

доской. Вряд ли сегодня можно говорить, что произошел какой-то существенный перелом в сознании преподавателей-предметников и методистов в отношении перспектив использования предлагаемых мультимедиа-ресурсов в организации учебного процесса. Подавляющее большинство существующих мультимедиа-ресурсов рассчитано на индивидуальную работу. В настоящее время для учебных заведений наиболее доступными мультимедиа средствами обучения являются имеющие сетевые версии, мультимедийные CD-диски.

Важно отметить, что за редкими исключениями эти материалы пока мало отличаются от обычных печатных изданий. По-прежнему основной теоретический материал представляется в знаково-символьной форме и сопровождается привычными готовыми статичными чертежами и рисунками. Такие мультимедиа ресурсы, как правило, рассчитаны на внеурочную индивидуальную самостоятельную работу.

Мультимедиа технологии позволяют сделать студента не только созерцателем готового учебного материала, но и участником его создания, преобразования, оперативного использования. Имеющиеся мультимедийные курсы и образовательные программные продукты позволяют уже сегодня по-новому строить учебное занятие.

Мультимедиа технологии неизмеримо расширяют возможности организации и управления учебной деятельностью и позволяют практически реализовать огромный потенциал перспективных методических разработок, найденных в рамках традиционного обучения, которые, однако, оставались невостребованными или в силу определенных объективных причин не могли дать там должного эффекта.

С.А.Стариков

НОВОЕ ВЕЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАТИКИ

ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет» (РГППУ)

г. Екатеринбург

Социальная информатика – междисциплинарное научное направление, изучающее социальные последствия информатизации общества.

На современном этапе основной целью социальной информатики является повышение эффективности функционирования общества знаний на основе синтеза социальных и информационных технологий.

Сегодня огромную известность во всем мире набирают онлайн сервисы коллективных покупок. Многие называют их едва ли не одним из самых популярных направлений онлайн шопинга, в частности и электронной коммерции в целом.

Описываемое мною явление называется туангоу (слово пришло из Китая, где впервые произошел известный официальной истории случай скидки при коллективной покупке), team-buying или коллективный шопинг.

Инновационная составляющая данных проектов состоит в кардинальном сокращении маркетинговых издержек со стороны организаторов акции. Необходимость в формировании рекламного бюджета акции отпадает как таковая – все расходы по «раскрутке» акции берёт на себя сам сервис. Помимо этого, проведение мероприятий по привлечению клиентов чётко просчитывается в плане эффективности – минимальное количество задаётся стороной-организатором.

Коллективные покупки, на сегодняшний день, это модное направление шопинга. С помощью онлайн сервисов потребители во всем мире, объединившись, гарантированно получают значительные скидки на самую разнообразную продукцию и услуги от 50% до 90%.

Совсем недавно я узнал об интересном проекте, который официально был запущен в августе 2010 года под кодовым названием «С купоном», работает только в городе

Екатеринбурге. Я думаю мало, кто еще знает об этом полезном сервисе коллективных покупок.

Действует система сайта SKUPONOM.RU следующим образом. Существует определенная скидка, ограниченная во времени. И вот, в течение, к примеру, трех дней, купон на эту скидку покупают. Если набралось определенное количество покупателей – тогда акция состоится. Если людей слишком мало, акция не проходит. Стоимость купона, как правило, небольшая. Зато скидки существенные – от 50% до 90%. Для получения скидки достаточно распечатать купленный купон и предъявить его уже «на месте». Время, когда можно использовать купон, ограничено (например, несколькими неделями). Каждый купон действует только на одного человека, если вы задумали пойти куда-то компанией, нужно, чтобы каждый из вас купил купон отдельно.

В первую очередь сайт «С купоном» создан для людей, которые умеют следить за своими деньгами и стремятся экономить на своем досуге и развлечениях. Этот сервис, по сути, является посредником между поставщиком и конечным покупателем и предоставляет скидки на товары.

Для того чтобы приобрести купон необходимо зарегистрироваться, ввести свои данные и выбрать удобный вам способ оплаты. Принимаются карты Viza, Master Card. Электронные деньги, такие как Webmoney, Яндекс Деньги, Mail деньги, автоматы пополнения QIWI, также можно оплатить с баланса своего сотового телефона, если у вас МТС или Билайн. Удобней всего платить по пластиковым картам, так как другие способы оплаты возьмут с вас комиссию от 3 до 10%.

В мире на данный момент онлайн-сервисов коллективных покупок уже довольно много. Так, в одной Европе их несколько десятков. Появились и настоящие лидеры. К примеру, один из наиболее популярных сервисов Groupon.com предлагает акции для жителей более чем 50 городов США и Канады.

Сервисы коллективных покупок являются примером того, как хорошая идея постепенно превращается в эффективную бизнес-модель, которой успешно пользуются и бизнес, и обычные потребители во всем мире и, безусловно, Россия не является исключением.

О.А. Степанов

РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ ВУЗА

okalst@mail.ru

Челябинский юридический институт МВД РФ

г. Челябинск

В современном обществе профессиональная деятельность специалиста носит ярко выраженную информационную направленность. Чтобы управлять информационными потоками, продуцировать новую информацию специалист должен обладать высоким уровнем информационной культуры.

Современные представления об информационной культуре сложились в результате процессов информатизации в обществе и воздействия данных процессов на сферу профессионального образования. Современный специалист должен не только обладать определенным объемом знаний об общей характеристике процессов сбора информации, методах ее хранения, обработки и передачи в сфере его профессиональной деятельности, но и уметь самостоятельно использовать информационные и коммуникационные технологии для решения профессиональных задач, а также для продолжения своего образования.

Информационная культура выступает сложным и многоаспектным феноменом, поэтому и существуют ее многообразные трактовки, отражающие различные научные направления и подходы.

Проведенный анализ определений «информационной культуры личности» позволяет объединить их по следующим основным направлениям: