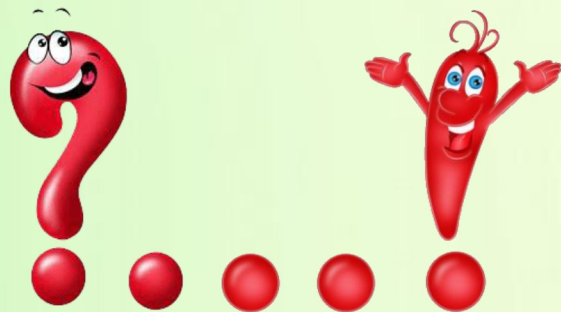




**ИЗДАТЕЛЬСТВО и
Образовательный Центр
"ЛУЧШЕЕ РЕШЕНИЕ"**



Методические рекомендации для педагогов

**Как подготовиться
к аттестации**



**Как подготовить и
опубликовать статью**



**Безопасность при
размещении статей
в интернет-изданиях**



**Безопасность при участии
в дистанционных
олимпиадах и конкурсах**



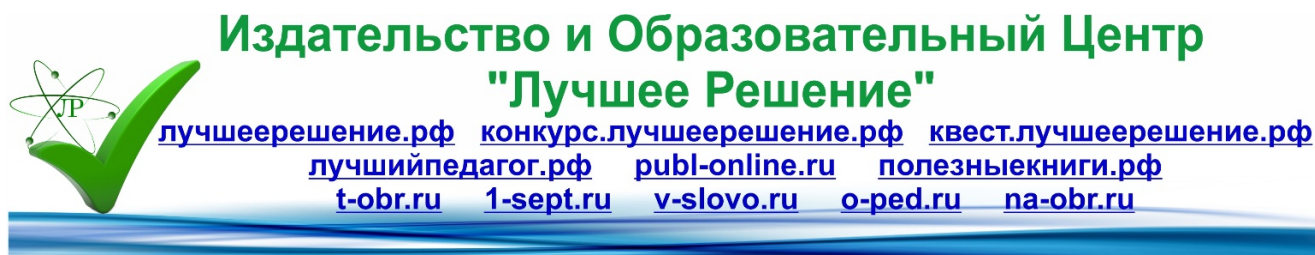
**Как оформить
презентацию**



УДК 37.01

ББК 74.0

Л876



Методические рекомендации для педагогов

от Издательства "Лучшее Решение"

Под редакцией Алексеева А.Б.

Санкт-Петербург, Издательство "Лучшее Решение", 2022г.

Издатель: ООО "Лучшее Решение" (ОГРН: 1137847462367, ИНН: 7804521052)

E-mail: lu_res@mail.ru

Возрастная категория: 12+

В данном методическом пособии даны рекомендации педагогам по тому, как качественно и безопасно подготовиться к аттестации, в т.ч. как опубликовать свои статьи, как участвовать в конкурсах и олимпиадах, как грамотно оформить свои материалы.

Пособие будет интересно всем педагогам, как обучающим дошкольников, так и педагогам средней школы и СПО.

Содержание:

1.	Как подготовиться к аттестации	2
2.	Как подготовить и опубликовать статью	3
3.	Безопасность при размещении статей в интернет-изданиях	7
4.	Безопасность при участии в дистанционных олимпиадах и конкурсах	10
5.	Как отличить мошеннические сайты "конкурсов"	12
6.	Как грамотно оформить презентацию	13
7.	Как правильно понимать некоторые фразы и утверждения на сайтах	15
8.	Как правильно воспринимать рекламные предложения	17

Копирование какой-либо части материала возможно только при условии ссылки на источник:
Издательство "Лучшее Решение", или на сайт www.лучшееерешение.рф

Как подготовиться к аттестации

Эпиграф:

Простой житейский совет:

перед тем, как что-то сделать,

прочитайте сначала инструкцию 😊

Педагоги периодически должны проходить аттестацию для получения или подтверждения уровня своей квалификации.

Все методические материалы для прохождения процедуры аттестации всегда есть на сайтах организаций, которые аттестацию проводят (в каждом регионе свои). Там же есть все формы и бланки для заполнения.

Мы хотим дать только несколько общих рекомендаций, которые позволят правильно организовать процесс подготовки к аттестации.

Обычно педагоги все материалы для аттестации складывают в отдельную папку. Если у вас такой папки нет, то заведите её. В папку нужно будет подшивать файлы (прозрачные карманы) с вложенными документами. Файлы с документами следует размещать открытой стороной вверх, иначе в вертикальном положении документы будут выпадать. Документы имеет смысл собирать в тематические группы, а не по мере их появления в календарном порядке.

Во многих регионах портфолио собирают уже в электронном виде. Файлы нужно собирать в отдельной папке на компьютере, отдельно - текстовые файлы, отдельно в подпапке – все файлы-изображения (дипломы, сертификаты и т.п.). Имена файлам нужно давать так, чтобы можно было по имени понять, что это за файл, не открывая его. Даты лучше ставить не в привычном всем виде, а в обратном виде, например: 2022.02.31. Так компьютер будет точнее сортировать по актуальности документов.

Педагогам, у которых есть звёздные ученики – 100-балльники или призёры всероссийской олимпиады, как правило, данных об этих успехах учеников вполне достаточно для прохождения любой аттестации. Но такие ученики есть далеко не у всех учителей.

Основной массе педагогов приходится собирать документы, свидетельствующие о дополнительных профессиональных успехах, или о проведении дополнительной методической работы.

Таковыми документами могут стать данные о публикации своих профессиональных достижений для широкой общественности или данные об участии во внеурочных мероприятиях (конкурсы, олимпиады и т.п.).

Вот как правильно для аттестации публиковать свои статьи, и как правильно и безопасно участвовать в дистанционных мероприятиях пойдёт речь дальше.

Ниже приведены статьи-рекомендации о том, как обезопасить себя при публикациях в интернет-изданиях и при участии в дистанционных олимпиадах и конкурсах. А также как оформить презентацию, как не поддаваться на рекламные призывы и другие полезные практические советы.

В рекомендациях изложен многолетний опыт Издательства "Лучшее Решение", как издательства, выпускающего несколько периодических изданий для педагогов, а также опыт Образовательного Центра "Лучшее Решение" по проведению дистанционных олимпиад и конкурсов.

Надеемся, что данные рекомендации будут полезны вам, как авторам статей и участникам конкурсов, а также, что рекомендации существенно упростят наше с вами будущее взаимодействие при публикации ваших статей в наших изданиях.

Как подготовить и опубликовать статью

Педагогам для аттестации необходимы публикации педагогических материалов. И многие сайты предоставляют такую возможность.

Для того, чтобы публикация была принята при аттестации, **материал должен быть опубликован в СМИ** (средстве массовой информации), а не просто на каком-то сайте. Для этого сайт должен быть зарегистрирован в Роскомнадзоре РФ, и должно быть получено соответствующее свидетельство о регистрации СМИ (выписка).

По законодательству **печатные и электронные СМИ имеют одинаковый уровень легитимности, никаких приоритетов у печатных СМИ нет.** Единственное отличие печатного издания - это устаревшая форма подачи материала.

Публикации на сайтах, не имеющих регистрации СМИ, не имеют смысла, это выброшенные деньги и время.

Для того, чтобы вашу статью приняли к публикации, материал нужно подготовить.

На каждом сайте уважающего себя и пользователей СМИ есть Правила публикации или аналогичный раздел, где описано какие материалы принимаются, и как они должны быть оформлены. Обычно есть образцы оформления материалов.

Чем выше уровень и статус издания, тем выше требования по подготовке материала. В любом виде материалы принимают и публикуют только те сайты, уровень которых не сильно от уровня плинтуса отличается.

Приличного уровня издательства или жёстко требуют от авторов подготовленные материалы, или сами своими силами приводят материалы к правильному виду. Например, Издательство "Лучшее Решение" всегда своими силами редактирует материалы, потому что не может себе позволить публиковать статьи в том виде, в каком их присылают авторы.

Практика показывает, что большинство педагогов не утруждает себя даже малейшей подготовкой материала, что часто приводит к конфликтам и существенно усложняет работу издательств. Не создавайте и себе и издательствам ненужные сложности – готовьте материалы. Ведь уровень подготовки статьи чётко отражает уровень автора.

За много лет работы нашего издательства без ошибок ещё не было ни одной статьи. И это материалы от педагогов, которые сами учат детей!

Методика подготовки статьи

Заголовок. Это лицо статьи. Заголовок должен быть кратким, но при этом должен отражать основной смысл статьи. Не пишите в заголовке статьи слова, не несущие смысл, например "на тему" и т.д. Не используйте сложные конструкции, например, 2 и более предложения. На многих интернет-сайтах есть технологические ограничения на длину заголовка (например: не более 100 символов). Следите за длиной заголовка. Но и заголовок из 2-3 слов, скорее всего, не отразит смысл вашей статьи. В заголовке не должно быть сокращений.

В начале статьи, уважающие себя и аудиторию авторы, пишут аннотацию и ключевые слова.

В аннотации кратко (1 абзац) излагается основной смысл статьи. Начинать лучше со слов "В данной статье автор ...". Не используйте в качестве аннотации первый абзац вашего материала, обычно он для этого не подходит.

Ключевые слова – это слова и словосочетания, которые наиболее точно отражают смысл именно вашей статьи. Не нужно писать общеупотребительные слова и словосочетания. Старайтесь использовать не более 3-5 слов и словосочетаний.

Основной текст статьи обычно состоит из введения, основной части и выводов.

Введение. Следует кратко писать проблему и предпосылки написания статьи (1-2 абзаца).

Основная часть. Опишите ход экспериментальной или исследовательской деятельности, если таковая имела место. Опишите методические приёмы, находки, фрагменты занятий, их краткие конспекты. Опишите результаты деятельности обучающихся, учителя и всего эксперимента в целом.

Можно использовать таблицы для упорядочения вывода конкретных данных. Но ни в коем случае не стоит заключать в таблицу всю статью или весь основной текст.

Использование картинок в тексте. Картинки повышают наглядность материала. Но следует предварительно выяснить, будут ли картинки отражены в материале статьи при публикации в интернет-издании. Публикацию картинок поддерживают не все сервисы. Чисто технологически вы не сможете сами разместить картинку на сайте какого-либо издания, это действие, более сложное чем просто "копировать-вставить". Картинки на сайт добавляются только руками администратора сайта. Размещение статей с картинками обычно стоит дороже. Подумайте, обычно без картинок можно легко обойтись, или их можно заменить поясняющим текстом.

Учтите, что по закону публикация фотографий детей возможна только при наличии письменного (нотариального) согласия родителей или представителей ребёнка.

Выводы. Расскажите, как можно применять результаты эксперимента или исследования, к чему может привести продолжение работы в этом направлении (1-2 абзаца).

В конце статьи приводится **список использованной литературы**. Есть шутка, что это и есть самая большая ложь в статье. Список литературы следует приводить в алфавитном порядке по фамилиям авторов. В России принято сначала писать фамилию, а потом инициалы (например: Иванов И.А.). Не стремитесь в список литературы включить все издания, о которых вы когда-то слышали. Включайте только те, которые вы реально использовали ... или хотя бы когда-то читали (просматривали).

Рекомендации по подготовке текста статьи:

В word проверка орфографии и пунктуации производится автоматически. **Если компьютер подчёркивает что-то красным или синим, то это сигнал к тому, что надо проверить и исправить ошибку.** По клику правой кнопкой на подчёркнутый текст предлагается вариант исправления.

Язык СМС при написании статей неприемлем. Для молодежи это странно, но это так.

Правильные авторы перед тем, как отправить текст в редакцию, прочитывают всё от начала до конца, обращая внимание на то, что:

1. В конце заголовка не ставится точка.

Весь текст заголовка заглавными буквами пишут только те, у кого залипает клавиша "CapsLock". Заглавная буква - только первая в предложении.

2. В конце любого предложения ставится точка. Да, именно точка, а не точка с запятой, запятая и т.д.

После точки предложение начинается с заглавной буквы, даже если это точка при нумерации пунктов.

3. Между словами ставится пробел. Причём только один. Печатают через 2 пробела только те, у кого залипает клавиша "пробел". Печать через 3 пробела и более логическому объяснению не поддаётся.

4. Знаки препинания (все) ставятся вплотную (без пробела) к тому слову, после которого они ставятся. После любого знака препинания делается 1 пробел.

Кавычки и скобки ставятся вплотную к первому или последнему словам (без пробелов), которые берутся в скобки или кавычки.

Дефис ставится без пробелов. Тире ставится с пробелами по сторонам.

Знак "многоточие" состоит только из 3 точек, а не из 4, 5 и т.д. Ставится через пробел после слова.

5. Перенос строки осуществляется не путём набивания пробелов до тех пор, пока не произойдёт перенос строки, а нажатием клавиши "Enter" (справа стрелка сверху-вниз-влево). Перенос строки в таблице excel - клавиши Alt+Enter.

6. Абзац (отступ в начале строки) делается не набиванием некоторого количества пробелов, а нажатием клавиши Tab (слева клавиша со стрелочками влево-вправо).

7. Выравнивание текста (например, по центру) производится не путём набивания пробелов в начале или в конце строки, а путём использования специальных клавиш "Выравнивание по левому краю / по центру / по правому краю".

8. В русском языке буквы "е" и "ё" - это разные буквы. Фразы о том, что это одно и то же, показывают только степень неуважения к русскому языку. Тем более странно это видеть у педагогов.

9. Перед названиями городов, в названии которых уже содержится слово город (град, бург и т.д.), буква "г." не ставится. Например, Санкт-Петербург, Волгоград, Новгород, Екатеринбург и т.д.

10. Уважающие читателей авторы не используют сокращения слов (например: восп. мл. гр.), даже если им кажется, что это сокращение всем понятно, и что они облегчают себе работу.

11. Между фамилией и инициалами не ставится запятая. Между инициалами не ставится пробел. Особенно имеет смысл проверить список литературы.

Запятая между фамилией и инициалами - специфическое требование Гугл при размещении выпусков журналов на специализированном сервисе. Наличие этой запятой - верный признак того, что статья и список литературы скопированы с другого источника. Не подставляйтесь.

12. Отдельно имеет смысл проверить текст на предмет "мании величия". Это, например, когда единственный автор статьи вдруг пишет "на наш взгляд ...", "мы считаем ..." и т.п. Скромнее надо быть, и ... надо творчески относиться к копированию источников :).

13. В заключениИ пишут только те, кто получил "двушечку" (# #) за то, что неправильно писал текст в заключениЕ статьи.

...

Грамотно написанный и оформленный текст - лицо автора. Вы же присылаете статью на всеобщее обозрение. Сделайте своё лицо красивым!

Безопасность при размещении статей в интернет-изданиях

В последнее время количество сайтов, предлагающих опубликовать материалы или участвовать в дистанционных олимпиадах и конкурсах, существенно увеличилось, и сейчас их количество уже **превышает 500, что явно избыточно** для российского рынка. В таком обилии предложений очень трудно разобраться, тем более что работа многих сайтов ведётся с прямым нарушением законодательства.

Стоимость публикаций на разных сайтах отличается, но это дело автора, оценивать стоимость услуги. Здесь мы не даём рекомендаций. Хотя низкие цены должны настораживать: **при низкой цене не бывает** юридически корректной организации работы и высокого качества услуг.

Для того, чтобы публикация была принята при аттестации, **материал должен быть опубликован в СМИ** (средстве массовой информации), а не просто на каком-то сайте. Для этого сайт должен быть зарегистрирован как СМИ в Роскомнадзоре РФ, и должно быть получено соответствующее свидетельство о регистрации СМИ.

По законодательству печатные и электронные СМИ имеют одинаковый уровень легитимности, никаких приоритетов у печатных СМИ нет. Единственное отличие печатного издания - это устаревшая форма подачи материала.

Публикации на сайтах, не имеющих регистрации СМИ, не имеют смысла, это выброшенные деньги и время.

Все сайты, зарегистрированные в качестве СМИ, с 1 января 2018 года обязаны указывать в выходных данных следующую информацию:

- наименование (название) средства массовой информации (должно полностью соответствовать наименованию (названию), указанному в свидетельстве о государственной регистрации СМИ);
- учредитель (соучредители) СМИ;
- фамилия, инициалы главного редактора;
- адрес электронной почты и номер телефона редакции;
- знак информационной продукции в случаях, предусмотренных Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»;
- зарегистрировавший СМИ орган и регистрационный номер свидетельства о государственной регистрации СМИ.

Если этой информации на сайте нет, в 99% случаев сайт не имеет должной регистрации и просто обманывает посетителей.

На большом количестве сайтов предоставляется неверная информация о регистрации сайта как СМИ.

Самое распространённое нарушение - когда у одного владельца есть несколько сайтов и только один из них зарегистрирован как СМИ, а на остальных указаны реквизиты свидетельства этого одного сайта. Но это прямой обман посетителей сайта. И цена таким публикациям на таком сайте невысока, первая же проверка публикации выявит несоответствие, а значит публикация не будет учтена при подсчёте баллов. Кстати, такие

сайты никогда не выкладывают само свидетельство о регистрации СМИ, только серию и номер, потому что в свидетельстве указан конкретный сайт. НЕ РИСКУЙТЕ!

КАК СМИ ДОЛЖЕН БЫТЬ ЗАРЕГИСТРИРОВАН ИМЕННО КОНКРЕТНЫЙ САЙТ, а не другой "дружественный" сайт или организатор. Кстати, организатором сайта в принципе не может быть другой сайт, а также некое "СМИ" или "администрация сайта", это юридический нонсенс. (см. ниже про регистрацию организаторов сайтов)

Проверить регистрацию СМИ довольно просто, не поленитесь это сделать, это занимает 1-2 минуты.

Самая простая проверка:

1. [На сайте Роскомнадзора](#). Там хорошо искать по названию. Но это название не всегда вам известно, это не имя сайта. По другим данным их поиск не всегда выдаёт нужную информацию.

2. Копируете с сайта № свидетельства СМИ и задаёте в поисковую строку любого поисковика. В числе первых результатов будет сайт Роскомнадзора ([https://rkn.gov.ru/...](https://rkn.gov.ru/)), обычно с найденной нужной страницей. Но надо внимательно сравнить номер свидетельства, поисковик может выдать не ту страницу. На этой странице будет минимальная информация, более полную информацию можно получить, если пройти по ссылке внизу открывшейся страницы.

Кстати, поисковик обычно выдаёт ссылки на все сайты, где указан запрошенный номер свидетельства. Если таких сайтов несколько, то нарушения очевидны (см. описанную выше ситуацию).

Что надо смотреть по данным Роскомнадзора:

1. Доменное имя сайта. Но оно бывает указано не всегда. Если указано другое, чем ваш сайт, который вы проверяете, то значит вас точно обманывают.

2. Название учредителя СМИ. Учредителем может быть организатор сайта в форме юридического лица или ИП. Но чаще всего в качестве учредителя СМИ указано физическое лицо, которое стоит за организацией всего этого процесса. Это не нарушение. Главное для вас - это убедиться, что сайт зарегистрирован как СМИ, а кто учредил это СМИ в данном случае не очень важно.

3. Если доменное имя сайта в свидетельстве СМИ не указано (часто действительно не указано, особенно в старых свидетельствах), то надо сверить название СМИ. Оно хотя бы примерно должно соответствовать имени сайта с учётом перевода названий латинских доменов на русский язык или названию проекта/издания. Если примерное соответствие есть, то можно надеяться, что сайт действительно зарегистрирован как СМИ. Но если названия явно отличаются, то значит, скорее всего, организаторы пытаются ввести вас в заблуждение (см. выше).

Если вы сомневаетесь действительно ли сайт зарегистрирован как СМИ, не стесняйтесь запросить у организаторов файл с изображением свидетельства о регистрации СМИ. Это не является секретной информацией. И сравните информацию в файле с данными сайта.

Те сайты, которые действительно зарегистрированы как СМИ, как правило выкладывают свидетельства на сайт в разделе Контакты или в аналогичных разделах. Для них это дополнительный плюс, и они это подчёркивают.

Если организаторы отказались предоставить данные по регистрации СМИ или в присланных файлах видны явные несоответствия, то лучше отказаться от работы с таким сайтом. А если вы уже на таком сайте опубликовали материал, то имеет смысл потребовать вернуть деньги, т.к. вас откровенно обманули. И заново опубликовать материал на сайтах, соответствующих законодательству.

Выше котируются публикации в периодических журналах (есть номер ISSN) или в сборниках (есть номер ISBN), но это более сложная услуга, и она стоит дороже. Для этого организатор сайта должен зарегистрировать издательство в Российской книжной палате и получить соответствующие свидетельства и документы.

Для регистрации периодического издания в Книжной палате предварительная регистрация сайта как СМИ обязательна, поэтому при размещении публикации в периодическом журнале можете не переживать за регистрацию в СМИ, её не может не быть. **Вес таких публикаций при аттестации будет гораздо выше.**

Ещё выше котируются статьи, размещённые в журналах, индексируемых в НЭБ (Научная Электронная Библиотека - eLIBRARY.RU). Все журналы, отправляющие статьи в НЭБ всегда это указывают в своих данных, потому что это большой дополнительный плюс к рейтингу журнала (и большая организационная работа для издательства). Обращайте внимание на эту информацию. Размещение статей в таких журналах стоит несколько дороже, но лучше немного доплатить (разница в несколько десятков рублей) и **получить публикацию в действительно хорошем издании. Ваш имидж, как автора статьи, ведь тоже будет выше.**

Как безопасно участвовать в дистанционных олимпиадах и конкурсах

На что надо обратить внимание при выборе в каких олимпиадах и конкурсах участвовать:

1. Организатор проведения конкурсов должен быть официально зарегистрирован в качестве юридического лица (например, ПАО, ООО, НКО, АНО) или ИП.

