нужен получателю факсов, чтобы при большом количестве принятых сообщений, не вникая в содержание каждого, секретарь мог быстро их обработать и направить исполнителям, не перепутав страницы.

Цифровые шаблоны для титульных листов факсимильных сообщений скомпонованы так, что их можно использовать не только для создания титульных листов к сообщениям, но и для коротких письменных сообщений, размером, около половины страницы.

### **Цель**

Научиться создавать титульный лист к факсимильному сообщению и передавать сообщения средствами факсимильной связи, а также – с применением компьютера.

### **Задание**

Создать титульный лист к факсимильному сообщению для отсылки резюме и сопроводительного письма средствами факсимильной связи.

### **Технология работы с программным продуктом**

1.

#### **Ход выполнения задания**

1. В текстовом процессоре **MS Word**, на основе "**Мастера факсов**", создать бланк титульного листа факсимильного сообщения для отправки документов (сопроводительного письма и резюме).

2. Рекомендации к созданию титульного листа факса:

- В "**Мастере факсов**" выбрать "**Создание титульного листа с заметками**". В учебных целях предполагается напечатать документ на принтере, чтобы отправить его не с компьютера, а с обычного факс-аппарата.


- Написать имя вымышленного адресата и его факс.

- Стиль титульного листа – **Стандартный**.

- Сведения об отправителе:

- фамилия, имя и отчество отправителя;
- поле "**Организация**" оставляется пустым, так как факсимильное сообщение отправляется от себя лично;
- поле **почтового адреса**, заполняется своими сведениями;
- поля **телефона** и **факса** заполняются, если телефон и факс у вас есть.

3. Получив готовый шаблон отобразить сетку ("**Таблица/Отображать сетку**").

4. Включить показ непечатаемых символов (кнопка "**Непечатаемые знаки**" ).

5. Чтобы поля форм правильно отображались серым затенением, включить настройку интерфейса – "**Сервис/Параметры/Вид/ Затенение полей/Всегда**". Если видны коды полей, то снять флажок "**Сервис/Параметры/Вид/Коды полей**".

6. В шаблон вписать следующие сведения, показанные на иллюстрации (Рисунок 7.7):

- **тему** факсимильного сообщения;
- **количество страниц** – 4, так как факсимильное сообщение будет состоять из 2 страниц резюме, 1 стр. письма и 1 стр. титульного листа;
- **номер телефона** организации, куда отсылается факс;
- кому передать **копию** факсимильного сообщения. Поле **Копия** может не содержать адресатов либо содержать одного или более адресатов.

Тел.: (4212) 33-33-38 Факс: (4212) 31-35-37 e-mail: <a href="mailto:ivanov@yaru">ivanov@yaru</a>			
<h1>Факсимильное сообщение</h1>			
<b>Кому:</b>	[введите имя]	<b>От:</b>	Иванов Иван Иванович
<b>Факс:</b>	[введите номер факса]	<b>Дата:</b>	3 октября 2007 г.
<b>Тел.:</b>	[введите номер телефона]	<b>Стр.:</b>	[введите число страниц]
<b>На:</b>	[введите тему сообщения]	<b>Копия:</b>	[введите имя]
<input type="checkbox"/> <b>Срочно</b> <input type="checkbox"/> <b>Секретно</b> <input type="checkbox"/> <b>На утверждение</b> <input type="checkbox"/> <b>Требует ответа</b> <input type="checkbox"/> <b>Разослать</b>			
<hr/> <b>Заметки:</b> [введите примечания]			

Рисунок 7.7 – Шаблон титульного листа факсимильного сообщения

7. В области важности установить флажки (двойным щелчком мыши) (Рисунок 7.8), на своё усмотрение, в зависимости от важности сообщения, отсылаемого по факсимильной связи.

---


☒ **Срочно**    ☐ **Секретно**    ☐ **На утверждение**    ☒ **Требует ответа**    ☐ **Разослать**

---

Рисунок 7.8 – Пример установки флажков на титульном листе факсимильного сообщения

8. Написать сопроводительную заметку, которая является аннотацией на факсимильное сообщение. В ней указать какие документы и для каких целей пересылается, а также способ сообщения отправителю о результатах приема факсимильного сообщения и о результатах участия в конкурсе ре-

зюме на замещение вакантной должности специалиста. Образец заполнения заметок см. на иллюстрации (Рисунок 7.9).

Тел.сот: 89242115468 Тел/Факс: (4212) 31-54-80 E-mail: <a href="mailto:d-pesotskaya@yandex.ru">d-pesotskaya@yandex.ru</a> Адрес: 680000, Хабаровск, Туренева, 87, кв. 46			
<h1>Факсимильное сообщение</h1>			
<b>Кому:</b>	Директору ООО «ДВ Восток»	<b>От:</b>	Песоцкая Дарья Ивановна
<b>Факс:</b>	(4242)74-27-01	<b>Дата:</b>	20 октября 2007 г.
<b>Тел.:</b>	(4242)74-27-02	<b>Стр.:</b>	4
<b>На:</b>	Резюме и сопроводительное письмо	<b>Копия:</b>	Начальнику отдела кадров
<input checked="" type="checkbox"/> <b>Срочно</b> <input type="checkbox"/> <b>Секретно</b> <input type="checkbox"/> <b>На утверждение</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>Требует ответа</b> <input type="checkbox"/> <b>Разослать</b>			
<p><b>Заметки:</b> Пересылаются документы (резюме и сопроводительное письмо) для участия в конкурсе на замещение вакантной должности менеджера по работе с клиентами.</p> <p>Информация о конкурсе была размещена будущей строкой на телеканале ТНТ 25.09.07 г. и в газете «Из рук в руки» от 26.09.07 г.</p> <p>Прошу передать документы директору ООО «ДВ Восток» Петрову Ивану Валентиновичу и начальнику отдела кадров.</p> <p>О результатах прохождения конкурса документов прошу сообщить электронной почтой по адресу – <a href="mailto:d-pesotskaya@yandex.ru">d-pesotskaya@yandex.ru</a>, либо на автоответчик – (4212) 31-54-80.</p> <p>С уважением,</p> <p>Песоцкая Д.В.</p>			

**Рисунок 7.9 – Внешний вид готового титульного листа факсимильного сообщения**

9. Готовый документ напечатать на принтере и сохранить в личной папке.

10. (Этот пункт выполняется, если есть возможность отправлять и принимать факсимильные сообщения). Работу надо выполнять парами. Один

участник отправляет факсимильное сообщение, а другой – принимает. Работа может быть выполнена тремя способами:

- **Способ 1.** (Требуются следующие технические устройства: 2 факсимильных аппарата, подключённых к разным телефонным линиям). Отправить с одного факс-аппарата на другой подготовленные бумажные документы: титульный лист факсимильного сообщения, сопроводительное письмо и резюме.

- **Способ 2.** (Требуются следующие технические устройства: 1 факсимильный аппарат и компьютер с модемом, подключённые к разным телефонным линиям). Отправить с компьютера на факсимильный аппарат подготовленные цифровые документы: титульный лист факсимильного сообщения, сопроводительное письмо и резюме. Получить эти документы через факс-аппарат.

- **Способ 3.** (Требуются следующие технические устройства: 2 компьютера и 2 модема, подключённые к разным телефонным линиям). Отправить с одного компьютера на другой подготовленные цифровые документы: титульный лист факсимильного сообщения, сопроводительное письмо и резюме. Получить эти документы через второй компьютер. Сохранить их в электронном виде в отдельной папке.

11. Показать итоги преподавателю.

### **Типичные ошибки**

1. Исправляют дизайн титульного листа. В этом нет необходимости, так как его создали дизайнеры. Титульный лист имеет непродолжительную жизнь. Назначение его состоит только в показе сопроводительных сведений к пересылаемым документам, поэтому нет смысла тратить силы на изменение этого бланка.

2. Удаляют текст в шаблоне, а потом пишут текст, что приводит к удалению стилей абзацев и стилей знаков, расположенных в этих местах шаблона. Отсутствие стилей приводит к нарушению дизайна документа и неправильному восприятию текста в этих местах документа. Необходимо выделять нужный текст шаблона, а затем вписать вместо него свой текст.



3. Поле "**Копия**" в титульном листе факсимильного сообщения означает, кому секретарь должен передать копию полученных документов. Поле "**Копия**" может не содержать адресатов либо содержать одного или более адресатов.

4. На титульном листе факсимильного сообщения не пишут заметки. А они очень важны для секретаря, принимающего факс.

5. Посылая факсимильное сообщение от себя лично, ошибочно указывают вверху титульного листа (в чёрном прямоугольнике) название предприятия, в которое его отсылают или предприятие, из которого отсылают. Место резервируется для названия предприятия, от имени которого отсылается факсимильное сообщение. Но посылая документы от себя лично, в чёрном прямоугольнике ничего писать не надо.

6. Не заполняют поле темы факсимильного сообщения. Это поле важно для делопроизводства в принимающем предприятии.

7. Заметки к факсимильному сообщению следует писать (от третьего лица, единственного числа) не директору предприятия, а абстрактному работнику, (секретарю или другому исполнителю), который примет факсимильное сообщение и должен понять, что прислали в факсимильном сообщении, что с этим сообщением надо сделать (надо ли делать копию, кому передать, срочное ли оно, требует ли ответа и др.)

### **Перечень контрольных вопросов**

1. Когда появился первый в мире факс?
2. Что такое факсимильное сообщение?
3. Какие сведения пишутся в области заметок на бланке титульного листа факсимильного сообщения?
4. Для каких целей служит область важности на бланке титульного листа факсимильного сообщения?
5. Сколько адресатов можно вписать в поле "Кому" на бланке титульного листа факсимильного сообщения?
6. Сколько адресатов можно вписать в поле "Копия" на бланке титульного листа факсимильного сообщения?
- 7.

#### **Задание 4. Работа с шаблоном "Календарь"**

Календарь может быть использован в качестве организатора труда при работе аутсорсера либо для создания подарочного или рекламного календаря.

##### **Цель**

Научиться создавать по шаблону календарь на любой месяц.

##### **Задание**

В программе **MS Word** создать **офисный** и **рекламный** календари на основе **"Мастера календарей"**. **Офисный** – на следующий месяц. **Рекламный** – на 3 месяца вперёд, начиная со следующего месяца.

##### **Технология работы с программным продуктом**

8.

##### **Ход выполнения задания**

1. Запустить **"Мастер календарей"**. (**"Файл/Создать/в разделе Создание документа – Шаблоны/На моём компьютере/вкладка Другие документы/Мастер календарей"**).

2. Требования к созданию офисного календаря:

- **Интервал** для календаря – на следующий месяц.
- **Ориентация** листа – любая.
- **Дизайн** – любой из предлагающихся в шаблонах **"Мастера календарей"**.
- **Место для картинки** (рисунка) не оставлять.
- Подписать в календаре дни нескольких наиболее значимых праздников (праздники можно взять с Интернет-сайтов: **Открытки Яндекса** [19] или **Календарь праздников** [16]). Подписывать праздники, лучше не изменяя стили текста в документе, а вводя новые объекты для текста. Например, под номером дня нарисовать **"Прямоугольник"** (панель инструментов **"Рисование"**) и добавить в него текст – название праздника. Границы вокруг прямоугольника можно отменить и сделать фон прямоугольника прозрачным. Правильно подготовленный прямоугольник можно мно-

гократно копировать на новые места в календаре, при необходимости изменяя его размеры для длинных надписей. Для надписей надо использовать единый стиль.

- Под некоторыми днями в календаре (на выбор) написать, в дополнительно сделанных прямоугольниках, различные производственные мероприятия, например, "08:30 Планёрка с менеджером в чате", "10:00 Встреча с клиентами", "15:00 Отчёт по продажам", "15:00 Обработка прайс-листа", "18:00 Поздравление Иванова с днём рождения" и др. Эти сведения необходимы для планирования индивидуальной работы на месяц и напоминания о важных офисных событиях. Названия и время событий (в учебных целях) назначаются самостоятельно.

