



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

MODULUL 7

TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE ÎN SPRIJINUL AFACERII TALE

- suport de curs -

Tudorică Bogdan

Chiciooreanu Teodora Daniela

Sava Bogdan



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-EstUNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Rolul modulului „TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE ÎN SPRIJINUL AFACERII TALE” este de a familiariza cursanții cu terminologia și conceptele specifice noilor tehnologii informatice, cu aplicațiile WEB 2.0 existente în mediul virtual și totodată exemplificării gestiunii primare a datelor unei firme utilizând aplicația Microsoft Excel. De asemenea, parcurgând aplicațiile de la fiecare capitol și subcapitol cursanții vor fi capabili să utilizeze adecvat aceste tehnologii, să elaboreze și să susțină o campanie publicitară în mediul virtual folosind tehnologiile existente în mediul virtual.

Din punct de vedere al conținutului, modulul este structurat pe patru capitole, care vor fi parcurse atât în cadrul activităților directe, teoretice și practice, prin interacțiunea directă dintre formatori și cursanți, cât și în cadrul orelor alocate studiului individual. În acord cu scopul programului de formare profesională continuă, în cadrul căruia se integrează și se derulează acest modul, nivelul de abordare a capitolelor de către autori este unul de inițiere în specificul tematicii managementului de proiect, oferind baza necesară pentru cursanți în înțelegerea și practica unor demersuri ulterioare de aprofundare.

În cadrul primului capitol, intitulat *Utilizarea Microsoft Excel pentru generarea informațiilor pentru managementul unei firme*, ne propunem o explicare a principalelor facilități oferite de către Microsoft Excel pentru gestiunea datelor. O atenție deosebită se dă rapoartelor, tabelelor și graficelor pivot, materiale necesare unei bune gestionări a unei firme. Toate noțiunile teoretice sunt exemplificate de autor cu o serie de aplicații practice (pe Cd-ul suportului de curs sunt oferite aplicații în format electronic), fiecare aplicație fiind explicată pas cu pas prin capturi de imagini și informații ajutătoare.

În următorul capitol *Tehnologii informaționale în sprijinul afacerii tale* se vizează informarea cursanților despre resursele hardware și software necesare fiecărui business în parte, despre cum poți să creezi o siglă, cum să accesezi resurse și să creezi o prezentare de succes și nu în ultimul rând despre Cloud Computing.

O atenție deosebită se va acorda în capitolul *Promovarea brand-ului on-line*, analizei etapelor unei web campanii publicitare și a noilor tehnologii web 2.0 existente (rețele de socializare, microblogging), utile pentru promovarea firmei. Un alt aspect abordat în acest capitol este obținerea feedback-ului de la parteneri și clienți, feedback necesar strategiei oricărei firme.

Capitolul *Site-uri și Magazine online*, vizează prezentarea contextului general, cum se optimizează site-urile și identificarea elementelor definitorii ale site-urilor și magazine on-line, dar și să accentueze în mod practic asupra situațiilor problemă în dezvoltarea și gestionarea acestora. Pe parcursul activităților aplicative, cursanții vor efectua o serie de studii de caz și analize swot, individuale sau în grupuri de lucru, care să conducă la înțelegerea și construirea matricii logice a unui site / magazin on-line, pe baza analizei de exemple.

Metodele de învățare utilizate în desfășurarea activităților curente și a aplicațiilor sunt: prelegerea-dezbateri, instruirea asistată de calculator, studiul de caz, elaborarea de proiecte, brainstormingul, dezbateri, problematizare, exercițiul. Cursanții vor avea la dispoziție suportul de curs în format electronic, pe platforma e-learning, însoțit de toate anexele și materialele de învățare – resursă necesare.

CUPRINS:

A. UTILIZAREA MICROSOFT EXCEL PENTRU GENERAREA INFORMAȚIILOR PENTRU MANAGEMENTUL UNEI FIRME.....	7
I. Sisteme pentru asistarea deciziei.....	9
I.1 Definiții	9
I.2 Aplicații într-o întreprindere	10
I.3 Avantaje ale utilizării I.A.	10
I.4 Clasificări	10
II. Ce sunt tablourile de control și rapoartele?.....	12
II.1 Definirea rapoartelor	12
II.2 Definirea tablourilor de control.....	12
III. Grafice.....	14
IV. Rapoarte – Tabelul pivot	34
V. Graficele pivot	51
B. TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE ÎN SPRIJINUL AFACERII TALE	55
VI. Producția de elemente grafice utilizate într-o afacere.....	57
VI.1 Elementele de identitate ale unei companii	57
VI.2 Principiile realizării unui logo	57
VI.3 Realizarea unui logo folosind un program comercial (exemplu bazat pe Corel Draw).....	59
VI.4 Realizarea unui logo folosind un program open source (exemplu bazat pe Inkscape).....	67
VI.5 Realizarea de logo-uri folosind alte aplicații	84
VII. Calibrarea nevoilor hardware și software în funcție de businessul tău.....	85
VIII. Cloud Computing.....	93
VIII.1 Date generale	93
VIII.2 Caracteristici	93
VIII.3 Avantaje și dezavantaje.....	94
VIII.4 Servicii Cloud	96
IX. Transfer de fișiere	101
X. Resurse pentru prezentări de succes.....	103
X.1 SlideShare	103
X.2 TED	107
X.3 PREZI	108
XI. Resurse pentru reprezentări grafice	110
XI.1 CREATLY	110
XI.2 GLIFFY.....	111
XI.3 SPICYNODES	113
XI.4 Alte aplicații similare.....	114



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

C. PROMOVAREA BRAND-ULUI ON-LINE115

XII.	Promovarea prin SOCIAL-MEDIA	116
XII.1	Ce este Social Media?	116
XII.2	Promovarea prin Facebook	118
XII.3	Promovarea prin LinkedIn	119
XII.4	Pinterest.....	120
XII.5	Promovarea prin microblogging	121
XII.6	Reguli de conduită	123
XII.7	Exemplu - Promovare prin LinkedIn	125
XIII.	Planificarea unei campanii de web marketing	133

D. SITE-URI ȘI MAGAZINE ONLINE..... 139

XIV.	Resurse pentru crearea propriei pagini web	140
XIV.1	WORDPRESS.....	140
XIV.2	JOOMLA.....	142
XIV.3	Recomandări pentru site-ul dumneavoastră.....	146
XIV.3.1	Surse legitime de imagini.....	146
XIV.3.2	Icon-uri și Social Media.....	148
XIV.3.3	Măriți relevanța site-ului dumneavoastră pentru motoarele de căutare	149
XIV.3.4	Site-uri utile	152
XIV.3.5	Poll-uri	153
XIV.3.6	Pertinența și relevanța informațiilor accesate	155
XIV.4	Tips & Tricks	157
XV.	MAGAZINE ONLINE	159

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE..... 163

A. UTILIZAREA MICROSOFT EXCEL PENTRU GENERAREA INFORMAȚIILOR PENTRU MANAGEMENTUL UNEI FIRME

Cuprins:

I.	Sisteme pentru asistarea deciziei	9
I.1	Definiții	9
I.2	Aplicații într-o întreprindere	10
I.3	Avantaje ale utilizării I.A.	10
I.4	Clasificări	10
II.	Ce sunt tablourile de control și rapoartele?.....	12
II.1	Definirea rapoartelor	12
II.2	Definirea tablourilor de control.....	12
III.	Grafice.....	14
III.1	Grafice încorporate în foi de lucru normale	14
III.2	Grafice pe foi de lucru separate	15
III.3	Componentele unui grafic	16
III.4	Crearea unui grafic	17
III.5	Schimbarea orientării unui grafic după linie sau după coloană	19
III.6	Schimbarea tipului de grafic	20
III.7	Schimbarea aspectului unui grafic	21
III.8	Aplicarea unui stil de grafic	22
III.9	Adăugarea și ștergerea de elemente ale unui grafic	22
III.10	Formatarea elementelor unui grafic	23
III.11	Mutarea și redimensionarea unui grafic	24
III.12	Conversia unui grafic încorporat într-un grafic pe foaie de lucru separată	25
III.13	Copierea unui grafic	25
III.14	Ștergerea unui grafic	26
III.15	Mutarea și ștergerea elementelor unui grafic	26
III.16	Formatarea elementelor unui grafic	26
III.17	Copierea formatului unui grafic	27
III.18	Redenumirea unui grafic	27
III.19	Tipărirea graficelor	27
III.20	Crearea graficelor combinate	28
III.21	Adăugarea unei serii noi la un grafic	29
III.21.1	Adăugarea unei serii noi prin copierea unei zone de date	30
III.21.2	Adăugarea unei serii noi prin extinderea unei zone de date	30
III.21.3	Adăugarea unei serii noi prin utilizarea ferestrei de dialog Select Data Source.....	30
III.21.4	Adăugarea unei serii noi prin tastarea unei noi formule SERIES.....	30
III.22	Ștergerea unei serii de grafic	31
III.23	Modificarea zonei de date pentru o serie dintr-un grafic	31
III.23.1	Utilizarea evidențierii unei zone de date pentru a schimba datele unei serii	31
III.23.2	Utilizarea ferestrei de dialog Select Data Source pentru a schimba datele unei serii	31
III.24	Tratarea datelor lipsă.....	32
III.25	Desprinderea unei serii de zona de date pe baza căreia a fost creată.....	32
III.26	Conversia unui grafic într-o imagine	32
III.27	Conversia unei referințe de zonă de date într-o matrice	33



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

IV. Rapoarte – Tabelul pivot	34
IV.1 Componentele unui tabel pivot	34
IV.1.1 Zona de valori	34
IV.1.2 Zona de etichete de linie	34
IV.1.3 Zona de etichete de coloană	35
IV.1.4 Zona de filtrare a raportului	35
IV.2 Crearea unui tabel pivot simplu	36
IV.3 Construirea unui tabel pivot	37
IV.4 Modificarea unui tabel pivot	38
IV.5 Schimbarea datelor vizualizate cu tabelului pivot	39
IV.6 Actualizarea unui tabel pivot	39
IV.7 Particularizarea unui tabel pivot	40
IV.7.1 Redenumirea câmpurilor	40
IV.7.2 Formatarea numerelor	42
IV.7.3 Aplicație	42
IV.7.4 Schimbarea modului de calcul al sumarului unui câmp	42
IV.7.5 Eliminarea subtotalurilor	43
IV.7.6 Ascunderea și prezentarea itemilor de date	45
IV.7.7 Sortarea tabelelor pivot	46
IV.7.8 Crearea vizualizărilor după lună, trimestru și an	47
IV.7.9 Crearea unei vizualizări de distribuție procentuală	48
IV.7.10 Crearea unei vizualizări pe un an până la o dată	48
IV.7.11 Crearea unei vizualizări de varianță de la lună la lună	49
V. Graficele pivot.....	51
V.1 Crearea unui grafic pivot.....	51
V.2 Ascunderea butoanelor câmpurilor	51
V.3 Mutarea unui grafic pivot.....	52
V.4 Utilizarea feliatoarelor	52
V.4.1 Adăugarea de feliatoare	53
V.4.2 Particularizarea feliatoarelor	53
V.4.3 Filtrarea datelor cu ajutorul feliatoarelor	53



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismului Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-EstUNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

I. SISTEME PENTRU ASISTAREA DECIZIEI

I.1 Definiții

Un sistem pentru asistarea deciziei (S.A.D.) este un sistem informatic având rolul de a oferi suport activităților de luare a deciziilor de afacere sau de organizație. S.A.D. deservește managementul, sectoarele operaționale precum și pe cele de planificare ale unei organizații, ajutând la luarea deciziilor în condițiile unui mediu în continuă și rapidă schimbare, ale cărui condiții nu pot fi cunoscute dinainte. S.A.D. includ și sistemele bazate pe cunoștințe. Un S.A.D. bine proiectat este un sistem software interactiv creat pentru a ajuta persoanele de decizie să pună la un loc informații utile dintr-o combinație de date neprelucrate, documente, cunoștințe personale sau modele de afaceri pentru a identifica și a rezolva problemele și pentru a lua decizii.

Informațiile tipice pe care un sistem suport de decizie ar putea să le adune și să le prezinte sunt:

- Inventare ale bunurilor informaționale (incluzând date mai vechi și surse relaționale de date, cuburi de date, depozite de date și aglomerări de date),
- Evidențe comparative ale vânzărilor între două perioade consecutive sau similare,
- Veniturile proiectate bazate pe estimarea vânzărilor unui anumit produs.

S.A.D. sunt utilizate extensiv în afaceri și management. Tablourile de control executive și alte aplicații de afaceri permit luarea rapidă a deciziilor, identificarea tendințelor negative sau pozitive și o mai bună alocare a resurselor organizației.

Inteligența afacerii (I.A.) se referă la tehnici bazate pe calculator utilizate în identificarea, extragerea și analizarea datelor de afaceri, cum ar fi veniturile din vânzări grupate pe produse sau pe departamente sau după costurile asociate și profit.

I.A. furnizează vizualizări istorice, curente și predictive ale operațiilor organizației. Funcții des utilizate ale tehnologiilor de I.A. sunt raportarea, procesarea analitică online, analizele, data mining, managementul performanței afacerii, măsurători de performanță, text mining și analize predictive.

I.A. are ca țintă oferirea unui mai bun suport activității de luare de decizii în afaceri. Din acest punct de vedere I.A. poate fi echivalată cu S.A.D. Deși uneori termenul de I.A. este utilizat ca sinonim pentru mai vechiul termen de inteligență competitivă, ambele oferind suport pentru luarea de decizii, I.A. utilizează tehnologii, procese și aplicații care se bazează cel mai mult pe date și procese de afacere interne și structurate, pe când inteligența competitivă se referă la adunarea, analiza și diseminarea informațiilor referitoare la competitorii organizației. O formă extinsă de I.A. poate conține și inteligența competitivă ca un subset.

De multe ori I.A. utilizează date dintr-un depozit de date sau o aglomerare de date. Dar trebuie făcută o distincție între cele două concepte, în sensul că nu toate depozitele de date sunt utilizate pentru I.A. și nici toate aplicațiile de I.A. nu au nevoie de un depozit de date.

Pentru a face distincție între conceptele de inteligența afacerii și respectiv de depozit de date, Forrester Research definește de multe ori inteligența afacerii în unul dintre următoarele două moduri:

Tipic este utilizată următoarea definiție în sens larg: „Inteligența afacerii este un set de metodologii, procese, arhitecturi și tehnologii care transformă datele neprelucrate în informație utilă și purtătoare de semnificație ce poate fi utilizată pentru a crește eficacitatea strategiilor, tacticilor, ideilor operaționale și a luării de decizii.”¹ Atunci când se utilizează această definiție, I.A. include de asemenea și tehnologii precum integrarea datelor, calitatea datelor, depozite de date, management centralizat al datelor, analiza textului și a conținuturilor și multe altele care sunt de obicei puse laolaltă în ceea ce se numește Managementul Informației. Din acest punct de vedere, Forrester se referă la pregătirea datelor și la utilizarea datelor ca fiind două segmente separate (deși strâns legate) ale arhitecturii I.A..

Forrester dă ulterior și o definiție mai restrânsă a I.A. ca „referindu-se doar la straturile superioare ale arhitecturii management al informației, precum raportarea, analiza și tablourile de control.”²

1 Evelson, Boris (21 noiembrie 2008). „[Topic Overview: Business Intelligence](#)”.

2 Evelson, Boris (29 aprilie 2010). „[Want to know what Forrester's lead data analysts are thinking about BI and the data](#)”



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

I.2 Aplicații într-o întreprindere

I.A. poate fi aplicată într-o afacere pentru următoarele scopuri:

1. Măsurarea după diverse metrice și măsurarea performanței – informează managerii asupra progresului către diversele ținte de afacere (parte a Managementul proceselor de afacere).
2. Analiză – construiește procese cantitative prin care o afacere poate ajunge la decizii optime (parte a Descoperirii cunoștințelor de afacere). În mod frecvent analiza implică: data mining, analize statistice, analiză predictivă, modelare predictivă și modelarea proceselor de afacere.
3. Raportare / raportare de întreprindere – oferă infrastructura pentru Raportarea strategică care deservește mai departe managementul strategic al afacerii (a nu se confunda cu raportarea operațională desfășurată zi de zi). Implică frecvent: vizualizarea datelor, Sisteme de informații executive, OLAP (procesare analitică online).
4. Colaborare / platforme de colaborare – aplicații care permit diverselor entități (atât din interiorul cât și din afara afacerii) să lucreze împreună prin partajarea datelor și schimbul electronic de date.
5. Managementul cunoștințelor – activitatea de conducere a datelor după diverse strategii și practici pentru a identifica, crea, reprezenta, distribui și permite adopția de idei și experiențe valoroase ca și cunoștințe ale afacerii. Managementul cunoștințelor duce mai departe la managementul învățării și respectiv la conformarea regulatorie.

I.3 Avantaje ale utilizării I.A.

1. Crește eficiența personală;
2. Accelerează procesul de luare a deciziilor;
3. Crește controlul organizațional;
4. Încurajează explorarea și descoperirea din partea persoanelor de decizie;
5. Accelerează rezolvarea problemelor într-o organizație;
6. Facilitează comunicarea interpersonală;
7. Promovează învățarea și instruirea;
8. Generează noi dovezi în sprijinul unei decizii;
9. Creează un avantaj competitiv față de concurență;
10. Deschide noi moduri de gândire asupra spațiului unei probleme;
11. Ajută la automatizarea procesului de management.

I.4 Clasificări

Există câteva metode de a clasifica aplicațiile de tip S.A.D. Unele aplicații S.A.D. existente pe piață nu se pot încadra exact într-o anumită categorie fiind o combinație a două sau mai multor arhitecturi.

Holsapple și Whinston³ clasifică S.A.D. în următoarele șase categorii: S.A.D. orientate text, S.A.D. orientate pe baze de date, S.A.D. orientate pe foi de calcul tabelar, S.A.D. orientate pe soluții, S.A.D. orientate pe reguli și S.A.D. compuse.

Un S.A.D compus este cea mai populară clasificare pentru S.A.D. Denumirea se referă la sisteme hibride care includ două sau mai multe din cele cinci enumerate mai sus.

Suportul dat de un S.A.D. se poate situa în trei categorii distincte (dar interrelaționate): suport personal, suport de grup sau suport organizațional.

Utilizând relația cu utilizatorul ca un criteriu, Haettenschwiler⁴ clasifică S.A.D. în următoarele trei categorii.

- Un S.A.D. pasiv este un sistem care ajută procesul de luare a deciziilor, dar nu poate furniza sugestii sau soluții explicite.
- Un S.A.D. activ poate furniza sugestii sau soluții explicite.
- Un S.A.D. cooperativ permite persoanei de decizie să modifice, completeze sau rafineze

3 Holsapple, C.W., și A. B. Whinston. (1996). Decision Support Systems: A Knowledge-Based Approach. St. Paul: West Publishing. [ISBN 0-324-03578-0](https://doi.org/10.1002/9781118154444.ch1)

4 Haettenschwiler, P. (1999). Neues anwenderfreundliches Konzept der Entscheidungsunterstützung. Gutes Entscheiden in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Zurich, vdf Hochschulverlag AG: 189-208.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

sugestiile de decizie luate de sistem înainte de a le retrimite sistemului pentru validare. Sistemul îmbunătățește, completează și rafinează sugestia primită și o returnează utilizatorului pentru validare. Întregul proces este repetat ori de câte ori este nevoie până când se ajunge la o soluție completă.

O altă clasificare pentru S.A.D. a fost creată de⁵ Daniel Power și utilizează modul de asistență ca și criteriu de clasificare. În această clasificare apar următoarele cinci categorii de S.A.D.:

- S.A.D. conduse de comunicații – permit ca mai multe persoane să colaboreze la rezolvarea unei sarcini distribuite; exemplele include unele integrate precum Microsoft NetMeeting sau Groove.
- S.A.D. conduse de date sau orientate pe date subliniază accesul la și respectiv manipularea de serii în timp formate din datele interne ale companiei și câteodată, date externe.
- S.A.D. conduse de documente administrează, recuperează și manipulează informații nestructurate într-o varietate de formate electronice.
- S.A.D. conduse de cunoștințe furnizează expertiză specializată de rezolvare a problemelor stocată sub formă de fapte, reguli, proceduri sau structuri similare.
- S.A.D. conduse de modele subliniază accesul la și manipularea modelelor statistice, financiare, de optimizare sau de simulare. S.A.D. conduse de modele utilizează date și parametri furnizați de utilizatori pentru a asista persoanele de decizie în analizarea unei situații; acest tip de S.A.D. nu utilizează în mod necesar foarte multe date (spre deosebire de celelalte categorii care se bazează pe cantități mari de date). Un exemplu de astfel de sistem este Dicodess.

În sfârșit, o ultimă clasificare diferențiază între S.A.D. de desktop și S.A.D. de întreprindere.

- Un S.A.D. de întreprindere este conectat la depozite de date de mari dimensiuni și este utilizat de către mai mulți manageri dintr-o companie.
- Un S.A.D. de desktop, utilizat de un singur utilizator este un sistem de mici dimensiuni care rulează pe calculatorul personal al unui manager.

În cele ce urmează vom trece în revistă și utiliza facilitățile de I.A. oferite de versiunile 2007 și 2010 ale Microsoft Excel, pe lângă facilitățile sale obișnuite de editor de foi de calcul tabelar (MS Excel poate fi caracterizat, conform celor de mai sus, ca fiind un S.A.D. orientat pe foi de calcul tabelar, pasiv, condus de date, de desktop).

Nota: Astfel de facilități de I.A. sunt disponibile integrate în MS Excel doar în aceste două ultime versiuni. În versiunile anterioare facilități de acest tip puteau fi obținute doar cu ajutorul unor aplicații suplimentare (Ex. PALO for Excel).



Aplicație

1. Enunțați 5 avantaje ale utilizării aplicațiilor de inteligența afacerii.
2. Enunțați 3 tipuri de sisteme de asistare a deciziei.
3. Enunțați diferențele între S.A.D. de întreprindere și S.A.D. de desktop

5 Power, D. J. (2002). Decision support systems: concepts and resources for managers. Westport, Conn., Quorum Books.

II. CE SUNT TABLOURILE DE CONTROL ȘI RAPORTELE?

Termenii tablou de control (dashboard) și raport sunt deseori utilizate echivalent. De fapt granița între ele este deseori difuză. O mulțime de rapoarte sunt denumite tablouri de control doar pentru că ele includ și câteva grafice. De asemenea o multitudine de obiecte având abilități de tablou de control sunt denumite deseori rapoarte. Diferența substanțială între cele două concepte este dată doar de interactivitate. Rapoartele au de obicei conținut static, pasiv, pe când tablourile de control trebuie să aibă cel puțin un element (buton, lista, selector etc.) care să permită interacțiunea cu utilizatorul.

II.1 Definirea rapoartelor

Rapoartele sunt probabil cel mai cunoscut mod de a transmite informație în I.A. Un raport poate fi descris ca un document care conține date și care este utilizat pentru vizualizări și analize. Poate fi un simplu tabel de date (sau chiar tabel dintr-o bază de date) sau poate fi suficient de complex încât să conțină vizualizări pe subtotaluri și capacitatea de modificare interactivă a nivelului de grupare.

Atributul cheie al unui raport este faptul că nu împinge un cititor către o concluzie predefinită. Deși un raport poate include analiză, agregare a datelor, calcule și chiar grafice, raportul trebuie să fie conceput de așa natură încât să își lase cititorul să își aplice propria judecată și analiză a datelor.

Pentru clarificarea acestui concept, figura următoare conține un exemplu de raport. Raportul indică răspunsurile date la un sondaj de opinie oarecare. Deși aceste date pot fi folositoare, raportul nu împinge pe cititor la o concluzie predefinită și în nicio direcție; pur și simplu prezintă datele agregate.

	A	B	C	D
1	Respondent	Item	Rating	
2	1	Employees are friendly	5	
3	1	Employees are helpful	2	
4	1	Employees are knowledgeable	3	
5	1	I like your TV ads	4	
6	1	I like your web site	1	
7	1	I would recommend your company	3	
8	1	Overall, I am satisfied	1	
9	1	Pricing is competitive	2	
10	1	Store hours are convenient	3	
11	1	Store locations are convenient	1	
12	1	Stores are well-maintained	3	

Figura 1 – Aspectul tipic al unui raport realizat cu MS Excel

II.2 Definirea tablourilor de control

Un tablou de control este o interfață vizuală care permite vizualizarea „dintr-o privire” a unor măsuri cheie relevante pentru un anumit obiectiv sau proces de afaceri. Un panou de control are trei atribute cheie:

- Afișează date într-un mod vizual (spre exemplu sub formă de grafice). Furnizează vizualizare care ajută concentrarea asupra tendințelor cheie, comparațiilor și excepțiilor.
- Afișează doar datele relevante pentru subiectul tabloului de control respectiv.
- Conține concluzii predefinite relevante pentru scopul tabloului de control și eliberează cititorul de a face propriile analize.

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
 Investește în oameni!**

Figura 2 conține un tablou de control bazat pe aceleași date ca și raportul din Figura 1 (răspunsurile la un sondaj de opinie). Precum se poate vedea imaginea conține toate elementele cheie pentru un tablou de control. În primul rând este un afișaj vizual care permite recunoașterea rapidă a tendințelor. În al doilea rând în tabloul de control nu sunt prezentate date de detaliu ci numai acele elemente cheie de informație care ajută scopul tabloului de control. În sfârșit, din tabloul de control „sar în ochi” elementele de analiză și concluziile.

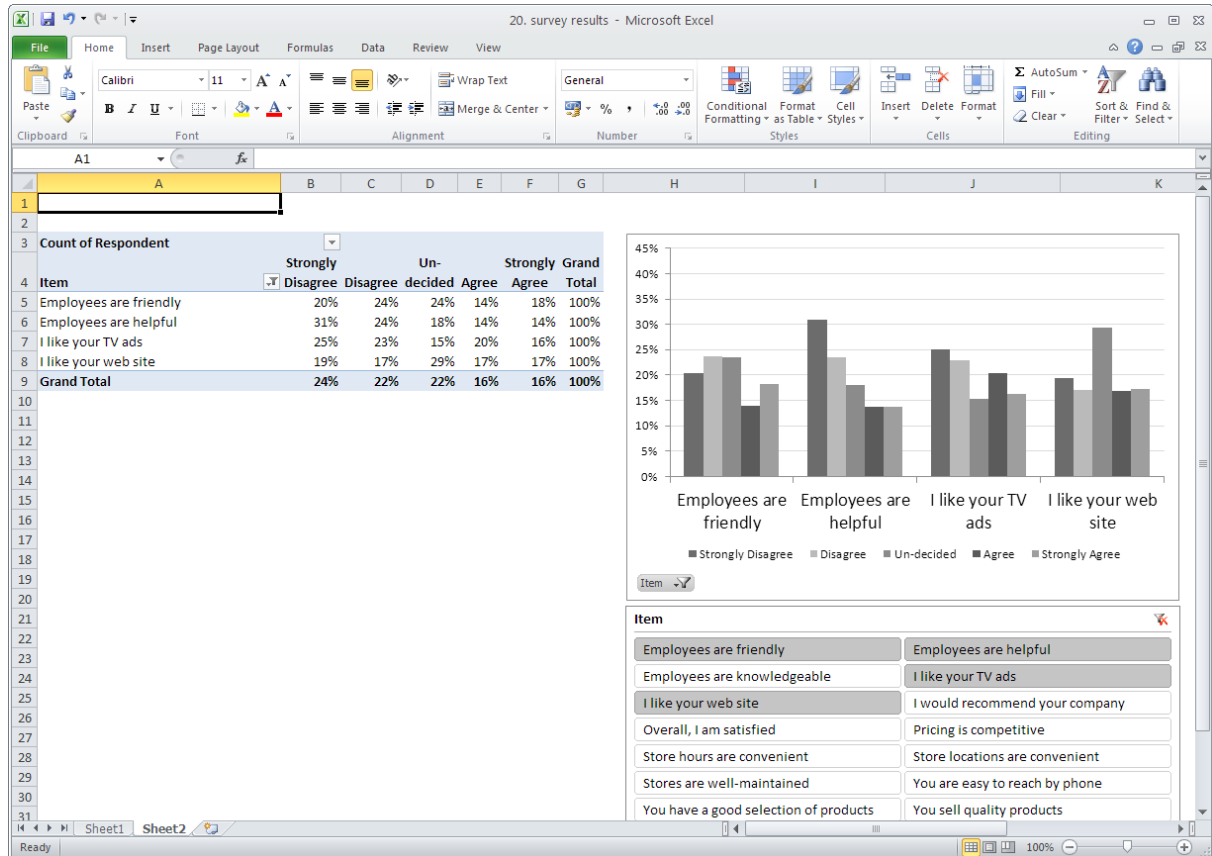


Figura 2 – Aspectul tipic al unui tablou de control realizat cu MS Excel

Pe măsura deprinderii diferențelor între rapoarte și tablouri de control trebuie reținut că Excel nu furnizează unelte proiectate specific pentru realizarea de tablouri de control sau de rapoarte. Practic, în Excel oricare dintre componentele sale (spre exemplu un grafic, sau un tabel pivot, sau o macro-comandă) pot fi utilizate mai mult sau mai puțin ca elemente pasive într-un raport dar și ca elemente interactive într-un tablou de control. Capitolele următoare vor dezvălui modul în care aceste diverse componente pot fi utilizate, separat și / sau împreună, pentru a duce la crearea unui raport / tablou de control.



Aplicație

1. Enunțați diferențele între rapoarte și tablouri de control.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

III. GRAFICE

Un grafic este o reprezentare vizuală a valorilor numerice.

Înainte de a putea crea un grafic, trebuie să aveți unele numere - uneori cunoscute sub denumirea de date. Datele, desigur, sunt stocate în celulele dintr-o foaie de lucru MS Excel. În mod normal, datele care sunt utilizate de un grafic se află într-o singură foaie de lucru, dar acest lucru nu este o cerință strictă. Un grafic poate utiliza datele stocate în orice număr de foi de lucru, iar foile de lucru pot fi la rândul lor situate chiar în documente Excel diferite. Decizia de a folosi datele dintr-una sau mai multe foi de lucru depinde de modelul de date ales, de natura surselor de date și de interactivitatea pe care doriți să o imprimați tabloului de bord.

Un grafic este în esență un „obiect” pe care Excel îl creează la cerere. Acest obiect constă din una sau mai multe serii de date, afișate grafic. Aspectul seriilor de date depinde de tipul de grafic selectat. De exemplu, dacă ați creat un grafic linie care utilizează două serii de date, diagrama conține două linii și fiecare linie reprezintă o serie de date. Datele pentru fiecare serie sunt stocate într-un rând separat sau o coloană separată a foii de lucru. Fiecare punct de pe linie este determinat de valoarea dintr-o singură celulă și este reprezentat de un marker. Puteți distinge liniile prin grosimea lor, stil de linie, culoare, sau forma marcherilor de date.

O idee-cheie de ținut minte este faptul că graficele sunt dinamice. Cu alte cuvinte, o serie dintr-un grafic este legată de datele din foaia de lucru. În cazul în care datele sunt modificate, graficul este actualizat în mod automat pentru a reflecta aceste modificări. În acest mod astfel tabloul de control poate afișa cele mai recente informații.

După ce ați creat un grafic, aveți posibilitatea să îi modificați tipul la orice moment, să îi modificați formatarea, să îi adăugați noi serii de date, sau să modificați o serie de date existente, astfel încât graficul să se bazeze pe date dintr-o altă zonă a foii de lucru.

Graficele se pot afla în oricare dintre cele două locații posibile dintr-un document Excel:

- Pe o foaie de lucru normală (un grafic încorporat);
- Pe o foaie de lucru specială pentru grafice (separată).

III.1 Grafice încorporate în foi de lucru normale

Un grafic încorporat se poate considera că „plutește” peste foaia de lucru, pe stratul de desen al foii de lucru respective (care este un strat invizibil situat deasupra stratului conținând datele).

Ca și în cazul altor obiecte grafice (cum ar fi o casetă de text, sau o formă, sau o imagine), aveți posibilitatea să mutați un grafic încorporat, să îl redimensionați, să îi schimbați proporțiile, și să îi adăugați efecte (cum ar fi o umbră). Utilizarea graficelor încorporate vă permite să vizualizați graficele alături de datele pe care le utilizează. Sau puteți plasa mai multe grafice încorporate într-o singură foaie de lucru, astfel încât acestea să poată fi imprimate pe o singură pagină.

Atunci când creați un grafic, acesta este implicit un grafic încorporat. Excepție de la această regulă face cazul în care selectați o serie de date și apăsați F11 pentru a crea un grafic implicit. Un astfel de grafic este creat pe o foaie de lucru pentru grafice (separată).

Pentru a face orice modificări într-un grafic încorporat, trebuie să faceți clic pe el pentru a activa graficul respectiv. Atunci când un grafic este activat, Excel afișează cele trei bare de unelte de context prezentate în Figura 3 (și care sunt invizibile atunci când nu este activ nici un grafic): Chart Tools → Design, Chart Tools → Layout și Chart Tools → Format.

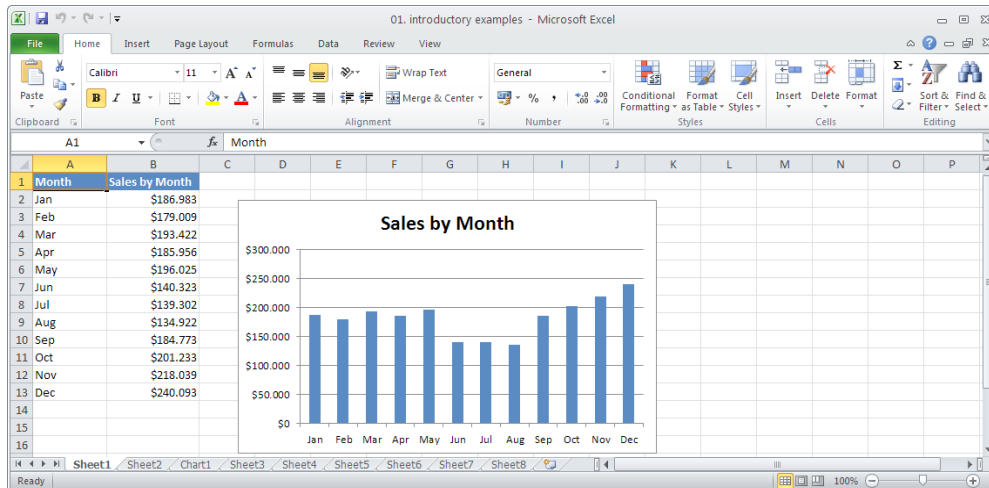


Figura 3 – Aspectul Microsoft Excel în momentul în care este activat un grafic. Este vizibil conținutul barei de unelte Chart Tools → Design

III.2 Grafice pe foi de lucru separate

Aveți posibilitatea să mutați un grafic încorporat pe o foaie proprie, astfel încât să îl puteți vizualiza rapid făcând clic eticheta foii respective. Când mutați un grafic pe o foaie proprie, graficul ocupă întreaga pagină. Dacă aveți de gând să imprimați un singur grafic pe o pagină, folosirea unei foi separate este de cele mai multe ori o alegere bună. Sau dacă aveți de creat mai multe grafice, ați putea dori să puneți fiecare grafic pe o foaie separată pentru a evita aglomerarea foii / foilor de lucru de lucru conținând datele. Această tehnică face de asemenea mai ușoară localizarea unui anumit grafic, deoarece puteți schimba numele unei foi lucru pentru a oferi o descriere a graficului conținut. Deși graficele pe foi separate nu sunt de obicei folosite în tablouri de control tradiționale, ele pot fi utile atunci când se intenționează producerea de rapoarte care vor fi vizionate într-un document cu mai multe foi de lucru.

Figura 4 conține un grafic pe o foaie separată. Atunci când foaia de lucru conținând graficul este vizualizată și graficul este activ la rândul lui, iar Excel afișează cele trei bare de instrumente menționate mai devreme.

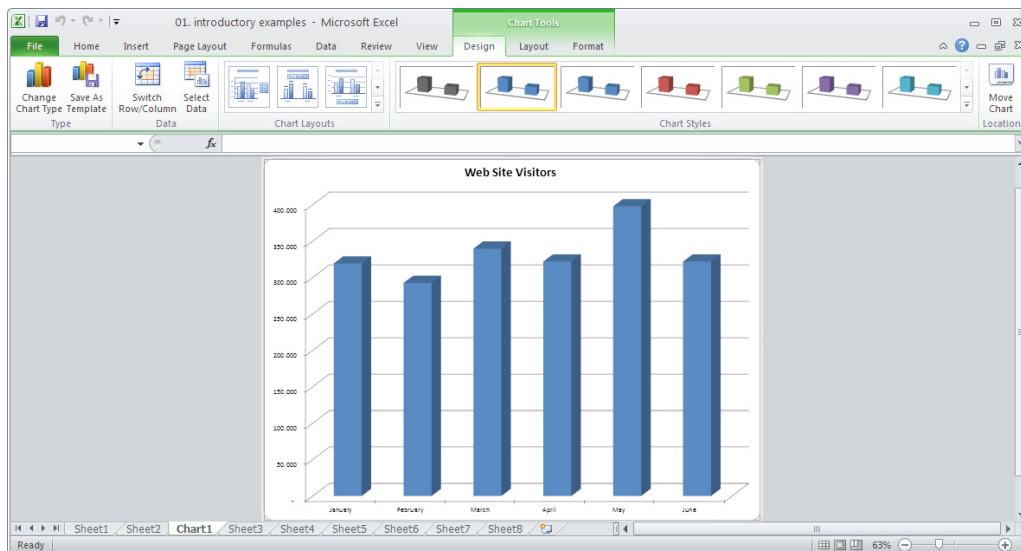


Figura 4 – Aspectul unui grafic plasat pe o foaie de lucru separată. Sunt vizibile barele de instrumente specifice

III.3 Componentele unui grafic

Un grafic este format din elemente diferite, și toate aceste elemente sunt opționale. Există chiar posibilitatea să creai un grafic care nu conține elemente de grafic – un grafic gol. Nu e foarte util, dar Excel permite acest lucru.

Pe măsură ce citiți descrierea ce urmează a elementelor unui grafic consultați graficul din Figura 5. Acest grafic este unul special, un grafic combinație care afișează ambele coloane și o linie. Graficul are două serii de date: Venituri și Marjă de profit. Venitul este trasat ca o serie de bare verticale, iar marja de profit este reprezentată ca o linie cu markeri pătrați. Fiecare bară (sau marker de pe linie) reprezintă un punct unic de date (valoarea dintr-o celulă).

Graficul are o axă orizontală, cunoscut sub numele de axa categoriei. Această axă reprezintă categoriile, pentru fiecare punct de date în parte (ianuarie, februarie ș.a.m.d.). Această axă nu are o etichetă în cazul de față, deoarece categoriile reprezentate sunt evidente (lunile semestrului I).

Observați că această diagramă are două axe verticale. Acestea sunt cunoscute ca axe de valori, și fiecare are o altă scală gradată. Axa din stânga este pentru seria din coloana Venituri, iar axa din dreapta este pentru seria din coloana Marjă de profit.

Axele de valori afișează, de asemenea, valorile scalei de măsură. Axa de valori din stânga afișează valori de la 0 la 250.000, în trepte de câte 50.000 de unități. Axa de valori din dreapta folosește o scală diferită: de la 0% la 14%, în trepte de câte 2%. Pentru o axă de valori, aveți posibilitatea de a controla valorile minime și maxime, precum și valoarea incrementului (acest lucru se poate dovedi deosebit de util - spre exemplu atunci când se dorește scoaterea în evidență sau estomparea unei anumite tendințe).

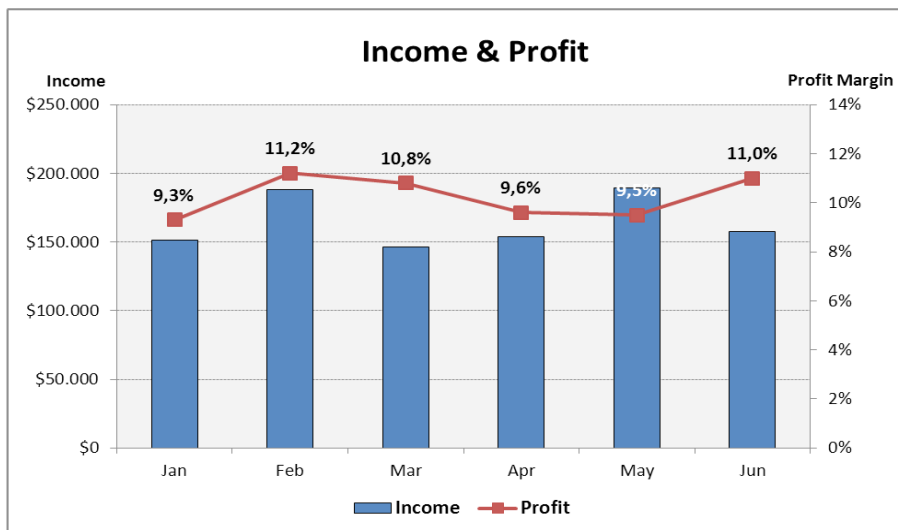


Figura 5 – Ilustrație pentru comentarea elementelor unui grafic

Un grafic cu două axe de valori, deși neobișnuit, este adecvat în acest caz, deoarece cele două serii de date diferă dramatic în scară. În cazul în care datele Marjei de profit ar fi fost trasate la scara axei din stânga, linia corespunzătoare din grafic nu ar fi fost vizibilă, confundându-se cu axa categoriilor.

Dacă o diagramă are mai mult de o serie de date, în cele mai multe cazuri veți avea nevoie de o modalitate de a identifica seriile de date sau puncte de date. O legendă, de exemplu, este adesea folosită pentru a identifica seriile diferite într-un grafic. În exemplul din Figura 5, legenda apare în partea de jos a graficului. Unele grafice afișează, de asemenea, etichetele de date pentru a identifica anumite puncte de date. Graficul din exemplu afișează etichetele de date pentru seria de Marjă de profit, dar nu și pentru seria Venit. În plus, cele mai multe grafice (inclusiv graficul din exemplu) conțin un titlu de grafic și

etichete suplimentare pentru a identifica axe sau categorii.

Graficul exemplu, conține de asemenea, linii de grilă orizontale (care corespund cu valorile de pe axa de valori din stânga). Liniile de grilă sunt de fapt extensii ale scalei axei de valori, fapt ce ușurează cititorului determinarea magnitudinii punctelor de date.

În plus, toate graficele au o zonă de fundal (suprafața de fond pentru întregul grafic) și o zonă mai restrânsă de desenare propriu-zisă, inclusă în zona de fundal (partea care conține graficul, inclusiv datele din grafic, axele și etichetele de axă).

Graficele pot avea componente suplimentare față de cel din exemplu sau dimpotrivă, componente în minus, în funcție de tipul de grafic. De exemplu, un grafic „tort” (precum cel din Figura 6) are „felii” dar nu și axe.

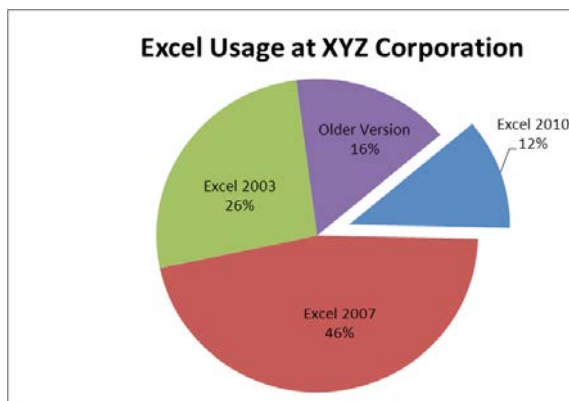


Figura 6 – Aspectul tipic al unui grafic „tort”

Un grafic 3-D poate avea „pereți” și „podea” (precum în Figura 7).

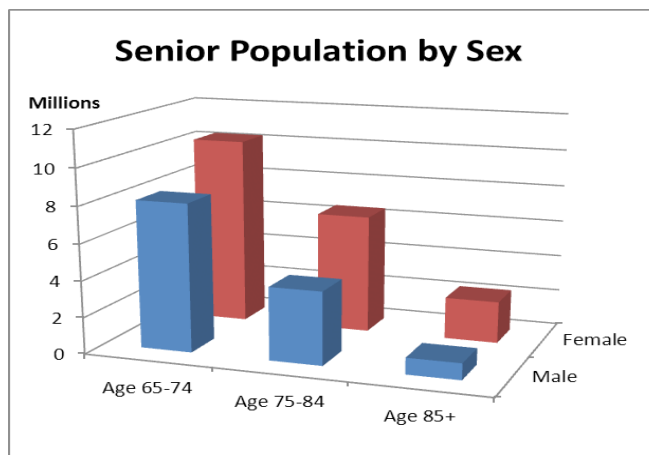


Figura 7– Aspectul tipic al unui grafic 3-D

III.4 Crearea unui grafic

Crearea un grafic este relativ ușoară. Următorii pași descriu cum să creați și să particularizați apoi un grafic simplu în Excel 2007 sau Excel 2010, pentru a comunica cel mai bine obiectivele de afaceri.

Urmați acești pași generali pentru a crea un grafic, folosind datele din figura 8:

- I. Selectați datele pe care doriți să le utilizați în grafic. Asigurați-vă că selectați capetele de coloană, în cazul în care datele au așa ceva. O altă posibilitate este să selectați o singură celulă dintr-o regiune conținând date. Excel selectează apoi în mod inteligent întreaga regiune pentru a folosi în crearea graficului.

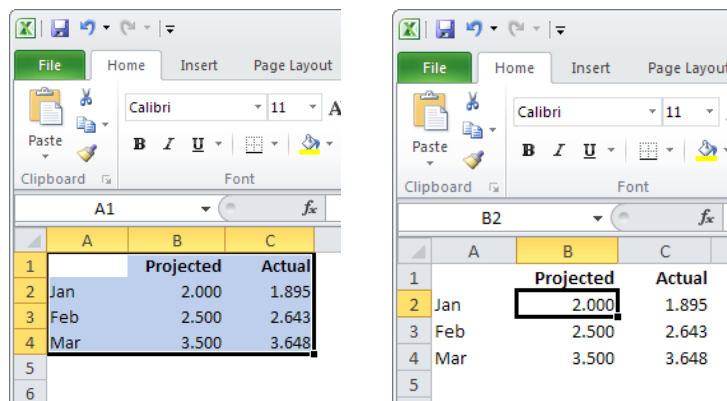
**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

Figura 8 – Selectarea întregii regiuni conținând datele pentru crearea unui grafic (stânga) sau, alternativ, selectarea unei singure celule din zona dorită (dreapta)

- II. Dați clic pe eticheta Insert pentru a deschide bara de unelte corespunzătoare, apoi faceți clic pe orice iconiță „grafic” din grupul de tipuri de grafice. Iconița se extinde într-o listă care arată subtipurile de grafice din tipul selectat (precum în figura 9).

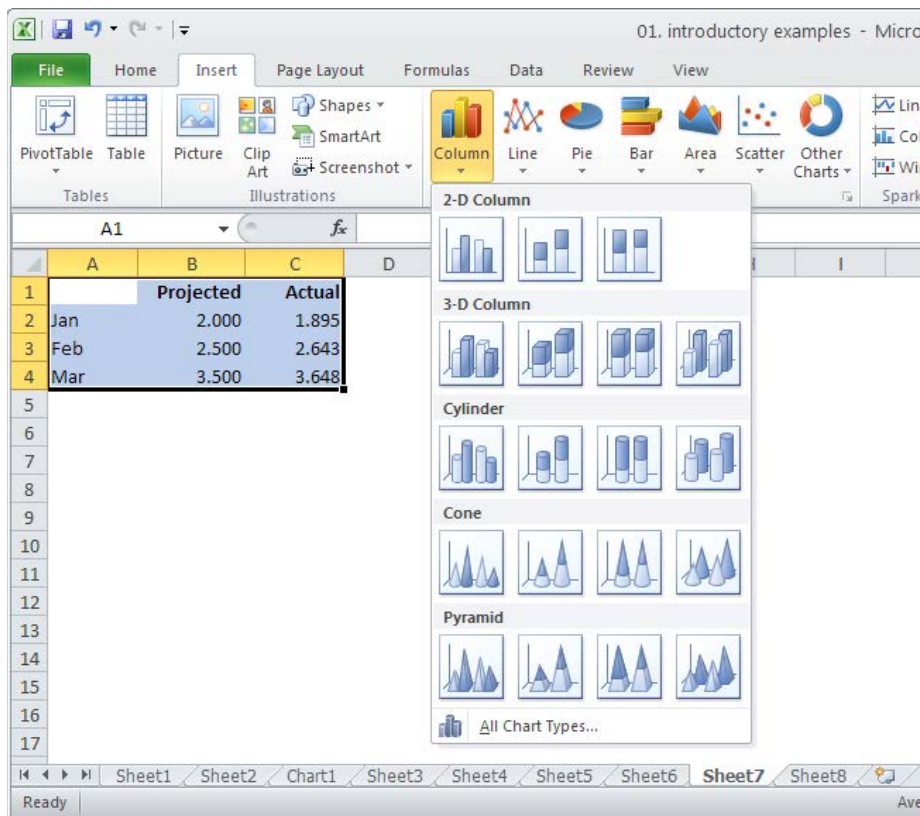


Figura 9 – Selectarea unui tip și a unui subtip de grafic

- III. Dați clic pe un subtip de grafic, și imediat Excel va crea un grafic de tipul și subtipul specificat. Figura 10 prezintă un grafic „coloane” creat pe baza datelor din Figura 8.

Notă: Pentru a crea rapid un grafic cu parametri (tip, subtip, elemente, aspect etc.) implicați, selectați datele și apăsați Alt + F1 pentru a crea o un grafic încorporat în foaia de calcul curentă, sau apăsați F11 pentru a crea un grafic pe o foaie separată.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
 Investiște în oameni!

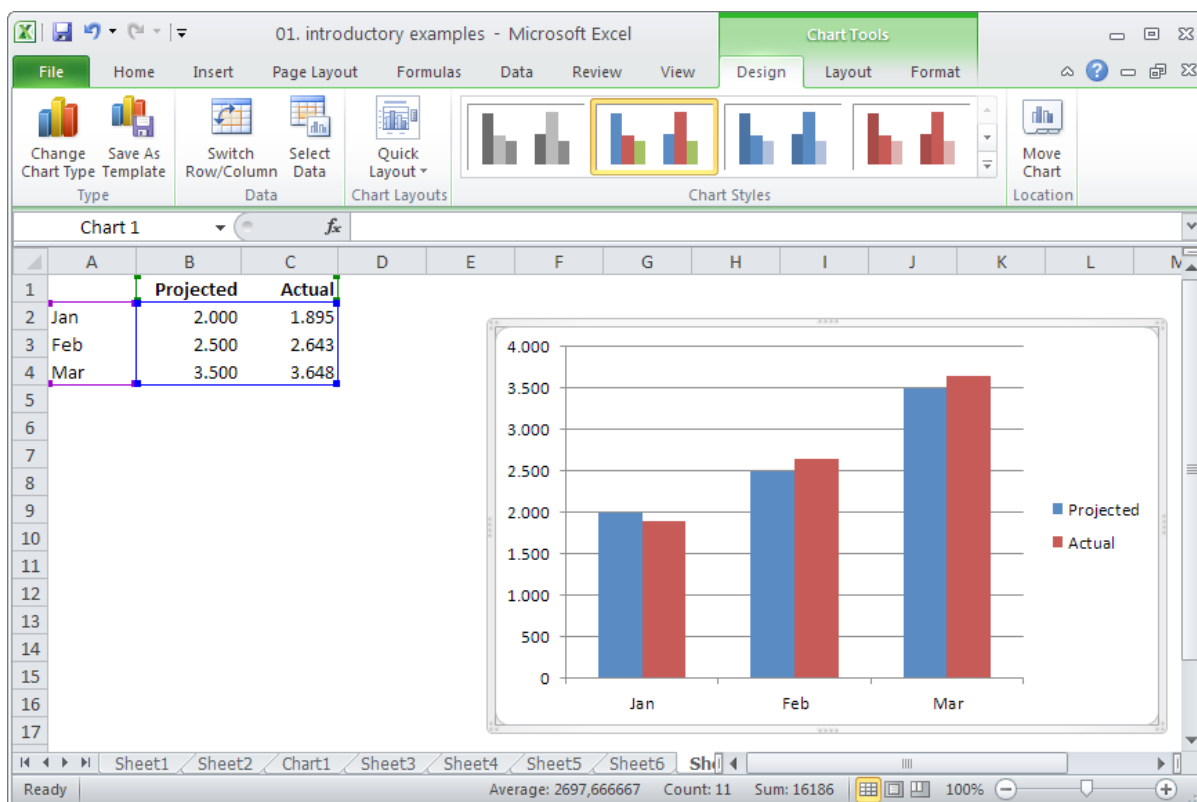


Figura 10 – Un grafic de tip „coloane” creat după metoda descrisă mai sus



Aplicație

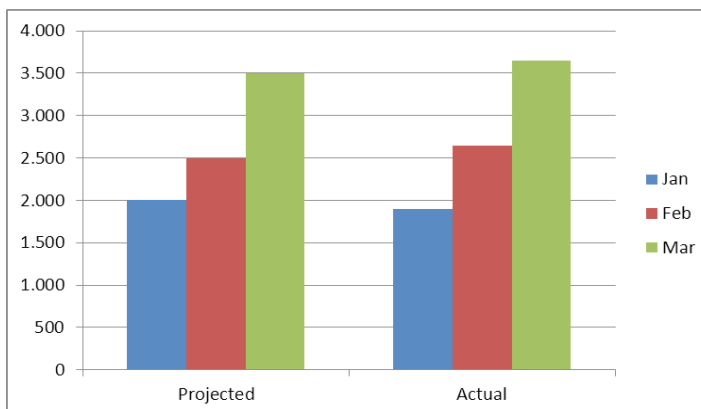
Realizați un grafic pe o foaie de lucru Excel, urmărind pașii descriși mai sus, pe baza unui tabel cu 4 linii și 3 coloane precum cel din explicațiile anterioare. Salvați documentul Excel.

III.5 Schimbarea orientării unui grafic după linie sau după coloană

Atunci când Excel creează un grafic, se folosește un algoritm pentru a determina dacă datele sunt aranjate în coloane sau în rânduri. În cele mai multe cazuri Excel ghicește corect, dar dacă se creează un grafic folosind o orientare greșită, aveți posibilitatea să modificați rapid prin selectarea graficului și utilizarea opțiunii Chart Tools → Design → Data → Switch Row/Column.

Comanda descrisă mai sus se comportă ca un comutator, astfel încât, dacă schimbarea orientarea datelor nu îmbunătățește graficului, utilizați comanda din nou (sau, mai simplu, dați clic pe butonul Undo care se găsește pe bara de instrumente „Acces rapid” – combinația de taste echivalentă este Ctrl + Z).

Orientare a datelor are un efect drastic asupra aspectului graficului (și uneori și asupra modului în care acesta este înțeles). Figura 11 prezintă tot un grafic coloană, precum cel din Figura 10, și bazat pe aceleași date, dar după schimbarea de orientare. Observați că graficul are acum trei serii de date, una pentru fiecare lună. În cazul în care obiectivul tabloului de control este de a compara între ele valorile reale și respectiv valorile estimate pentru fiecare lună, această versiune de grafic este mult mai dificil de interpretat, deoarece coloanele relevante nu sunt adiacente.

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!****Figura 11 – Grafic creat pe baza aceluiași date ca și cel din Figura 10, dar cu orientare schimbată**

Aplicație

Schimbați orientarea graficului obținut la punctul 3.4.1. Examinați rezultatul obținut.

Schimbați orientarea graficului încă o dată pentru a reveni la starea anterioară.

III.6 Schimbarea tipului de grafic

După ce ați creat un grafic, aveți posibilitatea să modificați cu ușurință tipul de grafic. Deși un grafic coloană poate arăta foarte bine pentru un anumit set de date, puteți verifica modul în care ar arăta și alte tipuri de grafic. Pentru aceasta puteți selecta (după activarea graficului) Chart Tools → Design → Type → Change Chart Type pentru a afișa fereastra de dialog Change Chart Type și a experimenta cu alte tipuri de grafice. Figura 12 prezintă fereastra de dialog Change Chart Type.

Notă. Dacă un grafic utilizează mai mult de o serie de date, asigurați-vă că aveți selectat pe grafic orice altceva decât o serie de date (graficul însuși, axele, fundalul etc.) atunci când selectați comanda Chart Tools → Design → Type → Change Chart Type. Dacă aveți selectată o serie de date, comanda schimbă numai tipul de grafic al seriei selectate. Selectarea pe grafic a unei singure serii de date înainte de a folosi comanda Change Chart Type este modalitatea de a crea grafice combinate.

În fereastra de dialog Change Chart Type, principalele categorii sunt listate pe stânga, și subtipurile sunt afișate ca iconițe în dreapta. Selectați o iconiță și dați clic pe OK, și imediat Excel re-afișează graficul utilizând noul tip de grafic. Dacă nu vă place rezultatul, dați clic pe butonul Undo pe bara de instrumente „Acces rapid”.

Notă: În cazul în care graficul este unul încorporat într-o foaie de lucru obișnuită, puteți modifica, de asemenea, tipul de grafic prin folosirea iconițelor din Insert → Charts group. De fapt, această metodă este ceva mai rapidă, deoarece nu implică o fereastră de dialog.

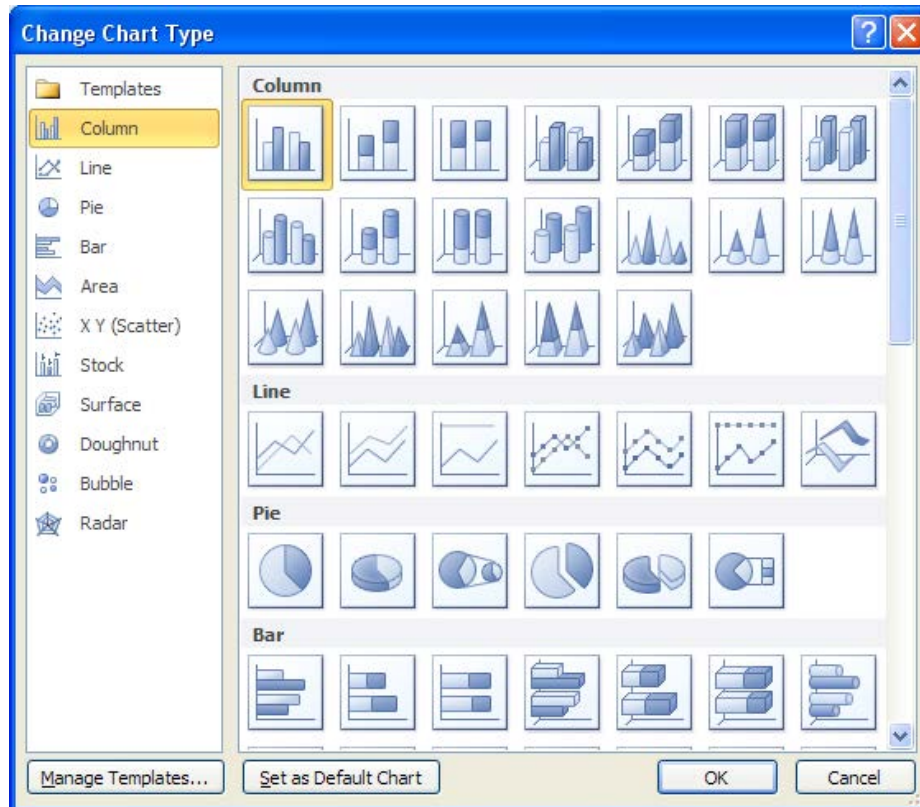


Figura 12 - Fereastra de dialog Change Chart Type



Aplicație

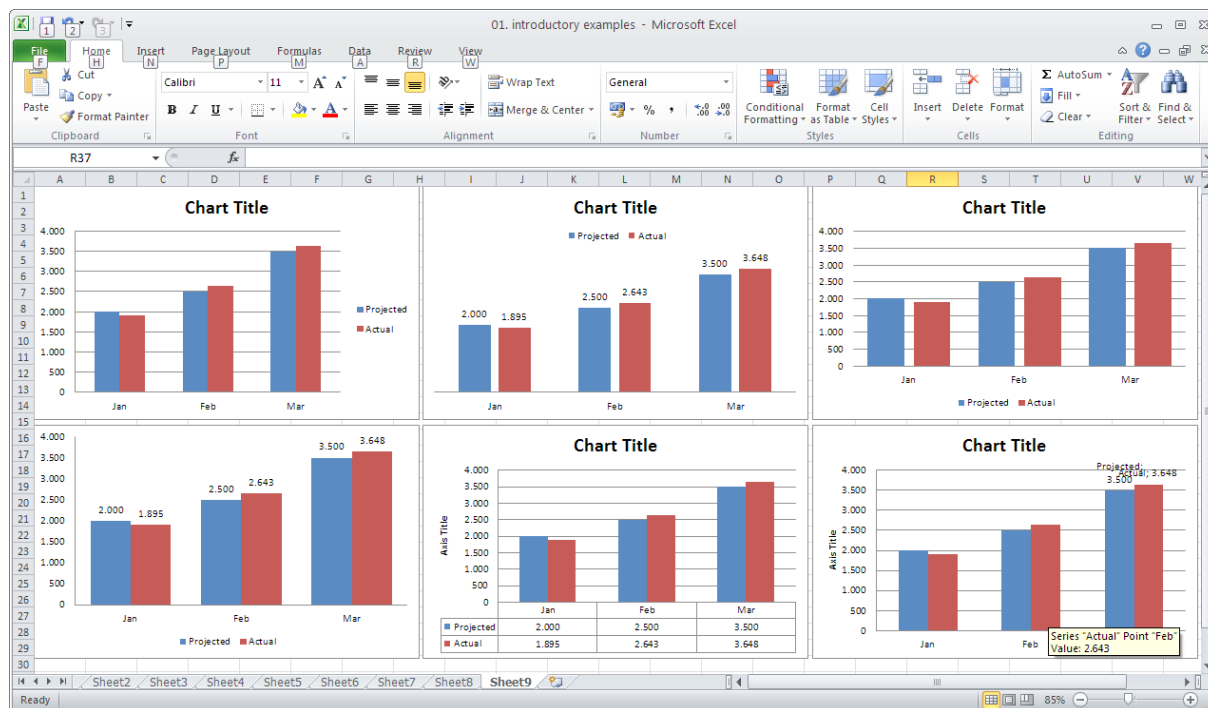
1. Salvați fișierul Excel obținut la punctul 3.4.1 sub alt nume. Schimbați tipul graficului obținut din fișierul dublură. Examinați rezultatul obținut. Repetați operația de câteva ori, cu diverse tipuri de grafic.
2. Deschideți fișierele furnizate 02. *grafice 3D.xlsx*, 03. *grafice de suprafata.xlsx*, 04. *grafice bara.xlsx*, 05. *grafice cu bule.xlsx*, 06. *grafice cu coloane.xlsx*, 08. *grafice gogoasa.xlsx*, 09. *grafice cu linii.xlsx*, 10. *grafice tort.xlsx*, 11. *grafice radar.xlsx*, 12. *grafice de imprastiere.xlsx*, 13. *sase tipuri de grafic.xlsx*, 14. *grafice de bursa.xlsx*, 15. *grafice de suprafata.xlsx*. Parcurgeți fiecare foaie de lucru din fișierele enumerate și examinați graficele găsite.

III.7 Schimbarea aspectului unui grafic

Fiecare tip de grafic are o serie de aspecte predefinite pe care le puteți aplica cu un singur click de mouse. Un aspect poate conține elemente suplimentare de grafic, cum ar fi un titlu, etichete de date, axe și așa mai departe. Schimbarea aspectului unui grafic este opțională, dar unul dintre aspectele oferite ar putea fi exact ceea ce căutați. Chiar dacă aspectul nu este exact ceea ce doriți, poate fi suficient de aproape de ceea aveți nevoie pentru a face ulterior doar câteva ajustări.

Pentru a aplica un aspect, selectați graficul și apoi utilizați galeria Chart Tools → Design → Chart Layouts.

Figura 13 indică modul în care unul și același grafic „coloane” ar arăta cu diferite aspecte.

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!****Figura 13 – Diverse aspecte ale unui grafic****Aplicație**

Copiați graficul obținut la punctul 3.4.1 în câteva exemplare (a se vedea 3.13) pe o foaie de lucru. Schimbați în diverse moduri aspectul diferitelor exemplare. Examinați rezultatul obținut.

III.8 Aplicarea unui stil de grafic

Galeria Chart Tools → Design → Chart Styles conține un număr destul de mare de stiluri care se pot aplica la grafic. Stilurile constau din diferite opțiuni de culoare și unele efecte speciale. Din nou, acest pas este opțional.

Notă: Stilurile afișate în galerie depind de tema aplicată documentului în care se află graficul. Când alegeți Page Layout → Themes pentru a aplica o temă diferită documentului, veți vedea o că și în galeria Chart Tools → Design → Chart Styles se va regăsi o nouă selecție de stiluri grafice concepute pentru tema selectată.

**Aplicație**

Pe diversele grafice utilizate la 3.7.1 aplicați diverse stiluri grafice. Examinați rezultatul obținut.

III.9 Adăugarea și ștergerea de elemente ale unui grafic

În unele cazuri, aplicarea unui aspect graficului (după cum este descris anterior), vă oferă un grafic cu toate elementele de care este nevoie. De cele mai multe ori totuși, va trebui să adăugați sau să eliminați unele elemente din grafic și să îi ajustați acestuia aspectul. Puteți face acest lucru folosind instrumentele

de pe bara Chart Tools → Layout tab.

De exemplu, pentru a da unui grafic un titlu, alegeți Chart Tools → Layout → Labels → Chart Title. Comanda conține o serie de subopțiuni prin care se va determina amplasarea viitorului titlu de grafic. Excel inserează în mod implicit un titlu cu textul „Chart title”. Pentru a modifica acest text dați clic pe el și scrieți titlul dorit de dvs. Titlul va fi înlocuit și afișat chiar în timp ce scrieți.



Aplicație

Pe unul dintre graficele obținute anterior adăugați și ulterior eliminați un titlu, prin procedeele descris mai sus.

III.10 Formatarea elementelor unui grafic

Fiecare element dintr-o grafic poate fi formatat și personalizat în mai multe moduri. Mulți utilizatori sunt mulțumiți de aspectul graficelor care sunt create utilizând pașii descriși mai devreme în acest capitol. Dar, pentru a crea un impact vizual maxim al graficelor, uneori sunt necesare diverse ajustări.

Excel furnizează două moduri de a formata și personaliza elemente individuale ale unui grafic. Ambele metode necesită să selectați în prealabil elementul de grafic pe care doriți să îl modificați:

- I. Utilizarea instrumentelor de pe bara Chart Tools → Format tab.
- II. Apăsarea combinației de taste Ctrl+I pentru a afișa fereastra de dialog Format specifică elementului grafic selectat.

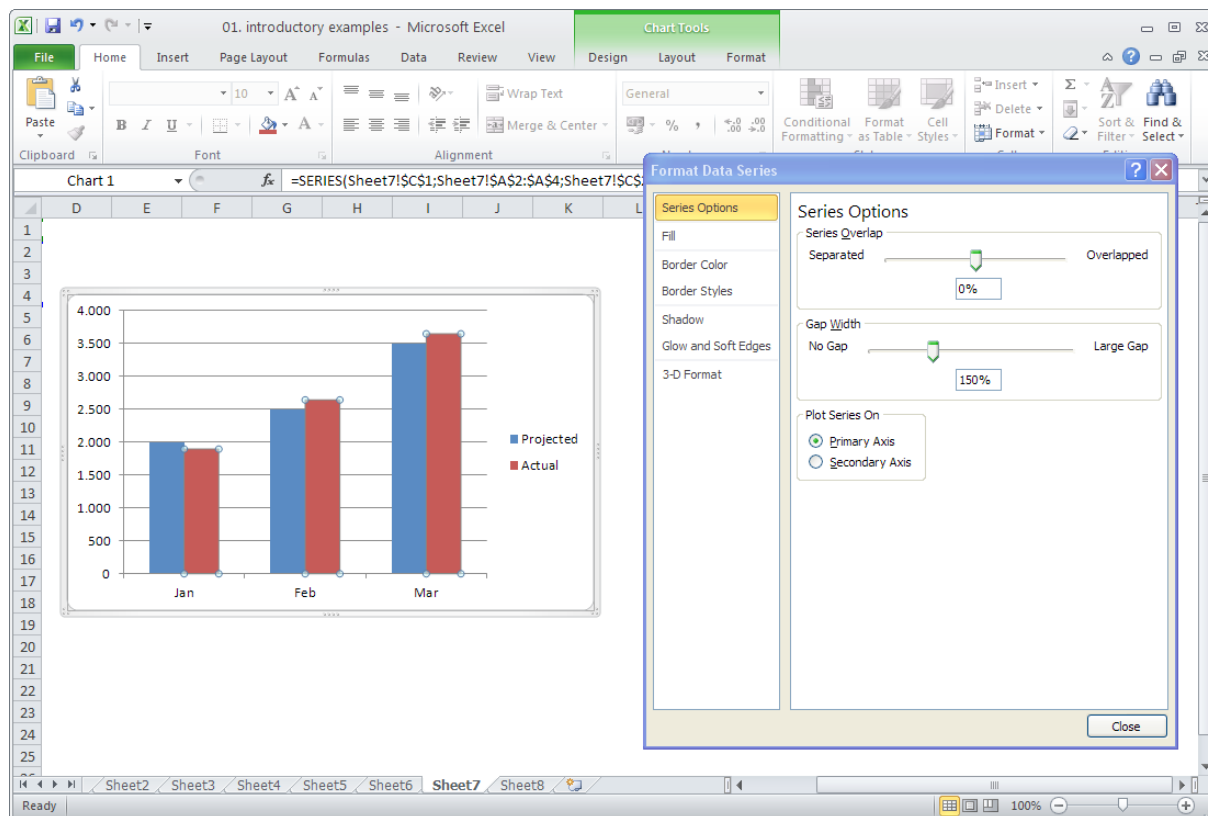
Notă: Instrumentele de pe bara de instrumente reprezintă doar un subset al opțiunilor de formatare. Pentru un control maxim, utilizați fereastra de dialog Format.

De exemplu, să presupunem că doriți să modificați culoarea coloanelor pentru una dintre seriile din grafic. Faceți clic pe orice coloană din serie (operație care va selecta întreaga serie). Apoi, alegeți Chart Tools → Format → Shape Styles → Shape Fill și selectați o culoare din lista selectată.

Exemplul 2: Pentru a modifica proprietățile conturului din jurul coloanelor, utilizați instrumentul Chart Tools → Format → Shape Styles → Shape Outline.

Exemplul 3: Pentru a schimba efectele aplicate asupra coloanelor (de exemplu, pentru a adăuga o umbră) utilizați instrumentul Chart Tools → Format → Shape Styles → Shape Effects.

Alternativ pentru exemplele anterioare (dar și pentru orice alte operații similare), puteți selecta o serie din grafic, apăsați Ctrl + I și apoi folosiți fereastra de dialog Format Data Series precum în Figura 14. Rețineți că aceasta este o fereastră de dialog cu mai multe pagini. Faceți clic pe o pagină pe partea stânga pentru a vizualiza controalele corespunzătoare. Fereastra de dialog Format Data Series are de asemenea și proprietatea că rămâne mereu deasupra cât timp este deschisă, astfel încât aveți posibilitatea să faceți clic pe un alt element din grafic, cât timp fereastra de dialog este încă deschisă. Cu alte cuvinte, nu trebuie să închideți fereastra de dialog pentru a vedea modificările pe care le specificați sau pentru a efectua modificări asupra altui element din grafic.

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!****Figura 14 – Fereastra de dialog Format Data Series****Aplicație**

Pe unul dintre graficele obținute anterior aplicați diverse formătări pe diversele elemente ale graficului.

III.11 Mutarea și redimensionarea unui grafic

Dacă graficul este un grafic încorporat, aveți posibilitatea să îl mutați fără restricții și să îl redimensionați cu mouse-ul.

Dați clic pe bordura graficului și apoi trageți de ea pentru a muta graficul.

Trageți de oricare dintre cele opt „puncte de control” de pe bordură, pentru a redimensiona graficul. „Punctele de control” constau din câte trei puncte care apar în colțurile și respectiv pe marginile graficului atunci când dați clic pe bordura graficului. Atunci când cursorul mouse-ului se transformă într-o săgeată dublă, dați clic și trageți pentru a redimensiona graficul.

Atunci când este selectat un grafic, aveți posibilitatea să utilizați opțiunea Chart Tools → Format → Size pentru a ajusta înălțimea și lățimea de grafic. Utilizați săgețile miniaturale pentru a crește sau a scădea valorile înălțimii și lățimii, sau tastați dimensiunile direct în căsuțele Height și Width.

Pentru a muta un grafic încorporat într-o foaie de calcul, faceți clic pe bordura sa în orice punct, cu excepția oricăruia dintre cele opt puncte de control. Apoi trageți de grafic până la noua sa locație.

De asemenea, puteți utiliza tehnici standard de cut-and-paste pentru a muta un grafic încorporat. Selectați graficul și alegeți Home → Clipboard → Cut (sau apăsați Ctrl+X). Apoi, activați o celulă de lângă locația dorită (dând click pe ea) și alegeți Home → Clipboard → Paste (sau apăsați Ctrl+V). Nouă locație poate fi într-o altă foaie de lucru sau chiar într-un alt document Excel. Dacă mutați (sau copiați) graficul într-un alt document Excel, acesta va fi conectat la datele din documentul Excel original. Un alt mod de a muta

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

un grafic într-o locație diferită este acela de a alege Chart Tools → Design → Location → Move Chart. Această comandă afișează fereastra de dialog Move Chart, care vă permite să specificați o foaie nouă de calcul (fie o foaie de lucru normală fie una specială pentru grafice).



Aplicație

Mutați și redimensionați un grafic obținut anterior.

III.12 Conversia unui grafic încorporat într-un grafic pe foaie de lucru separată

Atunci când creați un grafic folosind opțiunea Insert → Charts group, rezultatul este întotdeauna un grafic încorporat. Acesta se poate muta ușor, în cazul în care doriți ca graficul să fie pe o foaie de lucru separată.

Pentru conversia unui grafic încorporat într-un grafic situat pe o foaie de lucru separată, selectați graficul și alegeți opțiunea Chart Tools → Design → Location → Move Chart pentru a deschide fereastra de dialog Move Chart (vezi Figura 15). Selectați opțiunea New Sheet și, opțional, precizați un nume nou pentru graficul din foaia de lucru.

Pentru conversia unui grafic dintr-o foaie de lucru separată într-un grafic încorporat, activați foaia de lucru și apoi alegeți opțiunea Chart Tools → Design → Location → Move Chart pentru a deschide fereastra de dialog Move Chart. Selectați opțiunea Object In și specificați foaia de lucru utilizând lista drop-down.

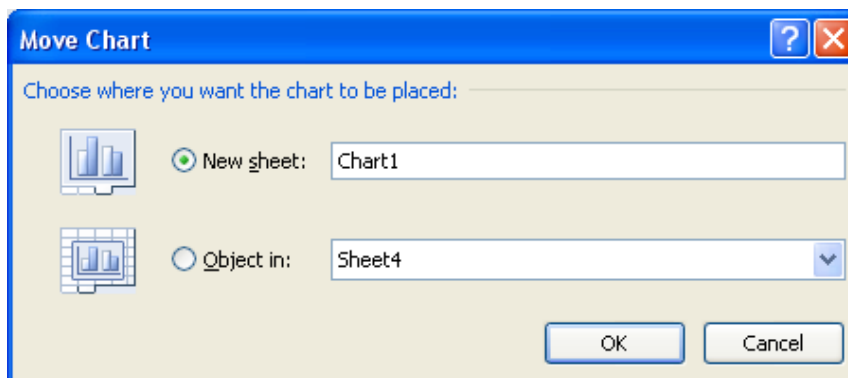


Figura 15 – Fereastra Move Chart



Aplicație

Converteți un grafic obținut anterior într-un grafic pe foaie de lucru separată.

III.13 Copierea unui grafic

Pentru a realiza o copie a unui grafic încorporat, selectați graficul și alegeți opțiunea Home → Clipboard → Copy (sau apăsați Ctrl+C). Apoi activați o celulă în imediata apropiere a locului unde doriți să apară graficul și folosiți opțiunea Home → Clipboard → Paste (sau apăsați Ctrl+V). Noua locație poate fi într-o altă foaie de lucru sau chiar într-un alt document Excel. Dacă alegeți să copiați graficul într-un alt document Excel, acesta va fi conectat la datele din documentul Excel original.

Pentru a copia un grafic pe o foaie de lucru, apăsați Ctrl în timp de trageți graficul în noua locație.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

III.14 Ștergerea unui grafic

Pentru a șterge un grafic încorporat, apăsați Ctrl și dați clic pe grafic (fapt ce duce la selectarea graficului ca obiect). Apoi apăsați tasta Delete. Când tasta Ctrl este apăsată, puteți selecta mai multe grafice, ca apoi să le ștergeți pe toate, printr-o singură apăsare a tastei Delete.

Pentru a șterge un grafic de pe o foaie de lucru separată (se va șterge cu totul foaia de lucru), dați clic dreapta pe eticheta foii de lucru și alegeți opțiunea Delete.



Aplicație

Ștergeți un grafic obținut anterior.

Observație: ștergerea unui grafic, precum orice altă operație în Excel, este reversibilă. Pentru a recupera un grafic, imediat ce aceasta a fost șters, dați clic pe butonul Undo care se găsește pe bara de instrumente „Acces rapid” – combinația de taste echivalentă este Ctrl + Z.

III.15 Mutarea și ștergerea elementelor unui grafic

Elementele dintr-un grafic care pot fi mutate sunt: zona de desenare propriu-zisă, titlurile, legenda și etichetele datelor. Pentru a muta un element dintr-un grafic, el trebuie selectat printr-un clic. Apoi trageți elementul în locul dorit. Pentru a șterge un element din grafic, îl selectați și apăsați tasta Delete.

Puteți folosi, de asemenea și opțiunea Chart Tools → Layout group pentru a inhiba afișarea unui anumit element al graficului. De exemplu, pentru a șterge etichetele, alegeți opțiunea Chart Tools → Layout → Labels → Data Labels → None.

Rețineți faptul că ștergerea unui element din grafic folosind opțiunea Chart Tools → Layout group înseamnă ștergerea elementului, nu doar ascunderea lui. De exemplu, să presupunem că ați adăugat un titlu pe care l-ați și formatat și ați folosit apoi opțiunea Chart Tools → Layout → Labels → Chart Title → None. Dacă apoi vă răzgândiți și vreți să reveniți la titlul formatat, acesta nu mai există. Va trebui să aplicați din nou formatarea dorită.

Câteva elemente ale unui grafic constau în mai multe obiecte. De exemplu, etichetele datelor constau în câte o etichetă pentru fiecare dată. Pentru a muta sau șterge o etichetă, dați clic o dată pentru a selecta întregul element și apoi încă un clic pentru a selecta o anume etichetă, pe care apoi o puteți muta sau șterge.



Aplicație

Pe un grafic obținut anterior mutați și / sau ștergeți diverse elemente.

III.16 Formatarea elementelor unui grafic

Mulți utilizatori se mulțumesc să creeze grafice folosind diagrame și stiluri predefinite. Pentru o mai bună personalizare, Excel permite lucrul individual cu elementele graficului. Se pot folosi opțiunile din bara de unelte, dar cel mai simplu mod de a formata elementele graficului este să dați click dreapta pe element și să alegeți opțiunea Format din lista de opțiuni.

Opțiunea de formatare depinde de elementul selectat. De exemplu, dacă ați dat clic dreapta pe titlul graficului, va apărea Format Chart Title. Alternativ, puteți apăsa Ctrl+I pentru a deschide fereastra de dialog Format pentru elementul selectat.

Dacă ați aplicat o formatare unui element al graficului și apoi doriți să reveniți la formatarea originală, dați clic dreapta pe elementul respectiv și alegeți opțiunea Reset to Match Style. Pentru a reveni la formatarea inițială a întregului grafic, selectați graficul, dați clic dreapta și folosiți opțiunea Reset to Match Style.

III.17 Copierea formatului unui grafic

În cazul în care ați formatat un grafic și doriți să folosiți aceeași formatare și pentru alte grafice, aveți trei posibilități:

1. Creați o copie a graficului original și apoi schimbați datele din graficul copiat. O modalitate de a schimba datele dintr-un grafic este folosirea opțiunii Chart Tools → Design → Data → Select Data și alegerea corespunzătoare a datelor în fereastra de dialog Select Data Source
2. Creați grafice, fără a le aplica vreo formatare. Apoi activați graficul original și apăsați Ctrl+C. Selectați unul din grafice și alegeți opțiunea Home → Clipboard → Paste → Paste Special. În fereastra de dialog Paste Special, dați clic pe opțiunea Formats și apoi clic pe butonul OK. Puteți repeta pașii pentru celelalte grafice.
3. Creați un grafic șablon pe care să îl folosiți ca punct de plecare pentru noile grafice.

III.18 Redenumirea unui grafic

Când activați un grafic încorporat, numele lui apare în caseta Name (situată în stânga barei de formule). La prima vedere, ar părea logic să puteți schimba numele graficului din această casetă Name. Doar că acest lucru nu este posibil.

Pentru a schimba numele unui grafic încorporat, folosiți opțiunea Chart Tools → Layout → Properties → Chart Name. Tastați noul nume și apăsați Enter.

De ce să redenumim un grafic? Dacă o foaie de lucru conține multe grafice, este de preferat ca un anume grafic să poată fi activat folosind numele său. Tastați numele graficului în caseta Name și apăsați Enter. Este mult mai ușor de reținut un grafic numit Vânzări Lunare decât un grafic numit Chart 9.

Atunci când redenumiți un grafic, Excel vă permite să folosiți un nume deja existent pentru alt grafic. În mod normal, nu contează dacă mai multe grafice au același nume, dar pot apărea probleme dacă folosiți macro-uri VBA care selectează grafice după numele lor.

III.19 Tipărirea graficelor

Tipărirea graficelor încorporate nu ridică probleme deosebite; le puteți tipări în același mod ca și foile de lucru. Dacă graficul este în zona de tipărit, atunci Excel tipărește graficul exact așa cum apare el pe ecran. Atunci când tipăriți o foaie de lucru care conține grafice încorporate, este indicat să folosiți opțiunea de previzualizare, pentru a vă asigura că graficul nu se „rupe” pe mai multe pagini. Dacă ați creat un grafic pe o foaie de lucru separată, atunci Excel întotdeauna tipărește graficul pe o pagină separată.

Dacă selectați un grafic încorporat și alegeți opțiunea File → Print, Excel tipărește doar graficul separat pe o pagină (ca și cum ar fi un grafic pe o foaie de lucru separată) și nu tipărește și restul foii de lucru.

Dacă doriți ca un anumit grafic încorporat să nu apară în ceea ce tipăriți, selectați zona de fundal a graficului, dați click dreapta și alegeți Format. În fereastra de dialog Format Chart Area, dați clic pe eticheta Properties și debifați căsuța Print Object (vezi Figura 16).

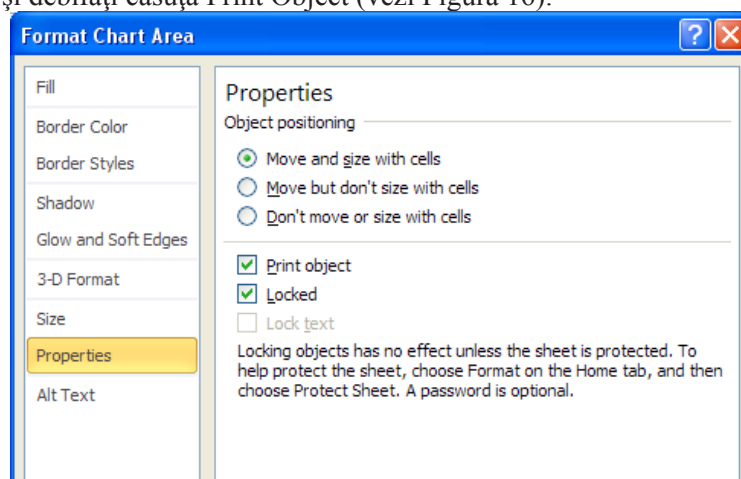


Figura 16 – Fereastra de dialog Format Chart Area; aici proprietățile graficului



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

III.20 Crearea graficelor combinate

Un grafic combinat conține două tipuri diferite de grafice, de exemplu un grafic de tip coloane și un grafic de tip linie. În acest caz, fiecărei serii i se asignează tipul corespunzător de grafic.

Excel nu furnizează o modalitate directă de a crea un grafic combinat. Cu alte cuvinte, nu veți găsi o opțiune directă pentru un grafic combinat în nici o listă disponibilă la opțiunea Insert → Charts group. În orice caz, este destul de ușor să creați un grafic combinat, parcurgând următorii pași:

1. Creați un grafic standard (de exemplu un grafic de tip coloane) care folosește cel puțin două serii de date.
2. Dați clic pe una dintre serii pentru a o selecta.
3. Alegeți opțiunea Chart Tools → Design → Type → Change Chart Type pentru a deschide fereastra de dialog Change Chart Type.
4. Alegeți un tip de grafic pentru seria de date selectată și dați clic pe butonul OK.

Graficul pentru seria selectată este schimbat la tipul de grafic pe care l-ați ales.

Rețineți faptul că fereastra de dialog Change Chart Type se comportă diferit în funcție de ce element din grafic a fost selectat. Dacă a fost selectată o serie de date, noul tip de grafic se aplică doar acelei serii. Dacă a fost selectat orice alt element din grafic, în afara unei serii de date, atunci noul tip de grafic se aplică tuturor seriilor de date din grafic.

În Figura 17 este prezentat un grafic combinat care conține două serii de date. O serie (Sales) este reprezentată folosind coloane, cealaltă serie (Goal) este reprezentată folosind linii.

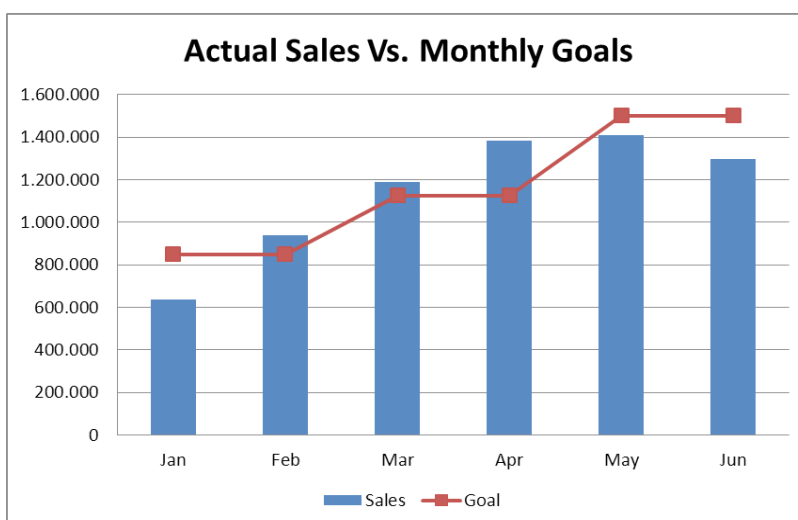


Figura 17 - Un grafic combinat cu două serii de date

În unele situații, se pot folosi axe verticale diferite pentru serii de date diferite. În Figura 18 este prezentat un grafic combinat care conține un grafic de tip linie pentru temperatura medie lunară și un grafic de tip suprafață pentru cantitatea lunară de precipitații. Întrucât cele două serii de date variază diferit una față de cealaltă, este necesară o a doua axă verticală, pentru precipitații. Dacă ambele serii de date erau reprezentate pe aceeași axă, seria precipitațiilor nu era vizibilă pe grafic.

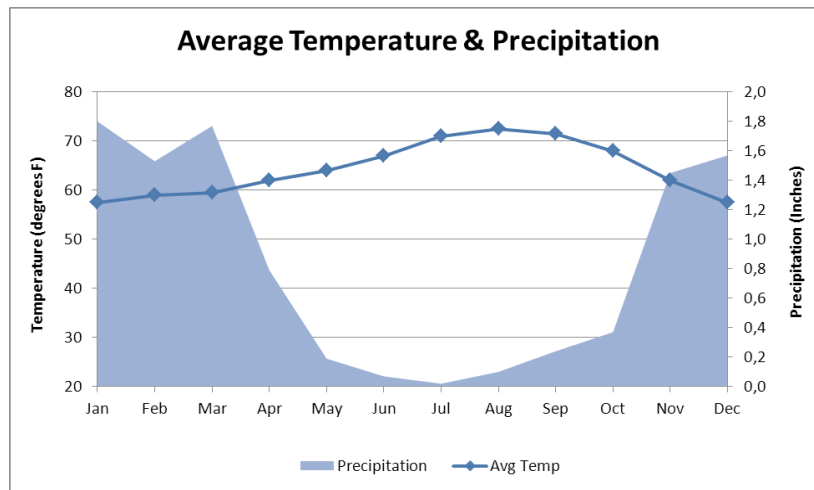


Figura 18 – Un grafic combinat cu două serii de date și două axe

Pentru a adăuga a doua axă, se parcurg următorii pași:

1. Selectați a doua serie de date din grafic.
2. Apăsați Ctrl+I pentru a deschide fereastra de dialog Format Data Series.
3. In fereastra de dialog Format Data Series, dați clic pe eticheta Series Options.
4. Selectați opțiunea Choose the Secondary Axis.

O nouă axă de valori este adăugată la grafic în partea dreaptă și a doua serie de date folosește această axă.



Aplicație

1. Deschideți fișierul *07. grafice combinate.xlsx* furnizat. Deschideți foaia de lucru *Sheet1*. Examinați graficul combinat prezentat acolo. Pe aceeași foaie de lucru creați un nou grafic combinat conform pașilor prezentați mai sus. Încercați să obțineți un rezultat cât mai asemănător cu cel prezentat.
2. Pe același document Excel deschideți foaia de lucru *Sheet2*. Examinați graficul combinat prezentat acolo. Pe aceeași foaie de lucru creați un nou grafic combinat conform pașilor prezentați mai sus. Încercați să obțineți un rezultat cât mai asemănător cu cel prezentat.
3. Pe același document Excel deschideți foaia de lucru *Sheet2*. Examinați graficul combinat prezentat acolo. Pe aceeași foaie de lucru creați un nou grafic combinat conform pașilor prezentați mai sus. Încercați să obțineți un rezultat cât mai asemănător cu cel prezentat.

III.21 Adăugarea unei serii noi la un grafic

Excel oferă patru moduri de a adăuga o nouă serie la un grafic existent:

1. Copierea unei zone de date în grafic.
2. Folosirea casetei de dialog Select Data Source.
3. Selectarea graficului și extinderea zonei de date astfel încât să includă și noua serie.
4. Activarea graficului, click pe bara de formule și tastarea formulei SERIES.

Aceste tehnici sunt descrise în secțiunile următoare.

Încercarea de a adăuga o nouă serie unui grafic de tip plăcintă aparent nu are niciun efect, întrucât un astfel de grafic nu poate avea decât o singură serie de date. Oricum, seria este adăugată graficului, dar nu este afișată. Dacă schimbați tipul de grafic, atunci devine vizibilă și a doua serie de date.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

III.21.1 Adăugarea unei serii noi prin copierea unei zone de date

Una dintre modalitățile de a adăuga o serie nouă de date unui grafic este operația standard copy/paste. Urmăți pașii:

1. Selectați zona de date care conține datele ce vor fi adăugate (inclusiv numele seriei).
2. Alegeți opțiunea Choose Home → Clipboard → Copy (sau apăsați Ctrl+C).
3. Clic pe grafic pentru a-l activa.
4. Alegeți opțiunea Choose Home → Clipboard → Paste (sau apăsați Ctrl+V).

Pentru mai mult control asupra datelor adăugate, puteți folosi la pasul 4 opțiunea Home → Clipboard → Paste → Paste Special. Aceasta are ca efect deschiderea ferestrei de dialog Paste Special. Câteva observații la folosirea acestei opțiuni:

1. Asigurați-vă că opțiunea New Series este selectată.
2. Excel va ghici asupra orientării datelor, dar puteți verifica dacă opțiunea Rows sau Columns este corectă.
3. Dacă zona de date copiată include și numele seriei, asigurați-vă că opțiunea Series Names in First Row/Column este bifată.
4. Dacă prima coloană din zona de date selectată include etichete de categorie, atunci asigurați-vă că este bifată opțiunea Categories (X Labels) in First Column/Row.
5. Dacă vreți să înlocuiți etichetele de categorie existente, selectați opțiunea Replace Existing Categories.

III.21.2 Adăugarea unei serii noi prin extinderea unei zone de date

Când selectați o serie într-un grafic, Excel afișează un chenar în jurul datelor folosite de acea serie. Când selectați altceva decât o serie într-un grafic, Excel afișează un chenar în jurul întregii zone de date folosite de grafic – doar dacă datele sunt într-o zonă contiguă de celule.

Dacă doriți să adăugați o nouă serie la grafic (și noua serie este contiguă cu datele existente în grafic), puteți extinde zona evidențiată bleu, astfel încât ea să cuprindă și noile date. Începeți prin a selecta orice element din grafic, exceptând o serie. Excel evidențiază zona de date printr-un chenar bleu. Trageți de un colț al acestei zone astfel încât să includeți și noile date. În acest moment, Excel creează o nouă serie în grafic.

III.21.3 Adăugarea unei serii noi prin utilizarea ferestrei de dialog Select Data Source

Fereastra de dialog Select Data Source oferă alt mod de a adăuga o nouă serie unui grafic, astfel:

1. Clic pe grafic pentru a-l activa.
2. Alegeți opțiunea Chart Tools → Design → Data → Select Data pentru a deschide fereastra de dialog Select Data Source.
3. Clic pe butonul Add pentru a deschide fereastra de dialog Edit Series.
4. Selectați celula pentru numele seriei (Series Name) și celulele pentru valorile seriei (Series Values).
5. Clic pe butonul OK pentru a închide fereastra Edit Series și a vă întoarce la fereastra Select Data Source.
6. Clic pe butonul OK pentru a închide fereastra Select Data Source, sau clic pe butonul Add pentru a mai adăuga încă o serie la grafic.

Configurația ferestrei de dialog Edit Series variază în funcție de tipul de grafic. De exemplu, pentru un grafic de tip scatter, fereastra Edit Series afișează selecția pentru numele seriei, valorile X și valorile Y (Series Name, Series X Values, Series Y Values). Dacă graficul este de tip bule, fereastra de dialog are în plus o opțiune pentru dimensiunea bulelor (Series Bubble Size).

III.21.4 Adăugarea unei serii noi prin tastarea unei noi formule SERIES

Excel oferă încă o modalitate de a adăuga o nouă serie unui grafic: tastarea unei noi formule SERIES. Se parcurg următorii pași:



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Resursele Umane



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

1. Clic pe grafic pentru a-l activa.
2. Clic pe bara de formule.
3. Tastați noua formulă SERIES și apăsați Enter.

Această metodă nu este cea mai eficientă metodă de a adăuga o nouă serie, întrucât necesită ca utilizatorul să înțeleagă cum funcționează formula SERIES. O variantă este copierea unei formule SERIES existente și editarea ei pentru noua serie creată.

III.22 Ștergerea unei serii de grafic

Cea mai simplă modalitatea de a șterge o serie dintr-un grafic este să o selectați și să apăsați tasta Delete. Ștergerea singurei serii dintr-un grafic nu înseamnă și ștergerea graficului. Rămâne un grafic gol, care poate fi șters apăsând încă o dată tasta Delete.

Pentru a șterge o serie, puteți folosi și fereastra de dialog Select Data Source. Alegeți opțiunea Chart Tools → Design → Data → Select Data pentru a deschide această fereastră, apoi alegeți seria din listă și dați click pe butonul Remove.

III.23 Modificarea zonei de date pentru o serie dintr-un grafic

După ce ați creat un grafic, puteți modifica zona de date utilizată de grafic. De exemplu, poate este necesar să extindeți zona pentru a include noi date. Sau poate este necesar să înlocuiți cu totul zona de date. Excel oferă mai multe modalități de a efectua aceste operații:

1. Utilizarea zonei evidențiate
2. Utilizarea ferestrei de dialog Select Data Source

Fiecare din cele două tehnici este descrisă în cele ce urmează.

Un grafic creat folosind date dintr-un tabel (Insert → Tables → Table) va modifica automat zona de date folosită în grafic dacă adăugați noi date în tabel.

III.23.1 Utilizarea evidențierii unei zone de date pentru a schimba datele unei serii

Când selectați o serie într-un grafic, Excel evidențiază printr-un chenar zona de date folosită de acea serie. Asupra unei zone evidențiate pot fi efectuate două operații:

1. Mărirea sau micșorarea zonei de date: clic pe un colț al zonei evidențiate și trageți pentru a extinde sau a micșora zona (cursorul se transformă într-o săgeată dublă)
2. Specificarea unei zone de date diferite: clic pe una dintre bordurile zonei evidențiate și apoi trageți pentru a evidenția o altă zonă de date (cursorul se transformă în săgeți în 4 direcții).

Modificarea sursei de date folosind evidențierea unei zone de date este probabil cea mai simplă metodă. Această tehnică însă funcționează doar pentru grafice încorporate, nu și pentru cele din foi de lucru separate. În plus, nu funcționează când datele sunt în altă foaie de calcul decât foaia care conține graficul încorporat

Un caz special este graficul de tip suprafață, în care nu se poate selecta o serie individuală. Dar, în momentul în care se selectează zona de grafic, Excel evidențiază toate datele folosite de grafic, astfel încât se poate folosi zona evidențiată pentru a schimba datele folosite de grafic.

III.23.2 Utilizarea ferestrei de dialog Select Data Source pentru a schimba datele unei serii

Alta metodă de a modifica o serie este folosirea ferestrei de dialog Select Data Source. Selectați graficul și apoi alegeți opțiunea Chart Tools → Design → Data → Select Data.

Fereastra de dialog Select Data Source are trei părți:

1. Partea de sus a ferestrei arată întreaga zonă de date folosită de grafic. Puteți schimba această zonă, selectând noi date.
2. În partea din stânga jos sunt afișate toate seriile. Selectați o serie și dați click pe butonul Edit



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

- pentru a deschide fereastra Edit Series și a schimba datele folosite de acea serie.
- În partea din dreapta jos sunt afișate etichetele pentru categorii. Click pe butonul Edit pentru a deschide fereastra Axis Labels și a schimba valorile de pe axe.

III.24 Tratarea datelor lipsă

Câteodată, datele folosite pentru crearea unui grafic pot avea una sau mai multe valori lipsă. Excel oferă următoarele moduri de a trata datele lipsă:

- Se ignoră datele lipsă.
- Se tratează datele lipsă ca zerouri.
- Se interpolează datele lipsă (doar pentru graficele de tip linie și scatter).

Este destul de dificil de localizat aceste trei opțiuni de a trata datele lipsă. Bara de unelte nu conține opțiuni pentru acest lucru și nici nu se poate specifica în fereastra de dialog Format Data Series.

Trebuie parcurși următorii pași:

- Se selectează graficul.
- Se alege opțiunea Chart Tools → Design → Data → Select Data pentru a deschide fereastra de dialog Select Data Source.
- În fereastra de dialog Select Data Source, clic pe butonul Hidden and Empty Cells.
- Se alege opțiunea dorită și apoi clic pe butonul OK.

Opțiunea aleasă se aplică doar graficului activ și seriilor acelui grafic. Cu alte cuvinte, nu puteți specifica opțiuni diferite de tratare a datelor lipsă pentru serii aparținând aceluiași grafic. În plus, nu toate tipurile de grafic suportă orice manieră de tratare a datelor lipsă.

Metoda „corectă” de tratare a datelor lipsă depinde de mesajul pe care vreți să-l transmiteți. Sunt cazuri în care este indicat ca datele lipsă să fie ignorate, precum sunt și cazuri când este indicată o interpolare. Pentru graficele de tip linie, se poate forța interpolarea datelor lipsă prin folosirea formulei =NA() în celulele goale. În alte grafice, =NA() este interpretată ca zero.



Aplicație

Deschideți fișierul *16. date absente.xlsx* furnizat. Examinați cele trei grafice obținute prin utilizarea celor trei moduri disponibile de tratare a datelor lipsă. Pe aceeași foaie de lucru, creați trei grafice asemănătoare cu graficele existente.

III.25 Desprinderea unei serii de zona de date pe baza căreia a fost creată

În mod normal, un grafic Excel folosește date stocate într-o zonă de date. Schimbarea datelor din această zonă duce la actualizarea automată a graficului. În unele situații, se dorește desprinderea graficului de zona de date utilizată, ceea ce transformă graficul într-unul static, care nu se mai modifică. De exemplu, dacă realizați un grafic pe baza datelor obținute în urma unor scenarii „ce se întâmplă dacă ...”, probabil că doriți să salvați graficul, pentru a-l putea compara cu alte scenarii.

Puteți crea un grafic static în două moduri:

- Converțiți graficul într-o imagine
- Converțiți referința de zonă de date într-o matrice

III.26 Conversia unui grafic într-o imagine

Pentru conversia unui grafic într-o imagine statică, parcurgeți următorii pași:

- Creați graficul în mod normal și faceți toate modificările necesare.
- Clic pe grafic pentru a-l activa.
- Alegeți opțiunea Home → Clipboard → Copy (sau apăsați Ctrl+C).
- Clic pe orice celulă pentru a deselecta graficul.
- Alegeți opțiunea Home → Clipboard → Paste → Picture.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Rezultatul este o imagine a graficului inițial. Această imagine poate fi editată ca imagine, dar nu și ca grafic. Cu alte cuvinte, nu se mai pot modifica proprietăți specifice graficelor, cum ar fi tipul de grafic, etichetele ș.a.m.d.

Deși un grafic convertit la o imagine nu poate fi editat ca un grafic, el poate fi în schimb editat ca o imagine (Figura 19). Când se selectează o astfel de imagine, pe bara de instrumente se activează grupul de instrumente Picture Tools → Format care poate fi utilizat în acest sens.

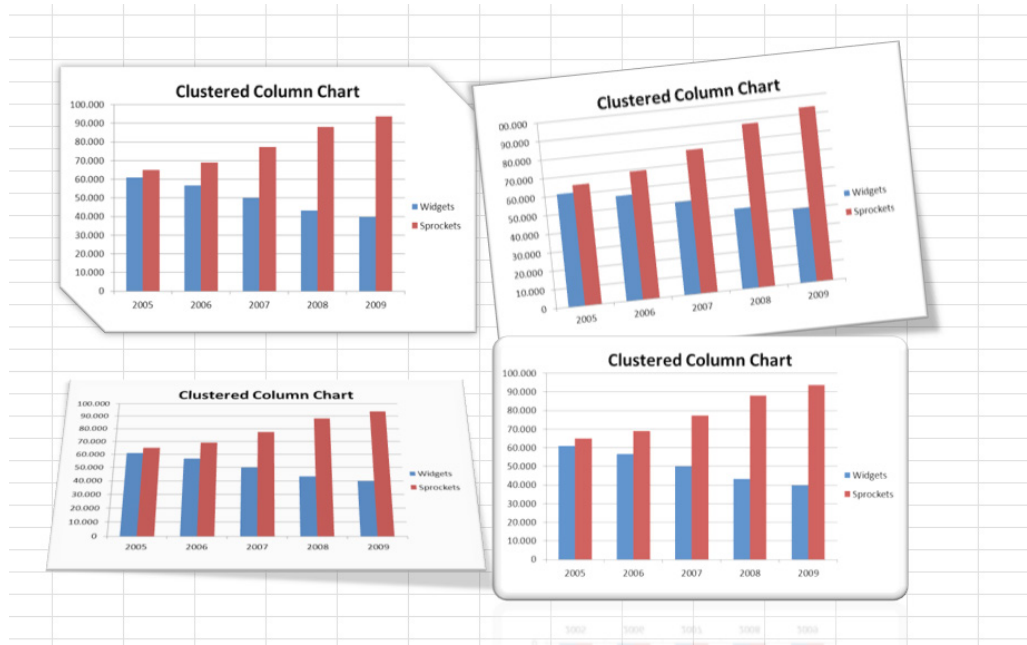


Figura 19 – Un grafic transformat în imagine și formatat în diverse moduri



Aplicație

Converteți unul dintre graficele realizate anterior în imagine. Aplicați imaginii obținute diverse transformări, utilizând grupul de instrumente Picture Tools → Format.

III.27 Conversia unei referințe de zonă de date într-o matrice

O altă cale de a rupe legătura între un grafic și datele pe baza cărora acesta a fost creat este conversia referinței bazate pe o formulă de zonă de date (SERIES) într-o matrice. Pentru această conversie se parcurg următorii pași:

1. Se creează graficul prin metoda obișnuită.
2. Clic pe o serie a graficului. Formula de tip SERIES apare în bara de formule.
3. Clic pe bara de formule.
4. Se apasă F9.
5. Se apasă Enter și referința este convertită într-o matrice.
6. Se repetă procedeul pentru fiecare serie din grafic.

Această metodă de rupere a legăturii între grafic și date, spre deosebire de transformarea graficului într-o imagine, permite ca graficul să fie editat și formatat în continuare. De asemenea este posibil să se convertească un singur argument la o matrice. Pentru aceasta se selectează argumentul din formula SERIES și se apasă F9.



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-EstUNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

IV. RAPOARTE – TABELUL PIVOT

Un tabel pivot este un instrument care permite crearea unei vizualizări interactive a datelor sursă (mai este denumit în mod obișnuit și raport tabel de pivot). Un tabel pivot poate ajuta la transformarea unor rânduri sau coloane interminabile de numere într-o prezentare de date semnificativă. Se pot crea cu ușurință grupuri de articole de sinteză: de exemplu, se pot combina totaluri din două categorii diferite, se pot filtra datele utilizând o varietate de vizualizări, se pot insera formule speciale, care efectuează noi calcule.

Tabelele pivot își trag numele de la abilitatea de deplasa interactiv câmpurile în tabelul pivot pentru a modifica dinamic (sau pivota) perspectiva, oferind o vedere cu totul nouă asupra acelorași date sursă. Se pot afișa subtotaluri și se poate merge interactiv până la orice nivel de detaliere dorit. Datele în sine nu se schimbă și nu sunt conectate la tabelul pivot. Motivul pentru care un tabel pivot este atât de bine adaptat la utilizarea ca tablou de control este faptul că oferă posibilitatea de actualizare rapidă a punctului de vedere al tabelului pivot prin modificarea de datelor sursă spre care indică. Acest lucru permite configurare atâta a componentelor de analiză cât și a celor de prezentare dintr-o singură operație. Ulterior este nevoie de apăsarea unui singur buton pentru actualizarea prezentării.

IV.1 Componentele unui tabel pivot

Un tabel pivot este format din patru zone: valori, etichete de linie, etichete de coloană, și filtre ale raportului. Datele plasate în aceste zone definesc atât utilizarea cât și prezentarea datelor din tabelul pivot. Vor fi discutate pe rând funcțiile fiecăreia din cele patru zone.

IV.1.1 Zona de valori

Zona de valori permite efectuarea de calcule cu sau numărarea datelor din sursa de date. În Figura 20, zona de valori este zona dreptunghiulară evidențiată de jos (în dreapta titlurilor de coloană și de rând). În acest exemplu, zona de valori conține o sumă a valorilor în domeniul quantumul vânzărilor. Câmpurile de date plasate în această zonă sunt de obicei cele pe care se fac măsurători - cum ar fi suma veniturilor, numărul de unități de stoc, sau o medie a prețurilor.

Region	(All)			
Sales Amount	Segment			
Market	Accessories	Bikes	Clothing	Components
Australia	23.974	1.351.873	43.232	203.791
Canada	119.303	11.714.700	383.022	2.246.255
Central	46.551	6.782.978	155.874	947.448
France	48.942	3.597.879	129.508	871.125
Germany	35.681	1.602.487	75.593	337.787
Northeast	51.246	5.690.285	163.442	1.051.702
Northwest	53.308	10.484.495	201.052	1.784.207
Southeast	45.736	6.737.556	165.689	959.337
Southwest	110.080	15.430.281	364.099	2.693.568
United Kingdom	43.180	3.435.134	120.225	712.588

Figura 20 – Zona de valori dintr-un tabel pivot (evidențiată cu galben)

IV.1.2 Zona de etichete de linie

Zona de etichete de linie este prezentat în Figura 21. Plasarea unui câmp de date în această zonă duce la afișarea valorile unice din acest câmp pe rândurile din partea stângă a tabelului pivot.

Zona de etichete de linie are de obicei cel puțin un câmp, deși este posibil să nu aibă câmpuri.

Tipurile de câmpuri de date care pot fi plasate aici le includ pe cele după care se pot face grupare și categorisire, cum ar fi produse, nume și locații.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
 Investește în oameni!

Region	(All)			
Sales Amount	Segment			
Market	Accessories	Bikes	Clothing	Components
Australia	23.974	1.351.873	43.232	203.791
Canada	119.303	11.714.700	383.022	2.246.255
Central	46.551	6.782.978	155.874	947.448
France	48.942	3.597.879	129.508	871.125
Germany	35.681	1.602.487	75.593	337.787
Northeast	51.246	5.690.285	163.442	1.051.702
Northwest	53.308	10.484.495	201.052	1.784.207
Southeast	45.736	6.737.556	165.689	959.337
Southwest	110.080	15.430.281	364.099	2.693.568
United Kingdom	43.180	3.435.134	120.225	712.588

Figura 21 – Zona de etichete de linie dintr-un tabel pivot (evidențiată cu galben)

IV.1.3 Zona de etichete de coloană

Zona de etichete de coloană constituie capetele de coloană ale coloanelor din tabelul de pivot, după cum se poate vedea în Figura 22. În acest exemplu, zona de etichete de coloană conține lista de categorii de produse.

Plasarea unui câmp de date în zona de etichete de coloană afișează valorile unice din acest câmp în capetele de coloană ale tabelului pivot. Zona etichetelor de coloană este ideală pentru crearea unei matrice de date sau pentru reprezentarea tendințelor în timp.

Region	(All)			
Sales Amount	Segment			
Market	Accessories	Bikes	Clothing	Components
Australia	23.974	1.351.873	43.232	203.791
Canada	119.303	11.714.700	383.022	2.246.255
Central	46.551	6.782.978	155.874	947.448
France	48.942	3.597.879	129.508	871.125
Germany	35.681	1.602.487	75.593	337.787
Northeast	51.246	5.690.285	163.442	1.051.702
Northwest	53.308	10.484.495	201.052	1.784.207
Southeast	45.736	6.737.556	165.689	959.337
Southwest	110.080	15.430.281	364.099	2.693.568
United Kingdom	43.180	3.435.134	120.225	712.588

Figura 22 – Zona de etichete de coloană dintr-un tabel pivot (evidențiată cu galben)

IV.1.4 Zona de filtrare a raportului

În partea de sus a tabelului pivot, zona de filtrare a raportului este un set opțional de unul sau mai multe controale drop-down (casete derulante). În Figura 23, zona de filtrare a raportului conține câmpul „Regiune”, iar tabelul pivot este setat pentru a afișa toate regiunile.

Plasarea câmpurilor de date în zona de filtrare a raportului permite schimbarea punctului de vedere pentru întregul tabel pivot pe baza selecției. Tipurile de câmpuri de date care pot fi folosite aici le includ pe cele care duc la izolarea sau concentrarea asupra unui singur aspect, de exemplu regiunea, linia de afaceri sau grupurile de angajați.

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

Region	(All)			
Sales Amount	Segment			
Market	Accessories	Bikes	Clothing	Components
Australia	23.974	1.351.873	43.232	203.791
Canada	119.303	11.714.700	383.022	2.246.255
Central	46.551	6.782.978	155.874	947.448
France	48.942	3.597.879	129.508	871.125
Germany	35.681	1.602.487	75.593	337.787
Northeast	51.246	5.690.285	163.442	1.051.702
Northwest	53.308	10.484.495	201.052	1.784.207
Southeast	45.736	6.737.556	165.689	959.337
Southwest	110.080	15.430.281	364.099	2.693.568
United Kingdom	43.180	3.435.134	120.225	712.588

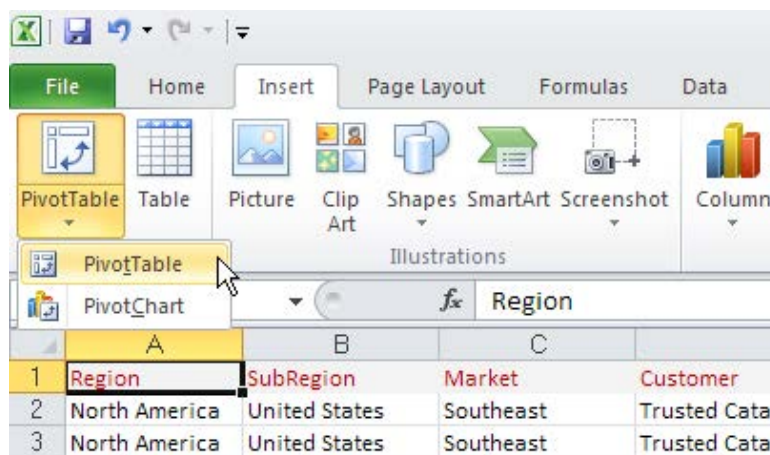
Figura 23 – Zona de filtrare dintr-un tabel pivot (evidențiată cu galben)**Aplicație**

Deschideți documentul 17. *date de test pentru pivotare 1 - vanzari.xlsx*. Deschideți foaia de lucru Sheet 2. Identificați componentele tabelului pivot.

IV.2 Crearea unui tabel pivot simplu

Pașii necesari pentru crearea unui tabel pivot simplu sunt următorii:

1. Se face clic pe orice celulă din sursa de date în interiorul tabelului de date (tabelul folosit pentru a alimenta tabelul pivot).
2. Se face clic pe categoria Inserare de pe bara de unelte. Se face clic pe pictograma PivotTable (așa cum se arată în Figura 24).