Учтите, что в российском законодательстве нет таких форм субъектов права как "Союз ...", "Объединение ...", "Проект ...", "Академия ...", "СМИ ..." и т.п., и тем более "Администрация сайта ...". Указание в качестве организатора проведения конкурсов таких структур однозначно свидетельствует о том, что организатор официально не зарегистрирован.

2. На сайте должны быть выложены сканы регистрационных документов организатора.

3. В реквизитах организатора должны быть указаны полные банковские реквизиты, а не только счета платежных систем QIWI, WebMoney или карточного счёта физического лица. Должна быть простая возможность оплатить услуги на официальный расчётный счёт организатора. Часто для проведения платежей используются платёжные системы Робокасса или Юмани (бывш. ЯндексДеньги), это удобный современный способ, только надо внимательно смотреть, чтобы получателем платежа было соответствующее юридическое, а не физическое лицо. Юмани, например, предупреждает, если перевод идёт в адрес физического лица.

Если официальных банковских реквизитов вообще нет, то люди занимаются незаконной предпринимательской деятельностью (ст.171 Уголовного Кодекса РФ).

4. Контактная информация должна содержать не только форму обратной связи, а и другие общедоступные способы связи. *Открытым людям незачем скрывать свои координаты.*

5. Сайт должен быть зарегистрирован как СМИ с выкладкой на сайте подтверждающих документов (если предлагаются услуги по публикации материалов).

6. На сайте должен быть доступен договор на оказание услуг. Стороной договора должен быть организатор в форме соответствующего юридического лица или ИП (см. п.1).

7. Дипломы, сертификаты и свидетельства должны быть заверены печатью организатора как юридического лица. Учтите, что на печати должно быть отражено именно юридическое название организатора (см. п.1). Диплом должен содержать оригинальный номер диплома. На сайте должны быть выложены образцы дипломов и сертификатов.

Если дизайн диплома или сертификата предлагается вам на выбор, то значит, что сайт просто продаёт красивые фантики, цена которых на практике равна нулю. Серьёзные компании всегда выдают документы установленной формы.

8. Если на сайте есть возможность участвовать в олимпиадах или конкурсах **онлайн** (прямо на сайте), предпочтительнее участвовать именно таким способом. Это как правило быстрее, проще и часто дешевле. Только должна быть возможность получить диплом сразу после окончания ответов на вопросы. Разработка систем онлайн-участия стоит довольно дорого, и если организаторы вкладывают приличные деньги в развитие своих проектов, то это свидетельствует о серьёзности намерений. Но таким образом можно участвовать только в предметных конкурсах или олимпиадах, для конкурсов рисунков и т.п. это невозможно.

В последнее время появились сайты по продаже "дипломов", где откровенно за **25-30-40 руб. предлагают просто купить "диплом или сертификат"** об участии в конкурсе, маскируя своё предложение тем, что работу на конкурс всё-таки надо прислать, но потом, когда-нибудь ... Бойтесь таких предложений. Эти сайты всем известны, и нам, и чиновникам, и членам аттестационных комиссий. Ценность таких "сертификатов" равна нулю.

Любое предложение с участием в конкурсе или олимпиаде **по цене меньше 60 руб. должно настораживать**, потому что стоимость участия меньше 60 руб. не имеет экономического смысла для нормальных организаторов сайтов. Стоимость участия меньше 60 руб. не будет покрывать издержки и затраты по ведению бизнеса (да, это именно бизнес в интернете). Все цены ниже предлагаются только разной степени мошенниками (или не платят налоги, или продают бумажку (картинку) с юридически несостоятельной информацией, или просто "кидают").

Часто **демпинговые цены выставляют** проекты из Белоруссии (легко отличить - у них вместо российского ИНН белорусский УНН), Прибалтики, Приднестровья (они обычно вообще не указывают свои координаты) и т.п. Они не являются резидентами РФ и не платят налоги в России. Также они, скорее всего, не платят налоги и у себя дома, потому что весь их бизнес в России. И будут ли аттестационные комиссии принимать дипломы от нерезидентов России - большой вопрос. Нет смысла рисковать из-за экономии 20-30-40 руб.

Прежде чем решить в каких олимпиадах и конкурсах участвовать, не поленитесь собрать информацию и принять осознанное решение. Причём информацию лучше собирать именно с упором на юридическую составляющую.

Читать отзывы в интернете большого смысла не имеет, т.к. отзывы пишут или недовольные участники (зачастую не сделавшие что-то по своей вине) или сами же организаторы сайтов.

Как отличить мошеннические сайты конкурсов

В последние годы количество сайтов, проводящих в интернете различные конкурсы, значительно выросло, и сейчас их количество превышает 500, что является явно избыточным для российского рынка.

На этой волне появилось значительное количество мошеннических сайтов, которые только делают вид, что проводят конкурсы, а на самом деле просто за "недорого" продают липовые картинки, якобы свидетельствующие о том, что кто-то принял участие в каком-либо конкурсе и занял, естественно, призовое место.

При этом организаторы таких мошеннических сайтов максимально используют "давление на эмоции" и эксплуатируют абсолютно неуместную "принадлежность к государственным структурам".