### 3. Требования к созданию рекламного календаря:

- **Интервал** для календаря – на 3 месяца вперёд после текущего;
- **Ориентация** листа – любая.
- Оставить место для картинок.
- Вставить картинки, рекламирующие деятельность предприятия, на которое вы, например, приняты аутсорсером по результатам конкурса резюме.

- В календаре отметить выходные дни. Форматирование надписи делается по усмотрению исполнителя. Для надписей надо использовать единый стиль.

### 4. Готовые календари сохранить в личной папке.

5. Напечатать календари на принтере для сдачи преподавателю (если он этого требует). Если преподаватель не требует распечатывать календари на принтере, – предъявить ему для проверки 2 файла календарей.

## Типичные ошибки

1. Используют не выразительные цветные картинки, которые при чёрно-белой печати теряют вид. Например, фотографии хорошего качества для календарей можно взять с Интернет-сайта "**Яндекс.Фотки**" [20]. При этом обязательны ссылки на авторов фотографий.

2. Не могут найти названия и даты ближайших праздников. Для этого следует включить программу обозревателя Интернета и ввести в адресную

строку, например, <http://www.calend.ru/> или <http://www.cards.yandex.ru/>.  
Найти праздники нужного месяца.

3. Не могут найти дополнительные дни отдыха если праздники выпадают на выходные. Для этого следует включить программу обозревателя Интернета, ввести в адресную строку, например, <http://www.calend.ru/>, и найти на этом сайте календарь выходных дней.

### Задание 5. Создание визитных карточек

**Визитные карточки** (фр. *vizite* – визит) – важная часть маркетингового инструмента. Это простой способ предоставлять информацию о вас и бизнесе своим знакомым, деловым партнёрам и клиентам. Но дополнительно это ещё и возможность поддерживать принятый в деловом обществе стиль и имидж.

Сокращённо визитные карточки именуются **визитками**.

Изготавливаются визитки из бумаги, картона или пластика небольшого формата, существуют также **CD-визитки**, выполненные на обрезанной поверхности CD диска.

На такой диск (внешне – это уже не диск, а почти прямоугольник, Рисунок 7.10) записывают презентации, видеоролики, рекламу, фотографии и др. важные мультимедиа-сведения, а также – необходимый текст.



Рисунок 7.10 – CD-визитка

CD-визитка (за рубежом её называют **CD-card**) представляет собой компакт-диск, имеющий форму и размеры банковской кредитной карточки

и вместимостью до 50 Мб информации, которая считывается с помощью обычного CD-привода на компьютере.

На лицевой стороне CD-визитки, так же как и на бумажных визитках, размещается текст и любые цветные изображения. Только в центре её обязательно располагается отверстие для фиксации в CD-приводе.

Помимо широко распространённых бумажных и пластиковых визиток, существуют визитные карточки, изготовленные из необычных материалов, например, дерева (деревянного шпона) и даже тонкого металла.

С приходом эры цифровых коммуникаций появились **виртуальные** или **цифровые визитки**. Для них существует специальный формат файлов **VCard**. Создаются они программным способом в почтовых программах-клиентах. Пересылаются заинтересованным людям по электронной почте. Получив такую карточку, абонент может перенести её мышью из письма в окно своей адресной книги. Так в адресной книге автоматически появится новый контакт с большим количеством важных сведений, которые не может вместить обычная бумажная или пластиковая визитка.

Согласно **Википедии**<sup>1</sup>, первые в истории упоминания о визитках появились в Древнем Китае во втором – третьем веках до нашей эры. Китайские чиновники специальным указом императора обязывались иметь карточки на красной бумаге с написанными на них именем и занимаемой должностью.

В Европе первое историческое упоминание о визитке относится ко времени правления короля Людовика XIV. Во Франции, визитка стала необходимостью и обязательным аксессуаром для представителей высших слоёв населения. Они имели вид игровой карточки с именем визитёра.

Первая напечатанная на бумаге европейская визитка была найдена в Германии и относится к 1786г. Германская аристократия следовала французскому этикету. Впоследствии в Европе визитки стали повсеместным

---

<sup>1</sup> Визитная карточка. Материал из Википедии – свободной энциклопедии. Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/>. (дата обращения 13.01.2012).

атрибутом среднего класса и полностью отсутствовали у простых сословий.

В XVI – XVII веках гравированные визитки ("визите-билетте") уже имели горожане Флоренции и Венеции. Именно там была развита полиграфия. Изготовление визиток стало особым видом искусства, которым занимались лучше мастера.

Фотографы-портретисты, чтобы успешно конкурировать с литографами и граверами, стремились делать фотографические визитки большего размера и более разнообразными. В 1854 году Адольф-Эжен Диздери (1819 – 1890гг.) запатентовал во Франции прибор "карт де визит" для изготовления визиток фотографическим способом. Это была камера с четырьмя объективами, которая делала сразу восемь небольших фотографий на одной фотопластине. Это и были 8 готовых визиток

Для хранения визиток продавались специальные альбомы. Особенно дорогие были переплетены хорошо обработанной и дорогой кожей. Такие альбомы были важным предметом для бесед в аристократической среде.

Современные визитные карточки условно делят на 3 вида:

1. личные,
2. деловые,
3. корпоративные.

**Личная визитка** в основном используются при неформальном общении и дружеском знакомстве. Они популярны среди **фрилансеров**<sup>1</sup>. В такой визитке обычно указываются только имя, фамилия и телефонный но-

---

<sup>1</sup> Фрилансер (англ. freelancer – свободный копьеносец, наёмник; в переносном значении – вольный художник) – человек, выполняющий работу без заключения долгосрочного договора с работодателем. Нанимается только для выполнения определённого перечня работ. Фрилансер сам предлагает свои услуги через Глобальную информационную сеть, газетные объявления или посредством личных связей. Термин впервые употреблялся Вальтером Скоттом в романе "Айвенго" для описания средневекового наёмного воина.

мер владельца. Должность и адрес часто не указывают. Дизайн такой визитки разрабатывается в соответствии с индивидуальными предпочтениями владельца.

**Корпоративная визитка** не содержит имён и фамилий. В них указывают информацию о компании, сфере деятельности, список предоставляемых услуг, контактные телефоны, карту проезда и адрес веб-сайта. Корпоративная визитка отражает фирменный стиль компании и имеет рекламный характер. Используется на выставках, конференциях, съездах и др. публичных мероприятиях для раздачи потенциальным клиентам.

**Деловая визитка** используются в бизнесе, на официальных встречах и переговорах, для предоставления личной контактной информации своим будущим клиентам. На деловых визитках обязательно указываются имя, фамилия, должность, название фирмы, а также вид её деятельности. В соответствии с мировой практикой и по правилам русского языка сначала должны быть указаны имя, отчество, а затем – фамилия.

В дизайне деловой визитки используется фирменный стиль компании и логотип. Обычно деловые визитки имеют строгий дизайн. У государственных служащих и депутатов на визитной карточке может находиться изображение государственных знаков отличий, таких как флаг и герб страны.

Деловая визитная карточка без адреса также не соответствует нормам этикета. Исключением являются дипломаты и высшие государственные должностные лица. Деловые визитки должны содержать максимально читабельный (крупный) текст. Не рекомендуется в них применять сложные декоративные шрифты и курсив, потому что они плохо читаются.

Современная отпечатанная на бумаге деловая визитная карточка часто имеет просто чёрный текст на белом фоне, содержит имя владельца, компанию (обычно с логотипом) и контактную информацию: адрес, телефонный номер, сотовый номер, факс, адрес электронной почты и адрес веб-сайта. Плохим тоном считается применение блестящего золотого или серебряного цвета текста на фоне глянцевого цветного фона, потому что прочесть такой текст можно только расположив визитку под нужным углом к свету.

Существует несколько стандартов размеров визитных карточек. В России, Украине, Беларуси, Казахстане – 5 см × 9 см. В США – 5,08 см × 9 см. В Японии – 5,4 см × 9 см. Есть и другие распространённые размеры, например, размер – 5,4 см × 8,6 см и др.

**MS Word** позволяет быстро создавать визитные карточки на листе заготовок формата А4. На одном таком листе могут разместиться 10 визитных карточек. Есть и готовые **шаблоны визитных карточек** для **MS Word**.

Отпечатанный лист заготовки на принтере разрезается на отдельные карточки. Лист заготовок должен печататься на плотной бумаге, массой более 100г/м<sup>2</sup>.

Для вручения визитных карточек существуют правила.

Визитки вручают лично, передают через третьих лиц или пересылают по почте вместе с деловым письмом.

При личном вручении визиток действует принцип первоочередности. Во время знакомства первым вручает свою визитку тот, чей ранг или должностное положение ниже, или человек менее известный. Если социальный статус партнеров примерно равный, то первым вручает визитку тот, кто более в этом заинтересован.

С другой стороны, первым визитки вручает принимающая сторона. Например, если принимаете нового знакомого в офисе (или дома), то и вручаете визитку гостю первым.

При первом посещении какой-либо организации визитка может быть вручена в офисе третьему лицу (секретарю или помощнику) для последующей передачи соответствующему должностному лицу. Это действие не только привлекает внимание секретаря, но и повышает шансы на прием.

Однако во всех случаях визитную карточку полагается вручать так, чтобы получающий её смог сразу же прочесть основной текст. А свою фамилию, имя и отчество, особенно если они труднопроизносимые, целесообразно произнести вслух.

## **Цель**

Научиться создавать по шаблону визитную карточку в текстовом процессоре **MS Word**.



### **Задание**

В текстовом процессоре **MS Word** создать по шаблону деловую визитную карточку.

### **Технология работы с программным продуктом**

1.

#### **Ход выполнения задания**

Задача может быть выполнена двумя способами:

1. По готовому шаблону визитной карточки (если в аудитории есть выход в Интернет),
2. С использованием **Мастера почтовых наклеек** (если нет выхода в Интернет).

О выборе способа выполнения задачи сообщает преподаватель.

#### **Способ 1. Использование шаблона оформления визитной карточки**

1. Выполнить поиск шаблонов визитных карточек на сайте поддержки этого пособия [17] или на узле **Microsoft Office Online** [18] в специальном разделе по адресу – <http://office.microsoft.com/ru-ru/templates/CT010104309.aspx>.
2. Загрузите выбранный шаблон визитной карточки.
3. Замените данные своими. Название компании "N" использующей аутсорсеров, сообщает преподаватель.
4. Вставьте логотип (если он требуется). Об этом тоже сообщает преподаватель.
5. После завершения работы сохраните документ с заготовками визитных карточек. Если преподаватель сообщит о необходимости печатать визитные карточки, сделайте это, установив нужную бумагу в принтер, и выбрав команду **Печать**. После этого можно будет разрезать готовый лист, и получить 10 готовых визитных карточек.

## Способ 2. Использование Мастера почтовых наклеек

1. Открыть "**Мастер почтовых наклеек**" ("**Файл/Создать/На моём компьютере/вкладка Письма и факсы/Мастер почтовых наклеек**"). Второй способ – ("**Сервис/Письма и рассылки/Конверты и наклейки**")<sup>1</sup>.

2. В диалоговом окне "**Мастер почтовых наклеек**" (Рисунок 7.11) выбрать переключатель "**Создать одинаковые наклейки**".

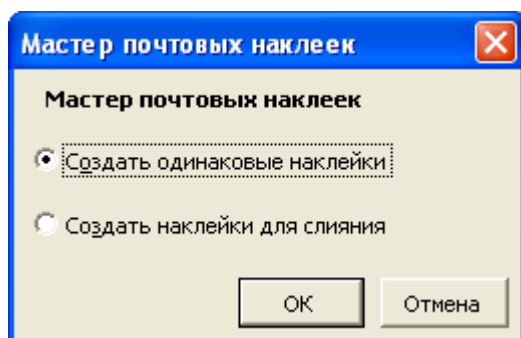


Рисунок 7.11 – Окно мастера почтовых наклеек

3. В окне "**Конвертов и наклеек**" кнопка "**Параметры**", см. иллюстрацию (Рисунок 7.12).