**Figura 24 – Opțiunea de inserare a unui tabel pivot**

3. Din lista derulantă de sub pictograma PivotTable, se selectează PivotTable. Această acțiune deschide fereastra de dialog Create PivotTable, precum în Figura 25.
4. Se specifică locația sursei de date (este deja specificată implicit zona de date pe care se afla inițial cursorul).
5. Se specifică foaia de lucru unde se dorește amplasarea tabelului pivot. În Figura 25, se poate vedea că locația implicită pentru un tabel pivot nou este o foaie de lucru nouă. Pentru a schimba acest lucru, se selectează opțiunea Existing worksheet și se precizează foaia de lucru pe care se dorește plasarea tabelului pivot.
6. Clic pe OK. În acest moment, este creat un raport tabel pivot gol pe o foaie de lucru nouă (ca în

Figura 26). Urmează ca utilizatorul să plaseze diversele câmpuri (coloane) din tabelul de date pe zonele dorite ale tabelului pivot.

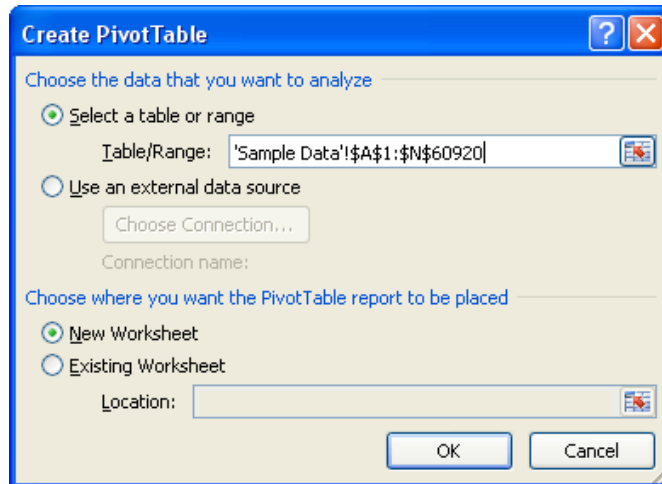


Figura 25 – Dialogul de creare a unui tabel pivot

IV.3 Construirea unui tabel pivot

După crearea tabelului pivot, imediat lângă acesta se găsește fereastra de dialog PivotTable Field List, precum în Figura 26.

Se pot adăuga câmpurile de care este nevoie în tabelul de pivot prin tragerea numelui câmpurilor în unul din cele patru domenii găsite în PivotTable Field List - Report Filter (filtru de raport), Row Labels (etichete de linie), Column Labels (etichete de coloană), și Values (valori).

Observație: De obicei un simplu clic pe tabelul pivot duce la apariția dialogului PivotTable Field List.

Dacă acest lucru nu se întâmplă dialogul poate fi activat manual dând clic dreapta oriunde pe tabelul pivot și selectând Show Field List. Alternativ, pe bara de instrumente, clic pe Options și apoi se selectează Field List în grupul Show.

Înainte de a începe plasare câmpurilor în diversele zone ale tabelului pivot, trebuie gândit ce se dorește a fi vizualizat și în ce mod se dorește să se facă vizualizarea. Răspunsul la aceste două întrebări va oferi indicații asupra amplasamentului câmpurilor în cele patru zone ale tabelului pivot.

Observație: Plasarea unei bife lângă orice câmp care este ne-numeric (text sau dată) plasează automat acest câmp în zona etichete de rând a tabelului pivot. Plasarea unei bife lângă orice câmp care este numeric plasează automat acel câmp în zona de valori din tabelul pivot.

Observație: atunci când se adaugă câmpuri noi, poate fi dificilă vizualizarea tuturor câmpurilor din caseta de dialog. Se poate extinde fereastra de dialog PivotTable Field List, făcând clic și glisând bordurile ferestrei de dialog, mărinđ în acest mod numărul de câmpuri vizibile.

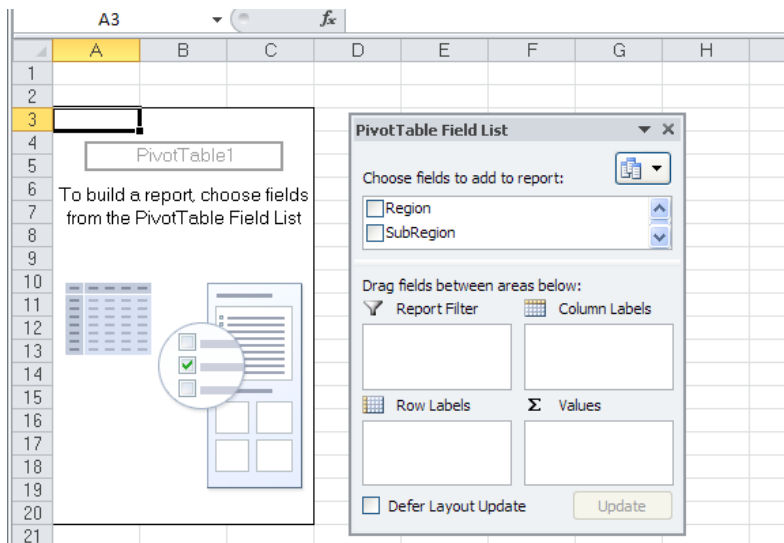
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Figura 26 – Dialogul de construcție a unui tabel pivot



Aplicație

Deschideți documentul *17. date de test pentru pivotare 1 - vanzari.xlsx*. Deschideți foaia de lucru *Sample data*. Creați un tabel pivot nou pe o foaie de lucru nouă, conform instrucțiunilor de la IV.3 și IV.4.

IV.4 Modificarea unui tabel pivot

Pe baza datelor utilizate se pot crea cât de multe moduri de vizualizare se dorește prin simpla schimbare sau rearanjare a câmpurilor din tabelul sursă de date.

Figura 27 ilustrează aspectul unui tabel pivot după o modificare oarecare.

Observație: De obicei un simplu clic pe tabelul pivot duce la apariția dialogului PivotTable Field List. Dacă acest lucru nu se întâmplă dialogul poate fi activat manual dând clic dreapta oriunde pe tabelul pivot și selectând *Show Field List*. Alternativ, pe bara de instrumente, clic pe *Options* și apoi se selectează *Field List* în grupul *Show*.

Row Labels	Sum of Sales Amount
Europe	11010128,82
France	4647454,207
Germany	2051547,728
United Kingdom	4311126,886
North America	68382213,85
Canada	14463280,15
United States	53918933,7
Pacific	1622869,422
Australia	1622869,422
Grand Total	81015212,09

Figura 27 – Modificarea unui tabel pivot

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
 Investește în oameni!

IV.5 Schimbarea datelor vizualizate cu tabelului pivot

Datele care sunt vizualizate prin intermediul unui tabel pivot pot fi schimbate din mers prin plasarea sau scoaterea câmpurilor din cele patru zone ale ferestrei de dialog PivotTable Field List (precum în Figura 28).

Region	(All)	
SubRegion	Segment	Sales Amount
[-] Australia	Accessories	23.974
	Bikes	1.351.873
	Clothing	43.232
	Components	203.791
Australia Total		1.622.869
[-] Canada	Accessories	119.303
	Bikes	11.714.700
	Clothing	383.022
	Components	2.246.255
Canada Total		14.463.280
[-] France	Accessories	48.942
	Bikes	3.597.879
	Clothing	129.508
	Components	871.125
France Total		4.647.454
[-] Germany	Accessories	35.681
	Bikes	1.602.487
	Clothing	75.593
	Components	337.787

Figura 28 – Un alt mod de vizualizare a aceluiași tabel pivot



Aplicație

Deschideți documentul *17. date de test pentru pivotare 1 - vanzari.xlsx*. Deschideți foaia de lucru pe care ați realizat tabelul pivot din aplicația IV.5. Modificați acest tabel pivot și schimbați datele vizualizate în el, conform instrucțiunilor de la IV.6 și IV.7.

IV.6 Actualizarea unui tabel pivot

Pe măsură ce trece timpul, datele pe care se bazează tabelul pivot se pot schimba sau pot chiar crește prin adăugarea de linii și / sau coloane. Acțiunea de actualizare a tabelului pivot cu aceste modificări se îndeplinește prin apelarea comenzii Refresh pentru tabelul pivot. Pentru a actualiza tabelul pivot, se face clic dreapta în interiorul tabelul pivot și se selectează Refresh (reîmprospătare) precum în Figura 29.

Row Labels	Sum of Sales Amount
[-] Europe	11010128,82
France	4647454,207
Germany	2051547,728
United Kingdom	4311126,886
[-] North America	683822,82
Canada	144632,82
United States	53918,000
[-] Pacific	162286,82
Australia	162286,82
Grand Total	810152,82

Figura 29 – Opțiunea de actualizare a datelor dintr-un tabel pivot

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

Uneori, datele sursă care alimentează tabelul pivot sunt modificate structural. De exemplu, se poate dori adăugarea sau ștergerea de rânduri sau de coloane din tabelul de date. Aceste tipuri de modificări afectează zona sursă de date în întregime, nu doar câteva elemente de date din tabel.

În acest caz, o simplă actualizare a datelor din tabelul pivot nu va fi suficientă. Va trebui reactualizată zona de date care constituie sursa tabelului pivot. Această operație presupune următorii pași:

1. Clic oriunde în interiorul tabelului pivot pentru a activa grupul PivotTable pe bara de instrumente.
2. Clic pe Options.
3. Clic pe butonul Change data Source, precum în Figura 30.

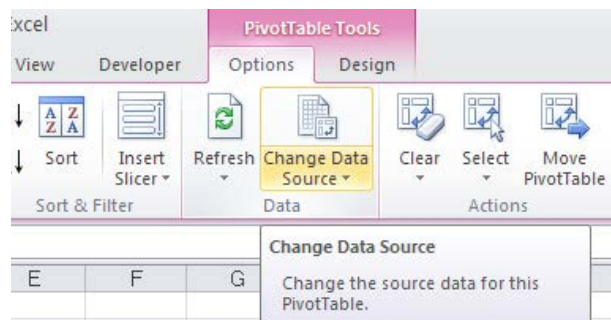


Figura 30 – Opțiunea de schimbare a sursei de date a tabelului pivot

4. Se schimbă selecția pentru a include în zona de date noile rânduri sau coloane (Figura 31).
5. Clic pe OK.

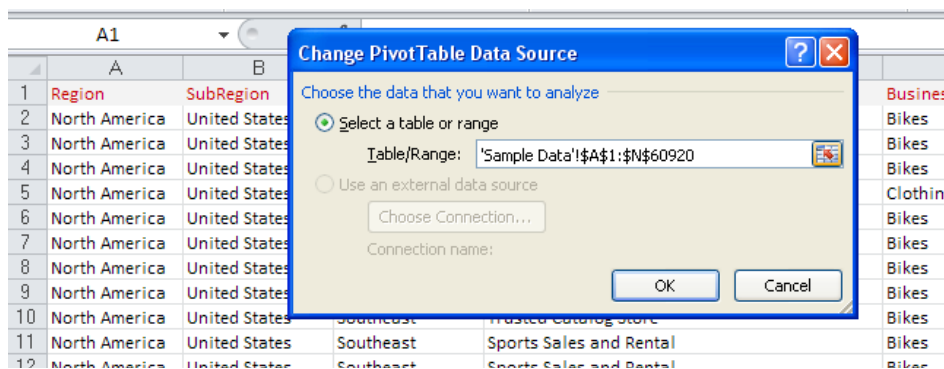


Figura 31 – Fereastra de dialog Change PivotTable Data Source cu zona din care sunt luate datele pentru tabelul pivot

IV.7 Particularizarea unui tabel pivot

Tabelele pivot create trebuie de multe ori să fie optimizate pentru a obține aspectul dorit. În această secțiune, vor fi acoperite unele dintre modurile în care pot fi personalizate tabelele pivot pentru a se potrivi necesităților de utilizare ca panouri de control.

IV.7.1 Redenumirea câmpurilor

Fiecare câmp din tabel pivot are un nume. Câmpurile din linii, coloane și zona de filtrare moștenesc numele lor, de la etichetele de date din datele sursă. De exemplu, câmpurile din zona valori au un nume, cum ar fi Sales Amount.

Pentru a modifica un nume de câmp, se efectuează următoarele etape:

1. Clic dreapta pe orice valoare în câmpul țintă.
2. Se selectează Value Field Settings (a se vedea Figura 32). Această acțiune deschide fereastra de dialog Value Field Settings.

Region	(All)				
Sales Amount	Segment				
Market	Accessories	Bikes	Clothing	Components	
Australia	23.974	1.351.873	43.232	203.791	
Canada	119.303	11.714.700	383.022	2.246.255	
Central	46.551	6.782.978	155.874	947.448	
France	48.94			871.125	
Germany	35.68			337.787	
Northeast	51.24			1.051.702	
Northwest	53.30			1.784.207	
Southeast	45.73			959.337	
Southwest	110.0			2.693.568	
United Kingdom	43.18			712.588	

Figura 32 – Opțiunea Value Field Settings din meniul de context

1. Se tastează noul nume în caseta Custom Name (ca în Figura 33).
2. Clic pe OK.

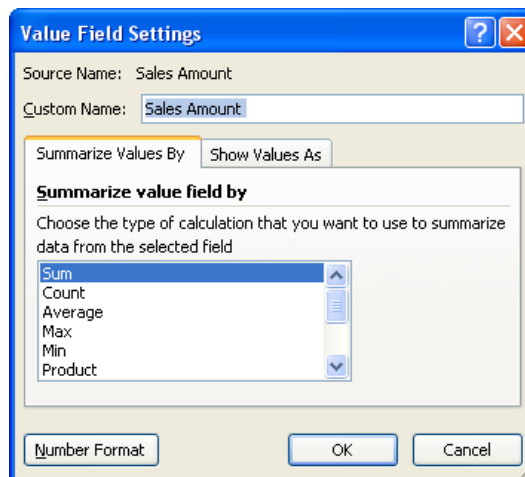


Figura 33 – Fereastra de dialog Value Field Settings

Observație: Dacă se utilizează același nume de etichetă de date care a fost specificat în datele sursă, va fi afișată o eroare. Pentru a ocoli această situație, se poate adăuga un spațiu la sfârșitul oricărui nume de câmp. Excel consideră Total vânzări (urmat de un spațiu) ca fiind diferit de Total vânzări. În acest fel se poate utiliza numele dorit și nimeni nu va observa nici o diferență.



Aplicație

Deschideți un tabel pivot creat anterior. Redenumiți unul din câmpurile componente urmând pașii descriși mai sus.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

IV.7.2 Formatarea numerelor

Există posibilitatea de a formata numerele într-un tabel pivot pentru a se potrivi necesităților (cum ar fi sub formă de monedă, procent, sau număr). De exemplu, există posibilitatea de a controla formatarea numerică a unui câmp utilizând fereastra de dialog Value Field Settings. Iată cum:

1. Clic dreapta pe orice valoare din câmpul țintă.
2. Pentru a afișa fereastra de dialog Value Field Settings, se selectați Value Field Settings.
3. Pentru a afișa caseta de dialog Format cells, clic pe formatul de număr.
4. Se indică formatul de număr dorit, la fel cum se face și în mod normal, pentru niște date obișnuite pe o foaie de lucru.
5. Clic pe OK.

După ce a fost stabilit un nou format pentru un câmp, formatarea aplicată va persista, chiar dacă se reînprospătează sau se rearanjează tabelul pivot.



IV.7.3 Aplicație

1. Deschideți un tabel pivot creat anterior. Formatați numerele din unul din câmpurile componente urmând pașii descriși mai sus.

IV.7.4 Schimbarea modului de calcul al sumarului unui câmp

La crearea tabelul pivot, Excel, implicit rezumă datele fie prin numărarea fie prin însumarea elementelor. În loc de sumă sau numărătoare, s-ar putea dori alegerea altor funcții, cum ar fi Average, Min, Max ș.a.m.d. În total, 11 opțiuni sunt disponibile:

- Sum: Adună toate datele numerice.
- Count: Numără toate elementele de date dintr-un anumit domeniu, inclusiv numerice, de text și celulele conținând date.
- Average: Calculează o medie a elementelor din câmpul respectiv.
- Max: Afișează cea mai mare valoare din câmpul respectiv.
- Min: Afișează cea mai mică valoare din câmpul respectiv.
- Product: Multiplică toate elementele din câmpul respectiv.
- Nums Count: numără doar celulele numerice din câmpul respectiv.
- StdDevP și StdDev: Calculează abaterea standard pentru datele din câmpul respectiv. Se utilizează StdDevP dacă sursa de date reprezintă o populație completă și StdDev dacă sursa de date conține un eșantion al unei populații.
- VarP și Var: Calculează varianța statistică pentru elementele din câmpul respectiv. Se utilizează VarP dacă sursa de date reprezintă o populație completă și Var dacă sursa de date conține un eșantion al unei populații.

Pentru a schimba de formula de calcul pentru orice câmp, se efectuează următorii pași:

1. Clic dreapta pe orice valoare în domeniul țintă.
2. Pentru a afișa fereastra de dialog Value Field setting, se selectează Value Field setting.
3. Se selectează tipul de calcul dorit (a se vedea Figura 34).
4. Clic pe OK.

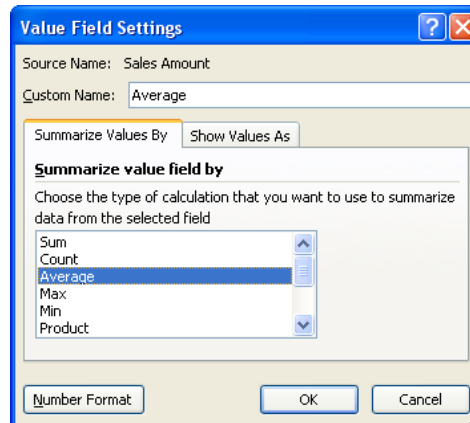


Figura 34 - Fereastra de dialog Value Field Settings; aici cu modul de sumarizare schimbat în Average

Observație: Existența unei singure celule goale într-un câmp forțează Excel să numere în loc să însumeze. Adică dacă toate celulele dintr-un câmp conțin date numerice, Excel alege Sum; în cazul în care doar o singură celulă este fie goală sau conține text, Excel alege Count.



Aplicație

Deschideți un tabel pivot creat anterior. Schimbați modul de calcul pentru unul din câmpurile componente urmând pașii descriși mai sus.

IV.7.5 Eliminarea subtotalurilor

De fiecare dată când se adaugă un câmp la tabel pivot, Excel adaugă un subtotal pentru acest câmp. Pot fi totuși cazuri în care includerea de subtotaluri fie nu are sens fie împiedică o imagine clară asupra raportului tabel pivot. De exemplu, Figura 35 arată un tabelul pivot în care subtotalurile inundă raportul cu valori care reușesc doar să ascundă datele reale ce se intenționează a fi raportate.

	A	B	C	D	E
2					
3	Region	SubRegion	Market	Business Segment	Sum of Sales Amount
4	North America	United States	Central	Accessories	\$46.551
5				Bikes	\$6.782.978
6				Clothing	\$155.874
7				Components	\$947.448
8			Central Total		\$7.932.852
9			Northeast	Accessories	\$51.246
10				Bikes	\$5.690.285
11				Clothing	\$163.442
12				Components	\$1.051.702
13			Northeast Total		\$6.956.674
14			Northwest	Accessories	\$53.308
15				Bikes	\$10.484.495
16				Clothing	\$201.052
17				Components	\$1.784.207
18			Northwest Total		\$12.523.063
19			Southeast	Accessories	\$45.736
20				Bikes	\$6.737.556
21				Clothing	\$165.689
22				Components	\$959.337
23			Southeast Total		\$7.908.318
24			Southwest	Accessories	\$110.080
25				Bikes	\$15.430.281
26				Clothing	\$364.099
27				Components	\$2.693.568
28			Southwest Total		\$18.598.027
29		United States Total			\$53.918.934
30	North America Total				\$53.918.934
31	Grand Total				\$53.918.934

Figura 35 – Un tabel pivot cu un număr foarte mare de subtotaluri

Eliminarea tuturor subtotalurilor dintr-o singură operație

Pot fi eliminate toate subtotalurile dintr-o singură operație:

1. Clic oriunde în interiorul tabelului pivot pentru a activa grupul PivotTable pe bara de instrumente.
2. Clic pe Design.
3. Clic pe pictograma Subtotals și se selectează Do Not Show Subtotals (a se vedea Figura 36).

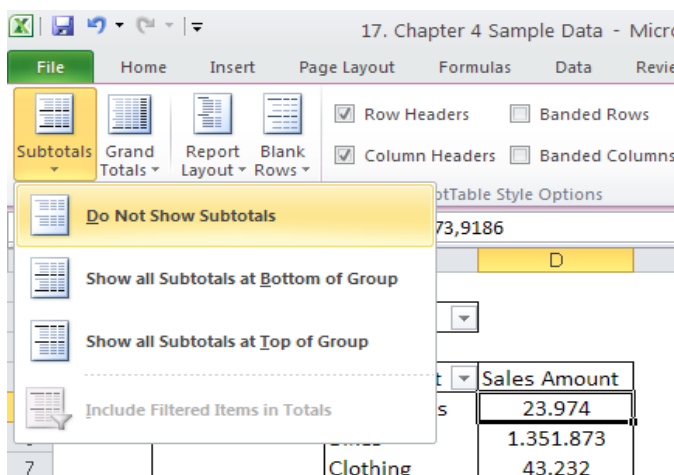


Figura 36 – Opțiunea Do Not Show Subtotals

Rezultatul este cel din Figura 37.

	A	B	C	D	E
2					
3	Region	SubRegion	Market	Business Segment	Sum of Sales Amount
4	North America	United States	Central	Accessories	\$46,551
5				Bikes	\$6,782,978
6				Clothing	\$155,874
7				Components	\$947,448
8			Northeast	Accessories	\$51,246
9				Bikes	\$5,690,285
10				Clothing	\$163,442
11				Components	\$1,051,702
12			Northwest	Accessories	\$53,308
13				Bikes	\$10,484,495
14				Clothing	\$201,052
15				Components	\$1,784,207
16			Southeast	Accessories	\$45,736
17				Bikes	\$6,737,556
18				Clothing	\$165,689
19				Components	\$959,337
20			Southwest	Accessories	\$110,080
21				Bikes	\$15,430,281
22				Clothing	\$364,099
23				Components	\$2,693,568
24	Grand Total				\$53,918,934

Figura 37 – Tabel pivot fără subtotaluri

Eliminarea subtotalului pentru un singur câmp

Pentru a elimina subtotalul corespunzător unui singur câmp se parcurg următorii pași:

1. Clic dreapta pe orice valoare din câmpul țintă.
2. Pentru a afișa fereastra de dialog Field Settings, se selectează Field Settings.
3. Se selectează None sub opțiunea Subtotals & Filters (a se vedea Figura 38).
4. Clic pe OK.

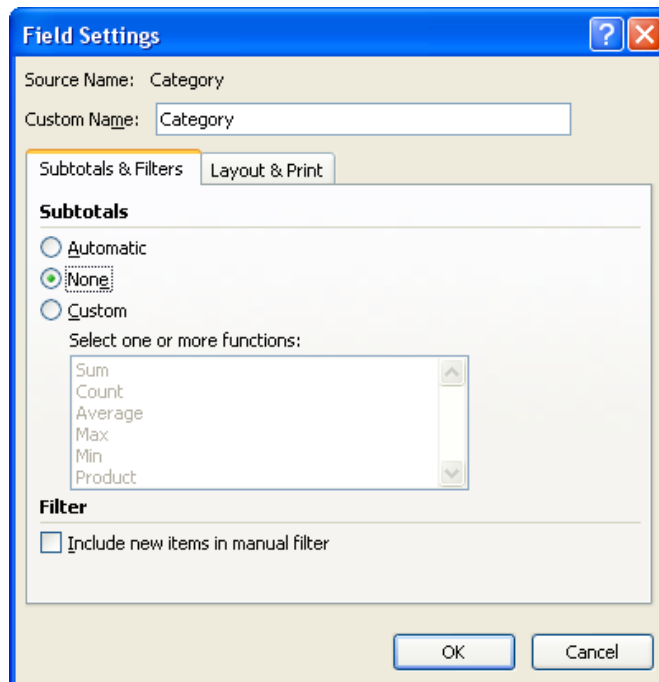


Figura 38 – Fereastra de dialog Field Settings

Eliminarea totalurilor

Se pot elimina și totalurile generale din tabelul pivot (cele de la marginea de jos și respectiv din dreapta ale tabelului pivot) parcurgând următoarele operații:

1. Clic dreapta oriunde pe tabelul pivot.
2. Pentru a afișa fereastra de dialog Options, se selectează PivotTable Options din meniul de context.
3. Clic pe Totals & Filters.
4. Se deselectionează Show grand totals for rows.
5. Se deselectionează Show grand totals for columns.
6. Click pe OK.

IV.7.6 Ascunderea și prezentarea itemilor de date

Un tabel pivot sintetizează și afișează toate informațiile din datele sursă. Pot exista, totuși, situații când se dorește să se inhibe includerea anumitor date în tabelul pivot. În aceste situații, se poate decide ascunderea unui element de date.

În ceea ce privește tabelele pivot, ascunderea nu înseamnă doar a preveni ca un element de date să fie afișat pe panoul de control. Ascunderea unui element de date împiedică de asemenea luarea lui în considerare în calcule.

Pentru a ascunde o anumită categorie sau grupă de date, se deselectionează categoria / grupa respectivă din controlul drop-down corespunzător (Figura 39).

Observație: datele ascunse pot fi readuse la fel de ușor cum au fost ascunse. Din același control drop-down, se rebifează categoria corespunzătoare (sau se bifează Select all pentru a readuce toate categoriile ascunse), iar datele vor reapărea și vor fi reincluse în calcule imediat.

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

Region		(All)		
Sales Amount	Segment			
	Bikes	Clothing	Components	
Sort A to Z	1.351.873	43.232	203.791	
Sort Z to A	11.714.700	383.022	2.246.255	
More Sort Options...	6.782.978	155.874	947.448	
Clear Filter From "Segment"	3.597.879	129.508	871.125	
Label Filters	1.602.487	75.593	337.787	
Value Filters	5.690.285	163.442	1.051.702	
Search	10.484.495	201.052	1.784.207	
<input checked="" type="checkbox"/> (Select All)	6.737.556	165.689	959.337	
<input checked="" type="checkbox"/> Accessories	15.430.281	364.099	2.693.568	
<input checked="" type="checkbox"/> Bikes	3.435.134	120.225	712.588	
<input checked="" type="checkbox"/> Clothing				
<input checked="" type="checkbox"/> Components				

Figura 39 – Ascunderea sau afișarea unei grupe prin bifarea din lista de grupe de date**Aplicație**

Deschideți un tabel pivot creat anterior. Selectați / deselectați diverse câmpuri din controalele drop-down existente. Urmăriți efectele.

IV.7.7 Sortarea tabelelor pivot

În mod implicit, elementele din fiecare câmp pivot sunt sortate în ordine crescătoare, bazat pe numele elementului. Excel oferă libertatea de a schimba ordinea de sortare a elementelor din tabelul pivot. Ca pentru multe alte acțiuni care se pot efectua în Excel, există o mulțime de moduri diferite de a sorta datele dintr-un tabel pivot. Cel mai simplu mod este de a aplica sortarea direct pe tabelul pivot. Iată cum:

1. Clic dreapta pe orice valoare din câmpul țintă (câmp care se dorește a fi sortat).
2. Se selectează Sort și apoi direcția de sortare (Sort smallest to largest înseamnă în ordine crescătoare sau alfabetică, iar Sort largest to smallest înseamnă în ordine descrescătoare sau invers-alfabetică).

Region		(All)		
Sales Amount	Segment			
SalesDate	Accessories	Bikes	Clothing	Components
ian	22.034	3.320.723	76.607	282.070
feb	24.454	5.771		
mar	29.018	5.728		
apr	39.003	4.047		
mai	59.430	7.180		
iun	33.992	3.691		
iul	66.028	5.817		
aug	77.295	7.306		
sep	71.197	6.019		
oct	43.478	4.338		
nov	55.979	7.187		
dec	56.093	6.416		

Figura 40 – Sortarea datelor dintr-un tabel pivot

Schimbările au loc imediat și sunt persistente pe durata de viață a tabelului pivot.

IV.7.8 Crearea vizualizărilor după lună, trimestru și an

Datele brute tranzacționale (provenite din operații curente) sunt rareori agregate pe luni, trimestre sau ani. Acest tip de date sunt de multe ori etichetate pe zile. Cu toate acestea, de multe ori sunt necesare rapoarte pe luni sau trimestre în loc de rapoarte detaliate la zi. Din fericire, tabele pivot ușurează gruparea câmpurilor după dimensiuni de timp diferite. Iată cum:

1. Se construiește un tabel pivot cu o coloana conținând date (similar cu cel din Figura 41).

	A	B
1	Region	(All)
2		
3	SalesDate	Sum of Sales Amount
4	01/01/08	\$22,889
5	01/02/08	\$26,794
6	01/03/08	\$14,118
7	01/04/08	\$19,905
8	01/05/08	\$26,170
9	01/06/08	\$11,550
10	01/07/08	\$47,136
11	01/08/08	\$9,646
12	01/09/08	\$25,337
13	01/10/08	\$12,577
14	01/11/08	\$31,988
15	01/12/08	\$33,923

Figura 41 – Un tabel pivot având drept etichete de linie date calendaristice

2. Clic dreapta pe oricare dintre datele calendaristice și clic pe opțiunea Group (ca în Figura 42).

Sales Amount	Segment			
SalesDate	Accessories	Bikes	Clothing	Components
01.01.08	20	22.840	29	
01.02.08	101	25.738	58	907
01.03.08			161	363
01.04.08			89	
01.05.08			39	
01.06.08			115	552
01.07.08			97	714
01.08.08			58	
01.09.08				
01.10.08			58	536
01.11.08			138	184
01.12.08			215	1.288
01.13.08				552
01.14.08			29	988
01.15.08			149	357
01.16.08			46	3.171
01.17.08			11	1.995
01.18.08			58	2.683

Figura 42 – Opțiunea de grupare din meniul de context

3. Va apărea fereastra de dialog Grouping (cea din Figura 43).

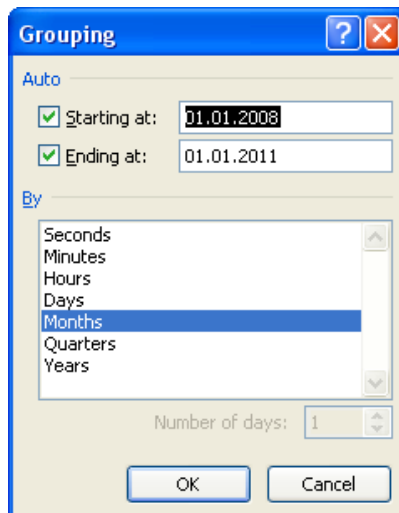


Figura 43 – Fereastra de dialog Grouping

4. Se selectează unitățile de timp dorite. În acest exemplu se pot selecta luni, trimestre sau ani.
5. Clic pe OK.

IV.7.9 Crearea unei vizualizări de distribuție procentuală

O vizualizare de distribuție procentuală permite sesizarea a cât de mult din total este alcătuit dintr-un anumit element de date. Acest punct de vedere este util atunci când se încercă să se măsoare impactul general al unui anumit element.

Iată cum se poate crea acest tip de vizualizare:

1. Clic dreapta pe orice valoare din câmpul ales.
2. Se selectează Show Values As.
3. Se selectează % of Row Total (pentru procent din totalul de pe linie; multe alte opțiuni sunt disponibile în meniul respectiv).

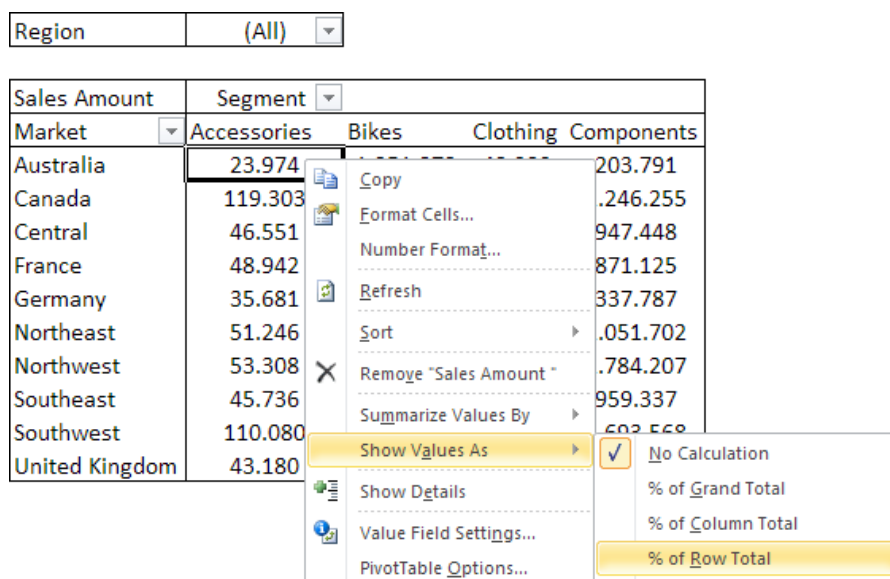


Figura 44 – Trecerea unui câmp într-un mod de vizualizare procentual

IV.7.10 Crearea unei vizualizări pe un an până la o dată

Uneori este utilă vizualizarea creșterii totalului unor date de la o lună la alta pentru a putea analiza tendințele datelor din câmpul respectiv. Figura 45 ilustrează un astfel de tabel pivot. Se pot vedea astfel diferențele între două luni mai ușor decât pe o vizualizare clasică a datelor.

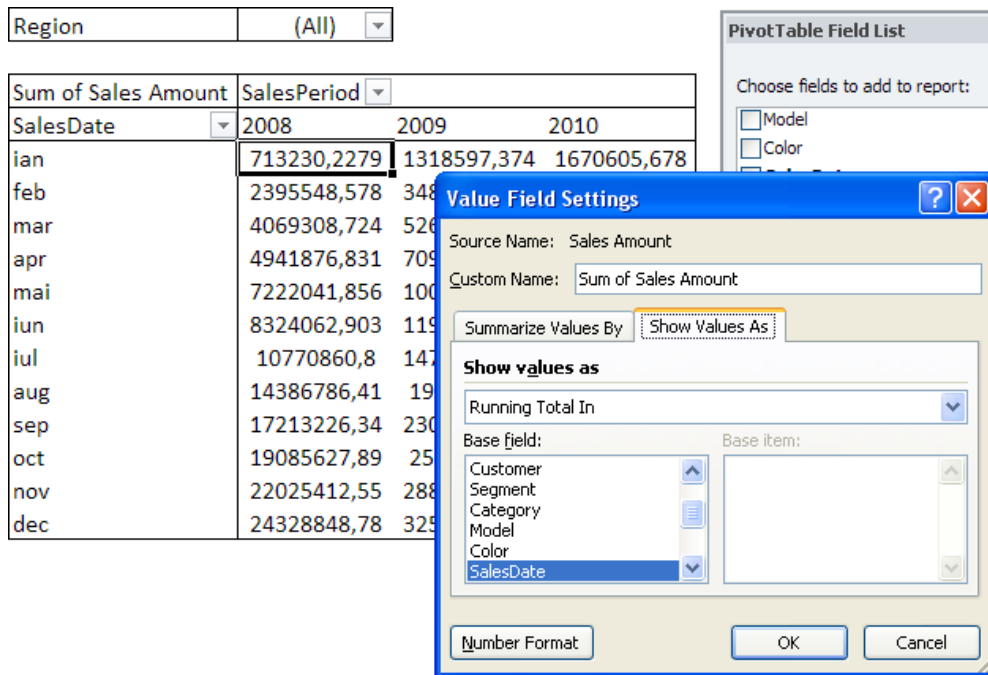


Figura 45 – Un tabel pivot cu o coloană însumată până la luna respectivă (coloana cu vânzările pe 2008)

Observație: gruparea pe luni și respectiv pe ani a fost realizată folosind procedeul din Subcapitolul IV.10.11.

Pentru a crea acest tip de vizualizare, trebuie parcurși următorii pași:

1. Clic dreapta pe orice valoare din câmpul țintă.
2. Se selectează Value Field Settings. Apare fereastra de dialog Value Field Settings.
3. Clic pe Show Values As.
4. Se selectează Running Total In din lista drop-down.
5. În lista Base Field, se selectează câmpul față de care se dorește efectuarea totalului (de obicei o serie de timp grupată anterior pe luni, trimestre sau ani).
6. Clic pe OK.

IV.7.11 Crearea unei vizualizări de varianță de la lună la lună

Un alt tip de vizualizare des utilizat este cel care permite observarea varianței de la o luna la alta (față de luna anterioară, față de aceeași lună a anului trecut etc.). Cea mai bună cale de creare a unei astfel de vizualizări este dedublarea câmpului urmărit în vizualizare urmând c una dintre coloane să afișeze datele brute, iar cealaltă varianța datelor de la lună la lună.

Pentru a crea o astfel de vizualizare trebuie efectuate următoarele operații (Figura 46):

1. Clic-dreapta pe orice valoare din câmpul țintă.
2. Se selectează Value Field Settings. Va apărea fereastra de dialog Value Field Settings.
3. Clic pe Show Values As.
4. Se selectează % Difference din lista drop-down.
5. În lista Base Field se selectează câmpul față de care se dorește efectuarea totalului. În cele mai multe cazuri, aceasta este o serie de timp.
6. În lista Base Item se selectează elementul față de care se dorește calcularea varianței (spre exemplu previous pentru perioada imediat anterioară).
7. Click pe OK.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

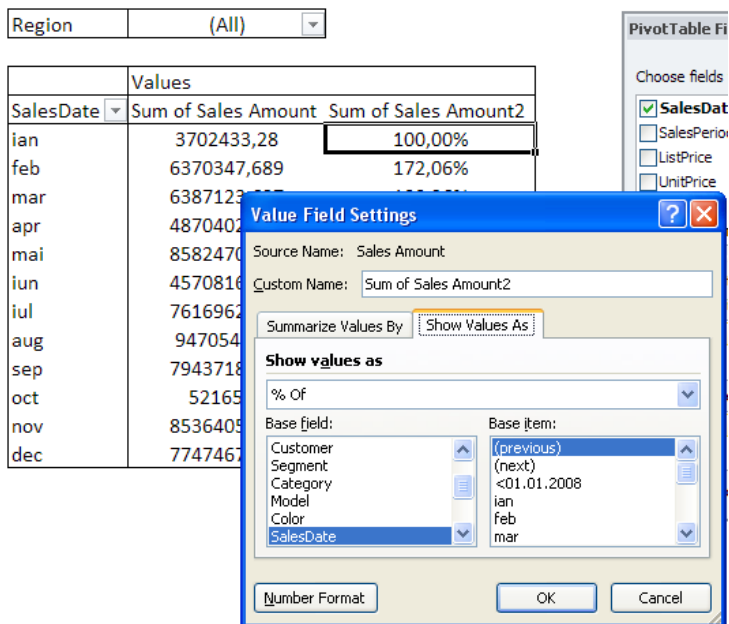


Figura 46 – Crearea unei vizualizări de varianță de la o lună la luna precedentă

V. GRAFICELE PIVOT

Un grafic pivot este o reprezentare grafică a datelor rezumate într-un tabel pivot. Un grafic pivot se bazează întotdeauna pe un tabel pivot. Excel permite crearea unui tabel pivot și a unui grafic pivot dintr-o singură operație, dar nu se poate crea un grafic pivot fără un tabel pivot.

Cele mai multe dintre caracteristicile și facilitățile graficelor obișnuite Excel (a se vedea Capitolul III) sunt disponibile și pentru graficele pivot. Graficele pivot permit câteva facilități suplimentare – cel mai important fiind capacitatea de a filtra datele care sunt afișate în grafic.

V.1 Crearea unui grafic pivot

Excel permite crearea unui grafic pivot în trei moduri:

- Se selectează orice celulă dintr-un tabel pivot existent și se apelează opțiunea PivotTable Tools → Options → Tools → Pivot Chart.
- Se alege Insert → Tables → Pivot Table → Pivot Chart. Excel un tabel pivot și un grafic pivot într-o singură operație.
- Se selectează orice celulă dintr-un tabel pivot existent și se selectează un tip de grafic din grupul Insert → Charts.

Observație: Un grafic pivot nu poate fi un grafic de puncte, un grafic cu bule, sau un grafic stoc. Dacă specificați oricare dintre aceste tipuri de grafic, Excel afișează un mesaj de eroare.

Metoda pe care o utilizată pentru a crea un PivotChart este la alegere. Cei mai mulți utilizatori creează tabelul pivot în primul rând, și apoi creează graficul pivot din tabelul pivot. Dacă sunt create tabelul pivot și graficul pivot în același timp, graficul poate încurca în timp ce se construiește tabelul pivot.

O diagramă pivot se bazează întotdeauna pe un tabel pivot. Nu se poate crea o diagramă fără un tabel pivot de bază. De asemenea, o diagramă pivot reflectă întotdeauna structura actuală a tabelului pivot.

Dacă se modifică aspectul unui tabel pivot, aspectul graficului pivot corespunzător se modifică de asemenea. Legătura este valabilă și în sens invers. Dacă se aplică o filtrare la un grafic pivot, tabelul pivot corespunzător afișează aceleași filtrare.

Se pot crea mai multe grafice pivot de la un singur tabel pivot și aceste grafice pot fi manipulate și formate separat. Cu toate acestea, toate graficele afișează aceleași date.

Dacă a fost creat un grafic pivot și se șterge ulterior tabelul pivot de bază, graficul pivot rămâne intact. Formulele seriilor pe care a fost bazat tabelul pivot, rămân intacte, stocate în matrice.

Graficul afișează valorile din tabelul pivot. Dar, spre deosebire de un grafic obișnuit, graficul pivot include unele butoane de câmp, folosite pentru a filtra datele. Butoanele de câmp din graficul pivot corespund controalelor de filtrare din tabelul pivot.



Aplicație

Deschideți documentul *17. date de test pentru pivotare 1 - vanzari.xlsx*. Deschideți foaia de lucru *Sample data*. Creați un grafic pivot nou pe o foaie de lucru nouă, conform instrucțiunilor de la V.1.

V.2 Ascunderea butoanelor câmpurilor

Butoanele de câmp de pe un grafic pivot poate fi în plus dacă graficul pivot este plasat lângă tabelul pivot. Filtrele din tabelul pivot au exact același efect ca butoanele de câmp de pe grafic.

Dacă se dorește ascunderea butoanelor de câmp, există posibilitatea de a le dezactiva. Pentru aceasta se folosește opțiunea PivotChart Tools → Analyze → Show/Hide → Field Buttons. Această comandă afișează o listă drop-down, așa încât se pot alege butoanele ce vor fi ascunse. O altă posibilitate de ascundere a unui buton de câmp este clic dreapta pe butonul respectiv urmat de selectarea opțiunii Hide din meniul de context apărut.

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!****V.3 Mutarea unui grafic pivot**

În mod implicit, graficele pivot sunt încorporate în foaia de lucru care conține tabelul pivot (Figura 47). Pentru a muta graficul pivot pe o altă foaie de lucru (sau pe o foaie separată), se selectează PivotChart → Tools → Design → Location → Move Chart. În fereastra de dialog Move Chart care apare, se specifică noua locație a graficului pivot.

Dacă se intenționează mutarea unui grafic pivot pe o foaie separată, este bine să se păstreze butoanele de câmp vizibile. În caz contrar, filtrarea graficului pivot necesită deplasarea pe foaia de lucru care conține tabelul pivot.

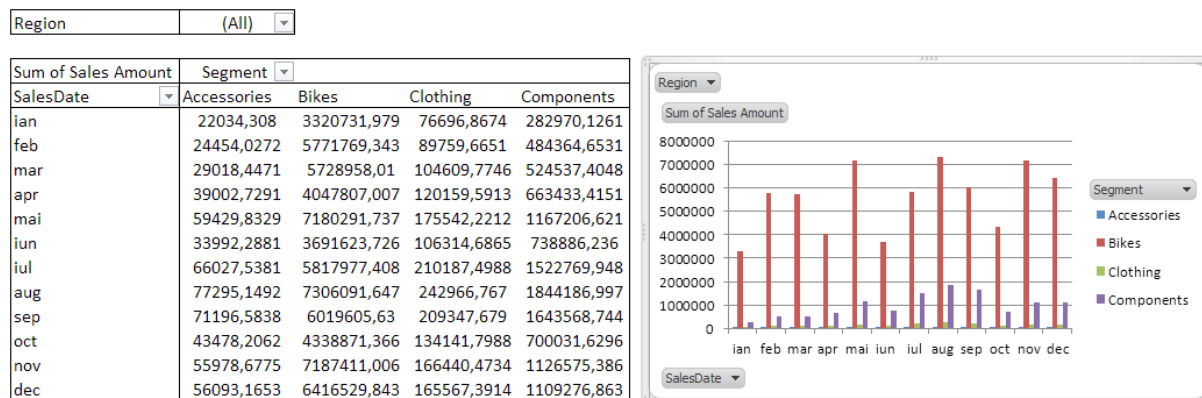


Figura 47 – Un grafic pivot alături de tabelul pivot pe care se bazează

V.4 Utilizarea feliatoarelor

În Excel 2010 a fost introdusă o nouă facilitate pentru tabelele (și graficele) pivot numită feliator (slicer). Un feliator este un control interactiv, care simplifică filtrarea datelor dintr-un tabel pivot (și într-o grafic pivot). Figura 48 prezintă un tabel pivot și un grafic pivot împreună cu două feliatoare. Feliatoarele sunt poziționate în exemplu imediat sub grafic dar ele pot fi amplasate în orice poziție.

Fiecare feliator reprezintă un anumit câmp. Feliatoarele se pot utiliza pentru a crea o interfață atractivă și interactivă pentru persoanele care au mai puțină experiență în filtrarea datelor dintr-un tabelul pivot.

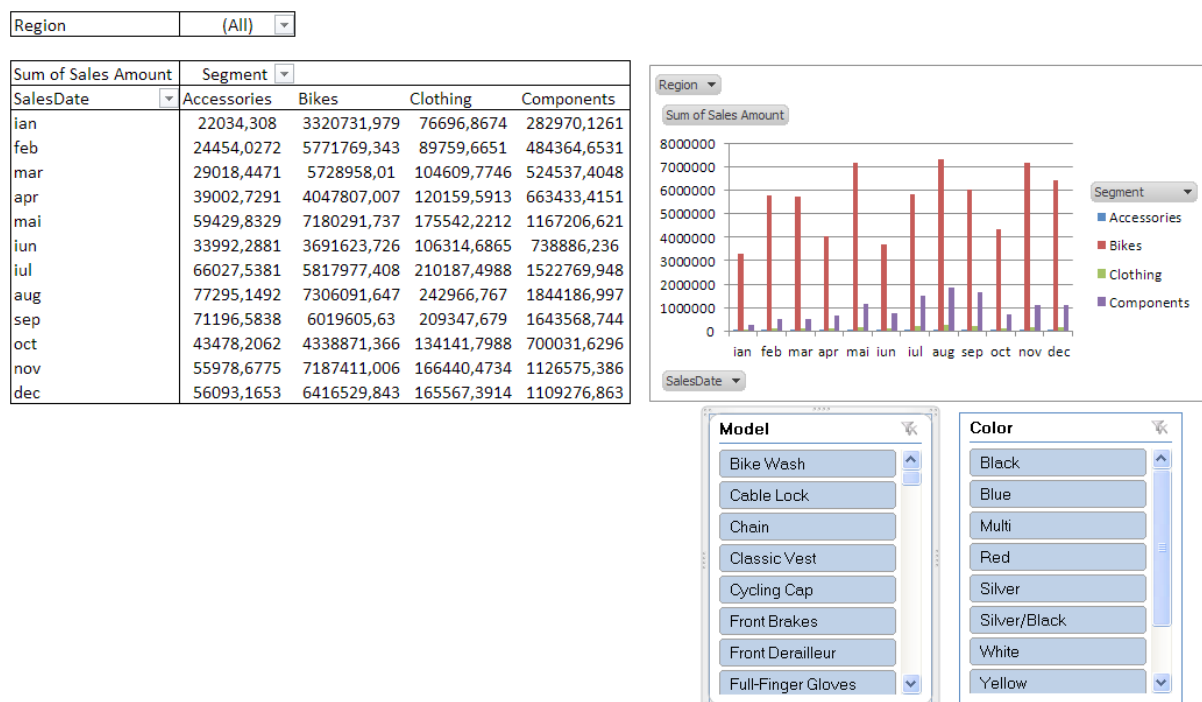


Figura 48 – Tabel pivot cu grafic pivot și cu două feliatoare



Aplicație

Deschideți documentul 20. *date de test pentru pivotare 4 - rezultatele unui sondaj.xlsx*. Deschideți foaia de lucru Sheet2. Examinați feliatorul existent.

V.4.1 Adăugarea de feliatoare

Pentru a adăuga unul sau mai multe feliatoare la o foaie de lucru, se începe prin selectarea oricărei celule dintr-un tabel pivot. Apoi se alege opțiunea PivotTable Tools → Options → Sort & Filter → Insert Slicer. Va fi afișată fereastra de dialog Insert Slicers din care se pot alege câmpurile pentru care se dorește adăugarea de feliatoare.



Aplicație

1. Deschideți documentul 19. *date de test pentru pivotare 3 - grafice de frecvența distribuției.xlsx*. Deschideți foaia de lucru Sheet1. Adăugați un feliator.

V.4.2 Particularizarea feliatoarelor

Feliatoarele sunt în esență obiecte grafice, care „plutesc” peste foaia de lucru. Ele pot fi mutate și redimensionate și li se poate schimba aspectul. Când este selectat un feliator, Excel afișează grupul de instrumente Slicer Tools pe bara de instrumente. Instrumentele din acest grup pot fi utilizate pentru a schimba stilul feliatorului sau pentru a face alte ajustări

V.4.3 Filtrarea datelor cu ajutorul feliatoarelor

Numărul de butoane de pe un feliator depinde de numărul de elemente unice din câmpul corespunzător. Pentru a filtra datele din tabelul / graficul pivot cu ajutorul unui feliator, se face clic pe butonul dorit din feliator. Pentru a filtra după mai multe valori, se apasă și se menține apăsată tasta Ctrl în timp ce se face clic pe butoanele dorite din feliator.

Pentru a elimina efectele de filtrare ale unui feliator, se dă clic pe pictograma Clear Filter din feliator, în colțul din dreapta sus al feliatorului (sau se apasă Alt + C, în timp ce feliatorul este selectat).



Aplicație

Deschideți documentul 20. *date de test pentru pivotare 4 - rezultatele unui sondaj.xlsx*. Deschideți foaia de lucru Sheet2. Utilizați feliatorul existent pentru a filtra datele după diverse criterii.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-EstUNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTIProiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

B. TEHNOLOGII INFORMAȚIONALE

ÎN SPRIJINUL AFACERII TALE

Cuprins

VI. PRODUCȚIA DE ELEMENTE GRAFICE UTILIZATE ÎNTR-O AFACERE.....	57
VI.1 Elemente de identitate ale unei companii	57
VI.2 Principiile realizării unui logo	57
VI.3 Realizarea unui logo folosind un program comercial (exemplu bazat pe Corel Draw).....	59
VI.3.1 Crearea unui fundal (background)	59
VI.3.2 Adăugarea culorii.....	61
VI.3.3 Adăugarea de elemente grafice suplimentare	62
VI.3.4 Importarea de elemente grafice.....	64
VI.3.5 Adăugarea unui ribbon (panglică)	65
VI.4 Realizarea unui logo folosind un program open source (exemplu bazat pe Inkscape).....	67
VI.4.1 Crearea unui document nou	68
VI.4.2 Crearea fundalului.....	68
VI.4.3 Desenarea ribbon-ului (panglicii)	72
VI.4.4 Adăugarea de text pe circumferința logo-ului	78
VI.5 Realizarea de logo-uri folosind alte aplicații	84
VII. Calibrarea nevoilor hardware și software în funcție de businessul tău.....	85
VIII. Cloud Computing.....	93
VIII.1 Date generale	93
VIII.2 Caracteristici	93
VIII.3 Avantaje și dezavantaje.....	94
VIII.4 Servicii Cloud	96
VIII.4.1 Google Drive.....	96
VIII.4.2 Dropbox	97
IX. Transfer de fișiere.....	101
IX.1 Transfer.ro	101
IX.2 Ge.tt	101
IX.3 Wikiupload.....	101
IX.4 FastUpload	101
IX.5 Alte site-uri similare	102
X. Resurse pentru prezentări de succes	103
X.1 SlideShare	103
X.1.1 De ce ar trebui să folosești SlideShare?.....	103
X.1.2 Câteva lucruri pe care le poți face pe SlideShare	105
X.1.3 Site-uri similare cu SlideShare.....	105
X.2 TED.....	107
X.3 PREZI	108
XI. Resurse pentru REPRESENTĂRI GRAFICE	110
XI.1 CREATLY.....	110
XI.2 GLIFFY.....	111
XI.3 SPICYNODES.....	113
XI.4 Alte aplicații similare.....	114



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

VI. PRODUCȚIA DE ELEMENTE GRAFICE UTILIZATE ÎNTR-O AFACERE

VI.1 Elementele de identitate ale unei companii

În general identitatea unei companii este reprezentată prin 3 elemente:

1. Un element vizual, ilustrativ, denumit generic „logo” sau uneori „simbol”;
2. Un element textual, și anume denumirea companiei respective, care de cele mai multe ori include și partea ilustrativă și care se numește „logotip”;
3. Un element vocativ, sau explicativ, reprezentat de o sintagmă, o construcție de cuvinte cu sens clar, limpede, care se numește „slogan”, sau dacă apare vizual în componența identității are denumirea de „tag-line”.

Logo-ul, sau sigla, reprezintă așadar elementul grafic folosit pentru identificarea unei firme/produs/website etc. și, astfel, pentru promovarea imaginii respectivei entități.

Conceptul de brand este diferit de cel de logo. Brandul include logo-ul, dar poate conține și un slogan, o prezentare grafică mai complexă etc. În esență, brand-ul reprezintă percepția pe care consumatorul o are despre un produs.

Programe utile pentru crearea unui logo:

- este recomandată utilizarea editoarelor de grafică vectorială – permit redimensionarea cu ușurință a elementelor componente ale unei imagini;
- există un număr destul de mare de programe destinate editării imaginilor vectoriale (atât programe comerciale care necesită achiziția unei licențe, precum Adobe Illustrator, Corel Draw, cât și programe open source care sunt disponibile gratuit, precum Inkscape sau Xara Xtreme).

Obs. În anumite cazuri pot fi utilizate și editoare de grafică bitmap (raster) precum aplicația comercială Adobe Photoshop sau aplicația open source Gimp.



Figura 1 – Exemple de logo-uri ale câtorva companii



Resurse suplimentare

O colecție foarte bogată de resurse privind grafica digitală folosită pentru companii poate fi găsită pe pagina: <http://urlnextdoor.com/>.

În mod particular interesant ca lectură suplimentară pentru subiectul discutat aici este cursul de proiectarea identității digitale: <http://urlnextdoor.com/ai/digital-identity-design/index.php>

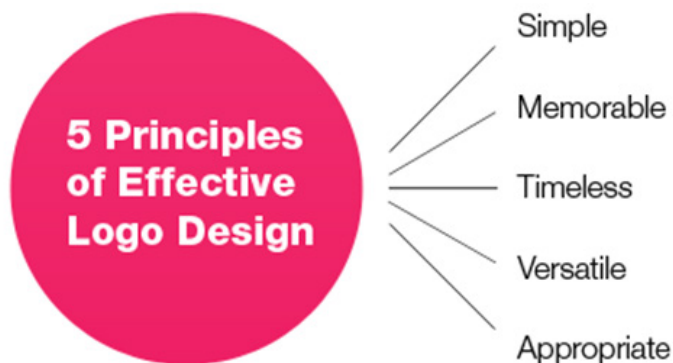
VI.2 Principiile realizării unui logo

Principii în crearea unui logo:

1. Logo-ul trebuie să fie simplu – ușor de reținut și ușor de recunoscut. Simplitatea se referă atât la structura în sine a logoului cât și la culorile folosite. Se recomandă 2-3 culori, iar replicarea acestuia în alb și negru ar trebui să îi păstreze frumusețea și capacitatea de a atrage atenția;

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

2. Logo-ul trebuie să fie memorabil. Font-ul logoului trebuie să difere de cele folosite de sistemul de operare. Este recomandat să **nu** se folosească un simbol clasic al domeniului pentru care este creat logo-ul (simboluri monetare pentru bănci, case de marcat pentru comerț etc.);
3. Să reziste timpului în sensul de a nu se baza pe elemente vizuale care sunt reprezentative numai pentru o perioadă scurtă de timp;
4. Să fie versatil. Să i se poată modifica dimensiunile și să poată fi replicat în alb și negru;
5. Să se potrivească profilului sitului / firmei. Deși logoul nu trebuie să arate precis domeniul, este recomandabil ca elementele grafice folosite să sugereze acest aspect;
6. Se aplică formula KISS (Keep It Short and Simple).

