

- Microsoft Word

Vstavljanje Oblika Orodja Tabela Okno Pomoč



4 | 6 | 8 | 10 | 12 | 14 | 18

Srednja upravno administrativna šola
Poljanska 24, Ljubljana

12 K



naloga pri predmetu UPRAVNO POSLOVANJE

ELEKTRONSKA POŠTA

KAZALO

1. Uvod
2. Princip delovanja elektronske pošte
3. Struktura elektronskega sporočila
 - 3.1. Glava sporočila
 - 3.2. Telo sporočila
 - 3.3. Priloge
 - 3.4. Primeri elektronskih naslovov
- Zaključek
- Literatura in viri

Ekonomski tehnik-PTI, 5. letnik
Ekonomski tehnik, 4. letnik
Šolsko leto: 2003/2004

ORZA

področje

blike

1/15

Na 2,4cm

Vrs 1

Stu



elektronkaposta

Pan

UPRAVNO POS...

Poslovna informatika

Pisanje daljših besedil v urejevalniku Microsoft Word

Saška Grušovnik

Kazalo

1. Uvod	3
2. Zgradba daljšega besedila	4
3. Zgradba in oblika seminarske naloge kot četrte izpitne enote na poklicni maturi	5
4. Načrtovanje poteka izdelave seminarske naloge	9
5. Izdelava seminarske naloge v programu Microsoft Word for Windows 2000	13
6. Uporaba ostalih programov in pripomočkov	44
7. Izpisovanje	53
8. Zaključek	53

1. Uvod

V času šolanja, v službi, na tečajih ali v privatnem življenju se velikokrat pojavi potreba, da v estetski obliki s pomočjo računalniškega urejevalnika besedil napišemo poročilo, pripomoček za delo, referat ali seminarsko nalogo, ki obsega vsaj pet strani – naslovnico, kazalo, uvod, vsebino in zaključek. Takim besedilom pravimo daljša besedila, večinoma pa imajo seveda več kot pet strani.

V tem gradivu sem želela prikazati postopek izdelave seminarske naloge kot četrte izpitne enote na poklicni maturi v 4. letniku ET. To je v srednji šoli ponavadi prvo resno daljše besedilo, sestavljeno po vseh pravilih elektronske priprave besedil z urejevalniki besedil in ostalimi programi in pripomočki. Podobno kot za seminarsko nalogo, lahko kasneje znanje uporabite tudi pri sestavi ostalih besedil. Če postopek dosledno upoštevate in to tudi dokažete tako, da prinesete shranjen izvod naloge na disketi ali zgoščenci, dobite tudi oceno za izpit iz Poslovne informatike v 4. letniku ET.

V gradivu je poleg natčnih navodil za izdelavo daljših besedil tudi nekaj zanimivih in poučnih primerov iz moje dolgoletne prakse, saj kot mentor seminarskih in raziskovalnih nalog ter kot tehnična pomoč pri izdelavi sodelujem že osem let.

Upam, da boste pri izbiri teme za seminarsko nalogo imeli srečno roko in da jo boste izdelovali z veseljem. Želim Vam veliko uspeha pri delu!

Če boste imeli pri izdelavi probleme, se oglasite na govorilnih urah ob ponedeljkih ob 17 00 v uč. 45 in sicer v drugem urniku.

2. Zgradba daljšega besedila

Daljše besedilo predstavlja celoto, v katero je vključena predstavitev izbrane teme z naslovnico, uvodom, kazalom, po poglavjih razdelano vsebino, kratkim poučnim zaključkom in po možnosti seznamom literature. Vsebinski del lahko popestrimo s slikami in grafi, obsežnejše število grafičnih dodatkov kot so fotografije, grafi, tabele, zemljevidi, zgibanke, prospekti, katalogi ali primeri pa raje dodamo na koncu kot prilogo.

Glede na glavni naslov daljšega besedila, glede na področje, iz katerega je to daljše besedilo in glede na samo vsebino, izberemo tudi vrsto in tip pisave, ki ju bomo v različnih velikostih uporabljali ves čas. Tako poleg vsebinske enotnosti upoštevamo še enotnost po izgledu.

Izberemo tudi barve pisave v našem izdelku. Ponavadi je to kar črna, izjemoma tudi drugačna. Na primer, ko naštevamo hiperpovezave na medmrežje, se bo barva pisave samodejno pretvorila v modro.

Ko se odločimo še za način postavitve grafičnih dodatkov in ostalih podrobnosti, ki poudarijo našo osebno noto, je daljše besedilo dobilo celostno grafično podobo.

V vsebinskem delu se glede na obsežnost teme že na začetku odločimo za razvejanost poglavij, to je :

- uporabljamo manj bolj obsežnih poglavij ali

- uporabljamo več krajših vgnezenih podpoglavij znotraj daljših poglavij.

Kaj sodi v posamezno poglavje, je bistvenega pomena. Vsebinsko neustrezne dele besedila lahko sproti brišemo ali premikamo.

Besedilo pišemo z lastnimi besedami, kopiranje z medmrežja in iz drugih besedil ni dovoljeno, prav tako ne vstavljanje skeniranega in popravljenega besedila.

Dosledno upoštevajte avtorske pravice!

Kazalo napravimo takoj po uvodni strani in v njem uporabimo vse naslove poglavij in podpoglavij skupno z uvodom in prilogami.

Pri izdelavi daljšega besedila se izkaže, ali znamo dobro načrtovati delo, od zbiranja podatkov, do sestave poglavij, izbire celostne grafične podobe ter tudi, v kolikšni meri obvladujemo posamezne programe, ki jih uporabljamo.

3. Zgradba in oblika seminarske naloge kot četrte izpitne enote na poklicni maturi

3.1 Celostna grafična podoba seminarske naloge

Elementi celostne podobe so:

- ◆ pisava: uporabljamo vrsto pisave Arial CE, Tahoma CE, Times New Roman CE (CE pomeni, da obstajajo šumniki)

- ◆ velikost pisave:

glavni naslov naj bo velikosti 16 ali največ 18 krepko, odvisno od dolžine naslova, naslovi poglavij so velikosti 12 ali 14 krepko, podnaslovi 12 krepko ali navadno, odvisno od naslovov poglavij, vezno besedilo velikosti 12 navadno, oznake za slike, grafe, tabele in podobno velikosti 10 navadno, sprotne opombe velikosti 8 poševno, navedbe literature med besedilom in citati velikosti 12 poševno

ne uporabljamo:

podčrtovanja besed, razen za navedbe spletnih in elektronskih naslovov, okraskov in nepotrebnih ozaljšanih začetnic znotraj besedila pisanja samo z velikimi črkami, razen za naslove

- ◆ barve pisave:

praviloma črna, če uporabljamo barvni tiskalnik, lahko tudi temna barva kot sta temno modra ali temno zelena, vendar le v posebnih primerih, modra barva pisave se uporablja za navedbe hiperpovezav

- ◆ vodoravna poravnava besedila:

na naslovnici uporabljamo sredinsko poravnavo besedila, v kazalu uporabljamo levo poravnavo besedila, vse naslove in podnaslove poglavij poravnamo levo, vse oznake slik poravnamo desno glede na desni rob slike in to pod sliko, vezno besedilo poravnamo obojestransko, opombe poravnamo obojestransko, zamike več kot za en presledek delamo s tabulatorji (privzetimi ali takimi, ki si jih nastavimo sami)

ne uporabljamo:

zamikov s pomočjo preslednice

◆ navpična poravnava besedila:

med veznim besedilom uporabljamo enojni razmik,
med odstavki uporabljamo dvojni razmik,
med naslovom poglavja in podnaslovom uporabljamo dvojni razmik,
med naslovom in veznim besedilom uporabljamo dvojni razmik

◆ velikost lista:

naj bo A4 navpična,
izjemoma za širše tabele in posebne priloge med besedilom ali na koncu besedila
lahko uporabimo tudi list velikosti A4 ležeče,
robove lista postavimo na dva centimetra, levi rob za vezavo na 3,5 cm

◆ številčenje strani:

uprabljamo avtomatsko številčenje strani v nogi (na dnu strani) sredinsko ali
desno, naslovnica in kazalo nista oštevilčena, uvod se prične s številko 3, če ima
kazalo samo eno stran in s številko 4, če ima kazalo dve strani

3.2 Postavitev strani

◆ uporaba glave:

glavo uporabljamo za navedbo avtorja seminarske naloge, navedbo naslova in
izjemoma tudi šole. Glava se postavi na vseh straneh na vrhu, razen na naslovnici
in kazalu. V glavi so lahko po potrebi tudi simboli ali samooblike, odvisno od vsebine
naloge. Mnogokrat uporabljamo vodoravno črto, ki loči glavo od telesa besedila.

◆ stolpci:

vezno besedilo pišemo večinoma v enem stolpcu, če je potrebno, lahko posamezne
odseke razdelimo na dva ali več stolpcev

◆ prelomi strani in odsekov:

če želimo s pisanjem na eni strani zaključiti predno je strani konec, uporabimo
prelom strani,

če želimo drugačno postavitev besedila, na primer dva stolpca namesto enega ali
pa vodoravno postavitev lista, uporabimo prelom odseka – od te točke naprej ali
pa naslednja stran. S prelomom tudi zaključimo, ko želimo spet prejšnjo postavitev
besedila,

če želimo številčiti strani kot smo se dogovorili, je potrebno na koncu naslovnice
in na koncu kazala vstaviti prelom odseka – naslednja stran, od uvoda naprej pa
prelom strani, v kolikor je to potrebno.

ne uporabljamo:

tipke enter za vstavljanje praznih vrstic, če želimo priti na drugo stran. V ta namen uporabimo ustrezen prelom, preloma strani, če je besedila v odstavku še toliko, da se besedilo samo nadaljuje na drugo stran

3.3 Dodatki

◆ tabele:

tabelo uporabimo za naštevane večplastnih raznovrstnih podatkov, poskrbimo za to, da so ali vse neobrobline ali pa obrobline na enak način (mreža ali vse ali po meri), z enako debelino in barvo obrobe. Senčenje celic v tabeli uporabimo izjemoma.

◆ slike:

vse fotografije, slike z medmrežja, skenirane fotografije in ostali grafični material uredimo tako, da se ohrani oblika slike in da so, če se le da, istovrstne slike enake velikosti. Če ste na primer uporabili fotografijo velikosti 13x9 cm, jo lahko kvečjemu pomanjšate, tako da se bodo razmerja v pravokotni obliki fotografije ohranila.

ne uporabljamo:

povečav originalnih slik, ker se poslabša vidljivost in natančnost, kopij originalnih logotipov podjetij, razen če omamo soglasje za uporabo

◆ tabele in grafi iz ostalih programov:

obsežnejše tabele, predvsem z računskimi podatki, lahko naredimo tudi v Microsoft Excelu katerekoli verzije, če pa smo veščji in če imamo na voljo ustrezen program, pa tudi v Corel Chart-u ali Adobe Table Maker-ju in podobno. Enako velja za grafe.

◆ naprednejše urejanje slik:

uprabimo slikarja, Microsoft Image Composer ali Jasc Paint Shop Pro za urejanje izrezov, spremembe barv in podobno. Nekateri skenerji že sami napravijo potrebne olupšave, pa tudi vsi digitalni fotoaparati.

◆ skeniranje slik ali uporaba digitalnega fotoaparata:

vsak skener ima svoj poseben program, ki ga uporabimo za določanje predogleda in seveda shranjevanje. Slika mora biti shranjena v gif ali jpg formatu. Ostale so prezahtevne za uporabo v dokumentih. Digitalni fotoaparati imajo tudi programski

pripomoček, s katerim shranimo fotografije v ustrezno mapo na svojem računalniku in seveda pazimo na format.

3.4 Shranjevanje

Shranjevanje je eno najpomembnejših opravil med samim delom, posebno ko že pričnemo s pisanjem delnih besedil iz naloge ali pa se lotimo resnega pisanja in oblikovanja naloge.

Kaj razumemo pod pojmom "resno pisanje"?

Vse strani naloge, od naslovnice do prilog, shranjujemo v eno datoteko. Pričnemo z izdelovanjem naslovnice in shranjeni strani že damo ime, v katerem bomo kasneje strani samo dodajali, na primer seminarska naloga.doc. Dodajamo nove liste ali s prelomi ali s pisanjem, ki nas že samo pošlje na drugo stran. Sproti shranjujemo v isto ime.

Če želimo več kopij istega besedila, si lahko za rezervo pripravimo še eno ali dve verziji istega besedila, na primer z imenom seminarska naloga1.doc in podobno. Kopije lahko shranjujemo v isto mapo, ki naj bo vedno na trdem disku, nikoli na disketi!

Lahko pa se odločimo, da po končanem pisanju v originalno nalogo shranimo spremembe še na disketo ali pa celo na zgoščenko. Slednje Vam toplo priporočam, kajti zapisovalniki za zgoščenske danes niso nobena investicija, zgoščenske pa so zelo zanesljive.

Tisti, ki seminarsko nalogo izdelujete doma, prinesete kopijo na disketi ali zgoščenci, mi pa pregledamo medije s protivirusnimi programi in nato izdelek kopiramo na trdi disk.

Tisti, ki delate naloge v naši učilnici, dobite svojo mapo, shranjujete pa vedno v to mapo znotraj lokalnega omrežja. Na koncu naredimo zaščitne kopije na zgoščenci.

4. Načrtovanje poteka izdelave seminarske naloge

Pomemben del načrtovanja je že izbira teme seminarske naloge. Temo dobite pri profesorjih, ki učijo tiste predmete, pri katerih lahko seminarsko nalogo izdelujete. V okviru te teme se izoblikuje tudi točen naslov naloge.

Vaš mentor Vam nato pove, katera naj bodo poglavja, v kakšnem obsegu naj bi se posvečali posameznim poglavjem, določi, koliko globoko naj se posameznim razdelkom posvetite in na splošno pove, približno koliko strani naj Vaša naloga obsega. Sama vsebina brez prilog in spremljajočih strani naj bi obsegala največ 15 strani, seveda pa so možna tudi odstopanja.

Ko imate naslov naloge, pričnete z zbiranjem podatkov iz literature, ki Vam jo navede mentor ali pa jo najdete sami.

Literaturo lahko iščete na klasičen način, tako da greste v ustrezno knjižnico, v čitalnici Vam dovolijo kvečejmu kopije ali pa lastne izpiske.

Seveda pa se lahko podaste na slovensko javno bazo knjižnic, ki jo dobite na naslovu

www.izum.si

ter tam glede na to, kaj Vas zanima, poiščete eno ali več ali vse knjižnice v Sloveniji ter s pomočjo iskalnih polj najdete knjige, diplomske naloge, magistrske naloge, doktorate, članke, zgoščenke, video posnetke, zgibanke in podobno.

Če ste navaden uporabnik brez gesla, boste lahko prebrali kratek opis vsebine knjig, člankov in podobno, vse avtorje, založbo, leto izdaje, jezik, število strani in podobno. Katere podatke potrebujete v poglavju Literatura in viri, bomo malce kasneje povedali natančno. Pokaže se Vam tudi, koliko izvodov literature je kje na voljo.

Če imate geslo za poln dostop do storitev navedene spletne strani, lahko berete vsebino člankov ter rezervirate knjige in ostalo literaturo.

Seveda je možno najti različne podatke tudi na spletnih straneh na medmrežju, vendar vse to jemljite z rezervo! Cenzura na medmrežju je danes še zelo slaba. Izpisujte si tudi točne naslove, na katerih ste podatke našli, pa naj gre za besedila ali slike.

Sproti si delajte izpiske, lahko si sestavite tudi celotno vsebino posameznih poglavij.