4. Откроется окно "**Параметры наклейки**" (Рисунок 7.13).

5. В разделе "**Принтер**" установить переключатель в положение "**Лазерный или струйный**".

6. В разделе "**Наклейка**" выбрать из раскрывающегося списка сорт бумаги – **Avery (A4 и A5)** и Тип и код наклейки – **L7413 – Визитная карточка**.

7. В информации о наклейке появятся её характеристики:

- тип: **Визитная карточка**,
- высота: **5,08 см**,

---

<sup>1</sup> Если указанные способы открыть "**Мастер наклеек**" отсутствуют, обратитесь на сайт поддержки этого издания <http://www.rabota-autsorserom.narod.ru/> в раздел **Шаблоны** для загрузки необходимого шаблона.

- ширина: 9 см,
- размер: A4 (21×29,7 см).

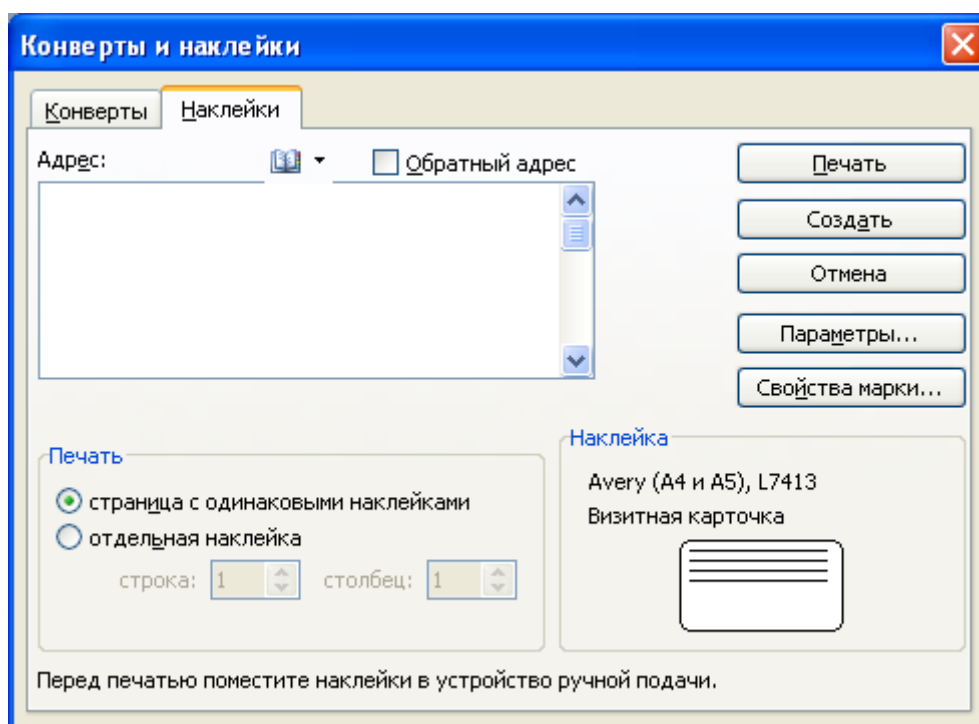


Рисунок 7.12 – Окно "Конвертов и наклеек"

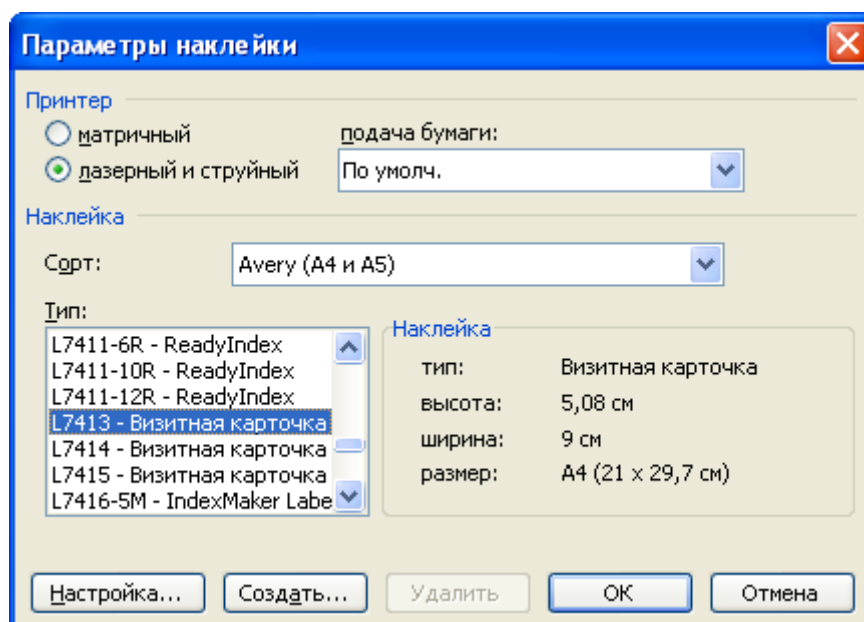


Рисунок 7.13 – Окно параметров наклейки

8. Кнопка **ОК** возвращает в диалоговое окно "Конверты и наклейки".

9. В диалоговом окне "**Конверты и наклейки**" (Рисунок 7.12) в текстовом поле "**Адрес**" ввести сведения, которые должны быть на каждой визитной карточке. В конце каждой строки надо нажимать клавишу **Enter**.

10. Сведения для ввода в поле "**Адрес**":

- Имя, Отчество и Фамилия,
- Должность,
- Отдел,
- Место работы,
- Адрес места работы: индекс, Город, улица, дом, офис,
- Телефон,
- Факс,
- Адрес электронной почты,
- Адрес веб-сайта.

11. После ввода сведений в окне "**Конверты и наклейки**" нажать кнопку "**Создать**".

12. Создастся новый документ, содержащий 10 визитных карточек, расположенных в виде таблицы (Рисунок 7.14). Серые линии сетки, отображаемые в окне документа, служат для разметки визитных карточек и не печатаются на принтере. Если их не видно, включите отображение сетки ("**Таблица/Отображать сетку**").

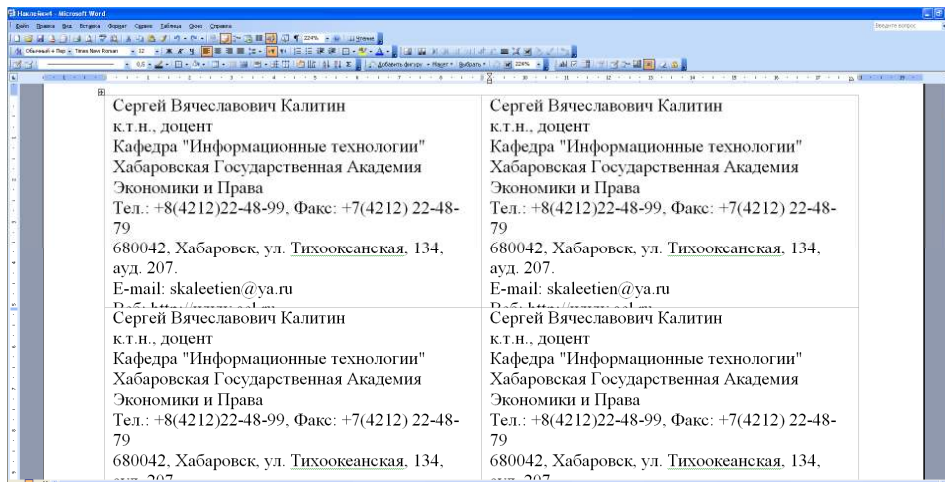
13. Текст только первой (левой верхней) визитной карточки надо отформатировать по своему усмотрению, выбирая шрифт, его размер, очертание, интервалы, выравнивание и др. параметры. При этом надо учитывать, что текст карточки должен легко и быстро читаться. Остальные карточки можно заменить, скопировав на их место первую. После этого можно распечатать готовый лист на принтере. При форматировании не следует выбирать фигурные шрифты, курсив и использовать светлый текст на тёмном фоне. Это затрудняет чтение визитки.

14. При форматировании визитки можно не использовать стили, потому что объём текста небольшой. Используйте в полной мере меню **Формат**.

15. Для ориентировки можно использовать, например –

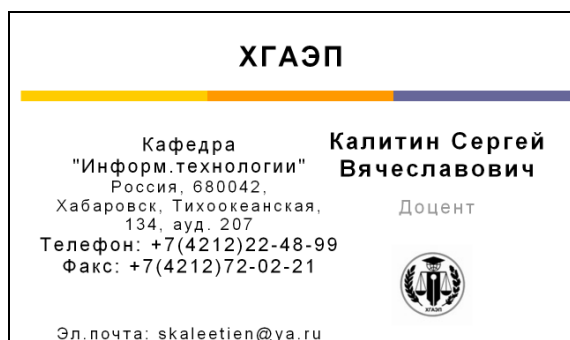
- для имени – шрифт **Arial** (14 пт, полужирное начертание),

- для должности и названия предприятия – шрифт **Arial** (10 пт, обычный),
- остальной текст - шрифт **Arial** (9 пт, обычный).



**Рисунок 7.14 – Документ с макетом визитных карточек**

16. Вставить небольшое изображение или логотип. (Если об этом сообщил преподаватель). Логотип укрепляет имидж владельца визитной карточки. Вставить логотип можно через команду ("**Вставка/Рисунок/Из файла**"). Логотип надо подготовить заранее. Вместо логотипа можно использовать вставку символа из шрифтов: **Webdings**, **Windings**, **Windings2** или картинку из набора картинок во встроенной библиотеке картинок, либо из картинок на узле **Microsoft Office Online**. Кроме этого можно использовать короткие надписи, состоящие из одного слова или аббревиатуры и оформленные каким-то увеличенным шрифтом или графическим средством **Word Art**. Примеры оформления см. на иллюстрациях (Рисунок 7.15).



### Рисунок 7.15 – Примеры оформления визитных карточек

17. После того, как первая карточка будет оформлена, как это вас устраивает, выделите её полностью (всё поле ячейки без присутствия белых полей) и скопируйте в буфер обмена. Для выделения всего поля карточки аккуратно перемещайте указатель мыши через левую границу табличной разметки. Когда указатель изменится на маленькую чёрную стрелочку, наклонённую вправо, щелкните левую кнопку мыши. Другой способ выполнения этой операции заключается в следующем – установите указатель мыши в правом нижнем углу первой карточки и дважды щёлкните левой кнопкой мыши. Карточка будет выделена целиком.

18. На место выделенного текста вставьте скопированный текст из первой карточки. Выделенная ячейка будет заменена копией первой карточки.

19. Нажмите клавишу **ТАВ** чтобы выделить следующую карточку. На место выделенного текста снова вставьте содержимое из буфера обмена. Повторите эти операции для всех остальных карточек, расположенных на листе заготовок.

20. После выполнения работ сохраните документ с заготовками визитных карточек. Если преподаватель сообщит о необходимости печатать карточки, сделайте это, установив нужную бумагу в принтер, и выбрав команду **Печать**. Потом можно будет разрезать готовый лист, и получить 10 готовых визитных карточек.


#### Типичные ошибки

1. При вызове "**Мастера конвертов и наклеек**" должен быть открыт хотя бы один документ тогда будет доступна команда ("**Сервис/Письма и рассылки/Конверты и наклейки**").

2. Загромождают поверхность карточки большим логотипом. Его надо делать предельно маленьким. Он служит лишь украшением и для отображения принадлежности к предприятию. Лучше увеличить размер главной содержательной части карточки – имени владельца и его должности.

3. Для точного структурирования информационных блоков в макете карточки надо использовать вложенные таблицы. Без них содержимое карточек не стабильно или устанавливается не достаточно ровно.

4. Для создания красочных и цветных визитных карточек из большого количества разнообразных шаблонов создан специальный программный продукт **MS Publisher**. Он может пригодиться в будущем. Если есть возможность, то рекомендуется с ним ознакомиться. Но выполнять задание по созданию визитных карточек надо только в **MS Word**.