**Figura 2 – Cele cinci principii pentru realizarea unui logo de succes****Resurse suplimentare**

Pe paginile următoare pot fi găsite informații suplimentare privind proiectarea și realizarea de logo-uri:

1. <http://www.positivespaceblog.com/archives/logo-design-the-five-type-of-marks/>
2. <http://blog.spoongraphics.co.uk/articles/a-guide-to-creating-professional-quality-logo-designs>
3. <http://www.attitudedesign.co.uk/2006/a-guide-to-logo-design/>
4. <http://sixrevisions.com/graphics-design/5-branding-basics-every-logo-designer-should-know/>
5. <http://www.smashingmagazine.com/2009/08/26/vital-tips-for-effective-logo-design/>
6. http://www.ideabook.com/tutorials/logo_design/stepbystep_logo.html
7. <http://urlnextdoor.com/ai/digital-identity-design/week03.php>
8. <http://urlnextdoor.com/ai/digital-identity-design/week04.php>
9. <http://urlnextdoor.com/ai/digital-identity-design/week05.php>
10. <http://urlnextdoor.com/ai/digital-identity-design/week06.php>
11. <http://www.designguide.at/en/logo-design.html>
12. http://creativelatitude.com/logo_notions/logo_notions_0506.html
13. <http://www.tuttoaster.com/logos-on-the-internet-the-importance-of-simplicity/>
14. <http://www.identityworks.com/>
15. <http://www.andyrutledge.com/logo-misapplication.php>
16. http://creativelatitude.com/articles/article_0205_tortorella.html
17. <http://mymarketingthing.com/branding-and-logo-design/logo-basics-that-even-some-graphic-designers-forget/>
18. <http://www.davidairey.com/5-useful-logo-design-tips/>
19. <http://www.sharepointcat.com/2009/11/logodesignbasics/>

De asemenea pe pagina următoare poate fi găsită o bogată colecție de logo-uri:

<http://logooftheday.com/page/2/>

VI.3 Realizarea unui logo folosind un program comercial (exemplu bazat pe Corel Draw)

În acest tutorial, veți învăța să creați un logo pentru un magazin de cafea imaginar. La final logo-ul dvs. ar trebui să arate ca în imaginea de mai jos:



Figura 3 – Rezultatul final al operațiilor descrise mai jos

În această lecție veți învăța cum să:

- desenați forme
- adăugați culoare obiectelor
- duplicați obiecte
- rotiți obiecte
- translați în oglindă obiecte
- importați imagini din fișiere externe
- potriviți un text pe o cale
- folosiți unealta **Smart drawing**
- folosiți unealta **Ellipse**
- folosiți unealta **Rectangle**
- folosiți unealta **Interactive drop shadow**
- folosiți unealta **3 point curve**
- folosești unealta **Text**

VI.3.1 Crearea unui fundal (background)

Pentru a începe să lucrezi la un logo, vei crea în prima fază un document nou (blank document). Următorul pas vei crea triunghiuri care vor forma imaginea fundalului folosind unealta Smart drawing. Apoi vei roti, vei transla în oglindă și vei muta triunghiurile în poziție, iar la final vei crea cercurile decorative pentru logo.

Pentru a desena triunghiurile de fundal

- 1 Apasă meniul **File ► New**
- 2 În Toolbox (partea stângă a ecranului) alege unealta **Zoom**
- 3 Din lista **Zoom levels** de pe bara de sus, alege **To with**
- 4 În toolbox alege unealta **Smart drawing**
- 5 Din lista **Shape recognition level** de pe bara cu proprietăți alege **Highest**
- 6 Din lista **Smart smoothing level** alege **Medium**
- 7 Alege **1.0 pt** pentru **Outline with** (bordura) în lista din bara cu proprietăți
- 8 În fereastra de dialog **Outline pen** asigură-te că ai bifat **Graphic** și apoi apasă **OK**
- 9 Desenează un triunghi
- 10 Desenează un triunghi mai mic
- 11 În toolbox, alege unealta **Pick**
- 12 Fă click pe triunghiul mic și așează-l în interiorul triunghiului mare
- 13 Fă click în meniul **Edit ► Select all ► Objects**
- 14 Alege meniul **Arrange ► Group**

Când obiectele sunt grupate le poți manipula ca pe un singur obiect
Cam așa ar trebui să arate grupul de triunghiuri:

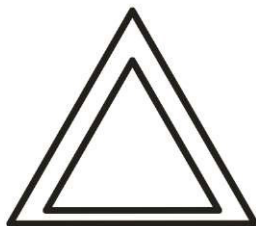

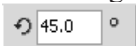




Figura 4 – Grupul de 2 triunghiuri generat de operațiile de mai sus

Pentru a aranja triunghiurile ca să creze imaginea de fundal

- 1 Selectează meniul **View** ► **Snap to objects**
 - 2 Alege unealta **Pick**  și selectează grupul de triunghiuri
 - 3 În boxul **Angle of rotation**  de pe bara de proprietăți tastează **45** și apasă **Enter**
 - 4 Alege meniul **Edit** ► **Duplicate** pentru a crea un alt grup de triunghiuri
 - 5 În fereastra de dialog **Duplicate offset** tastează o valoare în **Horizontal Offset** și în **Vertical offset** și apasă **OK**.
 - 6 Apasă butonul **Mirror horizontal**  din bara de proprietăți
 - 7 Trage grupul de triunghiuri duplicat către dreapta primului grup. Ai grijă ca să-și atingă colțurile
 - 8 Apasă meniul **Edit** ► **Select all** ► **Objects**
 - 9 Apasă meniul **Edit** ► **Duplicate**
 - 10 Apasă butonul **Mirror vertical** 
 - 11 Trage grupul de triunghiuri sub primul set de grupuri. Ai grijă ca să-și atingă colțurile.
- Imaginea nou creată ar trebui să arate ca cea de mai jos:

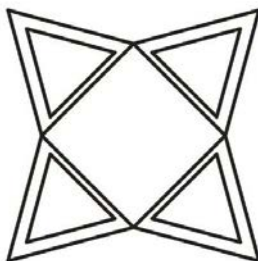




Figura 5 – Rezultatul oglinzirii triunghiurilor inițiale pe orizontală și pe verticală

Pentru a desena cercurile decorative

- 1 În toolbox alege unealta **Elipse** 
 - 2 Ține apăsat și trage pentru a crea o elipsă într-o zonă albă a paginii. Dacă vrei să desenezi un cerc ține apăsat **CTRL** în timp ce desenezi elipsa.
 - 3 Alege unealta **Pick**  și selectează cercul.
 - 4 Plasează cercul tangent la latura unui triunghi (vezi imaginea de mai jos pentru a alege poziția exactă)
 - 5 Alege meniul **Edit** ► **Duplicate**. Repetă acest pas până avem încă 5 cercuri. Ai nevoie un total de 6 cercuri.
 - 6 Plasează cercurile tangente la celelalte laturi ale grupurilor de triunghiuri.
- Iată cum va trebui să arate imaginea:

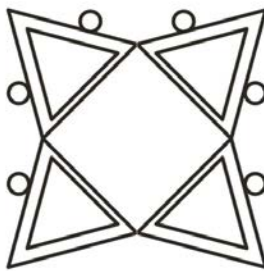


Figura 6 – Grupul de triunghiuri cu cercurile decorative adăugate



Aplicație

4. Deschideți programul Corel Draw. O versiune trial (funcționează 30 de zile) a acestui program poate fi descărcată de pe această pagină:
<http://www.corel.com/corel/category.jsp?cat=cat4130083&rootCat=cat3610091&storeKey=us>
5. Creați grupul de triunghiuri și cercuri din Figura 6 conform indicațiilor de mai sus.

VI.3.2 Adăugarea culorii

Acum, că forma de bază a logo-ului este completă, puteți adăuga culoare la aceasta. Proiectarea pentru logo-ul Coffee Shop utilizează trei culori. Veți adăuga verde de măsline la triunghiurile exterioare, galben închis la triunghiurile interioare, și galben deschis la cercuri.

Există diferite modele de culoare pe care le puteți utiliza pentru a alege culorile, cum ar fi tonuri de gri, CMYK (cyan / albastru violet, magenta / roșu violaceu, yellow / galben, black / negru – culori fundamentale folosite de imprimante) sau RGB (red / roșu, green / verde, blue / albastru – culori fundamentale folosite de monitoare). Modelul de culoare CMYK este folosit pentru crearea de imagini pe care intenționați să le imprimați mai târziu, și asigură o înaltă calitate de imprimare color. Modelul RGB, pe de altă parte, este optimizat pentru ecranul calculatorului. Pentru acest proiect, vom folosi modelul de culoare RGB.

Pentru a adăuga culoare triunghiurilor exterioare:

1. Apasă meniul **Edit ► Select all ► Objects**.
2. Apasă meniul **Arrange ► Ungroup all**.
3. Alege unealta **Pick**
4. Ține apăsat **Shift**, și selectează toate cele 4 triunghiuri exterioare.
5. Deschide meniul derulant **Fill** și apasă butonul **Fill color dialog** .
6. Apasă tabul **Models**.
7. Din boxul lista **Model**, alege **RGB**.
8. În boxul **R**, tastează **153** (o cantitate moderată de roșu).
9. În boxul **G**, tastează **153** (similar verde).
10. În boxul **B**, tastează **51** (puțin albastru pentru a deschide nuanța).
11. Apasă **OK**.

Pentru a adăuga culoare triunghiurilor interioare:

1. Alege unealta **Pick**
2. Ține apăsat **Shift**, și selectează toate cele 4 triunghiuri interioare.
3. Deschide meniul derulant **Fill** și apasă butonul **Fill color dialog** .
4. Apasă tabul **Models**.
5. Din boxul lista **Model**, alege **RGB**.

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

6. În boxul **R**, tastează **255** (mult roșu).
7. În boxul **G**, tastează **204** (ceva mai puțin verde).
8. În boxul **B**, tastează **0** (fără albastru).
9. Apasă OK.

Pentru a adăuga culoare cercurilor:

1. Alege unealta **Pick**
2. Ține apăsat **Shift**, și selectează toate cele 6 cercuri.
3. Deschide meniul derulant **Fill** și apasă butonul **Fill color dialog** .
4. Apasă tabul **Models**.
5. Din boxul lista **Model**, alege RGB.
6. În boxul **R**, tastează **255** (mult roșu).
7. În boxul **G**, tastează **204** (ceva mai puțin verde).
8. În boxul **B**, tastează **0** (fără albastru).
9. Apasă OK.

Iată cum ar trebui să arate desenul după aceste operații:

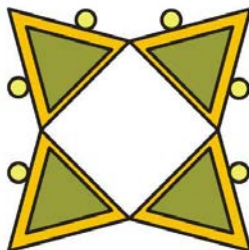


Figura 7 – Rezultatul colorării

**Aplicație**

1. Colorați grupul de triunghiuri și cercuri precum în Figura 7 conform indicațiilor de mai sus.

VI.3.3 Adăugarea de elemente grafice suplimentare**Crearea unui romb**


Pentru a face ceașca de cafea să iasă în evidență din fundal, logo-ul folosește o formă de romb peste fundalul pentru ceașca de cafea. Forma de romb constă din două pătrate suprapuse, unul puțin mai mic decât celălalt, care sunt grupate și apoi rotite la 90 de grade, pentru a forma un romb.

Pentru a crea pătratul exterior:


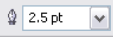
1. Folosind unealta **Rectangle** trageți pentru a desena un pătrat pe o zonă goală de desen. Pătratul ar trebui să fie mai mic decât fundalul, dar suficient de mare pentru a acoperi mijlocul fundalului. Dacă doriți un pătrat perfect, aveți posibilitatea să țineți apăsată tasta **Ctrl** pentru a constrânge forma.
2. Din meniul derulant **Shape edit** , faceți click pe unealta **Shape** .
3. Trageți de nod pentru a rotunji colțul pătratului.

Pentru a crea pătratul interior:




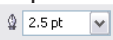
1. Alege unealta **Pick** , și selectează pătratul.
2. Alege meniul **Edit** ► **Copy**.

3. Alege meniul **Edit** ► **Paste** pentru a plasa un duplicat al pătratului peste cel inițial.
4. Alege unealta **Pick** ,
5. Țineți apăsată tasta **Shift** și trageți de unul din colțuri până când pătratul este puțin mai mic decât pătratul inițial.

Pentru a colora pătratul exterior:

1. Selectați pătratul exterior folosind unealta **Pick** .
2. În paleta de culori, alegeți culoarea **Red** (rosu). Paleta de culori se află în partea dreaptă a spațiului de lucru.
3. În boxul **Outline width**  din bara de proprietăți, tastați **2.5** și apăsați **Enter** pentru a da pătratului un contur.

Pentru a colora pătratul interior:

1. Selectați pătratul interior folosind unealta **Pick** .
2. Deschide meniul derulant **Fill** , și apasă butonul **Fill color dialog** .
3. Apasă tabul **Models**.
4. Din boxul lista **Model**, alege **RGB**.
5. În boxul **R**, tastează **229**.
6. În boxul **G**, tastează **255**.
7. În boxul **B**, tastează **229**.
8. Apasă **OK** pentru a umple pătratul cu culoarea specificată.
9. În boxul **Outline width**  din bara de proprietăți, tastați **2.5** și apăsați **Enter** pentru a da pătratului un contur.

Iată cum trebuie să arate imaginea Dvs.:

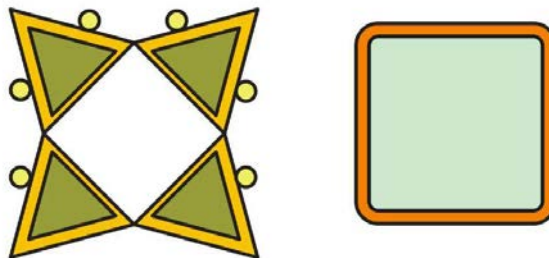

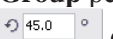


Figura 8 – Un pătrat dublu (viitorul romb) a fost adăugat imaginii

Pentru a roti pătratele și a obține rombur:

1. Alege unealta **Pick** , și selectează pătratul mai mic.
2. Țineți apăsat **Shift** și faceți click pe pătratul mai mare. Ambele pătrate sunt acum selectate. Apăsați meniul **Arrange** ► **Group** pentru a grupa ambele pătrate.
3. În boxul **Angle of rotation**  din bara de proprietăți, tastați **45** și apăsați **Enter**. Astfel pătratele se vor roti și vor crea forma de romb. Așa ar trebui să arate imaginea Dvs:

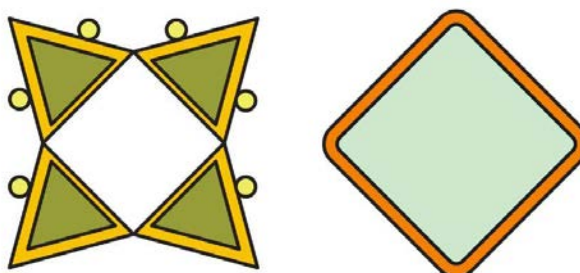


Figura 9 – Pătratul este rotit și a devenit romb



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

4. Trageți romburile deasupra fundalului creat anterior. Dacă romburile sunt prea mari sau prea mici acestea se pot redimensiona trăgând de colțuri.
Iată cum va arăta imaginea Dvs.:



Figura 10 – Rombul este suprapus peste grupul de triunghiuri inițial



Aplicație

1. Creați și colorați rombul și amplasați-l precum în Figura 10 conform indicațiilor de mai sus.

VI.3.4 Importarea de elemente grafice

Acum, că ați creat romburile, puteți adăuga ceașca de cafea la logo-ul Dvs. Ceașca de cafea există deja ca un fișier CorelDRAW (CDR). Pentru a adăuga ceașca de cafea, va trebui importată din librăria de elemente predefinite a programului CorelDraw.

Pentru a face ceașca de cafea să se distingă de restul logo-ului, aveți posibilitatea să adăugați o umbră cu ajutorul instrumentului interactiv de umbră. Umbra dă iluzia că aceasta iese în relief deasupra logo-ului, oferindu-i imaginii mai multă profunzime.

Pentru a importa ceașca de cafea

1. Apasă meniul **File ► Import**.
2. În boxul **Files of type**, alege **CDR - CorelDRAW**.
3. Navighează către folderul **Program files\Corel\CorelDRAW Graphics Suite 13\Languages\EN\Tutorials\ Sample files**.
4. Alege fișierul **cup.cdr**.
5. Apasă **Import**.
6. Poziționează pointerul într-o zona alba a spațiului de lucru și fă click pentru a plasa ceașca de cafea.
7. Trage pentru a centra ceașca de cafea deasupra romburilor din logo. Dacă imaginea este prea mare sau prea mică aceasta se poate redimensiona trăgând de colțuri.

Obs. În cazul în care fișierele cup.cdr (necesar la acest pas) și banner.cdr (necesar ceva mai departe) nu sunt instalate odată cu aplicația Corel Draw pe calculatorul dvs. sau nu le puteți găsi cu ușurință, ele pot fi descărcate de pe această pagină:

http://product.corel.com/en/draw/10/tutorials/draw/html_docs/logo/d_lgo_01.htm.



Iată cum va arăta imaginea Dvs.:



Figura 11 – Ceașca de cafea importată adăugată peste elementele anterioare

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Pentru a adăuga umbra ceștii de cafea:

1. Deschide unealta derulantă **Interactive tools**  și alege unealta **Interactive drop shadow** .
2. Fă click pe ceașca de cafea.
3. Trage din centrul cești de cafea spre colțul din stânga jos până în momentul în care umbra are dimensiunea dorită.

Așa ar trebui să arate imaginea Dvs:



Figura 12 – Rezultatul adăugării umbrei



Aplicație

1. Importați ceașca de cafea, amplasați-o și adăugați-i umbră precum în Figura 12 conform indicațiilor de mai sus.

VI.3.5 Adăugarea unui ribbon (panglică)

Acum, pentru că ați adăugat ceașca de cafea și umbra, puteți adăuga un ribbon pentru logo-ul Dvs. Ca și ceașca de cafea, ribbon-ul există deja ca un fișier CorelDRAW (CDR). Pentru a adăuga ribbon-ul pentru logo, va trebui să importați fișierul banner.cdr.

Pentru a importa ribbon-ul:

1. Apasă meniul **File ► Import**.
2. În boxul **Files of type**, alege **CDR - CorelDRAW**.
3. Navighează către folderul **Program files\Corel\CorelDRAW Graphics Suite 13\Languages\EN\Tutorials\ Sample files**.
4. Alege fișierul **banner.cdr**.
5. Apasă **Import**.
6. Poziționează pointerul într-o zonă albă a spațiului de lucru și fă click pentru a plasa ribbon-ul.
7. Trage pentru a centra ribbon-ul sub ceașca de cafea.

Dacă imaginea este prea mare sau prea mică aceasta se poate redimensiona trăgând de colțuri. Iată cum va arăta imaginea Dvs.





Figura 13 – Ribbon suprapus peste baza imaginii anterioare

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Pentru a adăuga text logo-ului:

Toate elementele grafice ale logo-ului sunt acum la locul lor. Tot ce lipsește este textul. Pentru a face textul să urmeze curba ribbon-ului, puteți utiliza instrumentul **3 point curve** pentru a crea o cale curbată în ribbon-ul-ul Dvs, iar apoi utilizați instrumentul **Text** pentru a adăuga text la calea respectivă.

Pentru a crea o cale curbată:

1. Deschide meniul derulant Curve , și apăsăți unealta 3 point curve .
2. Faceți click pe capătul liniei mici din stânga ribbon-ului și trageți către capătul liniei mici din dreapta ribbon-ului.
3. Mutați pointerul în jos și spre stânga. Atunci când linia de previzualizat face calea curbă dorită de-a lungul centrului vertical al ribbon-ului, faceți click pentru a seta linia:

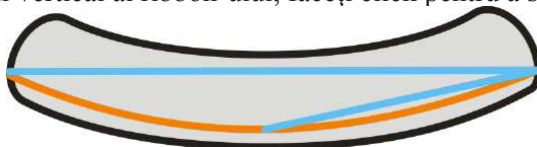





Figura 14 – Crearea unei căi curbe pe ribbon pentru amplasarea viitorului text

Pentru a adăuga text pe linia curbă:

1. Alege unealta **Text** .
2. Poziționează pointerul mouse-ului deasupra căii create în secțiunea precedentă. În momentul în care pointerul se schimbă în litera A cu o curbă sub ea , fă click.
3. Din boxul **Font list** de pe bara de proprietăți, alege font-ul **Kabel Bk Bt** și apasă **Enter**.
1. Dacă nu aveți font-ul **Kabel Bk Bt** instalat, îl puteți instala sau puteți alege un alt font (Sans Serif).
4. În boxul **Font size** din bara de proprietăți alege 14
5. Tastează **The Coffee Shop**.
6. Textul ar trebui să urmărească curba selectată
7. Alege unealta **Pick**  și selectează calea.
8. În paleta de culori faceți click dreapta pe **No color** pentru a face calea invizibilă
9. Folosind gliful (mânerul în formă de romb), trage textul către centrul vertical al ribbon-ului.

Iată cum ar trebui să arate imaginea dvs:



Figura 15 – Text amplasat pe ribbon, urmând calea curbă



Aplicație

1. Adăugați ribbon-ul, creați calea curbă și amplasați pe ea textul precum în Figura 15 conform indicațiilor de mai sus.

Pentru a salva lucrarea:

1. Alege meniul **File** ► **Save**.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

2. Din box listul **Save in** alege partiția și folderul unde dorești să salvezi fișierul
3. În boxul **Filename** tastează **coffee_logo.cdr**
4. Apasă **Save**



Aplicație

1. Salvați logo-ul realizat conform indicațiilor de mai sus.
2. Analizați dificultățile întâmpinate pe parcursul realizării logo-ului și comentați-le împreună cu formatorul.



VI.3.6 Aplicații propuse

Pe paginile enumerate mai jos se găsesc câteva tutoriale pentru crearea de logo-uri folosind programul Corel Draw. Alegeți unul dintre aceste tutoriale și urmați pașii indicați pentru a obține un nou logo:

1. http://www.entheosweb.com/tutorials/coreldraw/floral_logo_design.asp
2. <http://www.youtube.com/watch?v=SC8cWkD2qH0>
3. <http://www.youtube.com/watch?v=b7DkjO4Ffh0>
4. http://www.entheosweb.com/tutorials/coreldraw/classic_logo.asp
5. <http://vector.tutsplus.com/tutorials/designing/create-a-realistic-3d-sphere-logo-from-scratch-using-coreldraw/>



VI.3.7 Resurse suplimentare

Pe paginile enumerate mai jos se găsesc câteva tutoriale pentru crearea de diverse tipuri de imagini utilizând programul Corel Draw:

1. <http://www.corel.com/corel/pages/index.jsp?pgid=800382&storeKey=ca&languageCode=en>
2. <http://www.tutoriallounge.com/2012/01/20-imaginative-tutorials-for-increase-corel-draw-proficiency/>
3. <http://www.corel.com/corel/pages/index.jsp?pgid=800382&storeKey=ca&languageCode=en>
4. <http://designertoday.com/tutorials/coreldraw.aspx>

VI.4 Realizarea unui logo folosind un program open source (exemplu bazat pe Inkscape)

Din acest tutorial veți învăța cum să creați un logo simplu și curat în stil clasic, utilizând programul Inkscape și tehnici simple de desenare și ilustrare specifice programelor de desen vectorial. Înainte de a începe tutorialul, vă prezentăm logo-ul care va reieși din succesiunea de operații:



Figura 16 – Logo-ul final rezultat din operațiile de mai jos



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

VI.4.1 Crearea unui document nou

Se crează un document nou Inkscape cu setările implicite.

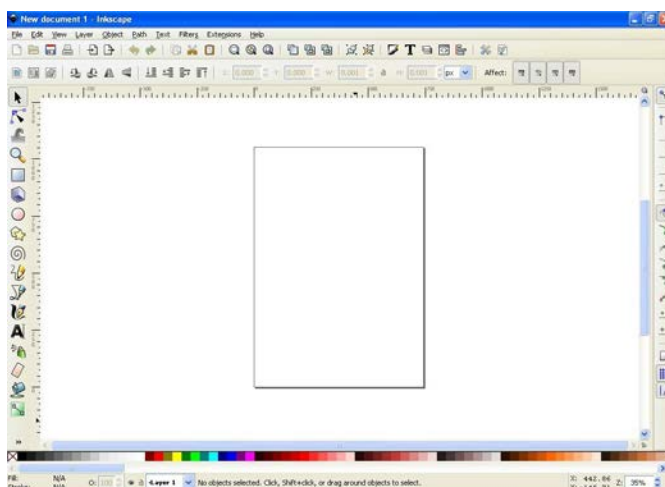


Figura 17 – Aspectul unui document nou Inkscape



Aplicație

1. Deschideți aplicația Inkscape. Programul de instalare pentru această aplicație se poate descărca de pe pagina:

http://sourceforge.net/projects/inkscape/files/inkscape/0.48.4/inkscape-0.48.4-1-win32.exe/download?use_mirror=freefr

iar o versiunea portabilă (care funcționează de pe un stick sau CD, fără a avea nevoie de instalare propriuzisă) se poate descărca de pe pagina:

http://sourceforge.net/projects/inkscape/files/inkscape/0.48.4/InkscapePortable_0.48.4-1.paf.exe/download?use_mirror=switch

(sunt de asemenea disponibile sursele precum și versiuni pentru Linux și MacOS pe pagina:

<http://inkscape.org/download/>).

2. Creați un document nou precum în Figura 17

VI.4.2 Crearea fundalului

Se desenează o elipsă folosind unealta Ellipse din bara de unelte de pe stânga (precum în figura următoare) sau apăsând F5.

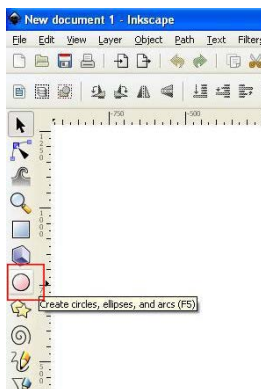


Figura 18 – Bara de unelte cu unealta Ellipse

Pentru a obține un cerc perfect în locul unei elipse, se ține apăsată tasta Ctrl în timpul trasării elipsei. Cercul rezultat va fi colorat în culorile implicite pentru linie și umplere (precum în figura următoare).

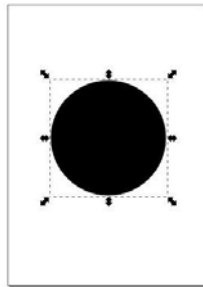


Figura 19 – Trasarea unei elipse / cerc

Pentru a modifica culoarea de umplere a cercului obținut mai devreme deschidem fereastra Fill and Stroke din meniul Object (sau combinația de taste Ctrl + Shift + F). Din tab-ul Fill alegem opțiunea (butonul) Pattern Fill și selectăm Stripes 1:1 din caseta Pattern Fill.

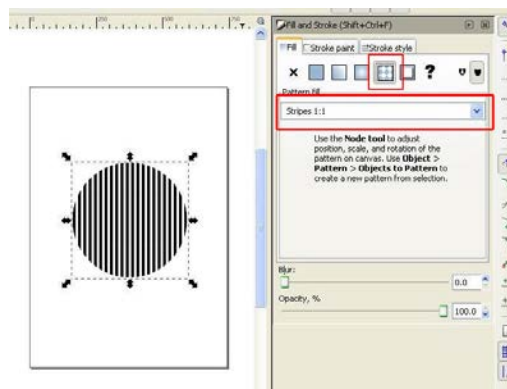


Figura 20 – Selecția modelului de umplere

Pentru a roti cercul (și odată cu el și modelul din interior), click pe cerc pentru a îl selecta și click încă o dată pentru a trece din modul de lucru redimensionare în modul de lucru rotire (se vor modifica cele 8 simboluri de pe margini din săgeți duble normale în săgeți duble tangente). Rotiți cercul aproximativ 45 de grade în sensul acelor de ceasornic (precum în Figura 21).

Obs. Obiectele pot fi rotite rapid și cu ajutorul unor shortcut-uri: tasta „,]” rotește un obiect 15 grade în sensul acelor de ceasornic (deci sunt necesare 3 apăsări pentru exemplul nostru), iar tasta „[,]” rotește un obiect 15 grade în sens contrar acelor de ceasornic.

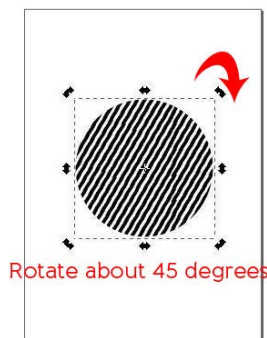
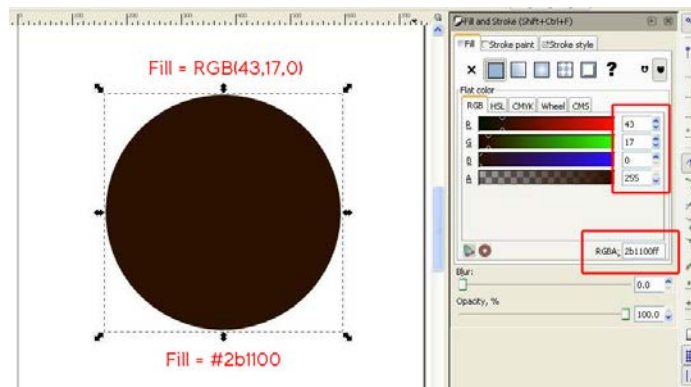
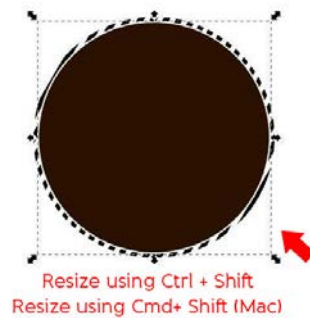


Figura 21 – Rotația cercului obținut anterior

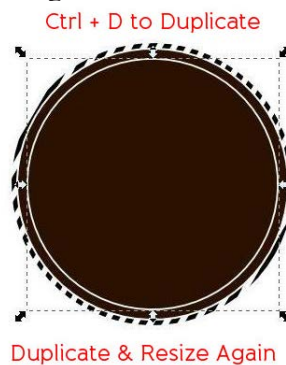
Acum vom duplica cercul utilizând opțiunea Edit -> Duplicate sau combinația de taste Ctrl + D. Schimbăm de asemenea culoarea de umplere a cercului duplicat în combinația RGB(43,17,0) sau valoarea hexa #2b1100 utilizând opțiunile din tab-ul Fill al ferestrei Fill and Stroke (precum în Figura 22).

**Figura 22 – Colorarea cercului duplicat**

Vom redimensiona cercul duplicat, micșorându-l cu aproximativ 4-5 pixeli tragând spre interior de una dintre săgețile de redimensionare în timp ce ținem apăsată combinația de taste Ctrl + Shift (pentru a păstra concentrice cercul original și cercul duplicat – a se vedea Figura 23).

**Figura 23 – Redimensionarea cercului duplicat**

Vom apăsa Ctrl + D pentru a duplica cercul din nou, după care vom redimensiona acest al treilea cerc la o dimensiune ușor mai redusă, precum în figura următoare.

**Figura 24 – Redimensionarea celui de-al treilea cerc**

Pentru cercul interior vom crește grosimea marginii albe schimbând valoarea parametrului Stroke Width din tab-ul Stroke Style al ferestrei Fill and Stroke la 3.0px.

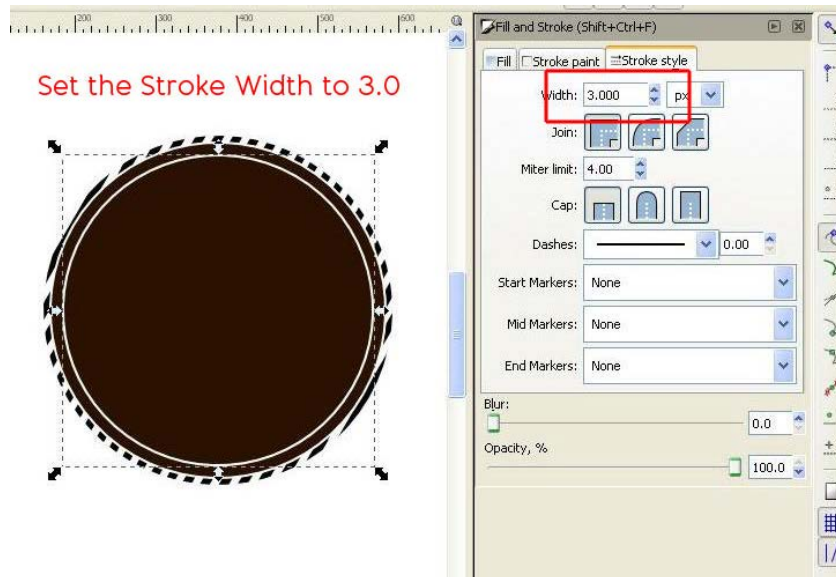
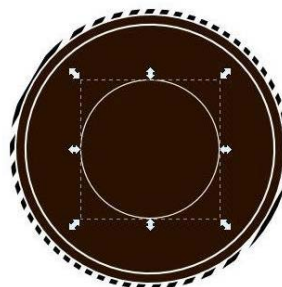


Figura 25 – Creșterea grosimii bordurii celui de-al treilea cerc

Duplicăm acest cerc din nou și reducem dimensiunea celui de-al patrulea cerc obținut la aproximativ jumătate din dimensiunea cercului precedent precum în figura următoare.



Duplicate & Resize again

Figura 26 – Generarea și redimensionarea celui de-al patrulea cerc

Schimbăm grosimea bordurii noului cerc la 5.0 px schimbând valoarea parametrului Stroke Width din tab-ul Stroke Style al ferestrei Fill and Stroke, ca în imaginea de mai jos:

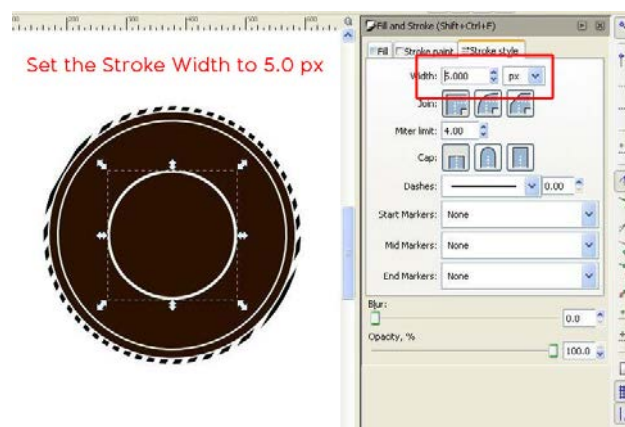


Figura 27 – Schimbarea grosimii bordurii cercului interior

Duplicăm acest cerc din nou și îl redimensionăm la o dimensiune ușor mai redusă precum în figura de mai jos:



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Duplicate & Resize again

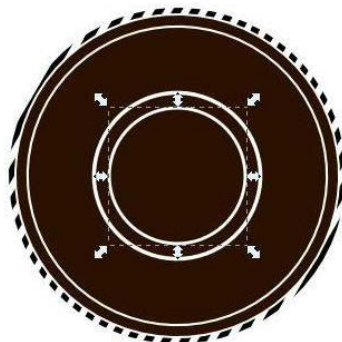


Figura 28 – Obținerea cercului interior

Schimbăm culoarea noului cerc în valoarea RGB(204,204,204) sau valoarea hexa #cccccc utilizând opțiunile din tab-ul Fill al ferestrei Fill and Stroke (precum în Figura 29).

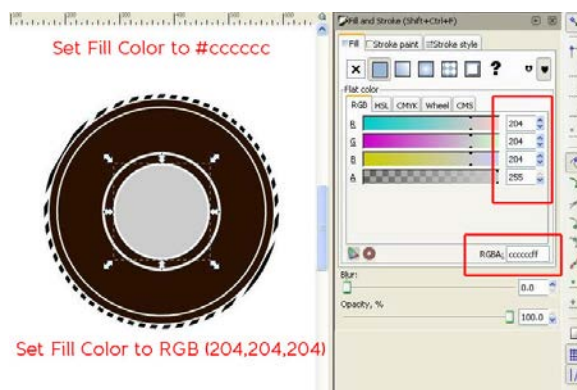


Figura 29 – Schimbarea culorii cercului interior



Aplicație

1. Creați background-ul din Figura 29 conform indicațiilor de mai sus.

VI.4.3 Desenarea ribbon-ului (panglicii)

Pentru a desena ribbon-ul trebuie activată grila de ajutor de pe suprafața de lucru fie cu opțiunea Grid din meniul View, fie cu tasta "##" (ca în figura următoare).

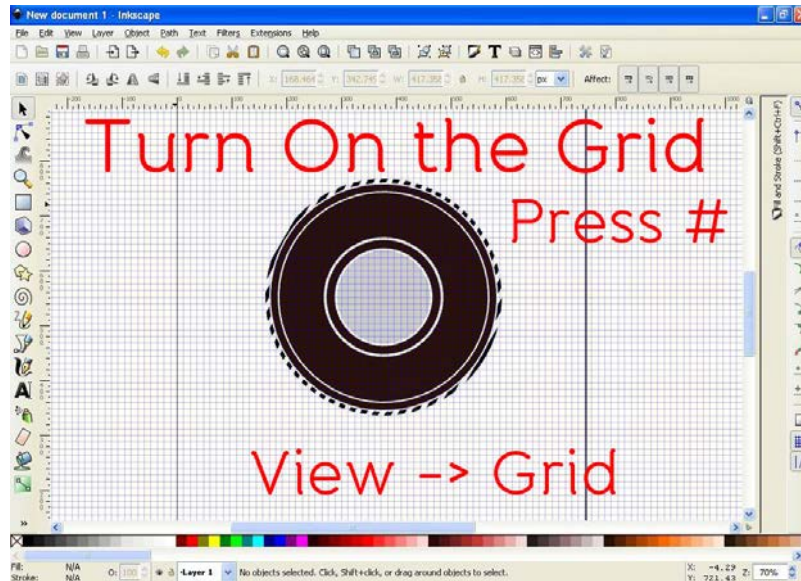


Figura 30 – Activarea grilei de ajutor (grid)

Vom alege unealta de desen Bezier curve din bara de unelte din dreapta (sau apăsăm combinația de taste Shift + F6, precum în figura următoare).

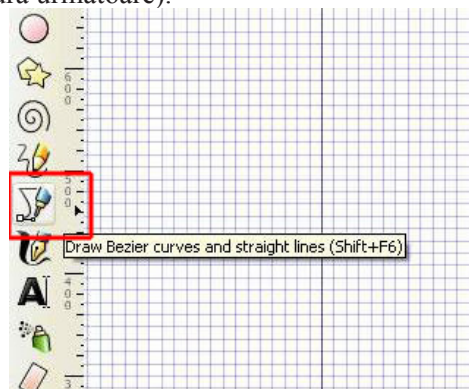


Figura 31 – Selectarea unelei de desen curbă Bezier

De asemenea opțiunea Snap to grids ar trebui să fie activă (butonul corespunzător apare în bara de unelte din dreapta odată ce este selectată unealta curbă Bezier – vezi figura următoare). Această opțiune este de obicei activată implicit dacă grila de ajutor este activă, deci trebuie să apăsăm pe butonul respectiv doar dacă am dezactivat anterior chiar noi opțiunea respectivă.

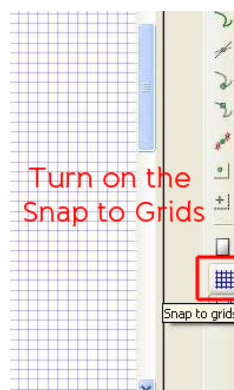


Figura 32 – Opțiunea Snap to grids

Utilizând unealta curbă Bezier, vom desena un ribbon, dând click pe ochiurile grilei de ajutor până când

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Închidem un contur precum cel din figura următoare. Utilizarea grilei de ajutor va asigura crearea unui ribbon drept și perfect aliniat.

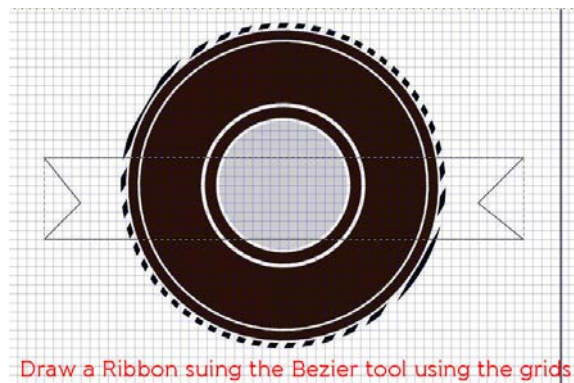


Figura 33 – Desenarea unui ribbon, folosind grid-ul

Vom umple ribbon-ul utilizând culoarea RGB(0,128,128) sau valoarea hexa #008080 în tab-ul Fill din fereastra Fill and Stroke (a se vedea figura următoare).

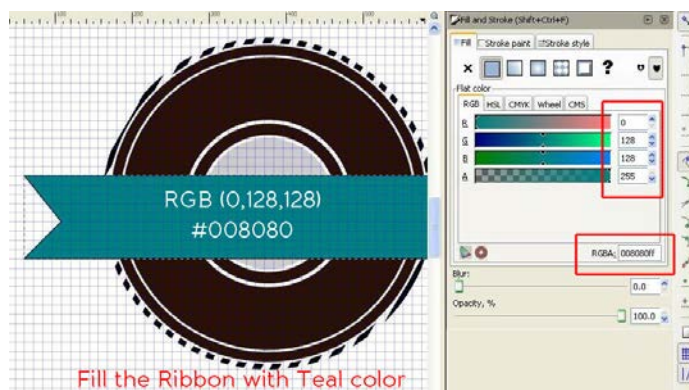


Figura 34 – Colorarea ribbon-ului

Vom elimina culoarea bordurii ribbon-ului (o altă bordură mai aspectuoasă va fi creată prin operațiile următoare). Pentru aceasta selectăm opțiunea No paint din tab-ul Stroke paint al ferestrei Fill and Stroke (figura următoare).

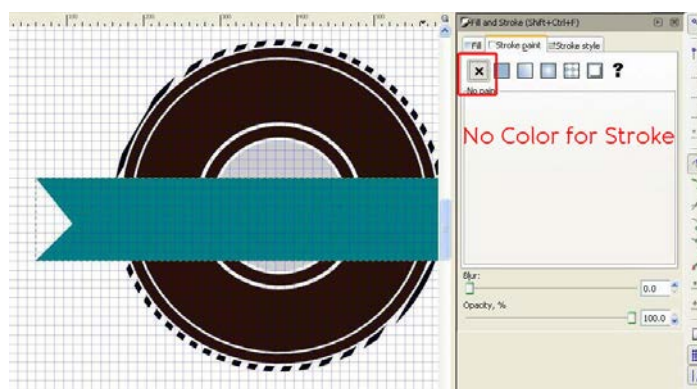


Figura 35 – Selectarea unei culori pentru bordura unui obiect

Vom duplica ribbon-ul iar ribbon-ului duplicat îi vom schimba culoarea bordurii în alb (acest ribbon duplicat se va combina cu primul servind la crearea unei borduri bicolore).

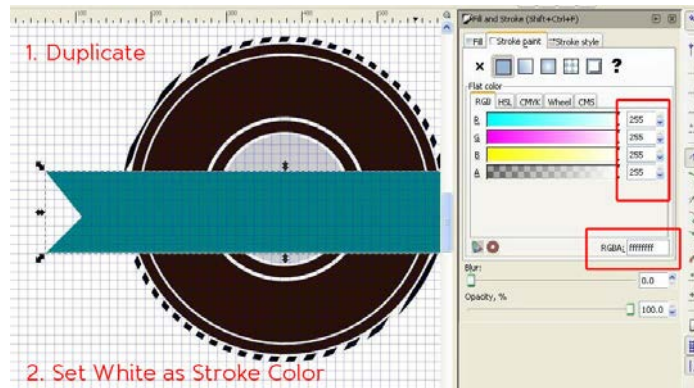


Figura 36 – Schimbarea culorii bordurii ribbon-ului duplicat

În aceeași fereastră dar pe tab-ul Stroke style vom schimba grosimea bordurii la 4.0 px ca în figura următoare:

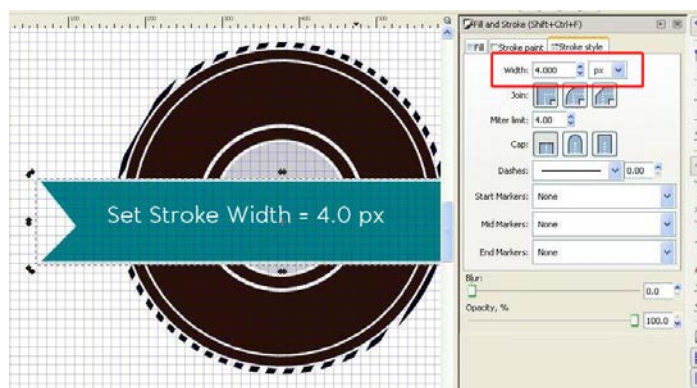


Figura 37 – Schimbarea grosimii bordurii

Pentru a obține bordura dorită va trebui să reducem puțin dimensiunea ribbon-ului duplicat. Pentru a obține ușor acest lucru vom utiliza opțiunea Inset din meniul Path. Pentru a crește diferența între cele două ribbon-uri putem apela repetat opțiunea respectivă.

Obs. Pentru a micșora sau mări un obiect în raport cu un altul (unul dintre obiecte îl va ”îmbrăca” pe celălalt) putem utiliza și combinațiile de taste „Ctrl + (, și respectiv „Ctrl +)”.

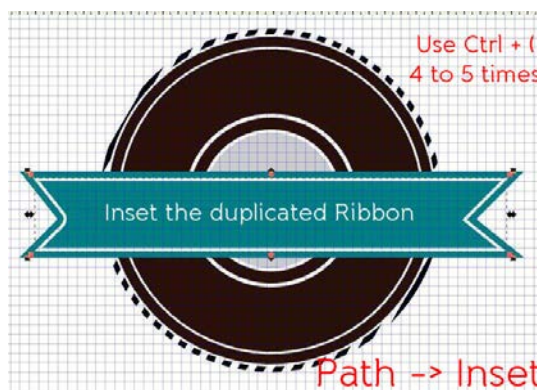


Figura 38 – Micșorarea ribbon-ului duplicat în raport cu cel inițial

În acest moment grila de ajutor nu mai este utilă, drept pentru care o putem dezactiva fie cu opțiunea Grid din meniul View, fie cu tasta ”#”.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

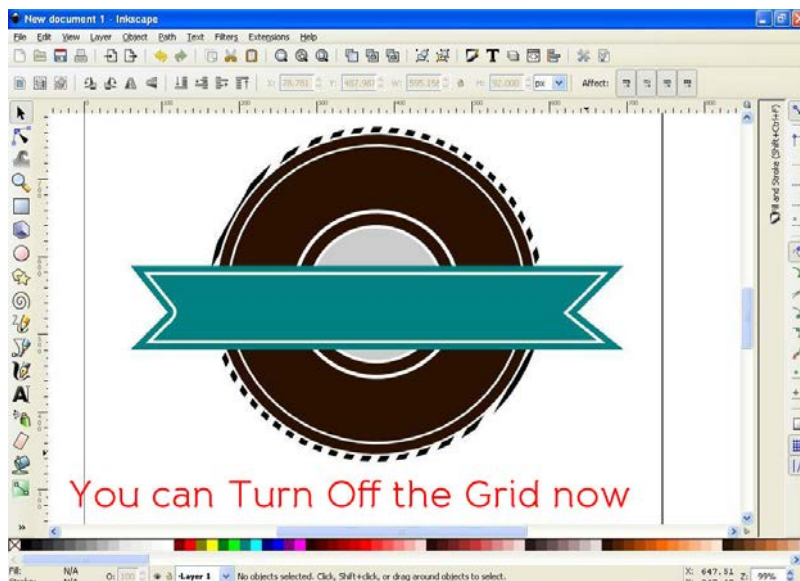


Figura 39 – Imaginea obținută, cu grila de ajutor dezactivată

Vom adăuga text pe ribbon utilizând unealta Text din bara de unelte din dreapta, un font oarecare și culoarea alb, precum în Figura 40. Nu contează dacă textul nu este perfect aliniat cu ribbon-ul pentru că acest lucru se va realiza la următorul pas.

Este totuși important ca textul să se încadreze ca dimensiune în interiorul ribbon-ului. Realizăm acest lucru după ce scriem textul în întregime.

O posibilitate de a face acest lucru este de a schimba dimensiunea font-ului utilizat (cât timp utilizăm unealta text, dimensiunea font-ului poate fi schimbată din caseta de selecție de pe bara de unelte superioară – Figura 40).

O altă posibilitate de a redimensiona textul (care permite și deformarea acestuia) este redimensionarea textului ca pe un obiect oarecare. Pentru aceasta, comutăm din modul scriere text în modul selecție (click pe butonul Select and Transform – este primul din bara de unelte din dreapta) după care redimensionăm textul conform dorințelor noastre, cu ajutorul săgeților duble de redimensionare din jurul textului.

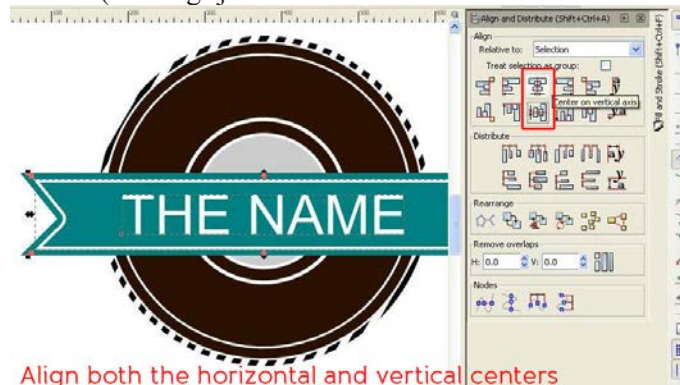


Figura 40 – Scrierea unui text pe ribbon

Pentru a alinia textul exact pe centrul ribbon-ului selectăm cele două obiecte (ribbon-ul și textul; ținem apăsată tasta Shift pentru selecție multiplă), deschidem opțiunea Align and Distribute din meniul Object (sau apăsăm combinația de taste Ctrl + Shift + A) și apăsăm pe butoanele Center on Horizontal

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

axis și Center on Vertical axis (având grijă ca în caseta Relative To să fie ales Selection) ca în Figura 41.



Align both the horizontal and vertical centers

Figura 41 – Alinierea pe verticală și orizontală a textului cu ribbon-ul

Pentru a adăuga o umbră textului, vom crea un duplicat al acestuia (combinația de taste Ctrl+D, ca și mai devreme) pe care îl vom colora cu o culoare maro închisă - culoarea RGB (128,51,0) sau valoarea hexa #803300 în fereastra Fill and Stroke, precum în figura următoare:

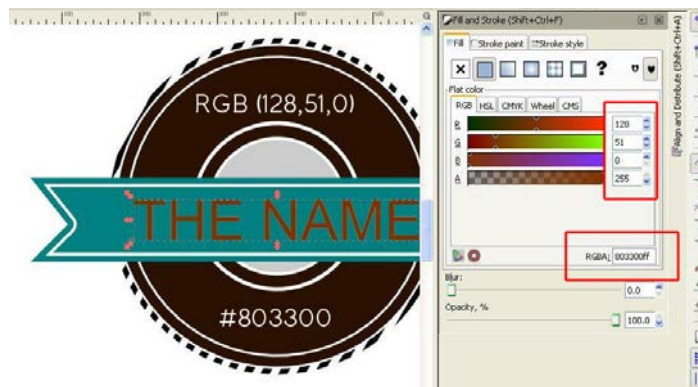


Figura 42 – Colorarea textului duplicat

Vom trimite textul duplicat în spatele textului inițial pentru a servi ca umbră a acestuia. Pentru aceasta fie apelăm opțiunea lower din meniul Object, fie apăsăm o dată pe tasta PageDown (tasta PageUp execută operația opusă, ridicând un obiect deasupra altuia). Vom deplasa de asemenea textul duplicat foarte puțin către dreapta și jos utilizând tastele Right (săgeată dreapta) și Down (săgeată jos). Rezultatul ar trebui să fie cel din imaginea următoare:



Figura 43 – Textul duplicat este trimis în spatele celui original și puțin deplasat către dreapta, jos



Aplicație

1. Creați ribbon-ul precum în Figura 43 conform indicațiilor de mai sus.

VI.4.4 Adăugarea de text pe circumferința logo-ului

Pentru a crea un text de formă circulară, desenăm pe o porțiune liberă un cerc cu bordura de culoare neagră și fără umplere (No Fill) puțin mai mare decât cercul interior desenat anterior (vom utiliza unealta Ellipse, cu tasta Ctrl apăsată, ca mai devreme), precum în figura următoare.

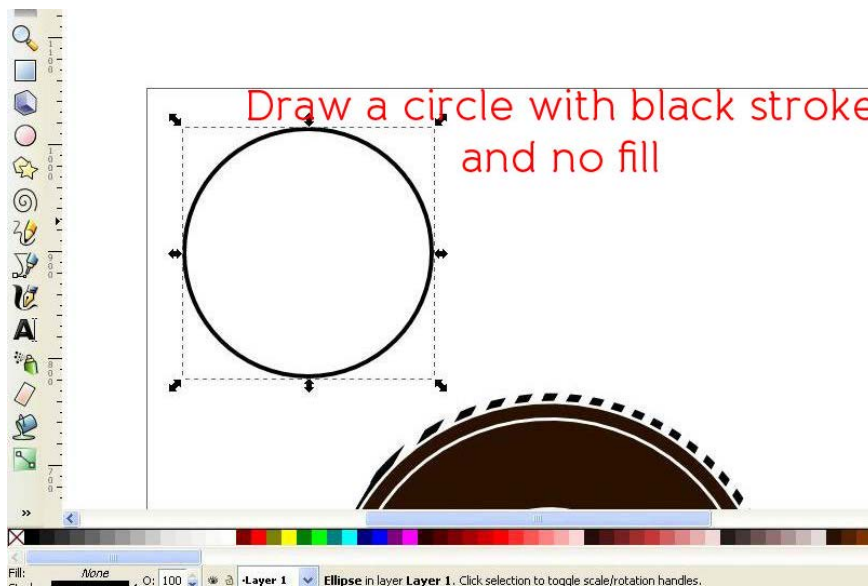


Figura 44 – Un cerc desenat pe o porțiune liberă a paginii

Separat, pe o altă zonă goală, vom scrie textul dorit, utilizând orice font și dimensiune (font-ul va fi cel ales de utilizator, iar dimensiunea nu contează pentru că ea va fi ajustată automat ulterior). Rezultatul va fi asemănător cu cel din Figura 45.

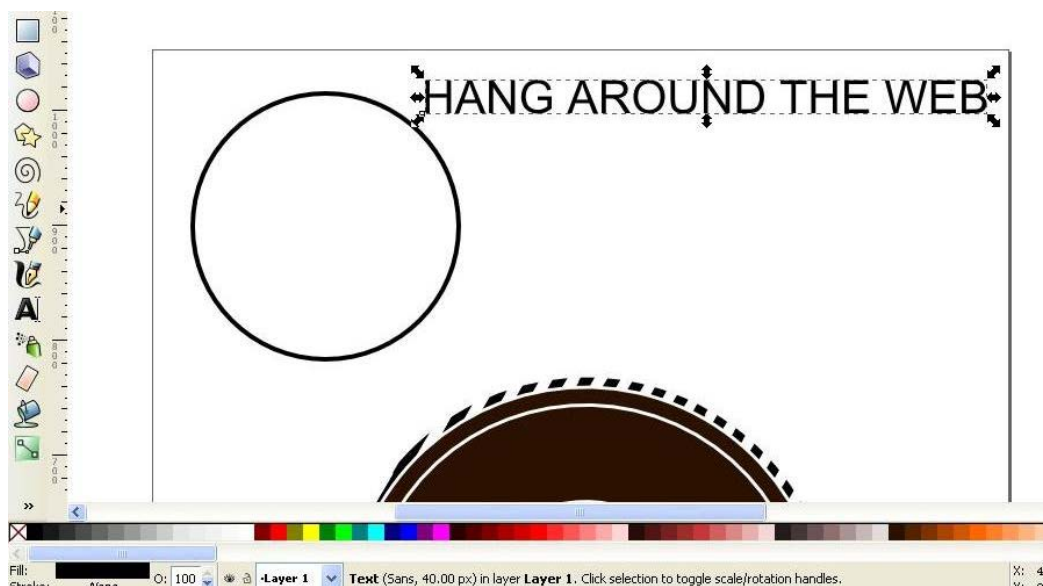


Figura 45 – Un text oarecare creat pe o zonă liberă

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Pentru a da textului forma cercului realizat anterior, selectăm ambele obiecte (cu tasta Shift) și utilizăm opțiunea Put on Path din meniul Text, ca în Figura 46.