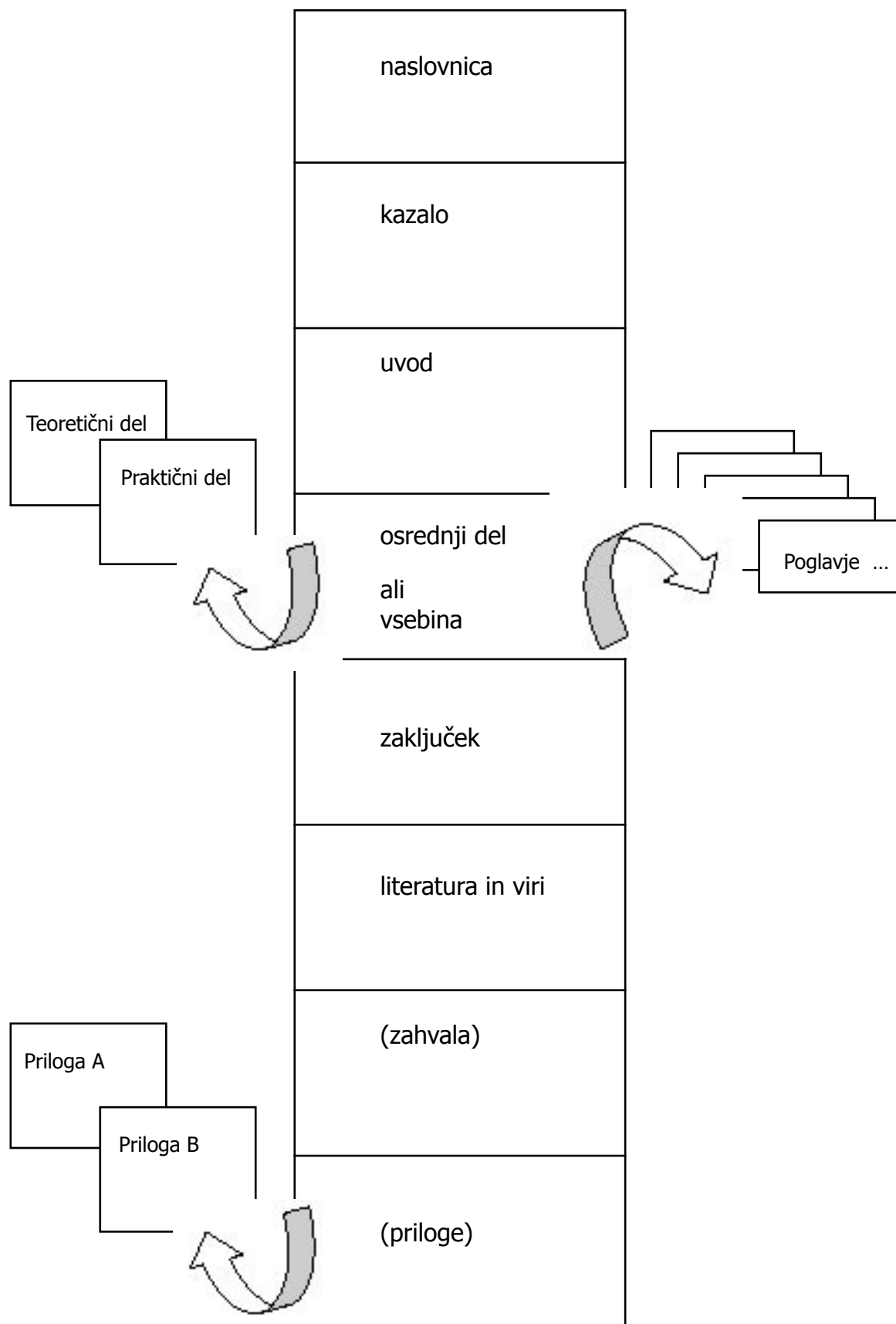
Pišite prosto in uporabljajte svoje znanje!

Ni dovoljeno:

dobesedno prepisovanje iz virov literature, razen citatov, ki jih navedemo z avtorjem, virom, stranjo,
kopiranje celotnih delov besedila z medmrežja

Ko končate z osnovnim zbiranjem podatkov in s pripravo zapiskov, se podajte na pisanje, oblikovanje in izpise Vaše naloge.

Najprej si na papirju zarišite zgradbo naloge, ki je naslednja:



Kazalo lahko, kot sem že povedala, vsebuje eno ali po potrebi dve strani. Več strani v kazalu, kot je pokazala praksa, ni potrebnih.

Uvod vsebuje praviloma največ dve strani besedila, v katerem s svojimi besedami poveste, s kakšno temo se boste v nalogi ukvarjali in kaj je namen Vaših navedb, primerjav, razmišljanj. Nalogo je vedno dobro povezati s prakso oziroma vsakdanjim delom in življenjem.

Če mentor tako zahteva, lahko poleg Vaših namenov, ki jih želite doseči, navedete še metodologijo dela. Zelo dober vtis boste naredili, če boste poleg najbolj preproste metodologije opisovanja ali deskripcije uporabili še kakšen način dela. Naj naštejemo osnovne metodologije:

metoda klasifikacije: sistematična in popolna opredelitev splošnih pojmov

metoda opisovanja: postopek preprostega opisovanja dejstev

metoda zavračanja: spodbijanje znanih dejstev

metoda dokazovanja: dokazovanje dejstev z dovoljenimi postopki in metodami

metoda analize: proučevanje vsakega pojma zase v odnosu do drugih pojmov

metoda abstrakcije: ločevanje bistvenega od nebistvenega, posploševanje določenega pojava

metoda konkretizacije: nasprotna od abstrakcije, od splošnega pojma gremo na enega konkretnega

metoda komparacije ali primerjanja: primerjava dveh pojmov, tvorb, pojavov ali dogodkov

metoda kompilacije: postopek prevzemanja tujih rezultatov, opažanj, stališč, zaključkov

metoda sistematizacije: prenos lastnosti pojmov iz končne množice na neskončno

Najbolj pogosto se pri naših seminarskih nalogah uporabljata še metoda analize in metoda komparacije.

Na primer, pri nalogah z ekonomsko vsebino zelo pogosto zbiramo podatke z anketami, nato pa s pomočjo metode analize predstavimo rezultate ankete z grafi, z metodo primerjanja pa predstavimo rezultate v tabeli.

Osrednji del ali vsebina je lahko razdeljena tudi na teoretični in praktični del, če je narava naloge takšna. V tem primeru v teoretičnem delu obdelamo osnovne pojme in podatke, v praktičnem pa napravimo izdelek in ga tudi predstavimo. V tem primeru je priloga (priloge) nujna, saj tam dodamo izdelek v natisnjeni ali skopirani obliki oziroma navedemo, kaj je priloga, če gre za zgoščenko, brošuro in podobno. Oba dela lahko še razdelimo na poglavja in podpoglavja.

Na splošno pa osrednji del delimo na poglavja in podpoglavja, ki jih številčimo s številkami oblike

10. Poglavje

10.1 Podpoglavje

...

Poglavja in podpoglavja naj ne bodo preobsežna, citate in sprotne opombe navajamo samo izjemoma.

Če moramo med poglavja vstaviti slike, grafe, samooblike, diagrame, tabele in podobno, pazimo na postavitev, velikost in oznake, kot smo se že dogovorili.

Po potrebi vstavljamo prelome in pišemo v več stoplcih ali obrnemo stran.

Sicer je pa večjo količino grafičnih dodatkov potrebno dati v priloge.

Pazimo tudi na smiseln potek besedila, kar pomeni, da uporabljamo prelom strani, če je to potrebno (recimo, če je na koncu strani smo ena ali dve vrsti nekega poglavja).

V zaključku na kratko opišemo, ali smo z nalogo dosegli pričakovane rezultate in kaj smo se naučili. Navedemo tudi možnosti uporabe v bodočnosti, predvsem, kje nameravamo rezultate uporabljati sami.

Seznam literature in virov vsebuje vse navedbe virov, ki smo jih uporabljali, po možnosti tudi vire slikovnega gradiva. Če je teh virov več, jih damo na svojo stran.

Zahvala ni obvezna. V njej se zahvalimo bližnjim, prijateljem, profesorjem, zunanjim mentorjem ali pomočnikom, ki so nam pomagali pri izvedbi seminarske naloge.

Priloge niso obvezne, naloge s praktičnim delom in veliko količino raznovrstnega gradiva pa jih imajo. Priloge ločimo s praznimi listi, na vrhu katerih označimo prilogo z veliko črko, na primer A, B, C... ter povemo, kaj v tej prilogi je, na primer grafi, anketa, rezultati ankete, analiza podatkov, tabele s slikami, zgibanke, prospekti, izpisi spletnih strani ali izdelek iz praktičnega dela.

Sama izdelava naloge je lahko zelo dolgotrajna, zato pričnite z delom že kar kmalu, ko dobite temo. Ko je izdelek pripravljen za prve korekture, ga izpišete. Popravke naredite, ko mentor nalogo pogleda in na koncu naredite še čistopis.

Nalogo oddate v treh izvodih, ki niso nujno barvni, morajo pa biti zvezani.

Medtem, ko čakate na zagovor naloge, si pripravite potek zagovora v kratkih točkah, povedati pa morate le nujne stvari od uvoda do zaključka.

Lepo je, če sam zagovor pripravite v Microsoft Power Pointu v elektronski obliki ali pa na barvnih prosojnicah v Microsoft Wordu.

Sam zagovor traja največ 5 minut, nato pa dobite tri kratka vprašanja iz vsebine vaše naloge. V 10 minutah je zadeva zaključena.

Ves čas pisanja pazite na pravilno rabo slovenskega jezika, uporabljajte črkovalnik in slovnico, ki sta vgrajena v skoraj vse urejevalnike besedil ter kdaj pa kdaj tudi pravopis.

Izogibajte se tujkam, če pa morate razložiti več naslovenjenih pojmov, uporabite možnost dodajanja kratkega slovarja pojmov za poglavjem Literatura in viri.

Enaka pravila veljajo tudi pri zagovoru, kjer se mora predstavitev odvijati gladko, brez uporabe medmetov, glasno in jasno ter z občutkom za poslušalce. Poslušalci so tisti, ki bodo Vaš izdelek prvi videli v živo.

5. Izdelava seminarske naloge v programu Microsoft Word for Windows 2000

5.1 Naslovnica

Na naslednji strani si oglejte primer naslovnice, kot jo je izdelala slušateljica na izobraževanju odraslih.

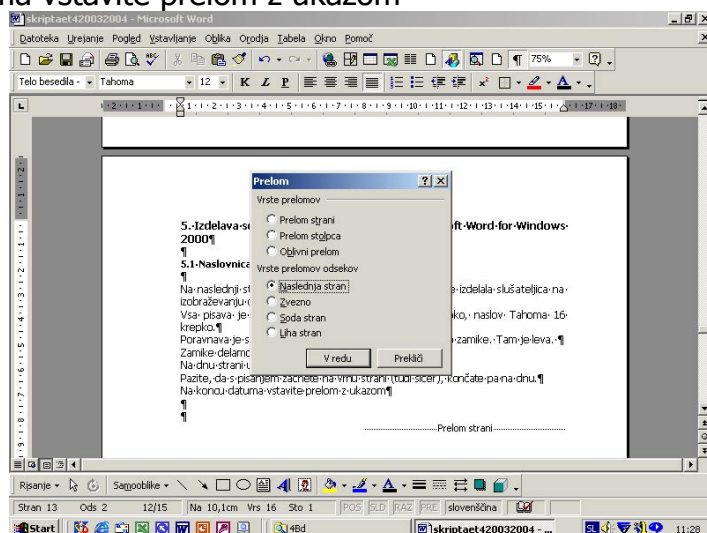
Vsa pisava je Tahoma 12, podnaslov Tahoma 14 krepko, naslov Tahoma 16 krepko.

Poravnava je sredinska, razen v vrsticah, kjer uporabljamo zamike. Tam je leva. Zamike delamo s tabulatorji.

Na dnu strani uporabimo ustrezno letnico.

Pazite, da s pisanjem začnete na vrhu strani (tudi sicer), končate pa na dnu.

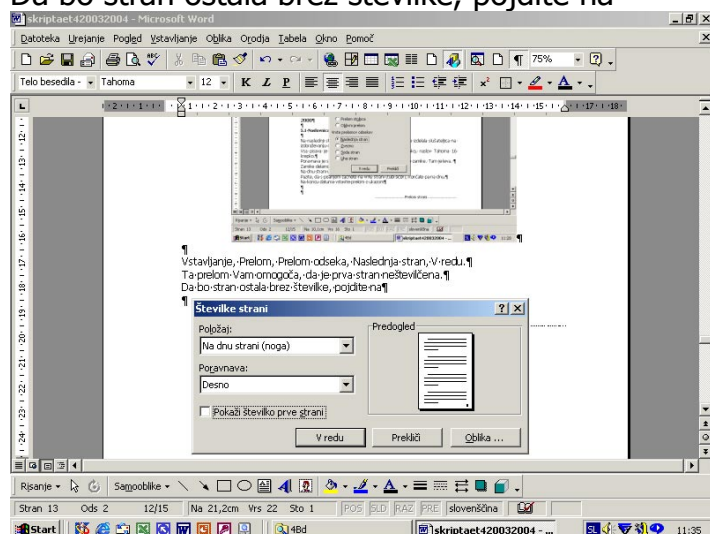
Na koncu datuma vstavite prelom z ukazom



Vstavljanje, Prelom, Prelom odseka, Naslednja stran, V redu.

Ta prelom Vam omogoča, da je prva stran neštevilčena.

Da bo stran ostala brez številke, pojdite na



Vstavljanje, Številke strani, Na dnu, Desno, Pokaži številko prve strani, V redu

V kvadratu prd Pokaži številko ne sme biti kljukice.

Srednja upravno administrativna šola
Poljanska 24, Ljubljana

Seminarska naloga pri predmetu UPRAVNO POSLOVANJE
ELEKTRONSKA POŠTA

Sestavila: Ime Priimek
IOD

Mentor: Ime Priimek

Predmet: Upravno poslovanje

Program: Ekonomski tehnik – poslovno in upravno področje

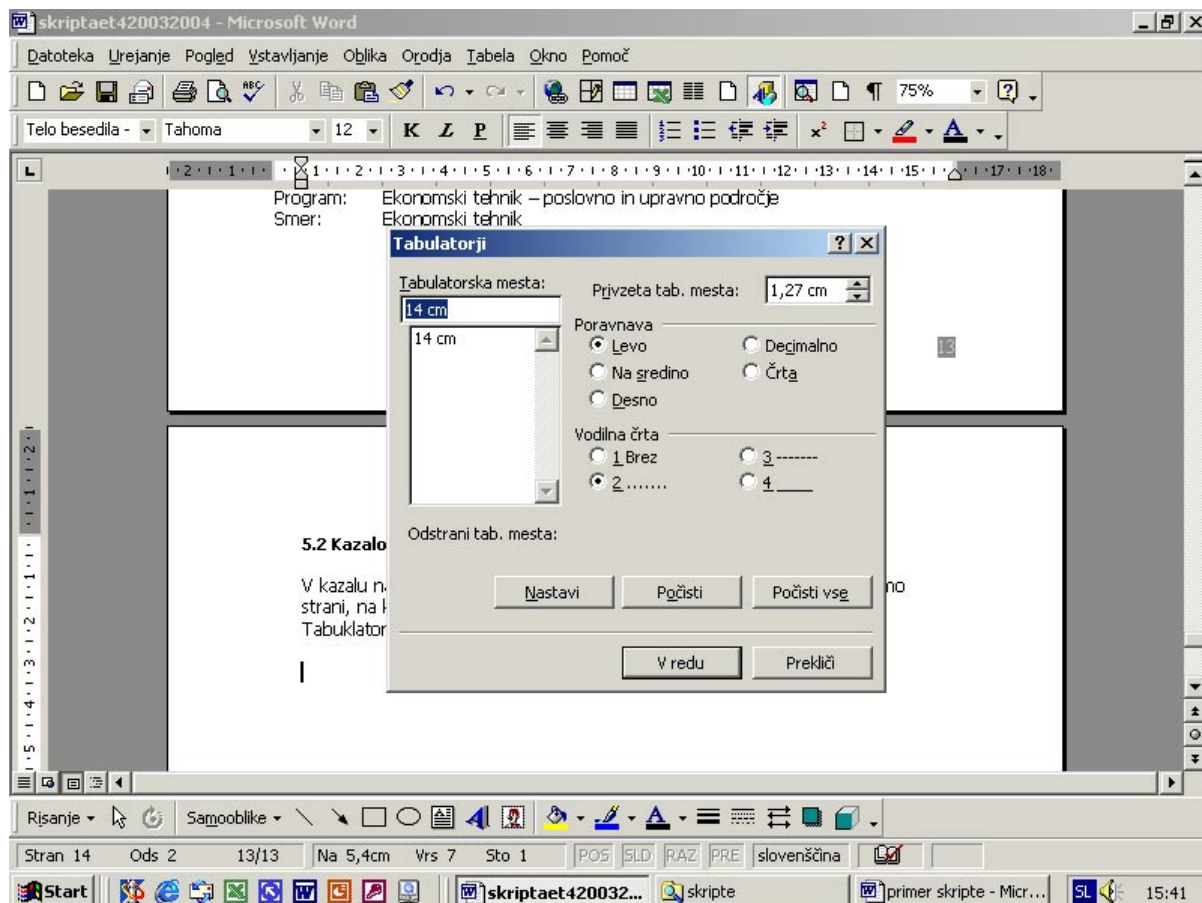
Smer: Ekonomski tehnik

Ljubljana, junij 2003

5.2 Kazalo

V kazalu naštejemo vsa poglavja vključno z uvodom in prilogami. Navedemo strani, na katerih se poglavje začne.

Tabulatorje postavimo z ukazom



Oblika, Tabulatorji, 14 cm (vpišemo), levo, ...(da se pokažejo pike), Nastavi, V redu. To storimo že v prvi vrsti, kjer se tabulator pojavi. Z uporabo tipke enter se postavitve podeduje. Zamik dobimo z enkratnim pritiskom na tipko Tab.

Če potrebujemo še kak tabulator, ga nastavimo brez pik.

Primer kazala je na naslednji strani. Uporabljena sta dva tabulatorja in sicer pred imeni poglavij (brez pik) in pred številkami strani (s pikami).

Če tabulatorsko mesto ni ustrezno, pomaknete oznako v ravnilu desno ali levo, kar pa storite že v prvi vrsti, kjer se tabulator pojavlja.

Na koncu vstavite prelom kot pri naslovnici in določite, da tudi na kazalu ne bo številke strani.

KAZALO

1.	Uvod	3
2.	Princip delovanja elektronske pošte.....	4
3.	Struktura elektronskega sporočila	7
3.1	Glava sporočila	8
3.2	Telo sporočila	9
3.3	Priloge	10
3.4	Primeri elektronskih naslovov	11
4.	Zaključek	14
5.	Literatura in viri	15

5.3 Uvod

Že prej sem omenila, kako se lotimo pisanja uvoda. Pomembno je, da z dolžino ne pretiravate in da motivirate bralca naloge.

Navedla sem tri primere uvodov iz različnih nalog:

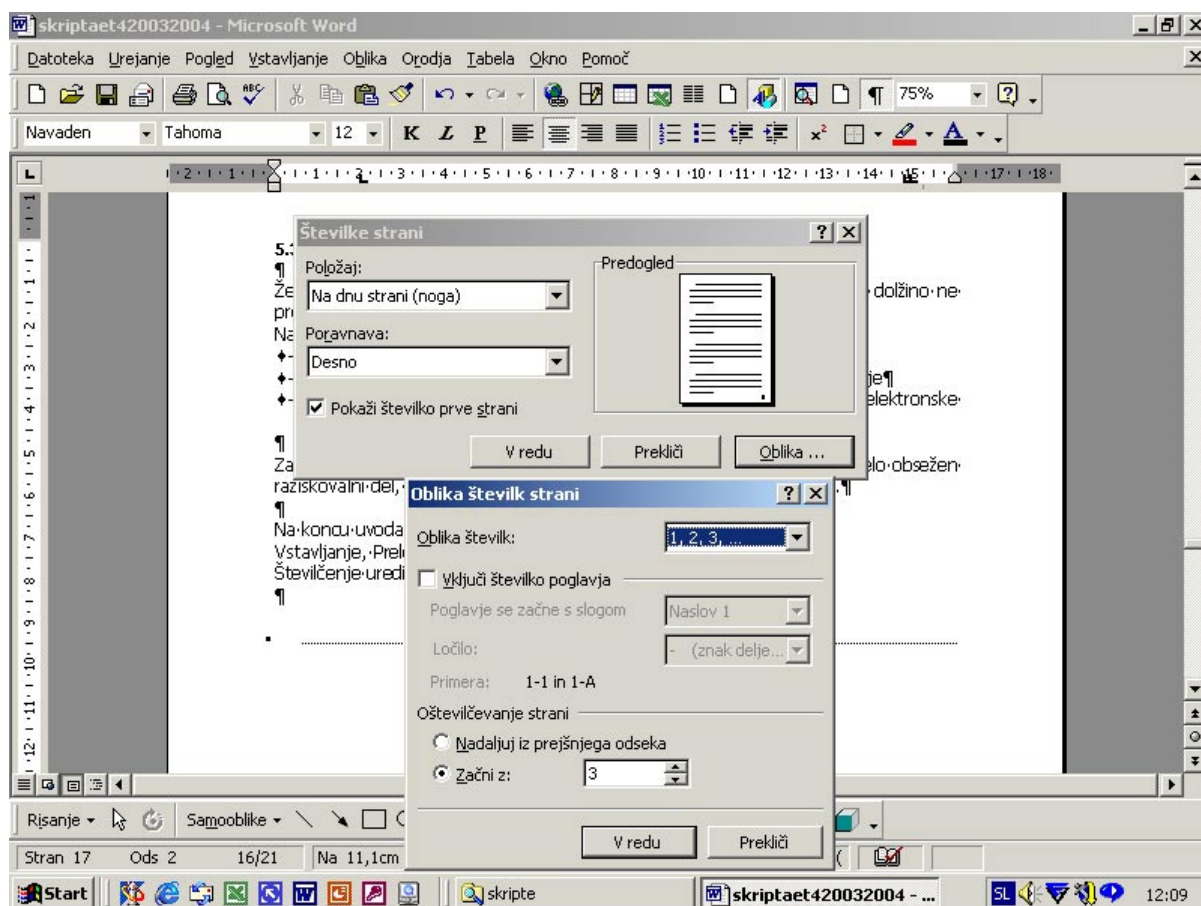
- ♦ prvi je iz seminarske naloge na IOD Elektronska pošta,
- ♦ drugi iz seminarske naloge v rednem izobraževanju Otroci in oglaševanje
- ♦ tretji pa iz raziskovalne naloge v rednem izobraževanju Od papirne do elektronske oblike časopisa

Zadnji uvod se navezuje na nalogo, ki ima teoretični in praktični del ter zelo obsežen raziskovalni del, katerega metodologijo dela najdete natančno opisano.

Na koncu uvoda uporabite navaden prelom strani

Vstavljanje, Prelom, Prelom strani, V redu.

Številčenje uredite z ukazom



Vstavljanje, Številke strani, Pokaži številko prve strani,
Oblika, Začni z 3 (ali 4)
V redu (2 x)

1. UVOD

Elektronska pošta (e-mail) je ena od osnovnih storitev medmrežja. Vsakdo, kdor se vsaj malo dotakne Interneta, že lahko uporablja elektronsko pošto. Četudi omrežje ne sega v vse države sveta, pa z elektronsko pošto doseže več kot 150 držav.

Elektronska pošta je storitev za izmenjavo osebnih sporočil med dvema partnerjema. Princip pošiljanja je zelo podoben običajnemu pošiljanju pisem, le da ima elektronska pošta eno veliko prednost – hitrost prenosa sporočil. S pomočjo elektronske pošte poteka ves proces prenašanja veliko hitreje. Predstavljajmo si, da želimo poslati običajno pismo v Avstralijo. Pismo je potrebno napisati. Preden se lotimo pisanja pisma preteče nekaj časa, saj v pismo običajno ne pišemo sporočila dolžine enega stavka. Za pismo se že mora nabrati več novic. Ko se lotimo pisanja pisma, pride do nadaljnjih zakasnitev, saj je potrebno poiskati papir, pisalo, napisati pismo, poiskati ovojnico in znamko. Najtežji del šele pride – pismo je potrebno oddati v poštni nabiralnik. Zatem to pismo potuje do naslovnika v Avstralijo. Dokler naslovnik prejme pismo preteče kar nekaj časa. Ravno toliko časa je potrebno, da prispe odgovor na to pismo. Vse skupaj je precej zamudna zadeva. Če sporočilo pošljemo po elektronski pošti, je sporočilo na cilju lahko že v nekaj sekundah. Kako hitro bo prispel odgovor na to sporočilo, je odvisno od prejemnika sporočila oziroma kako pogosto le ta pregleduje svoj »poštni predal«.

Hitrost prenašanja sporočil je še posebej pomembna v sodobnem poslovnem svetu po načelu »Čas je denar«. Elektronska pošta je pomembna tudi s stališča boljše organizacije dela – sporočila so urejena, vedno na vpogled in vedno tudi v opozorilo, kaj moramo še storiti, na kaj odgovoriti, komu še kaj poslati v vednost,...

Sporočilo lahko s pomočjo elektronske pošte pošljemo posamezniku ali skupini ljudi, zatem pa lahko počakamo na odgovor. Po prejetju odgovorimo na prejete odgovore in ponovno pošljemo kakšno novo sporočilo, itd.

Prednost elektronske pošte je tudi v stalni dosegljivosti. Pošiljatelju in naslovniku je na voljo vedno, kadar ima vključen računalnik, v nasprotnem primeru pa ga počaka vedno v njegovem elektronskem nabiralniku. Naslovnik je o prejeti pošti obveščen takoj, prav tako pa je o vseh prejetih sporočilih obveščen ob ponovnem vstopu v omrežje. Naslovnik je dosegljiv tudi, kadar je poslovno odsoten, na sestanku,...

Elektronsko pošto je enostavno preusmerjati. Ko nas morda dlje časa ni na stalnem mestu (dopust, poslovno potovanje,...), lahko na stalnem naslovu določimo, kam naj se preusmeri prejeta sporočila, ki ga lahko potem preberemo z drugega naslova.

Omogoča zelo enostavno pošiljanje sporočila na več naslovov hkrati. Pripravimo si lahko namreč sezname naslovnikov, ki jim dodelimo vzdevek. S tem vzdevkom lahko nato naslovimo sporočilo na vse v seznamu.

Največja prednost elektronske pošte je vsekakor možnost nadaljnje obdelave prejetih sporočil. Ne samo sporočil ampak vseh vrst dokumentov, ki jih danes kot priloge pošiljamo v elektronski pošti. Tudi odgovarjanje na elektronsko pošto je zelo enostavno in udobno, saj lahko svoje komentarje vpišemo kar neposredno v prejeto sporočilo – s tem v medsebojnih komunikacijah enostavno sledimo toku pogovora.

1. UVOD

Oglaševanje je kreativna množična komunikacija, ki močno vpliva na naš način življenja. Brez oglasov si namreč marsikdo ne predstavlja več vsakdanjika, saj oglasi poleg tega, da nudijo koristne informacije, zagotavljajo tudi sprostitve in zabavo. Ker pa se število oglasov, ki nas obkrožajo povečuje, pozornost zbudijo le še zares dobri.

Star oglaševalski pregovor pravi: »Dokler ni privlačno, se ne prodaja«. Prav zato sem se pri predmetu trženje odločila, da podrobneje raziščem ali ta trditev drži. Usmerila se bom na najbolj »rizično« ciljno skupino v oglaševanju, na otroke, ki nezavedno »srkajo« vse informacije, ki jih sprejmejo ob gledanju tv oglasov. So tudi najbolj naivni in ne vedo kako in na kakšen način prav tv oglasi vplivajo na njihove želje. Otroci so tudi najbolj ogrožena oz. sporna ciljna skupina v oglaševanju, saj so prav določila o oblikovanju in predvajanju oglasov otrokom nasprotujoča.

V svoji seminarski nalogi bom poskušala prikazati položaj otrok v medijih, kako ti vplivajo nanje, kakšne so razlike v oglaševanju v posameznih evropskih državah, zakaj imajo otroci radi oglase, katere igrače jih najbolj pritegnejo ter nekaj o zlorabah v oglaševanju, slovenskem oglaševalskem kodeksu in varstvu potrošnikov.

Zaradi velike konkurence in boja za kupce so oglasi vsakdanji pojav. Da bi bili ti čim bolj uspešni, morajo biti nenavadni, izvirni, čim bolj prepričljivi... Seveda morajo biti prilagojeni ciljni publiki in kulturi družbe ter medijem v katerih se pojavljajo.

1. UVOD IN METODOLOGIJA DELA

Začetki mojega novinarskega ustvarjanja segajo v osnovno šolo, kjer sem se s tem delom prvič seznanila v sedmem razredu pri novinarskem krožku. V osnovni šoli je bilo delo bolj neresno, v prvem letniku pa se je začelo resnejše delo, ko so me izbrali za glavno in odgovorno urednico razrednega časopisa. In tako je pod mojo taktirko nastala prva številka razrednega časopisa. Naslednje leto sem se pridružila novinarskemu krožku naše šole in ker sem veljala za najresnejšo in najbolj zavzeto novinarko, so me imenovali za novo glavno in odgovorno urednico šolskega časopisa ŠAUS in to vlogo opravljam tudi letos. Tako sta nastali dve številki razrednega časopisa in dve številki šolskega časopisa. Kako bo v prihodnje, bomo še videli. V načrtu imam izdelati še kar nekaj številk časopisa, tako razrednega kot šolskega.

Ker sem hotela svoje znanje o uredniškem in oblikovalskem delu še poglobiti, sem se odločila o tem narediti raziskovalno nalogo. Želela sem spoznati, kako obsežno je uredniško in oblikovalsko delo. In verjemite, dela je več, kot si lahko predstavljate, saj uredniško delo ni le zbiranje člankov in urejanje le-teh, oblikovalsko delo pa ni le preprosto oblikovanje časopisa v urejevalniku besedil (Microsoft Wordu) za vezano podobo časopisa. Je več kot le to in o tem bom več povedala v nadaljevanju. Da bi razširila svoje znanje, sem izdelala tudi spletno stran z elektronsko podobo časopisa.

Kot vsak začetek je bil tudi moj začetek težak, saj sem začela tako rekoč iz nič, ker se še nikoli prej nisem srečala z delom urednice in oblikovalke. Tako sem najprej ostalim novinarjem razdelila naloge o njihovih priljubljenih temah in določila datum, do katerega mi morajo članke oddati. Najprej sem zbrala pisno gradivo in na podlagi tega ugotovila, katero grafično gradivo, kot so fotografije, ilustracije in slike, še potrebujem za dopolnitev in ujemanje z vsebino člankov. Nato je bilo potrebno članke urediti in razvrstiti po vsebinski in oblikovni primernosti. Tu sem uporabila metodo zbiranja in selekcije.

Preden sem izdelala celotno podobo svojega časopisa, sem si ogledala in analizirala celotne podobe različnih primerov vezanih in elektronskih časopisov, kot so Dnevnik, Delo, Večer ter Smrklja. S tem sem si olajšala izdelavo celotne podobe svojega časopisa, saj sem ob analizi ostalih časopisov ugotovila, da morajo biti prijemi pri obeh podobah – tako pri vezani kot pri elektronski podobi – podobni, če že ne enaki, to pa dosežemo z uporabo programov, ki so namenjeni izdelavi istih stvari, le da so eni primernejši za izdelavo vezane podobe, drugi pa za izdelavo elektronske. Za ta del raziskave sem uporabila metodo primerjave.

V ostalih delih naloge sem uporabila metodo opisovanja, ponekod tudi metodo naštevanja, kakor je jasno vidno v poglavju Oblikovalsko delo.

Ko sem se začela ukvarjati z raziskovalno nalogo, sem imela veliko pričakovanj, tako glede oblikovanja kakor tudi na področju same izdelave. Nisem si predstavljala, da izdelava elektronske podobe v resnici ni tako zapletena, kakor se zdi na prvi pogled. Potrebno je veliko dela in natančnosti (to je tudi težji del), kar pa sem opravila brez večjih težav. Pričakovala sem tudi nekoliko drugačen izgled naloge, saj si nisem predstavljala, da bodo stvari tako izpopolnjene. Mi je pa končna podoba bistveno bolj všeč, kot je bila moja začetna predstava o tej nalogi.

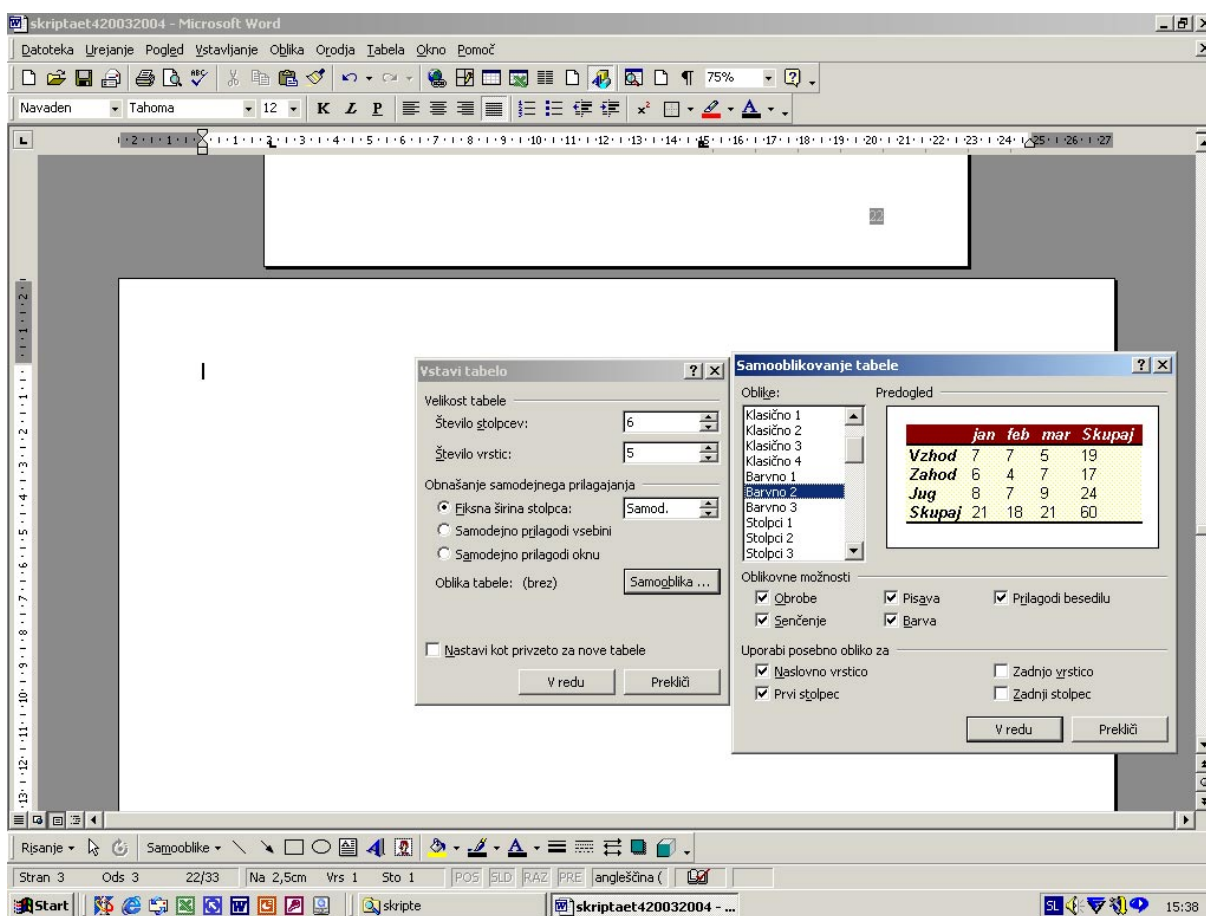
5.4 Osrednji del

Navedla bom nekaj praktičnih problemov, ki se v seminarskih nalogah velikokrat pojavljajo. Rešitve oziroma napotki za izdelavo so ustaljeni, lahko pa seveda problem rešite tudi drugače.

a) Recimo, da želite po nekaj pokončnih straneh vsebine obrniti list v ležeči položaj in na njem napraviti tabelo.

- ◆ najprej vstavimo prelom odseka in sicer na naslednji strani
- ◆ nato se postavimo na vstavljenno stran in določimo ležeč format lista z ukazom Datoteka, Priprava strani, Velikost papirja, A4, Ležeče, V redu
- ◆ na koncu strani bomo ponovno vstavili prelom iste vrste kot je bil ta in format lista takoj po prelomu popravili nazaj na pokončnega
- ◆ vstavimo tabelo s štirinajstimi vrsticami in šestimi stolpci. Prva vrstica bo namenjena naslovom posameznih stolpcev, zadnja pa seštevkam po stolpcih. Temu primerno bomo tudi izbrali obrobe, pisavo in izjemoma tudi ozadje celic v tabeli.

Izberemo ukaz


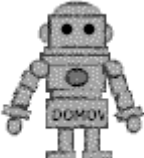
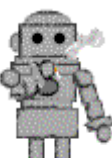
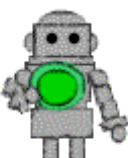
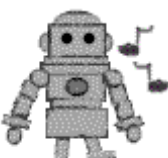


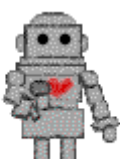
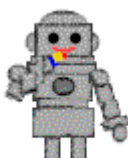
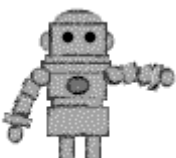

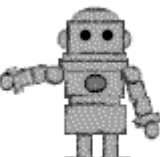
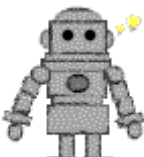
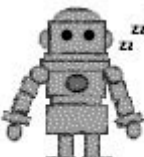

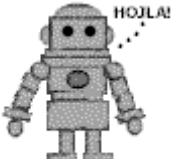
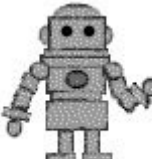


Tabela, Vstavi, Šteilo stolpcev: 6, Število vrstic: 14, Samooblika: eno od oblik izberemo, V redu, V redu. Opomba: preverite številčenje strani na ležeči strani!

Uporabljena tabela prikazuje del bilance stanja v poslovnem načrtu podjetja Illmatic 2000 in je narejena v urejevalniku besedil. Take tabele so tudi lep primer, ko lahko uporabimo program za preglednice Microsoft Excel.

Tabelo vidite na naslednji strani.

Na tej strani pa sem izbrala primer tabele s slikami, ki je iz raziskovalne naloge Od papirne do elektronske oblike časopisa.

Pregled vseh robotkov po poglavjih		
	delo	domov
		
droge	moda	glasba
		
horoskop	intervju	ljubezen
		
kozmetika	naprej	naredi sam
		
nazaj	razvedrilo	sanje
		
oiv	uvod	zaključek

6. Ekonomika poslovanja

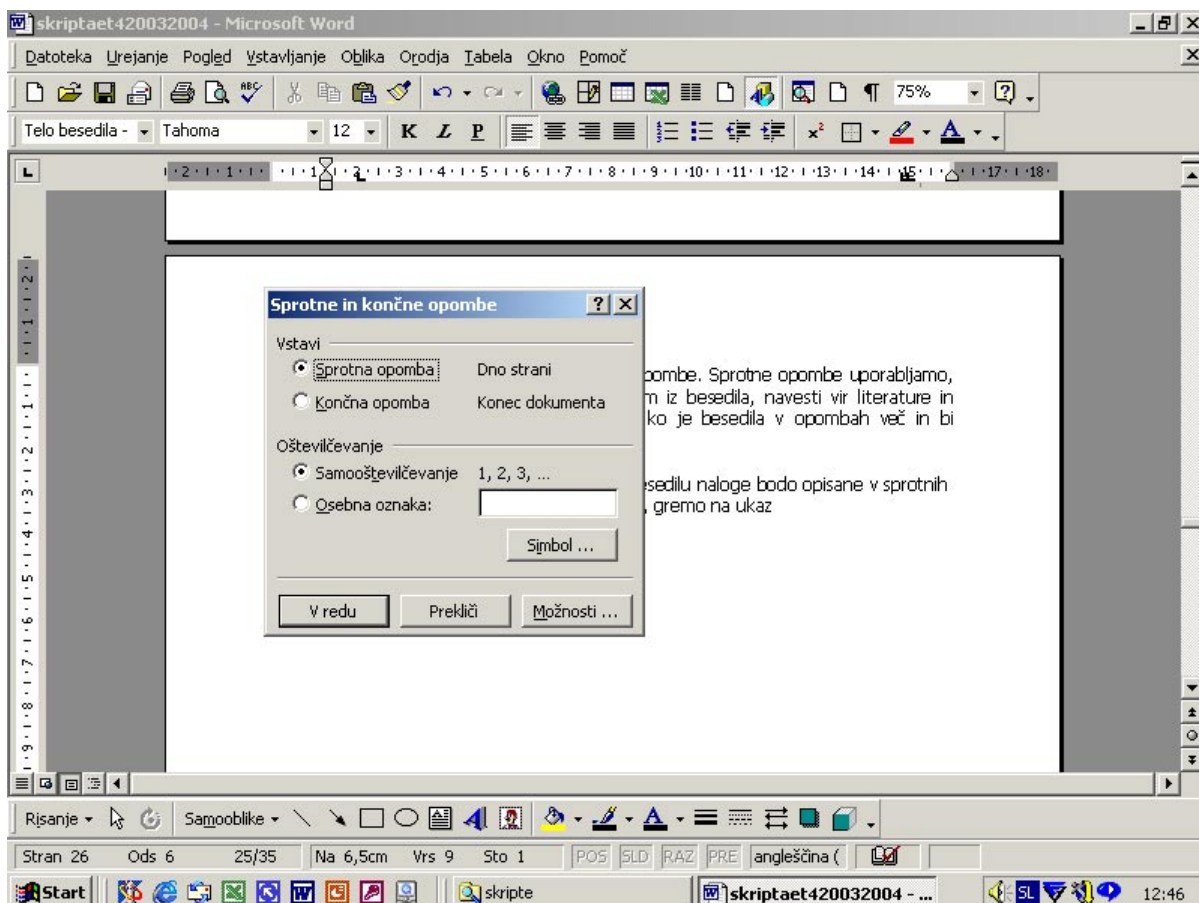
6.1 Bruto dobiček in operativni dobiček

Mesec	TR (euro)	VC (euro)	FC (euro)	TC (euro)	Dobiček
1.	105600	103674	1921	108201	-2601
2.	105600	106463	1921	108384	-2734
3.	135300	136252	1921	138173	-2873
4.	135300	136305	1921	138226	-2926
5.	143000	136305	1921	138226	4774
6.	150700	136305	1921	138221	12489
7.	150700	136290	1921	138131	12569
8.	150900	136210	1921	138131	12769
9.	150950	136210	1921	138131	12819
10.	151000	136210	1921	138131	12869
11.	151000	136190	1921	138111	12889
12.	151100	136190	1921	138111	12989
Skupaj	1681200	1575115	23052	1598167	83033

Tabela: Prikaz nekaterih kategorij za prvo leto poslovanja po mesecih

Med besedilom želite vstaviti sprotne opombe. Sprotne opombe uporabljamo, če želimo natančno pojasniti nek pojem iz besedila, navesti vir literature in podobno, predvsem v tistih primerih, ko je besedila v opombah več in bi besedilo motilo potek branja.

Najprej se odločimo, katere besede v besedilu naloge bodo opisane v sprotnih opombah. Postavimo se za prvo besedo, gremo na ukaz



Vstavljanje, Sprotne opombe, Sprotna opomba, Samooštevilčenje, V redu.

Za našo besedo se pojavi majhna dvignjena številka 1, ta ista številka pa se pojavi tudi na dnu strani. V posebej pripravljen prostor na dnu strani pišemo opis opombe.

Nadaljujemo po enakem postopku, številke opomb se bodo posodobile samodejno.

Na eni strani ni priporočljivo uporabljati preveč sprotnih opomb, saj se lahko zgodi, da je opomb več, kot je ostalega besedila.

Na naslednji strani najdete primer sprotnih opomb, v katerih je navedena literatura. Primer je iz naloge Združevanje podjetij (na primeru Abake in Banke Vipa).

2. TEORIJA PREVZEMOV PODJETIJ

Povezovanje gospodarskih družb vzbuja veliko pozornosti ne samo gospodarske, temveč celotne slovenske javnosti. Povzročajo velike spremembe, ki se kažejo ne samo na gospodarskem, ampak tudi na socialnem, družbenem in političnem področju in posredno vplivajo skoraj na vsakogar izmed nas. Vsak izmed nas lahko pričakuje, da bo v delovni dobi udeležen v vsaj eni, če ne v dveh povezovanjih.

2. 1. OBLIKE ZDRUŽEVANJA IN PREVZEMOV PODJETIJ

Pravniki ločijo prevzeme glede na število in status pravnih oseb, ki ostanejo po prevzemu. Če iz več pravnih oseb nastane le ena, govorijo o združitvi, ne glede na to, ali je bil prevzem prijazen ali ne. Pri ekonomistih izraz združevanje največkrat pomeni obojestransko želeno povezovanje, medtem ko prevzem pojmujejo kot nezaželeno, tudi sovražno obliko ponudbe za odkup delnic.

Znotraj splošne kategorije prevzema ločimo¹

- združitve (spojitve in pripojitve) in
- prevzeme (z odkupom delnic, z odkupom premoženja).

O združitvi govorimo takrat, kadar iz dveh ali več podjetij nastane eno samo, pri čemer velja spojitev za zahtevnejšo obliko povezovanja podjetij, pri kateri iz dveh podjetij nastane novo podjetje, prvotni podjetji pa prenehata obstajati. Pripojitev je oblika združevanja podjetij, pri kateri eno podjetje pripoji drugo, pri čemer pripojeno podjetje preneha obstajati ali deluje naprej kot podrejeno hčerinsko podjetje podjetja, ki ga je pripojilo.

Prednosti združitvev podjetij so: enostavni prenos lastništva nad premoženjem podjetja; z združitvijo »izrinemo« manjšinske delničarje, ki nasprotujejo združitvi; možnost povratne združitve, ko se zaradi problematičnosti prenosa dela premoženja, pravic ali pogodb prevzemnik odloči, da bo po združitvi preživelo ciljno podjetje². Slabosti so: podjetje prevzame vse znane in neznanе, sporne in nesporne obveznosti ciljnega podjetja; sklicati moramo skupščino delničarjev obeh podjetij in pridobiti večino glasov za odobritev transakcije (2/3); s tem izgubimo čas in pridobimo stroške.

Prevzem podjetja z odkupom delnic pomeni nakup zadostnega števila ali celo vseh delnic z glasovalno pravico neke odprte delniške družbe neposredno od delničarjev z namenom pridobiti potrebno število delnic – glasov, ki kupcu zadoščajo za prevzem nadzora nad podjetjem³.

Prednosti so: če je malo delničarjev je to najenostavnejša oblika prevzema; ciljno podjetje se največkrat ne spremeni, zato nima nobenih problemov s sklepanjem novih pogodb; prevzemnik ne prevzame vse odgovornosti za poravnavo obveznosti ciljnega podjetja; ni treba sklicati družine

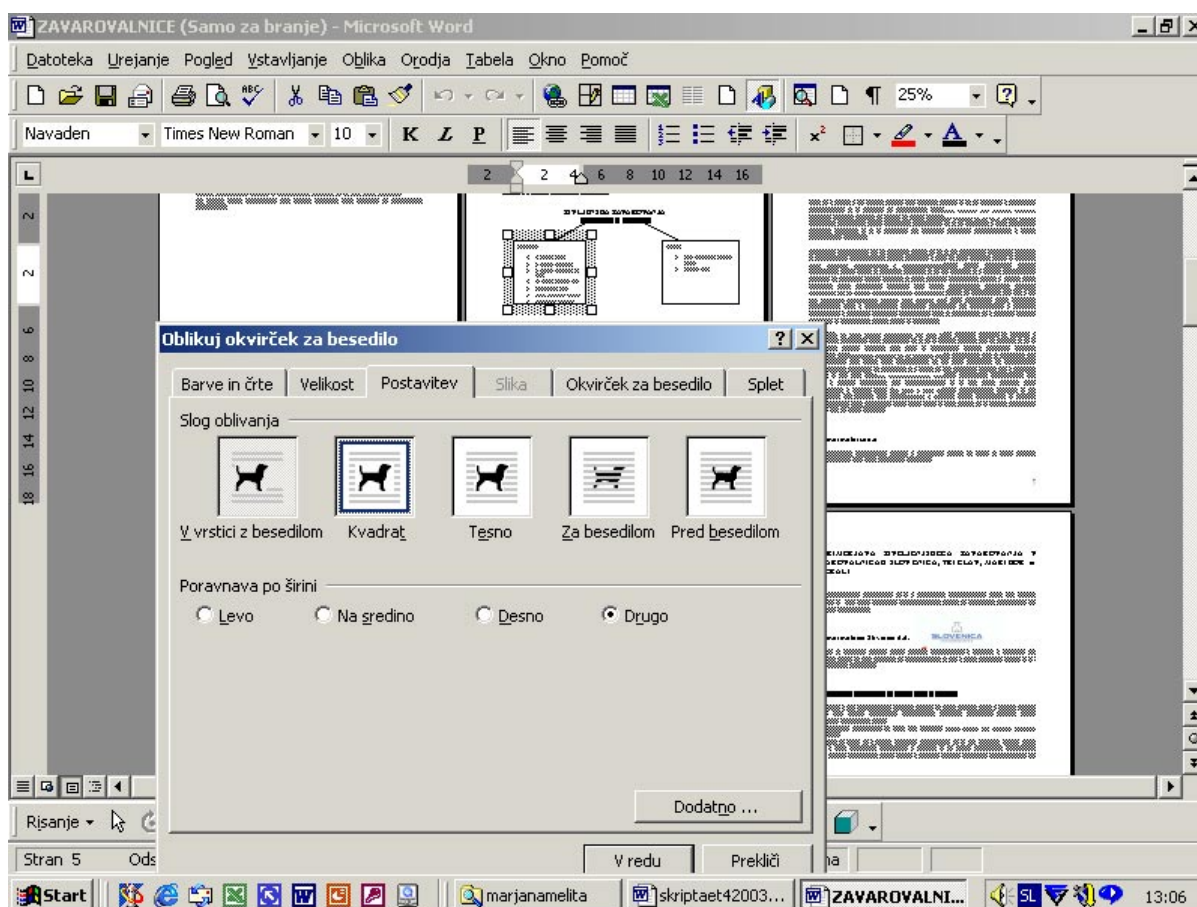
¹ Bešter, Prevzemi podjetij, 1996, str. 29

² Bešter, Prevzemi podjetij, 1996, str. 34

³ Bešter, Prevzemi podjetij, 1996, str. 31

d) Med besedilom želite uporabiti sliko, ki je sestavljena iz preprostih samooblik, diagramov ali pa risb in sličic drugega izvora (recimo Clipart, skenirane fotografije in podobno). Imate več možnosti:

- ◆ da sliko postavite razprto med dve vrsti ali pa tako, da poteka besedilo ob sliki v obliki kvadrata. V tem primeru sliko vstavite ali jo narišete in oblikujete, poskrbite za to, da vse njene dele združite (desni klik na sliko, Združevanje, Združi) in določite postavitev slike z ukazom (desni klik na sliko), Oblikuj sliko (ali okvirček za besedilo), Postavitev, Kvadrat, V redu.



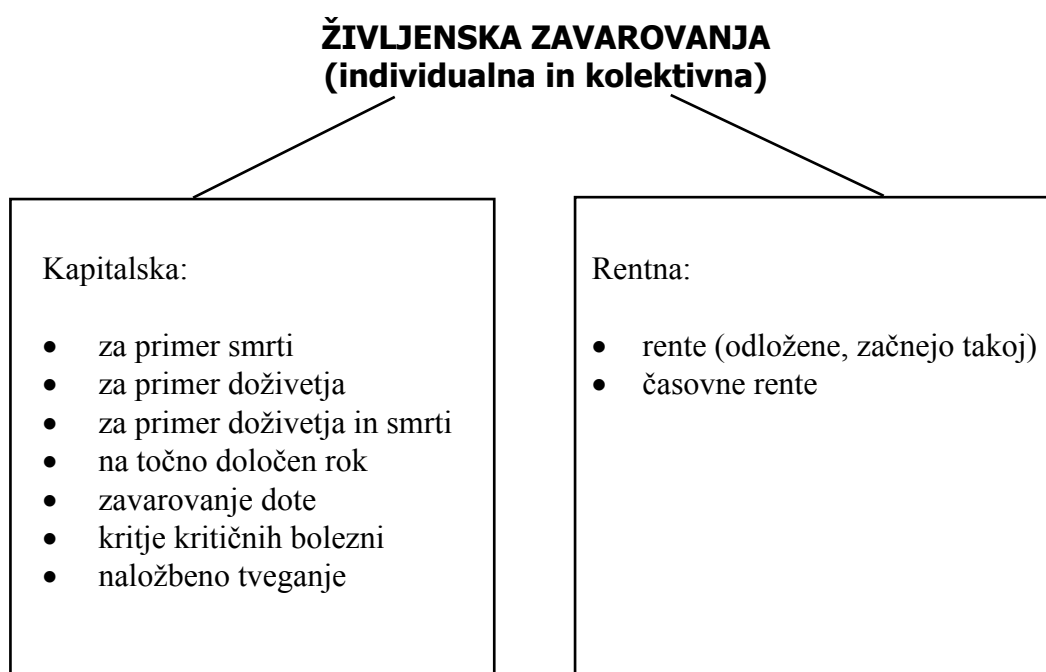
Primer na naslednji strani kaže samoobliko, ki je sestavljena iz daljic in okvirčkov za besedilo. Ker je samooblika malce večja, je postavitev v kvadrat enaka razprti postavitvi, saj levo in desno od samooblike ni prostora za razporejanje besedila. Če bi samoobliko pomanjšali, bi kvadrat bilo možno postaviti. Primer je iz naloge Primerjava življenjskega zavarovanja.

2. ŽIVLJENJSKO ZAVAROVANJE

Življenjsko zavarovanje je najbolj raznovrstno in prilagodljivo izmed vseh vrst zavarovanj. Pri življenjskem zavarovanju se ravno tako porazdelijo finančno neugodne posledice po določeni skupini. Smrt oziroma življenje se žal, ali pa k sreči, ne da porazdeljevati.

Življenjsko zavarovanje v Sloveniji s spreminjanjem socialne varnosti vse bolj pridobiva na veljavi.

Tabela 1 – Delitev življenjskih zavarovanj



2.1. Funkcija zavarovanja

Zavarovanje je dejavnost, ki ustvarja možnost in zagotavlja gospodarsko varnost, v primeru zavarovalnih škodnih dogodkov.

Zavarovalnica si zagotavlja varnost z zbiranjem zadostnih finančnih sredstev, ki pa jih istočasno tudi nalaga pod ugodnimi pogoji. Pri tem upošteva predvsem načeli varnosti in likvidnosti, kar pomeni, da so sredstva naložena pri malo nižjih donosih, a so ves čas na razpolago ob največji meri varnosti. Smisel zavarovanja je, da se z zavarovanjem razdrobijo in razdelijo nevarnosti v času in prostoru.

2.2. Zgodovinski razvoj življenjskega zavarovanja

Prvi začetki življenjskega zavarovanja segajo v čas pred našim štetjem. Po egipčanskih epitafih sodeči, so že v starem Egiptu, okoli leta 4500 pred našim štetjem, tedanji kamnoseki organizirali v neko vrsto združenja, skrbeli za pokop svojih članov.

- e) Sliko ali samoobliko želite postaviti za besedilo. Tak način postavitve uporabljamo za posebne učinke. Slika mora biti zelo svetla, ali pa na temno sliko pišemo s svetlo pisavo.

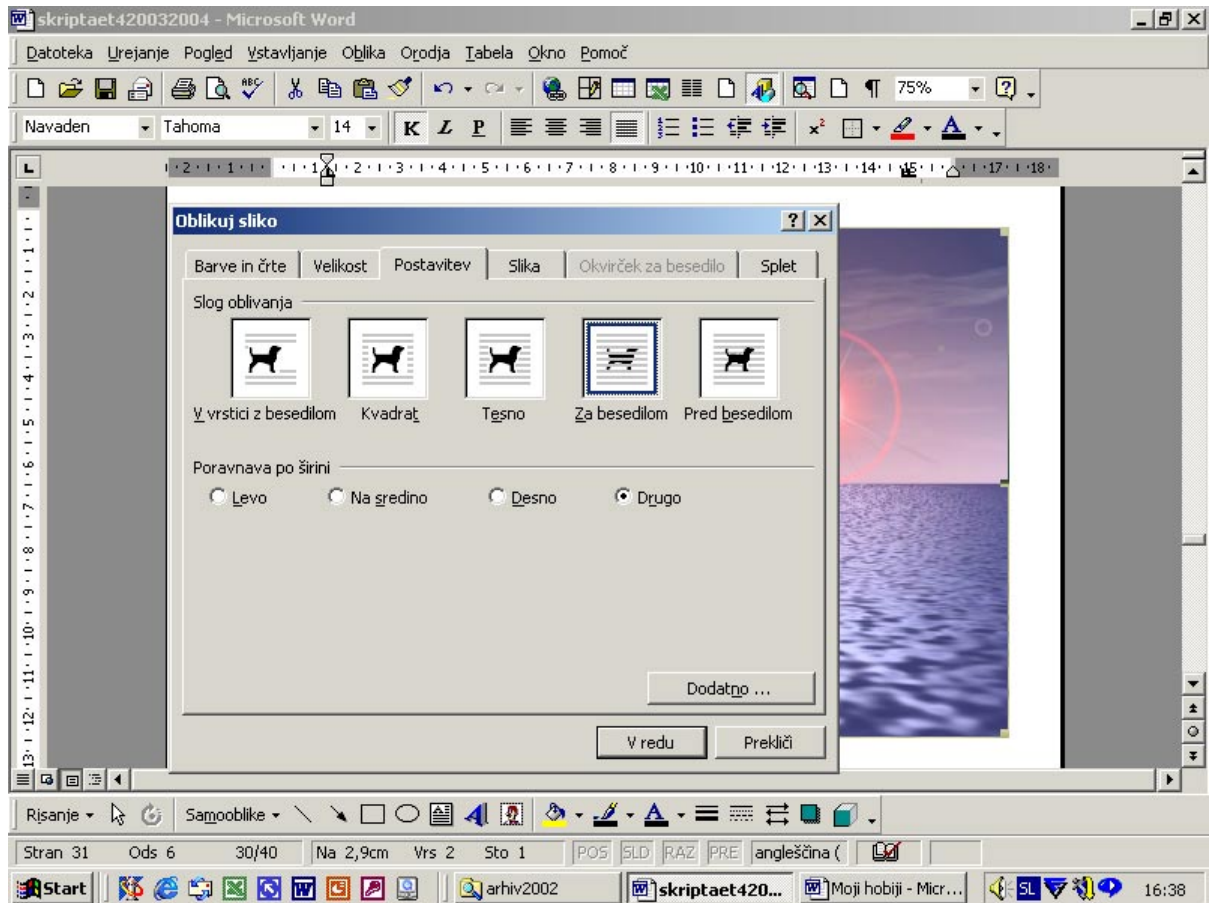
Najprej napišete besedilo in ga oblikujete.

Nato se postavite na konec besedila in vstavite sliko, ki ste jo shranili v svojo mapo z ukazom Vstavljanje, Slika, Iz datoteke, v ustrezni mapi poiščete ime slike in rečete V redu.

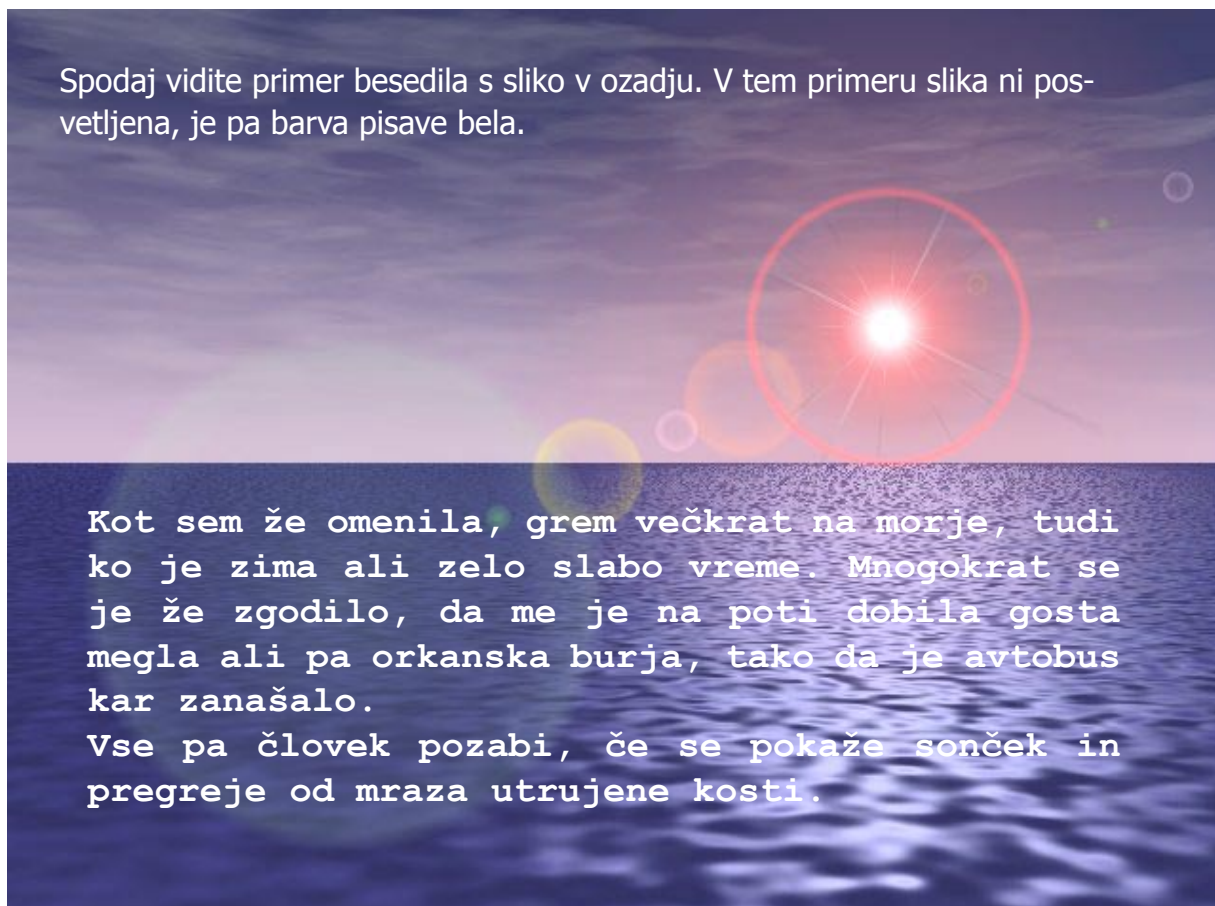
Sliko označite z desnim gumbom na miški in označite ukaz Oblikuj sliko, Postavitev, Za besedilom, V redu.

Nato sliko premaknete tako, da je postavljena za besedilo.

Po potrebi jo posvetlite. Ukaz za posvetlitev se nahaja v Oblikuj sliko (desni klik!), Slika, Svetlost, pomaknete jeziček na desno od 50%, V redu.



Spodaj vidite primer besedila s sliko v ozadju. V tem primeru slika ni posvetljena, je pa barva pisave bela.



Kot sem že omenila, grem večkrat na morje, tudi ko je zima ali zelo slabo vreme. Mnogokrat se je že zgodilo, da me je na poti dobila gosta megla ali pa orkanska burja, tako da je avtobus kar zanašalo.

Vse pa človek pozabi, če se pokaže sonček in pregreje od mraza utrujene kosti.

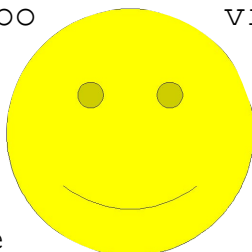
Samooblik ponavadi ne postavljamo za besedilo.

- f) Sliko ali samoobliko želite postaviti tesno v besedilo, kar pomeni, da se besedilo risbi prilega, kolikor se da.

Tako kot v prejšnjem primeru napišemo besedilo, narišemo samoobliko pod besedilom ali pa vstavimo sliko.

Nato označimo samoobliko ali sliko z desnim gumbom, Oblikuj sliko, Postavitev, Tesno, V redu. Sliko pomaknemo na željeno mesto v besedilo.

Kot sem že omenila, grem večkrat na morje, tudi ko je zima ali zelo slabo vreme. Mnogokrat se je že zgodilo, da me je na poti dobila gosta megla ali pa orkanska burja, tako da je avtobus kar zanašalo. Vse pa človek pozabi, če se pokaže sonček in pregreje od mraza utrujene kosti.

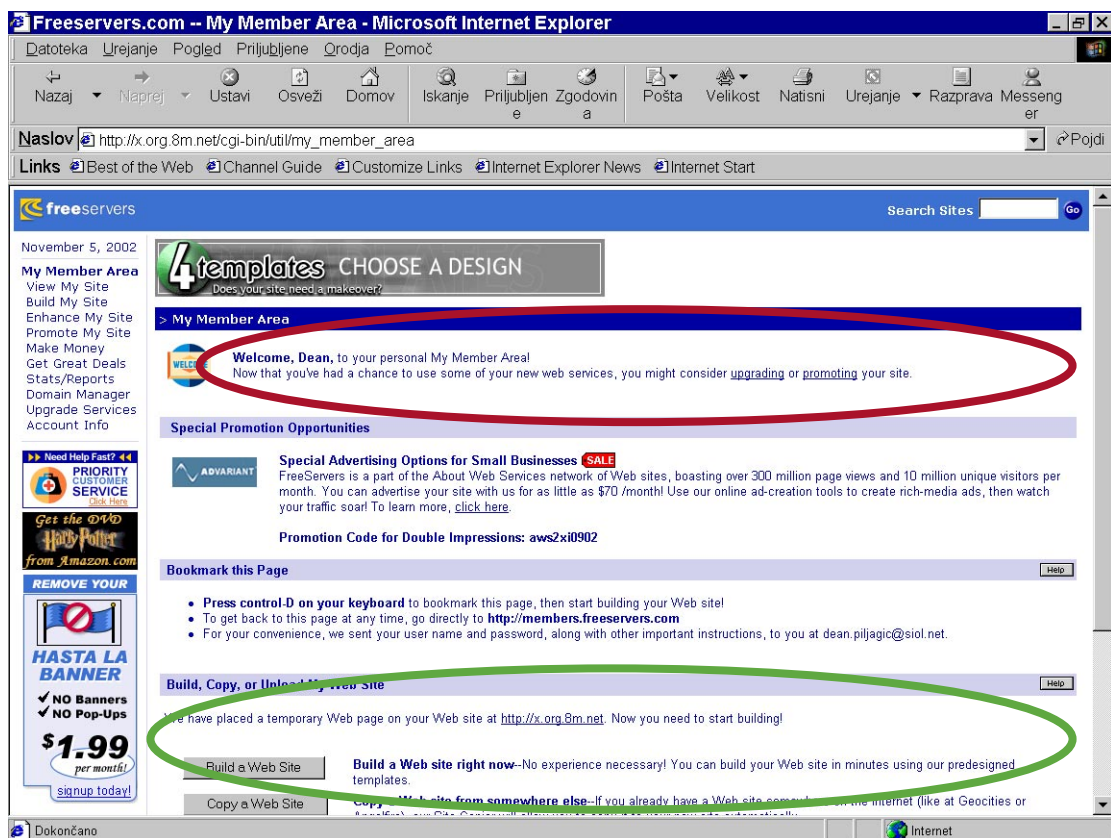


Podobne ali enake ukaze uporabljamo tudi za grafe in posnetke zaslonov, le da se v tem primeru izogibamo postavitvi grafa ali posnetka za besedilo.

- g) Posnetek zaslona uporabljamo predvsem, ko gre za razlago postopka, tako kot recimo v tem gradivu. Lahko pa uporabljamo posnetek spletne strani, ki jo želimo uporabiti kot primer v svoji nalogi.

Posnetek zaslona napravite tako, da si najprej uredite zaslonsko sliko, po možnosti raztegnete okno čez ves zaslon. Nato pritisnete tipko Prt Sc (=Print Screen) in prilepite posnetek na list na ustrezno mesto.

Spodaj vidite primer posnetka zaslona iz seminarske naloge Kako objaviti spletno stran. Na posnetek so dodane še samooblike. Če boste tudi vi dodajali samooblike, pazite na postavitev. Samoobliko postavite pred besedilo, če pa še to ni dovolj, pa v ospredje (desni klik na smoobliko, Oblikuj sliko, Postavitev, Pred besedilo, V redu, ali pa Vrstni red, Postavi v ospredje).



Slika 5
MEMBER'S AREA
VIR: <http://x.org.8m.net>

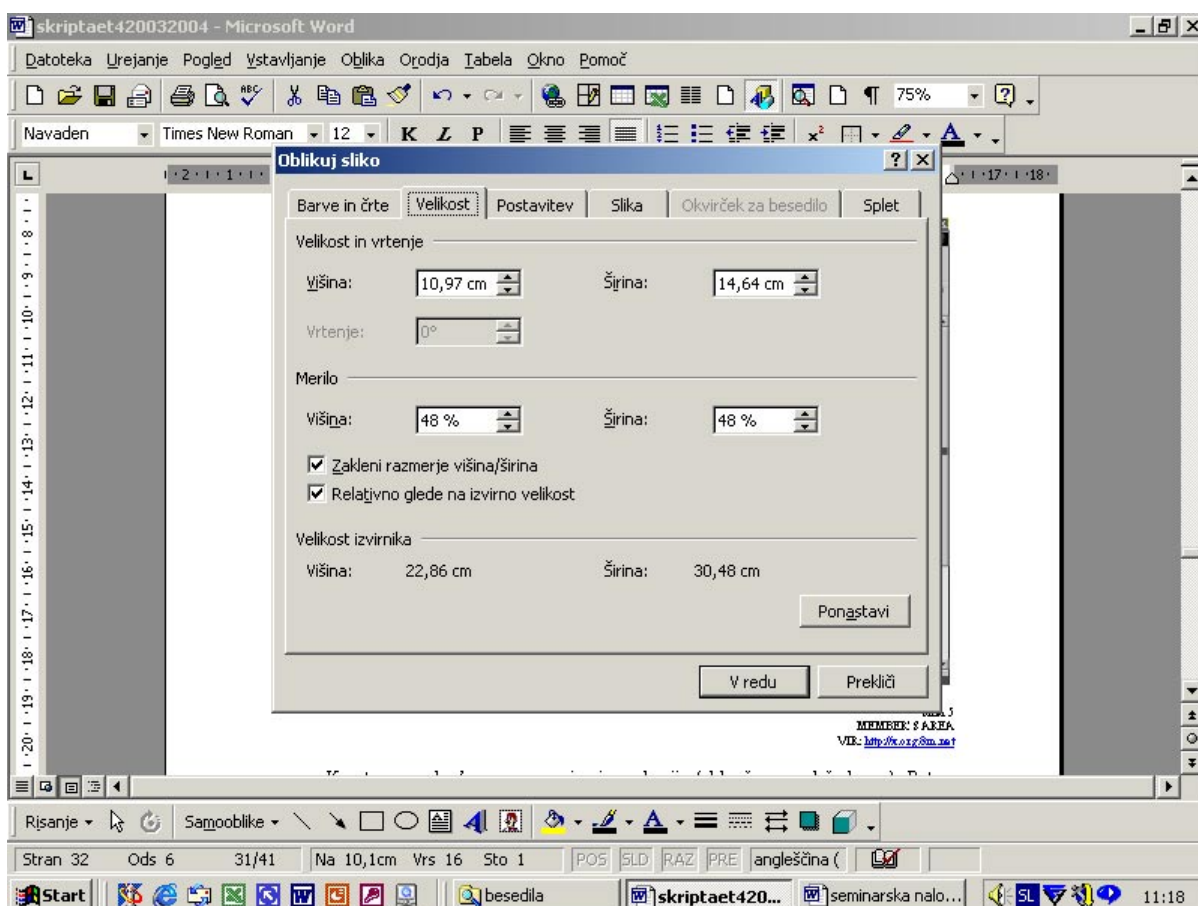
Ko ste v member's area, vas najprej pozdravijo (obkroženo z rdečo barvo). Potem izberete rubriko Build, Copy, or Upload My Web Site. Tam izberete gumb copy a web site, če ste spletno stran že prej naredili (obkroženo z zeleno barvo). Od tam naprej pa vas vodi uporabniku prijazen program...

Pazite tudi, da boste samooblike združili.

- h) Kar se tiče velikosti slik, lahko velikost zelo natančno določite z desnim klikom na sliko, Oblikuj sliko, Velikost slike, v predalček Višina vpišete velikost po želji (širina se bo spremenila sama), vendar pazite, da bosta kljukici pred Zakleni razmerje višina, širina ter Relativno glede na izvirno velikost, označeni. S tem namreč ohranite prvotno podobo slike, tudi če jo pomanjšate.

Ne uporabljamo:

povečev slik, risb, fotografij, grafov, posnetkov zaslona!



Če imate slik več, raje uporabite tabelo, saj s tem dosežete večjo preglednost. Upoštevajte tudi, da grafične dodatke ponavadi vstavljamo na koncu dela, ko imamo besedilo že napisano.

Prispeli smo do konca vsebinskega dela, ki ga ponavadi tudi zaključimo z ustreznim stavkom ali odstavkom, tako da dobimo zaključeno celoto. Medtem pa že premislimo, kaj bomo zapisali v zaključku, s katerim se bomo ukvarjali v naslednjem razdelku.5.5

Zaključek

Oglejte si primer enega od zaključkov, ki je iz raziskovalne naloge na rednem izobraževanju

PRIMER TESTA OBJEKTIVNEGA TIPA PREKO INTERNETA ZA POUK ZGODOVINE
(NA SREDNJIH STROKOVNIH ŠOLAH)

in je zadosti zgovoren.

3. ZAKLJUČEK

Pri izdelavi kontrolnih nalog sva se srečali z mnogimi težavami. Največji problem nama je najprej predstavljalo zbiranje podatkov oziroma kako selekcionirati podatke, ki bi bili za reševalca zanimivi. V nadaljevanju sva najprej dodobra morali spoznati program Front Page Editor, v katerem dosedaj še nisva delali. Kljub težavam in veliki porabi časa, sva pri izdelavi teh nalog spoznali stvari in pojme, za katere doslej nisva vedeli. Bodisi s področja računalništva bodisi s področja zgodovine.

Vedno več didaktičnih učnih pripomočkov je na voljo v elektronski obliki, torej na CD-ROMIH, na disketah, na internetu. Zato je prikaz izdelave in uporabe testov še dodaten prispevek k tem pripomočkom.

Mogoče bodo že otroci naše generacije uporabljali izobraževanje na daljavo kot del svojega vsakdanjika. Pri tem bodo morali svoje znanje na nek način tudi preverjati. Testi različnih oblik jim bodo pomagali, da skoraj skozi igro osvojijo osnovne pojme nekega predmeta. Že sedaj pa je možno elektronski način učenja in preverjanja znanja uporabljati pri različnih predmetih, ki sicer z uporabo računalnika še pred časom niso imeli nobene zveze.

5.6 Literatura in viri

Primer je izbran iz raziskovalne naloge na rednem izobraževanju Reka Ljubljana na spletni strani in vsebuje skoraj vse pomembne navedbe, ki jih boste tudi Vi potrebovali.

Najprej so našteje knjige, nato članki iz revij in časopisov, nato pa še video posnetek in spletna mesta. Upoštevati morate, kdaj pišemo s krepko pisavo (samo priimki avtorjev) in kam postavljamo katera ločila.

5.7 Priloge

Prvi primer priloge sem izbrala iz seminarske naloge na rednem izobraževanju Kako objaviti spletno stran. Priloga je v tem primeru izpis lastne spletne strani (v tej skripti samo uvodna stran spletne strani). Najdete jo po strani z literaturo.

Drugi primer priloge je iz naloge Ponudba storitev za mlade v NLB. Prilog je več, natisnila sem samo prvo in del druge.

3 LITERATURA IN VIRI

Gosar, A., Jeršič, M. (1995): Slovenija. Mladinska knjiga, Ljubljana, 648 strani
Habič, P., Rode, J. (1988): Vrhnika. Društvo Konzervator, Vrhnika, 92 strani
Janež, S., Kolar, J. (1993): Ljubljana z okolico. Zavod RS za šolstvo in šport, Ljubljana, 203 strani
Kmecl, M. (1987): Zakladi Slovenije. Mladinska knjiga, Ljubljana, 331 strani
Mihelič, B., Sever, B. (1996): Ljubljana in okolica. Pomurski tisk, Murska Sobota, 245 strani
Šifrer, T. (1988): Svet ob Savi. Mladinska knjiga, Ljubljana, 32 strani

Avsenik, Ž., Jankovič, M., Jazbinšek, N., Losse, A., Notar, M., Piltaver, A.: Okolje v Mestni občini Ljubljana (2000), September 2000, str. 20-39, str. 46-51
Podlogar, A.: Sodobni povodni mož. Dnevnik (2000), 19. oktober, str. 43.
Kladnik, D.: Oživiljena pot Jazonovih argonavtov. Dnevnik (2000), 19. oktober, str. 42.
M.B.: Sončen dan vabi na Barje. Slovenski delničar (2001), št. 49, str. 12.

Video posnetek

Hodalič, J., Jakša, L., Pervanje, J., Valič, A.: Ljubljanica, reka, ki izginja. (1995), I, II, III, IV, Produkcija E – NET d. o. o. TV Slovenija

Spletna mesta

<http://itc.fgg.uni-lj.si/arh/plecnik/mostovi.htm>

http://www2.arnes.si/~ljzkovr3/slo/1_slo.htm

<http://slovenija.turistika.net/slike/cerknisko.htm>

<http://www.ljubljana.si/odkrivajmo/zgodovina/zgodovina.htm>

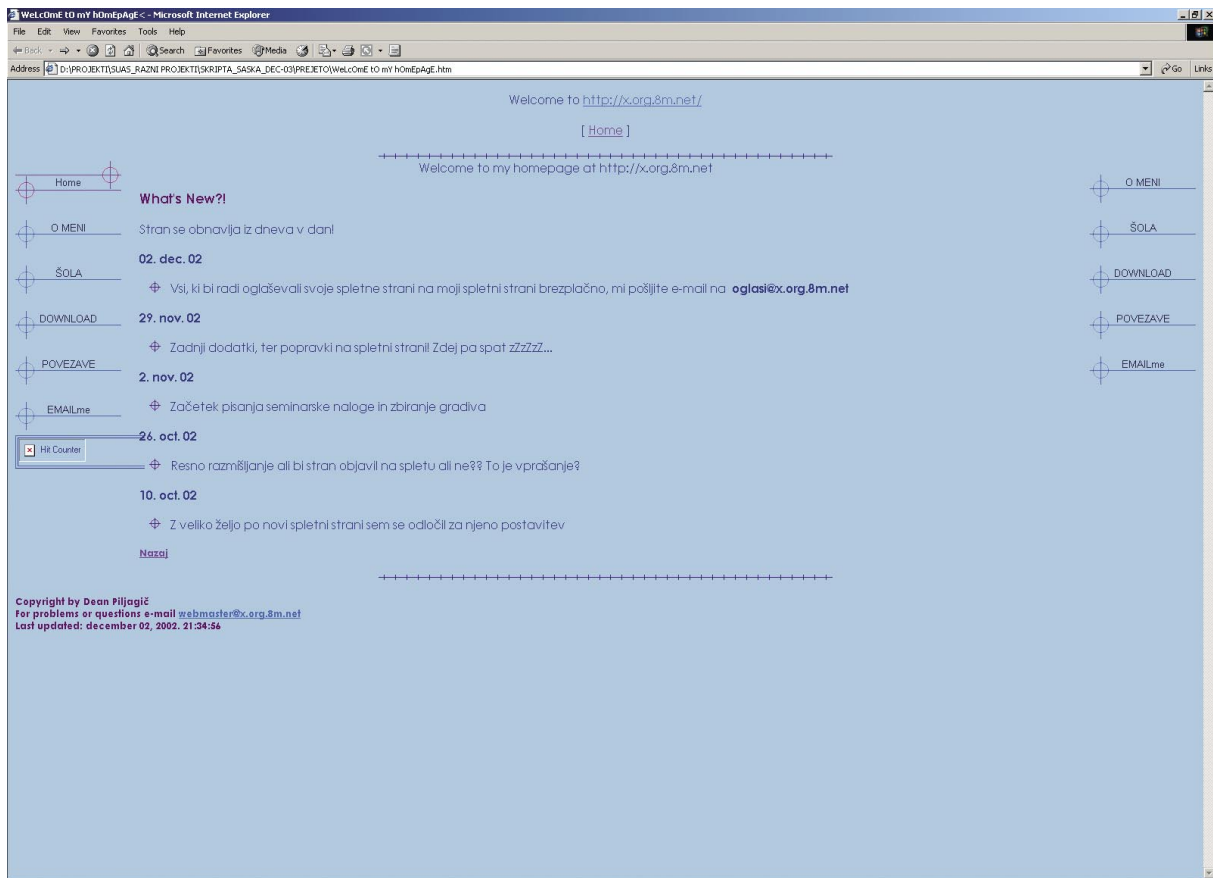
<http://www.ijs.si/expo98/slo/zakladi/vode-slovenije/ljubljanica.html-12>

<http://www.burger.si/ljubljana/mostovi>

<http://www.macromedia.com>

6. PRILOGA

Izpis spletne strani



9. PRILOGE

- A) Anketa**
- B) Grafična ponazoritev**
- C) Letaki**
- D) Pogodbe**

Priloga A)

ANKETA

1. ALI UPORABLJAŠ BANČNE STORITVE?

- a) DA
- b) NE

2. KATERO BANKO SI IZBRAL?

- a) NLB d.d.
- b) SKB d.d.
- c) NKBM d.d.
- d) GORENJSKA banka d.d.

3. STAROST

- a) do 18 let
- b) nad 18 let

4. KATERE BANČNE STORITVE UPORABLJAŠ?

- a) TOLI račun
- b) PRVI račun
- c) ŠTUDENTSKI račun
- d) ga ne uporabljam

5. ZAKAJ UPORABLJAŠ IZBRANO BANČNO STORITEV? Če si izbral več možnosti jih prosim rangiraj

- a) prihranek časa
- b) občutek samostojnosti
- c) vedno pri roki
- d) manjši stroški
- e) možnost limita

6. ALI UPORABLJAŠ KLIK?

- a) DA
- b) NE
- c) Ga ne poznam

7. ALI VARČUJEŠ V VALUTI EVRO?

- a) DA
- b) NE
- c) Drugo

8. KO GREŠ NA POTOVANJE ALI UPOR. KATERO OD NAŠTETIH STORITEV?

- a) POTOVALNI ČEKI
- b) NAKAZILA WESTERN UNION
- c) Drugo

9. ALI POZNAŠ NASLEDNJE STORITVE (OBKROŽI) ?

- | | | |
|--|----|----|
| a) Polnjenje računa mobilnega telefona | DA | NE |
| b) Teledom | DA | NE |
| c) Gotovinski pologi na bankomatih | DA | NE |
| d) Avtomatski odzivnik | DA | NE |
| e) SMS sporočila o stanju na TR | DA | NE |
| f) Drugo | | |

10. KATERE OD NJIH POGOSTO UPORABLJAŠ (naredi križec) ?

POGOSTO VČASIH NIKOLI

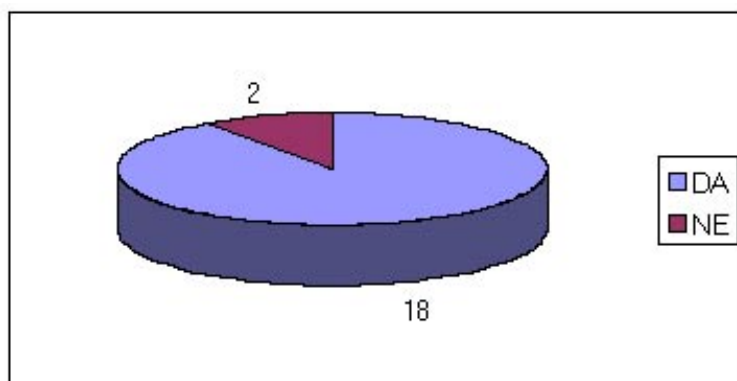
- a) Polnjenje računa mobilnega telefona
- b) Teledom
- c) Gotovinski pologi na bankomatih
- d) Avtomatski odzivnik
- e) SMS sporočila o stanju na TR
- f) Drugo

11. ALI POZNAŠ ŠE KAKŠNO DRUGO BANČNO STORITEV, KI NI BILA OMENJENA V TEJ ANKETI?

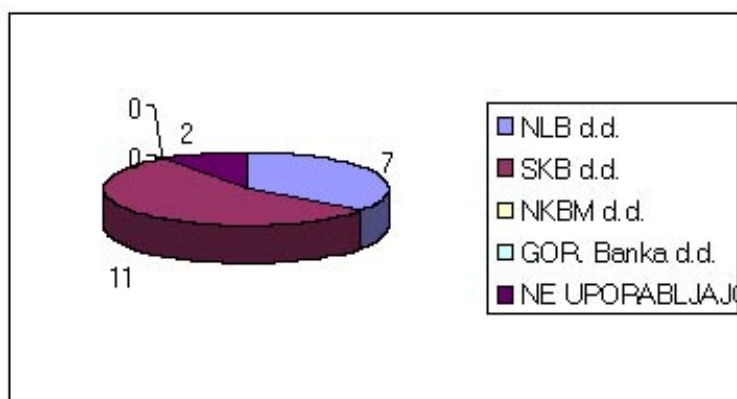
Priloga B)

GRAFIČNA PONAZORITEV ANKETE (do 18 let)

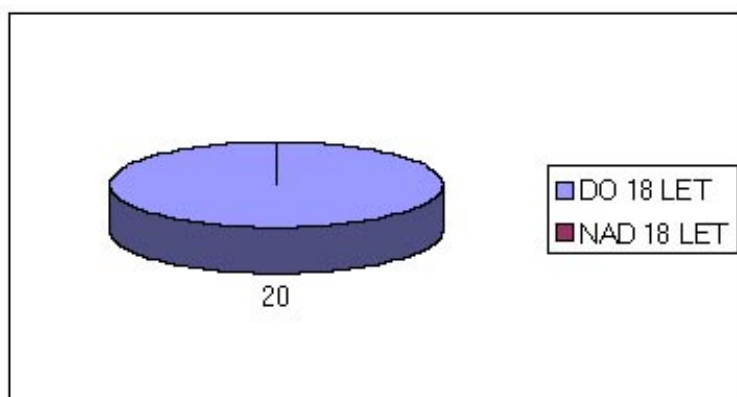
Vprašanje številka 1: Ali uporabljaš bančne storitve?



Vprašanje številka 2: Katero banko si izbral?



Vprašanje številka 3: Starost



6. Uporaba ostalih programov in pripomočkov

6.1 Uporaba programa Microsoft Excel

Prikaz podatkov s tabelo ali celo grafični prikaz podatkov z grafom je uporaben in tudi zelo pogosto uporabljan način pregledne in sistematične predstavitve neke snovi.

Najbolj pogoste so seveda računske tabele, v katerih poleg opisnega besedila nastopajo številski podatki različnih vrst, po možnosti pa so uporabljene tudi vgrajene ali sestavljene funkcije, ki številske ali besedne podatke urejajo po velikosti, številske podatke pa seštevajo, računajo povprečje, izračunajo odstotke ali pa izvedejo kakšno bolj zapleteno matematično in statistično operacijo.

Moj namen ni, da bi Vas ponovno učila, kako se tabelo sestavi in kako se jo ureja. Opozorila bi Vas le, da tabelo, graf ali oboje skupaj vestno shranjujete že znotraj Excela (tabelo-e v datoteko zvezek.xls).

Če nameravate tabelo in graf kasneje vključiti v besedilo, najprej označite, kateri del lista ali kateri graf boste prenesli iz Excela v Word. Z desnim gumbom na miški nato označite ukaz Kopiraj, poiščite mesto v Wordovem besedilu, kamor boste kopirano vsebino prenesli in z desnim klikom označite Prilepi. Ves čas imejte odprt Word in Excel, tako da lahko nemoteno skočite iz enega delovnega okna v drugega.

Še predno se lotite lepljenja, je pametno preveriti, koliko prostora imate še na tekoči strani v Vaši seminarski nalogi, saj obsežne tabele Word razdeli na več delov, če ni dovolj prostora.

Najbolje je, da se velikost tabele v Excelu prilaga (ali pa je manjša) velikosti papirja A4, pokončno ali ležeče, odvisno od potrebe. Nastavitev preveite, še predno boste tabelo v Excelu naredili. Take tabele ni težko prenašati v Word, sploh če si že pripravite prelom strani ali odseka in prilagodite format strani.

Na naslednji strani vidite primer tabele iz poslovnega načrta podjetja Go!Kart d.o.o., ki prikazuje še neizpolnjeno bilanco in sicer v Excelu in potem, ko je že vključena v besedilo.

V bistvu niti ne bi bilo nujno prenašati obsežne tabele v Word, sploh če jih nameravate uporabiti kot prilogo. Izpis tabel in grafov namreč v Excelu poteka brez problema.

XIII. PREGLEDNICE IN FINANČNI PRIKAZI

SREDSTVA (RAZEN DENARJA)	2800	4328	4157	4035	3913	3742	3650	3548	3327	3155	2983	2812	2640	2640	3070	2945	4390	5145
NEOPREDMETENA SREDSTVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA	2800	3328	3257	3185	3113	3042	2970	2898	2827	2755	2683	2612	2540	2540	2170	2145	1590	345
FINANČNE NALOŽBE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2000	4000
TERJATVE IZ POSLOVANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALOGE MATERIALA / TRGOVSKEGA BLAGA	0	1000	900	850	800	700	680	650	500	400	300	200	100	100	900	800	800	800
ZALOGE PROIZVODOV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DENAR	2700	281	434	537	640	793	924	1076	1348	1569	1791	2013	2234	2234	2269	2565	2639	3924
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	5500	4609	4590	4572	4553	4534	4574	4624	4674	4724	4774	4824	4874	4874	5339	5510	7029	9069
KAPITAL	5500	4609	4590	4572	4553	4534	4574	4624	4674	4724	4774	4824	4874	4874	4793	5130	6339	8598
OSNOVNI KAPITAL	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500
ZADRŽANI DOBIČEK	0	-891	-910	-928	-947	-966	-926	-876	-826	-776	-726	-676	-626	-626	-707	-370	839	3098
DOLG	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	546	380	690	470
OBVEZNOSTI IZ FINANCIRANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBVEZNOSTI IZ POSLOVANJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	546	380	690	470
BILANCA USPEHA																		
PRIHODKI POSLOVANJA	1640	1835	1835	1835	1835	1900	1910	1910	1910	1910	1910	1910	1910	22340	26220	32040	36360	39060
PROIZVAJALNI STROŠKI	153	172	172	172	172	178	178	178	178	178	178	178	178	2090	2165	2331	2540	2589
AMORTIZACIJA		72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	860	1070	1425	1455	1245
KOSMATI DOBIČEK IZ PRODAJE	1415	1591	1591	1591	1591	1650	1660	1660	1660	1660	1660	1660	1660	19390	22985	28284	32365	35226
STROŠKI PRODAJE		400	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	2050	1800	1800	1800	1800
STROŠKI UPRAVE		1906	1460	1460	1460	1460	1460	1460	1460	1460	1460	1460	1460	17966	18720	22220	23900	25400
DOBIČEK IZ POSLOVANJA		-891	-19	-19	-19	-19	40	50	50	50	50	50	50	-626	2465	4264	6665	8026
PRIHODKI FINANCIRANJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	160	320
ODHODKI FINANCIRANJA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DOBIČEK IZ REDNEGA DELOVANJA		-891	-19	-19	-19	-19	40	50	50	50	50	50	50	-626	2465	4264	6825	8346
IZREDNI PRIHODKI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IZREDNI ODHODKI		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DOBIČEK PRED DAVKI		-891	-19	-19	-19	-19	40	50	50	50	50	50	50	-626	2465	4264	6825	8346
DAVEK NA DOBIČEK		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	546	926	1616	2086
ČISTI DOBIČEK		-891	-19	-19	-19	-19	40	50	50	50	50	50	50	-626	1918	3338	5208	6259
BILANCA FINANČNIH TOKOV																		
DENAR KONEC OBDOBJA	2700	281	434	537	640	793	924	1076	1348	1569	1791	2013	2234	2234	2269	2565	2639	3924
ČISTI DOBIČEK		-891	-19	-19	-19	-19	40	50	50	50	50	50	50	-626	1918	3338	5208	6259
AMORTIZACIJA		72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	860	1070	1425	1455	1245
POVEČANJE DOLGA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	546	-166	310	-220
POVEČANJE KAPITALA (BREZ DOBIČKA)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-2000	-3000	-4000	-4000
POVEČANJE SREDSTEV (BREZ DENARJA)		1600	-100	-50	-50	-100	-20	-30	-150	-100	-100	-100	-100	700	1500	1300	2900	2000
DENARNI TOK		-2419	153	103	103	153	132	152	272	222	222	222	222	-466	35	296	74	1284

Pri uporabi večih grafov pazite, da boste zraven vstavili še ustrezno tabelo, sicer so podatki kljub oznakam na grafih lahko nepregledni.

Grafe tudi označujte in po potrebi navedite vire!

Prav tako pazite, da boste grafe razporedili smiselno glede na vsebino, vsekakor ne preveč na eno stran (povprečno 2-3 grafe na 1 stran, za manjše grafe tudi več).

Primer na naslednji strani je iz naloge Združevanje podjetij (na primeru Abanke in Banke Vipa). Ob grafih so tudi tabele z izvornimi podatki.

Tak način seveda ni potreben, če že pred besedilom naloge navajate točne podatke, ki jih potem uporabljate v grafu.

Najlažje je v primeru večih grafov uporabiti enostolpčno stran, za manjše grafe pa raje uporabite dva ali več stolpcev. Velikost grafov se bo pri lepljenju samodejno prilagodila glede na širino stolpca.

Dve strani naprej najdete primer besedila z razporeditvijo grafov v dva stolpca.

Katero vrsto grafa uporabljamo v katerem primeru? Če nizamo absolutne vrednosti podatkov (na primer temperature po mesecih, prodaja po mesecih ipd.), so primerni stolpčni grafi (2- ali 3-dimenzionalni), piramidni, stožčasti, valjni (ki v bistvu nadomestijo prizme iz stolpčnega 3-dimenzionalnega grafa). Včasih uporabimo tudi linearne grafe (2-dimenzionalne, kjer so točke povezane z daljicami in 3-dimenzionalne, kjer so točke povezane s trakovi).

Tortni in kolobarni grafi so primerni za relativno predstavitev podatkov, to je, da dve ali več količin primerjamo po udeležbi v deležu glade na celoto.

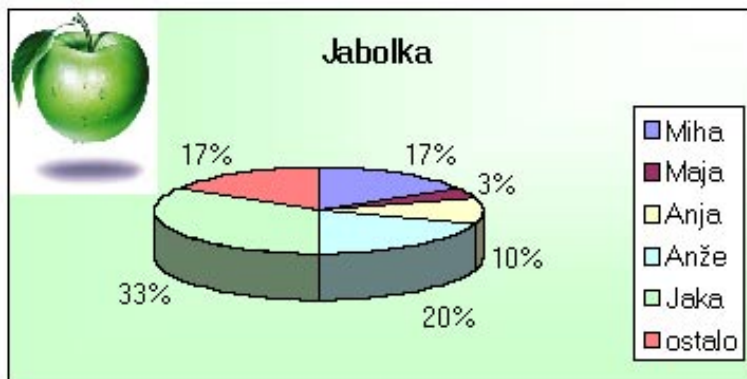
Lep primer za tortne ali kolobarne grafe je grafični prikaz podatkov z odstotki.

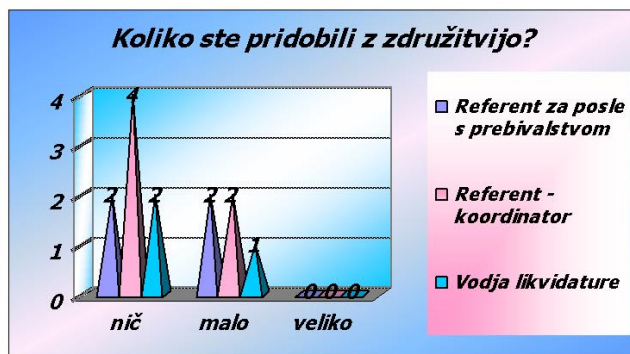
Ko boste uporabljali odstotkovne grafe, pustite, da odstotke izračuna Excel sam, sicer se Vam lahko zgodi, da se boste pred mentorjem pokazali v slabi luči. Računanje odstotkov namreč večini ljudi ni ravno domače.

Primer tabele v Excelu s podatki za tortni graf in samodejno izdelan tortni graf vidite spodaj. V čem je "hakelec"?

Imamo košaro s 30 jabolki. V tabeli vidite, koliko jabolok je pojedel vsak otrok.				
Miha	Maja	Anja	Anže	Jaka
5	1	3	6	10

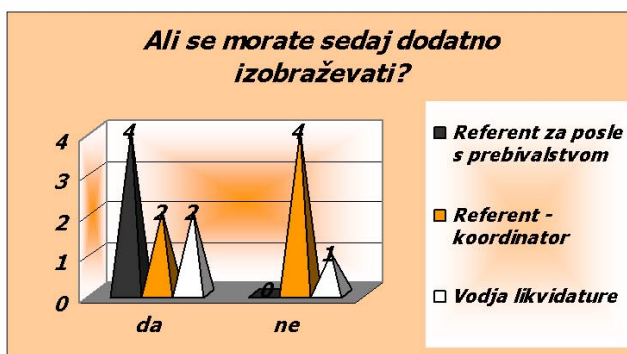
Količino pojedjenih jabolok predstavite v odstotkih s tortnim grafom!





Graf 16

	nič	malo	veliko	nič v %	malo v %	veliko v %
Referent za posle s prebivalstvom	2	2	0	50,0	50,0	0,0
Referent - koordinator	4	2	0	66,7	33,3	0,0
Vodja likvidature	2	1	0	66,7	33,3	0,0



Graf 17

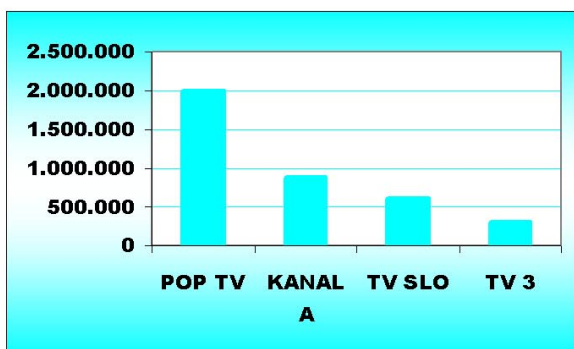
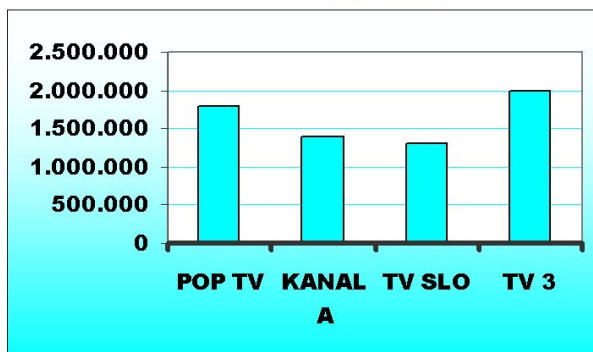
	da	ne	da v %	ne v %
Referent za posle s prebivalstvom	4	0	100	0,0
Referent - koordinator	2	4	33,3	66,7
Vodja likvidature	2	1	66,7	33,3

Recesija ne, stagnacija da

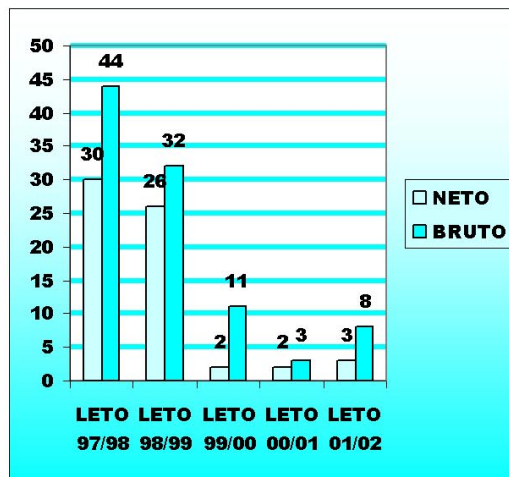
Po raziskavi Mediana IBO, ki je že osem let dela Inštitut za raziskovanje medijev, znaša ocenjena neto vrednost oglaševalske pogače za leto 2002 24,7 milijarde tolarjev in je v primerjavi z letom 2001 realno višja za približno 3 odstotke. Z upoštevanjem nekaterih specifičnosti letošnjih meritev, razloženih v nadaljevanju pa pridemo pravzaprav blizu čiste ničle.

Slovenski trg se je torej za zdaj izognil grozeči recesiji (lani poleti so nekateri že zagnali preplah), je pa že tri leta v precejšnji stagnaciji. Zelo počasi narašča tudi vrednost oglaševalskih vložkov na prebivalca, lani je znašala 55 evrov neto. Toliko torej v povprečju oglaševalci namenijo na leto vsakemu slovenskemu potrošniku, kar pa je še vedno manj kot v najrazvitejših državah. Nekaterim smo že blizu, za resnično najbogatejšimi, na primer Švico, še vedno zaostajamo za dva-do trikrat.

OGLAŠEVANJE NA TV 2002



RAST VREDNOSTI OGLAŠEVANJA 1997-2002



V primerjavi z zlatimi devetdesetimi v zadnjih letih slovenska oglaševalska pogača stagnira.

vir: Mediana IBO

Lani je imelo večje številke predvsem oglaševanje v revijah (zaradi pojava novih izdaj na trgu), pa tudi na televizijah (vendar samo na račun vnovičnega merjenja TV 3, brez njih bi ostalo na isti ravni). Po neto vrednostih so televizije v letu 2002 zavzele 43,3 odstotka oglaševalske pogače, dnevniki s prilogami 21,2 revije 20,6 zunanje površine pa 6,7 odstotka. Čeprav jih ne merijo so ocenili še vrednosti treh medijev: radia (7 odstotkov), interneta (0,6).

Na televizijskem trgu je lani presenetil Kanal A, ki je imel več oglaševanja kot oba programa nacionalne televizije skupaj – predvsem zaradi prenašanja svetovnega nogometnega prvenstva. V širših stolpcih je prikazan oglaševalski čas, v ožjih pa finančni izkupiček. Pop TV je še vedno krepko vodilna v bruto vrednosti oglaševanja, v času pa jo je prehitela TV 3, ki ima veliko oglaševanja za malo denarja.

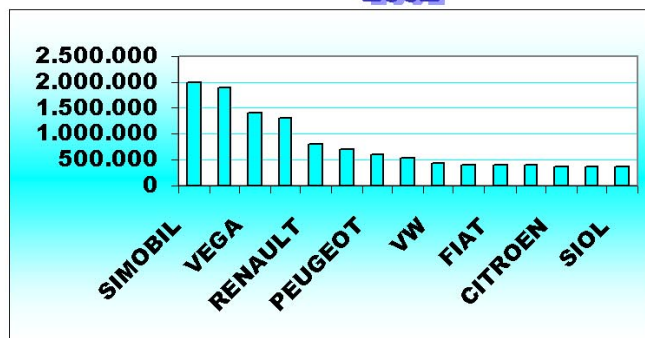
Agencije

po podatkih Marketing Magazina, ki vsako leto objavi pregled agencij (podatke sporočajo same), je na vrhu lestvice z največ prometa v letu 2002 agencija Pristop, sledijo pa S Team Ideas Grop, Mayer Grop (vse tri agencije so bile na istih mestih tudi lani), Futura DDB, Studio Marketing JWT, Luna TBWA, Formitas

BBDO, Tovarna vizij, Publicis Studio Pet, Votan Leo Burnett, Lowe Awanta in Agencija Imelda.

NAJBOLJ OGLAŠEVALNE DRUŽINSKE BZ GLEDE NA BRUTO VREDNOSTI OBJAV

2002



Lestvica najbolj oglaševalske družinskih blagovnih znamk v slovenskih medijih v letu 2002 – obarvani deleži pomenijo, koliko so namenili posamezni vrsti medija, številke na koncu pa uvrstitev v letu 2001

Petdeset največjih oglaševalcev v slovenskih medijih v letu 2002

1. Procter & Gamble, 2. Simobil, 3. mobilitel, 4. Reckitt Benckiser, 5. BDF Nivea, 6. Western Wireles International, 7. Henkel Slovenija, 8. Unilever, 9. Renault Slovenija, 10. Studio Moderna, 11. Laboratories Garnier, 12. Wrigley, 13. L'Oreal, 14. Porsche Slovenija, 15. Loterija Slovenije, 16. Peugeot Slovenija, 17. Telekom Slovenije, 18. Colgate Palmolive, 19. Krka, 20. AC Avto Triglav, 21. Johnson Wax, 22. Delo revije, 23. Mars, 24. Delo, 25. Kolinska, 26. Batagel & Co, 27. Lek, 28. Citroen Slovenija, 30. Siol, 31. Ferrero-East Europe Luxemburg, 32. Marvator, 33. Lineaflex, 34. Droga Portorož, 35. Danone, 36. Nova Ljubljanska banka, 37. Petrol, 38. Zavarovalnica Triglav, 39. Fructal, 40. Radenska, 41. Ljubljanske mlekarne, 42. Nestle, 43. Burda, 44. GlaxoSmithKline, 45. Spar Slovenija, 46. McDonalds, 47. Summit Motors, 48. Debitel, 49. Avtotehna Vis, 50. Hyundai Avto Trade.

Med najbolj oglaševalnimi izdelčnimi skupinami je prvo mesto zavzela mobilna telefonija (11 – odstotni delež), ki je kar za 3 odstotke prehitela tradicionalno močno skupino osebnih avtomobilov. Tretje je založništvo (5 odstotkov), sledijo finance (4) in farmacevtskih izdelkov multinacionalk: pralnih praškov (4), sredstev za nego las (4) in farmacevtskih izdelkov (2- odstotni delež. Dva odstotka imajo tudi brezalkoholne pijače in veleblagovnice, ki veliko več kot v klasične medije vlagajo v neposredno trženje (prospekti v nabiralnikih), ki ga Mediana ne meri.

Med prvo petnajsterico največjih oglaševalcev je še vedno največ multinacionalk, ki tržijo predvsem pralne praške, čistila, kozmetiko in druga sredstva za osebno nego. Te znamke večinoma večino denarja vložijo v televizijsko oglaševanje, druge pa uporabljajo tudi tiskane medije in zunanje plakate. Med posameznimi blagovnimi znamkami (eno podjetje ima namreč lahko več znamk) močno prevladujejo znamke mobilnih operaterjev: prvi je bil lani Simobil, drugi Mobitel, na tretjem mestu pa se je že prebila Vega (predlani deseta). Sledijo Nivea, Renault, Loreal, Peugeot, Telekom, Volkswagen, Ariel, Fiat, Dove, Citroen, Igea in Siol. Za več kot 200 odstotkov so lani povečali svoje oglaševanje podjetje Batagel & Co (sesalci in druga oprema za dom), Nike 8 zaradi nogometnega prvenstva), Western Wireless (Vega), Petrol (zaradi oglaševanja kurilnega olja) in Adriatic.

MATIC KOŠAK



Zakaj sponzoriramo 12. SOF

Andrej Hvalica, direktor Eurotrade Commerce: «Eurotrade Commerce kot ponudnik promocijskega blaga na slovenskem trgu z najstarejšo tradicijo sicer s svojimi pretežno uvoženimi izdelki res ne spada v tekmovalni del festivala, naša izrazito široka ponudba pa je nujni spremljevalec skoraj vsake oglaševalske akcije. Ponudba, ki letos na 418 straneh kataloga obsega vse, od drobnega promocijskega materiala do posebnih izdelkov, izdelanih po izrednih željah oglaševalskih idejnih snovalcev, je osnova, da že vrsto leto sodelujemo z uveljavljenimi oglaševalskimi agencijami in podjetji. Pierre Blamain, Marksman, Trendline, Appeal, US Basic, Mc Forsum, Centrix, Mont Blanc, Slazeneger in končno tudi Eurotrade so le nekatere blagovne znamke, ki našim partnerjem zagotavljajo kakovost. Odtod torej ideja o sponzoriranju SOF s »festivalsko torbico«, ki tokrat ni le to, ampak nahrbtnik, ki bo s svojo kakovostjo in trendovsko obliko svoj namen dosegal tudi še dolgo po festivalu.»

6.2 Skeniranje slik in obdelava slik v Microsoft Image Composerju

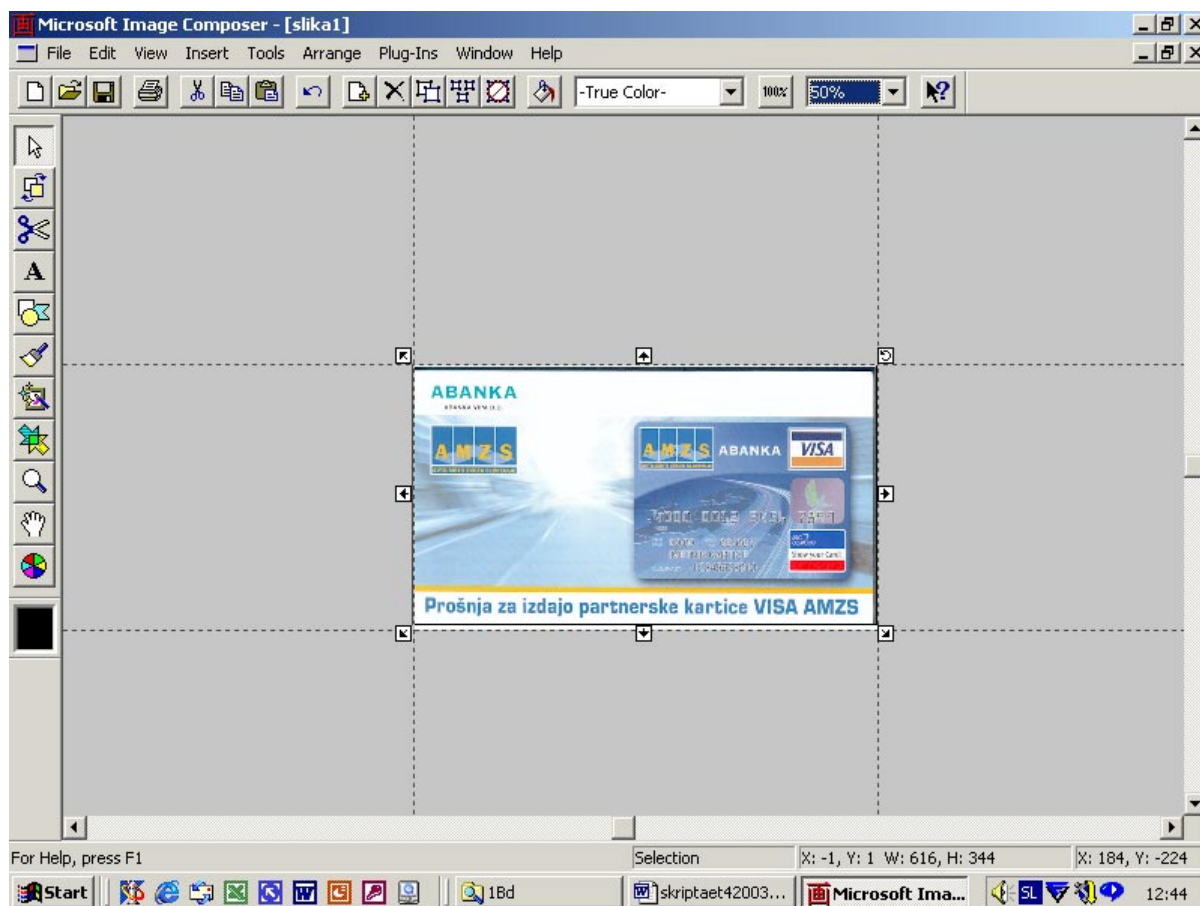
Najprej skenirajte (=optično preberite ali prečitajte, če bi izraz poslovenili, saj skener imenujemo optični čitalec) vse slike, ki jih nameravate uporabljati v nalogi. Pri skeniranju pazite, da boste slike shranjevali v svojo mapo s in s primernim formatom *.jpg ali *.gif. Ta dva formata namreč nista prezahtevna za shranjevanje in še vedno obdržita vse dobre lastnosti slike. Prvi je bolj pogost, predvsem, kadar gre za fotografije, letake, reklame...ipd. Shranjujte vedno na trdi disk!

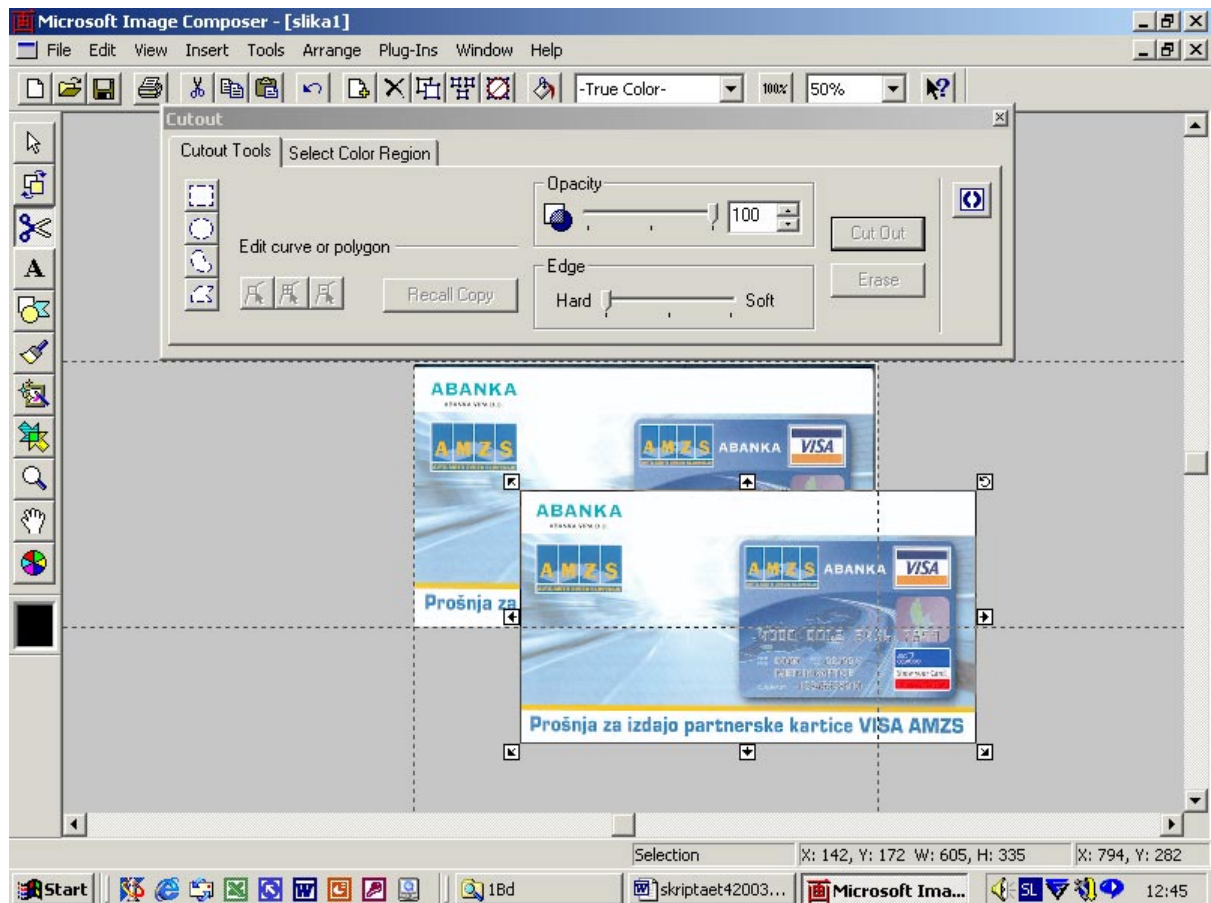
Ker je sam postopek skeniranja zelo odvisen od programske opreme, ki jo imate zraven skenerja, se na tem mestu ne bi ukvarjala s podrobnostmi. Za vsa vprašanja se lahko obrnete name.

Pri skeniranju se rado zgodi, da sliko nismo ravno položili v skener ali pa želimo porabiti samo del slike.

V tem primeru uporabimo Microsoft Image Composer (ali Paint Shop Pro ali kak drug ustrezen program). Sliko odpremo, izrežemo pravokoten izrez ali izrez kakšne druge oblike, uporabimo ukaz Cut Out in izrez premaknemo tako, da ga vidimo.

Spodaj vidite primer neizrezane skenirane slike, v tem primeru letak.





Zgoraj vidimo pravokoten izrez, ki smo ga opravili s postopkom, opisanim na prejšnji strani. Na izrezu smo odstranili grde črne robove. Izrez pustimo označen in z ukazom Save Selection As shranimo izrez v svojo mapo. Seveda pazimo na format in ime, ki se ne sme ujemati z imenom originalne slike.

Tako si pripravimo vse slike.

Posvetlitve, dodajanje napisov in podobno, so tudi dokaj pogosti primeri uporabe urejevalnikov slik.

Če pa želite v Wordu urejati skenirano besedilo, morate imeti vgrajen OCR vmesnik (pretvornik iz slike v dokument). Boljši skenerji ga imajo.

Ne uporabljamo:

skeniranja celotnih besedil, razen v interne namene, torej če jih želimo preurediti v Wordu čisto po svoje. S tem bi namreč kršili avtorske pravice. Pazite tudi na varstvo osebnih podatkov!

6.3 Uporaba programa Microsoft Internet Explorer in Microsoft Outlook Express

Oba uporabljamo za komuniciranje z zunanjim svetom, prvega prek spletnih strani, drugega prek elektronske pošte.

Spletne strani naj Vam bodo samo v oporo pri iskanju podatkov, predvsem tekočih – tečajnic, borze, ponudbe knjig v knjižnicah, podjetij, šol, prometa,...
Jemljite "resnico" na spletnih straneh s skrajno rezervo!

Elektronsko pošto uporabljajte za dopisovanje s konkretnimi osebami, mentorjem in podobno.

Danes lahko elektronsko pošto uporabljate tudi na mobitelih, zato je to zelo hiter in priročen način prenosa podatkov.

Pazite:

virusi v prenesenih datotekah sploh niso redkost! Uporabljajte protivirusne programe!

7. Izpisovanje

Namen izpisa je dvojen: izpis je eden od načinov arhiviranja podatkov, hkrati pa z njim damo svoje podatke in izdelke na voljo bralcu.

V danšnjem času je sicer elektronski način objave podatkov zelo pogost (na disketah, zgoščenkah, DVD-jih, internetu) in je namenjen branju na zaslonu. Tak način je cenejši od tiskanja na papir, vendar je človeško oko neprilagodljivo, saj je dolgotrajno branje z zaslona izredno naporno. Predvsem pa je dojemljivost celote zelo otežena, če gledamo zaslonsko sliko, tudi napake težje opazimo na zaslonu kot na papirju.

Zato si izpis pripravljamo sproti, ko nadzorujemo izgled strani v nalogi, izpis damo mentorju, da ga pregleda ob prvih in drugih korekturah ter na koncu naredimo čistopis.

Pazite, da se bodo nastavitve tiskalnika ujemale s tistimi v Wordu, predvsem velikost papirja mora biti A4. Pišete eno stran na list, orientacija pa je avtomatska, razen če gre za izpise spletnih strani. Pri slednjih pazite, da ne boste po nepotrebnem izpisovali ozadja.

8. Zaključek

Pred vsako obsežnejšo nalogo se ponavadi vprašamo, ali bomo nalogi kos. Na začetku je večinoma situacija zelo nepregledna, podatki so od tu in tam, zapiski na lističih in v blokih, slike, ja, kje bomo dobili slike...?

Če se boste dela lotili sistematično, je uspeh zagotovljen. Ni večjega zadovoljstva, kot po končanem delu prelistati vezano obliko seminarske naloge in jo nato tudi z veseljem predstaviti. Bistvo je, da ste se toliko mesecev ukvarjali z vsebino, ki Vam je všeč in ste jo dodelali do potankosti. Zakaj ne bi svojih rezultatov predstavili javnosti in tudi povedali, da je kljub težkim trenutkom vredno doseči cilj? Torej, pogumno in upam, da s tem pripomočkom tudi malce lažje!