5. После замены последней карточки нажимают клавишу **TAB**. Это приводит к созданию новой строки в таблице карточек, и вид документа может испортиться. Отменить неверное действие можно кнопкой "Отменить" .

## **Задание 6. Создание информационного буклета**

**Информационный буклет** – совсем не похож на тот рекламный инструмент, который призывает покупателей к действию – приобретать товар или услугу. Он служит для того, чтобы добиться хорошего понимания покупателями свойств и качеств продукта или услуги.

Благодаря этому люди начинают понимать разницу между хорошим и плохим продуктом или услугой и, в результате продавец получает желаемый интерес и внимание нужной группы покупателей.

Для создания информационного буклета можно применить шаблон, который называется "**Брошюра**". Он предназначен для быстрой подготовки информационных либо рекламных материалов для малого бизнеса.

В русском и английском языках есть разница в понимании слов: брошюра и буклет.

**Брошюра** – (фр. brochure). Непериодическое книжное издание объемом от 6 до 48 (96) с. в обложке в виде нескольких сброшюрованных и скрепленных листов запечатываемого материала<sup>1</sup>.

**Буклет** (от фр. bouclette – колечко) – непериодическое листовое издание, как правило, многокрасочное, отпечатанное на одном листе, сфальцо-

---

<sup>1</sup> Стефанов С. И. Реклама и полиграфия: опыт словаря-справочника. Рекламные технологии. – М. : Гелла-принт, 2004. – 320 с.

ванном любым способом в два и более сгиба (гармошкой, дельтаобразно, с поперечным фальцем и т. д.). В виде буклета обычно выпускаются рекламные проспекты, краткие путеводители, географические карты и схемы городов для туристов и т. п. Цветная с фотографиями и иллюстрациями информация о фирме, её товарах, услугах, знаменательных событиях и т. д. <sup>1</sup>.

В том виде, как этот шаблон представлен в компьютерной программе MS Word, следует понимать **буклет**.

**Буклет**, подготовленный по шаблону **MS Word**, может быть быстро размножен небольшим тиражом не только в типографии, но и в малом офисе на обычной копировальной технике.

За счёт того, что разметка листов и стили текста в буклете созданы заранее, процесс его создания упрощен и не требует участия таких специалистов, как дизайнер и художник.

Готовый электронный документ печатается на обеих сторонах бумажного листа, затем лист сгибается в 3 раза по границам колонок таким образом, что получается буклет со страницами.

## **Цель**

По шаблону научиться создавать информационный буклет.

## **Задание**

В программе **MS Word** создать информационный буклет для продвижения одной услуги предприятия. Текст готового буклета должен быть отформатирован стилями текста, прилагающимися к шаблону.

## **Технология работы с программным продуктом**

1.

### **Ход выполнения задания**

1. Перед созданием буклета надо тщательно собрать материал о потребительских свойствах и потребительских характеристиках новой услуги или аналогичной существующей услуги. Если материалов недостаточно, придумать фантастическую услугу.

2. В информационном буклете изложение материала должно быть предельно конкретным и наглядным, вплоть до использования схем, таблиц,



графиков, или диаграмм, чтобы у потенциального покупателя после ознакомления с буклетом не возникало никаких вопросов. Противопоказано использовать лозунги и призывы покупать услугу, а также – восхваления услуги как самой лучшей. Например, там не должно быть – "Выбери лучшее", "Не иди на компромисс", "Ведь ты этого достойна", "Не хуже чем у людей" и так далее.

3. Открыть шаблон "Брошюра". В нём заранее написан текст руководства технологии работы с этим шаблоном. Прочтите его.

4. Текст руководства оформлен разнообразными стилями. Их надо использовать при создании информационного буклета. Внимательно просмотрите их названия и внешний вид и выпишите в тетрадь названия нужных и понравившихся стилей. При создании буклета текст надо оформлять только стилями, прилагающимися к шаблону. Изменять их нельзя, но места их расположения в буклете – можно. Текст руководства надо аккуратно удалять и, в освободившемся месте помещать свой текст. После этого применять к введённому тексту нужный стиль.

5. Перед началом заполнения шаблона нужным текстом необходимо выполнить следующие настройки программы MS Word:


- включить панель стилей форматирования ("**Формат/Стили и форматирование**");

- отключить панель инструментов "**Форматирование**". Для этого выполнить команды: "**Вид/Панели инструментов/ Форматирование**". Если команды были правильно выполнены, то флажок слева от названия панели инструментов "**Форматирование**" исчезнет.

6. Требования к оформлению буклета:

- нельзя изменять старые и добавлять новые стили текста;
- противопоказано использовать кнопки форматирования, расположенные на панели инструментов "**Форматирование**" (если её по каким-либо причинам не отключили). Это приводит к поломке готовых стилей и к созданию новых стилей текста;

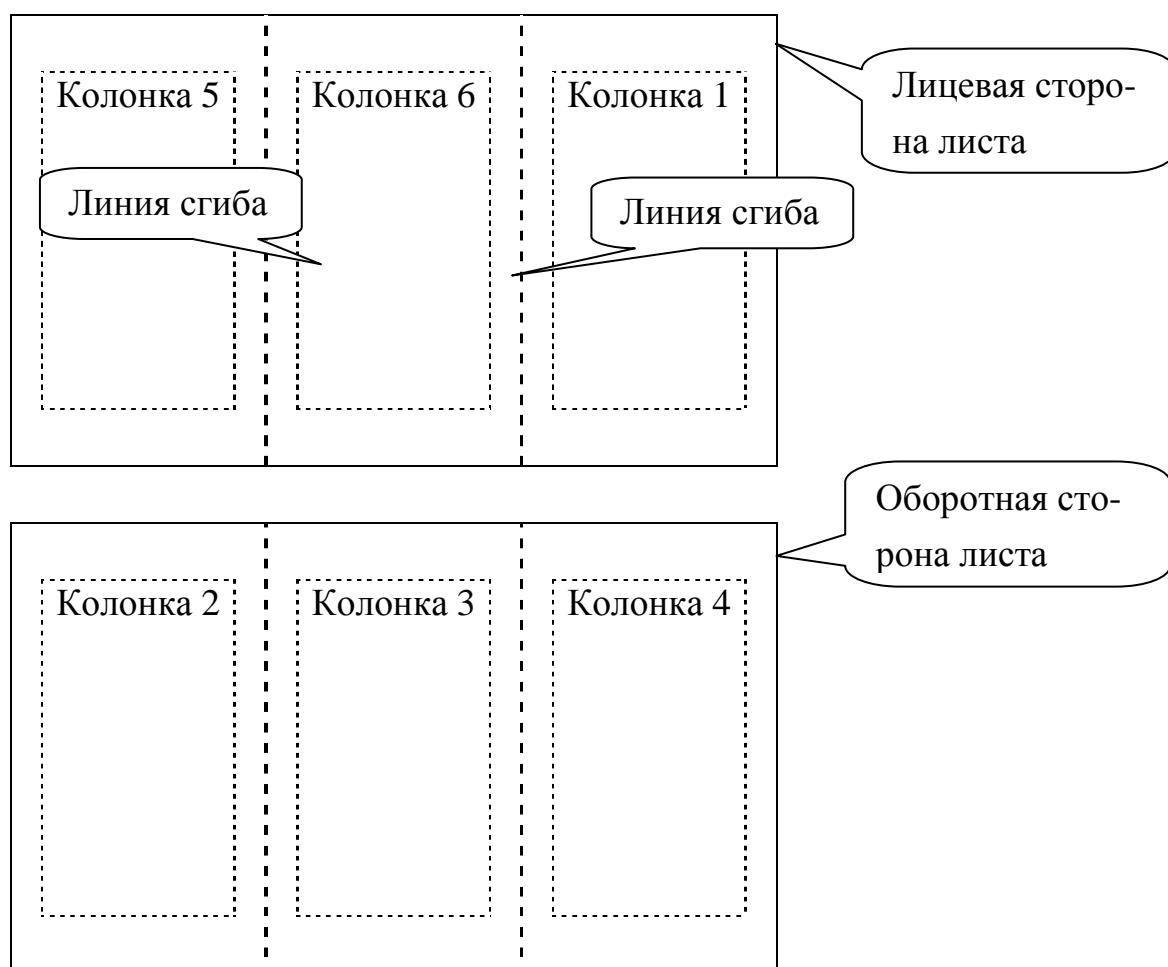
- также нельзя пользоваться командами: "**Шрифт**", "**Абзац**" и "**Список**", расположенными в меню команд "**Формат**";

- для форматирования введённого текста надо пользоваться только готовыми стилями, расположенными на панели инструментов **"Стили и форматирование"** (кнопка для вызова или скрытия панели – , или команды: **"Формат/Стили и форматирование"**);

- в качестве иллюстраций (если они необходимы для буклета) надо вставлять чёрно-белые картинки, для возможности размножения готовой брошюры на обычной офисной копировальной технике, использующей чётный тонер;

- готовый буклет должен быть напечатан на одном листе формата А4 с обеих сторон. На каждой стороне бумажного листа – по три колонки. Это страницы будущего буклета.

7. Тематика разделов (колонок) буклета см. иллюстрацию (Рисунок 7.16):



**Рисунок 7.16 – Макет страниц буклета на двух столах листа формата А4**

- (колонка 1). Титульный лист;
- (колонка 2). Сведения о проблеме;
- (колонка 3). Что предлагается для решения этой проблемы;
- (колонка 4). Какими возможностями предприятия эта проблема решается, какие технические, технологические, организационные мероприятия и резервы используются предприятием для оказания этой услуги, какая оснащённость предприятия и квалификация персонала;
- (колонка 5). Отзывы покупателей или экспертов о предлагаемой услуге;
- (колонка 6). Возможности приобретения и цены. Контактная информация.

8. В информации о возможностях предприятия, за счёт которых оказывается эта услуга (колонка 4) рекомендуется указать –

- какие лицензии или патенты имеются для выполнения этой услуги,
- какие используются резервы и применяются мероприятия для получения услуги предлагаемого качества,
- какие технические средства используются,
- какая квалификация персонала, осуществляющая эту деятельность, и какое специализированное обучение получили исполнители,
- имеют ли они профессиональные награды, побеждали ли в специализированных конкурсах,
- как на предприятии проверяется качество услуги,
- какие гарантии качества для потребителя,
- на каких выставках и конкурсах была представлена услуга, и каких наград удостоена и др.

9. В колонке 1 следует сохранить местоположение текста для названия предприятия, заголовка буклета и для подзаголовка буклета. Чтобы правильно расставить текст в этой колонке надо руководствоваться названиями стилей абзацев. По названиям стилей можно понять, что надо писать в том или ином месте в колонке 1, а вместо шаблонной картинки вставить нужную.

10. В колонке 5 указать не менее трёх отзывов. Проиллюстрировать каждый отзыв маленькой фотографией либо картинкой. Чтобы картинки и

текст располагались гармонично, для картинок можно установить обтекание текстом справа, или сделать табличную разметку с бесцветными границами.

11. В **колонке 6** цены лучше указать таблицей. Внизу **колонки 6** следует сохранить расположение текста с реквизитами предприятия и эмблемой, как дано в шаблоне буклета. Эмблему можно поменять на нужную. Обратите внимание на стиль текста, применённого к этой эмблеме.

12. В каждой колонке, кроме **колонки 1**, разместить по одному заголовку первого уровня и, если требуются, заголовки второго уровня (если их ставят, то не менее 2-х в разделе). Остальные доступные стили применять для структурной компоновки и выделения информации.

13. Названия разделов следует тщательно продумать и не использовать вместо них названия, имеющиеся в шаблоне.

14. Названия всех 5 разделов следует оформлять стилем "**Заголовок 1**". Если в названии раздела из-за величины шрифта в стиле какое-нибудь слово не помещается по ширине колонки, его не следует переносить или изменять стиль, а заменить синонимом. Образец готового буклета может выглядеть как на иллюстрациях, см. (Рисунок 7.17 и Рисунок 7.18). Обратите внимание, что на этих иллюстрациях показан буклет товара, а не услуги.