Отличить такие сайты не очень сложно, но надо сделать несколько простых действий:

1. Проверить регистрацию СМИ, если таковая указана (см. статьи выше).
2. Проверить регистрацию ООО или ИП, если таковые указаны как организаторы. Для этого название ООО или ИП можно просто задать поисковику, и в первых же строках поисковой выдачи будут сайты, где выкладываются регистрационные данные юридических лиц и ИП. Почитайте. Часто ООО или ИП уже ликвидированы.
3. Посмотрите печать на дипломе (сертификате), если образцы есть на сайте. На печати должны быть регистрационные данные юридического лица или ИП. Если на печати написано "оргкомитет конкурса", "сайт по проведению чего-то", "проект развития внеземного разума", "академия подготовки суперпедагогов" и т.п. юридическая глупость, то эта печать – детище фотошопа. Вывод сделать не сложно.
4. Если участнику предлагается самому выбрать название конкурса, номинацию, занятое место, вид сертификата, то очевидно, что сайт просто продаёт красивые фантики под видом участия в конкурсах.
5. Если работу на конкурс можно прислать после того, как будут заполнены данные участника и получен сертификат, то тоже всё очевидно – работу можно и не присылать, она никому не нужна.
6. Должна настораживать стоимость участия меньше 60 руб. Меньшая стоимость услуг для нормальных организаторов бизнеса в интернете (да, это именно бизнес) не имеет экономического смысла. Потому что издержки по ведению бизнеса (зарплаты, налоги, работа техники, обслуживание сайта и т.д.) не могут быть меньше этой суммы. А если издержки не покрываются выручкой, то существование такого бизнеса не очень понятно.
7. Бесплатное участие должно настораживать точно также. Скорее всего участие не бесплатное, платность появится или при получении наградных документов, или ещё где-то. Это не нарушение закона, и не мошенничество, но явная попытка ввести в заблуждение, что тоже не очень красиво.

Людей, которые совсем бесплатно что-то делают, сейчас уже почти нет.

Или бесплатные предложения должны соседствовать в платными. Тогда понятно – бесплатная часть – это просто рекламная завлекаловка.

Как грамотно оформить презентацию

При подготовке презентации основные усилия должны быть направлены не на "красоту", а на подбор и выстраивание содержательной части презентации с учётом восприятия информации зрителями.

Текст слайда — это опорный конспект. Слайд должен содержать минимально возможное количество слов. Объем текста слайда — не более 7–8 строк. На одном слайде не более 3–4 пунктов перечисления.

Целесообразно использовать верхние 3/4 площади слайда (в аудитории или в классе с последних рядов нижняя часть экрана обычно не видна)

Наибольшая эффективность достигается, если ключевые пункты выводятся на экран по одному.

Стиль оформления должен быть единым по всей презентации.

Элементы оформления не должны отвлекать от содержания презентации.

Вспомогательная информация (управляющие кнопки и т.п.) не должна преобладать над основной.

Использование фона не должно затруднять чтение текста.

Лишние рисунки только отвлекают от изучаемого материала и напрягают зрение.

Заголовок.

Каждый слайд должен иметь заголовок. Заголовки должны быть лаконичными. Точка в конце заголовка не ставится.

Заголовки одного уровня по всей презентации должны быть однотипными. Размер шрифта заголовка — 32–36 пт.

Нельзя злоупотреблять прописными буквами (ОНИ ЧИТАЮТСЯ ХУЖЕ). Нельзя злоупотреблять объектами WordArt.

Шрифт.

Основной текст по всей презентации должен быть набран одним и тем же шрифтом. Размер шрифта основного текста — 22–28 пт. Шрифты без засечек (например, Arial, Tahoma) легче читать с большого расстояния.

Полужирное начертание используют для заголовков, так как оно бросается в глаза до прочтения контекста.

Курсив применяют, когда хотят, чтобы выделение было прочитано вместе с контекстом.

Подчеркивание делает текст слишком плотным. Его используют только для небольших фрагментов текста.

Считается что утомляемость глаз наименьшая, если текст набран:

- синим по белому (первое место)
- зелёным по белому (второе место)
- чёрным по кремовому (третье место)
- чёрным по белому (четвертое место).

Изображения.

Графические объекты увеличивают объем файла презентации и уменьшают скорость ее загрузки. Размеры изображений следует предварительно уменьшать в объёме. Нельзя растягивать рисунки, нарушая их четкость и пропорции.

Диаграммы.

Каждая диаграмма должна иметь название, подписи осей и подписи данных. Диаграмма должна занимать все место на слайде. Линии и подписи должны быть хорошо видны. Сложный рисунок или схему следует выводить постепенно.

Анимация.

Применение эффектов должно быть методически и логически обосновано. В большинстве случаев без таких эффектов можно обойтись. Использование эффектов анимации возможно только в тех случаях, когда без этого не обойтись (например, последовательное появление элементов диаграммы).

При публикации презентаций в интернете использовать анимированные элементы не рекомендуется, т.к. они скорее всего не будут отображены.

Звук.

Вставка звуковых эффектов не оправдана в 99% случаев. И уж точно не нужна при публикации презентации в интернете.

!!! Лучше совсем не использовать какие-либо эффекты, чем использовать их необдуманно и чрезмерно! Часто лучшее - враг хорошего. "Строгий" стиль всегда воспринимается и усваивается лучше, чем "креативно-творческий".

Учтите, что при публикации презентаций в интернете:

- В материале не должно быть фотографий детей. Их нельзя размещать без письменного (нотариального) согласия родителей.

- Ссылки на какие-либо интернет-ресурсы воспринимаются исключительно как реклама и удаляются редакцией, возможно вместе с сопутствующим текстом. Лучше удалите их заранее самостоятельно.

Как правильно понимать некоторые фразы и утверждения на сайтах

Некоторые организаторы сайтов наивно думают, что использование на сайте "умных" фраз, ссылки на государственные структуры, на законы (там, где это не нужно), использование символики ФГОС и т.п. элементов визуализации, делает сайт "более солидным", повышает доверие к сайту и т.д.