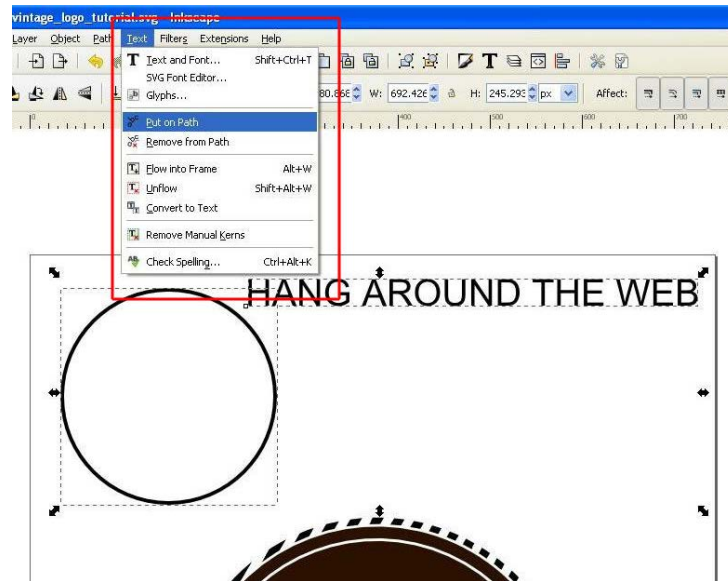


Figura 46 – „Mularea” unui text pe o formă

În acest moment textul are o formă circulară dar nu are probabil chiar orientarea pe care am dori-o. Pentru a trece de la această orientare la una corectă (precum în următoarele două figuri), dăm click încă o dată pe selecția anterioară pentru a trece din modul redimensionare în modul rotație și tragem de una dintre săgețile duble de pe circumferință până când textul are orientarea dorită.

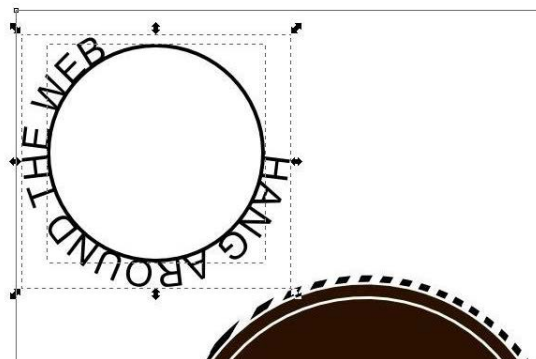


Figura 47 – Orientarea inițială a textului

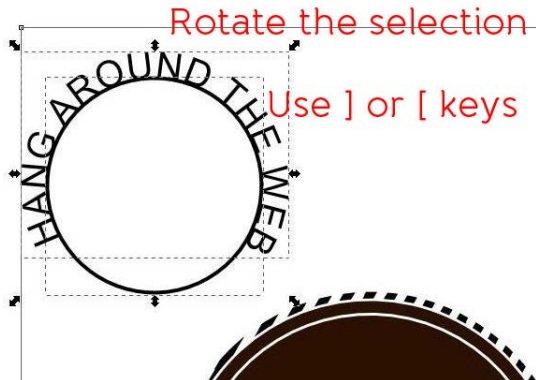


Figura 48 – Textul adus la orientarea corectă

Obs. O dată ce un text oarecare este „lipit” de un obiect (put on the path), acest text va urmări orientarea, dimensiunea și poziția obiectului de care este „lipit” (chiar dacă textul va fi deplasat ulterior față de obiectul de care a fost „lipit” inițial) astfel încât dacă dorim să schimbăm orientarea textului e suficient



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

să rotim cercul inițial și textul se va roti și el. Același lucru este valabil pentru redimensionarea textului, mutarea sa etc.

Înainte de a deplasa textul pe logo, selectăm doar textul și îi dăm culoarea albă. După aceea tragem textul desupra logo-ului precum în figura următoare:



Figura 49 – Textul deplasat deasupra logo-ului

Dacă textul se suprapune cu ribbon-ul, ca în Figura 49, este de ajuns să micșorăm dimensiunea font-ului folosit și ajustăm orientarea textului din nou pentru a îl potrivi exact deasupra ribbon-ului, ca în figura următoare:

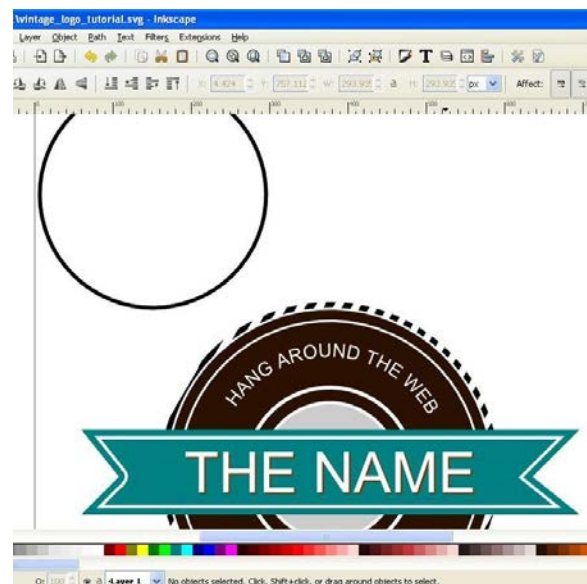


Figura 50 – Textul suprapus logo-ului este redimensionat, reorientat și amplasat corect

În acest moment nu mai avem nevoie de cercul utilizat drept „cale” pe care este mulat textul, așa încât vom ascunde acest cerc. Pentru aceasta, dăm click dreapta pe cerc, selectăm Object Properties din meniul de context apărut și bifăm opțiunea Hide de la baza ferestrei de proprietăți aparute (Figura 51).

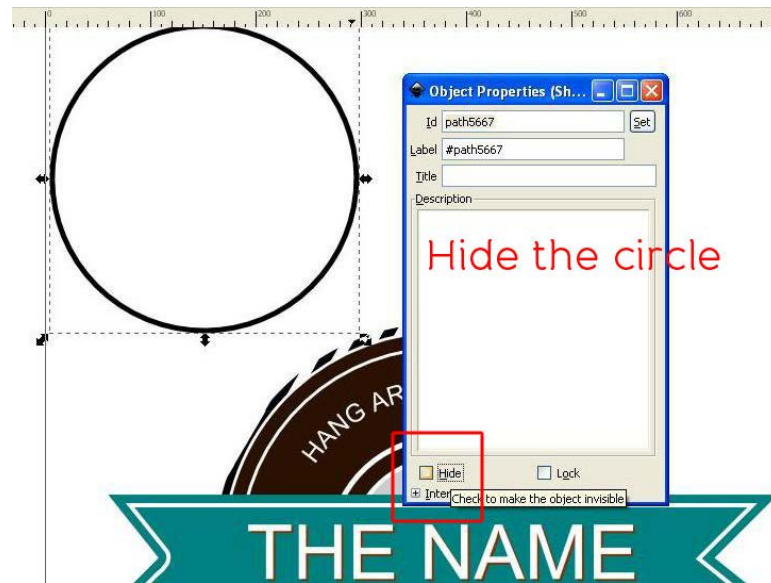


Figura 51 – Fereastra de proprietăți a obiectului cerc

Vom adăuga un nou text pe care să îl amplasăm dedesubtul ribbon-ului. Pentru aceasta vom repeta toți pașii parcurși pentru textul precedent (desenarea unui cerc, crearea unui text etc.) până la amplasarea textului pe logo, sub ribbon, în poziția și la dimensiunea corecte (Figura 52).



Figura 52 – Un nou cerc folosit ca și cale și un nou text

În acest moment, deși textul este amplasat corect, poziția sa este incorectă („cu capul în jos” – Figura 53).



Figura 53 – Amplasarea finală a textului

Pentru a aduce textul la poziția normală trebuie să îl întoarcem invers pe orizontală. Pentru aceasta

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

selectăm calea de care este „lipit” textul (cercul) și să o răsucim după axa orizontală cu opțiunea Flip Horizontal din meniul Object (sau apăsând tasta H). Rezultatul este cel din Figura 54.

Obs. Tasta V realizează răsucirea unui obiect după axa verticală.

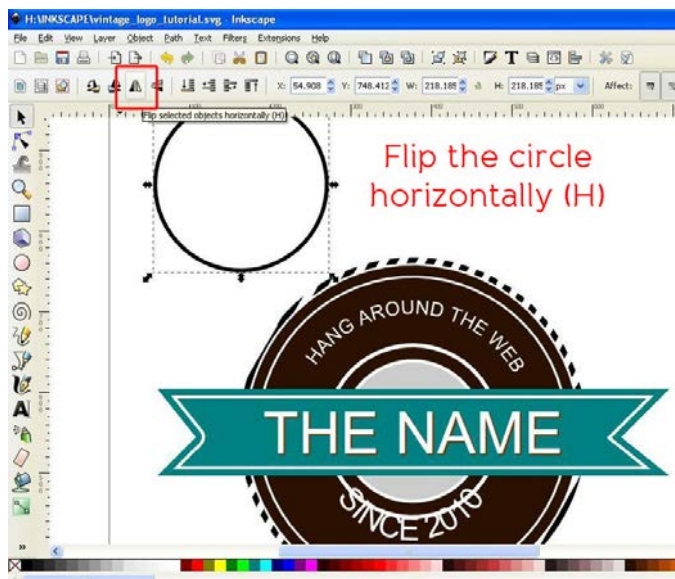


Figura 54 – Textul adus în poziția corectă

În acest moment textul este în poziția corectă, dar puțin prea aproape de centru. Acest lucru poate fi corectat crescând dimensiunea cercului „cale”. Rezultatul ar trebui să fie similar cu cel din Figura 55.

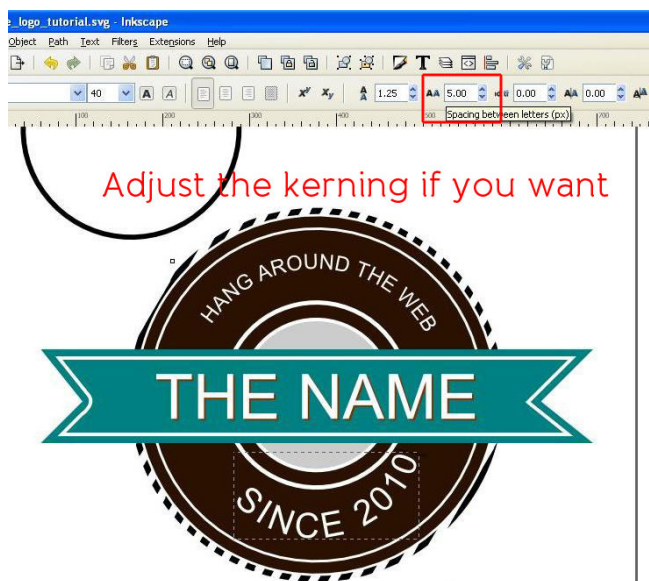


Figura 55 – Textul s-a îndepărtat de centru și curbura sa s-a lărgit la creșterea dimensiunii cercului „cale”

În sfârșit, ajustăm dimensiunea fontului dacă este nevoie, re poziționăm și reorientăm textul dedesubtul ribbon-ului și ascundem cercul „cale” așa cum am procedat mai devreme. Logo-ul este finalizat și poate fi salvat (Figura 56).



Figura 56 – Logo-ul finalizat



Aplicație

1. Creați textele amplasate deasupra și dedesubtul ribbon-ului, conform indicațiilor din acest subcapitol.
2. Salvați logo-ul realizat.
3. Analizați dificultățile întâmpinate pe parcursul realizării logo-ului și comentați-le împreună cu formatorul.



Aplicații propuse

Pe paginile enumerate mai jos se găsesc câteva tutoriale pentru crearea de logo-uri folosind programul Inkscape. Alegeți unul dintre aceste tutoriale și urmați pașii indicați pentru a obține un nou logo:

1. <http://www.shmoggo.com/articles/logo-in-inkscape/>
2. <http://www.shmoggo.com/articles/trendy-logo-design-in-inkscape-tutorial-video/>
3. <http://www.bytheweiser.com/2012/06/18/inkscape-tutorial-13-yet-another-logo-tutorial/>



Resurse suplimentare

Pe paginile enumerate mai jos se găsesc câteva tutoriale pentru crearea de diverse tipuri de imagini utilizând programul Inkscape:

1. http://wiki.inkscape.org/wiki/index.php/Tutorials_and_help
2. <http://www.techdrivein.com/2010/10/13-beautiful-inkscape-tutorials-for.html>
3. <http://creativenerds.co.uk/tutorials/inkscape-tutorials/>
4. <http://inkscape-tutorials.wordpress.com/>
5. <http://speckyboy.com/2009/04/28/35-tutorials-to-create-amazing-vector-graphics-using-inkscape/>
6. <http://www.unixmen.com/31-best-tutorials-of-inkscape/>
7. <http://www.pixel2life.com/tutorials/inkscape/>
8. <http://screencasters.heathenx.org/>
9. <http://blog.wtfconcept.com/inkscape-tutorial-for-noobs>



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

VI.5 Realizarea de logo-uri folosind alte aplicații

În afară de Corel Draw și Inkscape, un alt program intens utilizat pentru crearea de logo-uri și alte elemente de identitate digitală este Adobe Illustrator (o versiune trial poate fi descărcată de aici: <http://www.adobe.com/cfusion/tdrc/index.cfm?product=illustrator>). Sunt de asemenea utilizate într-un număr mai redus de cazuri și editoare de grafică bitmap precum Adobe Photoshop (o versiune trial poate fi descărcată de aici: <http://www.adobe.com/cfusion/tdrc/index.cfm?product=photoshop>) sau Gimp (poate fi descărcat de aici: <http://www.gimp.org/downloads/>). Nu intră în intențiile acestei lucrări să prezinte în mod extensiv toate aplicațiile utilizabile, dar în cazul în care cititorul este interesat, în lista următoare se găsește o suită de tutoriale pentru realizarea de logo-uri și alte elemente de identitate vizuală folosind aceste programe:

- Adobe Illustrator:
 - <http://www.metrodesk.com.bd/blog/2011/05/logo-design-tutorial-from-conceptualization-to-completion/>
 - <http://www.garysimon.net/logotutorial/>
 - <http://creativepaths.net/3d-looking-sphere-logo-illustrator-tutorial>
 - <http://abduzeedo.com/creating-crazy-cool-logo>
 - <http://blog.spoongraphics.co.uk/tutorials/logo-design-project-step-by-step-walkthrough>
 - <http://abduzeedo.com/reader-tutorial-geometric-flower-effect-logo-illustrator>
 - <http://vector.tutsplus.com/tutorials/designing/design-a-print-ready-beer-label-in-adobe-illustrator/>
 - <http://bloomwebdesign.net/myblog/2010/11/design-a-yuppie-shopping-girl-logo/>
 - <http://blog.spoongraphics.co.uk/tutorials/logo-design-process-and-walkthrough-for-vivid-ways>
 - <http://www.zenelements.com/blog/origami-logo/>
 - <http://vector.tutsplus.com/tutorials/designing/use-illustrator-to-create-a-fun-3d-character-logo/>
 - <http://abduzeedo.com/abduzeedo-2010-logo-design>
 - <http://www.noupe.com/tutorial/vector-illustration-60-illustrator-tutorials-tips-and-best-practices.html>
- Adobe Photoshop:
 - <http://ibrandstudio.com/tutorials/50-photoshop-tutorials-logo-design>
 - <http://3nhanced.com/photoshop/how-to-make-a-badass-wordpress-logo/>
 - <http://www.adobetutorialz.com/articles/3029/1/Google-Chrome-Logo-Design>
 - <http://onefusedlife.com/2008/07/25/photoshop-tutorial-fox-news-logo/>
 - <http://www.smashingmagazine.com/2009/04/30/60-beautiful-logo-design-tutorials-and-resources/>
 - <http://www.youtube.com/watch?v=xk4USHCSt1Q>
 - http://www.youtube.com/watch?v=lgQMxy_gT_A
- Gimp:
 - <http://www.youtube.com/watch?v=fh0eNAWWCME>
 - <http://www.youtube.com/watch?v=08JRDHzgsO8>
 - <http://www.gimpusers.com/tutorials/company-logo-bezier>
 - <http://www.moddb.com/tutorials/making-a-logo-in-the-gimp>
 - <http://www.blogkori.com/diy-logo-design-tutorial-gimp/>
 - <http://creativenerds.co.uk/tutorials/50-design-tutorials-for-mastering-gimp/>
 - <http://gimp-tutorials.net/Creating-logo>



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSORUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-EstUNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

VII. CALIBRAREA NEVOILOR HARDWARE ȘI SOFTWARE ÎN FUNCȚIE DE BUSINESSUL TĂU.

Când ar trebui să investești în TI?

Tehnologia informației oferă suport pentru afacerea dumneavoastră atunci când există activități **repetitive și similare**.

Ajutorul dat de un echipament de calcul se poate clasifica astfel:

- Comunicare
- Partajarea resurselor / informației
- Evidență
- Control

În orice organizație managementul înseamnă decizii bazate pe informații și de aici rezultă că informatica este necesară oricărui manager, la orice talie de întreprindere, poate la cele mici mai acut decât la cele mari, unde există oameni cu experiență pe fiecare domeniu (financiar, resurse umane, legal, etc.) și care pot lua decizii bazate mai mult pe experiența proprie, în lipsa anumitor date actuale despre organizația în care lucrează. Micul întreprinzător este esențial să fie **informat**.

Criterii pentru evaluarea nevoilor de TI

Pentru o bună evaluare a nevoilor este necesară cunoașterea cerințelor care trebuie îndeplinite de către echipamentele hardware ce vor fi achiziționate pentru a suporta cât mai bine software-ul pe care îl veți folosi, adică necesitățile afacerii dumneavoastră. Deci nu trebuie niciodată să începem direct cu achizițiile de hardware.

✓ PROCESUL: CERINȚE FUNCȚIONALE ȘI NECESITĂȚI DE INSTRUIRE

Procesul este foarte important și pornește de la nevoile afacerii.

Pașii procesului sunt următorii:

- Identificarea nevoilor funcționale care trebuie satisfăcute.
- Identificarea programelor (software) care le pot satisface mai eficient și/sau cu o calitate crescută față de tratarea manuală a acelorasi cerințe.
- Dimensionarea hardware-ului în mod corespunzător pentru aceste programe (software).
- Identificarea nivelului de pregătire a personalului ce va lucra cu programele selectate la pasul anterior
- Instruirea personalului pentru asigurarea unui nivel minim de cunoștințe necesare.

Nevoile funcționale trebuie privite pe **ansamblul firmei**, atât în partea de producție, cât mai ales pe funcțiile de suport cum ar fi:

- Contabilitate
- Salarizare
- Financiar
- Vânzări
- Aprovizionare
- Comunicare

În general, aceste funcții sunt organizate similar în toate întreprinderile, indiferent de domeniul de activitate și asta atât din cauza legislației, cât și din cauza instrumentelor specifice consacrate (contabilitatea în partidă dublă, indicatorii financiari, evidența de facturi neîncasate și neplătite etc.) Astfel, pe piață există deja o serie de programe care acoperă aceste funcții de suport ale întreprinderii și



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

aici este primul loc în care trebuie să ne uităm.

La prima vedere ciupercile nu au nimic în comun cu calculatoarele și totuși, așa cum am arătat mai sus, ne uităm în primul rând la funcțiile de suport și constatăm că salarizarea și contabilitatea pot fi ținute cu ajutorul a două programe, eliminând astfel necesitatea angajării unei persoane pentru a realiza aceste funcții manual.

Activitatea de aprovizionare nu are un volum atât de ridicat încât să trebuiască servită de un program dedicat, dar cea de vânzări da (livrările ridicându-se la peste 500 pe lună), datorită numărului mare de clienți care trebuie serviți. Stocul de produse este de asemenea important de controlat, datorită perisabilității și a termenului scurt de livrare pe care îl impun clienții. Astfel, nevoia de tehnologie își face simțită prezența într-o a doua fază, atât pentru a putea ține o evidență a stocurilor de ciuperci ce urmează a fi vândute, cât și pentru facturarea cantităților cerute de clienți.

Foarte importantă este ofertarea pentru activitatea de distribuție. Prezentarea grafică a acesteia se poate realiza ușor, eficient și cu un design atrăgător, folosind tot calculatorul și software-ul de tipul procesoarelor de text.

Tot pentru partea de ofertare, foarte importantă este comunicarea și bineînțeles găsirea unor potențiali clienți. În mod tradițional, aceasta se face bătând din ușă în ușă. Însă cu un calculator, acces la Internet și e-mail, un prim contact poate fi inițiat prin acest mediu de comunicare.

✓ EVALUAȚI NEVOIA DE TI A FIRMEI DUMNEAVOASTRĂ PE BAZA STANDARDELOR EXISTENTE ÎN DOMENIUL ÎN CARE ACTIVAȚI

Pentru această etapă trebuie obținute informații despre companii similare, pentru a putea „fura” din experiența altora. Acest lucru este important din 2 puncte de vedere:

- Ne ajută să ne cunoaștem mai bine **concurența**
- Ne arată ce **metode** sunt **validate în practica** în domeniul de activitate respectiv

Bineînțeles că nu trebuie să copiem întru totul concurența, putem să încercăm noi metode informatice în domeniul respectiv de activitate, dar în acest caz trebuie să fim conștienți de faptul că efectuăm un experiment, deci ne expunem anumitor riscuri care se traduc în general prin eventuale pierderi financiare (de fapt - timp, angajați, clienți.)

Aici ar fi foarte important de spus ca există studii de caz sau cărți despre succesul altor companii cu domenii de activitate similare cu al dumneavoastră, pe Internet, dar și în alte publicații, iar ținta pentru informare ar trebui să fie companiile cele mai de succes și care promovează cele mai bune practici în domeniu.

În exemplul nostru presupunem că am făcut o astfel de documentare și am aflat că o firmă similară folosește un singur computer pentru o secretară care se ocupă de ofertare și de corespondența sporadică prin e-mail. Contabilitatea și salariile sunt ținute manual de către un angajat specializat pentru aceste activități. Nimeni altcineva din firmă nu interacționează cu calculatorul.

✓ STABILIȚI SUPTUL PE CARE ÎL POATE ASIGURA TI-UL ÎN ACTIVITĂȚILE DUMNEAVOASTRĂ PRIMARE

În această etapă se vor stabili care sunt sarcinile repetitive și care necesită o putere mare de calcul pentru a reduce timpul alocat acestora. De asemenea, se va gândi și modul în care vor fi identificați potențialii clienți și cu ajutorul căror metode de comunicare vom ține relația cu aceștia.

Pentru afacerea noastră este nevoie de calcul rapid, în cazul aplicației de contabilitate, care poate fi una dedicată (program de contabilitate) sau de calcul tabelar. Un computer ne-ar ajuta și la întocmirea ofertelor și a unei evidențe a clienților și a cantităților cerute de aceștia, pentru a putea elabora după o anumită perioadă de timp un raport despre puterea de producție și cererile pieței.



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-EstUNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
1818
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

✓ EVALUAȚI DISPONIBILITATEA ORGANIZAȚIEI DUMNEAVOASTRĂ FAȚĂ DE TI

Disponibilitatea organizației față de TI se rezumă de la rezistența personalului la schimbare. Evaluarea personalului se poate realiza distribuind o serie de chestionare sau cu ajutorul unor mini interviuri. Pe baza acestora se decide asupra nevoii de pregătire a angajaților pentru folosirea echipamentelor și a softului ce urmează a fi achiziționat.

Pentru a putea folosi un calculator în mod eficient, orice angajat trebuie să aibă pe lângă cunoștințele necesare utilizării programelor respective (birotică, contabilitate, etc.) și cunoștințe generale despre calculator și sistemul de operare folosit.

✓ DETERMINAȚI GRADUL DE CONECTIVITATE NECESAR ÎN ORGANIZAȚIA DUMNEAVOASTRĂ

Pentru a determina gradul de conectivitate necesar pentru organizația dumneavoastră trebuie să țineți cont de câteva lucruri esențiale:

- Gradul de mobilitate al angajaților (cât de mult sunt ei plecați de la sediile firmei)
- Necesitatea accesării datelor companiei de la distanță atunci când sunt plecați de la sediile firmei
- Necesitatea conectării la Internet a sediilor firmei.

✓ INTRANET ȘI LAN

Pentru ca o întreprindere să aibă succes, astăzi mai mult ca oricând, trebuie să beneficieze de un sistem de comunicare rapid și performant, atât cu partenerii și clienții, cât și cu furnizorii săi externi. O soluție din ce în ce mai răspândită o reprezintă Intranet-ul, sau rețeaua locală. Cea mai concisă definiție a sa este „implementarea tehnologiilor Internet în cadrul unei instituții/întreprinderi”. Un intranet nu implică neapărat și conectarea sa la rețeaua publică globală Internet. Totuși, aceasta aduce multe beneficii. Imaginați-vă un web intern care vă permite să accesați o mare cantitate de informații de firmă stocate pe un server și prin care se poate naviga după mai multe criterii de clasificare. Imaginați-vă că sunteți capabil să creați și să distribuiți documente și informații eficient și rapid, folosind un software simplu și ieftin de tip web browser. Deși rețelele de tip Internet și Intranet se bazează pe aceleași tehnologii, ele diferă totuși foarte mult.

În prezent, cele mai multe corporații folosesc rețele bazate pe PC-uri conectate la baze de date centralizate. Aplicațiile care rulează pe PC-uri pot accesa datele corporației prin rețea, de pe serverele pe care sunt stocate informațiile. Un asemenea scenariu este în mod obișnuit numit „client-server” și este tipic structurilor TI aflate astăzi în întreprinderi.

În acest caz vom avea nevoie de 3 computere: pentru manager, pentru secretară și unul care va fi folosit de agentul comercial și de cultivatorii de ciuperci pe rând, 1 imprimantă matriceală (pentru tipărirea facturilor), 1 imprimantă multifuncțională (scanner, fax, imprimantă) pentru oferte.

Cele 3 computere vor fi interconectate unul cu celălalt prin intermediul unui HUB cu 8 porturi care oferă o viteză de transfer de 100 Mb/s, viteză asigurată și de plăcile de rețea din stațiile de lucru.

✓ INTERNET

Internet înseamnă comunicare și informare, iar aceste lucruri sunt importante pentru orice afacere. Caracteristica principală pentru legăturile la Internet este **lățimea de bandă**. Așa cum găsim menționat și mai sus aceasta poate varia în funcție de necesități și de numărul de utilizatori care accesează simultan resurse publicate pe Internet. În cazul în care avem mai mulți utilizatori (user-i) care accesează Internetul, vom avea nevoie de o lățime de bandă mai mare pentru a nu se produce o gâtuire a conexiunii.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VĂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VĂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013 Investește în oameni!

Odată cu o conexiune la Internet va fi necesară și o modalitate de a limita accesul la o serie de resurse neimportante și chiar periculoase pentru afacerea (site-uri pornografice, web mail, sau download-urile de fișiere multimedia - filme, muzică care nu servesc scopurilor afacerii). O restricționare și un control al traficului se poate face cu un calculator care să fie configurat pentru a limita accesul la diferite resurse aflate pe Internet în mod dinamic și poate genera rapoarte de trafic. Acestea ajută la descoperirea utilizatorilor care petrec mult timp rămânând conectați la Internet, pentru luarea de măsuri în consecință. Acest calculator poartă numele de **firewall**.

În cazul nostru Internet-ul ne poate ajuta în ofertare și în căutarea de noi clienți, fără a mai fi nevoiți să cheltuim alte resurse decât timpul petrecut cu navigarea. Pentru conectarea la Internet vom avea nevoie de un provider, acoperind astfel necesitățile noastre.

✓ SERVICII DE VOCE

Deocamdată, în România, supremația transmisiilor de voce la nivel național o deține Romtelecom, deci nu prea avem de unde alege. Însă pentru convorbiri în străinătate s-a dezvoltat un concept nou numit VoIP (Voice over Internet Protocol) sau comunicație voce prin (Vo) legături de date (IP).

Datorită acestui serviciu, convorbirile internaționale au scăzut cu până la 4 ori ca și costuri, într-o oarecare măsură în detrimentul calității, fiind însă un real progres pentru viitorul comunicațiilor.

✓ DEFINIȚII NIVELUL DE SECURITATE AL ORGANIZAȚIEI DUMNEAVOASTRĂ

Securitatea informației într-o organizație este foarte importantă și nu depinde de mărimea acesteia. Putem proteja informațiile sensibile de la oameni din afara organizației sau chiar de angajații proprii.

De obicei se procedează pornind de la:

- sensibilitatea informațiilor vehiculate
- principiul că tot ce nu este necesar unui anumit utilizator trebuie restricționat.

Pe lângă restricțiile tehnice care se impun, se pot defini o serie de măsuri administrative, cum ar fi: clauze de confidențialitate, regulamente de ordine interioară cu instrucțiuni specifice referitoare la lucrul cu datele-proprietate a firmei.

Despre nivelul de securitate în cazul companiei producătoare de ciuperci trebuie spus ca prețurile de desfacere sunt confidențiale. De asemenea, gestiunea stocurilor, contabilitatea, evidența clienților și salariile sunt și ele confidențiale.

Suportul asigurat de TI în acest caz este maxim, astfel încât posesorii de computere să poată partaja informații, să poată trimite și primi e-mail-uri (Internet e-mail), să poată verifica stocul și plata facturilor emise, să poată imprima oferte și facturi tipizate, iar pe Internet pot cauta informații despre cele mai cunoscute culturi de ciuperci, despre furnizori de spori și de ce nu chiar o piață de desfacere **pentru produsele comercializate**.

✓ CÂT AR TREBUI SĂ PLĂTESC?

Pentru a putea răspunde la această întrebare am avea nevoie de câteva oferte de prețuri de la furnizorii de echipamente TI. După comparare am putea avea o ofertă care să ne satisfacă cererea cu costuri de achiziție minime.

✓ HARDWARE „DE FIRMĂ” SAU „FĂRĂ NUME”

Alegerea hardware-ului pentru echipamentele de calcul și dilema de mai sus sunt valabile doar în cazul în care avem cunoștințe solide despre aceste echipamente și subsamblele lor, sau apelăm la competențe din exteriorul firmei pentru a putea realiza o soluție pe baza unor echipamente „fără nume”, cel puțin pentru computerele utilizatorilor.



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSORUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Neputinca SărbieUNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

Diferențele de preț dintre mărcile locale și calculatoarele asamblate de dumneavoastră sunt destul de mici. Cumpărând o marcă locală, eliminați eventualele incompatibilități între componente și posibilele greșeli de asamblare.

Odată cu achiziționarea unui computer ca întreg, beneficiați de garanție unitară pentru toate componentele sale. Perioada de garanție unitară este de obicei de 2 ori mai lungă decât cea pentru componentele cumpărate separat.

În exemplul ales mai sus am ales computere standard fabricate de dealeri locali (mărci locale) cu plăci de bază care integrează placa video și cea de sunet, hard-disk-uri de capacitate medie (40-60Gb), plăci de rețea 10/100/1000 și monitoare de 17” perfecte pentru aplicațiile de birou (de exemplu: MS Office) și cele de contabilitate (de exemplu: Ciel).

✓ CUM SĂ REALIZAȚI BUGETUL INVESTIȚIILOR TI

Un buget reprezintă previziunea cifrică a resurselor disponibile și a responsabilităților aferente pentru realizarea obiectivelor firmei în condiții de maximizare a profitului.

Pentru elaborarea oricărui buget trebuie respectate câteva principii, însă cea mai importantă este previziunea financiară.

Ea se realizează prin intermediul bugetelor firmei, care ajută să vă orientați spre realizarea obiectivelor propuse.

În lipsa unui astfel de plan, conducerea ar fi aleatoare și s-ar baza numai pe experiența precedentă, care nu întotdeauna este concludentă.

Mai jos am exemplificat câteva idei ce trebuie luate în calcul la elaborarea unui buget pentru TI:

Buget TI pentru firma „ABC”	
Total	Detalii
Infrastructura	
Cablarea structurată	Legăturile fizice dintre calculatoare
Camera serverului cu Aer condiționat	Locația unde vor funcționa serverele. Pentru o bună funcționare vor avea nevoie de o temperatură adecvată
Conexiune Internet	Legătura rețelei proprii la Internet
VoIP	Servicii de voce prin Internet
Echipamente	
Switch / hub	Echipament necesar pentru interconectarea a mai mult de două calculatoare în rețea
Hardware pentru controller-ul de domeniu	Serverul care se va ocupa de autentificare în rețea
Hardware pentru serverul de mesagerie	Serverul care va controla comunicația e-mail din interiorul organizației.
Hardware pentru serverul de fișiere	Serverul care va gazdui toate fișierele de lucru (oferte)
Hardware pentru serverul de firewall	Serverul care va proteja Intranet-ul de eventuale atacuri venite din partea user-ilor conectați la Internet
Unitate pentru back-up	Soluție aleasă pentru depozitarea backup-ului.
Computere portabile	Laptop-uri, notebook-uri
PDA	Echipamente portabile de genul organizatoarelor
UPS	Surse continue de curent care vor proteja serverele de pierderea informației în cazul unei eventuale căderi de tensiune
Hardware pentru calculatoarele utilizatorilor	Stațiile de lucru pentru utilizatori
Consumabile	
Mentenanță pentru imprimante și fax-uri	Curățare periodică pentru imprimante și fax-uri
Cartușe pentru imprimante	Cerneală pentru imprimantă



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-EstUNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

Medii de stocare (floppy, CD)	Suport pentru păstrarea datelor
Pachete software	
Sisteme de operare	Pentru stațiile de lucru
Suită Birotică	Procesoare de text
Software pentru serverul de mesagerie	Aplicații care va gestiona comunicația e-mail
Sistem de operare pentru controller-ul de domeniu	Sistem de operare
Sistem de operare pentru serverul de fișiere	Sistem de operare pentru serverul care va stoca documentele companiei
Pagina de web	Designul și realizarea paginii de web pentru o mai bună redare a imaginii companiei
Alte soft-uri specifice afacerii	Software specific în funcție de organizație (procesoare pentru grafică sau film, arhitectură, programare)
AntiVirus	Software pentru găsirea și eliminarea posibilelor infecții cu viruși
Pregătire Cursuri	
Sisteme de operare	Noțiuni introductive și lucru cu fișierele și directoarele
Suită birotică	Noțiuni referitoare la calculul tabelar și formatarea documentelor
Recurent	
Set-up network infrastructură	Realizarea rețelei
Administrare lunară	Administrarea echipamentelor de rețea și help-desk
ASP	Găzduire de aplicații la un furnizor de aplicații
Găzduire	Găzduirea paginii de web de către un ISP
Altele	

✓ COSTUL REAL: COST TOTAL AL SOLUȚIEI ALESE VERSUS COST DE ACHIZIȚIE

La alegerea unei soluții informatice trebuie avut în vedere costul de implementare al respectivei soluții, lucrul acesta este de obicei uitat sau se produce confuzie la întocmirea unui plan de implementare. Costul de achiziție al echipamentelor hardware și cel al softului necesar unei bune funcționări reprezintă numai o parte din **costurile totale** implicate de acel echipament.

Costul real de implementare al soluției cuprinde costul de achiziție și costurile de instalare, configurare a respectivei soluții, inclusiv eforturile de timp făcute de angajații organizației la momentul implementării și în perioada următoare pentru administrarea recurentă.

Elementele care constituie calculul costului total al soluției alese sunt:

- costurile echipamentelor hardware (stații de lucru, servere)
- costurile licențelor software necesare pe stațiile de lucru și servere
- costurile administrării curente
- costurile pentru consumabile (cartușe imprimantă)

✓ ELEMENTUL CHEIE: ADAPTAȚI INVESTIȚIA TI AVÂND ÎN VEDERE STRICT SCOPUL AFACERII DUMNEAVOASTRĂ

Pentru a adapta investiția dumneavoastră în TI cât mai bine pentru societatea pe care o conduceți trebuie să parcurgeți toți pașii de mai sus începând cu:

- Cerințe funcționale și cerințe sau necesități de instruire;
- Evaluați nevoia de TI a firmei dumneavoastră pe baza standardelor existente în domeniul în care activați;
- Stabiliți suportul pe care îl poate asigura TI-ul în activitățile dumneavoastră primare.

Automatizarea activităților din cadrul organizației dumneavoastră poate fi realizată cu succes printr-o investiție în TI. Mai important este să se înțeleagă că investiția în TI nu este o investiție **pentru TI**, ci pentru bunul mers al organizației respective. Cei care iau decizii în acest sens trebuie să vadă în aceste investiții beneficiile, profitul ce urmează să apară peste câțva timp.



Studiu de caz

Pentru o mai bună înțelegere vom face un studiu de caz pentru o micro-întreprindere. Pentru aceasta am ales o societate care cultivă, ambalează și distribuie ciuperci, având 8 angajați.

În cazul nostru, cei 8 angajați ai firmei producătoare de ciuperci sunt dispuși astfel în organizație:

- 1 Manager
- 1 Agent comercial (distribuție)
- 1 Secretară (facturare/evidență stoc)
- 3 Cultivatori de ciuperci
- 2 Ambalatori produse

Firma are 50-60 de clienți și livrează zilnic produse către majoritatea dintre aceștia.

EXEMPLU DE BUGET TI PENTRU O DEMARARE CLASICĂ A UNEI SOCIETĂȚI

Mai jos vom trata exclusiv exemplul nostru legat de societatea de cultivare și de distribuire de ciuperci cu un număr de 3 utilizatori.

Budget TI pentru un an pentru firma Ciuperca SA	MS u.m.	Linux u.m.
Infrastructură		
Cablare structurată (100Mb/sec UTP Cat5 + Patch panel de perete)	150	150
Conexiune Internet abonament lunar	15	15
Total	165	165
Echipamente		
Hub 8 porturi	95	95
Imprimantă combinată cu fax	200	200
O unitate CD-RW pentru programul de backup	60	60
Hardware cu sistem de operare preinstalat pentru posturile utilizatorilor	1.200	850
Total	1.555	1205
Consumabile		
Mentenanță imprimante (curățare periodică)	15	15
Cartușe imprimante	100	100
Unități de stocare (CD-uri, casete, dischete etc.)	10	10
Total	125	125
Pachete software		
3* Microsoft Office / OpenOffice	600	0
3* RAV (antivirus românesc)	90	0
Total	690	0
Cursuri formare		
Sisteme de operare	200	400
Suită birotică	250	300
Recurent		
Administrare	100	300
Alte	100	100
Total	650	1100
Total general	3185	2595



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ȘI PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!



Resurse utile

Software: www.microsoft.ro, www.redhat.com, www.suse.com, www.antivirus.ro

Site de comparație și sfaturi pentru birotică sau alte aplicații: www.cnet.com, www.zdnet.com

Lațuri de magazine românești: www.price.ro

Rețele: www.smc.com, www.3com.com, www.nexans.ro,

Site-uri de comparație și sfaturi: www.nwfusion.com/index.html,

Știri TI: www.ensight.ro, <http://www.techrepublic.com/>, www.smartnews.ro, www.rol.ro ,

Reviste interactive: www.chip.ro, www.pcmagazine.ro, www.agora.ro

Furnizori servicii Internet: www.pcnet.ro, www.rdsnet.ro,

Găzduire: www.gazduire.ro

Probleme legate de licențiere (BSA): global.bsa.org/romania/

Consultanță TI: www.ensight.ro, www.compass.ro, www.gecad.ro, www.accenture.com.



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-EstUNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

VIII. CLOUD COMPUTING

VIII.1 Date generale

Cloud computing (pronunțat în engleză /klaʊd kəm'pju:tɪŋ/, literal „calculare în nor”, concret „calcul în Internet”) este un concept modern în domeniul computerelor și informaticii, reprezentând un ansamblu distribuit de servicii de calcul, aplicații, acces la informații și stocare de date, fără ca utilizatorul să aibă nevoie să cunoască amplasarea și configurația fizică a sistemelor care furnizează aceste servicii. Pentru *cloud computing* încă nu există un nume românesc încetățenit.

Expresia *cloud computing* derivă dintr-o reprezentare grafică simbolică a Internetului des întâlnită în formă de nor („*the cloud*”), folosită atunci când detaliile tehnice ale Internetului pot fi ignorate, ca în imaginea din dreapta. Conceptul și termenul englez au apărut în practică prin anii 2006-2007.

Clasificare

- După livrare:
 - Software as a service* - Software ca serviciu
 - Platform as a service* - Platformă ca serviciu
 - Infrastructure as a service* - Infrastructură ca serviciu
- După implementare:
 - Cloud public*
 - Cloud privat*
 - Cloud hibrid*
 - Cloud pentru o comunitate (community cloud)*

VIII.2 Caracteristici

Conexiunea permanentă a utilizatorului la Internet a devenit foarte răspândită, astfel încât acum aproape toate resursele disponibile se pot plasa în Internet și partaja, uneori chiar între utilizatori complet independenți unii de alții: software (programele) și datele/informațiile sunt aduse din Internet pe calculatorul utilizatorului la cerere (*on demand*), ca și cum ar fi vorba de servicii publice banale precum apa sau energia electrică.

Executarea aplicațiilor de computer online în Internet, și nu pe stația de lucru (*workstation*) proprie, reprezintă o nouă schimbare de paradigmă, urmașă a celei din anii 1980, când s-a trecut de la *mainframes* la conceptul client-server. Dacă interfața pusă la dispoziție de furnizorul (*provider*) de *cloud computing* este de bună calitate, atunci utilizatorul e eliberat de sarcina de a fi un expert în tehnologia și infrastructura folosite. De exemplu, el nu mai trebuie să-și actualizeze software-ul, deoarece aceasta se face central, la furnizor.

Cloud computing folosește noi metode de oferire și consumare a serviciilor IT în Internet, servicii care de obicei pot fi dimensionate dinamic și care includ resurse virtualizate. Este de fapt doar o posibilitate secundară, urmare a ușurinței cu care se pot acum accesa toate serverele și centrele de calcul interconectate prin intermediul Internetului.

Furnizorii tipici de *cloud computing* pun la dispoziție, de exemplu, aplicații comerciale standard; utilizatorul are acces la acestea doar prin intermediul unui browser local, deoarece atât aplicația cât și datele proprii ale utilizatorului sunt găzduite în *cloud*, pe serverul furnizorului de servicii. În aceste condiții asigurarea confidențialității și drepturilor de acces la date în contextul Internetului atotprezent joacă un rol primordial.

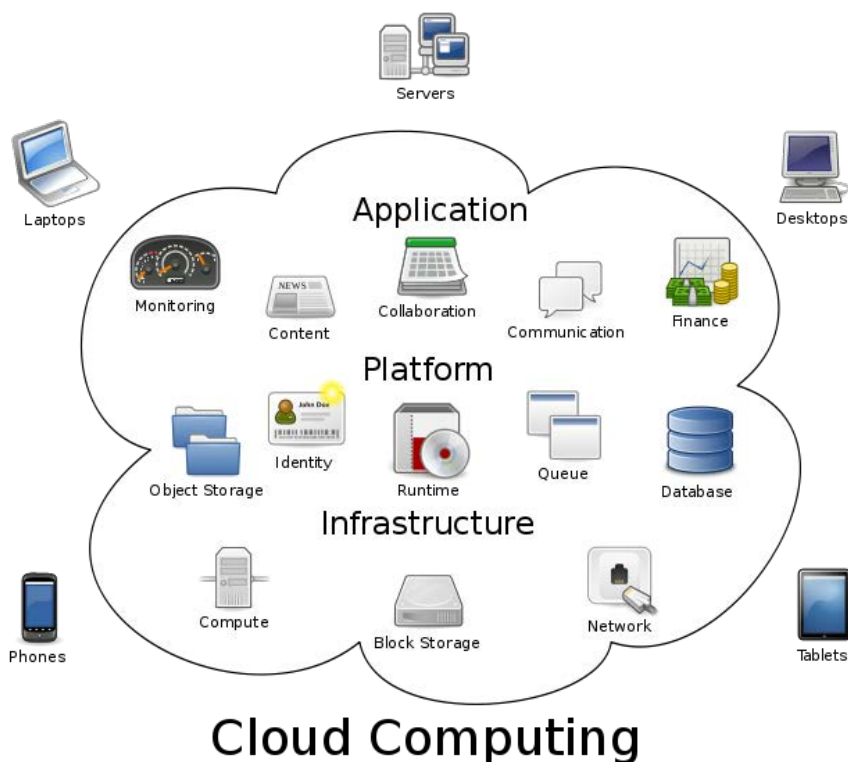
**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

Deseori furnizorii de *clouds* prevăd și servicii suplimentare, consolidând toate ofertele lor, pentru toți clienții lor, într-o singur loc (pagină sau sit web). Ofertele comerciale trebuie în general să îndeplinească standardele de calitate cerute de clienți, ca de ex. așa numitele *Service Level Agreements (SLA)* și altele. Cei mai mari furnizori din acest domeniu sunt companiile Microsoft, Salesforce, Skytap, HP, IBM, Amazon și Google.

VIII.3 Avantaje și dezavantaje

Avantaje:

Sincronizarea datelor utilizatorului care folosește mai multe dispozitive legate la *cloud* (de ex. un *smartphone*, o tabletă, un *notebook*, dar și un PC) este simplificată



Documentele online din *cloud* se pot prelucra cu ajutorul unor aplicații web. Viteză de calcul și capacitate de stocare sporite, dar fără investiții în propria configurație. Datele nu pot fi furate, purtătorul de date nu se poate defecta etc.

Dezavantaje:

E necesară o legătură la Internet rapidă și stabilă. Securitatea necesară a datelor din *cloud* poate prezenta probleme și poate produce neîncrederea utilizatorilor. Situația legală este de obicei complexă, deoarece utilizatorul nu află nici măcar în ce țară sau în ce țări se află serverele care îi găzduiesc datele sale.

În tabelul următor **Samer Kurdi** a realizat o comparație serviciilor cloud existente în mediul virtual:

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
 Investiște în oameni!**

Cloud Service	Max File Size Upload [1]	Initial Free Storage	Extra Free Storage Per Friend	Max Storage Ceiling (including max extra bonuses)	Supports Versioning	OS	Phone Apps	# of devices supported
Idrive	500MB	5GB	1GB / referral. 10GB for sharing with your contacts list	50GB	Yes	Win, Mac	iOS, Android	1
Sugarsync	2GB	5GB	500MB. A range of tasks will net you extra storage as well.	32GB	Yes	Win, Mac	iOS, Android	1
Glide	no limits	30GB	no referral program	30GB	Yes	Win, Mac, Linux	iOS, Android	6
Dropbox	2GB	2GB	500MB	16GB	Yes	Win, Mac, Linux	iOS, Android	unlimited
CX (Cloud Experience)	no limits	10GB	300MB	16GB	Yes	Win, Mac	iOS, Android, Kindle Fire	unlimited
Memopal	5GB	3GB	500MB	13GB [2]	Yes	Win, Mac, Linux	iOS, Android, Blackberry	10
Safecopy [3]	5GB	3GB	500MB	13GB	Yes	Win, Mac	iOS, Android	unlimited
Mimedia	3GB	7GB	1GB for each 5 (200MB / friend)	12GB	No	Win	iOS	99
Teamdrive	no limits	2GB	250MB	10GB	Yes	Win, Mac, Linux	iOS, Android	unlimited
HiDrive	2GB	5GB	5GB for each 10 friends (500MB / friend)	10GB	No (not on free plan at least)	Win, Mac	iOS, Android, WP7	1
Comodo Cloud Storage	2GB	5 GB	200MB	10GB	Yes	Win	iOS, Android	1
Spideroak	no limits	2GB	1GB	10GB	Yes	Win, Mac, Linux	iOS, Android	unlimited
MegaCloud	no limits	5GB	500MB	10GB	Yes	Win, Mac	iOS, Android	1
Wuala	14GB	5GB	250MB	8GB	Yes	Win, Mac, Linux	iOS, Android	1 [6]
Skydrive	2GB	7GB	no referral program	7GB [4]	Yes	Win, Mac	iOS, WP7 (3rd party Android Apps)	unlimited
Amazon Cloud Drive	2GB	5GB	no referral program	5GB [5]	We think not [6]	Win, Mac	iOS, Android	8
Google Drive	2GB	5GB + 1GB Picasa storage	no referral program	5GB	Yes	Win, Mac	iOS, Android	unlimited
Synplicity	no limits	2GB	1GB	5GB	Yes	Win, Mac	iOS, Android, Kindle Fire	2

Tabel. Comparație Cloud Storage Services realizată de Samer Kurdi



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

VIII.4 Servicii Cloud

În acest moment se găsesc foarte multe servicii de cloud cu avantajele și dezavantajele lor printre care amintim Google Drive, Dropbox, Idrive, Sugarsync, Glide, CX (Cloud Experience), Memopal, Safecopy, Mimedia, Teamdrive, HiDrive, Comodo Cloud Storage, Spideroak, MegaCloud, Wuala, Skydrive, Amazon Cloud Drive, Synplicity etc.

Dintre acestea exemplificăm doar două și anume Google Drive și Dropbox

VIII.4.1 Google Drive



Google oferă **Google Drive**, un serviciu care îți oferă spațiu de stocare pe serverele companiei (5 GB gratis, până la 16 TB cu plată) și care încearcă să se impună pe o piață unde există deja concurenți puternici: Dropbox, SkyDrive, iCloud.

Utilizatorii au posibilitatea să extindă spațiul de stocare disponibil la **25 GB**, plătiind un abonament de 2.49 dolari pe lună. Pentru 4.99 dolari primim **100 GB**, iar cu 49.99 dolari ne alegem cu un veritabil hard disk online, ce oferă o capacitate de **1 TB**. Upgrade-ul la oricare din variantele plătite ale serviciului Google Drive aduce cu sine și **extinderea spațiului de stocare pentru contul Gmail la 25 GB**.

La fel ca și Google Docs, serviciul Google Drive permite utilizatorilor să lucreze în paralel cu documentele deschise, oferă facilități pentru distribuirea de conținut către alți utilizatori, adăuga și primi comentarii, respectiv sistem de notificări pentru comentariile aduse documentelor și fișierelor stocate online.

La capitolul **funcții avansate**, Google Drive ne permite să căutăm în colecția de fișiere folosind cuvinte cheie, sau aplicând filtre pentru tipul de fișier dorit, numele utilizatorului care le-a încărcat și alte criterii. Printre altele, Google Drive oferă și o funcție **OCR**, pentru recunoașterea textului din documentele scanate.

Google precizează despre serviciul Drive că este **adaptat pentru a funcționa perfect și cu alte servicii Google**. Spre exemplu [Google+](#)

Serviciul Google Drive este disponibil pentru PC-urile cu sistem de operare Windows și Mac, dispozitive cu sistem Android, iar în curând și pentru alte produse (Apple din gama iPhone și iPad).

Cum funcționează Google Drive?

Odată ce ai descărcat aplicația, care este practic un client de sincronizare, pe hard diskul tău va fi creat un folder special denumit Google Drive. Folderul este sincronizat bidirecțional cu Google Drive de pe web – atunci când muți fișiere de pe PC în folderul Drive acele fișiere se vor regăsi și în Drive-ul online. La fel, dacă adaugi fișiere în folderul My Drive din Google Drive pe web, acele fișiere vor fi disponibile pe toate dispozitivele pe care folosești serviciul. Poți opta să sincronizezi doar anumite fișiere, iar un fișier poate să aibă maxim 10 GB.

În cazul în care folosești un telefon sau o tabletă cu Android, tot ce trebuie să faci este să descarci aplicația Google Drive din Google Play.

Fișierele online pe care le-ai creat cu Google Docs se vor regăsi în folderul Drive, așa că în cazul în care ai un număr uriaș de fișiere Docs ar fi util să faci puțină ordine, să selectezi lucrurile esențiale, pentru a evita aglomerarea.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!



Aplicație

Deschideți, instalați și explorați toate opțiunile oferite de Google Drive

Pentru mai multe informații accesați: https://www.google.com/intl/en_US/drive/start/index.html?authuser=0

Google Drive. Keep everything. Share anything.



VIII.4.2 Dropbox



<https://www.dropbox.com>

Dropbox este un serviciu online gratuit care oferă inițial tuturor utilizatorilor sai 2 GB de spațiu online de stocare. În momentul în care un utilizator recomandă serviciile Dropbox prietenilor și cunoșcuților săi, pentru fiecare prieten care își face cont folosind recomandarea lui, acesta (utilizatorul), primește gratuit încă 250 MB.

Cum funcționează Dropbox?

Pentru a putea folosi Dropbox trebuie să îți crezi un cont;



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013 Investește în oameni!



Welcome to Dropbox!

Bring your photos, docs and videos anywhere. [Take a tour.](#)

First name

Last name

Email

Password

În fereastra ce se va deschide și se va cere să indici adresa ta de email, numele tău, să alegi un nume de utilizator și o parolă pentru ca ulterior să te poți loga. După completarea formularului vei putea descărca aplicația desktop a Dropbox în timpul instalării căreia va trebui să indici ca dispui deja de un cont. La finalizarea instalării, Dropbox va crea pe desktop un shortcut prin care vei avea acces la folderul în care, dacă vei adăuga noi fișiere, acestea vor fi sincronizate automat în hard disk-ul online. De obicei, Dropbox își plasează folderul în directorul utilizatorului ce l-a instalat. Totuși, putem schimba locația acestuia foarte ușor.



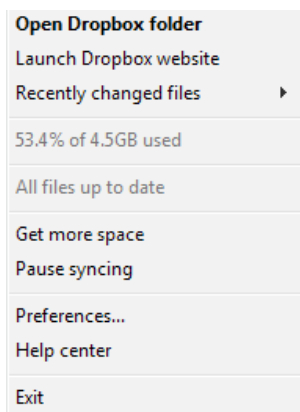
Aplicație

Deschideți site-ul www.dropbox.com și creați-vă un cont. Explorați toate opțiunile oferite de aplicație

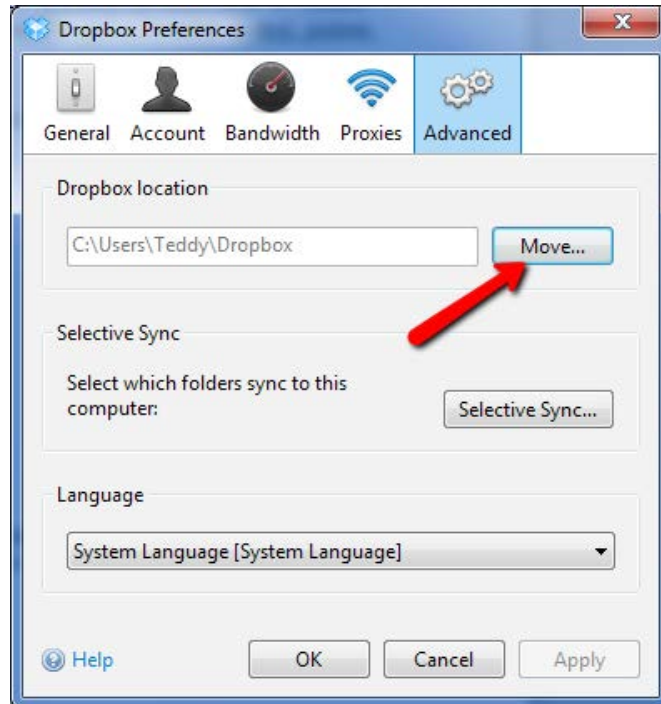
Pentru a schimba locația folderului Dropbox, facem click-dreapta pe iconita serviciului din System Tray



„, facem click pe „Preferences...”



în fila „Advanced,, facem click pe butonul „Move” de lângă caseta „Dropbox location” apoi alegem în calculator locul în care dorim ca folderul să fie situat.

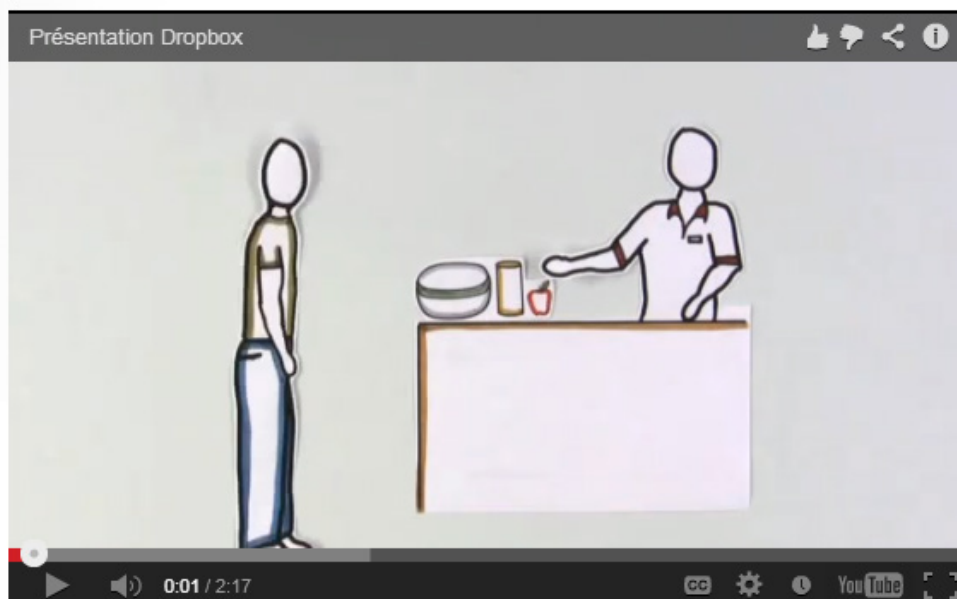


Pentru a putea sincroniza prin Internet fișiere între două calculatoare, instalăm aplicația desktop a [Dropbox](#) în ambele calculatoare și ne logăm folosind aceleași date. În momentul în care în folderul Dropbox al unuia dintre aceste calculatoare salvăm ceva, datele vor fi transmise spre Hard Disk-ul online și de acolo vor fi descărcate în celălalt calculator. În acest fel, în orice moment, dispunem de aceleași fișiere în locații diferite (în toate calculatoarele în care am instalat Dropbox, în folderul online, în orice telefon în care am instalat Dropbox, etc.).