15. Обработать вставленные в буклет картинки с помощью панели инструментов "**Настройка изображения**". Например, обрезать края картинок, увеличить, или уменьшить яркость (контрастность), установить прозрачный цвет и др. см. (Рисунок 7.19) и таблицу (Таблица 7.1).

16. Применить сжатие картинок для того, чтобы файл буклета стал как можно меньшего объёма. В таком виде его легче хранить и передавать по электронным каналам связи. Сжатие картинок в буклете для удаления их обрезанных краёв и уменьшения их размера в байтах выполняется инструментом "**Сжатие рисунков**" на панели инструментов "**Настройка изображения**", (Рисунок 7.19).

## МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ



**Дульнеева Е.Б., профессор,  
доктор экономических наук  
Академии народного  
хозяйства при правительстве  
РФ**

Это уникальная технология, которую просто необходимо запатентовать во всех странах мира.



**Байков Ю.А., доктор  
медицинских наук,  
профессор клиники  
Интермед**

Устройство НЕЙТРОНИК полностью снимает воздействие излучения компьютера и мобильного телефона на центральную нервную систему.



**Беликов В.А., кандидат  
биологических наук ГНЦ,  
институт Биофизики**

НЕЙТРОНИК снимает действие излучения мобильного телефона на биологический объект.

## ПРИМЕНЕНИЕ

### УСТАНОВКА

1. Достаньте Нейтроник из упаковки.
2. Отделите от защитного слоя.
3. Приклейте на переднюю панель корпуса в левом углу экрана или монитора, на задней панели сотового телефона.
4. Не допускается переклеивать прибор.

### ЦЕНА

Цена 500 рублей.

*Нейтроник зарегистрирован в Госреестре  
изобретений РФ, имеет патент  
№2139579.*

*Срок годности 10 лет.*

*Имеет две степени защиты от  
копирования и воспроизводства.*



**Компания «Бионика»**  
680000 Хабаровск  
ул. Кавказская, 10  
Телефон (4212) 34-85-60  
Факс: (4212) 34-56-57

ООО «БИОНИКА»

НЕЙТРОНИК

*Нейтрализатор вредных  
электромагнитных излучений*

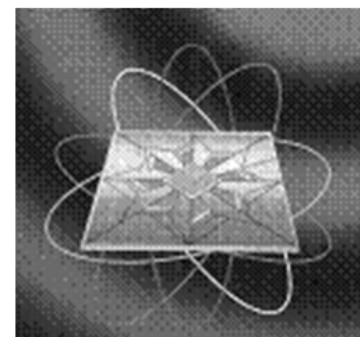


Рисунок 7.17 – Образец первой стороны буклета товара

## ВЛИЯНИЕ ИЗЛУЧЕНИИ НА ЧЕЛОВЕКА

### ИСТОЧНИКИ ЭЛЕКТРОМАГНИТНЫХ ИЗЛУЧЕНИЙ

Сотовые телефоны и электронно-лучевые трубки телевизоров и мониторов компьютеров являются мощнейшими источниками электромагнитных излучений.

### ВОЗДЕЙСТВИЯ ИЗЛУЧЕНИЙ

Исследованиями установлено, что эти излучения, проникая в живой организм, воздействуют на межклеточном уровне, вызывая различные нарушения и, как следствие, заболевания.

5. Электромагнитные излучения действуют на **центральную нервную систему, иммунную систему** и на **мозговые ритмы**

6. Длительное воздействие излучений приводит к **усталости, депрессии, нервным срывам, головным болям и бессоннице**. Учащаются случаи простудных и **вирусных заболеваний**

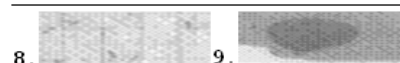
7. Со временем эти воздействия приводят к **непрерывному истощению, опухолям и злокачественным новообразованиям**. Страдает не только продолжительность жизни, но и её качество.

## ПРИБОР НЕЙТРОНИК

### НАЗНАЧЕНИЕ

Прибор предназначен для защиты от воздействий сотовых телефонов и электроннолучевых трубок, установленных в телевизорах и компьютерных мониторах.

### ЭФФЕКТИВНОСТЬ



8. Телефон выключен, прибора нет.

9. Телефон включен, прибора нет



10. Телефон работает с прибором 30 мин

11. Телефон работает с прибором 30 дней

Уменьшает воздействие на рабочем месте через 30 минут после установки в 1,5 раза.

В течение 35 дней излучение уменьшается и выравнивается с фоновым уровнем.

Площадь воздействия излучения сокращается в 3,5 раза.

*Зарегистрирован в Госреестре  
изобретений Российской Федерации,  
имеет патент №2139579.*

## УСТРОЙСТВО И ПРИНЦИП ДЕЙСТВИЯ

### УСТРОЙСТВО

Представляет собой плоский голографический квадрат 30х30 мм на полиэтиленовой или текстолитовой основе, толщиной 0,2 мм, на котором размещена микросхема из тонкого токопроводящего материала, имеющего внутреннюю кристаллическую структуру.

Не требует энергопотребления.

### ПРИНЦИП ДЕЙСТВИЯ

Начинает работу одновременно с включением излучателя, **уменьшая электромагнитное поле и мягкое рентгеновское излучение**. С отключением излучателя прибор прекращает работать.

Прибор создает вокруг себя поле, которое действует в противофазе электромагнитному полю излучателя.

### ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЧЕЛОВЕКА

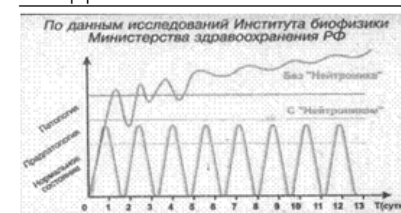
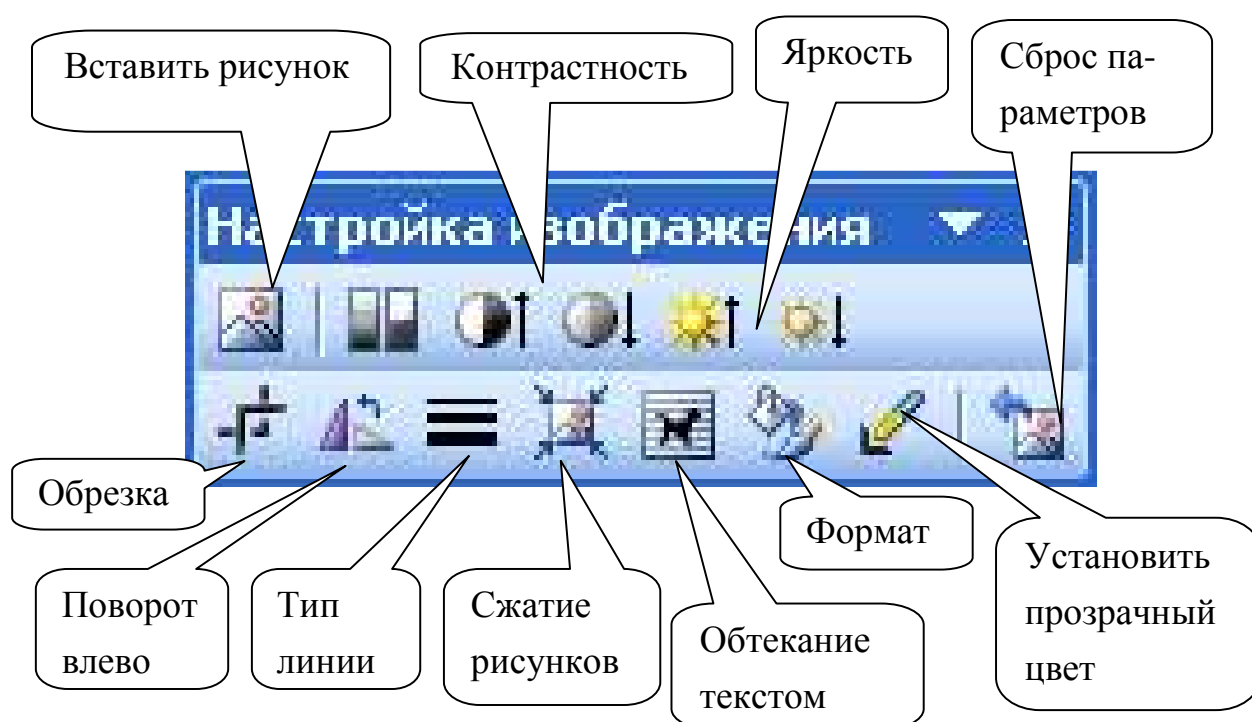











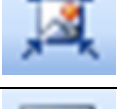

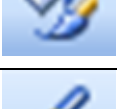

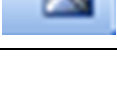
Рисунок 7.18 – Образец второй стороны буклета товара



**Рисунок 7.19 – Панель инструментов "Настройка изображения"**

**Таблица 7.1 – Назначение кнопок панели инструментов "Настройка изображения"**

Кнопка	Пояснение
	Вставляет изображение в документ с помощью программы "Проводник"
	Открывает меню изображения: автоматическое отображение изображения (как выглядит изображение в оригинале, без преобразований), преобразование изображения в оттенки серого цвета, приведение изображения в черно-белое, превращение изображения в подложку
	Увеличивает контрастность изображения
	Уменьшает контрастность изображения
	Увеличивает яркость изображения

Кнопка	Пояснение
	Уменьшает яркость изображения
	Обрезает лишние части изображения
	Поворачивает изображение влево
	Открывает выбор типа и толщины выделенной линии (если она нарисована с использованием панели инструментов "Рисование")
	Сжимает объем картинок в байтах за счёт незаметного снижения их качества
	Устанавливает обтекание изображения текстом
	Открывает меню настройки формата изображения.
	Устанавливает прозрачность обозначенных мест на изображении
	Сбрасывает параметры изображения

17. Для сжатия иллюстраций рекомендуется применить настройки, показанные на рисунке (Рисунок 7.20).

18. Буклет сохранить на личном флеш-накопителе. Назвать файл полным именем, следующего вида: НАЗВАНИЕ\_УСЛУГИ\_буклет, где вместе слов НАЗВАНИЕ УСЛУГИ указать название услуги, а после нижнего подчёркивания приписать слово "буклет". Это название будет важно при выполнении следующей задачи (Создание рекламной листовки), на странице 63.

19. Напечатать буклет на принтере для сдачи преподавателю (если он этого требует). Если преподаватель не требует распечатывать буклет на принтере, – предъявить ему для проверки электронный документ. При пе-



чати буклета на принтере он должен быть размещён на обеих сторонах листа, после чего лист должен быть согнут в 3 раза, чтобы получился буклет со страницами.

20. Показать выполненную работу преподавателю.

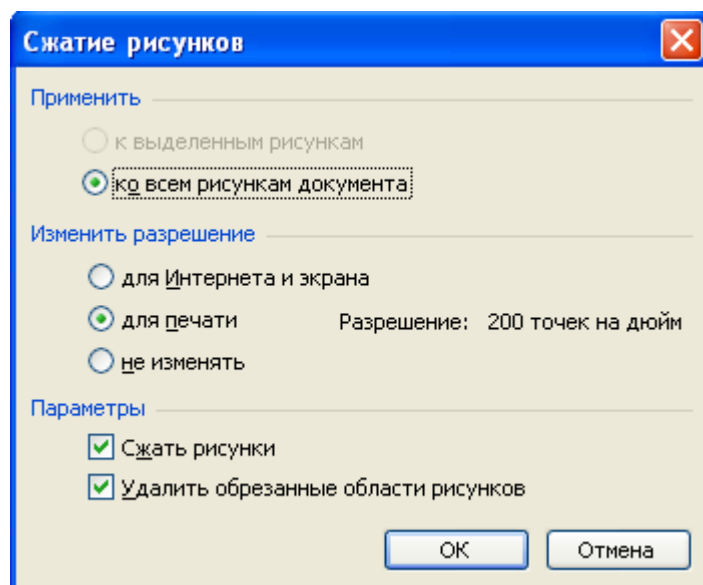


Рисунок 7.20 – Меню сжатия картинок

### Типичные ошибки

1. Вместо одной услуги в буклет помещают информацию о нескольких услугах, например, о турах в Китай. Следует подробно осветить только один маршрут, например, в Китай, и указать особенности конкретного тура, программа путешествия по дням и часам, показать перемещение по маршруту, отметить точную квалификацию гидов, потребительские характеристики транспортных средств, конкретные условия проживания и питания, точные цены за путёвку, страховку и др. свойства тура. Благодаря подробным описаниям люди заранее должны очень хорошо представлять как будет проходить путешествие и что они увидят. Описание должно быть точным, конкретным, сухим и деловым. Без восторженных или туманных (обтекаемых) выражений, например, "всё включено" или "полный пакет гарантий".