Да, такой подход работает, но только для тех пользователей, которые не хотят вникать в суть. Но ведь Вы не такие ...

Мы перевели на нормальный язык некоторые такие фразы и моменты, часто встречающиеся на сайтах:

Фраза на сайте	Как следует понимать
Это официальный сайт конкурса "Название конкурса"	Фраза "ни о чём". Можно подумать, что кому-то придёт в голову сделать ещё и неофициальный сайт этого конкурса.
Основной целью проекта является повышение знаний учеников ... (и т.п. утверждения)	Основной целью любого коммерческого проекта является зарабатывание денег и получение прибыли (первые строчки устава любого ООО). А ИП расшифровывается как Индивидуальный Предприниматель, а вовсе не как Повышатель Знаний. А вот если в процессе зарабатывания денег ещё и заодно чей-то уровень поднимут, то уже хорошо. Из этого и надо исходить. Отдавать деньги нужно за хорошие, качественные услуги, а не за пустые утверждения.
Оргвзнос в размере ... полностью идёт на нужды конкурса ...	Так называемый "оргвзнос" – это обычная плата за коммерческие услуги. И идут эти суммы туда, куда решат организаторы. Проведение конкурсов в интернете – это обычный бизнес. Только организаторы в этом почему-то "стесняются" признаться.
Пример: Оргвзнос в размере 100 руб. распределяется следующим образом: 90 руб. перечисляется организаторам, а 10 руб. остаётся куратору ...	Мелочная форма отката. Говорит об уровне мышления организаторов. Видимо, они всерьёз считают, что откат в таком смешном размере кого-то может заинтересовать. Просто неприличное для обеих сторон предложение.
Ссылки на то, что конкурс проводится в соответствии с ФЗ "Об образовании ..." № 273-ФЗ от 29.12.2012г.	Просто красивая фраза, ни о чём. На самом деле проведение конкурсов и олимпиад не регулируется законодательно и не требует лицензирования. В этом ФЗ только есть положение о том, что "... Участники, их руководители и кураторы принимают участие в конкурсах свободно и по собственному желанию ..." и "... Участвую в конкурсе, учащиеся и педагоги реализуют своё право на развитие творческих способностей и интересов, включая участие в олимпиадах и конкурсах, и других массовых мероприятиях ...".

<p>Ссылки на ФГОС и использование соответствующей символики. В некоторые и в названиях прямо используют "ФГОС".</p>	<p>Пыль в глаза. Желание придать своему сайту более весомый вид, и не более. Проведение в интернете олимпиад, конкурсов, и публикации статей в интернет-изданиях никак не связаны с ФГОС.</p>
<p>Предложение самому участнику выбрать название конкурса, номинацию, место и вид диплома.</p>	<p>Предложение от откровенно мошеннического сайта. Это называется "купи себе медаль". Продажа "образцов графического дизайна" – красивых фантиков. Списки таких мошеннических сайтов всем известны, и членам аттестационных комиссий в том числе. Нормальные организаторы проводят мероприятия по утверждённым правилам и выдают номерные документы заранее установленного образца.</p>
<p>Доменru сертифицирован</p>	<p>Просто глупость. Доменные имена не подлежат сертификации или какой-либо оценке.</p>

Как правильно воспринимать рекламные предложения

Многие из вас получают предложения поучаствовать в каких-либо олимпиадах и конкурсах, разместить материал, или с предложением других услуг.

Надо реально оценивать то, что на самом деле стоит за такими предложениями.

Самый главный факт - **рекламу присылают, чтобы получить ваши деньги**, пусть даже за хорошие и интересные услуги. Реклама сама стоит денег, поэтому за "просто так" никто ничего присылать не будет.

И ещё, как известно, "**реклама - двигатель торговли**". Да, торговли. Продажа участия в конкурсе - это тоже продажа, только информационных услуг, пусть и в неявной форме. Продажи товаров и услуг не сильно отличаются, особенно для рекламщиков.

Поэтому стоит всегда скептически относиться к рекламным предложениям. Отдавать свои деньги надо осторожно, не поддаваясь эмоциям. Всегда надо оценивать, насколько рекламное предложение на самом деле вам подходит. Бывают же действительно интересные и выгодные предложения.

Но, к сожалению, приходит много рекламных предложений, которые являются не совсем корректными или вводят в заблуждение, хотя и не нарушают законодательство.

Рассмотрим несколько таких не совсем корректных предложений:

1. Бесплатный сыр только в

... мышеловке (народная мудрость) ... для второй мышки (более глубокая народная мудрость)



Предложение бесплатного участия. Таких довольно много. Предлагают поучаствовать "совсем бесплатно, т.е. даром". А заплатить вам надо только за получение сертификата/диплома/свидетельства и т.п.

Но если вам всё-таки надо за что-то заплатить, то это уже не бесплатно, тем более, если первая часть предложения (бесплатная) не имеет большого смысла без второй, платной. Т.е. предложение само по себе некорректное, просто эксплуатируется извечное стремление к халяве (сладкое русское слово). А ведь нет её, халявы!

Действительно, ведь участие в конкурсе без получения каких-либо документов практикуется не часто. И организаторы это прекрасно понимают, чем и пользуются.

Поэтому не обманывайтесь ... или будьте второй мышкой ... если получится 😊

2. Мы самые ...

Предложение поучаствовать в самых конкурсистых конкурсах или самых олимпиадистых олимпиадах и получить самые дипломистые дипломы на самом деле является самым обычным предложением. Просто у организаторов избыточное самомнение. И обычно такие предложения поступают от сайтов, которые по своему уровню не сильно от нуля отличаются. Крупные, уважающие себя компании обычно таких предложений не делают, потому что их преимущества не в рекламных слоганах, а в реальной работе.

То же самое, кстати, относится и к названиям сайтов, проектов, конкурсов. Крупные компании обычно имеют названия, не претендующие на всемирную известность в названиях. С большой вероятностью "Всегалактическая Академия Развития Глобального Разума" окажется никому не известной фирмёшкой, которая предлагает минимальный набор услуг, да ещё и с юридической точки зрения ведёт бизнес с явными нарушениями закона, а ИКС (индекс качества сайта от Яндекса) их сайта будет равен нулю или 10, что почти ноль.

То же самое относится к "международным" и "всероссийским" конкурсам. Никакой между ними разницы нет, только красивые слова.

Не ведитесь на красивые названия, часто за ними ничего нет.

3. Успеть до ...

Предложение, которое сильно ограничено во времени. "Только в течение оставшихся 29 минут" и т.п. И счётчик оставшегося времени тикает.

Сейчас на сайтах полно предложений, когда таймер отмеряет вроде как оставшееся время до конца рекламной акции, в течение которой вас ждут сказочные скидки и прочие радости. А дальше вроде как ничего и не будет. Это самое сильное давление на эмоции.

В последнее время все сайты стараются уйти от предложения товаров или услуг к предложению эмоций. Это всемирный тренд. Вы должны стать счастливы в ближайшие 10 минут ... или никогда ... Никто не хочет опоздать. Но эмоции забивают разум. А разум отключать не следует. Отключение разума всегда приводит как минимум к лишним тратам денег.

На самом деле практика показывает, что если зайти на такой сайт на следующий день, то таймер начнёт отсчитывать ровно то же самое время. Это просто психологическое давление, причём сильное, причём действует. Чем и пользуются.

4. Дешевле только даром ...

Скидки ДО 50% часто подразумевают всего 5%. Противоречия нет, 5 - это до 50. Вас не обманывают, но вводят в заблуждение. А ещё часто перед тем, как дать скидку поднимают цены. И продают вроде как со скидкой, а на самом деле по обычной цене, а то ещё и дороже.

Все уже давно смеются над скидками в нашем самом крупном интернет-магазине. Потому что там идея скидок доведена по полного маразма.

В таких ситуациях надо просто знать, что сколько стоит на самом деле. Конкуренцию никто не отменял.

Хотя действительно скидки бывают реальными, и этим надо пользоваться. Реальные скидочные компании всегда имеют ограничения по времени и часто по ассортименту. И о них никогда не объявляют заранее. Надо ловить :).

В итоге мы хотим пожелать, чтобы вы не поддавались рекламным эмоциям и трезво оценивали те предложения, которые получаете. Иногда можно действительно получить хорошее предложение на выгодных условиях. Просто это надо сначала осознать и только тогда воспользоваться.



Издательство "Лучшее Решение"

ООО "Лучшее Решение" (ОГРН: 1137847462367, ИНН: 7804521052)

1. Издание периодических журналов:

www.t-obr.ru - Журнал "Технологии Образования" (периодический журнал, ISSN 2619-0338, регистрация СМИ: ЭЛ № ФС 77 – 72890 от 22.05.2018г.). Размещение статей педагогической и образовательной направленности. Отправка статей в НЭБ (eLIBRARY.RU).

www.1-sept.ru - Журнал "1 сентября" (периодический журнал, ISSN 2713-1416, регистрация СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 77018 от 06.11.2019г.). Размещение статей педагогической и образовательной направленности. Публикации презентаций и докладов на педагогических конференциях. Свидетельство сразу после проверки статьи редакцией.

www.v-slovo.ru - Журнал "Верное слово" (периодический журнал, ISSN 2712-8261, регистрация СМИ: ЭЛ № ФС77-79314 от 16.10.2020г.). Размещение статей образовательной и педагогической направленности. Публикации презентаций и докладов на педагогических конференциях. Свидетельство сразу после проверки статьи редакцией.

www.na-obr.ru - Журнал "Научное Образование" (периодический журнал, ISSN 2658-3429, регистрация СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 74050 от 19.10.2018г.). Размещение статей научной направленности. Отправка статей в НЭБ (eLIBRARY.RU).

2. Публикации материалов на сайтах-СМИ:

www.лучшеерешение.рф (регистрация СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 64656 от 22.01.2016г.) - Публикации педагогических материалов, в т.ч. в сборниках с № ISBN. Оформление статей отдельными файлами.

www.лучшийпедагог.рф (регистрация СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 69099 от 14.03.2017г.) - Онлайн-публикация педагогических материалов своими руками, в т.ч. в сборниках с № ISBN.

www.publ-online.ru (регистрация СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 72035 от 29.12.2017г.) - Онлайн-публикация научных, педагогических и творческих материалов своими руками, в т.ч. в сборниках с № ISBN.

www.o-ped.ru (регистрация СМИ: ЭЛ № ФС 77 - 82375 от 10.12.2021г.) - Онлайн-публикация педагогических и образовательных материалов своими руками, в т.ч. бесплатные публикации.

3. Книжный магазин издательства на сайте: www.полезныекниги.рф

Образовательный Центр "Лучшее Решение"

проводит дистанционные предметные олимпиады, творческие конкурсы и образовательные квесты для учащихся и для педагогов на сайтах:

конкурс.лучшеерешение.рф – Олимпиады, конкурсы и тесты ОНЛАЙН для учащихся и педагогов.

квест.лучшеерешение.рф – Образовательные квесты и тесты для всех, тесты для педагогов.