Mai multe informații...

Pentru mai multe informații accesați tutorialul Dropbox dar și filmulețul existent pe YouTube http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=Heo1rctfu24





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!



Știați că...

Dropbox a ajuns să găzduiască zilnic un miliard de fișiere noi aparținând utilizatorilor săi. La ora actuală, peste 100 de milioane de utilizatori accesează serviciile de stocare în cloud ale companiei prin intermediul unui număr de 500 de milioane de dispozitive.

Despre Dropbox:

- Folderelor și implicit fișierelor pot fi share-uite chiar cu prietenii care nu au cont pe Dropbox;
- Dropbox poate fi instalat pe *n* computere
- Fișierelor sunt în siguranță;
- Se poate face restore în cazul în care aveți nevoie de fișierelor pe care le-ați șters;
- Studenților li se oferă mai mult spațiu. Pentru fiecare recomandare făcută prietenilor, studenții primesc 500 Mb și pot ajunge la un maxim de 16 Gb spațiu de stocare pe Dropox;
- Utilizatorii de HTC Sense 3.5 primesc gratuit încă 3 Gb, în urma unui parteneriat între HTC și Dropbox.
- Crearea unui cont și descărcarea aplicației cu tot nu trebuie să dureze mai mult de 5 minute!



Știați că...

- Google Drive oferă inițial 5 GB gratis pentru stocarea fișierelor. Dropbox oferă 2 GB, Microsoft SkyDrive 7 GB (sau 25 pentru utilizatorii fideli), iar iCloud 5 GB. În cazul Dropbox mai poți obține câte 500 MB în plus pentru fiecare utilizator care se alături sistemului la recomandarea ta. Pentru 25 GB spațiu, suficient pentru majoritatea utilizatorilor, Google Drive te taxează cu 2,49 dolari pe lună (primești automat și 25 GB pentru Gmail). 20 GB pe SkyDrive costă 10 dolari pe an, iar același volum pe iCloud costă 40 dolari pe an. Ca să comparăm mai eficient serviciile, 100 GB costă 4,99 dolari pe lună în cazul Drive, 50 de dolari pe an în cel al SkyDrive, 199 dolari pe an în Dropbox.
- Google Drive se mai poate mândri cu integrare cu Google+ și Google Docs, precum și cu un sistem de search extrem de avansat. Pe lângă viteza mare de căutare sistemul folosește și tehnologia Optical Character Recognition, care îți permite să cauți text în documente scanate sau să identifici automat fotografii.
- SkyDrive îți oferă posibilitatea de a colabora în fișierelor Office, Word, Excel etc., precum și integrare Bing.
- iCloud se mândrește cu integrare iTunes și cu serviciul iTunes Match, în timp ce DropBox, una dintre cele mai populare soluții, a lansat de curând un sistem care îți permite să îi oferi acces unui alt utilizator la un anumit fișier printr-un simplu link.



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSORUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismului Intermedier Regional
POSDRU Regionale Sud-EstUNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

IX. TRANSFER DE FIȘIERE⁶

În activitățile noastre curente avem nevoie de foarte multe ori să transferăm fișiere de dimensiuni mari. Vă provocăm să explorați următoarele site-uri și să-l identificați pe cel mai util în activitatea dumneavoastră.

IX.1 Transfer.ro www.transfer.ro

Cu **transfer.ro** poți trimite fișiere de cel mult **1 GB**, care sunt păstrate pe server **10 zile**, timp în care pot fi descărcate de un număr nelimitat de ori. Site-ul este foarte ușor de utilizat, oferind indicații în limba română la fiecare pas. După ce ai uploadat fișierul, destinatarul va primi pe mail un link unic generat automat, de unde îl va putea descărca. În cazul în care trebuie să trimiteți un folder sau un număr mare de fișiere, este recomandat să le arhivați (*și puteți parola arhiva pentru mai multă siguranță*) pentru a evita adăugarea repetată cu browse. Transfer.ro oferă și o aplicație – **Transfer Desktop** – care vă permite să uploadați cu drag & drop atât fișiere, cât și foldere, după care le puteți elimina cu click dreapta – delete.



Explorați

Demo Transfer Desktop: <http://www.transfer.ro/player.html>

IX.2 Ge.tt <http://ge.tt/>

Ge.tt este un serviciu foarte util și ușor de folosit prin intermediul căruia se pot trimite prin Internet fără bătaie de cap fișiere cu dimensiuni de până la **2GB**. Este util dacă doriți să trimiteți rapid fișiere de mari dimensiuni, sau dacă doriți să eliberați temporar puțin spațiu de pe hard disk. Interfața este simplă și intuitivă, link-ul de descărcare este dezvăluit chiar înainte să se finalizeze urcarea fișierului pe server, și este activ încă 30 de zile de la ultima descărcare. Se pot urca fișiere multiple în același timp.



IX.3 Wikiupload <http://www.wikiupload.com/>

Pe **wikiupload.com** nu există „termen de expirare” al fișierelor. Aveți posibilitatea să încărcați fișiere de până la **5 GB** în doar câțiva pași. La final vi se furnizează un link unic pe care îl distribuiți oricui dorește să downloadeze fișierele.

WikiUpload

IX.4 FastUpload <http://fastupload.rol.ro/>

Prin intermediul site-ului **fastupload.rol.ro** se pot uploada fișiere de maximum **2 GB** care sunt stocate **30 de zile**, timp în care le puteți șterge dacă nu mai aveți nevoie de ele (*site-ul oferă expeditorului 2 linkuri: unul de download și altul de ștergere*). Există însă și o limită: nu puteți uploada mai mult de 10 GB/zi de pe același IP.

fastupload.ro

⁶ <http://www.computerica.ro/siteuri-transfer-fisiere-mari-upload/>



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013





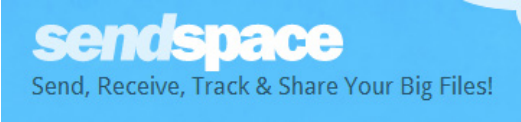


GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

IX.9 Alte site-uri similare

<p>https://www.yousendit.com/ Site-ul yousendit.com păstrează fișiere de maximum 2 GB timp de 7 zile.</p>	
<p>http://www.transferbigfiles.com/ Timp de păstrare: 5 zile (sau 20 de descărcări) Dimensiune maximă fișiere: 1 GB</p>	
<p>http://www.sendspace.com/ Link pentru ștergere a fișierelor și confirmare prin mail. Dimensiune maximă fișiere: 300MB</p>	
<p>http://www.postaonline.ro/ Timp de păstrare: 10 zile Dimensiune maximă fișiere: 1 GB</p>	
<p>http://www.myfastshare.com Timp de păstrare: 30 zile (sau 100 de descărcări) Dimensiune maximă fișiere: 1 GB (dacă vă înregistrați vi se oferă un spațiu de stocare de 5 GB)</p>	



Explorați

Identificați utilitatea site-ului: <http://www.filestube.com/>



X. RESURSE PENTRU PREZENTĂRI DE SUCCES



[Wikipedia Academy Paulinerkirche 2006]

Prezentarea este practica de a arăta și explica conținutul unui subiect pentru o audiență. Prezentările vin în forme aproape la fel de variate ca și situațiile de viață. În lumea afacerilor, există prezentări de vânzări, prezentări informative și motivaționale, întâlniri, interviuri, briefing-uri, rapoarte de stare, de construire a imaginii, și, bineînțeles, inevitabilele sesiuni de formare.

Deși mulți se gândesc la prezentări ca fiind într-un context de întâlnire de afaceri, există nenumărate ocazii când nu este așa. De exemplu, o organizație non profit care prezintă nevoia de strângere de fonduri pentru a ajuta victimele unei tragedii recente, directorul unei școli de cartier care prezintă un program părinților cu privire la introducerea unei limbi străine în școlile elementare; un artist care demonstrează tehnici decorative de pictură unui grup de designeri de interior etc.

Prezentările pot fi, de asemenea, clasificate ca profesionale și de hobby. În plus, ele sunt de expunere sau de convingere. Și de asemenea pot fi improvizate, în scris, sau memorate.

Există trei scopuri de bază pentru a face o prezentare:

- a informa
- a convinge
- a crea bunăvoință



Atenție!

Dacă dorești să vorbești ca un profesionist, să impresionezi publicul și să obții rezultatele dorite atunci ar fi bine să te pregătești. Citește, participă la workshop-uri și seminarii și aplică noțiunile dobândite în practică.

Sugestie! Citește cartea **Secretul prezentărilor de succes**, autor **Paul du Toit**, Editura Curtea veche. Merită!



X.1 SlideShare

Unul dintre cele mai bine puse la punct sisteme de stocare online a prezentărilor într-un mod dinamic este Slideshare. Slideshare este youtube-ul prezentărilor de tip slideshow care îți permit să încorporezi codul prezentării tale oriunde pe orice site.

X.1.1 De ce ar trebui să folosești SlideShare?

SlideShare este cea mai mare comunitate din lume pentru sharing-ul de prezentări. Cu 60 milioane de



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

vizitatori lunar și 130 milioane vizualizări de pagină, acesta este printre cele mai vizitate 200 site-uri din lume. Pe lângă prezentări, SlideShare suportă, de asemenea, documente PDF-uri, clipuri video și conferințe web.

SlideShare dispune de o comunitate activă profesional și educațional care în mod regulat comentează, adaugă în favorite și descarcă conținut.

www.slideshare.com

Conținutul SlideShare se răspândește viral prin bloguri și rețele sociale precum LinkedIn, Facebook și Twitter. Persoanele fizice și organizații încarcă documente pe SlideShare pentru a împărtăși idei, pentru a cerceta, pentru a se conecta cu alții, și pentru a genera direcții pentru afacerile lor. Oricine poate vizualiza prezentări și documente, pe teme care îi interesează, pot descărca și refolosi sau refaca prezentări pentru munca lor.

Câteva note:

- SlideShare a fost recent votat între cele mai utilizate 10 unelte din lume pentru educație & e-learning
- În 2009, websiteul oficial al Președinției US (Whitehouse.gov) a semnat acorduri de utilizare cu opt dintre liderii mondiali în Social Media. SlideShare a fost unul dintre ele. SlideShare este folosit cu regularitate de Casa Albă cât și de multe organizații guvernamentale din US.



Aplicație!

Explorați și analizați prezentări postate pe www.slideshare.com

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

X.1.2 Câteva lucruri pe care le poți face pe SlideShare

Dorești să vorbești despre produsul sau serviciul tău sub forma unei prezentări? Vrei ca slide-urile tale să ajungă la oameni cu care nu poți intra fizic în contact?

Răspuns: folosește SlideShare — Platforma pentru partajare

SlideShare este cel mai bun mod de a face prezentările tale cunoscute pe web, astfel încât ideile tale pot fi găsite și împărtășite de către publicul larg.

Ce puteți să faceți cu Slihe Share?

- Să încărcați prezentări publice sau private
- Să descărcați prezentări pe orice subiect și le puteți reface sau refăce
- Să integrați pe bloguri, site-uri web, intranetul companiei
- Să dați share pe Twitter, Facebook, LinkedIn
- Să sincronizați fișiere mp3 audio cu slideuri pentru a crea un webinar
- Să integrați fișiere video YouTube în prezentările SlideShare



Aplicație!

Căutați o prezentare după un tag. Descărcați aplicația și adaptați prezentarea după gustul dumneavoastră.

X.1.3 Site-uri similare cu SlideShare

În mediul virtual există mai multe site-uri similare cu SlideShare mai puțin sau mai mult cunoscute. Toate acestea au aceleași potențial.

www.docstoc.com



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedie Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013 Investește în oameni!

www.slideworld.com/slideshow.aspx/SWOT-analysis-ppt-846776

My World | Signup | Login

Slides Templates E-Books

Home Browse Featured Latest Templates Popular Forum Blog

Ads by Google Class in PowerPoint Swot Analysis PowerPoint Swot Example

SWOT analysis

Send This Download Comment Favourite

SWOT analysis

SWOT analysis

National Sustainable Development Strategy

Kamil Vilinovic
Ministry of Environment
Slovak Republic

Retail Benchmarking Tools
Compare your client's capability against 1000 retail competitors
www.airmpractice.com

SWOT Analysis Tool
Get a free 30 Day Trial of MM2012 the leading Mindmapping Tool!
www.Mindiet.com

Pool Slides
"Quality slides for your home or facility"
www.PoolEquip.com

Study in Prag
European or American Bachelor in Business Administration
Unvp.cz

How are you performing?
Use our on line excellence tool to assess your business performance
www.levhill.com

Balanced Scorecard Ideas
Case studies and ideas for Balanced

www.slideworld.com

authorSTREAM
Do More with PowerPoint!

Hi, Guest | Join Now | Sign In | Take a Tour | Help

Home Browse Channels Upload GO

Ship Management Software
PMS, Asset Management, Safety, Purchasing, Projects, Documentation
www.sismarine.com

AdChoices

SWOT Analysis

lanre

Download

SWOT Analysis

View More Presentations

Ultrasound Kidney Image Analysis
By: bommannna_raja

Insurance PPT
By: ketankhakhar

swot analysis (chocolate)
By: preeti09

www.authorstream.com



Aplicație!

Explorați site-urile anterioare și identificați minim trei asemănări și diferențe cu SlideShare.

X.2 TED

Ce este TED?

TED este o organizație nonprofit devotată „Ideilor care merită a fi răspândite” (**I**deas **W**orth **S**prea**D**ing). A început în 1984 sub forma unei conferințe, unde s-au adunat oameni din trei domenii: **T**ehnologie, **E**ntertainment, **D**esign, de unde acronimul **TED**. În anii care au trecut TED a evoluat încontinuu, iar acum se țin:

- o conferință anuală TED în Long Beach, California, SUA
- o conferință TEDGlobal în Oxford, Marea Britanie.

The screenshot shows the TED website interface. On the left is the TED logo with the tagline "Ideas worth spreading". To the right are navigation menus for Themes, Speakers, Talks, and Translations. Further right are links for TED Conferences, TED Community, About TED, TEDx Events, TED Prize, and TED Fellows. A search bar is located at the bottom right of the navigation area.

The screenshot displays a grid of featured TED talks. At the top, it says "Riveting talks by remarkable people, free to the world" and lists available languages. Below this is a "Resize by:" section with various filters like "Newest releases", "Date filmed", etc. The main content is a grid of talk thumbnails with titles and speaker names:

- Zainab Salbi: Women, wartime and the dream of peace
- Shimon Schocken's rides of hope
- Kim Gorgens: Protecting the brain against concussion
- Denis Dutton: A Darwinian theory of
- Eric Berlow: How complexity leads to
- Auret van Heerden: Making global labor
- Aaron Huey: America's native
- Stefan Wolff: The path to ending ethnic
- Emily Pilloton: Teaching design for
- Andrew Bird's one-man orchestra of the
- Kristina Gjerde: Making law on the high seas
- John Hardy: My green school dream

<http://www.ted.com/>

Pe site-ul TEDTalks sunt publicate înregistrările video ale discursurilor prezentate la conferințele TED. Fenomenul TED a devenit global sub numele TEDx și se țin conferințe pe același model în multe țări din lume. În 27 mai 2009 a avut loc prima conferință TEDx România. În mai 2009 TED a lansat programul de traducere, Open Translation Program, prin care oricine poate deveni traducătorul voluntar al acestor discursuri TED. Grație acestor traducători voluntari, tot mai multe discursuri TED pot fi acum urmărite și în limba română.



Aplicație!

Explorați site-ul <http://www.ted.com/> și identificați cel puțin 3 prezentări subtitrate în română.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

X.3 PREZI



Prezentarea unui proiect reprezintă o provocare pentru oricare dintre noi, fie că suntem elevi, studenți, angajați sau chiar manageri, deoarece ajută publicul/clienții/partenerii să își formeze o imagine de ansamblu.

Prezi este o aplicație web prin intermediul căreia puteți concepe prezentări mult mai atractive și mai convingătoare decât cele realizate în **Microsoft PowerPoint**.

Ceea ce face diferența este atât grafica prietenoasă, cât și posibilitatea de a evidenția relațiile dintre componentele prezentării, fără a le „rupe” în slide-uri, așa cum se întâmplă în prezentările clasice.



Aplicație!

Urmăriți prezentarea <http://prezi.com/rfsnedhqmhqa/thoughts-on-using-prezi-as-a-teaching-tool/>

Prezentarea poate fi realizată și accesată **online** - oricând și oriunde aveți nevoie de ea (*aveți la dispoziție un spațiu de 100 Mb, pentru contul standard, sau 500 Mb, pentru contul Edu*) pe www.prezi.com, sau **poate fi descărcată** în calculatorul personal, în cazul în care nu aveți acces la internet în momentul susținerii. O altă modalitate prin care puteți realiza o „prezi” este editorul offline **Prezi Desktop**, care nu vă mai impune restricții în ceea ce privește spațiul de stocare.

Pentru început scrieți-vă ideile principale pe suprafața de lucru (*dublu clic pe zona în care doriți să adăugați text*), dați zoom în dreapta și adăugați detalii, imagini, clipuri video sau chiar fișiere pdf și ppt, grupați-le (*opțiunea Frame*) și specificați ordinea în care doriți să prezentați elementele (storyline-ul) din zona de lucru (*opțiunea Path*). În cazul în care nu aveți o structură a prezentării, adăugați în zona de lucru toate informațiile de care dispuneți, imaginile, clipurile video și pdf-urile pe care doriți să le includeți și ordonați-le.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!



Aplicație!

Pe site găsiți atât tutoriale how to – video și text – la secțiunea [Learn](#), cât și prezentări realizate de alții, ca model, la secțiunea [Explore](#). Va invit și pe voi să explorați Prezi, să citiți, să faceți încercări, să vă jucați cu diferitele funcții!

Tot ce trebuie să faceți este să vă creați un cont pe www.prezi.com (*durează 2 minute*) și să vă „jucați” cu **Prezi**.

Aplicația *nu oferă suport în limba română*, însă are o *interfață prietenoasă și simplă* și oferă *informații detaliate* despre pașii pe care trebuie să-i urmați pentru a realiza o prezentare de succes.



Resurse suplimentare

Prezentare Prezi Desktop:

http://www.youtube.com/watch?v=-2o3tHG1a9c&feature=player_embedded

Manual de utilizare Prezi Desktop:

http://assets.cdn01.prezi.com/assets/desktop/Prezi_Desktop_3_Guide.pdf



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

XI. RESURSE PENTRU REPREZENTĂRI GRAFICE

Dacă doriți să colaborați cu partenerii dumneavoastră, să creați diagrame de flux, să faceți analiza credit/debit și să o transpuneți într-o diagramă, o diagrama GANTT, o diagrama VENN și multe altele, Internetul vă pune la dispoziție o serie de site-uri gratuite care vă oferă aceste posibilități.

XI.1 CREATLY

Cea mai atractivă și mai complexă aplicație până în acest moment este <http://creately.com/>.

Această aplicație ne oferă posibilitatea alegerii din 23 de tipuri de diagrame (templaturi), dar și crearea de sine stătătoare a unor noi aplicații.

Designer



Wireframe



SiteMap



Forms

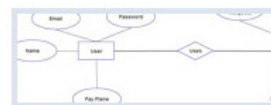
Developer



Class Diagram



UML



ER Diagram

Project Manager



Project Team Structure



Work Breakdown Structure



Gantt Chart

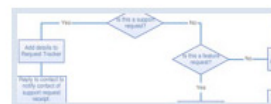
Business Analyst



Business Process



Strategy Map



Flow Chart



Aplicație!

Urmăriți aplicația http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=_3TH_afSvXI#!


Explorați site-ul <http://creately.com/> și identificați cel puțin 3 diagrame utile în activitatea dumneavoastră.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
 Investiște în oameni!

CREATLY	
Puncte forte	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> - ofera tutorial pentru identificarea si invatarea optiunilor oferite de aplicatie - site ce contine support pentru a crea o varietate de diagrame online , de exemplu : harti conceptuale, diagrame UML, diagrame Venn, analize Swot. - 23 de tipuri de diagrame - permite utilizarea gratuita - o aplicatie foarte intuitiva, design atragator - ofera mai multe tipuri de planuri de abonare (alegere tip de utilizator in functie de pretul platit) - ofera posibilitatea salvarii documentelor online prin crearea unui cont - ofera template-uri care pot fi utilizate de utilizatorii mai neexperimentati. - posibilitatea de sharring cu alti utilizatori - organizarea clara a site-ului : meniuri : caracteristic, produse oferite, pret pentru fiecare produs , logare - accesarea diagramelor create de alti utilizatori 	<ul style="list-style-type: none"> - ofera versiune free si versiune contra cost, ultima versiune fiind mult mai complexa - viteza mica de incarcare a documentelor - design foarte simplu - paleta restransa de forme - nu exista un motor de cautare a unor cuvinte cheie in site - materiale accesate sub licente legea Copyright-ului - prezenta link-uri, pentru site-uri de acelasi tip : creare de diagrame
Oportunitati	Amenintari
<ul style="list-style-type: none"> - folosirea aplicatiei in gestionarea de proiecte - posibilitatea de largire a domeniilor de aplicabilitate - posibilitatea de creare cont si primire update-uri pentru cursurile frecventate - posibilitatea de a dezvolta proiecte complexe in cadrul unei comunitati - descarcarea diagramelor pentru vizualizare offline : desktop download - posibilitatea de a accesa site-ul in 7 limbi - posibilitatea de a posta pe blog-ul site-ului 	<ul style="list-style-type: none"> - o principala amenintare este concurenta adusa de alte aplicatii ce ofera aceleasi posibilitati dar mai bune - redirectarea utilizatorului spre alte site-uri atunci cand incearca sa acceseze un link - site-uri mai rapide si cu design mai atractiv si mai profesional

XI.2 GLIFFY

La ce este util [Gliffy](#)?



Create Great Looking Diagrams - Free!

Professional-quality flowcharts, diagrams, floor plans, technical drawings and more. Gliffy works directly in your browser!

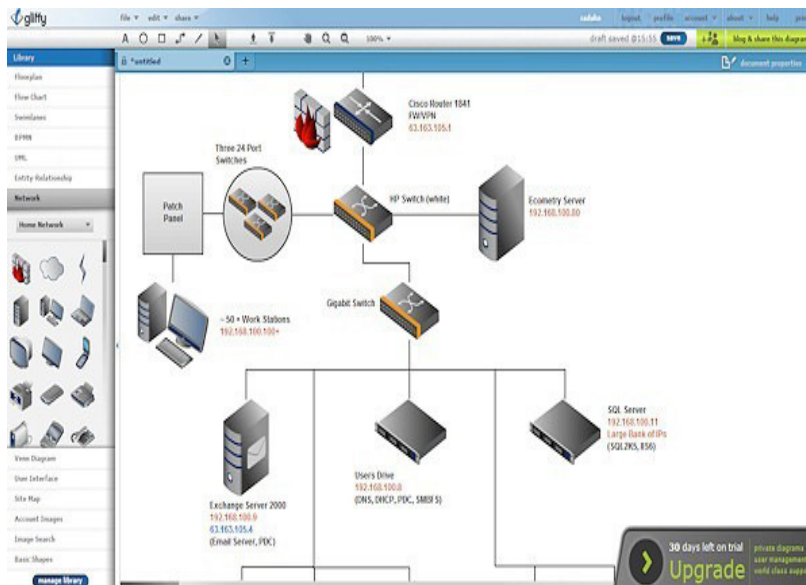
[Try Gliffy Online Now](#)

Este un software online pentru crearea de diagrame, ce conține toate funcționalitățile potrivite și care este ușor de utilizat. [Gliffy](#) oferă toată gama de diagrame de la floor-plan-uri, la diagrame UML, flowchart-uri, rețele și interfețe utilizator.

În plus, varianta basic, este gratuită, nelimitată în timp și oferă acces la toate shape-urile pentru diagrame. Totuși nu poți avea decât 5 diagrame publice - ceea ce este un trade-off mai mult decât rezonabil dacă

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
 Investește în oameni!**

planuiești să îl utilizezi ocazional pentru proiecte personale.



În concluzie, îl recomand pentru realizarea de diagrame rapid, ușor și fără costuri.



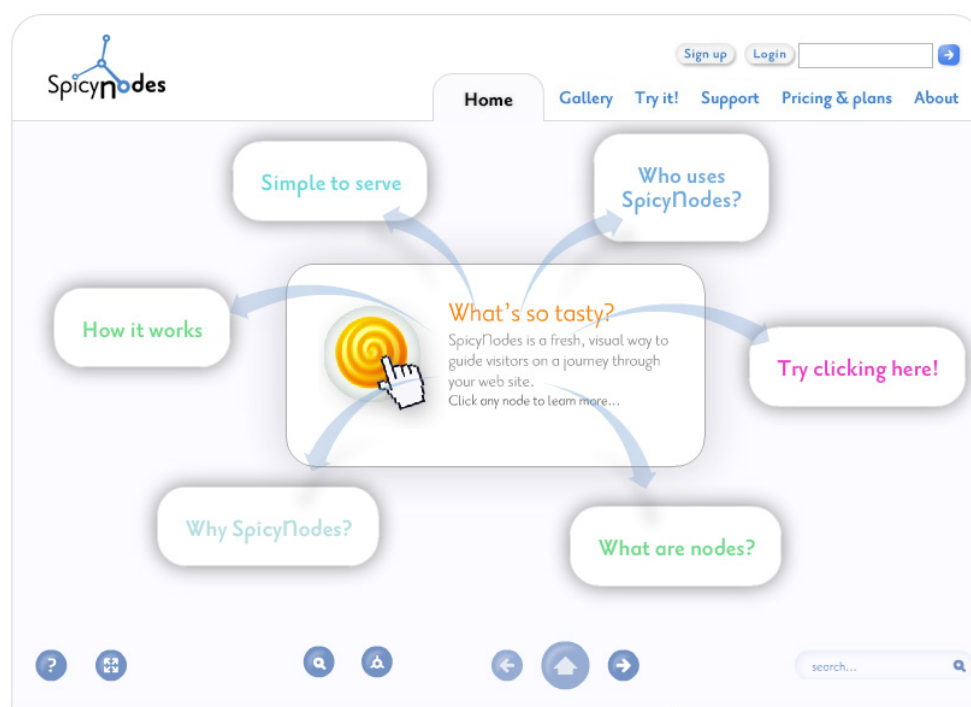
Aplicație!

Explorați site-ul <http://www.gliffy.com/> și identificați o diagramă utilă în activitatea dumneavoastră. Realizați o diagramă!

GLIFFY	
Puncte forte	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> -program destinat celor care sunt mai avansati. -exista foarte multe template-uri prestabilite din care poti selecta. -se poate crea un cont in care se pot salva toate aplicatiile incepute. -design ceva mai complex, dar cu multe instrumente. -posibilitate de printare a proiectului direct din program. -buton de share direct din program catre orice pagina web - compatibil pe mai multe browsere dezvoltarea unor modele grafice 3D 	<ul style="list-style-type: none"> - program greoi pentru cei neexperimentati, design incarcat pentru neprofesionisti. - Nu are varianta offline - Permite realizarea a doar 5 diagrame gratuit - Este necesara crearea unui cont - Suporta diagrame în puține formate - Prezinta un numar de functii redus comparativ cu alte aplicatii de hartii conceptuale -design incarcat care dupa o utilizare indelungata poate obosi
Oportunitati	Amenintari
<ul style="list-style-type: none"> -profesionistii au la indemana un program complex si bine realizat . -exista foarte multe tempate- uri prestabilite putandu-se realiza proiecte cu un grad de complexitate ridicat si designuri diferite -prezența pe piața Google Apps 	<ul style="list-style-type: none"> -program greoi pentru cei incepatori, acestia vor evita acest program preferand unul mai facil. - Reducerea numărului de utilizatori datorită absenței variantei offline

XI.3 SPICYNODES

Dacă doriți o hartă conceptuală dinamică aceasta este aplicația dorită. Rezultatul este WOW!



Aplicație!

Explorați site-ul <http://www.spicynodes.org/> și realizați o hartă conceptuală.

SPICYNODES	
Puncte forte	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> - realizarea unor prezentari diferite fata de cele obisnuite - oricine poate realiza o prezentare care sa impresioneze (totul este la indemnana) - prezinta o oarecare dinamicitate in prezentare - animatiile sunt foarte reusite - stiluri predefinite foarte frumoase - ai multe posibilitati de configurare - poti pune imagini pe fundal - se poate adauga o scurta descriere la fiecare nod 	<ul style="list-style-type: none"> - e nevoie de putin timp pentru a cunoaste toate elementele cu care se poate lucra pentru realizarea unei prezentari - te pierzi in foarte multe facilitati la inceput - se incarca foarte greu - zoomul ar putea sa-ti ofere mai multa libertate, precum in Bubbl.us - interfata ar putea fi simplificata
Oportunitati	Amenintari
<ul style="list-style-type: none"> - odata invatat, este destul de simplu de folosit, si se poate realiza aplicatii foarte atractive - nu ar strica o optiune pentru a crea propriile stiluri 	<ul style="list-style-type: none"> - site-uri similare aparute, sau care mai au sa apara cu un aspect si posibilitati mult mai dezvoltate - pentru a putea realiza o prezentare e nevoie de javascript (desi aparent nu pare o problema, sunt persoane care nu stiu sa instaleze asa ceva..)



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

XI.4 Alte aplicații similare

https://www.lucidchart.com	
http://www.mywebspiration.com/	
http://www.webspirationpro.com/	
https://catalyst.mindjet.com/	
http://www.comapping.com/	
http://www.dipity.com/	
http://allmyapps.com/apps/spinscape	
https://cacoo.com/	
http://www.mindmeister.com/	
http://www.mindomo.com/	
http://mind42.com/	
https://bubbl.us/	



Aplicație!

Explorați site-urile anterioare. Care vă place și vă este util?



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

C. PROMOVAREA BRAND-ULUI ON-LINE

CUPRINS

XII. Promovarea prin SOCIAL-MEDIA.....	116
XII.1 Ce este Social Media.....	116
XII.2 Promovarea prin Facebook	118
XII.3 Promovarea prin LinkedIn	119
XII.4 Pinterest.....	120
XII.5 Promovarea prin microblogging	121
XII.5.1 Date generale	121
XII.5.2 Twitter	121
XII.5.3 Google+.....	122
XII.6 Reguli de conduită	123
XII.6.1 Ce pot face?.....	124
XII.6.2 Ce nu pot face?.....	125
XII.7 Exemplu - Promovare prin LinkedIn	125
XIII. Planificarea unei campanii de web marketing	133



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organism Intermedie Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

XII. PROMOVAREA PRIN SOCIAL-MEDIA

XII.1 Ce este Social Media?



<http://socialmediainbusiness.com>

Dacă e să căutăm o definiție cât mai simplă, social media e alcătuită din site-urile și aplicațiile online sau mobile ce încurajează schimbul de informații și crearea de conținut de către utilizatori, fie că e vorba de text, imagini, audio sau video. *Social media*, rețele sociale – o serie de termeni des întâlniți și des folosiți, mai mult sau mai puțin cu aceeași conotație. Sunt tot mai puțini cei care în anul de grație 2013 nu au auzit de Facebook, LinkedIn, Pinterest, Google+ sau Twitter. La fel de puțini sunt și locuitorii țărilor dezvoltate care să nu le folosească. Dacă analizăm cifrele, putem vorbi cu ușurință de o revoluție socială în online, de schimbarea majoră și poate ireversibilă a semnificației de interacțiune socială. Utilizarea conturilor create pe oricare dintre platformele menționate mai sus permite accesul rapid la activitatea de zi cu zi a celor cu care suntem conectați, fie că este vorba de evenimentele la care participă, de schimbări în viața lor personală ori profesională, sau chiar preferințele lor în materie de literatură, muzică, cinematografie, domeniu profesional etc.



Aplicație!

Analizați următorul banner: <http://mashable.com/2012/12/23/social-media-2012/>

Fiind atât de multe instrumente disponibile, este și destul de ușor să pierdem din vedere unele obiective. Fiecare platformă are „reguli” proprii de funcționare. Cu alte cuvinte, o strategie care funcționează pe LinkedIn nu va da aceleași rezultate și pe Facebook sau Pinterest. Pentru a descoperi candidații prin intermediul platformelor sociale trebuie să ai o strategie adaptată și să PLANIFICI foarte multe aspecte. În figura următoare se poate observa foarte ușor care sunt zonele de interes/aplicațiile web 2.0 în Social Media Romania

Social Media in Romania (Feb 2012)		
facebook	6,200,000 unique visitors <small>GOOGLE AD PLANNER / IAN 2012</small>	4,406,580 user accounts <small>FACEBOOK.COM / IAN 2012</small>
Pinterest	22,000 unique visitors <small>GOOGLE AD PLANNER / IAN 2012</small>	NA
trilulilu	2,721,456 unique visitors <small>SATI / IAN 2012</small>	NA
	2,551,724 unique visitors <small>SATI / IAN 2012</small>	339,473 users <small>TPU / FEB 2012</small>
Google+	NA	47,106 user accounts <small>FIND PEOPLE ON PLUS / IAN 2012</small>
NETLAG	801,389 unique visitors <small>SATI / IAN 2012</small>	NA
LinkedIn	630,000 unique visitors <small>GOOGLE AD PLANNER / DEC 2011</small>	583,254 user accounts <small>LINKEDIN.COM / FEB 2012</small>
twitter	620,000 unique visitors <small>GOOGLE AD PLANNER / DEC 2011</small>	50,853 user accounts <small>ZELIST / FEB 2012</small>
BLOGGING	2,992,000 blog readers <small>REFRESH.RO / SATI / SEP - FEB 2011</small>	63,757 blogs <small>ZELIST / FEB 2012</small>
<small>NA = Non Available See each source below the figures</small>		<small>Cristian Manafu / February 2012 www.socialmediatraining.ro</small>

Imaginea de mai sus, via **Social media training**⁷ reprezintă concluziile unui studiu GFK. Cred că sintetizează foarte bine ce își doresc companiile atunci când realizează o campanie de promovare online folosind social media:

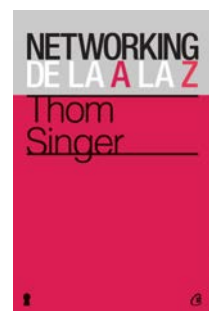
- formarea unei imagini de marcă/companie
- loializarea clienților
- realizarea unor promoții
- găsirea unor parteneri de afaceri
- creșterea vânzărilor
- primirea de feedback de la consumatori
- creșterea/formarea notorietății de marcă
- interacțiune între client și marcă
- formarea unei legături afective între client și marcă
- atragerea mai multor fani ai mărcii
- oferirea de asistență



Sugestie

Citește cartea **Networking de la A la Z**, autor **Thom Singer**, Editura Curtea Veche 2012.

Fie că ești expert sau novice, lucrarea te va determina să analizezi felul în care interacționezi cu clienții actuali și potențiali și cu alte persoane aparținând comunității tale de afaceri.



⁷ <http://mariusescu.ro/2012/05/de-ce-fac-companiile-social-media-in-romania/>



Aplicație!

Analizați următoarea imagine.
Cunoașteți toate aplicațiile și
rolul lor în Social Media?



XII.2 Promovarea prin Facebook

Foarte multă lume petrece foarte, foarte mult timp pe Facebook. Membrii FB nu sunt doar cei mai numeroși dintre toți utilizatorii rețelelor sociale, dar sunt și cei mai devotați, petrecând lunar circa 405 de minute⁸ pe FB, adică aproape 7 ore (un job fulltime)

Scopul paginii de Facebook a companiei este aceea de a prezenta lumii o bucătică din cultura organizației – poze, clipuri video, povestiri. Dacă la toate acestea se adaugă și posturi regulate cu informații și conținut relevant pentru industria respectivă (altele decât cele legate strict de oportunitățile de carieră), numele organizației va fi mereu prezent în mintea fanilor, așa că abordarea lor va fi mai ușoară. Cu cât interacțiunea este mai ușoară și mai relevantă, cu atât mai mare va fi interesul candidaților de calitate. Și bineînțeles, este necesar ca administratorii paginilor să răspundă la întrebări, să implice fanii în discuții, comentarii.

Facebook a integrat și elementul profesional al networking-ului prin integrarea Branchout, care permite, asemenea LinkedIn, acordarea de referințe, urmărirea parcursului profesional, selectarea dintre membrii Facebook a anumitor profile în funcție de criterii precum locație, domeniu de activitate, titlu profesional, loc de muncă, apartenența la anumite grupuri de discuții.

Aplicație!
Analizați materialele:
<http://www.allinbound.ro/prezentari-social-media-slideshare/>

ALLINBOUND
Tabele de Marketing Blog: Social Media, SEO, Content, Email și Analytics

Prima Pagină | Arhivă | Ghid Social Business | Resurse | Contact

Social Media | SEO | Content Marketing | Email Marketing | Analytics

Home » Social Media » Cele mai bune prezentări (și) resurse despre Social Media (SlideShare)

Cele mai bune prezentări recente despre Social Media (SlideShare)

Alin Vlad

Recunosc, sunt un mare consumator de prezentări. Am impresia că sunt metoda cea mai bună de livrare de informație utilă, într-un mod plăcut și într-un timp scurt. Ocazional, rădălesc SlideShare-ul unde găsesc tot felul de resurse utile. Altruistul din mine a luat decizia să vă împărtășesc cele mai interesante prezentări descoperite în ultima lună:

1. The World's Biggest Social Media Team

<http://1cartepesaptamana.ro/cum-sa-folosesti-facebook/>

Cum sa folosesti Facebook-ul cu cap

Alătură-te tuturor celor care primesc deja zilnic articolele noastre.

Amplasari prin Google: Facebook facebook, M facebook, Facebook brand, Facebook

Mulți sunt convingeri că Facebook-ul este doar un site. Însă lumea ține să te contrazică.

XII.3 Promovarea prin LinkedIn

Farmecul exercitat de LinkedIn constă în capacitatea de a reuni rețele organizației, colegilor, salariaților organizației și rețelele acestor, permițând astfel recrutorilor să identifice și să contacteze candidații de care au nevoie. Lăudându-se cu peste 161 de milioane de profile⁹ active și peste 2 milioane de pagini de companie⁶, LinkedIn este cel mai dezvoltat și cel mai eficient instrument pentru networking în scopuri profesionale. O altă modalitate prin care LinkedIn poate ajuta eforturile de recrutare este crearea unei comunități de fani a paginii companiei, care să urmărească noutățile postate aici (altele decât tradiționalele oferte de job).

Participarea la grupurile de discuție de pe LinkedIn, precum și diseminarea de conținut relevant poate atrage publicul către pagina companiei, și apoi către siteul de carieră. Și bineînțeles, joburile disponibile pot fi promovate în grupurile de discuții relevante (ca de pildă rolurile de dezvoltator SQL în grupuri precum *SQL Job Opening* sau *Jobs in SQL*, sau, și mai adecvat, *Romanian SQL Community*).

LinkedIn permite împărtășirea și distribuirea de conținuturi de diferite tipuri: linkuri, clipuri video, documente, dar și crearea și generarea de conținuturi prin posibilitatea scrierii de articole și publicarea lor pe diverse grupuri de discuții. Oricine poate crea un grup de discuții pe LinkedIn, și dacă abordarea este legitimă și adecvată, poate atrage membri care să se transforme într-o rețea profesională foarte eficientă.

Promovarea pe LinkedIn are o profundă notă vizuală - actualizarea joburilor postate de pildă pe pagina companiei presupune afișarea lor cu logo-ul atașat (dacă a fost încărcat) ceea ce înseamnă că imaginea companiei este transmisă mereu celorlalți, urmând a fi asociată cu o anumită ofertă de joburi (de aceea oferta trebuie să fie de bună calitate, la fel ca și prezentarea).

Puternica dinamică socială a LinkedIn merită exploatată din plin. Promovarea pe acest site dă rezultate bune atunci când publicul țintă poate asocia în mod constant numele sau logo-ul companiei cu un anumit tip de locuri de muncă (industrie, tehnologie, nivel, de ce nu, beneficii).

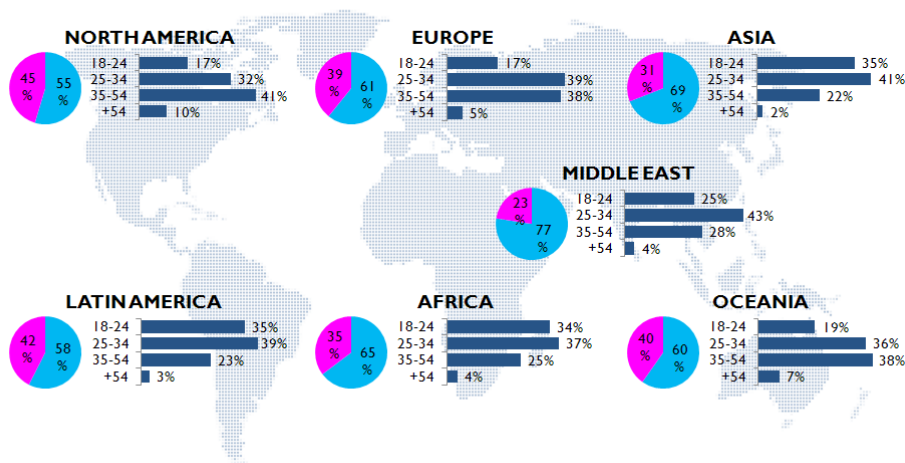
9 Conform cifrelor publicate pe www.linkedin.com de administratorii platformei



Aplicație!

Analizați următoarea statistică:

MEMBERS DEMOGRAPHICS BY AREA



XII.4 Pinterest



Pinterest a devenit un canal de promovare excepțional, mai ales pentru brandurile vizuale dar nu numai. Mii de întreprinderi și-au făcut deja conturi de business pe Pinterest pentru a-și promova produsele. Rapoarte din acest an arată ca Pinterest este a treia rețea socială ca număr de vizite – după Facebook și Twitter. Luând în considerare ca Pinterest a fost lansat cu doar doi ani în urmă, creșterea ei este remarcabilă. Cu un public predominant feminin, această rețea a fost construită pentru distribuirea de poze din domenii ca: decorațiuni interioare, rețete, cărți, destinații de vacanță, îmbrăcăminte; însă chiar dacă afacerea ta nu este bazată pe produse, tot poți să beneficiezi de avantajele oferite de Pinterest. Ce trebuie să faci pentru început: deschide-ți un cont și creează-ți pin boards – gândește-te ce ar atrage publicul tău țintă. Poți să abordezi mai multe teme, nu doar produsele pe care le promovezi – fotografii de la evenimente, locuri pe care le-ai vizitat, cărți care te-au marcat, personalități etc. Pentru a vedea cum procedează alți utilizatori pe Pinterest, simte-te liber să navighezi, să te inspiri – poți căuta pe boards pe baza temelor sau intereselor tale.

Ce NU este Pinterest?

- Nu este o rețea socială axată pe conversație, ca și Facebook;
- Nu folosește la comunicarea între branduri și followerii acestora, ci mai degrabă este optimizat pentru descoperire și vizualizare;
- Nu se focusează pe comentarii și hashtags, ci a fost creat să inspire prin imagini și să genereze click-uri.



Aplicație!

Citiți despre avantajele și limitările acestei rețele de socializare de pe blogul: <http://mad3.ro/2013/02/ce-poate-face-pinterest-pentru-brand-ul-tau/>

XII.5 Promovarea prin microblogging

XII.5.1 Date generale

Microblogging-ul este o formă specială de blogging, limitată, de obicei, la 140 de semne sau mai puțin. Acesta își are originile în SMS-uri, care au devenit un adevărat model de urmat pentru adepții microblogging-ului. Microblogging-ul se practică atât în public - vezi gigantul Twitter, cât și în cadrul unor grupuri închise, de exemplu în cadrul unei companii sau în limitele unui anumit proiect.

În particular, acesta este util atunci când dorim să ne ținem la curent prietenii, familia sau cunoștinții despre evenimente din viața noastră, iar datorită faptului că update-urile de status pot fi făcute și prin intermediul telefoanelor mobile, acest lucru este cât se poate de ușor.

XII.5.2 Twitter

Publicul la care ajunge Twitter este foarte numeros și foarte implicat – statisticile arată că utilizatorii acestei platforme sociale trimit mai bine de 175 de milioane de mesaje (*tweets în original*) pe zi. Atunci când recrutăm pe Twitter, cele mai importante atuuri sunt interactivitatea, implicarea și prezența. Trebuie să ne asigurăm că joburile nu sunt doar transmise sau anunțate; acestea trebuie să ajungă la candidații vizati sau care se află în căutare. Atunci când folosim Twitter ca instrument de recrutare, ne bazăm pe posturi – în crearea acestora trebuie să luăm mereu în considerare cuvintele și tag-urile folosite cu precădere de candidații aflați în căutare activă (din sfere noastră de interes sau de activitate), care sunt chaturile de pe Twitter frecvent de tipul de candidat urmărit și la ce oră ar putea acesta (generic) să participe la discuții și, bineînțeles, când sunt activi / prezenți pe Twitter candidații vizati.

Odată ce am stabilit lista tag-urilor și a cuvintelor cheie relevante pentru publicul vizat precum și a chaturilor specifice domeniului de activitate al acestora, trebuie să ne asigurăm că joburile pe care dorim să le promovăm sunt compatibile cu acestea prin conținut, formă, cuvinte cheie, ton (mai mult sau mai puțin informal, după caz). Putem planifica încărcarea anumitor posturi pentru a fi siguri că ajungem la grupul țintă vizat la momentul oportun. Astfel de acțiuni conferă recrutatorului acces la grupurile de candidați care dezbat, și prin urmare sunt interesați de sau activează în industria pentru care se recrutează.

Spre diferență de un blog obișnuit, platforma Twitter permite postări de lungime limitată, numai 140 caractere, aceste mesaje fiind numite tweets, și fiind similare cu SMS-urile. Moneda forte în acest mediu social este retweet-ul, adică numărul de alți utilizatori twitter care preiau mesajul postat și îl retrimite rețelei lor sociale, impactul mesajului inițial crescând astfel exponențial.

Unul dintre obiectivele Twitter este acela de a construi o comunitate dinamică de adepți, care interacționează unii cu ceilalți – prin postarea unor informații relevante, poți crea o comunitate ușor transformabilă în grupul de talente de care avem nevoie. Existența unei astfel de comunități oferă garanția că mesajul ajunge la cei interesați și potriviți cu joburile existente. Totodată, postarea de conținut conex și de interes pentru comunitatea respectivă, dar distinct de ofertele de angajare (precum articole despre produse noi, tendințe în industrie sau, într-o măsură limitată și cu deosebită selectivitate, informații despre propria organizație) menține interesul comunității de talente pasive, care vor fi mai receptivi la abordările directe din partea recrutatorului, sau îl vor contacta ei înșiși și pentru proiectele care îi interesează sau dacă decid să devină candidați activi pe piața forței de muncă.

La fel ca și în cazul LinkedIn sau Facebook, și această rețea socială poate fi conectată cu siteul principal de cariere al organizației. Limitarea impusă de Twitter (posturi nu mai lungi de 140 de caractere), se transformă de fapt într-un avantaj autentic atunci când este conectat cu o platformă de cariere – anunțurile nu mai sunt publicate în întregime, ci se pot posta (chiar și automat prin diverse widget-



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VĂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VĂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

uri) doar linkurile către acele joburi. Acest lucru generează trafic către site-ul organizației și implicit îl promovează, alături de organizație, spre deosebire de anunțurile de angajare de pe portalurile de joburi care atrag atenția doar asupra rolului. Mai mult, utilitatea acestuia a fost sesizată în România și la nivelul portalurilor de recrutare – Bestjobs permite promovarea anunțurilor de angajare publicate de companii și pe Twitter, în mod automat (prin definirea unei frecvențe de postare după conectarea celor două conturi). La fel ca LinkedIn și Facebook, și înregistrarea pe Twitter permite adăugarea unui buton pe site pentru a transmite mai ușor informațiile între cele două platforme, sau a permite doritorilor să ia parte la discuție încă de pe site-ul companiei. Trebuie să menționăm însă că Twitter are, de departe, cele mai facile sisteme de conectare între platforme (de pildă, se poate seta ca tot ce se publică de pe un cont pe Twitter să fie postat automat și pe contul de Facebook asociat – viceversa nu este însă posibilă). Template-urile de web design mai noi includ aproape toate și butoane pentru rețelele sociale prezentate mai sus (ca de pildă ultima versiune de Joomla).



Știați că...

România are o platformă de microblogging similară cu Twitter numită sugestiv Cirip

Cirip

Platforma Cirip.ro, cât și o parte a rețelelor / aplicațiilor integrate, apar în „Top 100 Tools for Learning 2009”, publicat de Centre for Learning & Performing Technologies din Marea Britanie. Pe lângă facilitățile unei platforme de microblogging, Cirip.ro oferă următoarele:



- posibilitatea ca un utilizator să specifice în profilul sau domeniul în care se încadrează însemnările; aceasta face mai simplă căutarea microblogurilor dintr-un anumit domeniu, în particular cel educațional;
- crearea de grupuri private sau publice; se pot crea grupuri de colaborare între membrii unei clase sau unui an universitar, pentru derularea unui curs online sau ca spațiu de comunicare și colaborare;
- posibilitatea de integrare de obiecte multimedia în note: imagini, clipuri audio și video (live), prezentări, fișiere, livestreaming;
- posibilitatea de monitorizare fluxuri de informații prin RSS pentru site-uri, bloguri, sau ale activităților de pe alte rețele, de căutare;
- taguri, statistici, reprezentări ale rețelelor de interacțiune ale utilizatorilor;
- sondaje și quizuri la care se poate răspunde online sau prin SMS.

XII.5.3 Google+

Deși nu este chiar cea mai vizibilă rețea socială, Google+ are totuși foarte multe de oferit recrutorilor. În primul rând se află într-o creștere susținută, putându-se lăuda cu peste 400 de milioane de conturi și 100 de milioane de utilizatori activi lunar. Poate că la prima vedere nu e prea impresionant, dacă luăm în considerare faptul că cel mai mare competitor al celor de la Google, și anume Facebook, anunța în luna iulie a anului trecut 955 de milioane de utilizatori activi. Cifrele celor de la Google sunt însă deosebit de impresionante, întrucât Facebook a avut nevoie de câțiva ani pentru a atinge pragul de 100 de milioane de utilizatori activi. Google+ a reușit această performanță în numai 12 luni¹⁰.

S-a observat că Google+ este preferat în general de utilizatorii mai tehnici, așa că pentru recrutorii care caută vedete în anumite domenii tehnologice – site-ul poate fi o adevărată mană cerească. Un aspect important pentru utilitatea lui Google+ este reprezentat de faptul că le permite utilizatorilor să își definească propriile „cercuri – grupuri de legătură formate din membri ai familiei, prieteni sau cunoștințe. Un angajator sau agent al acestuia, grupurile (sau „cercuri, după cum sunt denumite pe

10 Conform statisticilor promovate de compania Google pe www.mashable.com

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

versiunea în limba română) are astfel posibilitatea de a aborda un anumit tip de profesionist dar și de persoană – foarte util în situațiile în care activitatea presupune un conext mai deosebit (relocări dese, mișcări etc.).

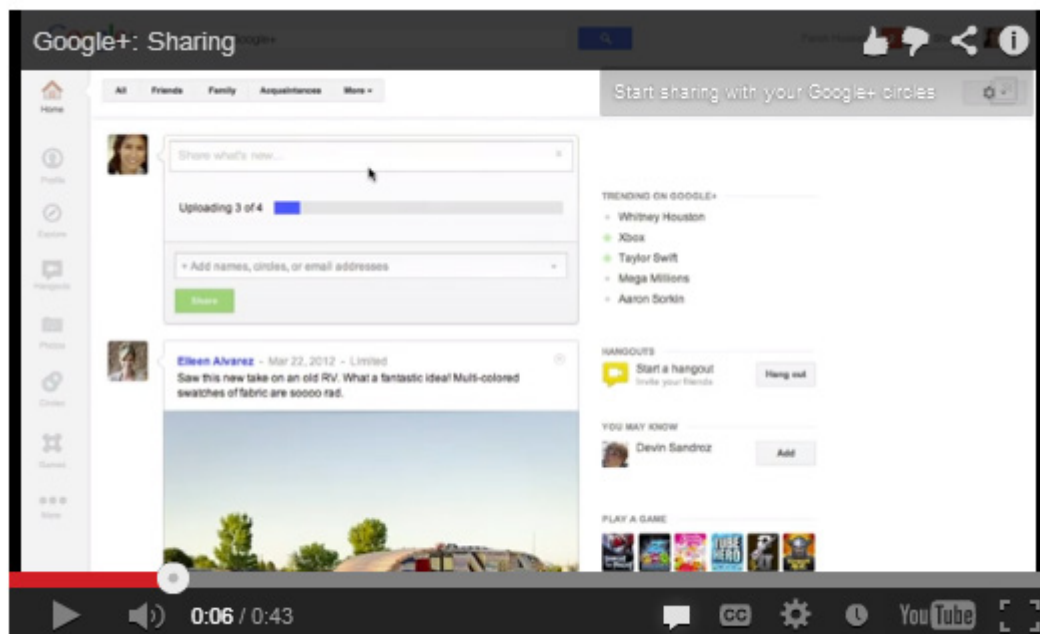
Google+ face conectarea cu potențialii candidați mult mai ușoară. În momentul încercării un recrutor identifică un candidat de calitate, acesta îl poate adăuga cu ușurință cercurilor sale. Spre deosebire de LinkedIn, unde vizualizarea anumitor profile este condiționată de un anumit tip de conexiune cu acele persoane (directă sau de maximum gradul al doilea), pe Google+ utilizatorii au posibilitatea de a se conecta cu oricine. Spre deosebire de grupurile de pe LinkedIn și Facebook care pot fi deschise sau închise (de cele mai multe ori a doua variantă), pe Google+ distribuția de conținuturi pe scară largă este deosebit de ușoară.



Aplicație

Explorați GOOGLE+. Vizionați filmul:

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=dB4Et1Yg30c



XII.6 Reguli de conduită¹¹

Vă recomandăm să folosiți platformele social media într-un mod responsabil, relevant, care să păstreze reputația companiei. Gândiți-vă întotdeauna că există două tipuri de comunicare în cadrul social media: un mediu închis, de exemplu Facebook, și un mediu deschis tuturor, ca de exemplu blogurile sau Twitter. Vă rugăm să dați dovadă întotdeauna de un raționament pozitiv când folosiți social media și să cântăriți cu atenție afirmațiile pe care le prezentați pe acest segment media.

Dacă alegeți să vă implicați în social media este necesar să aveți în vedere câteva principii generale referitoare la acest tip de activitate bazate mai ales pe bun simț.

11 ROMANIA-SocialMediaGuidelinesEurope



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

XII.6.1 Ce pot face?

❖ Creați-vă un profil personal pentru platformele social media

Creați-vă un profil social media care vi se potrivește cel mai bine, folosind nume și fotografii reale. Puteți avea chiar mai multe site-uri sau profile, de exemplu un profil de afaceri și unul privat. Dacă nu sunteți deocamdată bine familiarizat cu rețelele sociale, puteți să vă creați pentru început un profil strict personal. Învățați și priviți cum procedează ceilalți.

Puteți adăuga ulterior profilului dumneavoastră și o componentă de afaceri.

❖ Păstrați simplitatea

Nu vă creați prea multe pagini și profile. Nu veți putea să lucrați concomitent cu toate și să lucrați în același timp pentru Afacerea dumneavoastră.

❖ Fiți pozitiv – Împărtășiți experiențe pozitive

Oamenilor le place să facă afaceri cu persoane pozitive. Împărtășiți veștile bune și faceți un effort pentru a aduce un zâmbet pe buzele oamenilor în fiecare zi. Dacă aveți o zi neplăcută, discutați acest lucru mai degrabă cu un apropiat pe care îl întâlniți, decât să împărtășiți această stare pe canalele social media, pentru că puteți demoraliza și alte persoane. Evitați întotdeauna discuțiile contradictorii sau certurile. Veți avea mult mai multe de câștigat dacă veți păstra mereu o atitudine pozitivă.

❖ Fiți echilibrat

Oamenii nu agreează ideea de a fi bombardat cu mesaje de genul „alăturați-vă afacerii mele” și „cumpărați de la mine” și nici nu le place să primească o avalanșă de mesaje care prezintă detalii personale despre viața dumneavoastră. În discuțiile purtate și mesajele pe care le trimiteți păstrați mereu un echilibru între latura personală și cea de afaceri.

❖ Fiți transparent, autentic și onest

Ceea ce se postează online rămâne scris în general și se poate răspândi rapid prin linkuri sau prin copiere. Amintiți-vă mereu că ceea ce spuneți se poate reflecta asupra reputației noastre și, inducând în eroare pe ceilalți sau creând o imagine falsă, prejudiciați atât reputația dumneavoastră, cât și a companiei dumneavoastră.

❖ Fiți relevant și credibil. Creați valoare suplimentară

Oferiți participare și feedback. Conversația ar trebui să fie asemănătoare cu cea din cadrul unei întâlniri față în față. Când îi abordați pe ceilalți sau intrați dumneavoastră într-o conversație, acordați-le atenție maximă.

❖ Fiți respectuos. Tratați-i pe ceilalți așa cum doriți să fiți tratat și dumneavoastră.

Tratați oamenii cu respect și curtoazie. Amintiți-vă mereu că ceilalți din lumea online sunt liberi să spună adevărul, așa cum l-au perceput ei din propria experiență.

❖ Oferiți-vă sprijinul și interacționați pozitiv cu ceilalți

Dacă doriți să deveniți o sursă de informații credibilă pe un subiect care vă ajută în dezvoltarea afacerii dumneavoastră, imbinati comentariile și povestirile personale cu sfaturi semnificative, recomandări sau articole utile pe care alții ar dori să le cunoască. Și întotdeauna prezentați povestea dumneavoastră într-o manieră interesantă și credibilă. Studiile arată că cititorii nu mai sunt dispuși să asculte prezentări exagerate sau retorice, astfel încât asigurați-va că oferiți un sfat simplu și corect care vă poate ajuta să vă întăriți credibilitatea și să câștigați încrederea auditoriului.

❖ Fiți un bun ascultător

Nu este nimic diferit față de participarea la o discuție tradițională, în care dumneavoastră îi ascultați pe ceilalți înainte să veniți în întâmpinarea nevoilor lor. Ascultarea interlocutorilor este o componentă vitală în eforturile dumneavoastră din cadrul social media și ar trebui să stea la baza tuturor acțiunilor dumneavoastră.

❖ Gestionați comentariile negative într-un mod adecvat

„Dacă nu aveți ceva draguț de spus, atunci mai bine nu spuneți nimic”. Nu v-ați dori ca toată lumea să subscrie acestei filozofii? Din păcate, comentariile negative pot apărea atunci când folosiți social media, iar felul în care le răspundeți poate face toată diferența în modul în care oamenii privesc afacerea dumneavoastră. Vă prezentăm mai jos câteva sugestii de răspuns:

❖ Dacă vedeți comentarii care includ date și fapte eronate, puteți corecta aceste concepții greșite în mod public. Asigurați-vă că includeți în răspuns surse credibile de informare, referințe sau linkuri care



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regionale Sud-EstUNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

să vină în sprijinul afirmațiilor dumneavoastră.

- ❖ Dacă un comentariu pune într-o lumină negativă atât pe dumneavoastră cât și afacerea dumneavoastră, vă recomandăm să postăți un răspuns civilizat și profesionist.
- ❖ Dacă un comentariu negativ reflectă o experiență negativă a unui client sau este îndreptat direct către dumneavoastră, încercați să-l contactați printr-un mesaj privat.

❖ Fiți strategic

Fiți strategic cu oamenii pe care îi abordați online.

Făceți-vă noi prieteni dar totuși nu dați curs oricărei cereri de prietenie.

Verificați-i mai întâi. Este posibil ca atitudinea în afacere sau stilul personal să nu se potrivească partenerilor dumneavoastră. Puteți să vă alăturați paginilor oficiale create de fani.

❖ Social media nu înlocuiește identitatea dumneavoastră

Nu uitați să vă întâlniți cu oamenii în viață reală! Nu lăsați platformele social media să înlocuiască ceea ce dumneavoastră ați construit pe baza întâlnirilor față-în-față. Folosirea internetului pentru a discuta cu prospecții și clienții este un mod inteligent de a face afacerea, însă întâlnirile personale și telefoanele - unde vorbim de o interacțiune directă cu ceilalți a își păstrează valoarea inestimabilă în cadrul afacerii.

❖ Protejați-vă datele personale pentru un control mai bun al prezenței dumneavoastră online

XII.6.2 Ce nu pot face?

❖ Nu folosiți spamming-ul și nici nu difuzați în masa mesaje prin canalele social media

Trimiteti mesaje numai persoanelor pe care le cunoașteți - și cu care ați stabilit deja un anumit nivel de relație/legătură sau dacă o persoană vă solicita în mod explicit informații (despre un produs de exemplu). Asigurați-va că nu trimiteți mesaje către oricine - fără să știți cine ar putea să le recepționeze. Luați în considerare și faptul că platformele social media pot avea și ele reguli privind „spammingul” (transmiterea mesajelor nesolicitate).

Nu doar că este neprofesional să oferiți un link către pagina dumneavoastră personală de vânzare în cadrul unei discuții publice, prin intermediul unui forum sau al altor postări publice pe internet. Poate fi de asemenea considerat și drept o încălcare a termenilor și condițiilor stabilite de site-ul respectiv.

Oamenii nu îi apreciază pe cei care se folosesc de forumurile publice pentru a-și promova interesele personale.

❖ Nu contactați persoane pe care nu le cunoașteți în vederea prospectării

❖ Nu încercați să promovați sau să vindeți produse prin intermediul canalelor social media

❖ Respectați drepturile asupra proprietății intelectuale

XII.7 Exemplu - Promovare prin LinkedIn

Încă de la primele apariții pe Internet a rețelelor de socializare, LinkedIn s-a numărat printre acestea, numai că LinkedIn este o rețea de socializare profesională, astfel existând posibilitatea de a-ți găsi un loc de muncă. Aceasta se poate realiza atât din perspectiva viitorului angajat, cât și din cea a companiei angajatoare.

Din această perspectivă profilul fiecărei persoane înregistrate pe LinkedIn reprezintă un CV într-o forma mult mai atractivă de studiat, decât unul clasic. Pentru înregistrarea profilului și utilizarea LinkedIn sunt câteva etape de urmat.

Primul pas constă în accesarea aplicației la adresa www.linkedin.com. În prima pagina, cea de pornire, veți completa câteva informații: numele și prenumele, adresa de e-mail și parola de accesare a viitorului profil, după aceasta urmând a se completa profilul personal cu datele din CV. Pentru securitatea contului va trebui să confirmați noul cont de la adresa de e-mail înregistrată la primul pas.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013

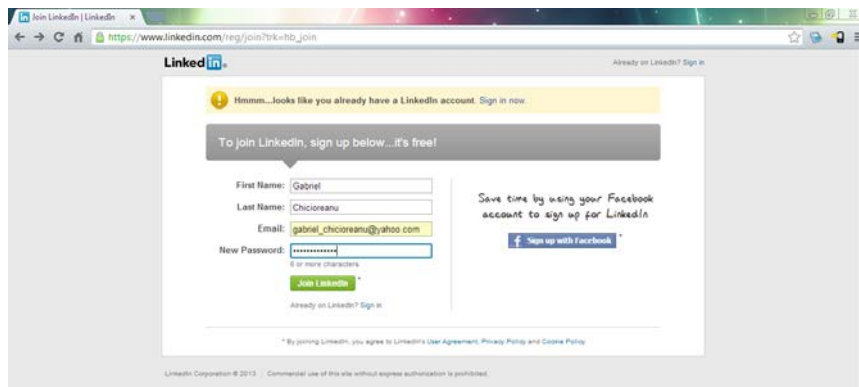


GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organism Intermedie Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est

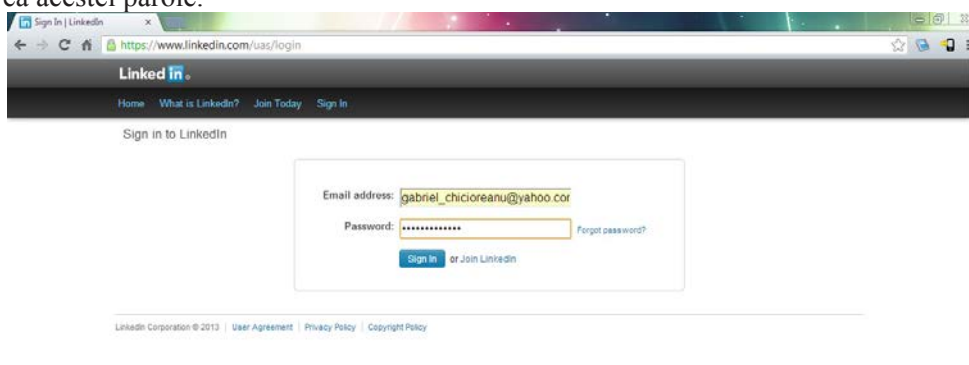


UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

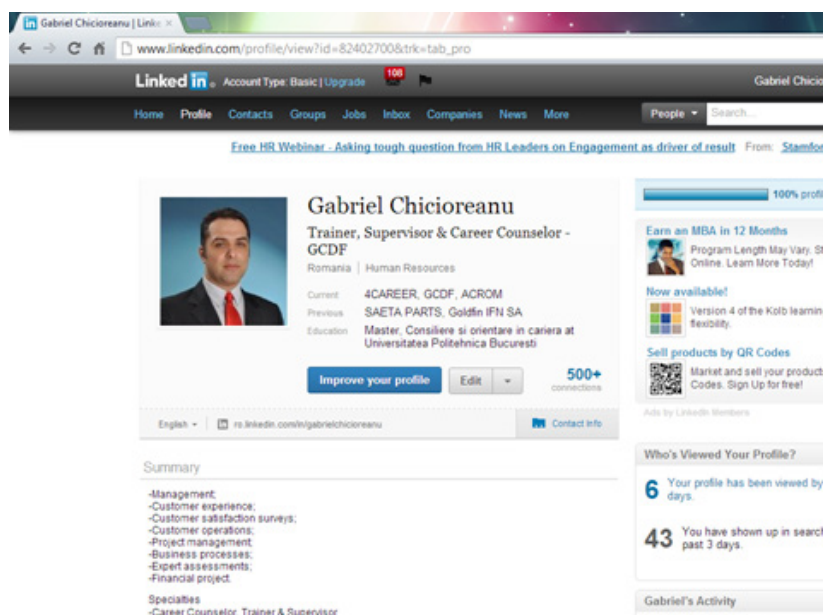
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013 Investește în oameni!



Pentru accesarea ulterioara a contului veți completa o interfață mult mai simplă, în care sunt necesare a fi completate atât adresa de e-mail cât și parola de acces. Pentru securitatea contului vă recomand periodic modificarea acestei parole.



De fiecare dată când veți dori editarea profilului, aceasta se poate realiza din meniu, accesând Profil/ Editare profil. Pentru modificarea unor informații existente sau completarea cu unele noi se accesează link-ul modificați la fiecare categorie în parte de informații. Pentru fiecare profil se poate adăuga și o fotografie (ceea ce este indicat, deoarece se va realiza o comunicare mult mai ușoară cu ceilalți utilizatori ai LinkedIn). După modificarea informațiilor sau adăugarea unei fotografii sau adăugarea de informații noi se apasă butonul de salvare setări.



Mai nou, aplicația permite persoanele cu care sunteți în contact să indice pentru experiența dumneavoastră ce abilități sau competențe aveți dezvoltate.

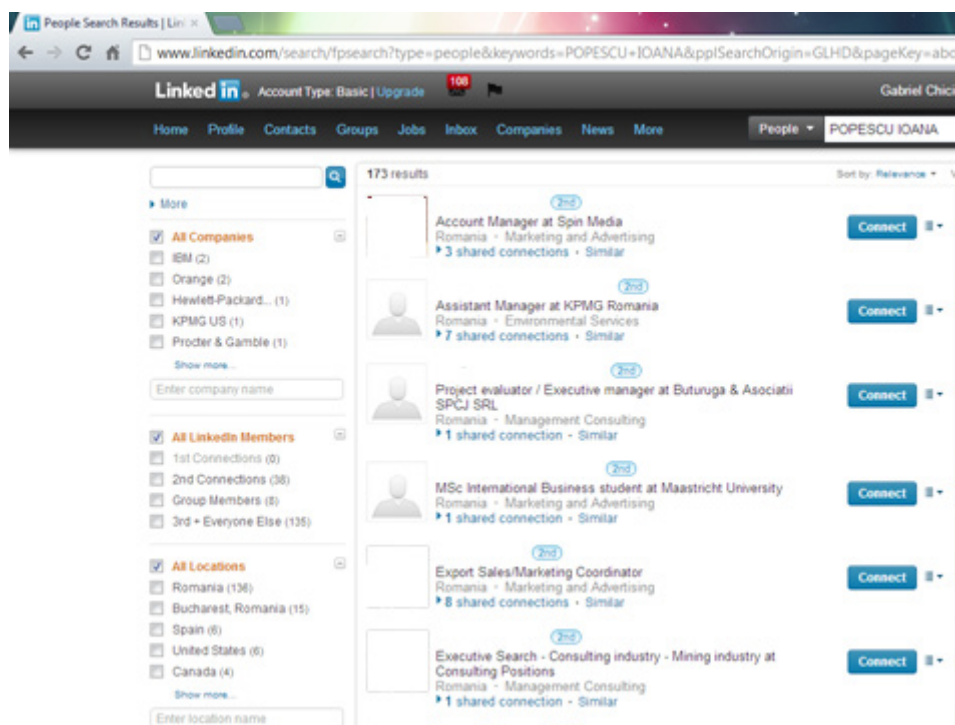
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

The screenshot shows a LinkedIn profile page for Gabriel Chicioareanu. The 'Skills & Expertise' section lists various skills with endorsement counts: Personnel Selection (13), Job Descriptions (11), Performance Appraisal (4), Screening (3), Coaching (2), Technical Recruiting (2), HR Consulting (1), Executive Search (1), Talent Management (1), and Career Counseling (1). The 'Endorsements' section shows a list of people who have endorsed these skills. The 'Gabriel Recommends' section lists five recommended profiles, including Svetlana Sauciu, Andrea Rosca, Dana Petru, Panota Marius Adrian, and Andrea Madalina Serban. The 'Viewers of this profile also viewed' section lists four profiles: Panota Marius Adrian, Andrea Madalina Serban, Alexandra Macinica, and Iulian Serban.

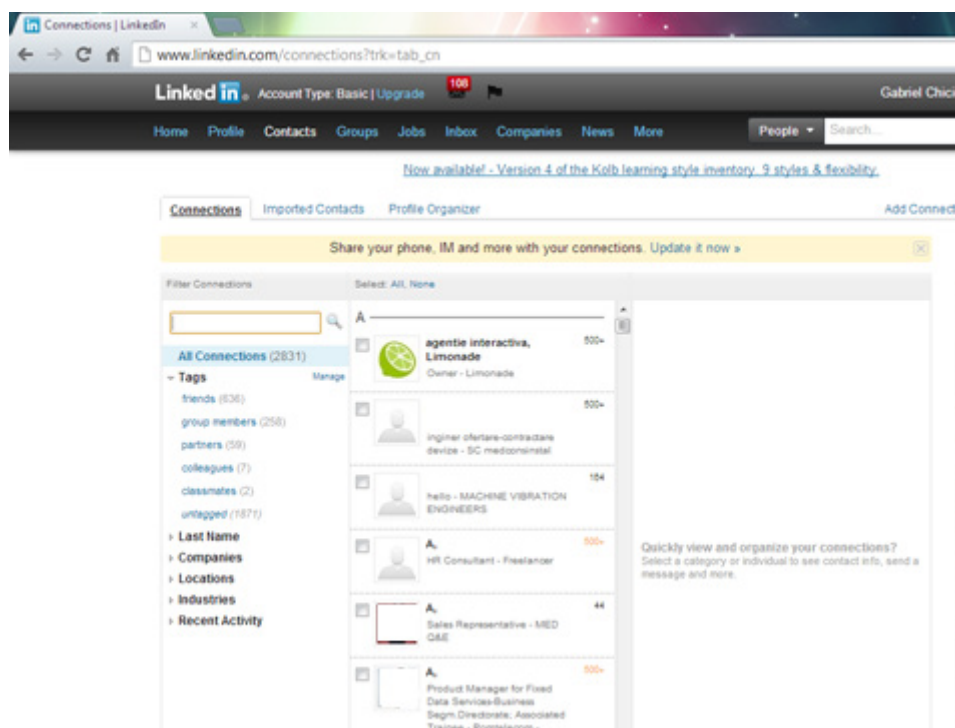
Totodată pe fiecare profil în parte sunt accesibile pentru persoanele din lista de contacte și grupurile din care faceți parte, însă despre asta vom vorbi puțin mai târziu.

The screenshot shows the 'Additional Information' section of a LinkedIn profile. It includes a list of websites (4CAREER and GCDF), a list of groups and associations (24/7 HR, ANEVAR - evaluatori activi, ASOCIATA NATIONALA A RECRUTORILOR, Academia de Web, AEJobs4All, Angajam in Romania, Clubul Antreprenorilor, COACHING ROMANESC, COC - Consiliere si Orientare in Cariera, Career Counselors Consortium Northeast, and Career Counselors Network).

Contactele noi se pot realiza prin trimiterea de invitații către alte persoane. Acest lucru se face prin două modalități: importarea adreselor de e-mail și trimiterea automată de invitații la toata lista importată sau căutarea manuala a unei persoane din celula cautare oameni. Astfel prin a doua metodă, după introducerea unui nume și prenume vă va apărea o listă cu toate persoanele înregistrate pe LinkedIn cu acel nume. În acel moment se poate accesa direct butonul de conectare din partea dreapta a numelui sau se poate vizualiza mai întâi profilul și a stabili dacă întradevăr este persoana căutată și apoi accesarea butonului și trimiterea unei invitații de conectare în rețeaua profesională LinkedIn.

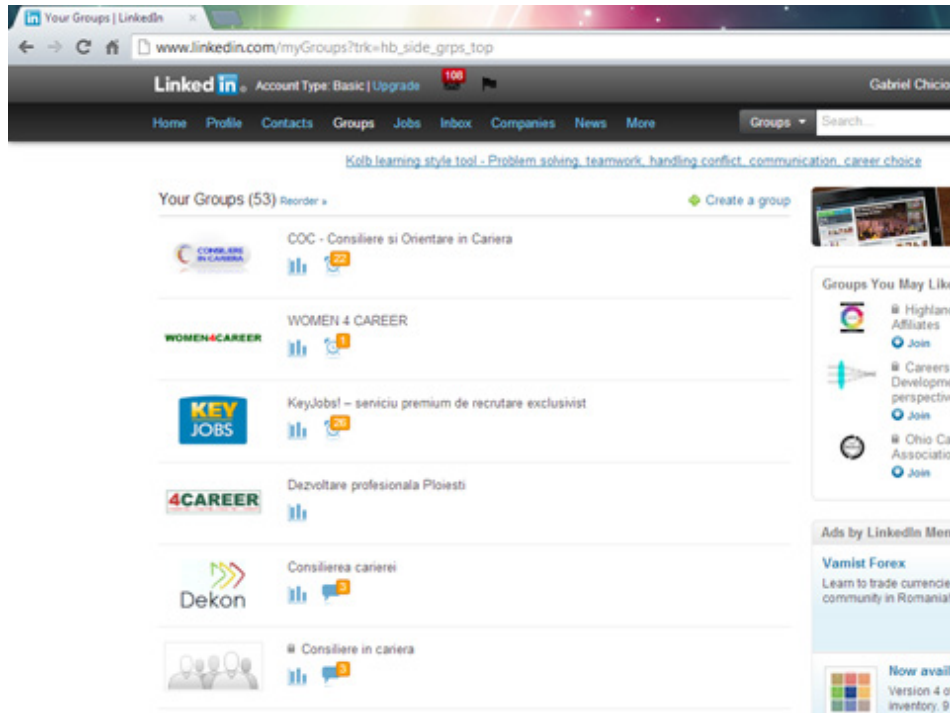
**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

Ulterior după crearea listei de contacte fiecare persoana in parte va putea fi accesata din meniul Contacte și pentru accesul mai ușor la profilul acesteia de poate cauta după nume și prenume în celula specială din partea stângă. De asemenea LinkedIn oferă posibilitatea ordonării listei în funcție de mai multe criterii: locul de origine, companie, nume, domeniul de activitate etc.



Așa cum arătam anterior fiecare profil poate face parte din unul sau mai multe grupuri de activitate socială, în funcție de interesul fiecăruia în parte. Se pot accesa până la 50 de grupuri, iar acestea pot fi mai ușor vizualizate în meniul Grupuri/Grupurile tale.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!



Fiecare persoana are atât posibilitatea să acceseze grupuri noi cât și să creeze propriul grup pe profilul pe care îl dorește. Aceasta se realizează din meniul Grupuri/Creare grup.

Fiecare grup în parte are mai multe secțiuni, facilități. Una dintre acestea este cea de Discuții, unde fiecare, păstrând topicul grupului poate deschide subiecte de discuții sau să facă comentarii la deja discuțiile lansate.



O alta facilitate este vizualizarea tuturor membrilor aceluși grup, chiar dacă nu fac parte din propria listă din meniul Membrii ai grupului. Astfel, prin intermediul grupurilor de discuții, se poate interacționa cu persoane și din afara propriei liste de contacte. Este o recomandare pe care o fac mai ales pentru cei care își caută un loc de muncă de a intra în legatură cu viitorul angajator și, non formal, de a se pune în legătură și a comunica cu persoanele din conducerea companiei sau din diverse departamente, cum ar fi cel al resurselor umane sau direct al departamentului din care va face parte.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013

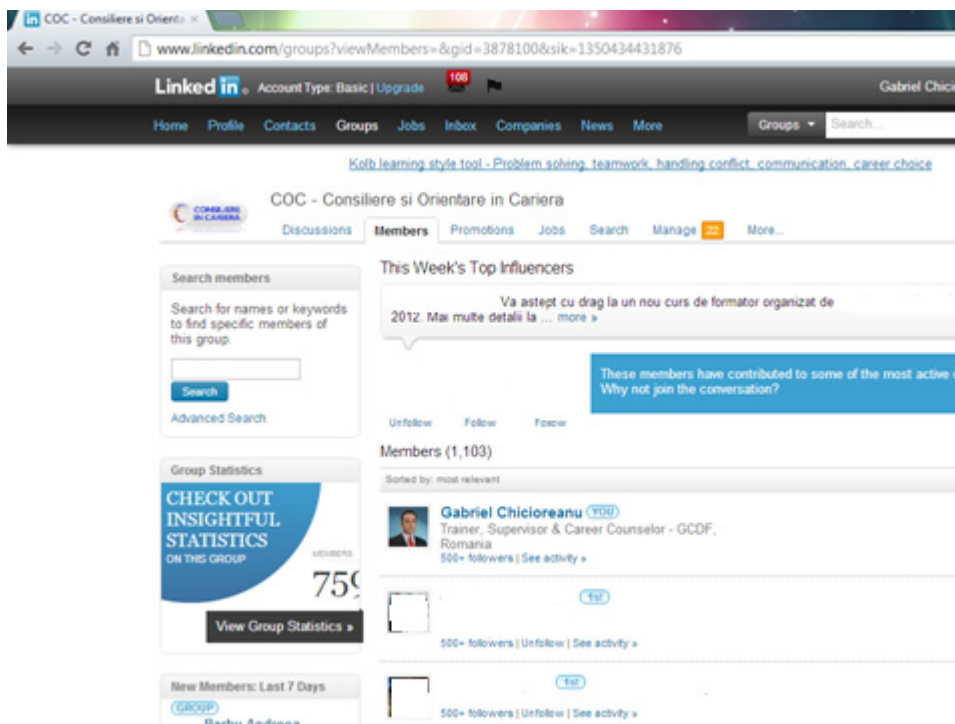


GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organism Intermedie Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est

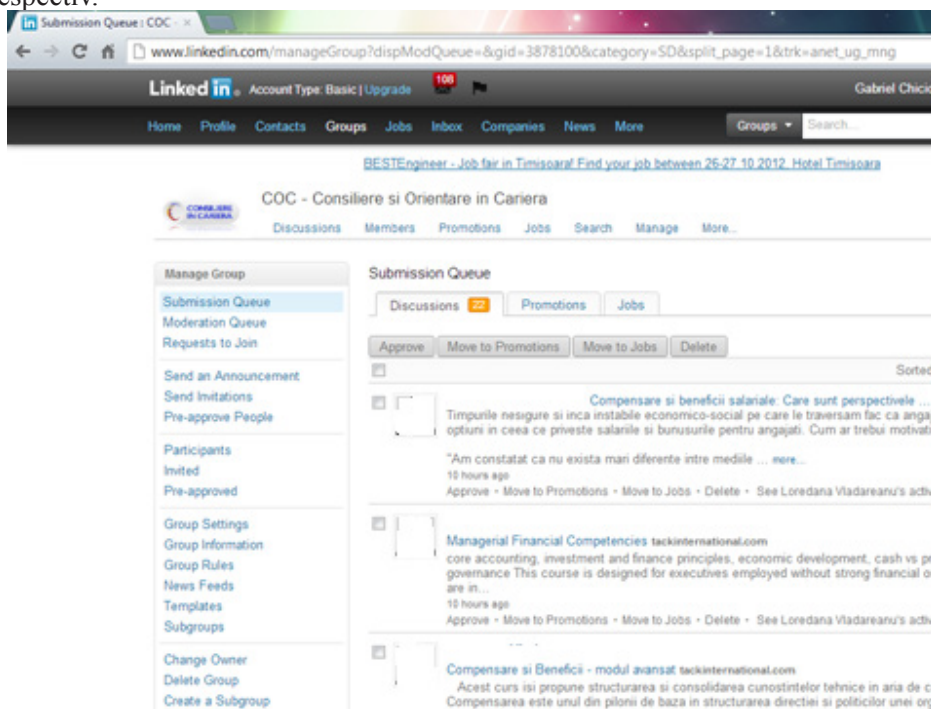


UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

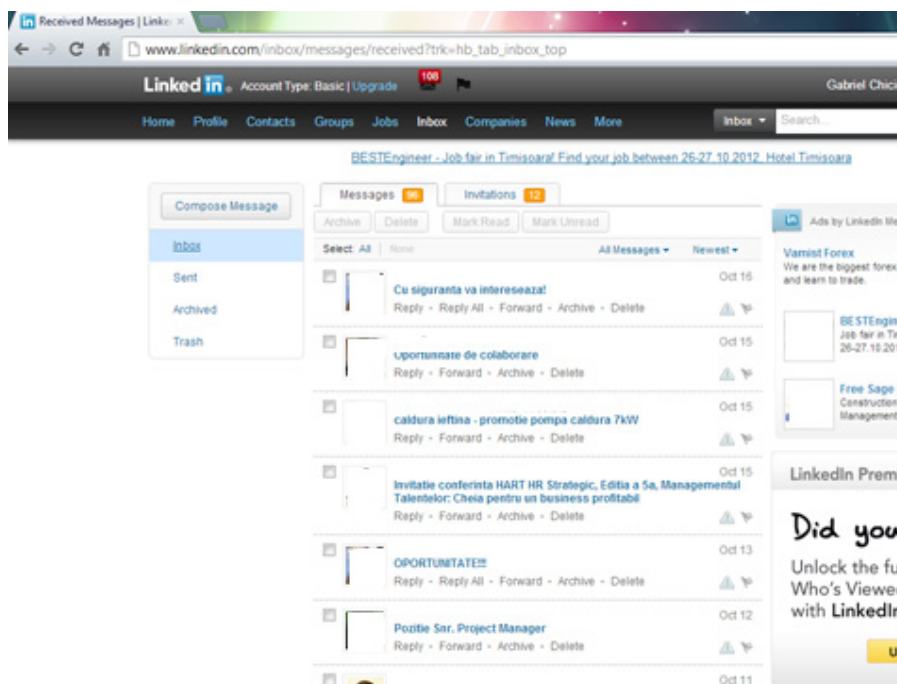
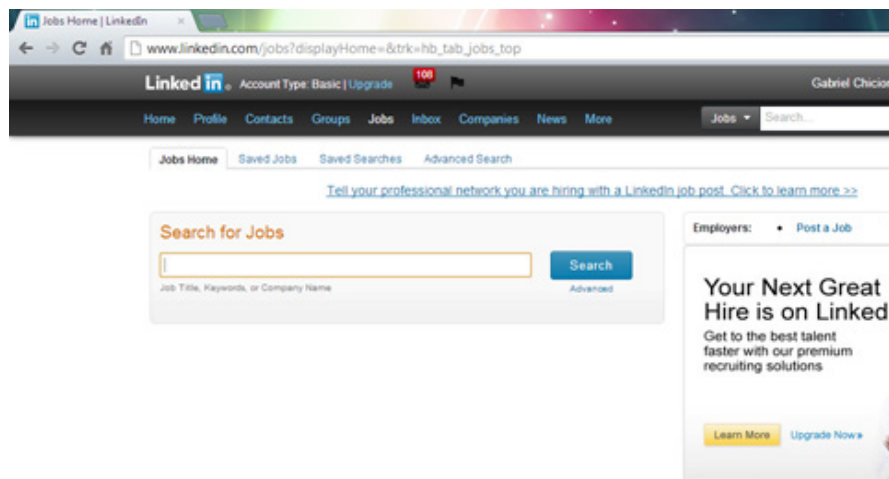


Promoțiile este o opțiune a grupurilor în care se găsesc diverse informații cu privire la elemente de noutate în domeniul respectiv sau posibilitatea de a accesa diverse cursuri sau traininguri pentru domeniul respectiv.



Așa cum spuneam și anterior LinkedIn oferă în principal posibilitatea găsirii unui loc de muncă. O să observați că există această posibilitate, de a afla ce locuri de muncă sunt disponibile atât în cadrul grupului de discuții din care faceți parte, la secțiunea Joburi, însă mult mai dezvoltată este secțiunea Joburi din meniul principal. Astfel accesând meniul Joburi/ Caută job veți putea găsi toate locurile de muncă din toate postările de pe LinkedIn care corespund criteriilor pe care le doriți și astfel veți primi informații cu privire la numele jobului, companie, locație, dată, precum și numele persoane care a publicat locul de muncă. Având un profil pe LinkedIn este mult mai ușor să vă prezentați în față unor profesioniști, a viitorilor șefi de departamente sau a recruterilor din departamentele de resurse umane.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!



O facilitate importantă pe care o mai oferă LinkedIn este secțiunea de Companii. Accesând meniul Companii/Caută companie se poate vedea profilul oricărei companii înregistrate pe LinkedIn. Vizualizând acest profil va fi foarte ușor de accesat persoanele ce activează în cadrul acelei companii, având acces la toți angajații respectivei companii care și-au creat un profil pe LinkedIn. Pentru a găsi o anumită firmă sunt mai multe criterii oferite de către LinkedIn: domeniu de activitate, locație, număr de angajați etc.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013

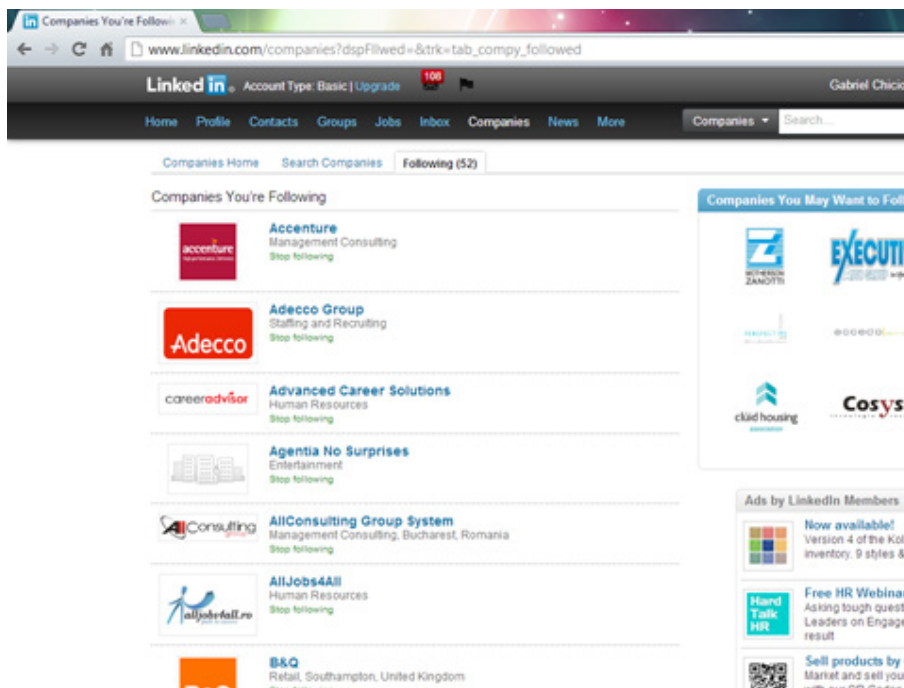
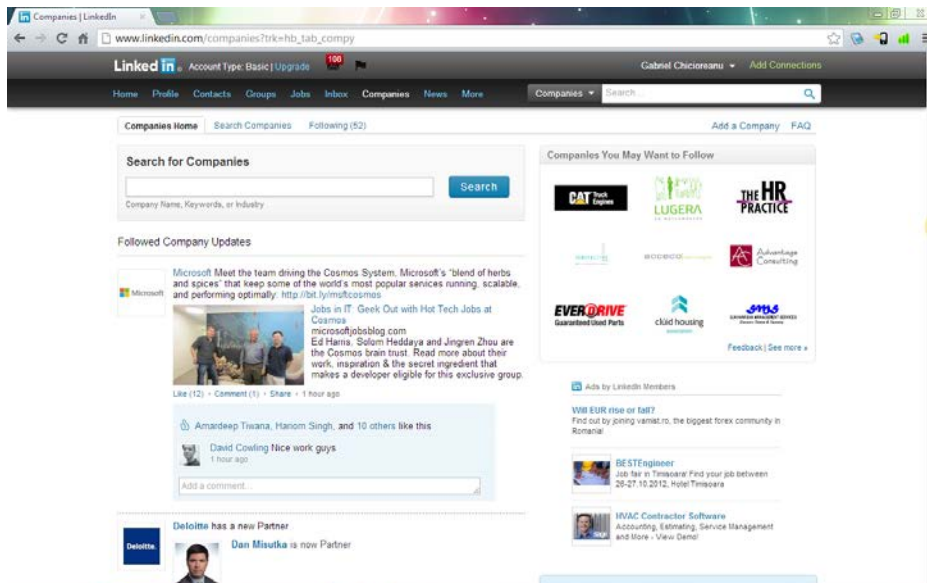


GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismă Intermedie Regională
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013 Investește în oameni!



XIII. PLANIFICAREA UNEI CAMPANII DE WEB MARKETING¹²

„În cinci ani, orice companie va deveni o companie care operează pe Internet – sau va dispărea”

Andy Grove- președinte Intel

Marketingul prin Web este procesul prin care se promovează bunuri și servicii online, clienților tradiționali și celor noi, prin intermediul instrumentelor bazate pe Internet.

Termeni asociați *web marketing*:

- cybermarketing
- e-marketing
- marketing pe Internet
- marketing online
- m-marketing

Web Marketing:

Keller (1995): „ folosirea puterii rețelelor de computere și de comunicație online și a mediului digital interactiv pentru a atinge obiectivele de marketing”

M. Orzan (2007): „ procesul de creare și menținere a relației cu clienții, furnizorii și partenerii prin activități online de facilitare a schimbului de idei, produse și servicii în scopul atingerii obiectivelor organizaționale”

În esență putem sintetiza că web-marketingul se diferențiază de marketingul tradițional prin următoarele aspecte:

- Costurile;
- Timpul;
- Interactivitatea;
- Globalizare;
- Disponibilitate;

Marketing tradițional	Web-Marketing
<p>Costisitor atât din punct de vedere financiar cât și din punct de vedere temporal</p> <p>Exemple de costuri:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tipărirea de broșuri, pliante - exedierea acestora prin poștă - taxele de expediție pentru transmiterea informațiilor de prospectare - greșeli de redactare-de elaborare a textelor de publicitate. Revizuirile durează și deseori trebuie să așteptăm luni de zile ca să apară informația - Reclamă tradițională – costuri mari 	<p>Reduce costurile procesului de marketing</p> <p>Exemple:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Materialele de marketing nu mai trebuie să aștepte pentru tipar. Pot fi on-line aproape imediat. Persoanele interesate nu mai trebuie să aștepte contactul telefonic, pot cere informații ei înșiși. <p>Web-marketingul te pune în contact cu piața mai rapid, te ajută să-ți preiei mesajele mai rapid.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cataloagele, brosurile și foile speciale electronice pot fi actualizate instantaneu. Nu trebuie să mai aștepti până ce cantitățile din versiunile tipărite să fie complet epuizate - Reclamă online – costuri mici
Existența unei persoane de contact	Poate fi disponibil 24 de ore din 24, 365 de zile pe an
Locație fixă	<p>Se înlătură barierele de timp și distanță.</p> <p>Informațiile despre oferte, produse și servicii sunt în timp real și accesibile în orice loc din lume.</p> <p>Prin construcție Internetul este global, facilitând în mod considerabil comunicațiile internaționale.</p> <p>Ex: O comunitate cu interese similare poate fi răspândită pe întreg globul</p>

¹² Sursa: **Marketing Educațional**, Capitolul 2, Autor Chicioreanu Teodora., Editura Ed. Academiei Oamenilor de Știință din România, 2011



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

Web-marketingul în mod natural înlătură majoritatea problemelor întâlnite în marketingul tradițional, însă nu va înlocui formele tradiționale de marketing, ci va adăuga sau va scădea la mixul de marketing prezent.

O organizație poate utiliza soluțiile de marketing prin Web pentru a-și susține activitățile de marketing curente.

Orice campanie trebuie să parcurgă 3 etape și mai multe sub-etape și anume:

1. Etapa deciziilor strategice.

Inițiatorul campaniei procedează la adoptarea unei suite de decizii strategice pentru: fixarea obiectivelor promovării, alocarea resurselor, formularea strategiei promotionale și integrarea ei în strategia totală de marketing

1.1. Fixarea obiectivelor promovării.

Acestea au rolul de a explicita strategia promovării decodificând-o în scopuri de atins. În vederea promovării unei imagini adecvate, organizația poate apela la reclamă, activități publice etc.

Importanța cunoașterii imaginii firmei determină anual studii de imagine. Rezultatul studiului de imagine se constituie într-un veritabil suport pentru identificarea direcțiilor de acțiune pentru îmbunătățirea imaginii firmei. Fără eforturi concrete în direcțiile identificate, acțiunile de promovare a imaginii nu vor conduce la efectele scontate

1.2. Alocarea bugetului

Bugetul global al promovării trebuie să susțină toate eforturile promoționale, din momentul demarării până la atingerea obiectivelor globale și specifice ale expunerii. Obiectivele promovării se vor corela cu nivelul resurselor financiare disponibile pentru acest segment al eforturilor de marketing (există mai multe metode care se folosesc precum metoda imitării, metoda fondurilor disponibile).

1.3. Formularea strategiei promovării

Directorul trebuie să decidă

- a) Strategia:
 - Strategia atragerii (pull strategy) – se promovează cu precădere oferta educațională
 - Strategia împingerii (push strategy) – se promovează cu precădere personalul implicat în activitatea didactică
- b) Rolul activității promoționale:
 - Strategie ofensivă
 - Strategie defensivă
- c) Abordarea structurilor pieței educaționale:
 - Strategie concentrată
 - Strategie diferențiată
 - Strategie nediferențiată
- d) Modul de desfășurare a promovării:
 - Strategia promovării permanente
 - Strategia promovării intermitente
- e) Forțele antrenate în activitatea promoțională:
 - Strategia promovării cu forțe proprii
 - Strategia promovării prin instituții specializate

Din ansamblul variantelor strategice, unitățile vor opta pentru acele variante care corespund cel mai bine mediului intern și extern în care ele își desfășoară activitatea, în vederea atingerii finalității optime

1.4. Integrarea strategiei de promovare în strategia de marketing

Obiectivele promovării și ansamblul acțiunilor prevăzute în plan promoțional vor contribui la atingerea strategiei globale de marketing a unității.

2. Etapa deciziilor tactice

Aplicarea în practică a strategiei promoționale implică existența unui plan detaliat și concret de acțiuni în acest domeniu, deci a unei tactici pentru fiecare instrument în parte.



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismului Intermedier Regional
POSDRU Resursele Său EsteUNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

Exemplu: pentru crearea site-ului școlii, planul de acțiune trebuie să conțină:

- a) *Proiectarea site-ului* : scopul, audiență, accesibilitate, continut, copyright, efecte speciale, feedback
- b) *Machetarea site-ului*: stabilirea design-ului (frame-uri, cadre, tabele multiple sau imbricate, combinații a acestor elemente), stilul, grafica, legăturile, navigarea
- c) *Programarea site-ului*: toate informațiile pe care le dorim să le postăm pe site trebuie să se finalizeze într-o pagină web. Pentru aceasta trebuie să alegem limbajul HTML, Flash, etc
- d) *Publicare*. În această etapă realizarea site-ului web este finalizată. Trebuie decis numele domeniului și alegerea gazdei web.

Pentru ca site-ul să capete o identitate online trebuie ales numele domeniului în funcție de bugetul alocat și anume nume de domeniu propriu (contracost) sau nume de domeniu gratuit.

Gazda web reprezintă un server sau o grupare de mai multe servere care ne pun la dispoziție suficient spațiu pe harddisk pentru a transfera fișierele care constituie site-ul nostru. În funcție de bugetul alocat se alege o gazdă publică (pe site o să apară numele gazdei, reclame etc.) sau serverul școlii.

e) *Verificare și testare*. Se verifică timpii de încărcare pentru fiecare pagină, existența legăturilor, corectitudinea textului dpdv gramatical și ortografic, corectarea erorilor. Ulterior se verifica vizualizarea site-ului prin intermediul mai multor browsere .

f) *Întreținere și actualizare*. Pentru ca site-ul să aibă succes și să atragă noi vizitatori și să-i „fidelizeze” pe cei vechi, trebuie ca site-ul să fie întreținut și actualizat periodic. Pe baza statisticilor s-a constatat că o pagină web neactualizată este interesantă o perioadă medie de 60 de zile. De aceea, pentru a menține interesul vizitatorilor, un site web nu trebuie să fie static

g) *Promovarea site-ului*

Promovarea unui site este o acțiune complexă și de durată. Ea se poate face folosind una sau mai multe metode de promovare: motoare de căutare (trebuie să ne înregistrăm și să așteptăm câteva zile sau săptămâni până când va fi înregistrat), directoare, marketing prin email (ziare electronice, anunțuri publicitare, liste de discuții, liste de email OPT-In), newsgroup, schimb de bannere, schimb de legături, inele web, fișiere semnătură, autoresponder, pagini FFA, premii, promovare offline, mass media, social media

3. Implementarea campaniei

Formularea strategiei și tacticii promoționale nu reprezintă scopuri în sine. Ele sunt etape de fundamentare științifică a eforturilor de promovare și, firesc, sunt urmate de acțiuni concrete, specifice instrumentelor promoționale utilizate.

Instrumentele de marketing bazate pe Internet ne permit să comunicăm mai interactiv decât prin metodele tradiționale de promovare directă. Aceste instrumente ne ajută să strângem informații despre clienți și, pe baza acestor cunoștințe, să le furnizăm informații actuale și personalizate despre ofertele organizației noastre școlare..

Oferta și produsele din cadrul serviciilor care fac obiectul unor campanii de marketing pot fi făcute cunoscute/oferte potențialilor beneficiari pe următoarele canale:

a) Publicitatea online¹³.

Schimbul de bannere. Bannerele publicitare interactive reprezintă cea mai comună formă de publicitate online. Publicitatea online poate atrage traficul către website și poate construi identitatea organizației școlare

Schimbul de legături. O legătură înseamnă plasarea unei legături către un alt site web într-una din paginile noastre. În schimbul acesteia, webmasterul siteului respectiv va plasa o altă legătură către site-ul nostru. Dacă un schimb de legături este bine realizat, atunci numărul de vizitatori către siteul nostru va crește vizibil.

Inel web(webring) Este o înlanțuire de pagini web dedicate aceluiași subiect sau având o temă similară. Un inel web funcționează în felul următor. Un server web central menține o listă de siteuri cu un anume subiect sau domeniu de interes. O persoană se leagă la a doua persoană într-un inel. A doua persoană se leagă la o a treia și așa mai departe până când se revine din nou la prima persoană. Această legătură se face printr-un cod special pe care fiecare membru este obligat să-l pună în pagină. Spre deosebire de

13 M.L.LUPU - Sistemul Informațional pentru marketing, Ed. Tehnopress, pag 175



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

bannere, în cazul inelurilor web nu va apare pe pagina noastră nici un banner al vreunui site, dar vor exista în schimb legături către pagina principală a inelului cât și către alte pagini din acesta. De asemenea, este obligatoriu să punem însemnele inelului web de care aparținem la sfârșitul paginii.

b) Directoare cu site-uri web¹⁴. Directoarele (catalogele) cu site-uri web sunt în general create manual, existând mai mulți redactori care analizează site-urile transmise și apoi evaluează și comentează conținutul lor. Directoarele sunt împărțite în categorii și subcategorii, înșiruite în ordine alfabetică. Astfel vizitatorul are posibilitatea de a parcurge diferite categorii și capitole, până găsește ce-l interesează.

c) Marketing prin e-mail. Acesta se poate clasifica astfel:

- Nediferențiat (bulk sau spam)
Este o practică des întâlnită, prin care se transmit multe mesaje online la o listă largă de adrese de email sau grupuri de discuții, fără ca persoanele respective să solicite acest lucru. Desi această metodă irită pe foarte multă lume, nu este ilegală și este în continuare foarte răspândită deoarece este cea mai ieftină decât mijloacele de promovare online tradiționale.
- Diferențiat .
Promovarea se face prin:
 - ✓ înscrierea de liste cu adrese e-mail „opt in”
 - ✓ editarea unui ziar electronic
 - ✓ reclame sau anunțuri publicitare online
 - ✓ participarea la liste de discuții prin e-mail



Atenție!

Citiți cu atenție legea 365/2002 privind promovarea prin email

d) Newsletterele au o altă abordare, asigurând un contact permanent între o companie și „cunoscători” acesteia, în speță clienții care au subscris pe website, iar obiectivul este de a crește valoarea de viață a clienților și de a converti mai mulți prospekți în clienți. O astfel de abordare a relațiilor existente aduce în timp o creștere sistematică accesărilor pe web-site-urile școlilor.

Principalul dezavantaj al newsletter-elor și al e-mail-urilor promoționale este că pot fi percepute ca spam-uri, deoarece listele de prospekți cărora li se adresează nu sunt de tip opt-in (nu există un acord prealabil a destinatarilor acestor e-mail-uri sau newslettere, concretizat în subscrierea la site-urile care le emit).

e) Buletinele de informare electronice. Aceste publicații digitale sunt trimise prin e-mail abonaților și pot include elemente de grafică specifice. O firmă poate personaliza informația în funcție de comunitățile specifice de clienți sau parteneri care utilizează sau distribuie produsele și serviciile sale - de exemplu, să includă o secțiune de sugestii utile. Prin trimiterea de buletine de informare electronice care au incluse legături directe la alte pagini de Internet, o companie crește vizibilitatea firmei și elimină necesitatea de actualizare și retipărire a broșurilor și catalogelor; de asemenea, trebuie să se asigure că respectă comportamentul online corect și oferă destinatarilor posibilitatea de a renunța la abonament.

f) Programele de fidelitate, recomandări și afiliate. Aceste programe oferă stimulente clienților fideli sau frecvenți. Unele stimulente includ oferirea de reduceri sau certificate de cadouri pentru faptul de a fi recomandat clienților noi website-ul companiei sau asocieri cu alte website-uri care ar putea fi de interes pentru clienții țintă și care ar putea să genereze trafic Internet către website-ul firmei

g) Website-ul. Un website acționează ca o fereastră virtuală a firmei. În mod normal, website-ul unei firme evoluează de la o colecție de „pagini” despre produse și servicii. Beneficiile principale ale website-ului, ca instrument de marketing, sunt posibilitatea măsurării cu ușurință a interacțiilor dintre clienți și website și abilitatea de a personaliza comunicațiile în funcție de interesele vizitatorilor. Website-ul servește drept rampă de lansare pentru multe activități de marketing prin Web. Dezvoltarea website-ului presupune un proces de design, lansare, întreținere și extindere a acestuia. Soluțiile de dezvoltare



UNIUNEA EUROPEANĂ

GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSORUFondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-EstUNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

a unui website oferă instrumente care ajută la planificarea, elaborarea și construirea website-ului. O componentă importantă a fazei de implementare a prezenței companiei pe Internet este luarea deciziei de a folosi sau nu resurse externe pentru găzduirea website-ului propriu și apoi selecționarea unui serviciu de găzduire a acestuia. Găzduirea de website-uri presupune păstrarea, furnizarea și menținerea fișierelor pentru unul sau mai multe website-uri. Găzduirea de website-uri poate oferi o varietate de servicii și instrumente pentru administrarea, monitorizarea și depozitarea datelor culese pe website; facilitarea construirii unor funcțiuni adiționale ale siteului și furnizarea unor legături Internet mai rapide care să servească site-ul propriu

h) Înscrierea în motoarele de căutare – principala modalitate de creștere a traficului pe web-site-uri. Condiția absolut necesară pentru ca un website să își îndeplinească rolul în planul de afaceri al unei companii este ca acesta să fie **vizitat**. Conform ultimelor statistici, mai mult de 60% din traficul web este generat de motoarele de căutare. Primul pas care trebuie făcut în acest sens este înregistrarea site-ului în cât mai multe motoare de căutare, deoarece utilizatorii de Internet le folosesc extrem de des pentru a descoperi informația pe care o caută. Al doilea pas constă în concepția și implementarea unei liste de meta-tag-uri (cuvinte-cheie care se inserează în codul sursă al paginilor site-ului). Majoritatea motoarelor de căutare și directoarelor de pe web folosesc soft-uri care indexează website-urile în baze de date, iar afișarea se face în funcție de relevanța conținutului pentru cuvântul căutat. Folosind cuvinte-cheie bine alese, și studiind algoritmul după care funcționează fiecare dintre aceste motoare de căutare, se poate obține o optimizare a afișării rezultatelor, astfel încât website-ul să fie accesat de vizitatorii direct interesați.

i) Fișierul semnătură (signature file)¹⁵

Fișierul semnătură reprezintă un mijloc de promovare indirectă a unui sit web sau a unei afaceri online. Deși este considerată o metodă pasivă, datorită modului cum sunt transmise informațiile, este universal acceptată și poate fi folosită cu mult succes în toată corespondența electronică: email, newsgroup-uri, liste de discuții, etc.

Practic, fișierul semnătură reprezintă un text așezat la sfârșitul mesajelor email sau celor transmise la grupuri de discuții și conține informații care permit identificarea și contactarea rapidă a persoanei care a transmis mesajul. Este similar cu o carte de vizită atașată automat la sfârșitul fiecărui mesaj.

j) Autoresponder – setarea răspunsului automat

k) Pagini cu legături gratuite (FFA)

În cadrul acestor pagini putem plasa o legătură gratuită către site-ul nostru. Aceste pagini sunt structurate pe categorii specifice. O dată cu fiecare legătură nouă adăugată, celelalte coboară cu o treaptă. Pentru obținerea de rezultate cât mai bune trebuie să trimitem site-ul nostru la cât mai multe pagini FFA și cât mai des posibil.

4. Controlul și evaluarea campaniei promoționale

Etapelor anterioare le urmează controlul și evaluarea impactului. Astăzi se apreciază că un feed-back este cel care ghidează procesul de promovare-comunicare.

Rezultatele unei campanii de web marketing pot fi evaluate măsurând răspunsurile și impactul atribuite acesteia. Ele pot fi generate pentru numărul de e-mail-uri deschise de către fiecare prospect din ținta vizată, numărul de accesări ale fiecărui link conținut în newsletter sau numărul de accesări a site-ului firmei.

Dacă web marketingul este folosit ca instrument de publicitate, obiectivul este clar de atragere de clienți noi (ca și în publicitatea clasică). Când este folosit ca instrument de relaționare – prin newslettere – obiectivele se traduc în fidelizarea clienților, în crearea de clienți entuziasmați.

Principalele avantaje ale unei campanii de web marketing

- Cuantificarea rapidă a rezultatelor campaniei. Este foarte ușor de urmărit feedback-ul părinților, iar sondajele de specialitate, dacă e cazul, costa foarte puțin.
- Reducerea timpului de răspuns
- Costuri reduse de atragere și fidelizare a vizitatorilor

15 M.L.LUPU - Sistemul Informațional pentru marketing, Ed. Tehnopress, pag175



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

- Ofertele educaționale se pot modifica oricând fără a implica cheltuieli majore în funcție de oferta existentă pe piață (oferta educațională concurentă se poate afla foarte ușor de pe internet).
- Creșterea traficului și înregistrărilor pe web-site
- Nivel ridicat al personalizării
- Creșterea notorietății firmei

Cu toată importanța mass-media și cu tot rolul lor în marketingul educațional, contactele interpersonale și serviciile asociate cu acestea rămân indispensabile. Mass-media pot stârni interesul, dar consultanța personală, motivațiile furnizate de promotori sau părerea unui specialist sunt cele care atrag o atitudine pozitivă și care contribuie în mod esențial la acceptarea serviciului sau produsului respectiv.

Comunicarea personală întărește orice alt canal și este de primă importanță oriunde mass-media nu reușește să trezească interesul publicului sau nu are suficientă putere de convingere.



Aplicație!

Planificați o campanie de web-marketing!

Care credeți că sunt punctele sensibile ale unei campanii de web-marketing în acest moment socio-cultural?



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

D. SITE-URI ȘI MAGAZINE ONLINE

Cuprins:

XIV. RESURSE PENTRU CREAREA PROPRIEI PAGINI WEB	140
XIV.1 WORDPRESS.....	140
XIV.2 JOOMLA.....	142
XIV.3 Recomandări pentru site-ul dumneavoastră.....	146
XIV.3.1 Surse legitime de imagini.....	146
XIV.3.2 Icon-uri și Social Media.....	148
XIV.3.3 Măriți relevanța site-ului dumneavoastră pentru motoarele de căutare.....	149
XIV.3.4 Site-uri utile	152
XIV.3.5 Poll-uri	153
XIV.3.6 Pertinența și relevanța informațiilor accesate și postate	155
XIV.4 Tips & Tricks	157
XV. MAGAZINE ONLINE	159



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

XIV. RESURSE PENTRU CREAREA PROPRIEI PAGINI WEB

Pentru realizarea a unui site există două posibilități. O prima opțiune este să angajăm o echipa de profesioniști pentru conceperea, realizarea și eventual întreținerea site-ului. Costul acestei soluții este greu de estimat, în funcție de dificultatea site-ului acesta putând varia între câteva sute de euroi (pentru câteva pagini de prezentare) și peste 100.000 de euro (pentru un magazin virtual foarte complex). A doua variantă este să construim singuri site-ul.

Builderele automate pentru crearea de website-uri sunt numeroase la momentul actual, mai ales datorită tranziției tot mai accelerate a software-urilor de web development spre cloud.

Există sute de astfel de programe gratuite disponibile, dar, bineînțeles, doar o parte din acestea sunt mai populare.



Aplicație!

Analizați top 5 (conform <http://www.computerica.ro>) pentru crearea rapidă de website-uri, aplicații care necesită foarte puține cunoștințe tehnice

- 1 <http://www.ucoz.ro/>
- 2 <http://www.weebly.com/>
- 3 <http://www.webs.com/>
- 4 <http://www.wix.com/>
- 5 <https://www.yola.com/>

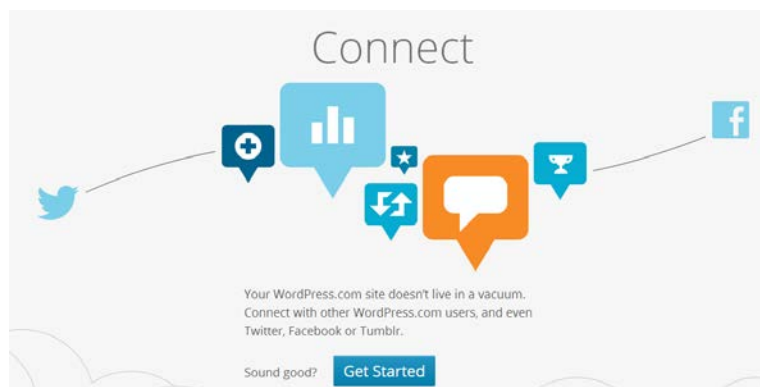


XIV.1 WORDPRESS

Sursa: <http://ro.wordpress.org/>



WordPress reprezintă o platformă performantă și actuală dedicată publicării personale.



Orientarea sa pe estetică, standarde web și ușurința de folosire o fac alegerea #1 printre jurnaliști, scriitori sau bloggeri obișnuiți, iar faptul că e disponibilă gratuit fiind software liber, permite distribuirea și personalizarea sa pe placul tuturor.



De reținut!

WordpressRo oferă asistență: <http://ro.forums.wordpress.org/>

Pe scurt, WordPress este pachetul software ce merită ales dacă dorești să crezi un blog sau o simplă pagină personală și nu vrei să ai bătăi de cap la configurarea sau personalizarea acestuia.

Exemple :

The screenshot shows the Ubuntu.ro website with a navigation bar at the top. The main content area features a headline: "Ubuntu 12.10 (Quantal Quetzal) a fost lansat!". Below the headline is a short paragraph and a video player showing the Ubuntu logo. There are also buttons for "Descarcă noua versiune", "Citește notele de lansare (EN)", and "Pagina de prezentare".

4CAREER – Consiliere si orientare in cariera



Concurs WOMEN4CAREER

Posted on 2 noiembrie 2011

★★★★☆ 4 Votes

CONCURS NOIEMBRIE 2011

4CAREER va anunta lansarea concursului online pentru noiembrie 2011. Intrebarea lunii la care trebuie sa raspundeti in scris, pe mail, pana la data de 30 noiembrie 2011 (inclusiv) este: **CARE A FOST SCHIMBAREA MAJORA PE CARE AI FACUT-O IN VIATA SI CUM TE-A INFLUENTAT IN CARIERA?**

Mintea nu-i un vas care sa fie umplut, ci un foc care trebuie intretinut.



<http://consilierecariera.wordpress.com/>



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VĂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VĂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

XIV.2 JOOMLA

Sursa: <http://www.joomla.ro/ce-este-joomla.html>

Joomla! este un Content Management System (CMS), premiat în nenumarate ocazii, care te ajută să construiești websiteuri și alte puternice aplicații online. În plus, Joomla! este o soluție Open Source disponibilă tuturor, gratuit.

Joomla este folosită peste tot în lume, ca infrastructură, de la mici pagini personale până la aplicații web complexe. Iată câteva modalități în care oamenii folosesc acest soft:

- Websiteuri pentru corporații sau portaluri web
- Comerț on-line
- Websiteuri pentru firme mici
- Websiteuri pentru organizații non-profit
- Aplicații guvernamentale
- Aplicații intra și extranet pentru corporații
- Websiteuri pentru școli și biserici
- Websiteuri personale sau familiale
- Portaluri pentru comunități on-line
- Websiteuri pentru reviste și ziare
- ... posibilitățile sunt nenumărate!

Joomla poate fi folosită pentru a administra cu ușurință orice componentă a website-ului, de la adăugarea de conținut și imagini, la actualizarea unui catalog cu produse sau sondaje on-line.

Pachetul de baza Joomla! este conceput pentru a putea fi instalat cu ușurință, chiar și de non-programatori.

Odată Joomla! instalată și funcțională, este foarte simplu, chiar și pentru utilizatorul non-tehnic, de a adăuga conținut, actualizare imagini și administrarea datelor sensibile care ajută la funcționarea optimă a organizației sau companiei voastre. Oricine având cunoștințe primare de MS Word poate învăța cu ușurință să administreze un site Joomla!.

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Printr-o interfață web simplă, veți putea adăuga foarte ușor știri, articole sau declarații de presă, să administrați pagini cu detaliile angajaților, oferta de muncă, imagini cu produse și să creați un număr nelimitat de secțiuni sau pagini pe site.



De reținut!

Rulează demo-ul Joomla <http://demo.joomla.org/> pentru a vedea cât de simplu este să utilizezi Joomla

Imediat după instalare, Joomla! se descurcă de minune cu administrarea conținutului necesar dezvoltării site-ului vostru. Pentru mulți utilizatori, însă, adevărata putere a Joomla constă în framework-ul care dă posibilitatea miilor de programatori din întreaga lume să creeze add-on-uri și extensii extrem de puternice. Iată doar câteva exemple din sutele de extensii, oferite gratuit prin site-ul Joomla:

- Constructor dinamic de forumuri
- Directoare economice sau organizaționale
- Administrare directoare
- Galerii de imagini și multimedia
- Soluții e-commerce și coș de cumpărături
- Calendare
- Software specific blogurilor
- Servicii directoare
- Știri prin email
- Instrumente de colectare și raportare a diferitelor date
- Servicii de înscriere și mult mai multe...

Joomla oferă tutorial pentru programatori dar și pentru non-tehnici.



Lectia 3 - Administrare...

8398 Views

Category: Lectii Alexandru



admin



Lectia 2 - Pasi...

10685 Views

Category: Lectii Alexandru



admin



Lectia 1 - Instalare...

11920 Views

Category: Lectii Alexandru



admin



Adaugare modul in...

6114 Views

Category: Cum se face ...



dacian



Adaugare cod PHP in...

5156 Views

Category: Cum se face ...



dacian



Aplicație!

Vizionați cel puțin un tutorial oferit de Joomla Ro: <http://www.joomla.ro/video.html>



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013 Investește în oameni!

Multe companii și organizații au cerințe care depășesc cu mult oferta de bază a pachetului Joomla! sau extensiile gratuite. Dacă organizația sau compania dumneavoastră angajează un dezvoltator Joomla sau contruiți cu o aplicație în jurul frameworkului, veți avea un produs care nu va fi afectat de legile de proprietate intelectuală sau drepturilor de autor.

Dezvoltatorii pot realiza cu ușurință:

- Sisteme e-commerce integrate
- Sisteme de control al inventarului
- Instrumente de raportare a datelor
- Cataloage cu produse, personalizate
- Sisteme de rezervări
- Interconectări între aplicații
- ... sau orice alt tip de aplicație potrivită nevoilor lor



De reținut!

Puteți afla mai multe despre dezvoltarea cu ajutorul frameworkului Joomla! în secțiunea dedicată programatorilor (<http://dev.joomla.org/>)

Exemple de site-uri:

The screenshot shows the website for A.C.T. (Agenția de Cursuri și Traduceri). The navigation menu includes: ACASĂ, SERVICII, DOMENII TRADUCERI, CURSURI, PROGRAM CURSURI, LANGUAGE CAFE, ENGLISH ADVENTURE CAMP, CONTACT. The main content area features a search bar and a list of services: Acasă, Servicii, Domenii traduceri, Cursuri, Program cursuri, Language cafe, English Adventure Camp, Contact. A quote from Charles F. Kettering is displayed: „Ai încredere și acționează ca și cum ar fi imposibil să eșuezi.”. The website also lists services such as English adventure camp, translation and interpretation, and legal services.

<http://cursurisiraduceri.ro/>



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermediar Regional
POSDRU Repunerea Sașiilor



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

LEARN&GO™

Învață și mergi mai departe!

Acasă
TEAMCAREER
Evenimente
Program
Resurse
Testimoniale
Parteneri
Contact



**FOLOSEȘTE
CONSULTANTUL
CARIEREI TALE**

[afiă mai multe](#)



Dezvoltarea personală și profesională te diferențiază de ceilalți oameni!

Fie că este vorba de studenți sau elevi, de angajați sau șomeri, persoane fizice sau juridice, fie că ești la începutul carierei sau deja ești în top management ne adaptăm dorințelor și necesităților fiecăruia pentru a deveni indispensabili. De aceea noi oferim workshop-uri și cursuri ce îți sunt dedicate ție!

[Afiă mai multe](#)

Noutăți

Evenimente

- > [Dicție cu Carmen Ivanov](#)
- > [Timpul la îndemâna ta](#)
- > [How to be a magnet people](#)
- > [Business Days in Oradea](#)
- > [Târgul consilierilor în carieră](#)
- > Unim fiecare zâmbet

Ce este nou?



MARTIE

Dicție cu Carmen Ivanov



APRILIE

Timpul la îndemâna ta!

Misiunea noastră



Suntem o echipă de consultanți și traineri tineri și ambițioși ce îți aducem noutăți în viața personală

Serviciile noastre

Dezvoltare personală

Dezvoltare profesională

[Afiă mai multe](#)

Evenimente recomandate


PROGRAMUL DE FORMARE

Parteneri

BUSINESS DAYS

www.businessdays.ro

Resurse

Home
Cursuri
Program cursuri
Traduceri
Interpretariat
Cariere
Conversație
Contact



- ▶ Despre noi
- ▶ Echipa MetaServ
- ▶ De ce sa ne alegeti?
- ▶ Scopul nostru
- ▶ Obiectivele MetaServ
- ▶ Limbi străine

PARTENERI

4CAREER

Biletul pentru cariera ta!



Engleză începători "Descoperire" A1.1.1

Vă așteptăm la cursul nostru de **engleză începători "Descoperire" A1.1** din data de **26 februarie 2013**.

Vă oferim un **curs de grup de limba engleză**, nivel **începător**, creat să răspundă nevoilor dvs. Vă punem la dispoziție un **modul de curs de 36 ore**, împărțite în **24 ședințe** a câte **1,5 ore ședință**; la acest curs vor participa **6-8 persoane**. Programul cursului este: **Marti și Joi de la 19:00 - 20:30** și **Joi de la 19:00-20:30**. Testul pentru stabilirea nivelului dumneavoastră de cunoaștere a limbii engleze este **GRATUIT**.

[Citește mai mult!](#)

Traduceri autorizate - traduceri legalizate

Servicii profesionale de traduceri autorizate

Centrul de limbi străine MetaServ oferă servicii profesionale de traduceri legalizate în principalele 30 de limbi străine de circulație internațională, precum engleză, germană, franceză, italiană...

Realizăm traduceri autorizate în domenii variate de activitate, precum traduceri tehnice și juridice, traduceri medicale sau economice dar și servicii de interpretariat consecutiv și interpretariat simultan.

Cursuri de limbi străine

MetaServ organizează cursuri de limbi străine cu limbaj general pentru copii și adolescenți dar și cursuri de limbi străine pentru afaceri ce se adresează companiilor, atât în București cât și în țară.

Astfel, noi organizăm cluburi de conversație și cursuri interactive după standardele europene de predare, în variantă de grup sau individuală.

<http://www.metaserv.ro/>



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

XIV.3 Recomandări pentru site-ul dumneavoastră

XIV.3.1 Surse legitime de imagini

Vechea zicală conform căreia o imagine face cât o mie de cuvinte rămâne la fel de adevărată și pe Internet. Fotografii și ilustrațiile servesc deseori ca ademeniri vizuale pentru a prinde vizitatorii și a-i atrage în conținut.

De unde să achiziționați imagini interesante, atractive și relevante pentru site?

Practic, aveți la îndemână trei opțiuni:

- să le creați
- să achiziționați imagini din stoc
- să angajați un profesionist

a) Creați poze

Când plecați în concediu, la workshop-uri, în delegații Luați aparatul foto cu dumneavoastră. Astfel puteți să creați propriile dumneavoastră creații, din care nu aveți decât de câștigat.

„Before doing something perfect, do it perfectible”
Înainte de a face un lucru perfect, realizează ceva perfectibil
Bill Gates



De reținut!

Un ghid bun (contracost) pentru un fotograf începător este Photography for the web de pe site-ul SitePoint www.sitepoint.com/books/photography1/

Puteți pentru componente ca pictograme, butoane, fundaluri, desene de bază și logouri să vă implicați și să le personalizați.

Exemple de programe grafice pentru elaborarea de materiale necesare creării unui site web:

- Creare imagini - Ulead PhotoImpact, Adobe Photoshop, Paint Shop Pro
- Efecte 3D asupra textului - 3DGO
- Creare de fonturi - Elefont
- Suprapunerea textului peste imaginile grafice - Asipict
- Webdesign - Xara Webstyle
- Optimizarea imaginilor GIF - AGIFO
- Realizarea thumbnails-urilor - EzThumb
- Efecte 3D pe text - Ftwist
- Editarea icon-urilor - IconEdit
- Generarea icon-urilor - IconWorks
- Generarea icon-urilor - Mike
- Editarea icon-urilor - Wigfree
- Crearea butoanelor - CBTF16
- Crearea butoanelor - JBTNS
- Crearea butoanelor Flash - Glanda
- Realizarea meniurilor - Mumaker
- Creare banere - Poster
- Obiecte 3D - Spiral

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

- Crearea thumbnails - Thumber
- Imagini animate - Unfrz
- Crearea rapida a meniurilor DHTML - Allwebmenus
- Animatii si butoane tridimensionale - Cool3D
- Imaginilor animate -Microsoft Gif Animator,Ulead Gif Animator
- Crearea fisierelor Flash - CoffeCupFirestarter etc

b) Achiziționați imagini

Când vă lipsește timpul sau inspirația puteți să găsiți imagini în arhivele cu fotografii de agenție. Aceste arhive foto sau bănci de imagini sunt compuse din fotografii sau ilustrații create pentru folosire generală. Pentru un anumit cost de licențiere(sau uneori gratuit) puteți selecta oricare din aceste imagini pentru a le folosi în proiectul dumneavoastră.



De reținut!

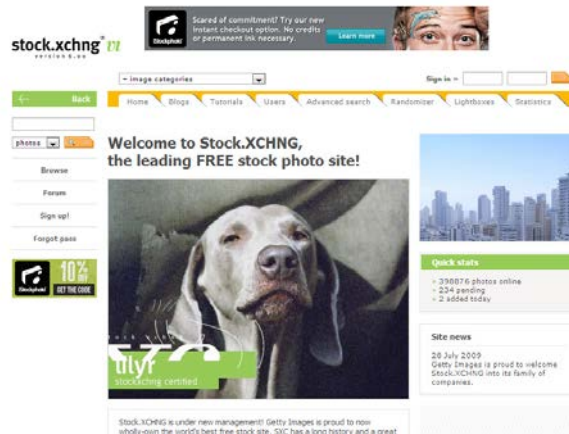
Întotdeauna căutați ghidurile de utilizare a imaginilor

Chiar dacă o imagine este etichetată ca fiind fără restricții, trebuie să vă asigurați că folosirea sa intră în regulile de utilizare oferite pe site. Ghidurile de utilizare pentru fiecare sursă de fotografie de stoc diferă, așa că asigurați-vă că știți regulile înainte de a începe să căutați imagini. Unele galerii restricționează folosirea imaginilor la utilizarea în scop personal sau non-comercial



Aplicație!

Explorați galeria de imagini gratuite Stock.XCHNG



Imagini fără redevențe(royalties) – sunt imagini care nu se oferă gratuit. O astfel de licență vă oferă posibilitatea să plătiți un singur tarif pe imagine. Plata cumpără practic dreptul de a folosi acea imagine și pentru alte proiecte și clienți, fără a plăti costuri de licențiere suplimentare, numite redevențe.



Aplicație!

Explorați galeria iStockphoto, galerie care permite oricui să posteze spre vânzare fotografii, ilustrații chiar și fișiere audio și video



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VĂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VĂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Imagini cu drepturi gestionate – imagini care după ce au fost cumpărate nu mai pot fi cumpărate de un alt client (devin parte din portofoliul dumneavoastră). Cei mai mulți ofertanți de fotografii de stoc oferă acest tip de licențiere pentru imaginile lor exclusive, de exemplu: Corbis, Getty Images, Jupiterimages. Fotografii care se încadrează în acest tip de licențiere sunt de obicei de calitate profesională.



Aplicație!

Căutați o fotografie în baza de date TinEye. Ce observați?

c) Angajați un profesionist

Dacă plănuți să angajați un fotograf profesionist care să facă această muncă, fiți siguri că veți găsi pe cineva care are experiență cu fotografia comercială și tipurile de imagini pe care le căutați. Mergeți pe recomandări!



De reținut!

Înainte de a alege o imagine sau o ilustrație pentru a o include în layout sau în conținutul unui site, puneți-vă următoarele trei întrebări:

- Este relevantă?
- Este interesantă?
- Este atrăgătoare?

Ce înseamnă Google Ganking?

Atunci când navigăm pe Internet și ne inspiră o imagine, o descărcăm, o tăiem și o prelucrăm în Photoshop se numește Google Ganking.

Site-urile de fotografii gen Picasa, Flickr oferă clienților lor, posibilitatea selectării la postare sub ce licență se încarcă Copyright sau Creative Commons. Licențele CC permit descărcarea pozelor gratuit dar obligă să se precizeze minim numele autorului.



Aplicație

Accesați site-ul CreativeCommons.org. Analizați toate tipurile de licențe oferite.
Căutați o imagine în Picasa sau Flickr care să fie sub incidența licenței Creative Commons

Ce înseamnă Hotlinking?

Hotlinking este atunci când pe un site sunt afișate anumite imagini gestionate/afișate pe un alt site. În acest caz găsim 2 nereguli: nerespectarea dreptului de autor, furtul de lățime de bandă a site-ului unde sunt stocate imaginile

XIV.3.2 Icon-uri și Social Media

Iconurile reprezintă o modalitate foarte bună de a accelera navigarea on-line, prin reprezentarea unor idei sau informații, de multe ori complexe, într-o singură și simplă imagine.

Iconurile au fost folosite inițial pe computere pentru a semnala obiecte tehnice, cum ar fi fișiere și directoare sau unități hard disk. De atunci, inovațiile tehnologice, cum ar fi instrumentele grafice, rezoluțiile îmbunătățite și plăcile grafice din ce în ce mai sofisticate au contribuit la transformarea

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

iconurilor într-un subiect important în era computerelor moderne.

La începutul dezvoltării browserelor web, iconurile au fost folosite pentru navigare: un clic pe aceste mici și atractive imagini era mult mai prietenos decât să derulezi printr-un text plictisitor.

Cele mai recente dezvoltări au extins orizontul iconurilor către smartphone-urile moderne: este dificil să-ți imaginezi o aplicație mobilă modernă, de succes, care să nu aibă o pictogramă drăguță. Astăzi, designerii au de departe mai multă libertate de creație în ceea ce privește numărul de culori și forme utilizate decât era posibil acum câțiva ani.


Exemple:



Un icon deosebit poate face diferența între succes și eșec atunci când vine vorba despre propriul site. Sfat: Fiți creativi. Designul de iconuri poate fi unul dintre cele mai plăcute domenii ale designului grafic. Forme libere, culori luminoase, sclipici, lumini și umbre pot fi folosite pentru a converti o imagine simplă într-o mică piesă de artă.



De reținut!

Este util să includeți icon-uri către conturile dumneavoastră de Social Media (Facebook, LinkedIn, Twitter etc) dar icon-uri pentru site-urile de bookmark colaborativ (delicious , magnolia, digg etc). Acest lucru ne creează vizibilitate dar și un pagerank mai mare (în funcție de numărul de accesări-vizitatori)

Toate pictogramele trebuie să comunice o acțiune, să-i spună clar utilizatorului ce să facă. A realiza acest lucru printr-un obiect de dimensiuni mici constituie o provocare pentru orice designer, deci grija pentru detalii este foarte importantă.

XIV.3.3 Măriți relevanța site-ului dumneavoastră pentru motoarele de căutare¹⁶

Odată, demult, toate drumurile duceau la Roma. Acum toate drumurile pornesc de la Google. Toată cunoașterea digitală a lumii se poate accesa printr-o căutare. Google definește prezența ta pe Internet. Cei mai mulți te vor găsi (dacă site-ul este optimizat) după ce vor pune o întrebare pe Google.

Căutările pot fi clasificate organice(naturale) sau plătite. Rezultatele organice sunt cele care apar în mod natural în paginile cu rezultate din motoarele de căutare (Search Engine Result Page) și rezultatele bine plasate depind atât de construcția tehnică a site-ului, cât și de conținutul acestuia.

Rezultatele plătite, menționate adesea ca Pay Per Click sau PPC, sunt rezultatele pentru care plătesc

¹⁶ Tehnici WEB Design- Chip KOMPAKT-Margaret Manning



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



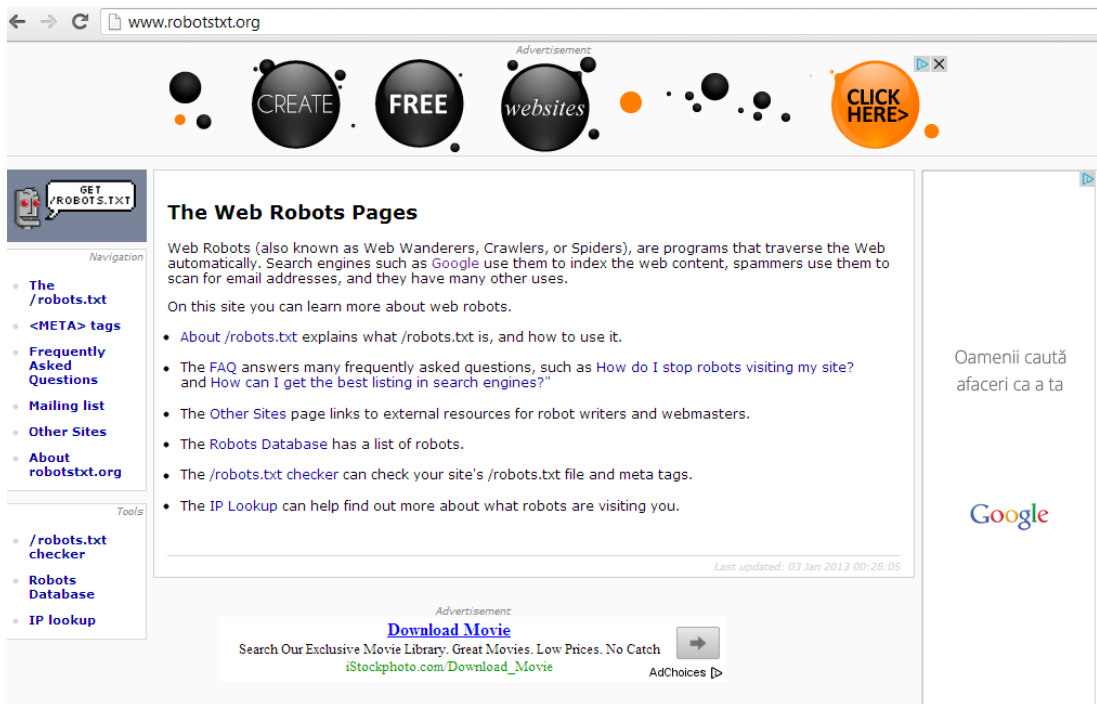
GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

proprietarii de site-uri și care de obicei înconjoară listele organice. Motoarele de căutare indexează web-ul folosind clustere mari de computer, cunoscute ca boți, care străbat web-ul în lung și lat prin urmărirea link-urilor găsite pe paginile web. Aceste URL-uri sunt puse în indecșii motoarelor de căutare, iar acest index este interogat de fiecare dată când un utilizator efectuează o căutare.



SEO-Search Engine Optimisation devine din ce în ce mai important pentru site deoarece această optimizare îmbunătățește performanța plasării în listele organice.

SEO organic poate fi împărțit mai departe în două categorii:

- ✓ On-page – codul și conținutul pe care îl folosiți pentru a gestiona și livra paginile web
- ✓ Off-page – factori externi care afectează SEO. Aceștia se concentrează în principal pe creșterea colecției de link-uri- determinarea altor site-uri web să facă referințe la conținutul site-ului dumneavoastră

Există două metode prin care puteți să fiți descoperiți de motoarele de căutare:

- ❖ Înscrierea site-ului direct în indexul lor
 1. Google – bit.ly/1FZMn//
 2. Yahoo – bit.ly/2UbOhz
 3. Bing – bit.ly/1Tol7R
- ❖ Să așteptați ca motoarele de căutare să detecteze prin procesul de scanare (crawling)



Mai multe informații...

Dacă dorești să afli mai multe despre tehnici de optimizare pentru motoarele de căutare, vă recomandăm să citiți cartea CUM SĂ AJUNGI ÎN TOP PE GOOGLE, David Viney, Editura Meteor Press 2010



Pentru o promovare corespunzătoare trebuie să ținem cont de trei aspecte:

1. Când se crează site-ul să fie configurat pentru:

a. pagerank mare cât mai repede(Fiți sigur că nu împiedicați motoarele de căutare să vă indexeze site-

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

ul prin intermediul Robots Exclusion Protocol. Mai multe informații la bit.ly/42jsX1)

b. apariție pe Google la căutarea anumitor cuvinte cheie(aveți grijă la popularitatea, competitivitatea cuvintelor cheie și analiza tendințelor)

c. intrări cât mai multe pe site(o arhitectură cât mai clară a link-urilor interne conduce la o navigare dedicată)

Atentie! Google Analytics – care ne oferă rapoarte foarte complexe – este un serviciu gratuit.

2. Promovarea prin intermediul unor pagini ajutătoare:

- Link-uri din site-uri sociale Facebook, Twitter, LinkedIn
- Link-uri de la alte site-uri cu pagerank mare către site-ul dumneavoastră
- Site-uri care pun la dispoziție în cadrul lor o pagina dedicată afacerii dumneavoastră
- Schimburi de link-uri cu alte site-uri
- Banere pe alte site-uri către site-ul dumneavoastră (preferabil site-uri ai căror vizitatori sunt aproximativ aceeași clasă de clienți la care vă adresați și dumneavoastră)

3. Promovarea pe termen limitat

- Promovare și activitate pe Internet : concursuri, articole, newslettere
- Promovare cu Google Adwords
- Promovare prin intermediul emailurilor (atenție la legea 365/2002)
- Promovarea email to fax
- Mai nou se practica și emailuri video

Orice mod de promovare ales trebuie să urmărească ce anume trebuie modificat atât în text cât și în modul de promovare.

Atentie! Pentru email trebuie folosit un program de email tracking pentru a ști raportul de email-uri deschise, șterse, clickuri pe link-uri și cuvintele din cadrul email-ului pe care s-a dat click (astfel știm și ce serviciu e mai atractiv).

Programe care au astfel de raportari sunt <http://www.sendblaster.com/en/support/email-tracking/trackreports-real-time-e-mail-monitoring>; <http://mailchimp.com/>



Rețineți - pentru motorul Google

Unelte care vă ajută la analizarea performanței actuale SEO și cum să o îmbunătățiți

❖ Instrumente online

- ✓ Instrumente Google Webmaster – acces direct la diagnosticele Google asupra site-ului
- ✓ Instrumente Google Keyword - oferă volumele lunare de căutare pentru cuvintele cheie
- ✓ Google Insights for Search – puteți compara volumul tiparelor de căutare pentru anumite regiuni, categorii, perioade de timp
- ✓ SEO Moz Term Extractor- verificați dacă paginile web sunt optimizate corect pentru cuvinte cheie și termenii de căutare

❖ Lecturi esențiale

- ✓ Google SEO Starter Guide
- ✓ Google Webmaster Guidelines



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismă Intermedie Regională
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

XIV.3.4 Site-uri utile

<http://tinyurl.com/>

Acesta este un site care ne ajută să scurtăm adresa URL a site-ului nostru



<http://www.videotutorial.ro/>

Acest site este unul dintre cele mai bune din România în ceea ce privește tutorialele video. Acesta conține filmulețe cu o claritate foarte bună (folosind Camtasia), explicate în limba română, și oferă soluții pentru cele mai noi sisteme de operare, de la cele mai banale lucruri până la lucruri mai complicate.



Ultimele tutoriale

- + Cum se conectează un modem 3G la router, pentru backup la net – tutorial video
- + Cum se copiază DVD-urile originale cu protecție, pe hard disk – tutorial video
- + Cum putem strânge bani online pentru un proiect sau o cauză – tutorial video
- + Descărcare și instalare Internet Explorer 10 pe Windows 7, ce este nou – tutorial video
- + Cum se sparge o rețea wireless WPA, WPA2 sau WEP cu BackTrack – tutorial video
- + Mai multe tutoriale din ultimele postate

Categoria Hardware

- + Tabletele cu Windows 8, care sunt diferențele și ce trebuie să alegem – tutorial video
- + Configurare sistem home and office la doar 1000 de lei – tutorial video
- + Cum să ne alegem un laptop accesibil de ultima generație – tutorial video
- + Configurare sistem accesibil și performant cu posibilitatea de upgrade ulterior – tutorial video
- + Configuratie pentru jocuri, AMD cu 8 nuclee și Nvidia GTX 660 – tutorial video
- + Mai multe tutoriale din această categorie

Figura: captură cu ultimele tutoriale încărcate pe site-ul Videotutorial



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PENSIUNILOR VÂRSTNICE
AMPOSORU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PENSIUNILOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Resurse Suflete

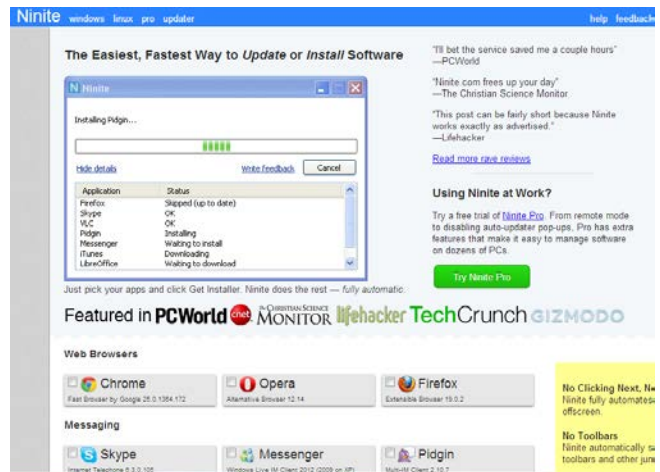


UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

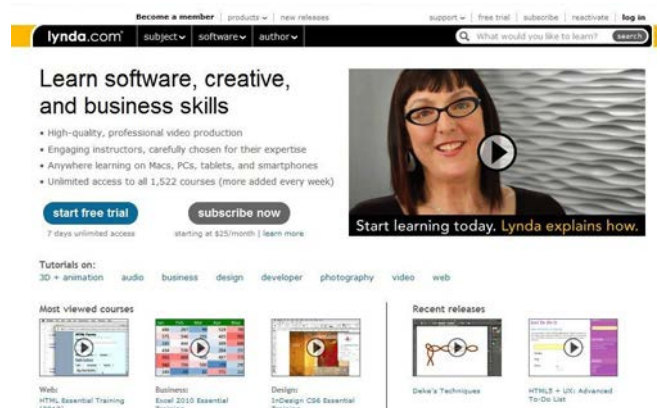
Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

<http://ninite.com/>

Un site util după instalarea sistemului de operare. Acest site permite să selectăm toate aplicațiile necesare și instalarea concomitentă.



<http://www.lynda.com/> o mulțime de tutoriale, cursuri



Site-uri de conversie pdf ↔ word

<http://www.pdfword.com/>

<http://document.online-convert.com/>

<http://www.wordtopdf.com/>

XIV.3.5 Poll-uri

Utilitatea sondajelor este de deja de necontestat; ele sunt folosite în toate domeniile, pentru diferite scopuri. Atu-ul principal al sondajelor online este faptul că pot cuprinde foarte mulți oameni într-un timp foarte scurt. Dacă se folosește un program online specializat costurile de creare sunt practic zero. Și, spre deosebire de sondajele normale, rezultatele sondajelor online sunt imediate; de fiecare dată când votează cineva informația este updata-tă și trimisă creatorului sondajului. Ba mai mult se poate crea și un feed-back în timp real cu utilizatorii care votează în anumite sondaje.

Site-uri care oferă API-uri integrate de creare sondaje online sunt destul de multe. Printre cele mai bune am identificat 3 site-uri:

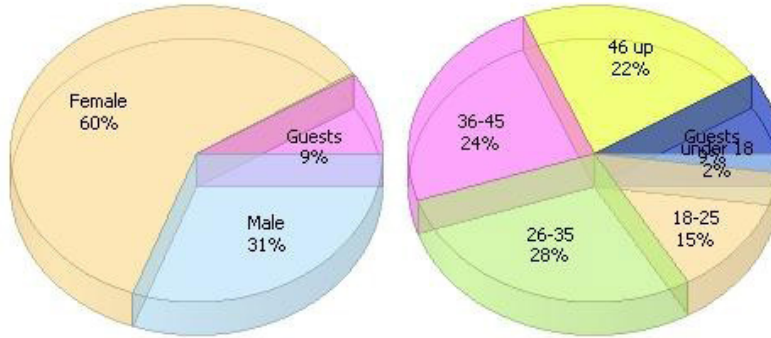
- <http://www.ask500people.com>
- <http://www.poll daddy.com>
- <http://www.toluna.com>

Fiecare are plusurile și minusurile lui. Deoarece spațiul nu-mi permite o detaliere prea avansată a fiecărui site o să prezint pe scurt rezultatele folosind aceleași sondaj. De exemplu

• *toluna.com* arată și rezultate demografice (vârstă etc); dacă cei intervievați au cont la *toluna.com* sau au vrut să completeze un formular rapid

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

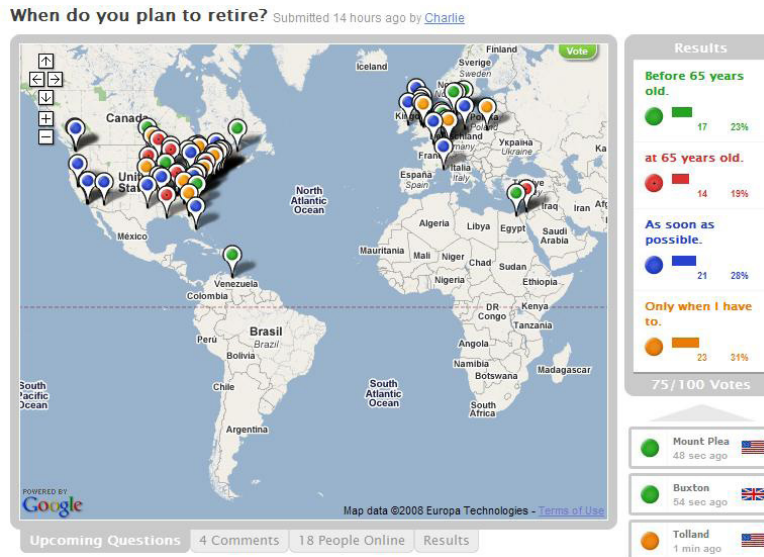
Q: Do you wear glasses? (32623 Votes)



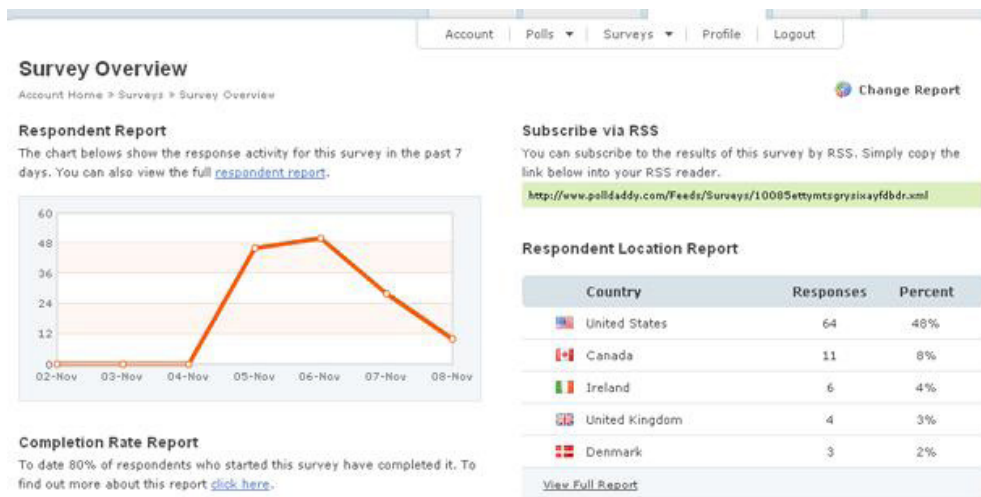
A1: Yes (19210 Votes) ↓

A2: No (13413 Votes) ↓

- ask500.com arata și rezultate geografice (locația pe glob); acest lucru se face automat folosindu-se de IP-ul celui care a participat la sondaj



- polladdy.com arata rezultate obținute de-a lungul timpului precum și locația pe glob a intervievaților;



Pentru feedback-uri complexe și/sau chestionare online vă recomandăm <http://www.surveymonkey.com> și <https://docs.google.com> – Form

Choose response destination View live form

Page 1 of 1

Antreprenoriat

Va multumim pentru inscrierea la programul de formare COMPETENTE ANTREPRENORIALE din cadrul proiectului POSDRU 92/3.1/S/62353 "Dezvoltarea competentelor antreprenoriale - o alternativa eficienta de adaptare la piata muncii in societatea informationala"

Untitled Question

Option 1

Add item

Confirmation Page

Confirmation message

Your response has been recorded.

Show link to submit another response

XIV.3.6 Pertinența și relevanța informațiilor accesate

Dezvoltarea Internetului, miliardele de documente de pe World Wide Web, dar și modul în care colectam informațiile navigând sau apelând la motoare de căutare, au schimbat modul de realizare a unei lucrări, fie ea de cercetare, fie eseu școlăresc. Permițând includerea simplă (*cut&paste*) a fragmentelor din alte texte, simplificand și ușurând plagiatul, dar îngreunând depistarea sa. Plagiatul bazat pe texte din rețea este acum numit *plagiat online*.

PLAGIĂ, plagiez, vb.. A-si însusi, a copia total sau partial ideile, operele etc. cuiva, prezentandu-le drept creatii personale; a comite un furt literar, artistic sau stiintific.

Plagiatorul este cel care comite actiunea de a plagia.

Problemă plagiatului și a utilizării incorecte - ilegale a documentelor de pe Web, preocupă nu numai educatorii. Cel mai des este vorba doar de o necunoaștere a modului în care trebuie citat un text, mai ales pe Internet. Plagiatul poate fi ușor evitat: prin citarea corectă, prin mulțumiri adresate autorului și prin sprijinul acordat cititorului pentru a găsi textul original (legături spre URL-ul respectiv).

Soft-uri destinate pentru combaterea plagiatului în licee / universități există dar se utilizează în puține locuri. Aceste programe combat eficient practicile neloiale din orice științe, din lucrările oricăror profesori și mai ales din oricare lucrări de licență, disertație și doctorat.

Un astfel de soft disponibil pentru verificarea textelor online este: strike plagiarism și are următoarele avantaje:

- ✓ Posibilitatea de a supune mai multe texte spre analiză;
- ✓ Protejarea originalității a textului deja verificat;
- ✓ Fiecare lucrare verificată va fi stocată în sistem și ulterior comparată cu noile texte date spre analiză;
- ✓ Condiții flexibile privind cantitatea documentelor solicitate a fi verificate;
- ✓ Condiții flexibile privind timpul scurs în verificarea documentelor;
- ✓ Proceduri acurate de verificare a textelor.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organism Intermedie Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Site-ul oferă abonamente pentru universități, edituri, clienți individuali, dar și deținătorilor de portaluri Internet.

Alte softuri renumite: **The Turnitin WriteCycle** (cu peste 10 milioane de pagini adunate și arhivate) și **iThenticate Content Protection** (utilizat în peste 9500 de instituții academice) se utilizează cu succes în alte universități prestigioase.

Cum puteti să îi depistați pe plagiatori?¹⁷

Sunt valabile cateva servicii online care va ajuta sa dati de urma plagiatorilor (daca e cazul):

- **FairShare** (<https://fairshare.attributor.com/fairshare/>) este un serviciu care vă monitorizează feed-ul și scanează conținutul duplicat. Adăugați adresa feed-ului dumneavoastră spre a fi monitorizată și apoi vi se oferă sub formă de flux rss informații și statistici referitoare la reutilizarea sau plagierea articolelor dumneavoastră.
- **Copyscape** (<http://www.copyscape.com/>) este tot un serviciu online în care puteți introduce anumite link-uri și vi se vor arată alte pagini cu conținut similar. În principiu acest serviciu este cu plată, dar poate fi utilizat cu restricții gratuit. Este o metodă mai lentă de a afla informații însă utilă când dorim mai multe informații decât ne oferă Fairshare.
- **ArticleChecker** (<http://www.articlechecker.com/>) va ajuta să căutați rezultate similare atât pentru anumite fragmente de text cât și pentru pagini întregi. Se poate dovedi de folos uneori.
- **Plagiarism Checker** (<http://www.dustball.com/cs/plagiarism.checker/>) este similar ArticleChecker. uneori se poate dovedi util.
- Motoarele de căutare vă pot oferi informații prețioase. Căutând paragrafe folosind motoarele de căutare veți afla dacă sunteți singurul care ați scris ceva anume.

Ce faceți când constatați plagiatul?

Înștiințați plagiatorul că ați descoperit "fapta". Rugați-l respectuos să pună link către sursă altfel să le scoată de pe site. Dacă nu se corectează greșeala (introducerea referinței/citării sau ștergerea informației), iată ce măsuri puteți lua în continuare:

Raportarea plagiatorului la motoarele de căutare. Fără „sprijinul” motoarelor de căutare traficul site-ului dovedit „vinovat” va scădea foarte mult.

Raportarea la serviciul de hosting, advertiseri, parteneri, etc. Conținutul duplicat este sancționat de multe servicii de publicitate și în general nimeni nu dorește să aibă de-a face cu plagiatori, decât poate alți plagiatori.

Acțiunea în instanță. Această acțiune este de lungă durată și costisitoare iar conform legislației care este foarte permisibilă, este foarte greu să dovedești acțiunea de plagiat.

17 <http://foodblogcommunity.blogspot.com/>



Aplicație

O lectură suplimentară pe care o recomand, asupra sensului și implicațiilor plagiatului, cu numeroase exemple, cu sfaturi pentru evitarea sa, apare în setul de cursuri de la Indiana University Bloomington, intitulat *Writing Tutorial Services - WTS*, anume *Plagiarism: What It is and How to Recognize and Avoid It?*. (<http://www.indiana.edu/~wts/pamphlets.shtml>)

Căutați și analizați statisticile oferite de universități despre plagiat

XIV.4 Tips & Tricks

1. Căutați să faceți o bună impresie cu prima pagină . Aceasta trebuie să fie deosebit de atractivă și interesantă și să arate în mod clar ce conține restul sitului. Nu uitați că dispuneți de aproximativ 15 secunde pentru a capta atenția cititorilor.
2. Site-ul trebuie să fie unitar și ușor de recunoscut , în comparație cu alte publicații similare .
3. Folosiți elemente de proiectare care să permită vizualizarea normală a paginii și în browsere mai vechi dar și pentru telefoane smart.
4. Stilul de scriere (felul fonturilor , dimensiunea , culorile , etc.) trebuie să fie similar pentru toate paginile. În acest fel , cititorul se va familiariza mai ușor cu paginile pe care le-ați creat. Atenție! Un text pe ecranul monitorului se va citi mai greu și mai încet (în medie cu 20%) decât textul tipărit.
5. Folositi fișiere css pentru formatarea textului. Puteți schimba astfel foarte ușor formatarea întregului site iar mărimea paginilor se micșorează.
6. Folosiți imaginile pentru sublinierea unui text sau al mesajului transmis de o pagină web. Este recomandat să includeți însă numai imaginile absolut necesare și care sunt într-adevăr valoroase.
7. Trebuie să existe un echilibru între text și imagini. Este greu de parcurs atât o pagină numai text, cât și o pagină plină de imagini.
8. Pentru că toate informațiile să fie prezentate într-un mod atractiv și original , o pagină web poate să fie simplă sau împărțită în : cadre; tabele simple, multiple sau imbricate; o combinație a acestor elemente
9. Să existe un meniu de navigare bine structurat (meniul principal trebuie să furnizeze trimeri rapide și directe la secțiunile și informațiile disponibile dintr-un sit web). Schemele de navigare cele mai des întâlnite sunt următoarele : legături text; butoane de navigare, meniuri de tip listă derulantă; hărți grafice, harta site-ului etc.
10. Linkurile către pagini externe trebuie să se deschidă într-o fereastră nouă. Orice link care nu duce vizitatorul direct către o pagină a site-ului dvs. trebuie să se deschidă într-o fereastră nouă. Această permite vizitatorului posibilitatea de a rămâne pe site, prin simpla închidere a ferestrei noi, după ce respectiva pagină a fost parcursă.
11. Dacă se folosesc fișiere audio să se respecte standardele multimedia: WAV ,AU și MIDI . MIDI reprezintă cel mai potrivit format audio pentru web. Atenție! Folosirea unor fișiere multimedia duce la creșterea substanțială a perioadei de încărcare a paginii web
12. Efectele speciale (animațiile, textele care clipesc sau care defilează, Javascript-urile, applet-urile Java, tehnologiile Flash sau Shockwave) dau o notă spectaculoasă paginilor web dar trebuiesc folosite cu precauție. Trebuie ținut cont de faptul că toate aceste componente adiționale, vor fi încărcate în timp ce este accesată pagina web , ceea ce va duce implicit la creșterea timpului de încărcare a paginii.
13. Folosirea appleturilor Java sau Java-scripturilor oferă posibilitatea furnizării unor animații complexe sau a unei interactivități sporite în relația cu vizitatorii. Folosirea abuzivă a acestor elemente este însă riscantă deoarece nu toate browserele suportă Java sau Javascript (pot apărea probleme de securitate datorate dezactivării opțiunilor de rulare a appletelor Java).
14. Trebuie să existe o cât mai rapidă comunicare între proprietarul unui site web și vizitatorii



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

acestui. Astfel, una dintre secțiunile existente într-un site web ar trebui să încurajeze vizitatorii să scrie proprietarului (spre exemplu prin e-mail: Outlook Express, Netscape Messenger, Eudora Light, Pegasus; prin formulare).

15. În general este bine să aveți datele de contact pe fiecare pagină a site-ului. Astfel, dacă utilizatorul vă salvează pagină va putea găsi un număr de telefon sau o adresă fără să fie nevoit să se conecteze din nou la Internet.
16. Atenție! Există un risc dacă afișăm pe pagina web adresa de mail. Acesta poate fi un mod de a primi spam. Există programe făcute special pentru a naviga și caută adrese de email pe internet. Ele caută în codul html text de formă nume@domeniu.ro și le adaugă un bază de date. Dacă totuși doriți să afișați adresa de e-mail există mai multe metode de a împiedică aceste programe să citească adresa de email:

- în loc de text afișați utilizatorilor o poză cu adresa sau porțiuni.

- folosiți javascript pentru afișarea adresei de mail:

```
<script type="text/javascript">
<!--var un = „nume”;
var hn = „domeniu.ro”;
document.write(„<a href=" + „mail” + „to:” + un + „@” + hn + „,” + un + „@” + hn +
„</a>”) <br>
//-->
</script>
```

Internetul este într-o expansiune continuă, dar majoritatea paginilor web sunt de calitate foarte slabă atât ca design cât și ca structură cu toate că conținutul poate fi de calitate. Când construiți un web site, gândiți-vă la un „office” virtual. Un web site poate primi un număr nelimitat de vizitatori, practic în același timp. Printre ei se află prieteni, viitorii clienți și parteneri. De aceea designul, conținutul, funcționalitatea și grafica lui trebuie să fie ireproșabile. O execuție profesională inspiră încredere și adaugă valoare.

XV. MAGAZINE ONLINE

Odată cu creșterea performanțelor și facilităților Internet, comerțul electronic a captat interesul consumatorilor individuali și al companiilor de orice mărime și preocupări. Mai mult decât atât, cu tehnologiile avansate disponibile acum, se vorbește tot mai mult de Economia Digitală (DE- Digital Economy)



Ideea de bază este că prin comerțul electronic putem realiza schimburi de idei, de bunuri, de cunoștințe pe lângă simpla vânzare/cumpărare de produse și servicii. Tehnologiile comerțului electronic pot fi folosite pentru a conduce o afacere utilizând pentru comunicare Internetul, Intranet-uri sau alte rețele de calculatoare.

În comparație cu metodele tradiționale utilizate în realizarea de vânzare-cumpărare, magazinele virtuale prezintă o serie de **avantaje**:

- Se poate face comerț 24 de ore din 24, 7 zile pe săptămână fără a avea cheltuieli suplimentare cu chiria, întreținerea sau salariile angajaților unui magazin clasic
- Atât furnizorii cât și clienții nu sunt restricționați geografic (deci se pot vinde servicii și produse oriunde în lume)
- Investiții cu cost redus pentru publicitatea magazinului datorită prețurilor mici ale reclamelor pe Internet
- Întreținere ușoară a websiteului (actualizarea regulată a ofertei, stocului-existența unui modul de administrare ușor utilizabil)
- Vânzarea se face direct la clienți eliminându-se comisioanele de detailist, angrosist
- Simplu de extins. O mică „gheretă” online în doar câteva zile poate fi transformată într-un hipermarket.
- Clienți convenabili. De Internet se folosesc persoanele cu capacitate de cumpărare bună, or, dacă ai calculator și Internet, înseamnă că ai și bani pentru cumpărături. În viața reală nu există o asemenea selecție naturală. În schimb, se vor găsi destui doritori pur și simplu de a privi, măsura sau proba mărfurile, sau de a schimba câteva vorbe

Dezavantaje

- Marfa nu poate fi pipăită, mirosită sau probată. Este cel mai mare dezavantaj al unui magazin online. Nu pot fi vândute fructe, legume, carne și pește, deoarece majoritatea oamenilor preferă să aleagă aceste produse reieșind din preferințele proprii, verificând calitatea pe loc. De asemenea, mai puțin solicitate sunt îmbrăcămintea și încălțămintea, deoarece virtual este foarte greu de ales mărimea potrivită. Însă trebuie de menționat, că unele magazine online au început să ofere serviciul „probarea la domiciliu” – clientul selectează câteva articole și atunci când vine curierul alege modelul potrivit. În cazul în care nu s-a potrivit nimic este achitat doar serviciul curierului.
- Marfa nu poate fi procurată imediat. Nu poți intra într-un magazin online pentru a cumpăra gumă de mestecat sau o sticlă cu apă. Din momentul efectuării comenzii până la livrare trec de la câteva ore până la câteva zile.
- Neîncrederea. Nivelul de încredere față de Internet este destul de jos, deoarece prin rețeaua globală este cel mai ușor de înșelat. Aici nu există director sau manager, cărora ulterior le poți cere socoteală. În plus, în spațiul postsovietic lumea are mai multă încredere doar în ceea ce poți controla fizic, spre deosebire de Occident, unde mentalitatea oamenilor se schimbă și nivelul de încredere față de magazinele online este în creștere, spre bucuria oamenilor de afaceri.
- Puține cumpărături. Majoritatea mărfurilor procurate în magazinele obișnuite sunt cumpărate din dorință spontană. Astfel, mergeți în capătul magazinului după pâine, iar pe drum mai aruncați în coș semințe, bomboane și alte mărunțișuri frumos ambalate, care se oferă cu reduceri de preț. La procurarea mărfurilor în magazinele online clientul are timp pentru a se gândi, pentru a verifica coșul și a se consulta cu familia, iar în cosecință – pentru a renunța la jumătate din produse.



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

- Numărul limitat de utilizatori. Mărfurile sunt accesibile doar utilizatorilor de Internet, iar aceasta înseamnă că vor apărea probleme cu cumpărătorii în vârstă. Și asta chiar dacă această categorie de cetățeni cheltuie mult și deseori face cumpărături pentru întreaga familie.

Acest întreg sistem electronic de vânzare-cumpărare este construit pe îmbinarea a patru elemente care joacă fiecare un rol bine definit:

- Client – un echipament clasic, un PC, conectat direct sau indirect la Internet(cumpărătorul folosește acest echipament pentru a naviga și a face cumpărături)
- Comerciant – sistem informatic (hard & soft), situat de regulă la sediul comerciantului, care găzduiește și actualizează catalogul electronic de produse disponibile a fi comandate electronic/on-line pe Internet
- Sistemul Tranzacțional- sistemul informatic (hard & soft), responsabil cu procesarea comenzilor, inițierea plăților, evidența înregistrărilor și a altor aspecte de business implicate în procesul de tranzacționare;
- Dispecer plăți (payment Gateway) – sistemul informatic responsabil cu transferul instrucțiunilor de plată în interiorul rețelelor financiar-bancare, cu verificarea cărților de credit și autorizarea plăților.

Acest sistem joacă rolul unei porți care face legătura dintre rețeaua globală Internet și subrețeaua financiar-bancară(supusă unor cerințe de securitate sporite), poartă prin care accesul este controlat de un *portar*(gatekeeper).

Pe baza informațiilor specifice cărții de credit (tip_card, nr_card) din instrucțiunile de plată, *portarul* redirecționează informația către un centru de carduri (un server certificat în acest scop și agreat de banca emitentă). Odată informațiile ajunse în rețeaua băncii cu care lucrează cumpărătorul, sunt efectuate automat o serie de verificări privind autenticitatea și soldul disponibil în contul cardului implicat în tranzacție. În funcție de rezultatul acestor verificări, banca decide fie efectuarea plății, fie refuză să facă această plată. În ambele cazuri, rezultatul deciziei(confirmare plată sau refuz) este trimis în timp real, parcurgând acest lanț de servere în sens invers, către client. Cu alte cuvinte, în câteva secunde cumpărătorul află dacă banca a operat plata sau nu.

Principalele bariere în dezvoltarea comerțului electronic rămân problemele legate de securitate și încredere. Clienții manifestă temeri în ceea ce privește furtul cardurilor de credit (clonarea lor), a confidențialității datelor personale etc.

Multe organizații nu au adoptat modelul electronic potrivit pentru derularea comerțului electronic, sau întâmpină dificultăți în integrarea comenzilor și a informațiilor culese on-line în activitatea curentă a firmei. Cu toate acestea, este o certitudine faptul că numărul clienților magazinelor electronice și a organizațiilor care adoptă soluțiile comerțului electronic este în creștere



Aplicație

Un magazin online își permite un personal redus. Care este minimul de personal angajat și ce atribuții/responsabilități au?

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

Exemplu 1. EMAG

<http://www.emag.ro/>

Exemplu 2. Bursa de print

<http://www.bursadeprint.ro/>



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSONELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICA
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

- [1] ***, Creating a logo, http://product.corel.com/en/draw/10/tutorials/draw/html_docs/logo/d_lgo_01.htm
- [2] Arfa Mirza (2010), Logo - Its Elements and Inevitable Importance for your Business, <http://www.dzinepress.com/2010/07/logo-%E2%80%93-its-elements-and-inevitable-importance-for-your-business/>
- [3] Brut, Mihaela (2006), Instrumente pentru e-learning. Ghidul informatic al profesorului modern, Editura Polirom, Iași
- [4] Brut, Mihaela, An open – source Proposal for Educational Web Site Development, Proceedings of the RoEduNet International Conference on Net Working in Education and Research, Iași, June 2003
- [5] Brut, Mihaela, Instruire asistată de calculator (curs Web), Iași, 2004 <http://www.infoiasi.ro/mihaela/teach/courses/iac/>
- [6] Craina – Sanda (2006), Tehnologia informației. Computerul în activitatea educațională dincolo de ora de curs, Ministerul Educației și Cercetării, Proiectul pentru învățământul rural, București
- [7] Diasio, S., Agell, N. (2009) „The evolution of expertise in decision support technologies: A challenge for organizations,” cscwd, pp. 692–697, 13th International Conference on Computer Supported Cooperative Work in Design, 2009. <http://www.computer.org/portal/web/csdl/doi/10.1109/CSCWD.2009.4968139>
- [8] Efraim Turban, Jay E. Aronson, Ting-Peng Liang (2008). Decision Support Systems and Intelligent Systems. p. 574.
- [9] Evelson, Boris (April 29, 2010). „Want to know what Forrester’s lead data analysts are thinking about BI and the data domain?”. http://blogs.forrester.com/boris_evelson/10-04-29-want_know_what_forrester_lead_data_analysts_are_thinking_about_bi_and_data_domain.
- [10] Evelson, Boris (November 21, 2008). „Topic Overview: Business Intelligence”. http://www.forrester.com/rb/Research/topic_overview_business_intelligence/q/id/39218/t/2.
- [11] G. Gha, COVA: A System for Content – Based Distance Learning, CDROM Proceedings of the 11 th International Word – Wide Web Conference, Hawaii, USA, May, 2002: <http://www2002.org/CDROM/alternate/683/>
- [12] Gabriela Grosseck, iGOOGLE, Universitatea de Vest din Timisoara, Facultatea de Sociologie si Psihologie, Psihologie, <http://oradeinfo.edublogs.org>
- [13] Gachet, A. (2004). Building Model-Driven Decision Support Systems with Dicodess. Zurich, VDF.
- [14] Gavotă, Mihai (2004), Noi deschideri în învățământul universitar. Premise și soluții informatice, Editura Licorna, București
- [15] H.P Education Service, <http://www.hp.com/education/>
- [16] Haettenschwiler, P. (1999). Neues anwenderfreundliches Konzept der Entscheidungsunterstützung. Gutes Entscheiden in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Zurich, vdf Hochschulverlag AG: 189-208.
- [17] <http://chronicle.com/free/2002/11/2002112001t.htm>
- [18] <http://mybusiness.md>
- [19] <http://cyber.law.harvard.edu/rss/index.html>
- [20] <http://edutech.msu.edu/online/GoogleDocs/GoogleDocs.html>
- [21] <http://foodblogcommunity.blogspot.com/>
- [22] <http://ro.wordpress.com/>
- [23] <http://trinitin.com/>
- [24] <http://www.computerica.ro>
- [25] <http://www.go2web20.net/>
- [26] <http://www.joomla.ro>
- [27] <http://www.plagiat.pl>
- [28] <http://mariussescu.ro>



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTNICE
Organismul Intermedier Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



UNIVERSITATEA POLITEHNICĂ
DIN BUCUREȘTI

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013
Investește în oameni!**

- [29] <http://www.timsoft.ro/ejournal/plagiat.html>
- [30] Michael Alexander and John Walkenbach (2010) - Excel® Dashboards & Reports - Published by Wiley Publishing, Inc. (Chapters 3 – 8)
- [31] Maxim Cornelia (2010)- Instrumente Office pentru mediul de comunicare. Ed. Comunicare.ro
- [32] Power, D. J. (2002). Decision support systems: concepts and resources for managers. Westport, Conn., Quorum Books.
- [33] Rajasegar Chandiran (2011), How to create a Vintage style Logo in Inkscape, <http://hangaroundtheweb.com/2011/06/how-to-create-a-vintage-style-logo-in-inkscape/>
- [34] Swain Scheps „Business Intelligence For Dummies”, 2008, ISBN 978-0-470-12726-0
- [35] Vukan Karadyic (2011), The Complete Guide to Logo Design, <http://www.elogodesign.com/resources/complete-guide-logo-design.htm>