2. В шаблоне "**Брошюра**" заранее написаны справочные материалы о технологии создания нужного документа. Они оформлены разнообразны-

ми стилями. Это сделано только для наглядного отображения готовых стилей, а не для привязки каждого стиля к конкретному месту буклета.

3. Удаляют стили абзацев и стили знаков либо изменяют готовые стили абзацев и стили знаков новыми. Это противоречит заданию. Ширину колонок текста тоже изменять нельзя.

4. Не используют многообразные стили текстов, размещённых в шаблоне, что приводит к отсутствию нужного выделения информации и ухудшает её восприятие.

5. Стремятся выполнить информационный буклет по аналогии с рекламным буклетом – ярко, наполненным лозунгами и руководствами к действию (осуществлению покупки), забывая, что информационный буклет имеет другую специфику – он даёт исчерпывающую информацию, не призывая покупать. Причиной неправильных действий может быть интенсивное потребление рекламы (по статистике, в среднем на обычного человека ежедневно воздействует более двухсот рекламных посланий из различных источников) что сказывается на изменении его мышления, письма и речи (и даже на поведении).

6. В конце заголовков ставят точку, или двоеточие. В конце заголовков эти знаки препинания не ставятся. В информационном буклете не следует использовать в заголовках восклицательные и вопросительные знаки. Это не соответствует стилю издания.

7. Используют цветные картинки, которые при чёрно-белой печати теряют вид.

8. Текст многословный, не конкретный, избыточный. Большое количество слов приводит к избыточности информации. Из текста следует удалять лишние слова, которые не влияют на конкретность передаваемой информации.

9. Однотипную информацию, например, цены, характеристики услуги следует размещать в таблицах, а не сплошным текстом.

10. Не используются графики и диаграммы. Для сокращения времени ознакомления потребителя с текстом буклета следует применять средства наглядного отображения потребительских свойств услуги; их цифровые

характеристики лучше показывать в простых графиках, круговых или столбчатых диаграммах.

11. Не применяют автоматическое сжатие картинок. Это формирует файл избыточного размера и может привести к проблемам при пересылке по электронной почте или передачи на магнитном или оптическом носителе.

12. Для создания буклета вместо программы **MS Word** используют программу **MS Publisher**, где есть подобный шаблон, но предназначенный только для рекламных, а не просветительских целей.

13. Нельзя применять в информационном буклете следующие эмоционально насыщенные фразы:

- "Спешите!" "Не упустите свой шанс!" "Сделайте это для своего ребенка!" и др.;
- "Уникальное предложение". "Уникальная технология". "Уникальная формула крема" и др.;
- "Экологически чистые материалы", "Только природные материалы", "Гибкая система скидок" и др.

Вместо них надо обосновать полезность услуги и технологии её предоставления.

14. Стремятся сохранить места расположения стилей текста в шаблоне, заменяя текст из шаблона на свой. Например, если в шаблоне заголовок первого уровня расположен в колонке 2, то его там и оставляют. На других страницах буклета заголовки первого уровня не пишут. Если **колонка 6** в шаблоне буклета пустая, то и текст в готовом буклете там почему-то не размещают. Надо размещать текст в соответствии с заданием, на каждой странице буклета. Подобной же ошибкой является размещение телефонного номера в **колонке 4** буклета. Номер телефона в шаблоне оформлен стилем "**Заголовок 3**". Поэтому этот стиль можно применять и в других местах документа для выделения нужного текста, а по заданию для номера телефона предприятия определено место в **колонке 6**, в реквизитах предприятия.

## Задание 7. Создание рекламной листовки

Рекламные листовки стали называть **флаерами**, подчёркивая их исключительно коммерческую направленность.

**Флаёр** (англ. fly – летать) – рекламная листовка, содержащая важную информацию о выпуске новой продукции, о некотором событии или ограниченном во времени предложении. Часто даёт право на получение скидки. Флаеры разбрасывают или раздают через промоутеров.

**Промоу́тер** (англ. to promote – способствовать, помогать, поддерживать) – сотрудник в рекламе (часто временный), занятый в специальных акциях, связанных с продвижением имени компании, продукции и др. и находящийся в прямом контакте с потребителем.

Задание по созданию **флаера** состоит в разработке специализированной листовки, содержащей следующие элементы: окантовку, изображения и броское форматирование текста.

### Цель

Изучить возможности форматирования рекламной листовки в программе **MS Word**.

### Задание

Создать рекламную листовку (флаер) в программе **MS Word**.

### Технология работы с программным продуктом

1.

### Ход выполнения задания

Задание может выполняться двумя способами:

1. По готовому шаблону (если в аудитории есть возможность загрузки из шаблонов **флаеров** из Глобальной информационной сети),
2. По самостоятельно созданному шаблону (если нет возможности загружать шаблоны из Глобальной информационной сети).

О выборе способа выполнения задачи сообщает преподаватель.

Флаер создаётся по той же тематике, что был создан буклет. Различие в том, что во флаере помещается рекламная информация, призывающая воспользоваться услугой, а в буклете – подробная информация об услуге.

Название компании "N" использующей аутсорсеров, остаётся прежним, которое было принято при составлении резюме, буклета и визитки.

### **Способ 1. Использование шаблона оформления флаера**

1. Шаблон оформления флаера можно взять на сайте поддержки этого пособия [17] или на узле **Microsoft Office Online** [18].
2. Загрузите выбранный шаблон флаера.
3. Замените данные своими, учитывая, что флаер – это рекламный источник, призывающий к совершению покупки.
4. Вставьте логотип (если он требуется).
5. Вставьте необходимые иллюстрации из буклета.
6. После завершения работы сохраните документ на флешь-накопителе и предъявите преподавателю файл для проверки. Если преподаватель сообщит о необходимости печати флаера, сделайте это, установив бумагу в принтер, и выбрав команду **Печать**.

### **Способ 2. Создание шаблона оформления флаера**

1. Создать чистый документ. (При открытии программы **MS Word** сразу создаётся чистый документ).
2. Установить "**Параметры страницы**":
  - "**Поля**": правое, левое, верхнее, нижнее – по 2 см,
  - "**Ориентация**": Книжная,
  - "**Страницы**": 2 страницы на листе,
  - "**Источник бумаги/Вертикальное выравнивание**": По центру".
3. Задать форматирование текста по умолчанию для стиля абзацев "**Обычный**". Текст на флаере будет крупным. Надо добавить некоторый отступ перед каждым абзацем, чтобы достаточно отделить их друг от друга. Это сделает текст удобным для чтения:
  - "**Шрифт**": Arial,
  - "**Начертание**": Полужирный,

- "Размер": 18,
- "Абзац/Отступы и интервалы/Выравнивание": "Слева",
- "Абзац/Отступы и интервалы/Интервал/перед": 24пт.

4. Остальные стили исправить по необходимости. Лучше, если они будут похожи на стили информационного буклета, о котором написано на стр. 39 (Задание 5).

5. Курсор в документе появится в середине страницы около левого края документа.

6. Добавить к странице окантовку:

- "Границы и заливка/вкладка Страница/Тип/Рамка": выберите любой подходящий вариант окантовки,

- "Границы и заливка/вкладка Страница/Применить к:" : "всему документу".

7. Граница появится по краям документа.

8. Ввести текст, который должен быть на флаере. При нажатии клавиши **Enter** новый абзац начнётся с отступом 24 пункта от предыдущего. Если требуется начать новую строку без отступа от предыдущей, нажмите клавиши **Shift+Enter**. Эта команда приведёт к вставке непечатаемого знака разрыва строки и произойдёт принудительный перенос строки в том же самом абзаце. Текст должен быть следующего содержания:

- название услуги,
- в чём состоит услуга,
- что клиент получит от приобретения услуги,
- сроки предоставления услуги (даты, время),
- какая скидка предъявителю флаера,
- Куда обращаться за услугой (адреса и средства связи).

9. После набора текста надо оценить, как он выглядит на флаере. Для повышения его художественного и эмоционального восприятия можно вернуться к предыдущим операциям, чтобы заново отформатировать строки, сделав их больше или меньше. Допускается изменение шрифта, начертания и цвета. Отформатировать текст по своему усмотрению. При форматировании такого короткого текста можно не соблюдать стили, но лучше

всё-таки соблюдать, так как готовые стили можно перенести в другой документ и этим сократить свои затраты труда.

10.Добавить маркированный список, если во флаере есть какой-то перечень. Для этого выделите нужные абзацы и примените выбранный маркированный список.

11.Вставить иллюстрацию (или несколько) в любое место флаера, если это необходимо.

12.Если необходимо повысить или понизить контрастность иллюстрации, а так же – увеличить или уменьшить её яркость, воспользоваться инструментами панели инструментов **"Настройка изображения"** (Рисунок 7.19, Таблица 7.1).

13.Задать иллюстрации свойство обтекания текстом.

14.Предварительный просмотр получающегося макета позволит самостоятельно оценить уровень своей работы.

15.Сделать так, чтобы копия готового флаера была на и на второй половине страницы (на экране она будет ниже). В этом случае на одном листе формата А4 можно печатать сразу 2 флаера. А после печати разрезать лист пополам, получив 2 готовых флаера.

16.После завершения работы сохранить готовый файл на своём флеш-накопителе, дав ему подробное название, состоящее, например, из названия файла буклета (чтобы эти 2 файла были рядом в алфавитном списке файлов) и добавив слово "флаер": **НАЗВАНИЕ\_БУКЛЕТА\_флаер**.

17. Предъявить преподавателю готовую работу на проверку. Если преподаватель требует, отпечатайте документ на принтере.

### **Типичные ошибки**

1. Текст флаера не должен быть многословным.
2. Чтобы текст уместился на одной странице, его долго подгоняют за счёт изменения форматирования. Для этого достаточно воспользоваться инструментом подгонки страниц в режиме предварительного просмотра.
3. Текст, размещённый на фоне иллюстрации, читается очень плохо. Иллюстрацию лучше располагать рядом с текстом, устанавливая для неё нужное обтекание.

4. Изменение размеров иллюстрации нельзя выполнять, захватывая его за боковой маркер. Это приводит к непропорциональному изменению (искажению) изображения. Надо изменять размер, захватывая иллюстрацию только за угловой маркер. Тогда иллюстрация будет изменять свои пропорции без искажений.

### **Задание 8. Автоматическая печать адресов на бумажных конвертах**

Для выполнения задач бизнеса аутсорсерам приходится пользоваться не только электронными средствами связи – факсимильными сообщениями и электронной почтой, но и обычной (бумажной почтовой) рассылкой.

Пересылка договоров, рекламных листовок и др. подлинников бумажных документов ценными и заказными письмами выполняется довольно часто.

Сократить время подготовки к отсылке большого количества этих документов, можно используя шаблон конвертов.

**Конвѐрт** (нем. Kuvert, фр. couvert, couvrir, англ. cover) – покрывать, оболочка для вкладывания, хранения и пересылки бумаг или плоских предметов. Наиболее распространены почтовые конверты из бумаги или полимера.

Особенно важно, если шаблон имеет слияние с базой адресов абонентов.

На территории Российской Федерации используется несколько стандартных конвертов, предназначенных для вкладывания в них бумаги разных форматов. Размеры стандартных конвертов указаны в ГОСТ Р 51506-99, см. таблицу (Таблица 7.2).

**Таблица 7.2 – Размеры конвертов по ГОСТ Р 51506-99**

<b>Формат</b>	<b>Высота</b>	<b>Ширина</b>	<b>Примечание</b>
C6	114 мм	162 мм	В СССР был основным форматом
DL/E65	110 мм	220 мм	«Европейский» формат
C5	162 мм	229 мм	
C4	229 мм	324 мм	



Формат	Высота	Ширина	Примечание
В4	250 мм	353 мм	

## Цель

Научиться методам автоматизированного заполнения полей бумажного конверта почтового отправления.

## Задание

Заполнить базу данных тремя адресами и напечатать 1 конверт на бумаге.

## Технология работы с программным продуктом

1.

## Ход выполнения задания

Задание может выполняться двумя способами: способ 1 и способ 2. Отличаются они тем, что в первом случае применяется готовый шаблон, а во втором – шаблон надо создать самостоятельно. Второй способ сложнее и продолжительнее первого.

Ведущий деловой игры определяет, какой способ будет выполняться. Этот выбор определяется на основании теоретической подготовленности участников и технических возможностей имеющегося программного продукта текстового процессора, а также – временем для выполнения задания.

### Способ 1. Использовать готовый шаблон и базу адресов для слияния

1. Загрузить шаблон конверта с базой данных к нему с сайта поддержки этого пособия [17, раздел "Документы"].
2. Записать этот шаблон, состоящий из двух файлов, на свой флеш-накопитель и запустить файл "envelope".
3. На запрос программы о месте расположения базы данных адресов ответить, показав место расположения второго файла – файла с таблицей ба-

зы данных адресов. Тогда связь одноимённых полей на конверте и полей базы данных будет восстановлена.

4. Вписать в базу данных не менее 3-х адресатов.

5. Открыть конверт и кнопками перемещения по базе данных выбрать нужный адрес, а затем напечатать конверт на принтере. (Необходимость печати на принтере готового конверта сообщает преподаватель, ведущий деловую игру).

6. Показать готовый конверт преподавателю или приложить его бумажный экземпляр к отчёту по деловой игре (см. стр. 71).

### **Способ 2. Создать шаблон конверта формата DL/E65 и базу адресов к нему для слияния.**

1. Ознакомиться с готовым шаблоном конверта, загруженного с сайта поддержки этого пособия [17, раздел "Документы"].

2. Создать с помощью табличной разметки оформление конверта.

3. Вставить поля для получения формы.

4. Связать поля с базой данных адресов.

5. Вписать в базу данных не менее 3-х адресов.

6. Кнопками перемещения по базе данных выбрать нужный адрес и напечатать конверт на бумаге. (Необходимость печати на принтере готового конверта сообщает преподаватель, ведущий деловую игру).

7. Показать готовый конверт и файл преподавателю или приложить его бумажный экземпляр к отчёту по деловой игре (см. стр. 71).

### **Типичные ошибки**

1. Не отвечают на запрос программы о месте расположения базы данных, или неправильно указывают место её расположения.

2. Трудности с представлением табличной разметки для создания формы из полей конверта.

3. При выполнении второго способа выполнения задачи указывают разные названия для полей в конверте и в базе данных.

**Способ 3. Создание конвертов встроенными инструментами  
текстового процессора**

1.

## 8. Рекомендации по оформлению отчёта о результатах деловой игры

Отчёт по деловой игре оформляется на основании выполненных заданий, размещенных в каждой задаче.

Итогом выполнения каждой задачи является напечатанный на принтере документ либо электронный документ. О необходимости печати отчёта на бумаге должен сообщить преподаватель. Если приём ведётся в электронном виде, то отчёт может не печататься на бумаге.

Количество страниц цифровых или бумажных документов, приведённых к бумажному формату А4, указано в таблице (Таблица 8.1).

**Таблица 8.1 – Состав документов для отчета по деловой игре**

<b>Задача</b>	<b>Название отчётного документа</b>	<b>Количество страниц</b>
Задача 1	Резюме	2
Задача 2	Сопроводительное письмо к резюме	1
Задача 3	Титульный лист к факсимильному сообщению	1
Задача 4	Календарь офисный	1
	Календарь подарочный	3
Задача 5	Информационный буклет	2 страницы, напечатанные с двух сторон листа А4
Задача 6	Визитная карточка	1
Задача 7	Рекламная листовка (флаер)	1
Задача 8	Конверт	1

## 9. Перечень контрольных вопросов

2. Как найти шаблон титульного листа **факсимильного сообщения** в программе MS Word?
3. Как отослать несколько цифровых документов **факсимильным сообщением** с компьютера на факс-аппарат?
4. Как отослать несколько цифровых документов **факсимильным сообщением** с компьютера на компьютер?
5. Как принять **факсимильное сообщение**, отосланное с факсимильного аппарата на компьютер?
6. Для чего требуется титульный лист **факсимильного сообщения**?
7. Какие сведения пишутся в заметках на титульном листе **факсимильного сообщения**?
8. Для чего на титульном листе **факсимильном сообщении** требуется поле "Копия"?
9. Для чего в титульном листе **факсимильного сообщения** требуется поля: факс и телефон?
10. Для чего в титульном листе **факсимильного сообщения** требуется указывать свой телефонный номер?
11. Для чего в титульном листе **факсимильного сообщения** требуется указывать свой адрес электронной почты?
12. Для чего в титульном листе **факсимильного сообщения** требуется указывать свой адрес обычной почты?
13. В чём состоит **этикет факсимильной связи**? Для чего он нужен?
14. Где находится **Мастер календарей** в MS Word?
15. На каком веб-сайте в Глобальной информационной сети взять списки праздников для создания офисного или рекламного **календаря**?
16. На каком Интернет-сайте можно взять красочные изображения для **календаря**?
17. Где находится шаблон **буклета** в программе MS Word?
18. В чём состоит разница между **брошюрой** и **буклетом**?
19. Как выполнить сжатие изображений, размещённых в документе программы MS Word?

20.Как повернуть изображение, размещённое в документе программы MS Word на 90 градусов?

21.Как выполнить обтекание текстом изображений, размещённых в документе программы MS Word?

22.Как обрезать ненужные края изображения, размещённого в документе программы MS Word?

23.Как изменить яркость изображения, размещённого в документе программы MS Word?

24.Как изменить контрастность изображения, размещённого в документе программы MS Word?

25.Как превратить цветное изображение, размещённое в документе программы MS Word, в чёрно-белое?

26.Как превратить цветное изображение, размещённое в документе программы MS Word, в изображение с оттенками серых цветов?

27.Для чего требуется выполнять сжатие изображений в документах программы MS Word?

28.Как построить в документе программы MS Word диаграмму или график?

29.Как построить в документе программы MS Word таблицу?

30.Что такое стиль знака в документе программы MS Word и для чего он предназначен?

31.Что такое стиль абзаца в документе программы MS Word и для чего он предназначен?

32.Как применять стили абзацев и стили знаков в документе программы MS Word?

33.Как изменить стиль абзаца и стиль знака в документе программы MS Word?

34.Чем отличается **буклет** от **брошюры**?

35.Для чего требуются **CD-визитки**?

36.Чем отличаются **личные визитки** от **деловых** и **корпоративных**?

37.Что такое **виртуальные визитки**? В чём их преимущество?

38.Какая разница в форматах **визиток**, принятых в России, Японии и США?

- 39.Какие правила вручения **визиток**?
- 40.Где взять шаблон для самостоятельного изготовления **визиток**?
- 41.Кто такие **фрилансеры**?
- 42.Что такое **флаер**?
- 43.Кто такой **промоутер**? Чем занимается **промоутер**?
- 44.На каком сайте в Глобальной информационной сети взять шаблон **флаера**?

## Приложение А. Сокращённая памятка по использованию языка запросов Яндекса

Пример	Значение
"К нам на утренний рассол"	Слова идут подряд в точной форме
"Прибыл * посол"	Пропущено слово в цитате
полгорбушки & мосол	Слова в пределах одного предложения
снаряжайся && добудь	Слова в пределах одного документа
глухаря   куропатку   кого-нибудь	Поиск любого из слов
не сможешь << винить	Неранжирующее "и": выражение после оператора не влияет на позицию документа в выдаче
я должен /2 казнить	Расстояние в пределах двух слов в любую сторону (то есть между заданными словами может встречаться одно слово)
государственное дело && /3 улавливаешь нить	Расстояние в 3 предложения в любую сторону
нешто я ~~ пойму	Исключение слова пойму из поиска
при моём /+2 уму	Расстояние в пределах двух слов в прямом порядке
чай ~ лаптём	Поиск предложения, где слово "чай" встречается без слова "лаптём"
щи /(-1 +2) хлебаю	Расстояние от одного слова в обратном порядке до двух слов в прямом
!Соображаю !что !чему	Слова в точной форме с заданным регистром



Пример	Значение
получается && (+на   !мне)	Скобки формируют группы в сложных запросах
!!политика	Словарная форма слова
title:(в стране)	Поиск по заголовкам документов
url:ptici.narod.ru/ptici/kuropatka.htm	Поиск по URL
беспрерывно inurl:vojne	Поиск с учетом фрагмента URL
host:lib.ru	Поиск по URL
site:http://www.lib.ru/PXESY/FILATOW	Поиск по всем страницам заданного сайта
mime:pdf	Поиск по одному типу файлов
lang:en	Поиск с ограничением по языку, например, английскому
domain:ru	Поиск с ограничением по домену, например, "ru"
date:200712*	Поиск с ограничением по дате
date:20071215..20080101, date:>20091231	Поиск с ограничением по интервалу дат

Примеры использования языка запросов<sup>1</sup>.

- По запросу **"остров детства"** будут найдены страницы, где есть подряд два слова – вначале **"остров"**, затем **"детства"** именно в такой форме.

- По запросу **"ползёт змея, как \* дьявола"** можно найти страницы с недостающим словом цитаты.

---

<sup>1</sup> Яндекс-помощь. Дополнительные возможности. Поисковый контекст. Режим доступа : <http://help.yandex.ru/search/?id=1111367>. (дата обращения 13.01.2012).

- Запрос **"культура & Китая"** найдёт страницы, где есть сочетания слов **"культура Древнего Китая"** или **"Китай и его культура"**.
- По запросу **"продажа & сканеров && Новосибирск"** найдутся страницы, где в одном предложении должны встретиться слова **"продажа"** и **"сканеры"**, и где угодно на странице должно быть слово **"Новосибирск"**.
- Результатом поиска по запросу **"Москва && США"** ранжирование происходит по обоим словам – **"Москва"** и **"США"**.
- Результатом поиска по запросу **"Москва << США"** будет ранжирование только по слову **"Москва"**, а **"США"** просто должно встречаться в тексте документа.
- Если нужна информация о немосковских кремлях, можно задать запрос **"Кремль ~~ Москва"**. Будут найдены все страницы, где есть слово **"кремль"** и нет слова **"Москва"**.
- В запросе **"Кремль ~~ Москва ~~ московский"** из запроса будут удалены оба слова – **"Москва"** и **"московский"**.
- В запросе о г-же Кузькиной информативные результаты даст запрос **"Кузькина ~ мать"**, который ищет страницы, включающие такие предложения со словом **"Кузькина"**, в которых одновременно нет слова **"мать"**. Можно так же уточнить запрос оператором расстояния: **"Кузькина ~/+1 мать"**. По такому запросу найдутся документы, где слово **"мать"** может встречаться в том же предложении, но не сразу после слова **"Кузькина"**.
- Запрос **"великий /2 хурал"** найдёт страницы, где есть фразы **"хурал великий"**, или **"великий народный хурал"**, или **"великий государственный хурал"**, но не найдёт страницы, где есть **"великий государственный народный хурал"** (расстояние между словами равно 3).
- Если надо найти отчество **"Ивана Тургенева"**, то вопрос надо формулировать как **"Иван /+2 Тургенев"**. Будут найдены страницы, где между словами **"Иван"** и **"Тургенев"** есть ровно одно третье слово.
- Запрос **"Алексей /(-1 +2) Толстой"** найдёт страницы с текстом **"Толстой Алексей Константинович"** и с текстом **"Алексей Николаевич Толстой"**.

- По запросу "**аэроплан | самолёт | планер | дирижабль | аэростат | вертолёт | пепелац**" будут найдены страницы, где встречается хоть одно из этих слов.

## Предметный указатель

### С

CD-card .....	См. "Визитка CD"
Curriculum Vitae .....	37
CV .....	43

### U

UGC .....	21
-----------	----

### А

Аутсорсер .....	20
Аутсорсинг .....	18

### Б

Брошюра .....	83
Буклет .....	83
Буклет информационный .....	82

### В

Веб-страница .....	31
Визитка .....	71
Визитка виртуальная .....	72
Визитка деловая .....	74
Визитка корпоративная .....	74
Визитка личная .....	74
Визитка цифровая .....	72
Визитка-CD .....	72
Визитная карточка .....	71

### И

Инсорсинг .....	18
Интеллект-карта .....	9

Интернет-страница .....	31
-------------------------	----

### К

Краудсорсинг .....	20
--------------------	----

### М

Макрос .....	25
Мастер календарей .....	69
Мастер резюме .....	29
Мастер факсов .....	64
Мастер шаблонов .....	26
Многофункциональное устройство .....	63

### П

Пантелеграф .....	63
Программное обеспечение коммерческое .....	14
Программное обеспечение свободное .....	15
Промоутер .....	96

### Р

Резюме .....	37
Рукопись бумажная .....	31

### С

Стиль текста .....	25
--------------------	----

### Т

Телефакс .....	63
----------------	----

**Ф**

Факс .....	<b>63</b>
Факсимильный аппарат .....	<b>63</b>
Флаер .....	<b>96</b>
Форма печатная .....	<b>26</b>
Форма электронная .....	<b>26</b>
Фрилансер .....	<b>74</b>

**Ц**

Цифровая книга .....	<b>24</b>
Цифровая рукопись .....	<b>31</b>
Цифровой .....	<b>24</b>
Цифровой документ .....	<b>24</b>

**Ш**

Шаблон "Брошюра" .....	<b>83</b>
------------------------	-----------

## Шаблон "Сопроводительное

письмо" ..... **56**

Шаблон визитных карточек ..... **75**

Шаблон общий .....
 **25** |

Шаблон оформления..... **26**

Шаблон содержания .....
 **26** |

Шаблон цифровой..... **24**

**Э**

Электронная книга .....
 **24** |

Электронный .....
 **24** |

Электронный факс .....
 **63** |

Этикет факсимильной связи ..... **64**

**Я**

Язык поисковых запросов ..... **8**

## Библиографический список

### Учебно-методические разработки

1. Работа с шаблонами: Резюме, Сопроводительное письмо, Факс, Календарь и Брошюра : сборник задач и метод. указания к выполнению деловой игры "Работа аутсорсером" для студентов 2 – 5-го курсов дневной и заочной формы обучения по дисциплинам: "Информационные технологии", "Международный информационный бизнес" и "Электронная коммерция" / сост. С. В. Калитин . – Хабаровск : РИЦ ХГАЭП, 2007. – 32 с.

2. Информатика. Работа с шаблонами : метод. указания для самостоятельных и индивидуальных работ студентов 1-3 курсов всех форм обучения / сост. С. В. Калитин. – Хабаровск : РИЦ ХГАЭП, 2008. – 48 с. – Режим доступа : [http://training-it.narod.ru\\_lection/rab\\_s\\_sh.zip](http://training-it.narod.ru_lection/rab_s_sh.zip). (дата обращения 13.01.2012).

3. Калитин С.В. Работа аутсорсером. Дополнения и изменения к деловой игре "Работа аутсорсером". URL : <http://www.rabota-outsorserom.narod.ru> (дата обращения 13.01.2012).

4. Что такое язык запросов. Яндекс. Помощь: Поиск. URL : <http://help.yandex.ru/search/?id=481939>. (дата обращения 13.01.2012).

5. Карчевский Е.М., Филиппов И.Е. Word в примерах. – Режим доступа : <http://cmc.ksu.ru/books/word/index.html>. (дата обращения 13.01.2012).

6. Методические указания для самостоятельных и индивидуальных работ студентов 1-3 курсов всех форм обучения. Лекция: Создание документов с использованием шаблонов и мастеров. Создание документов в Microsoft Word: 7. Современные офисные приложения Интернет-Университет Информационных Технологий. – Режим доступа : [http://www.intuit.ru/departament/office/odpr/7/odpr\\_7.html](http://www.intuit.ru/departament/office/odpr/7/odpr_7.html). (дата обращения 13.01.2012).

7. Нэнси Д. Льюис. Визуальный курс. Microsoft Office 2003. В эфире электронных книг. TeachPro. Формат : pdf. Размер 33,7 Mb. – Режим доступа : <http://booksefir.ru/office/2154-vizualnyy-kurs-microsoft-office-2003.html>. (дата обращения 13.01.2012).

8. Основы использования текстового процессора Microsoft Word 2003. Информатика студентам. – Режим доступа : <http://yuschikev.narod.ru/Teoria/Word2003/indexW.html>. (дата обращения 13.01.2012).

9. Пащенко И. Word 2007. Шаг за шагом. Эксмо, 2008. В эфире электронных книг. TeachPro. Формат: pdf. Размер 13,2 Mb.– 464 с. – Режим доступа : <http://booksefir.ru/office/2917-word-2007-shag-za-shagom.html>. (дата обращения 13.01.2012).

10. Самоучитель MS Word. ТАУРИОН. Иллюстрированный самоучитель по Microsoft Word. – Режим доступа : <http://www.taurion.ru/word>. (дата обращения 13.01.2012).

11. Хомоненко А., Хомоненко Н. Самоучитель Microsoft Word 2003. БХВ-Петербург. В эфире электронных книг. TeachPro. Формат: pdf. Размер 10,2 Mb. – 672 с. – Режим доступа : <http://booksefir.ru/office/2703-samouchitel-microsoft-word-2003.html>. (дата обращения 13.01.2012).

### **Нормативные источники**

12. ГОСТ 7.32-2001. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления. Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации. Минск. 2001г. – 16 с. Режим доступа : <http://protect.gost.ru/document.aspx?control=7&id=130946>. (дата обращения 13.01.2012).

### **Мультимедийные обучающие курсы**

13. Microsoft Office Word 2003. Самоучитель. Продвинутый курс. Мультимедийный обучающий курс. В эфире электронных книг. TeachPro. – 1000 с. Размер 340 Mb. – Режим доступа : <http://booksefir.ru/office/2621-teachpro-samouchitel-microsoft-office-word-2003-prodvintyy-kurs.html>. (дата обращения 13.01.2012).

14. Microsoft Office Word 2007. Мультимедийный обучающий курс. В эфире электронных книг. TeachPro. Размер 476 Mb. – Режим доступа :

<http://booksefir.ru/office/108-teachpro-microsoft-office-word-2007.html>. (дата обращения 13.01.2012).

15. MS Office 2007. Интерактивный курс. Новая школа. В эфире электронных книг. TeachPro. Размер 760 Mb. – Режим доступа : <http://booksefir.ru/office/786-interaktivnyj-kurs-ms-office-2007.html>. (дата обращения 13.01.2012).

### **Информационные веб-сайты**

16. Calendar. Календарь праздников. – Режим доступа : <http://calend.ru/>. (дата обращения 13.01.2012).

17. Калитин С.В. Работа АУТСОРСЕРОМ. Дополнения и изменения к деловой игре "Работа аутсорсером". – Режим доступа : <http://www.rabota-outsorserom.narod.ru/>. (дата обращения 13.01.2012).

18. Шаблоны для работы и дома. Office Online. Microsoft. – Режим доступа : <http://office.microsoft.com/ru-ru/templates/FX100595491049.aspx>. (дата обращения 13.01.2012).

19. Яндекс.Открытки. – Режим доступа : <http://www.cards.yandex.ru/>. (дата обращения 13.01.2012).

20. Яндекс.Фотки. – Режим доступа : <http://www.fotki.yandex.ru/>. (дата обращения 13.01.2012).

### **Программное обеспечение**

21. [R]Software Editor. Программа [R]Software Editor. Версия 1.x. Режим доступа : <http://www.rsoftware.net/progs/edit.htm>. (дата обращения 13.01.2012).

22. 7-zip. Архиватор файлов с высокой степенью сжатия. Русскоязычная страница. Режим доступа : <http://7-zip.org.ua/ru/>. (дата обращения 13.01.2012).

23. AbiWord. AbiWord: Word Processing for Everyone. Режим доступа : <http://abisource.com/>. (дата обращения 13.01.2012).

24. Google Docs. Создание документов и совместная работа над ними с помощью Документов Google. Режим доступа : <https://www.google.com/accounts/ServiceLogin?service=writely&passive=1209>



[600&continue=http://docs.google.com/&followup=http://docs.google.com/&ltmpl=homepage](http://600&continue=http://docs.google.com/&followup=http://docs.google.com/&ltmpl=homepage). (дата обращения 13.01.2012).

25.IBM Lotus Symphony. Free download. Режим доступа : <http://symphony.lotus.com/software/lotus/symphony/home.nsf/home>. (Проверено на 13.01.2012).

26.KOffice. The integrated office suite. Режим доступа : <http://www.koffice.org/>. (дата обращения 13.01.2012).

27.Mandriva Linux. Mandriva Russia. Открытая операционная система, подходящая как индивидуальным пользователям, так и компаниям. Режим доступа : <http://mandriva.ru/>. (дата обращения 13.01.2012).

28.Microsoft Office Online. Домашняя страница Excel. Режим доступа : <http://office.microsoft.com/ru-ru/excel/FX100487621049.aspx>. (дата обращения 13.01.2012).

29.OpenOffice.org. Download OpenOffice.org. Режим доступа : <http://download.openoffice.org/index.html>. (дата обращения 13.01.2012).

30.Ubuntu. Базовая версия операционной системы. Ubuntu по-русски. Большая семья Ubuntu Linux. Режим доступа : <http://ubuntu.ru/family>. (Проверено на 13.01.2012).

31.О LibreOffice по-русски. Режим доступа : <http://ru.libreoffice.org/>. (дата обращения 13.01.2012).

32.Online–конструктор визитной карточки. Визитка на скорую руку. – Режим доступа : <http://www.vizitka.offnote.net/static/editor.html>. (дата обращения 13.01.2012).

33.Программа для составления резюме "ResumeMaker". COMZ.RU. Комз.Лента. – Режим доступа : <http://comz.ru/soft/4644/print>. (дата обращения 13.01.2012).

34.Программа "CV". Автор: Александр Фокин. Рейтинг-каталог программ. – Режим доступа : <http://www.wolf-ware.ru/software/id/27/cv/>. (дата обращения 13.01.2012).

35.Программа "Соискатель". Автор: Владимир Бирюков. Panvasoft.com. – Режим доступа : <http://www.panvasoft.com/rus1/7455>. (дата обращения 13.01.2012).

**Сергей Вячеславович Калитин**

## **Работа с шаблонами цифровых документов**

**Учебное пособие для самостоятельной работы и выполнения лабораторных работ в форме деловой игры "Работа аутсорсером" часть 1, для студентов очной и заочной форм обучения по направлениям 080200.62 "Менеджмент" и 080100.62 "Экономика"**

Редактор Г.С. Одинцова

Подписано к печати	Формат 60х84/16.
Бумага писчая.	Цифровая печать.
Усл.п.л.	Уч.-изд.л.
Тираж	экз.
Заказ №	

680042, г.Хабаровск, ул.Тихоокеанская, 134, ХГАЭП, РИЦ