

INFORMATIKA

VA AXBOROT

TEXNOLOGIYALARI

8-SINF



INFORMATIKA

VA AXBOROT TEXNOLOGIYALARI

8-SINF

Umumiy oʻrta taʼlim maktablarining 8-sinfi uchun darslik

Oʻzbekiston Respublikasi Xalq taʼlimi vazirligi
tomonidan tavsiya etilgan

«NASHRIYOT UYI TASVIR»

TOSHKENT – 2020

UO'K 004(075.3)
KBK 32.810'zb-72

Φ 20

Fayziyeva M. R.

“Informatika va axborot texnologiyalari”: umumiy oʻrta taʼlim maktablarining 8-sinfi uchun darslik: M. R. Fayziyeva, D. M. Sayfurov. - Toshkent: “Tasvir”, 2020. - 112 b.

Professor F. M. Zakirovaning umumiy tahriri ostida.

Taqrizchilar:

A. B. Radjiyev – Abdulla Avloniy nomidagi Xalq taʼlimi tizimi rahbar va mutaxassis xodimlarini qayta tayyorlash va malakasini oshirish instituti rektori;

S. Q. Tursunov – Nizomiy nomidagi TDPU “Informatika va uni oʻqitish metodikasi kafedrası” mudiri, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent;

F. R. Tursunova – Toshkent shahar XTXQTMOHM “Aniq va tabiiy fanlar metodikasi” kafedrası katta oʻqituvchisi;

F. H. Boltayev – Respublika taʼlim markazi “Ilgʻor pedagogik texnologiyalar va tajriba-tadqiqotlar” boʻlimi boshligʻi.

The graphic consists of three main elements: a yellow box on the left with a QR code and the text 'SCAN ME TO GET TO DIGITAL RESOURCES http://...O'ZBEK TILIDA'; a red box on the right with a warning triangle and the text 'DIQQAT! Darslikni to'ldiruvchi raqamli tashkil etuvchilarga o'tish uchun QR Code yoki Web saytdan foydalaning.'; and a yellow rounded rectangle at the bottom with the URL 'dr.rtm.uz' and a mouse cursor pointing to it.

Respublika maqsadli kitob jamgʻarmasi mablagʻlari hisobidan chop etildi.

MUNDARIJA

I BOB. SMM – IJTIMOYIY MEDIA MARKETING

SMM (Social media marketing – ijtimoiy media marketing) haqida.....	5
SMM platformalar bilan tanishish. Facebook tarmog‘i.....	9
SMM platformalar bilan tanishish. YouTube sayti.....	13
SMM platformalar bilan tanishish. Telegram tarmog‘i.....	15
SMM platformalar bilan tanishish. Instagram tarmog‘i.....	18

II BOB. SMM LOYIHALARI BILAN ISHLASH

SMMni Internet tarmog‘ida harakatlantirish.....	23
Amaliy ish.....	25
SMM asosida tadqiqot loyihalarini boshqarish. YouTube saytida kanal ochish.....	26
SMM asosida tadqiqot loyihalarini boshqarish. Facebook tarmog‘ida sahifa ochish.....	30
SMM asosida tadqiqot loyihalarini boshqarish. Telegram tarmog‘ida kanal ochish.....	33

III BOB. CMS – KONTENT BOSHQARUV TIZIMLARI

CMS (content management systems – kontentning boshqaruv tizimlari) haqida....	37
CMS platformalari bilan tanishish.....	40
Amaliy ish.....	44
CMSda maqsadga yo‘naltirilgan Web-saytlarni yaratish.....	45
Amaliy ish.....	50
Web-sayt dizayni bilan ishlash.....	51
Amaliy ish.....	53
Web-sayt tarkibi bilan ishlash.....	54
Amaliy ish.....	57

IV BOB. LMS – TA’LIMNI BOSHQARUV TIZIMLARI

LMS (Learning management systems – ta’limni boshqaruv tizimlari) haqida.....	60
LMS platformalarining turlari va vazifalari	63
Amaliy ish.....	68
LMS asosida masofaviy ta’lim olish. Moodle platformasi	69
Amaliy ish.....	71
LMS asosida masofaviy ta’lim olish. Google Classroom platformasi	72
Amaliy ish.....	74

V BOB. MOOC – OMMAVIY OCHIQ ONLAYN KURSAR

MOOC (massive open online courses – ommaviy ochiq onlayn kurslar) haqida.....	77
MOOC platformalarining turlari va vazifalari	81
Amaliy ish.....	87
MOOC asosida masofaviy ta’lim olish	88
Amaliy ish.....	91

VI BOB. WEB-FREELANCE – INTERNET ORQALI DAROMAD OLISH

Web-Freelance haqida tushuncha	94
Web-Freelance saytlari bilan tanishish.....	98
Amaliy ish.....	103
Glossariy.....	105
Foydalanilgan adabiyotlar.....	110



SMM

Social Media Marketing

I BOB. SMM – IJTIMOIIY MEDIA MARKETING

O'QUV MAQSADI

Bu bobda:

- SMM haqida qisqacha tushunchaga ega bo'lasiz;
- SMMning afzalliklari va kamchiliklari;
- SMM platformalari;
- SMM platformalari ichidan eng samaralisini qanday tanlash haqida bilib olasiz.

KO'NIKMA

Bob yakunida Siz:

- SMM platformasida ro'yxatdan o'tish;
- SMM platformalarini sozlash;
- SMM platformasida ma'lumot almashish ko'nikmalariga ega bo'lasiz.

VOSITALAR

- YouTube;
- Facebook;
- Telegram;
- Instagram.

1-dars. SMM (SOCIAL MEDIA MARKETING – IJTIMOYIY MEDIA MARKETING) HAQIDA

Internet tarmog'ining rivojlanishi hamda uning jamiyat hayotida muhim o'rin egallashi bugungi kunda jahon miqyosida keng ommalashgan ijtimoiy tarmoqlarning paydo bo'lishiga zamin yaratdi. Dunyo aholisining aksariyat qismi, shu jumladan, yoshlar o'z media mahsulotlari hamda biznes loyihalarini ijtimoiy media marketing orqali reklama qilib, daromad manbaiga ega bo'lishmoqda.

BUNI BILASIZMI?



- **SMM deganda nimani tushunasiz?**
- **Sizningcha, SMM nima uchun kerak?**
- **Brend nima?**

Ijtimoiy media ko'plab interfaol foydalanuvchilarga ega internet platforma bo'lib, u internet tarmog'i ishtirokchilari tomonidan to'ldirib boriladi. Bunday platformalar umumiy qiziqishi bir xil bo'lgan foydalanuvchilarning bitta guruh ichida o'zaro muloqot qilishiga imkon yaratadi. Ijtimoiy mediaga hamkorlikdagi blog, ijtimoiy tarmoq va boshqalar kiradi.

DIQQAT

Ijtimoiy media marketing (SMM – social media marketing) – mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilish, xaridorlarni jalb qilish hamda mahsulotlarni to'g'ridan to'g'ri sotish faoliyatini ijtimoiy medialarda amalga oshirish.



TAYANCH TUSHUNCHALAR

- **Ijtimoiy media** – ko'plab faol foydalanuvchilarga ega internet platforma.
- **SMM (ijtimoiy media marketing)** – marketing faoliyatining ijtimoiy mediada amalga oshirilishi.
- **Brend** – bir mahsulotning boshqa mahsulotlardan farqlanib turuvchi dizaynga ega belgisi.
- **Maqsadli auditoriya** – mahsulotingizni sotib olish yoki xizmatigingizdan foydalanish ehtimoli yuqori bo'lgan shaxslar.
- **Kontent** – maqsadli loyiha uchun yaratilgan sahifa, videorolik yoki tasvir.
- **Platforma** – o'zining imkoniyati va funksiyalari orqali boshqa tizimlarni yo'lga qo'yishga xizmat qiluvchi "o'zak dastur".

Millionlab foydalanuvchilar o'z vaqtining aksariyat qismini ijtimoiy tarmoqlarda o'tkazadi: maqola o'qishadi, rasm tomosha qilishadi, do'st-birodarlari bilan suhbatlashishadi. Bunday katta auditoriya marketing faoliyatini yuritish uchun eng katta yutuq hisoblanadi. Shu sababli, ijtimoiy media marketing tez sur'atlarda rivojlanib bormoqda.

SMMNING AFZALLIKLARI



- Ulkan axborot: matn, grafika, audio, video va boshqa turdagi reklama xabarlarini uzatish imkoniyati.
- Keng auditoriyaga samarali ta'sir ko'rsatish.
- Maqsadli auditoriya bilan real vaqtda muloqotni tashkil etish.
- So'rovnoma, statistika va forumlar asosida maqsadli auditoriyaning fikr-mulohazalarini o'rganish.
- Doimiy xaridor va hamkorlar bilan aloqada bo'lish va ularning talablariga javob berish.
- Mablag'ning kam sarflanishi.

SMMNING KAMCHILIKLARI



- Ko'p vaqt sarflanishi.
- Ko'p mehnat talab etilishi.
- Foydalanuvchilar bilan doimo aloqada bo'lish va ularning qiziqishlarini ushlab turish.
- Mojaroli yoki salbiy vaziyat yuzaga kelsa, obro'ga putur yetishi.
- Norasmiy va ochiq muloqot.

Ijtimoiy media marketing orqali mahsulotni tanitish va reklamani keng yoyish uchun brenddan foydalaniladi. Brend nima?

DIQQAT



Brend – raqobatchilardan farqlanish maqsadida aniq sotuvchi yoki sotuvchilar guruhi tomonidan tovar va xizmatlarini belgilash uchun qo'llaniladigan so'z, ifoda, belgi, ramz, dizaynerlik ishi yoki ularning kombinatsiyasidir (Amerika Marketing Assosiyasi – American Marketing Assosiations).



**BREND MARKETINGDAGI MUHIM TUSHUNCHADIR. BREND
BO'LMASANGIZ, MAVJUD EMASSIZ. U HOLDA SIZ KIMSIZ?
SIZ – ODDIY TOVARSIZ.**

Filip Kotler, Xalqaro marketing professori



Ijtimoiy media marketingning asosiy vazifalari:

- mahsulot brendini yaratish va uni tanitish;
- brendni mashhur qilish va unga bo'lgan qiziqishni oshirish;
- kompaniyalar saytiga tashrif buyuruvchilar sonini oshirish;
- yangi mijozlarni jalb qilish va mahsulot sotishni ko'paytirish;
- doimiy mijozlar sonini oshirish;
- mijozlar ko'magi va ochiqlik hisobiga kompaniya imijini oshirish;
- taniqli kompaniyalarning brendini tan olish;
- o'z-o'zini reklama qilish (PR);
- mijoz va foydalanuvchilarda mahsulot hamda xizmat yuzasidan paydo bo'lgan savollarga tezkorlik bilan javob berish.

TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Ijtimoiy media nima?
2. Ijtimoiy media marketing deganda nimani tushunasiz?
3. Brend nima?
4. Qanday o'zbek brendlari bilasiz?
5. Maqsadli auditoriya deganda nimani tushunasiz?
6. Ijtimoiy media marketingning qanday afzalliklari bor?
7. Ijtimoiy media marketingning qanday kamchiliklari bor?

AMALIY ISH

AMALIY TOPSHIRIQ























1. Ijtimoiy medialar orqali qanday mahsulotlar brendini yaratish va tanitish mumkin? Ularning nomlarini yozing.
2. Ijtimoiy medialar orqali qanday xizmat turlarini keng targ'ib qilish va tanitish mumkin? Ularning nomlarini yozing.
3. Brendlarning qanday turlarini bilasiz? Ularning nomlarini yozing.



I BOB. SMM – IJTIMOIY MEDIA MARKETING

4. Quyidagi brendlar nomini aniqlang va ularni yozing.

A  WALT DISNEY PICTURES	B 	C 	D 	E 
F 	G 	H 	I 	J 
P 	L 	M 	N 	Y 
T 	Q 	R 	S 	W 

5. O'zingiz yaratmoqchi bo'lgan mahsulot yoki xizmat turi haqida o'ylab ko'ring. Qanday brend ostida namoyish etgan bo'lar edingiz? G'oyalaringizni yozing.



2-dars. SMM PLATFORMALAR BILAN TANISHISH. FACEBOOK TARMOG'I

SMMda asosiy e'tibor ijtimoiy tarmoqlar orqali ma'lumot tarqatuvchi qiziqarli kontent yaratilishiga qaratiladi. Ijtimoiy tarmoqlarda ishlovchi SMM mutaxassislarining ijtimoiy marketingni rivojlantirishdagi asosiy vazifalaridan biri – ijtimoiy media platformalar bilan ishlash. O'zbekistonda SMM mutaxassislari brendni, asosan, Facebook, Telegram, Instagram, Youtube kabi ijtimoiy tarmoqlarda keng targ'ib qilish, reklama berish ishlari bilan shug'ullanishadi.

BUNI BILASIZMI?



- Facebook platformasi, asosan, qanday ma'lumotlarni tarqatish uchun ishlatiladi?
- Videoroliklarni joylashtirish uchun qaysi platformadan foydalangan ma'qul?
- Sizingcha, yaratmoqchi bo'lgan loyihangiz qaysi platformalarda ko'proq mijoz yig'a oladi?

DIQQAT



Facebook dunyodagi eng yirik ijtimoiy tarmoqlardan biri bo'lib, uning yordamida yaqinlar bilan xabarlashish, mustaqil ta'lim olish hamda biznes loyihalarni yuritish mumkin. Facebook – 2004-yilda Garvard universiteti talabasi Mark Suckerberg hamda Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, Chris Hughes tomonidan asos solingan ijtimoiy tarmoq.

ESLAB QOLING



Ijtimoiy tarmoqlarda ro'yxatdan o'tishdan avval yodingizda bo'lsin, profilingizga yuklangan barcha xabar, rasm va boshqa ma'lumotlaringiz doimo onlayn holatda saqlanadi. Siz o'chirib tashlaganingizda ham, maxsus usullar bilan uni qayta tiklab, nashr etish imkoni mavjud.

FACEBOOK TARMOG'IDAN FOYDALANISH



Facebook tarmog'i bilan tanishish uchun har bir foydalanuvchi unda o'z profilini yaratishi zarur. Buning uchun ro'yxatdan o'tish talab etiladi.

Ro'yxatdan o'tish

1. **Facebook**ning rasmiy manziliga kiringing (1).
2. Maydonlarga ismingiz (2) va familiyangizni (3) kiriting.
3. Telefon raqamingiz yoki elektron pochta manzilingizni kiriting (4).
4. **Facebook** tarmog'idan foydalanish uchun yodingizda qoladigan parolni kiriting (5).
5. Tug'ilgan sanangizni tanlang (6).
6. Jinsingizni ko'rsating (7).
7. Maydonlarni to'ldirib bo'lganingizdan so'ng **"Sign up"** tugmachasini bosing (8).
8. Agar pochta manzilingizni ko'rsatgan bo'lsangiz, pochtaga kelgan xabardagi kodni shaxsingizni tasdiqlovchi oynaga kiriting (11).

TAYANCH
TUSHUNCHALAR

- **Youtube** – ko'plab interfaol foydalanuvchilarga ega videoroliklar platformasi.
- **Facebook** – xabarlashish va marketing faoliyatini yurituvchi ijtimoiy tarmoq.
- **Telegram** – onlayn suhbatlashish va turli formatdagi fayllarni almashish tarmog'i.
- **Instagram** – foto va videolarni ulashish uchun mo'ljallangan tarmoq.

Ro'yxatdan o'tganingizdan so'ng tizim Sizga keyingi amallar (do'stlarni qo'shish, yashash manzilingiz, ta'lim olgan maskaningiz, fotosurat va boshqalarni kiritish)ni bajarishni taklif etadi. Ularni o'tkazib yuborib, keyinroq bajarishingiz ham mumkin.

Facebook tarmog'iga kirish

1. Elektron pochta manzilingiz va parolingizni kiriting (9).
2. **"Log In"** tugmachasini bosing (10).

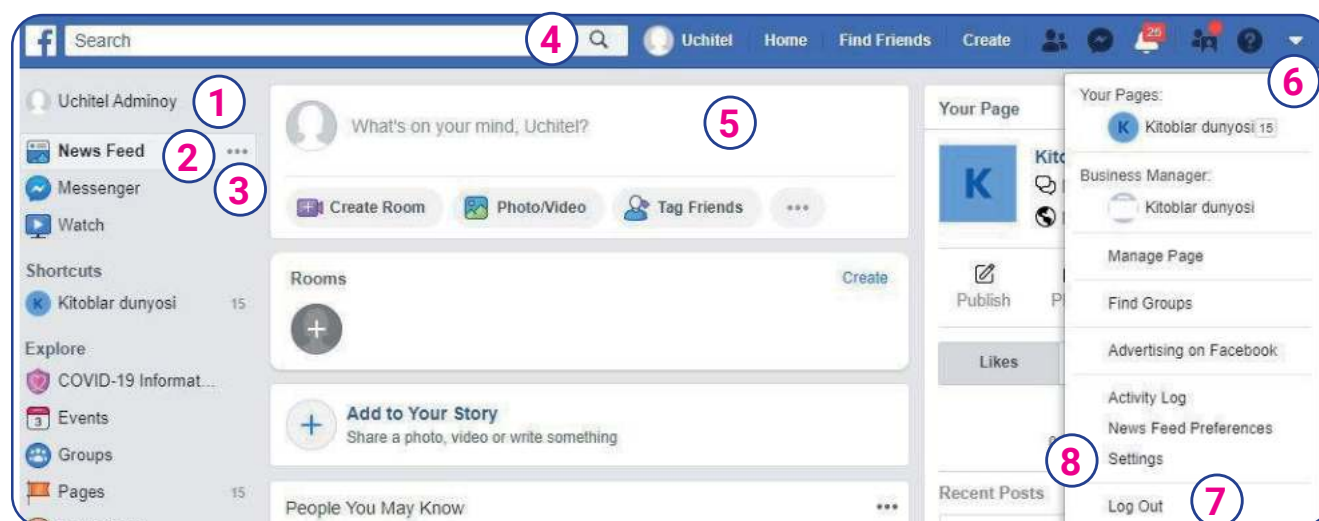


FACEBOOK TARMOG'IDA PROFIL, YANGILIKLAR TIZIMI, XABARLAR VA QIDIRUV BO'LIMLARI BILAN ISHLASH


1. Familiya, ism yoki rasm tanlanganda **Facebook** tarmog'idagi profilga: rasm o'rnatish, shaxsiy ma'lumotlar (ish joyi, tahsil olgan ta'lim muassasasi nomi, yashash manzili, tug'ilgan manzili va b.)ni kiritish yoki o'zgartirish mumkin (1).
 2. **Yangiliklar tasmasi** (News Feed)da oxirgi voqealar: do'stlashish so'rovini tasdiqlagan do'stlar, xabarlar va ularga qoldirilgan izohlar hamda ularning baholari o'rin olgan (2).
 3. **Xabarlashish** (Messenger) ilovasi yordamida do'stlar, mijozlar bilan muloqot qilish mumkin (3).
 4. Sahifaning yuqori qismidagi qidirish maydoni do'stlar, jamoalar yoki guruhlarni qidirish uchun mo'ljallangan. Qidiruvni amalga oshirish uchun biror harf terilishi bilan tizim maslahat beradi (4). So'rov natijasida topilgan foydalanuvchini tanlab, **"Add Friend"** tugmachasi bosiladi.
 5. **Nima haqida o'ylaysiz?** (*What's on your mind?*) maydonida boshqalarga ulashmoqchi bo'lgan xabar, foto va videolarni joylashtirish mumkin (5).
- Settings** orqali tarmoqni sozlash hamda foydalanuvchini bloklash mumkin (8).

Facebook tarmog'idan chiqish

1. O'ng yuqori burchakdagi uchburchak belgini bosib (6). **"Log Out"** bo'limini tanlang (7).



ESLAB QOLING

Agar oynadagi  tugmacha orqali chiqib ketsangiz, keyinroq shu brauzerni ishga tushirgan har qanday shaxs Sizing shaxsiy sahifangizga kirishi mumkin.



TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Facebookda ro'yxatdan o'tish uchun qanday ma'lumotlar kerak bo'ladi?
2. Facebookda do'stlarni qo'shishda xavfsizlikka ahamiyat berish kerakmi?
3. Sizingcha, Facebookda shaxsiy xabarlarni nashr etish to'g'rimi?
4. Facebook yordamida qanday xabarlarni almashish yoki ulashish mumkin?

AMALIY ISH

AMALIY TOPSHIRIQ



1. **Facebook** tarmog'ida ro'yxatdan o'ting.
2. **Facebook** tarmog'ida shaxsiy profilingizga rasm o'rnating va ma'lumotlar kiriting.
3. **Facebook** tarmog'ida do'stlaringizni qidirib, ularga so'rov yuboring.
4. **Facebook** tarmog'ida birinchi xabaringizni yarating. Yangiliklar tasmasidagi xabarlarga izoh qoldiring.
5. O'zbekistonda Siz brend deb hisoblagan kompaniya sahifasini qidirib toping va yangiliklar tasmasini ko'rib chiqing. Xabarlar qanday yozilgan, ularga baho bering. Kamchilik va afzallik tomonlarini aniqlang.

QIZIQARLI FAKT



- **Apple** — Stiv Jobs kompaniyaga uzoq muddatgacha munosib nom topa olmaydi va bir kuni u, agar munosib nom topilmasa, uni Apple (olma) deb nomlashini aytadi. Shu tariqa kompaniya uning sevimli mevasi nomini oladi.
- **Google** — googol so'zi lotincha atama bo'lib, 10 ning 100-darajasi, 100 ta noldan iborat birlik. Brendni ro'yxatdan o'tkazish jarayonida xatolik yuzaga kelgan va natijada google nomini olgan.
- **Samsung** — koreys tilidan tarjima qilinganda, "3 ta yulduz" ma'nosini beradi.
- **Instagram** — Instant — "bir lahzada" hamda **Telegram** — "telegramma" so'zlari birikmasidan hosil qilingan.

3-dars. SMM PLATFORMALAR BILAN TANISHISH. YOUTUBE SAYTI

DIQQAT



YouTube katta hajmdagi video fayllar jamlangan sayt hisoblanadi. Tizimdan professional videolavhalardan tortib, havaskorlar videolarini hamda videoblogerlar materiallarini topish mumkin. YouTube sayti yordamida kanal ochib, u orqali biznes loyihalarni yuritish mumkin. YouTube sayti Steve Chen, Chad Hurley, Jawed Karim tomonidan amalga oshirilgan loyiha bo'lib, 2005-yil 14-fevralda ro'yxatdan o'tgan.

YouTube, foydalanish oson va qulay bo'lganligi sababli, tashrif buyuruvchilar soni bo'yicha dunyoda uchinchi o'rinda turadi. 2006-yilda YouTube tarmog'ini Google kompaniyasi sotib olgan. YouTube'da ro'yxatdan o'tmagan holda ham videoroliklar bilan tanishish va ularni ko'rish mumkin.



ESLAB QOLING

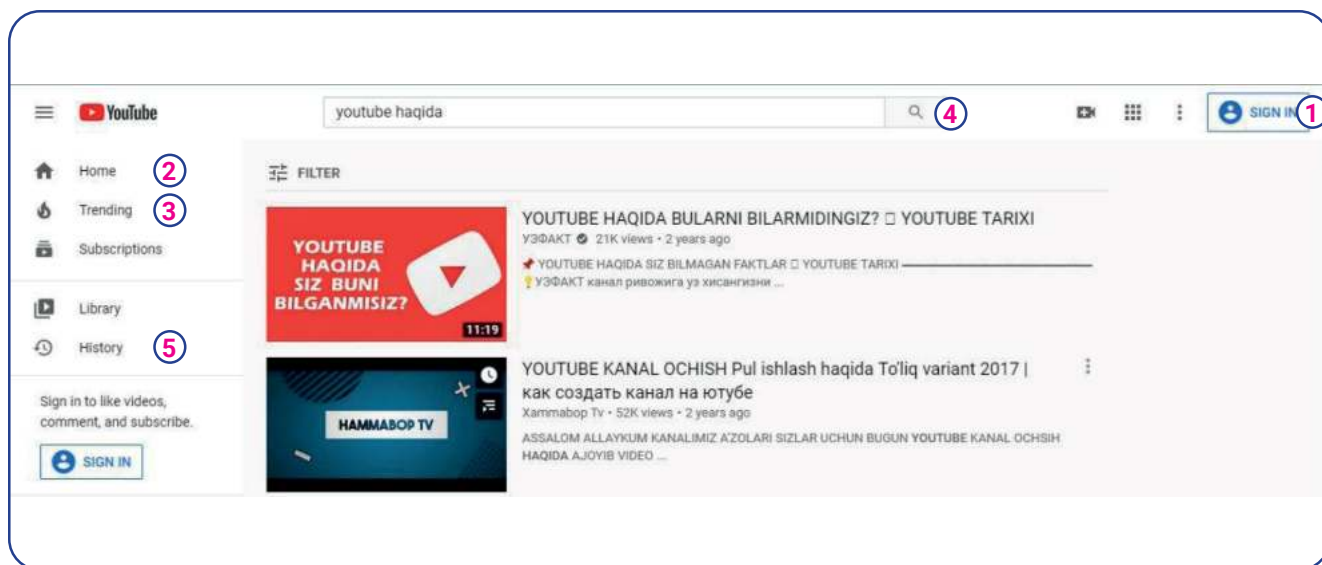


YouTube'dagi videofayl o'chirilgani bilan, u batamom o'chmagan bo'ladi va maxsus dasturlar yordamida uni ko'rish mumkin.

YouTube saytidan foydalanish uchun www.youtube.com rasmiy manziliga kiriladi.

YouTube saytida ro'yxatdan o'tish va undan foydalanish

1. **YouTube** saytida ro'yxatdan o'tish uchun **"Sign In"** buyrug'ini tanlab, **Google** akkauntining login va paroli bilan kirish mumkin (1). Agar **Google**da akkaunt mavjud bo'lmasa, u holda **"Create account"** buyrug'i orqali ro'yxatdan o'tiladi.
2. **"Home"** bo'limi orqali saytning bosh sahifasiga o'tish mumkin (2).
3. **"Trending"** bo'limida ayni vaqtda eng mashhur videoroliklarni ko'rish mumkin (3).
4. Qidiruv maydoni orqali tarmoqda mavjud videoroliklarni qidirish mumkin. Buning uchun kalit so'z maydonga kiritiladi va qidiruv tugmachasi bosiladi (4).
- "History"** bo'limi orqali tarmoqda ko'rilgan videoroliklar tarixini ko'rib chiqish mumkin (5).



TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. YouTube platformasida ro'yxatdan qanday o'tiladi?
2. YouTube platformasidagi videoroliklarni yuklab olish mumkinmi?
3. YouTube platformasida ta'lim sohasiga taalluqli videoroliklar mavjudmi?
4. YouTube va Google platformalarining bir-biriga qanday aloqasi bor?

AMALIY ISH

AMALIY TOPSHIRIQ



1. **YouTube** saytida ro'yxatdan o'ting.
2. **YouTube** saytida ijtimoiy media marketingga asoslangan biror loyihani targ'ib qiluvchi videorolikni qidirib toping va uni ko'rib chiqing.
3. **YouTube** saytida o'zingizga yoqqan kanal videoroliklarini ko'rib chiqib, unga a'zo bo'ling.
4. **YouTube** saytida qidirib topgan videorolingizni qurilmangizga ko'chirib oling. Buning uchun videorolik manzili qatoriga ss ni qo'shib (masalan, <http://ssyoutube.com/watch?v=pQN-pnXPavG>), Enter tugmachasini bosib yoki savefrom.net manziliga kiring. Maxsus maydonga videorolik manzilini kiriting, so'ngra formatni tanlab, download tugmachasini bosib.

4-dars. SMM PLATFORMALAR BILAN TANISHISH. TELEGRAM TARMOG'I

DIQQAT



Telegram tezkorlik va xavfsizlikka asoslangan xabar almashish dasturi bo'lib, u orqali matn, tasvir, video, audio va boshqa turdagi fayllar (doc, zip, mp3 va h. k.)ni jo'natish mumkin.

Telegram loyihasi 2013-yilda aka-uka Nikolay va Pavel Durovlar tomonidan ishlab chiqilgan.

Telegram sinxron tarzda bir necha qurilmada ishlay oladi, ya'ni telefon, kompyuter va planshet qurilmalaridan birida yozilgan xabar ayni vaqtda boshqalarining yozuv maydonida o'z aksini topadi.



Telegram tarmog'i yordamida chat, maxfiy chat, guruhli chatlarda xabarlashish, kanal, jamoat kanali, xususiy kanal va botlar ochib, biznes loyihalarni yuritish mumkin.

Chat — ikki tomon o'rtasidagi yozishmalar.

Maxfiy chat — ikki nafar foydalanuvchining yozishmalari. Muloqot paytida xabarlar maxsus, takomillashtirilgan xavfsizlik protokoli bilan shifrlangan holda faqat ikkita mobil qurilma o'rtasida aloqa o'rnatiladi.

Guruhli chat — muloqot davomida uch yoki undan ortiq foydalanuvchilar o'rtasidagi yozishmalar.

Kanal — cheklanmagan miqdordagi abonentlarga xabar yuborish mumkin bo'lgan chat. Uning o'ziga xos xususiyati — kanal a'zolari xabarlariga izoh berolmaydi. Kanal yangiliklar tasmasi va tematik blogga o'xshaydi.

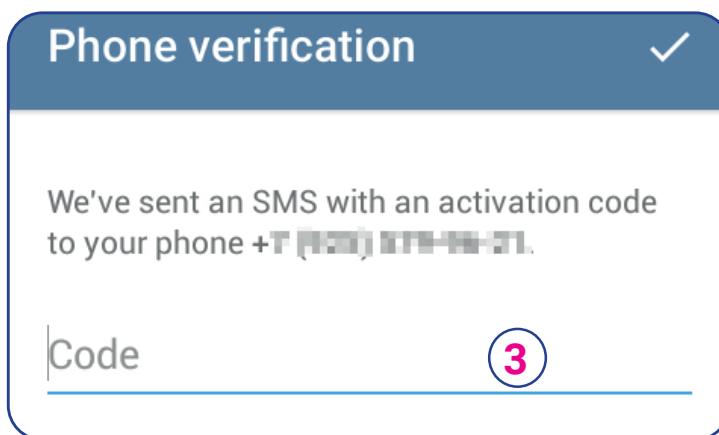
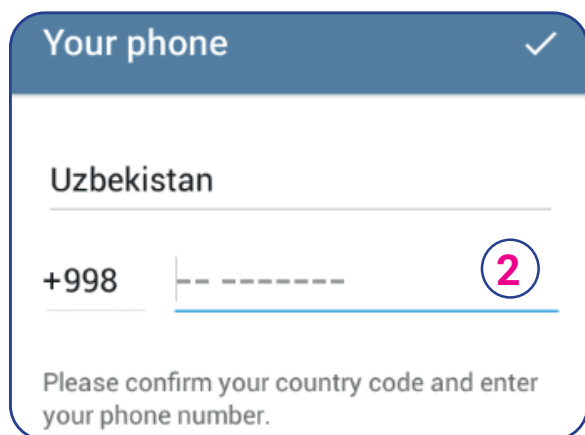
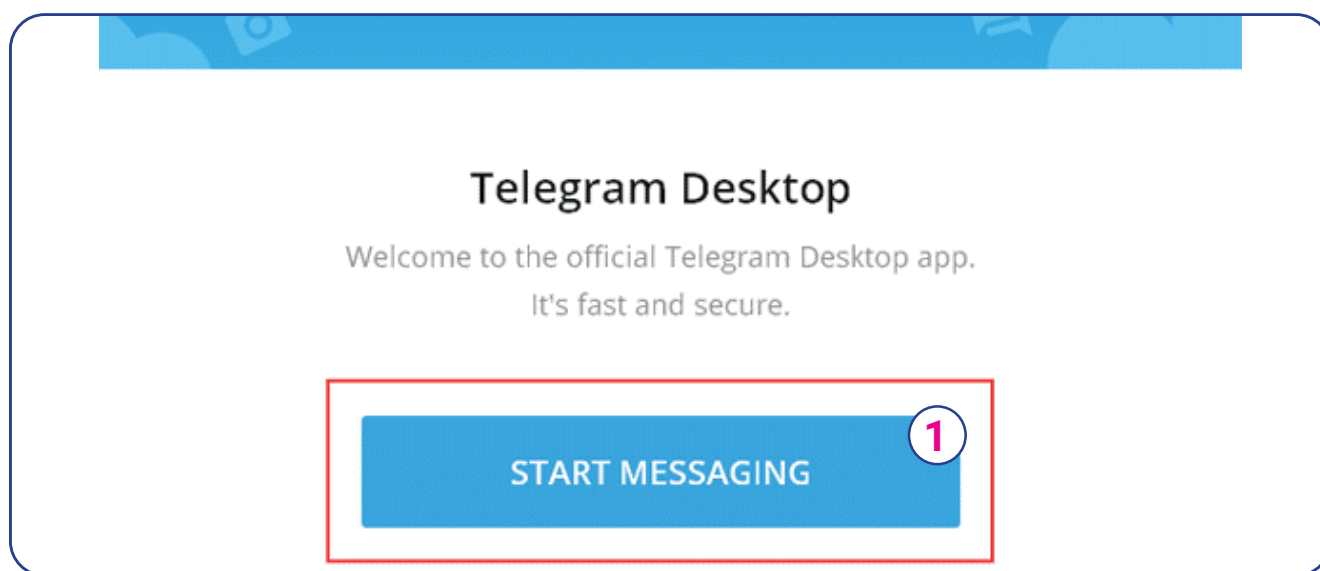
Jamoat kanali — qidiruv orqali hamda a'zo bo'lmagan holda ham foydalanish mumkin bo'lgan ochiq kanal. Bitta foydalanuvchi akkaunti orqali faqat 10 ta jamoat kanali yaratishi mumkin.

Botlar — foydalanuvchi xabarlariga zudlik bilan avtomatik ravishda javob beradigan ilovalar. Ularning yordamida statistikalarni ko'rish, so'rovnomalarga javob olish va boshqalarni amalga oshirish mumkin.

Dastlab telegram ilovasi telefon, kompyuter yoki planshet qurilmalaridan biriga o'rnatib olinadi va keyin ishga tushiriladi.

Telegram tarmog'ida ro'yxatdan o'tish

1. Ilovani ishga tushirib, **START MESSAGING** tugmachasi tanlanadi (1).
2. Davlat nomi va telefon raqami kiritiladi (2).
3. Ko'rsatilgan telefon raqamiga kelgan kod teriladi (3).

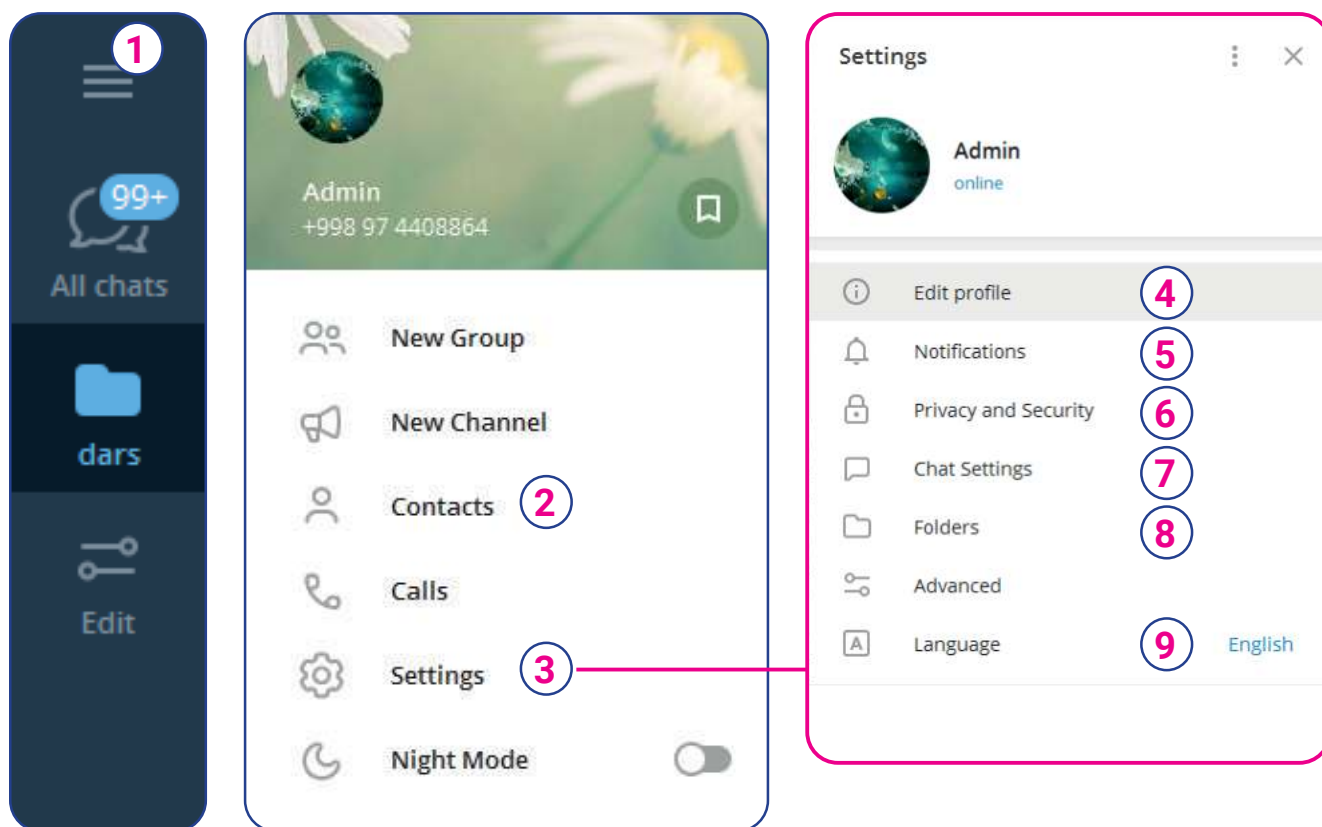


Telegram tarmog'ini sozlash

1. **Telegramga** (1) kirib, **Contacts** (2) bo'limi orqali yangi foydalanuvchi kontaktini qo'shish mumkin.
2. **Telegramga** (1) kirib, **Settings (Sozlash)** (3) bo'limi orqali profilni tahrirlash (4), xabarlarini eslatish (5), profilni himoyalash (6), chat oynasini sozlash (7), yangi papka yaratish (8) hamda tilni sozlash (9) mumkin.

4-DARS. SMM PLATFORMALAR BILAN TANISHISH. TELEGRAM TARMOG'I

17



TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Telegram tarmog'ida guruhli chat deganda nimani tushunasiz?
2. Telegram tarmog'ida botning asosiy vazifasi nimadan iborat?
3. Telegram tarmog'idagi papkalarining vazifasini aytib bering. Papkalar qanday hosil qilinadi?
4. Ijtimoiy marketingni Telegram tarmog'ida qanday yuritish mumkin?

AMALIY TOPSHIRIQ



1. **Telegram** tarmog'ida ro'yxatdan o'ting.
2. **Telegram** tarmog'ida shaxsiy profilingizga rasm o'rnating va ma'lumotlarni kiriting.
3. **Telegram** tarmog'ida kontaktlar ro'yxatiga yangi kontakt qo'shing.
4. **Telegram** tarmog'ida xavfsizlik tizimingizni sozlang. Profilingizni himoyalang.
5. **Telegram** tarmog'ida papkalar hosil qiling. Chat va kanallaringizni saralang.
6. **Telegram** tarmog'ida turli loyihalarni yurituvchi kanal va guruhli chatlarni qidirib toping, ularga a'zo bo'ling.



5-dars. SMM PLATFORMALAR BILAN TANISHISH. INSTAGRAM TARMOG'I

DIQQAT



Instagram – foto va videolarni tasvirga olish yoki boshqa platformalar orqali yuklash imkoniyatiga ega ijtimoiy tarmoq. Shuningdek, unda foto va videolarni raqamli filtrlash (sifatini yaxshilash) imkoniyati ham mavjud.

Instagram Kevin Systrom va Mayk Krieger tomonidan yaratilgan bo'lib, bepul mobil ilova sifatida 2010-yilning oktabr oyida ishga tushirilgan.

Facebook kabi **Instagramda** profil ochgan foydalanuvchi o'zining yangiliklar tasma-siga ega bo'ladi. Instagram orqali qo'yilgan rasm va video foydalanuvchi profilida namoyon bo'ladi va do'stlaringiz o'z tasma-sida Siz qoldirgan xabar-larni ko'rib, ularga izoh qoldirishlari mumkin. Shuningdek, Instagram tarmog'ida shaxsiy xabar-larni ham almashish mumkin.



ESLAB QOLING



Instagram tarmog'idan iOS va Android mobil qurilmalarida bepul foydalanish mumkin. Buning uchun AppStore (iOS uchun) va GooglePlay (Android uchun) dan ilovani yuklab olish lozim. Instagram tarmog'ini mobil qurilmalardan tashqari internet orqali kompyuterlarda **instagram.com** rasmiy manzili orqali ham ishlatish mumkin.

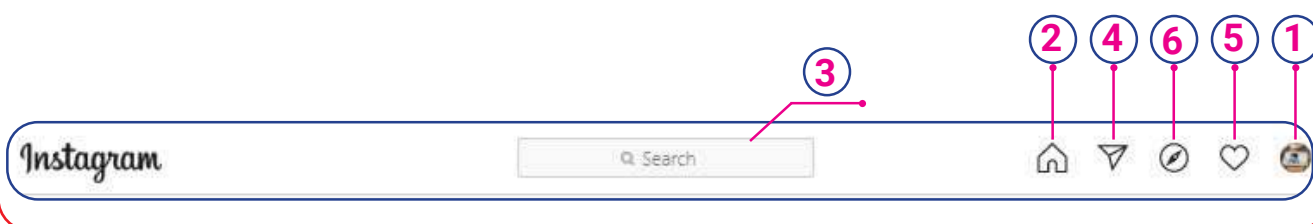
The screenshot shows the Instagram sign-up interface. At the top, it says 'Sign up to see photos and videos from your friends.' Below this is a blue button labeled 'Log in with Facebook' with a callout '6'. Underneath is the word 'OR'. There are four input fields: 'Mobile Number or Email' (callout '1'), 'Full Name' (callout '2'), 'Username' (callout '3'), and 'Password' (callout '4'). At the bottom is a blue button labeled 'Sign up' with a callout '5'.

Ro'yxatdan o'tish

1. Instagramning rasmiy manzili (<https://www.instagram.com>)ga kiring yoki mobil qurilmada ilovani ishga tushiring.
2. Maydonlarga telefon raqamingiz yoki elektron pochtingiz manzilini (1), to'liq ismi sharifingizni(2) kiriting.
3. Tarmoqdan foydalanish uchun login(3) va parolni(4) kiriting va uni eslab qoling.
4. **“Sign up”** tugmachasini bosib (5).
5. Facebook tarmog'ida profil mavjud bo'lsa, u orqali ham ro'yxatdan o'tish mumkin (6).

Tarmoqdan foydalanish

1. **Instagram**da ro'yxatdan o'tgandan keyin profil tahrir qilinadi, rasm qo'yiladi, shaxsiy ma'lumotlar tahrir qilinadi, profil xavfsizligi ta'minlanadi va boshqa sozlovlar amalga oshiriladi (1).
2. **Instagram**ning xabarlar tasmasi orqali oxirgi qoldirilgan xabarlar, xususan, videorolik va tasvirlarni ko'rib, ularga izoh qoldirish mumkin (2).
3. Qidiruv maydoni yordamida do'stlar, sahifalarni qidirib, ularga "Follow" orqali a'zo bo'lish mumkin (3).
4. Xabar almashish va shaxsiy xabarlarni yuborish uchun xabar yuboriladigan manzil, so'ngra xabar kiritiladi (4).
5. **Instagram** sahifangizga a'zo bo'lganlar va "like" bosganlar haqidagi ma'lumotlarni olish mumkin (5).
6. Qiziqarli deb hisoblangan tasvir va videoxabarlar to'plamini ko'rib chiqish mumkin (6).

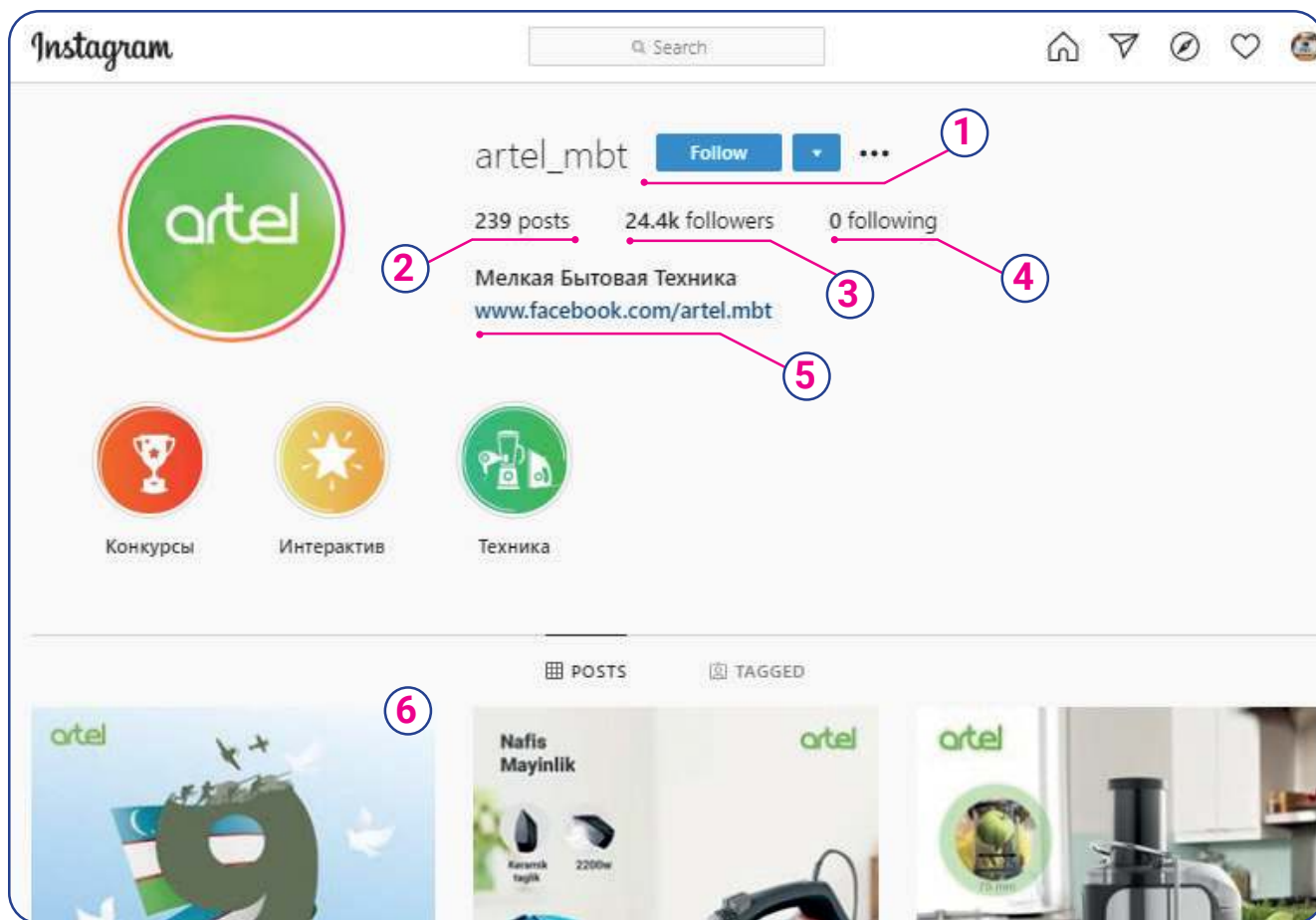


Instagram sahifalarini ko'rib chiqish

1. Qidiruv yordamida topilgan sahifaga a'zo bo'lish uchun "Follow" tugmachasi bosiladi (1).
2. Instagram sahifasida nashr etilgan xabarlar soni (2), a'zolar soni (3), sahifa bog'langan sahifalar soni (4) hamda sayt manzili (5) ko'rsatilgan bo'ladi.
3. Instagram sahifasida nashr etilgan xabarlar bilan batafsil tanishish imkoniyati ham mavjud (6).

Instagramda nashr etilgan xabarlar bilan tanishish

1. Xabarlar tasmasi yoki sahifadagi xabarlar bilan tanishib, ularga izohlar qoldirish mumkin (5).
2. Nashr etilgan xabarlarga "Like" (1), izoh (2) qoldirish, do'stlarga yuborish (3) hamda saqlab qo'yish (4) mumkin.
3. Menyu yordamida a'zolikdan chiqish, xabarga qaytish, ulashish, xabar manzili nusxasini olish va boshqa amallarni bajarish mumkin (6).



Instagramda nashr etilgan xabarlar bilan tanishish



TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Instagram tarmog'ida ro'yxatdan o'tishda Facebook akkauntidan foydalanish mumkinmi?
2. Instagram tarmog'ida brendni tanitish mumkinmi?
3. Instagram tarmog'ining Facebook, Telegram, Youtubedan farqli jihatlari nimada?

AMALIY TOPSHIRIQ



1. **Instagram** tarmog'ida ro'yxatdan o'ting.
2. **Instagram** tarmog'ida shaxsiy profilingizga rasm o'rnating va ma'lumotlar kiriting.
3. **Instagram** tarmog'ida do'stlaringizni yoki turli loyihalarni yurituvchi sahifalarni qidirib toping, ularga a'zo bo'ling.
4. **Instagram** tarmog'ining xabarlar tasmasi, qiziqarli tasvir va videoxabarlari bilan tanishib chiqing.
5. Sizga yoqqan xabarlarga izoh qoldiring.

QIZIQARLI FAKT

Facebook asoschisi Mark Sukerberg



Facebook ijtimoiy tarmog'i asoschisi Mark Sukerberg 1984-yil 14-mayda AQSHning New-York shtatida tug'ilgan. Bolalik chog'larida Mark o'zining shaxsiy kompyuteri bo'lishini orzu qilar edi. U 10 yoshga to'lganida otasi unga 486-yQuantexDX rusumli kompyuter sovg'a qilishadi. U bir necha soatda kompyuterni o'rganib oladi va uning yordamida ko'p narsa qila olishini tushunib yetadi. Mark kollejda o'qir ekan, o'zi yoqtirgan musiqalarini tahlil qilish barobarida shunga o'xshash musiqalarni tavsiya qiladigan Synapse nomli dastur ishlab chiqadi. Dastur sababli Microsoft firmasi unga qiziqib qoladi. Kollejni bitirgach, Markni ikkita firma: Microsoft va AOL ishga taklif qiladi. Ammo Mark o'qishni Garvard universitetining psixologiya fakultetida davom ettirishni ma'qul ko'radi. Talabalik yillarida u Garvard universiteti yotoqxonasida Facebookning dastlabki versiyasini ishlab chiqadi va ommaga taqdim etadi. Faoliyatini 2004-yil 4-fevralda The Facebook nomi bilan boshlagan Facebook shu qadar ommalashib ketadiki, uning yoshgina asoschisi milliarderga aylanadi. 2009-yil sentabr oyida Mark Sukerberg saytdan tushgan mablag'lar xarajatlarini to'la qoplagani va daromad keltirayotganini e'lon qiladi.



6-dars. SMMNI INTERNET TARMOG'IDA HARAKATLANTIRISH

Ijtimoiy media marketingni internet tarmog'ida harakatlantirish eng samarali vosita hisoblanib, har qanday biznes vakili ijtimoiy tarmoq, blog va forumlar orqali mijozlarni o'z saytiga jalb etishi mumkin. Shu bois, o'z loyihalarini ijtimoiy media orqali yuritishni xohlovchilar soni kundan kunga ortib bormoqda.

BUNI BILASIZMI?



- SMMni internet tarmog'ida harakatlantirish qanday amalga oshiriladi?
- SMM loyihalarni yuritishning bosqichlari nimalardan iborat?
- SMM mutaxassisi qanday talablarga javob berishi kerak?

TAYANCH TUSHUNCHALAR

- **SMM mutaxassisi** — internet tarmog'ida ijtimoiy media marketingni yurituvchi shaxs.

DIQQAT



Internet tarmoqlarida ijtimoiy media marketingni harakatlantirish deganda, mualliflik materiallarini tayyorlash, reklama xabarlarini joylashtirish, mijozlar bilan muloqot olib borish, raqobatchilar bilan samimiy munosabat o'rnatish kabilar tushuniladi.

Internet tizimlarida ijtimoiy media marketingni harakatlantirish uchun quyidagilar amalga oshiriladi:

- turli media muhitlarda blog, guruh, kanal va sahifalar ochish, ularni loyiha haqidagi ma'lumotlar bilan to'ldirish va tanitish;
- blog, guruh, kanal va sahifalarni doimiy ravishda yuritib borish;
- blog, guruh, kanal va sahifalarda mahsulot yoki xizmatlar yuzasidan beriladigan savollarga javob berish;
- turli munozara va muhokamalarda ishtirok etish;
- mahsulot yoki xizmat yuzasidan bildirilayotgan ijobiy va salbiy fikrlarni kuzatib borish;
- mahsulot yoki xizmat bilan bog'liq internet resurslarini ijtimoiy mediaga moslash.

SMMNI INTERNET TARMOG'IDA HARAKATLANTIRISH BOSQICHLARI

1. Maqsadni aniqlash.

Tadqiqot loyihalari, biznes muammolarni hal etish uchun kerakli barcha masalalar ro'yxati tuziladi va umumiy maqsad aniqlab olinadi.



2. Maqsadli auditoriyani aniqlash.

Maqsadli auditoriya – Sizing mahsulotingizni sotib olish yoki xizmatigingizdan foydalanish ehtimoli yuqori bo'lgan shaxslar. Maqsadli auditoriya platforma tanlash uchun zamin yaratadi.



3. Ijtimoiy media marketing uchun platformani tanlash.

Facebook – muloqot, munozara va nashrlar joylashtirish uchun platforma.

YouTube – turli jarayonlarning videoyozuvlari joylashgan eng yirik videorolik sayti.

Telegram – rasm va turli tipdagi fayllarni almashish imkonini beruvchi hamda so'rovnomalar o'tkazish mumkin bo'lgan platforma.

Instagram – suhbat va tadbirlardan olingan lavhalardan iborat fotoblog.



4. Raqobatchilarni o'rganish.

Ijtimoiy tarmoqlarda raqobatchilaringiz bormi? Agar bo'lsa, uning/ularning mijozlarini o'rganing: ular qancha, kimlar, sizning auditoriyangizga to'g'ri keladimi-yo'qmi va h. k. Raqobatchilaringiz tarmoqlarga qanday xabarlar (reklama, axborot, kompaniya yangiliklari, boshqa guruhlarining xabarlarini, reklama aksiyalari, chegirmalar va h. k.)ni joylashtirishmoqda? Mijozlar soni qancha, xabarlariga qanday izohlar qoldirilmoqda, qaysi xabarlar ma'qul kelmoqda, e'tirozlar bilan ishlash tizimi qanday yo'lga qo'yilgan, administrator savollarga javob berayaptimi kabi savollarga javob bo'luvchi jarayonlarni aniqlang hamda tahlil qiling.

Raqobatchilaringiz tarkibini tahlil qilar ekansiz, auditoriyangiz nimalarni ma'qul ko'rishini aniqlab olishingiz, savol va xabarlariga zudlik bilan javob berishingiz, shuningdek, o'z guruhingiz uchun qiziqarli g'oyalarni o'ylab topishingiz mumkin.



5. Qiziqarli takliflar.

Raqobatchilaringiz g'oyasidan farqli, noyob g'oya o'ylab toping. Mijozlar nima uchun sizning sahifangizni yoqtirishini, ular kimligi va ularga nimalarni taklif qila olishingiz mumkinligini aniqlaganingizdan so'ng guruh yaratib, uni ma'lumotlar bilan to'ldirishingiz mumkin.



SMM mutaxassisi zimmasiga quyidagi vazifalar yuklanadi:

- 1) ijtimoiy tarmoqlarda brendni yaratish uchun maqsadli strategiya ishlab chiqish va uni amalga oshirish;
- 2) qiziqarli matn va vizual kontentlarni yaratish. Ijtimoiy tarmoqlarda asosan vizual kontentlar mijozlarni ko'proq jalb etishini e'tiborga olgan holda, rasm va videolarni olishga professional darajada yondashish;
- 3) reklama, mijozlar bilan muloqot olib borish, ularning ehtiyojlarini tushunish, sun'iy foydalanuvchilardan soqit qilish; salbiy va keraksiz sharhlarni o'chirish, e'tirozlarni o'rganib chiqish;

4) ijtimoiy tarmoq platformalari, ulardagi auditoriya, texnologiyalar, qoidalar va tarmoq ishini avtomatlashtirish vositalarini bilish hamda ulardan samarali foydalanish;

5) ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilarini tahlil qilish, reklama xabarlarini samaradorligini hamda boshqa ko'rsatkichlarni tahlil qilish.

TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. SMMni internet tarmog'ida harakatlantirish uchun maqsad va vazifalarni aniqlashda nimalarga ahamiyat beriladi?
2. Tadqiqot loyihasi uchun maqsadli auditoriya qanday aniqlanadi?
3. Sizningcha, SMM loyihalar faqat bitta platformada yuritilishi kerakmi yoki bir necha platformadami?
4. SMM loyihalarni yuritishda raqobatchilarni o'rganish qanday ahamiyatga ega?
5. SMM loyihalarni samarali yuritish uchun yana qanday tavsiyalar bera olasiz?

7-dars. AMALIY ISH.

MAQSADGA YO'NALTIRILGAN TADQIQOT LOYIHASI REJASINI TUZISH

AMALIY TOPSHIRIQ



1. Ijtimoiy medialar orqali qanday tadqiqot loyihalar (mahsulot va xizmat turlar)ini yuritish mumkin? Ularning nomlarini yozing.
2. O'zingizga ma'qul tadqiqot loyihasining maqsadi va unga erishish uchun vazifalar ketma-ketligini yozing. Bunda loyiha nufuzini oshirish, doimiy mijozlarni jalb qilish, so'rovnoma asosida talab va takliflarni o'rganish kabilarni e'tiborga oling.
3. Tadqiqot loyihasini amalga oshirish uchun maqsadli auditoriyani tanlang. Maqsadli auditoriyani aniqlash uchun Sizga quyidagi ma'lumotlar kerak bo'ladi:
 - a) ijtimoiy-demografik: jinsi, yoshi, oilaviy holati, kasbi;
 - b) geografik: mamlakat, shahar, tuman;
 - d) psixografika: turmush tarzi, qadriyatlarini, sevimli mashg'ulotlari;
 - e) xulq-atvori: ijtimoiy tarmoqlar va internetga munosabati, internet va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish tajribasi.
4. So'rovnoma savollarini tuzing va kutilayotgan natijalarni taxmin qiling.

8-dars. SMM ASOSIDA TADQIQOT LOYIHALARINI BOSHQARISH. YOUTUBE SAYTIDA KANAL OCHISH

Internetning kundan-kun ijtimoiylashuvi uning zamonaviy onlayn muhit sifatida trendga aylanishiga sabab bo'lmoqda. Bugungi kunda internet sarhadlarida 10 000 dan ziyod muloqot qiluvchi, yangilik tarqatuvchi, grafikli, blogli, videorolikli va h. k. ijtimoiy tarmoq va xizmatlar faoliyat yuritmoqda. Shu sababli, har kuni yangi-yangi loyihalar yaratilmoqda hamda ijtimoiy tarmoqlar auditoriyasi kengayib bormoqda. SMMning asosiy vazifasi loyiha uchun mos platforma tanlash va uni ijtimoiy tarmoqda rivojlantirishdan iborat. Har bir platforma o'ziga xos xususiyatlarga ega. Platformaning kuchli jihatlarini hisobga olgan holda, bir necha ijtimoiy tarmoqlardan samarali foydalanish SMM loyihalarini rivojlantirishning eng maqbul yo'lidir.

TAYANCH TUSHUNCHALAR

● **Logotip** — loyiha mavzusiga mos maqsadni ifodalovchi tasvir.

BUNI BILASIZMI?



- Tadqiqot loyihalarini rivojlantirish uchun nimalarga ahamiyat berish lozim?
- Facebook tarmog'ida tadqiqot loyihasi uchun sahifa yaratish qanday amalga oshiriladi?
- Videorolikli reklama uchun qaysi SMM platformasini tanlagan ma'qul?
- Instagram sahifalarida brend qanday rivojlantiriladi?

YOUTUBE SAYTIDA SHAXSIY KANAL OCHISH



YouTube saytiga qiziqarli videoning joylashtirilishi va mijozlar tomonidan uning ko'p marta ko'rilishi natijasida daromad olish internet orqali pul topishning oson yo'llaridan biri sanaladi. Buning uchun ko'pchilikka manzur bo'ladigan qiziqarli videoni topish va unga mos sarlavha qo'yish talab etiladi. Bu videoni qancha ko'p mijoz tomosha qilsa, saytdan olinadigan daromad ham shuncha yuqori bo'ladi.

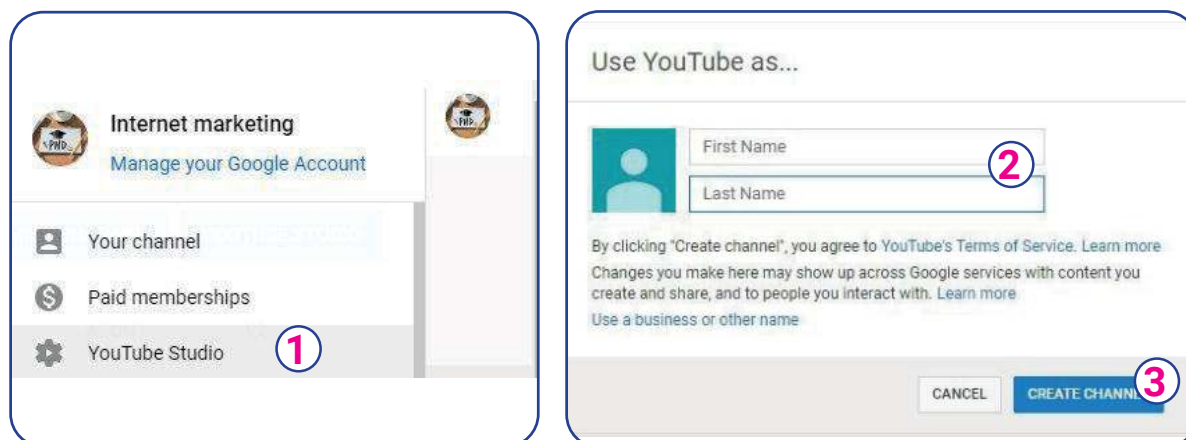
YouTube saytida kanal ochish uchun tarmoqqa **Google** akkaunti bilan kirish lozim.

YouTube saytida kanal ochish

1. **YouTube** saytiga akkaunt yordamida kiriladi va **YouTube Studio** bo'limi tanlanadi (1).
2. **Use YouTube as...** oynasi yordamida kanal nomi yoziladi. Kanal nomi sifatida ism, familiya yoki kompaniya, firma va brendning nomi kiritilishi mumkin. Masalan, **internet.marketing** (2).
3. **Create channel** tugmachasi orqali kanal yaratiladi. (3).

8-DARS. SMM ASOSIDA TADQIQOT LOYIHALARINI BOSHQARISH. YOUTUBE SAYTIDA KANAL OCHISH

27



YouTube saytida kanalni sozlash

1. **YouTube** saytining o'ng yuqori qismida joylashgan avatarni bosib, **Your Channel**, so'ng ochilgan oynada **Customize channel** tanlanadi (1).
2. **Avatar** ustida qatlamchani tanlab, **Edit channel icon** oynasida **Edit** tugmachasini bosgan holda **Google+** ga o'tib, kanalga mos rasm (shaxsiy foto, kompaniya yoki brend logotipi) o'rnatiladi (2).
3. **Add channel art** yordamida kanal yuqori qismi uchun o'zingiz yaratgan yoki YouTube galereyasidan olingan tasvirni o'rnatish mumkin. Tasvir o'lchami **2048 × 1152** pikselda bo'lishi tavsiya etiladi (3).
4. **Sozlash tugmachasi** yordamida **"Overview"** sahifasi yoqib qo'yiladi. Aynan shu sahifa yordamida: asosiy, video, playlist, kanallar hamda kanal haqidagi menyulari ochiladi (4).
5. **About** bo'limi orqali kanal haqida qisqacha ma'lumot, turli so'rovlar uchun elektron pochta manzili, ijtimoiy tarmoqlar va sayt manzili kiritiladi (5).
6. Kanalga video joylashtirish uchun **Videokamera** ikonkasini (6) bosib, **Upload video** (7) ko'rsatmasi tanlanadi.



7. Kanalga joylashtirilgan videolar va ular haqidagi ma'lumotlarni o'zgartirish hamda videolarni o'chirish **Video manager** bo'limi yordamida amalga oshiriladi (8).

YouTube saytida kanalga video joylashtirish

1. Muloqotlar oynasidan **Select files** yordamida videofayl tanlanadi. Videofayl yuklangunga qadar, **Details** bo'limi orqali video haqidagi ma'lumotlar kiritiladi (1). Ushbu bo'limda videoning nomi, mazmuni yoziladi; mijozlarni o'ziga jalb etuvchi belgi o'rnatiladi, shuningdek, u orqali yangi playlist ochish va videoni mavjud playlistga birlashtirish ham mumkin; video kimlarga mo'ljallanganligi, ya'ni uning auditoriyasi ko'rsatiladi va shu tariqa teg, til va subtitr, tasvirga olish vaqti va manzili, litsenziya, kategoriya, izohlar sozlanadi.

2. **Video elements** bo'limi orqali videoning oxiriga turli izohlar, murojaatlarni qo'shish mumkin (2).

3. Videodan foydalanish huquqlari **Visibility** bo'limi orqali ko'rsatiladi. Yuklangan videoni ochiq (*Public*), havola orqali (*Unlisted*) ko'rish mumkin, shuningdek, uni chegaralangan (*Private*) rejimlardan biriga o'tkazish mumkin (3).



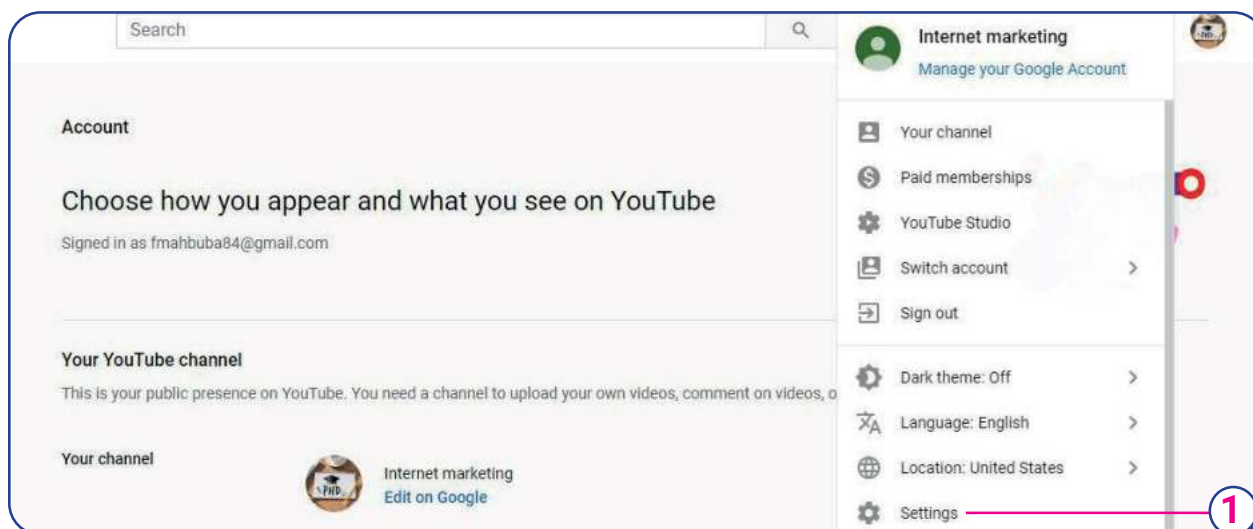
ESLAB QOLING

YouTube kanalini rivojlantirish, uni yurgizish hamda ko'proq auditoriyani jalb etish uchun qator tavsiyalarga amal qilish lozim:

- *Yuklangan videofayl uchun, albatta, ma'lumot yozing.* Aynan shu ma'lumot orqali YouTube videofayl mavzusini aniqlab oladi va foydalanuvchilar ko'rish uchun tavsiya etadi.
- *Ijtimoiy tarmoqdagi sahifalaringizga murojaat o'rnating.* Shunday yo'l bilan ko'proq a'zo to'plash mumkin.
- *Video uchun mukammal tasvirni tanlang.* Tasvir kichik formatda bo'lganligi uchun undagi yozuvlar ko'rinmasligi mumkin, shu sababli foydalanuvchilar e'tiborini tortish maqsadida yirik shrift bilan yozilgan qisqa matnlardan foydalaning.
- *Sifatli kontent, videorolik yaratish uchun mos dasturiy ta'minotni tanlang.* Kontent qanchalik sifatli va jozibador bo'lsa, ushbu rolni tomosha qiluvchilar soni shunchalik ko'p bo'ladi.

YouTube saytida qo'shimcha kanal ochish

1. **Settings** bo'limini tanlab, **Add or manage your channel** bo'limiga kiriladi va **Create a new channel** tanlanadi. (1)



TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. **YouTube** saytida kanal qanday ochiladi?
2. **YouTube** saytida bir nechta kanal ochish mumkinmi?
3. Videorolik tayyorlashda nimalarga ahamiyat berish kerak?
4. Tadqiqot loyihasi doirasida tayyorlangan video qanday joylashtiriladi?
5. **YouTube** saytidagi videolar bo'yicha mualliflik huquqlarini himoya qilish mumkinmi?
6. Yuklangan videolarni ko'rish auditoriyasini chegaralash mumkinmi?

AMALIY TOPSHIRIQ



1. YouTube saytida tadqiqot loyihangiz uchun kanal oching va unga nom bering.
2. Tadqiqot loyihasi uchun ochilgan kanal logotipi hamda fonini o'rnating.
3. Kanal uchun asosiy, video, pleylist, kanallar va kanal haqida menyularni oching.
4. Kanalga videofayl joylashtiring va video haqida ma'lumotlarni kiriting. Video bilan bog'liq sozlashlarni amalga oshiring.
5. Videodan foydalanish huquqlarini belgilang.

9-dars. SMM ASOSIDA TADQIQOT LOYIHALARINI BOSHQARISH. FACEBOOK TARMOG'IDA SAHIFA OCHISH



Ijtimoiy media zamonaviy tendensiyalardan xabardor bo'lishga intiluvchi barcha insonlar hayotida muhim o'rin egallaydi. Dunyo bo'ylab ko'plab insonlar foydalanadigan mashhur media vosita – bu Facebook. Facebook nafaqat do'stlar bilan muloqot qilish, yangi do'stlar orttirish, shuningdek, yangiliklarni ulashish hamda internetda biznes yuritish uchun platforma sifatida ham ishlatiladi.

Facebook tarmog'ida sahifa ochish

1. **Facebook** tarmog'ida sahifa ochish uchun avval shaxsiy akkauntga kirish talab etiladi.
2. Yangi sahifa ochish uchun **Create** bo'limi orqali **Page** ko'rsatmasi tanlanadi (1).
3. Sahifa turlaridan biri loyiha maqsadiga asoslangan holda tanlanadi: **Business of Brend**, **Community of public figure**. Loyiha uchun **Business of Brend** tanlab olinadi va **Get started** tugmachasi bosiladi (2).
4. *Sahifa nomi, kategoriyasi, manzili, telefon raqami* kabi maydonlar (foydalanuvchi xohishiga ko'ra *manzil ko'rsatilmasin* bo'limi tanlanishi ham mumkin) to'ldiriladi va **Continue** tugmachasi bosiladi.



9-DARS. SMM ASOSIDA TADQIQOT LOYIHALARINI BOSHQARISH. FACEBOOK TARMOG'IDA SAHIFA OCHISH

31

Facebook tarmog'ida sahifani sozlash

1. Loyihaning maqsadidan kelib chiqib, sahifa profili uchun rasm/video tanlanadi. Tanlangan rasm logotip vazifasini bajarib, qoldirilayotgan xabar va izohlarni ajratib turadi (1).
2. Loyihaning maqsadiga muvofiq sahifani bezash uchun sahifa jildiga rasm/video tanlanadi. Bunda kompaniya, brend, xizmat yoki mahsulot tasvirlangan mukammal tasvir joylashtiriladi (2).
3. Sahifaga kelgan xabarlarni o'qish, ular bilan tanishish uchun **Inbox**dan foydalaniladi (3).
4. **Insights** orqali foydalanuvchilar va tashrif buyuruvchilar faoliyatini kuzatib borish, amalga oshirgan ishlari bo'yicha statistik ma'lumotlar olish mumkin (4).
5. **Edit Page Info** yordamida sahifa va ma'lumotlarni tahrirlash mumkin (5).
6. Foydalanuvchilarga yana ham kengroq ma'lumot berish maqsadida sahifaning mazmuni boyitiladi. Xizmat turlari, takliflar, rasm/video, xabarlar, tadbirlardan lavhalar, axborotlar, yangiliklar kiritib boriladi (6).
7. **Add a button** yordamida sahifada tugmachalar yaratish mumkin. Ular yordamida boshqaruvchi bilan bog'lanish, xabarlar yuborish, boshqa sahifaga o'tish, ilovalarni yuklab olish, o'yinlar o'ynash va boshqa amallarni bajarish mumkin (7).
8. "... " tugmachasi orqali sahifani tahrirlash, guruh ochish, reklama yaratish, sahifa qo'shish, do'stlarni taklif etish kabi amallarni bajarish mumkin (8).



TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Facebook tarmog'ida sahifa nima uchun ishlatiladi?
2. Facebook sahifasida qanday ma'lumotlar nashr ettirilishi mumkin?
3. Facebook sahifasida joylashtirilgan kontentlar uchun qoldirilgan izohlarni kuzatib borish mumkinmi?
4. Loyiha mavzusiga mos qanday Facebook sahifasini yaratish mumkin?
5. Barcha olib borilgan ishlarni tahlil qilish mumkinmi?

AMALIY TOPSHIRIQ



1. **Facebook** tarmog'ida tadqiqot loyihangiz uchun sahifa oching. Loyiha sahifasiga nom bering, uning toifasini ko'rsating va boshqa ma'lumotlarni kiriting.
2. Loyiha sahifasi uchun profil va jild rasm/videolarini joylashtiring.
3. Loyiha sahifasini yana ham takomillashtirish uchun turli xizmat va funksiyalarni taklif etuvchi tugmachalarni o'rnating.
4. Loyihaning maqsadidan kelib chiqib, matn, tasvir yoki video ko'rinishidagi kontentni tayyorlang va uni sahifada chop eting.
5. Sahifaga do'stlaringiz yoki boshqa foydalanuvchilarni taklif eting, ular bilan muloqot o'rnating. Foydalanuvchilar tomonidan qoldirilgan fikrlarni o'rganing.
6. **Insights** bo'limi orqali barcha amalga oshirilayotgan ishlarni kuzatib boring. Sahifani rivojlantirish uchun yangi g'oyalar o'ylab toping va ularni qayd eting.

10-dars. SMM ASOSIDA TADQIQOT LOYIHALARINI BOSHQARISH. TELEGRAM TARMOG'IDA KANAL OCHISH

Telegram tarmog'i maqsadli auditoriyani jalb etish, kengaytirish uchun samarali va mashhur platforma hisoblanadi. Telegram tarmog'idagi kanal kontentlarni bir shaxsdan ko'pchilikka uzatish vositasi bo'lib, barcha kontentlar bir vaqtning o'zida kanal a'zolariga bitta manbadan yuboriladi. Foydalanuvchilar kanalga a'zo bo'lishi va vaqti-vaqti bilan yuborilayotgan tematik tarkibni olishi mumkin.



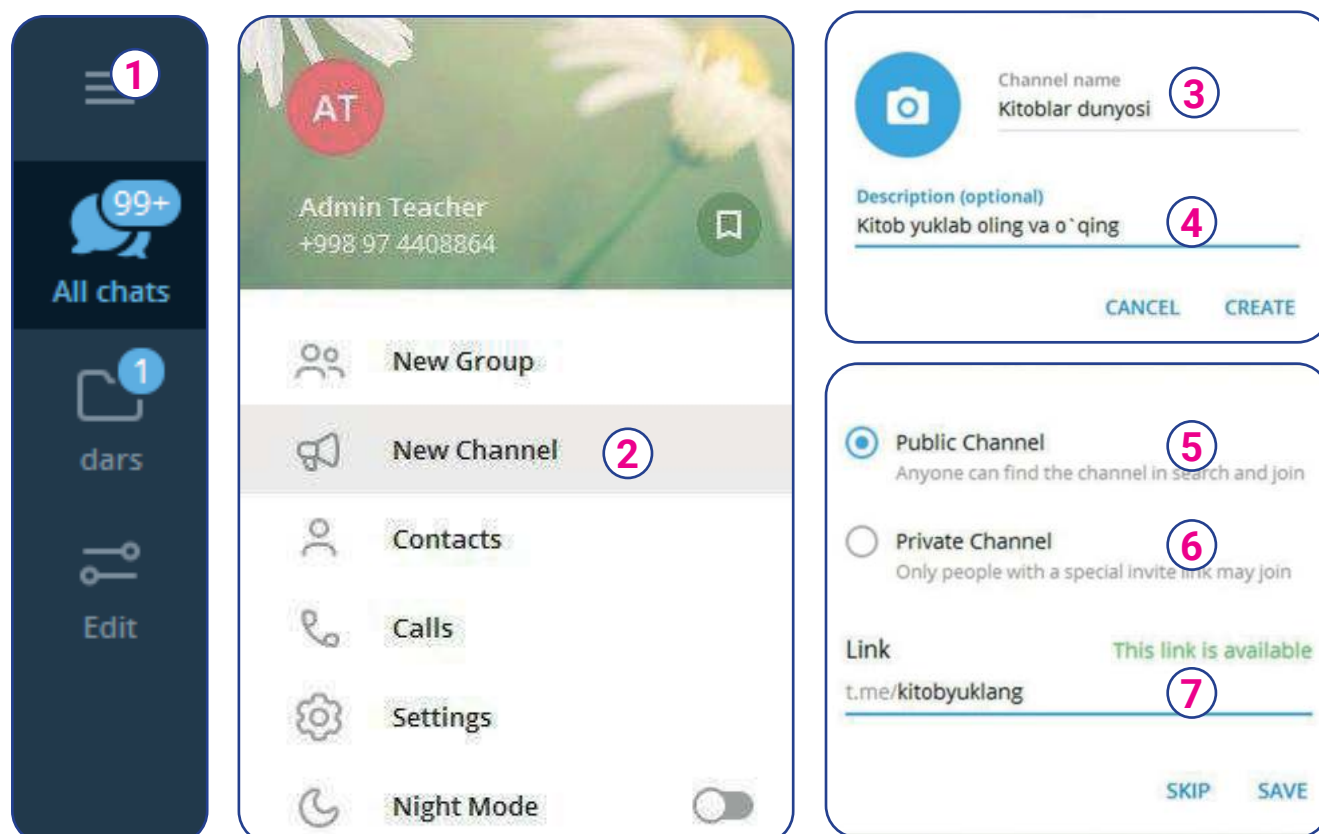
Kontentlarni nashr qilish huquqi faqat administratorga tegishlidir. Telegram kanallari qiziqarli kontentdan birga foydalanish va maqsadga yo'naltirilgan tadqiqot loyihalarini amalga oshirish kabi g'oyalarni ko'zlagan holda yaratiladi. Kanalni korporativ blog deb faraz qiling: muallif uslubini qidiring, eksklyuziv tarkib yarating va plagiatdan qoching.

Telegram tarmog'ida kanal yaratish

1. Telegram desktop (kompyuterlar uchun): oynaning chap qismidagi uchta chiziqni (1) bosib, **New channel** (Yangi kanal yaratish) (2) bo'limi tanlanadi.

Android: chatlar ro'yxati ochiladi, uchta chiziq orqali **"New channel"** tanlanadi.

iOS: **"Chats"** bo'limining o'ng yuqori qismidagi yangi xabar ikonkasi bosiladi va **"New channel"** tanlanadi.



2. Loyihaning maqsadidan kelib chiqib, kanalning nomi (3) va qisqacha mazmuni (4) kiritiladi va **Create** tugmachasi bosiladi.

3. Kanalning turi tanlanadi. **Public channel** (jamoat kanali, barcha foydalanuvchilar qidiruv orqali kanalni topishi va unga a'zo bo'lishi mumkin) (5) yoki **Private channel** (xususiy kanal, faqatgina taklif murojaati orqali a'zo bo'lish mumkin) (6) turlaridan biri tanlanadi. Murojaat uchun kanal manzili (7) lotin harflarida yoziladi. Dastlab mavjud bo'lmagan manzil kiritish talab qilinadi.

4. Keyingi qadamda kanal uchun a'zolarni qo'shish taklif etiladi. Tarmoq avtomatik ravishda kontaktlar ro'yxatidagi foydalanuvchilarni tavsiya etadi. Keraklilarini belgilab, **Add** bo'limi tanlanadi yoki **Skip** orqali ushbu qadam o'tkazib yuboriladi.

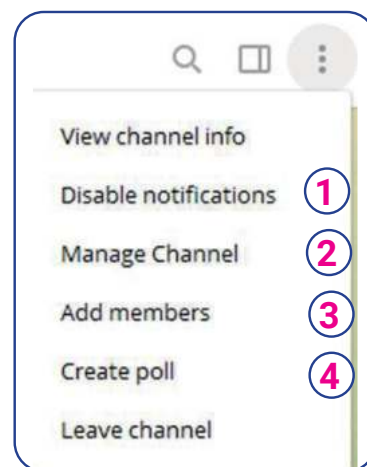
Telegram tarmog'ida kanal bilan ishlash

1. Kanalga kelayotgan xabarlar bildirishnomasini o'chirib qo'yish mumkin (1).

2. Kanalga logotip o'rnatish, administratorlarni belgilash kabi sozlashlarni amalga oshirish uchun **Manage channel** ko'rsatmasi tanlanadi.

3. Kanalga foydalanuvchilarni qo'shish uchun **Add members** bo'limi tanlanadi (3).

4. Kanalda turli so'rovnomalarni tashkil etish uchun **Create Poll** bo'limidan foydalaniladi. Buning uchun savol va javoblarning variantlari hamda sozlash qismida so'rovnomaning turi ko'rsatiladi (4).



Telegram tarmog'ida kanalni sozlash

1. Kanalga logotip o'rnatish uchun kamera rasmi tanlanadi (1).

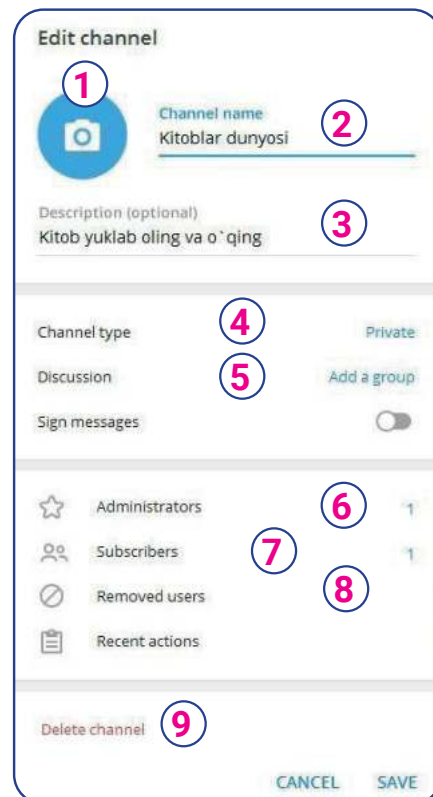
2. Kanal nomi (2), uning qisqacha mazmuni (3) va turini (4) o'zgartirish mumkin.

3. Kanaldagi loyiha bo'yicha muzokara va muhokamalarni olib borish uchun alohida kanalga bog'langan guruh ochish mumkin (5).

4. Kanalga kontentlarni kiritib borish uchun qo'shimcha administratorlar **Administrators** bo'limi orqali qo'shiladi (6).

5. Kanalga a'zolarni qo'shish (7) va ularni o'chirish (8) ham mumkin.

6. Kanalni tarmoqdan o'chirish uchun **Delete channel** ko'rsatmasi tanlanadi (9).



TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Telegram tarmog'idagi kanal turlari va ularning farqini izohlang.
2. Logotip nima va u nima uchun kerak?
3. Telegram tarmog'ida qo'shimcha administrator nima uchun kerak?
4. So'rovnoma nima? Nima maqsadda kanallarda so'rovnomadan foydalaniladi?

AMALIY TOPSHIRIQ



1. **Telegram** tarmog'ida taklif murojaati orqali kirish mumkin bo'lgan kanal oching. Kanal uchun loyiha mavzusidan kelib chiqqan holda nom tanlang va unga qisqacha izoh bering, kanal turini ko'rsating.
2. Loyiha mazmunidan kelib chiqib, kanalga logotip o'rnating.
3. Kanalga kontentlarni kiritish uchun qo'shimcha administratorni kiriting.
4. Kanaldan foydalanish uchun do'stlaringizni qo'shing.
5. Loyiha mavzusidan kelib chiqib, mijozlar talab va takliflarini o'rganish uchun so'rovnoma yarating.

QIZIQARLI FAKT

YouTube haqida qiziqarli faktlar



YouTube platformasi 2005-yilda PayPalning sobiq xodimlari — Javed Karim, Chad Hurley va Steve Chen tomonidan ishlab chiqilgan va 2005-yilning 14-fevralida ro'yxatdan o'tkazilgan. 2011-yilning 14-dekabr kuni MoldytoasterMedia nikli foydalanuvchi tomonidan YouTube'dagi eng uzun video (596 soat, 31 minut, 21 sekund) yuklangan.

Jeki Chan birinchi marta 1962-yilda kino ekranida "Katta va Kichik Vong Tin Bar" filmida suratga tushgan. Filmning asli hamda nusxalari mavjud bo'lmaganligi sababli, u yo'qolgan deb o'ylashadi. Biroq 2016-yil 3-martda ushbu triller to'satdan YouTube'ga yuklanadi.

2012-yilda Janubiy Koreyalik repper PSYning videosi eng ko'p ko'rilgan video maqomini olgan. 2012-yil sentabr oyida u YouTube tarixidagi eng ko'p yoqtirilganligi uchun Ginnes rekordlar kitobiga kirdi. O'sha yilning dekabr oyiga qadar ushbu video 1 mlrd martadan ziyod ko'rildi.

2018-yilda YouTube orqali eng ko'p daromad topadigan bloger Ryan Kaji birinchi o'rinni egallagan. Qizig'i shundaki, u yetti yoshli bolakay bo'lib, o'zining Ryan Toys Review nomli kanalida o'yinchoqlar haqida ma'lumot bergan. Uning 22,4 mln kuzatuvchisi bor va shu vaqtgacha u qo'ygan videolar 33 mlrd marta ko'rilgan.



III BOB.

CMS – KONTENT BOSHQARUV TIZIMLARI

O'QUV MAQSADI

Bu bobda:

- CMS haqida qisqacha tushunchaga ega bo'lasiz va;
- CMSning ishlash prinsipi;
- CMSning afzallik va kamchiliklari;
- CMS platformalari;
- CMS platformalaridan eng samaralisini tanlab olish haqida bilib olasiz.

KO'NIKMA

Bob yakunida Siz:

- CMS platformasini o'rnatish;
- CMS platformasida sayt yaratish;
- CMS platformasida sayt dizaynini sozlash;
- CMS platformasida sayt tarkibini ishlab chiqish;
- CMS platformasida sayt sahifalariga ma'lumotlar kiritish ko'nikmalariga ega bo'lasiz.

VOSITALAR

- WordPress.
- Joomla.
- Drupal.

11-dars. CMS (CONTENT MANAGEMENT SYSTEMS – KONTENTNING BOSHQARUV TIZIMLARI) HAQIDA

So'nggi yillarda internet omma hayotiga shunchalik jadal ta'sir ko'rsatmoqdaki, bu bilan u nafaqat inson hayotining muhim qismiga aylanmoqda, balki biznes loyihalarning rivojlanishida hal qiluvchi omil vazifasini ham o'tamoqda. Internet tarmog'i kompaniyalarga o'z biznesini yuritish va rivojlantirishda katta yordam berish bilan bu jarayonlarda asosiy rol o'ynamoqda, shuningdek, u barcha uchun tengi yo'q aloqa vositasi hamdir. Internet virtual axborot makoni bo'lib, bu makon millionlab web-saytlardan iborat.

Siz ham o'z saytingizni yaratib, ushbu makonning bir qismiga aylanishingiz mumkin. Buning uchun professional yoki tajribali dasturchi bo'lishingiz yoki g'oyangizni amalga oshirish uchun dizayner, dasturchi mutaxassislar jamoasini yollashingiz shart emas, balki oddiygina CMSdan foydalanish ko'nikmalariga ega bo'lsangiz kifoya.

BUNI BILASIZMI?



- CMS deganda nimani tushunasiz?
- Sizningcha, CMS nima uchun kerak?
- CMS qanday imkoniyatlarga ega?
- CMS platformalarini tanlashda nimalarga e'tibor berish lozim?

TAYANCH TUSHUNCHALAR

- **Xaker** – maxfiy axborotlarni ruxsatsiz olish va ularni virus bilan zararlash maqsadida yopiq axborot tizimlari, ma'lumotlar banki kabi tarmoqlar himoya tizimini buzib kiradigan kompyuter dasturchisi.
- **Template (shablon)** – mazmuni (matn, rasm, multimedia va b.) sayt tizimi mexanizmi tomonidan to'ldiriladigan, o'ziga xos dizayn va tuzilmaga ega HTML teglar to'plamidan iborat sahifa.

DIQQAT



CMS (content management system – kontentni boshqaruv tizimi) – tayyor shablonli tuzilmalar, ma'lumotlarni kiritish va dizayn ishlariga mo'ljallangan funksiyalar to'plamidan iborat platforma. Shuningdek, CMS matnli va multimediali sahifalardan iborat saytlarni qulay va oson yaratish hamda o'zgartirish (qo'shish, tahrirlash va o'chirish) imkonini beradigan boshqaruv tizimidir.

CMS saytda yangi sahifalar yaratish, mahsulotlar katalogini o'zgartirish, buyurtma berish kabi jarayonlarni amalga oshirish imkoniyatlarini ham beradi.

Har qanday internet sayti HTML tili, CSS kaskadli stillar jadvali, PHP, JavaScript singari web-texnologiyalar hamda MySQL kabi ma'lumotlar bazasini boshqarish tizimlari yordamida yaratiladi. Sayt tarkibida biz ko'radigan barcha materiallar (matn, rasm, audio, video va b.) ushbu web-texnologiyalar yordamida sahifada chiqariladi. Ma'lumki, bunday jarayon ushbu web-dasturlash tillarini yaxshi o'zlashtirgan mutaxassis tomonidagina amalga oshiriladi. CMS esa dasturlash tillaridan bexabar foydalanuvchiga ham sayt yaratish va uni boshqarish imkonini bera oladi.

CMSNING AFZALLIKLARI



- **Sayt bilan ishlash jarayonining soddaligi va qulayligi.** CMSni boshqaruv tizimi har qanday foydalanuvchiga, bilim darajasidan qat'i nazar, resurslar ustida to'liq ish olib borish [saytni boshqarish, ma'lumotlarni tahrirlash, tuzilmani sozlash (bo'limlarni qo'shish va o'chirish)] imkonini beradi. Bunda sayt strukturasi ishlab chiqish va dasturlash bo'yicha texnik bilim yoki ilg'or ko'nikmalar talab etilmaydi.
- **Qisqa vaqt ichida, yuqori tezlikda sayt yaratish imkoniyati.** Dastlab sayt yaratish ko'p vaqt talab qiladigan, mashaqqatli jarayon bo'lgan. CMS ish jarayonining ko'plab qismi avtomatlashtirganligi sababli sayt va uning alohida qismlarini yaratishda vaqt sezilarli tejaladi.
- **Ortiqcha qiyinchiliklarsiz chiroyli dizayn yaratish imkoniyati.** Tizim boshqaruvi sayt dizayni ustida ishlash va uning tarkibini yaxshilash, yangi elementlarni qo'shish va boshqarish imkonini beradi.
- **Ko'pfunksionallik.** Zamonaviy boshqaruv tizimi murakkab ko'p blokli tuzilmaga ega bo'lib, ko'proq konstruktorga o'xshab ketadi. Bunday universal, moslashuvchan konstruksiya ixtiyoriy foydalanuvchiga takrorlanmas, o'ziga xos sayt yaratish imkonini beradi.
- **Foydalanish huquqini boshqarish.** CMS sayt foydalanuvchilari o'rtasida rollarni taqsimlash imkoniyatiga ham ega. Masalan, mehmon sifatida kirgan foydalanuvchi biror-bir sahifaga izoh qoldirishi mumkin, lekin menyu bloklarini yoki sahifa tarkibini o'zgartirish huquqiga ega emas va saytning boshqa elementlariga ta'sir o'tkaza olmaydi.

CMSNING KAMCHILIKLARI



- **Tizim himoya qatlamini mustahkamlash zaruratining mavjudligi.** Juda keng tarqalgan boshqaruv tizimlarining ichki tuzilmalari xakerlar tomonidan o'rganib chiqiladi, natijada ularning zaif tomonlari ko'pchilikka oshkor bo'lib qoladi. Chunki bunday tizimni buzish professional xakerlar uchun qiyinchilik tug'dirmaydi.

- **Shablon asosida ishlashi.** CMSlar turli moslashuvchanlikka ega bo'lishiga qaramay, shablonlar to'plamidan tashkil topadi. CMSlarning ba'zilarida shablonlar to'plami kengroq, u yerdan xohlagan g'oyaga mos dizayn va tuzilmani topish mumkin. Ba'zilarida esa shablonlar to'plami kamligi bois, ijodiy g'oyani amalga oshirish qiyinchilik tug'dirishi mumkin.
- **Nostandart funksiyalarga ega bo'lgan maxsus saytlar yaratishning mushkulligi.** Ammo bunday saytlar maxsus kompaniyalar yoki IT-mutaxassislar tomonidan yaratilishi mumkin.

ESLAB QOLING



Har bir CMS o'z xususiyatlaridan kelib chiqqan holda turli imkoniyatlarga ega. Shu sababli, kompaniya ehtiyojlarini qanoatlantiradigan CMS platformani tanlash vaqtida uning keng tarqalganligi, narxi bilan bir qatorda quyidagi xususiyatlariga ham e'tibor qaratish lozim:

- himoyalanganligi;
- elementlarni qayta o'zgartirish imkoniyatining mavjudligi;
- funksiyalar to'plami va imkoniyatlari;
- sarlavha, metateglar va reklama uchun muhim bo'lgan boshqa ma'lumotlar bilan ishlashda qulayligi;
- sahifalar va semantik URLlar uchun maxsus nomlarni yaratish qobiliyati;
- ish unumdorligi;
- xatolarni to'g'rilash qobiliyati;
- sayt xaritasini qo'llab-quvvatlashi;
- sahifalarni qo'shish va o'chirishning qulayligi.

TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Kontent boshqaruv tizimlari nima?
2. Kontent boshqaruv tizimlari nima maqsadda qo'llaniladi?
3. CMSning afzalliklari nimalardan iborat?
4. CMSda qanday kamchiliklar mavjud?
5. Shablon nima?

12-dars. CMS PLATFORMALARI BILAN TANISHISH

Oxirgi o'n yillikda zamonaviy saytlar oddiy saytlarga nisbatan ancha ilgari ketdi. Zamonaviy saytlar bejirim dizayn va puxta o'ylangan reklama usullaridan tashqari, takrorlash qiyin bo'lgan qat'iy funksiyalarni o'z ichiga olgan sahifalar to'plamidan iborat. Shu sababli, aksariyat foydalanuvchilar turli funksiyalarga ega zamonaviy saytni "nol"dan yozishdan ko'ra, ommalashgan CMS platformalardan foydalanishni ma'qul ko'radi.

BUNI BILASIZMI?



- **CMS platformalari qanday imkoniyatlarga ega bo'lishi lozim?**
- **CMS platformalarida qanday ishlash mumkin?**
- **CMS platformalarida yaratilgan qanday saytlarni bilasiz?**

TAYANCH TUSHUNCHALAR

- **Yopiq kodli platforma** – shifrlangan dasturiy ta'minot. Uning tarkibini ko'rib chiqish, tahrirlash, o'zgartirish, unga qo'shimchalar kiritish mumkin emas.
- **Plugin** (plagin) – dasturiy ta'minot uchun qo'shimcha ilova. U dastur imkoniyatlarini kengaytirish uchun xizmat qiladi.

DIQQAT



O'zini yoki mahsulotini internet orqali reklama qilmoqchi bo'lgan kompaniyalarning o'z shaxsiy sayti bo'lishi zarur. Professional mutaxassislar guruhiga ega ixtisoslashgan firmalardan farqli ravishda, aksariyat tashkilotlarda shaxsiy sayt yaratish uchun mutaxassislar yetishmaydi. Shu sababli, ular standart funksiyalar to'plamiga ega CMS platformalardan foydalanadilar. CMS platformalar sayt tarkibini materiallar bilan to'ldirish, ularni o'zgartirish va resurslarni boshqarish, yangi sahifalar yaratish, sayt ko'rinishi, dizaynini optimallashtirish va uning tarkibini yaxshilash imkoniyatlarini beradi.

Saytning ko'pfunksionalligi, imkoniyatlari, foydalanuvchi uchun qulayligi CMS platformaga bog'liq. To'g'ri tanlangan platforma saytni muvaffaqiyatli yaratish, reklama qilish bilan bir qatorda, mijozga zavqli, ishonchli va talab darajasida ishlash imkonini beradi.

CMS platformalar ikki guruhga bo'linadi:

- **ochiq kodli (bepul tarqatiladigan)**, foydalanuvchi tomonidan ichki kodning o'zgartirilishiga ruxsat beriladigan tizimlar: *WordPress, Joomla, Drupal, Typo3, OpenCart, Serendipity, Dotclear, ImpressPages, Chamilo, Magento, PrestaShop*;
- **yopiq kodli (tijorat maqsadida tarqatiladigan)**, foydalanuvchi tomonidan ichki kodning o'zgartirilishiga ruxsat berilmaydigan tizimlar: *Shopify, 1С-Битрикс, CS-cart, DataLife Engine, BigCommerce, Shop-Script*.

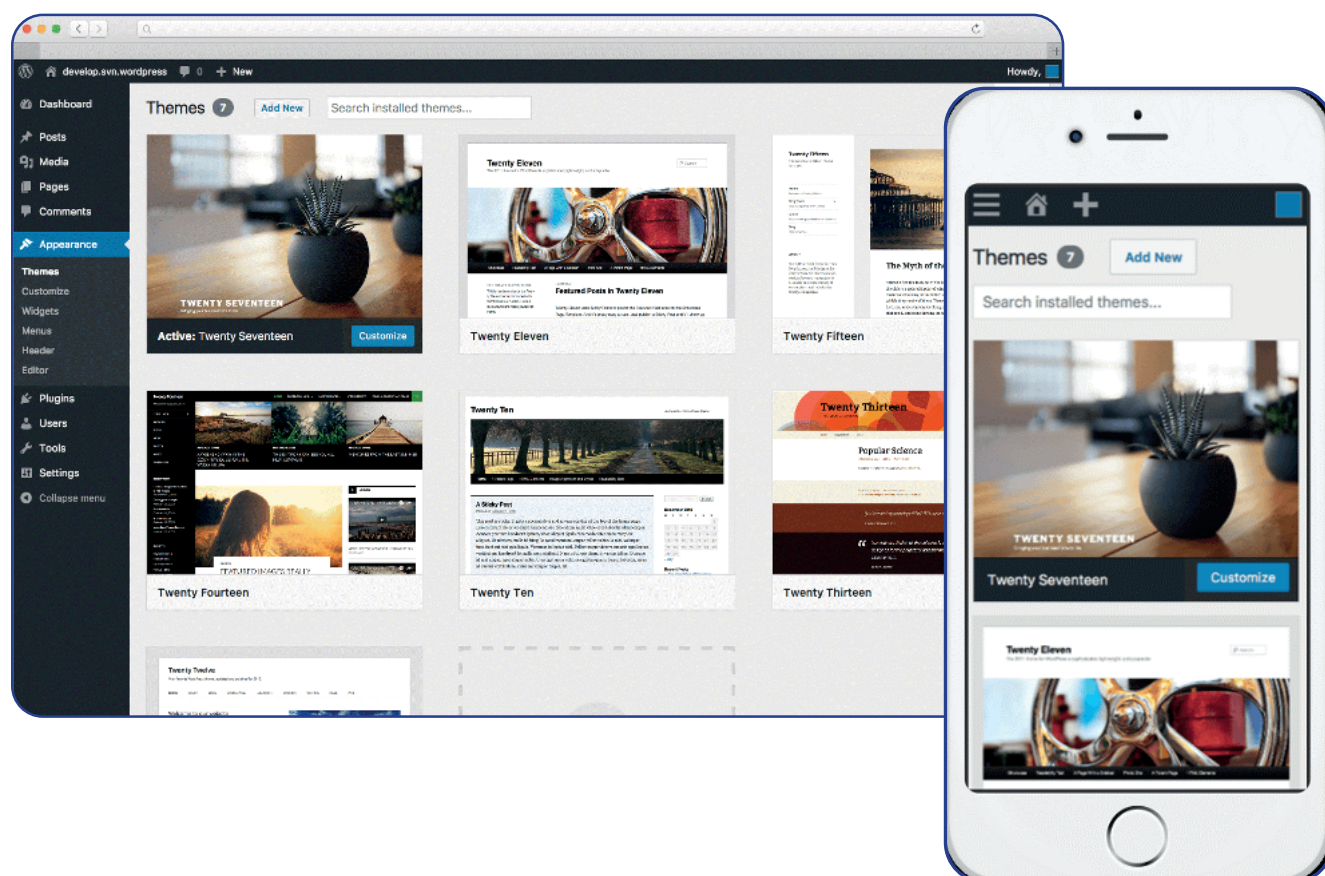
CMS platformalar vazifasiga ko'ra ikki turga bo'linadi:

- **yuqori ixtisoslashgan.** Bu tizimlar alohida imkoniyatlarga ega bo'lib, maxsus belgilangan vazifalarni hal etish uchun mo'ljallangan platformalar (masalan, internet do'konlarini tashkil etish: bepul – *OpenCart, Magento* va b., tijorat maqsadida tarqatiladigan, ya'ni pullik – **BigCommerce, Shop-Script** va b.);
- **universal.** Turli vazifalarni hal etishga mo'ljallangan platformalar (masalan, *WordPress, Joomla, Typo3*).

WORDPRESS PLATFORMASI

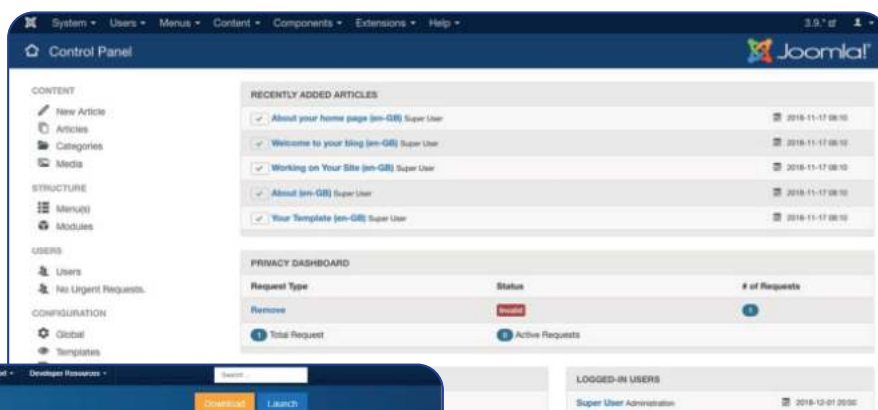


WordPress (<https://wordpress.org/>) dastlab bloglar yaratishga mo'ljallangan dunyoga mashhur platforma bo'lib, hozir uning imkoniyatlari yanada kengaytirilgan. Platformadan foydalanish juda oson, ixtiyoriy saytni plaginlar va tayyor shablonlar (minglab turlari mavjud) asosida xohlagan ko'rinishda sozlash mumkin. Platforma tarkibini boshqaruvchi muharrir qismi yordamida sayt tuzilmasini yaratish va tahrirlash, foydalanuvchilarni ro'yxatdan o'tkazish mumkin.



JOOMLA PLATFORMASI

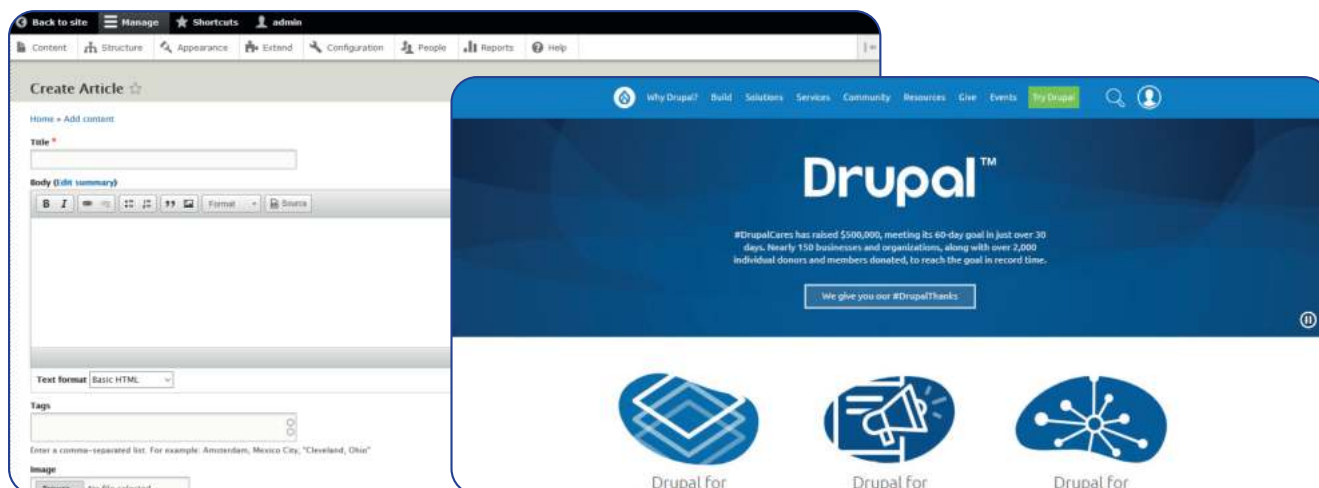
Joomla (<https://www.joomla.org/>) – o'ta sodda, maxsus bilim talab qilmaydigan, sayt yaratishni boshlovchilar uchun mo'ljallangan bepul tizim turi. Joomla matnli kontentga asoslanmagan web-sayt yaratish uchun mo'ljallangan, "maxsus xabar turlarini", ya'ni ma'lum vaqt ochiq turishi lozim bo'lgan xabar turlarini boshqarish imkonini beruvchi platforma. Shuningdek, platforma foydalanuvchilarga boshqarish uchun juda ko'p funksiyalarni taklif etadi. Platforma tarkibida ko'p tilli qo'llab-quvvatlash imkoniyati mavjud bo'lib, sayt tillarini qo'shish uchun pluginlar o'rnatish (WordPress kabi) shart emas. Platforma bir vaqtning o'zida turli kontentlar uchun bir necha shablon yoki mavzulardan foydalanish imkonini beradi.



DRUPAL PLATFORMASI



Drupal (<https://www.drupal.org/>) – to'liq sayt yaratish uchun o'zida barcha elementlarni qamrab olgan, ko'pfunksional, nisbatan sekin ishlovchi platforma. Drupal ham Joomla kabi "maxsus xabar turlari" bilan ishlashga moslashuvchan platforma. Platforma foydalanuvchilarni hamda ko'p tilli saytlarni boshqarish imkoniyatiga ega. Shuningdek, mazkur platforma WordPress va Joomla'ga nisbatan xavfsizroq platforma hisoblanadi.



ESLAB QOLING



Odatda, CMS platformalar yordamida quyidagi ko'rinishdagi saytlar yaratiladi:

- blog, forum (WordPress, phpBB, vBulletin);
- internet do'kon (Magento, OpenCart, osCommerce);
- ijtimoiy tarmoqlar (InstantCMS, Social Engine);
- shaxsiy saytlar (WordPress, Monstra);
- korporativ saytlar (Joomla, Drupal);
- portallar (DLE, Drupal).

Biroq, CMSning aksariyati moslashuvchan tarzda sozlanishi va har xil saytlarni yaratishda ishlatilishi mumkin. Masalan, eng ommabop va universal variant bu — WordPress bo'lib, uning yordamida deyarli har qanday loyihani yaratish mumkin: shaxsiy web-sayt, yirik portal yoki internet-do'kon.

TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Qanday platformalarga ochiq kodli CMS platformalar deyiladi? Ularga misol keltiring.
2. Qanday platformalarga yopiq kodli CMS platformalar deyiladi? Ularga misol keltiring.
3. Korporativ saytlar uchun mo'ljallangan CMS platformalarni yozing.
4. Internet do'konlar uchun mo'ljallangan CMS platformalarni yozing.
5. Reytingi yuqori bo'lgan CMS platformalarga misollar keltiring. Nima sababdan ularning reytingi yuqori?

14-dars. CMSDA MAQSADGA YO'NALTIRILGAN WEB-SAYTLARNI YARATISH

WordPress Web-sayt yaratish uchun eng mashhur CMS platformalardan biridir. WordPress yordamida turli murakkablikdagi tashrif saytlari, shaxsiy bloglar, xizmat ko'rsatish saytlari, ko'p sahifali internet do'konlari, biznes loyihalar uchun saytlarni yaratish mumkin. Eng mashhur CMS imkoniyatlaridan foydalanishni o'rganib olganingizdan keyin, nafaqat o'zingiz uchun, balki buyurtma asosida ham sayt yaratishingiz va mavjud loyihalarni qo'llab-quvvatlash orqali daromad topishingiz mumkin. E'tibor bering, WordPress platformasida faoliyat yuritadigan mutaxassislarga bugungi kunda mehnat bozorida talab katta!

BUNI BILASIZMI?



- CMS platformalar qanday o'rnatiladi?
- CMS platformalarni o'rnatish uchun kompyuterlarga qanday texnik talab qo'yiladi?

TAYANCH TUSHUNCHALAR

• **Local web-server** — mijozdan kelayotgan so'rovlarni qabul qilib olib, ularga mos javoblarni jo'natadigan dastur.

DIQQAT



CMS platformalar keng funksional xususiyatlarga ega bo'lib, ular konstruktor kabi bloklardan maqsadga yo'naltirilgan saytlarni yaratishda yordam beradi. CMSni shartli ravishda quyidagi qismlarga ajratish mumkin:

- sayt tarkibi, foydalanuvchilar va boshqa muhim obyektlar haqida ma'lumotlar joylashgan ma'lumotlar bazasi;
- sahifalarni tez va oson yaratishda yordam beradigan vizual muharrir;
- turli mavzulardagi dizayn va tuzilmalarga ega shablonlar;
- saytga qo'shimcha funksiyalarni qo'shish imkonini beruvchi modul va plaginlar.

Maqsadga yo'naltirilgan sayt yaratish uchun CMS platformalaridan biri — WordPress platformasini qanday o'rnatish kerakligini ko'rib chiqamiz.

WordPress platformasini o'rnatish va undan foydalanishni uch xil usul bilan amalga oshirish mumkin.

Birinchi usul: Wordpress platformasida sayt yaratishni endi boshlayotgan foydalanuvchilar uchun bepul xosting taklif etilgan bo'lib, bunda WordPress.com orqali ro'yxatdan o'tish va sayt yaratish mumkin.

TAYANCH TUSHUNCHALAR

- **Hosting** (xosting) — sayt uchun joy ajratib beruvchi xizmat turi. Har qanday sayt biror serverda joylashtiriladi va muayyan hajmdagi joyni egallaydi.
- **Domain** (domen) **nomi** — lokal yoki global tarmoq (internet) serverlaridan birida joylashgan saytning manzili yoki nomi. Domen orqali sayt joylashgan xosting va baza bilan bog'lanish mumkin.

ESLAB QOLING

WordPress.com — bepul xosting. U xosting va domen uchun pul to'lamagan holda WordPress platformasida sayt yaratish imkoniyatini beradi.

WordPress.org — WordPressning rasmiy sayti. U platformaning oxirgi versiyasini yuklab olish orqali mustaqil tanlangan xosting yoki kompyuter lokal serverida sayt yaratish imkoniyatini beradi.

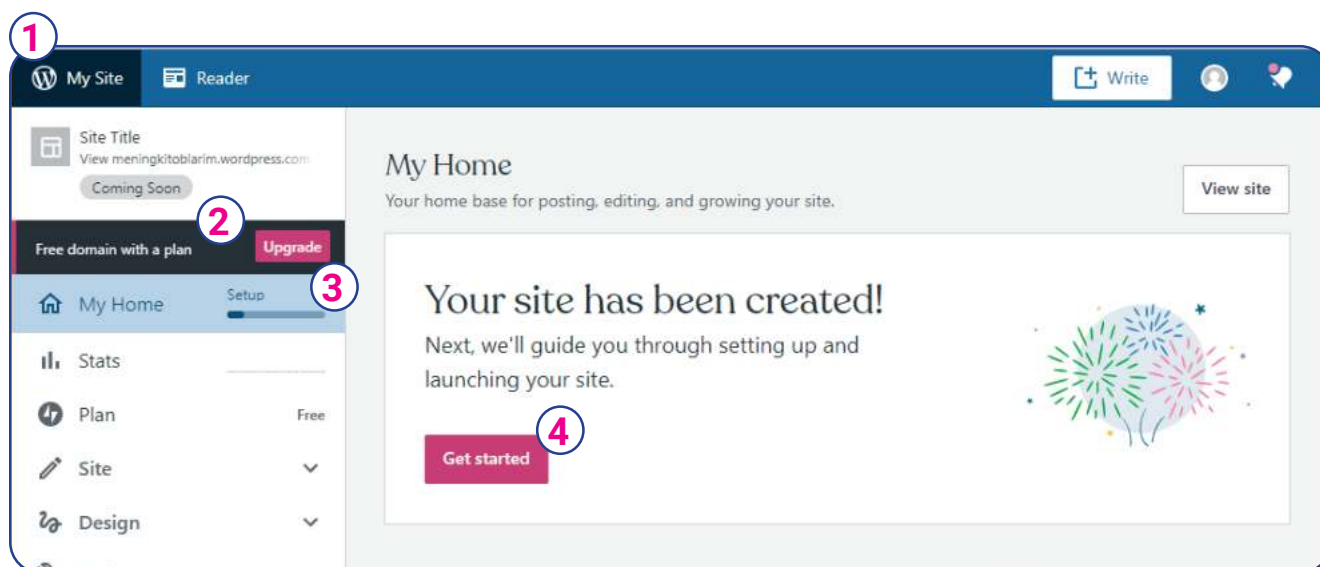
Ikkinchi usul: kompyuterda joylashgan lokal web-serverga platforma o'rnatishdan iborat. Lokal web-server — uchta dasturiy mahsulot (*web-server*: Apache va b.; *web-dasturlash tili yoki interpretator*: PHP va b.; *ma'lumotlar bazasini boshqarish tizimi*: MySQL va b.)ning jamlangan, o'zaro bog'langan va sozlangan to'plami, masalan, Xampp, OpenServer, Denwer.

Kompyuterga lokal web-server to'plamidan birortasi o'rnatilganidan so'ng, platforma dasturiy ta'minot oxirgi versiyasini rasmiy sayt manzili (masalan, wordpress.org)dan yuklab oladi va o'rnatadi.

Uchinchi usul: agar ro'yxatdan o'tkazilgan xosting va domen mavjud bo'lsa, platforma dasturiy ta'minot oxirgi versiyasini rasmiy sayt manzildan (masalan, wordpress.org) yuklab oladi. Yuklab olingan platforma masofadan boshqariluvchi server (xosting)ga ko'chiriladi va o'rnatiladi.

WordPress.com taklif etgan bepul xosting yordamida sayt yaratish

1. WordPress.com saytida ro'yxatdan o'tiladi.
2. **MySite** bo'limiga o'tib, **Create site** tugmachasi bosiladi (1).
3. Ochilgan muloqotli oynada domen uchun nom yoziladi (masalan, meningkitoblarim). Pullik va bepul taklif etilgan domen nomlaridan biri tanlanadi. Masalan, meningkitoblarim.wordpress.com domen nomi free (bepul) sifatida ko'rsatilgan **Select** tugmachasi orqali ushbu domenni tanlaymiz.
4. **MyHome** (3) bo'limida *Your site has been Createed!* xabari paydo bo'ladi va saytni sozlash uchun **Get started** tugmachasi tanlanadi (4). Keyingi qadamda pullik va bepul variantlar taklif etiladi, bepul variantni tanlash uchun **Start with a free site** tanlanadi.
5. **MyHome** bo'limi yordamida sayt nomi va menyu nomlari kiritiladi va tahrirlanadi (3).
6. **Free domain with a plan** (2) yordamida kompyuter, planshet va mobil telefondagi qurilmalariga mos sayt umumiy interfeysini ko'rib chiqish mumkin.

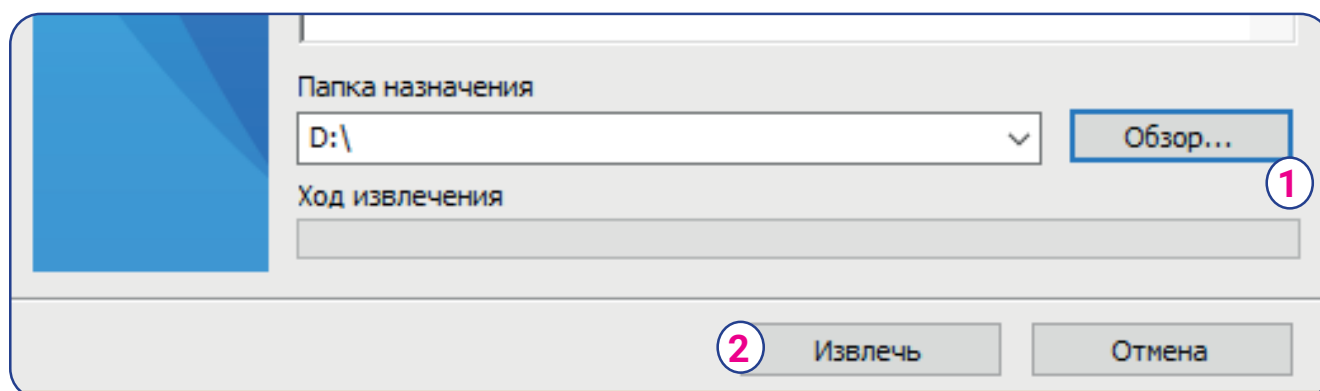


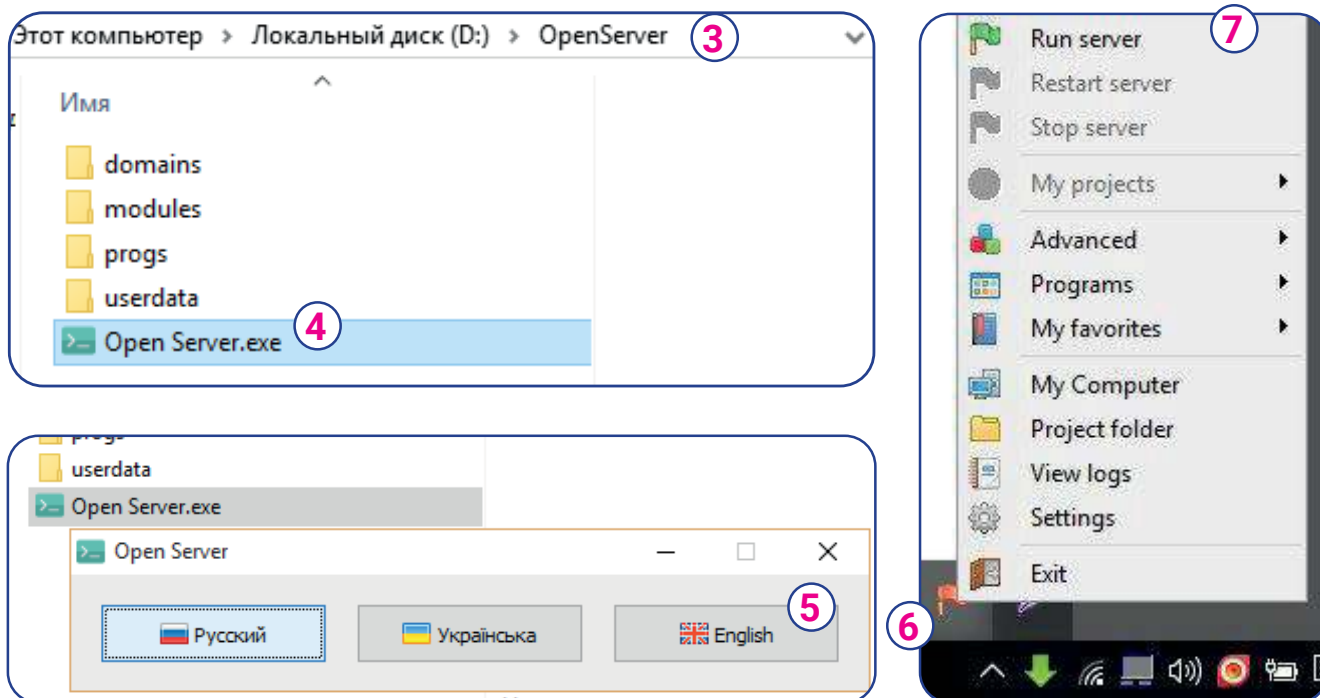
Lokal web-serverga maqsadga yo'naltirilgan sayt uchun platforma o'rnatish bir necha bosqichda amalga oshiriladi:

- 1) kompyuterga lokal web-server to'plami o'rnatiladi;
- 2) maqsadga yo'naltirilgan sayt uchun ma'lumotlar bazasi yaratiladi;
- 3) sayt domenining nomi lokal web-server domenlari ro'yxatiga qo'shiladi;
- 4) sayt uchun platforma o'rnatiladi.

OpenServer lokal web-server to'plamini o'rnatish

1. OpenServer rasmiy sayti (<https://ospanel.io/>) orqali kompyuter operatsion tizimiga mos dasturiy ta'minot kompyuterga yuklab olinadi.
2. OpenServer o'rnatgichi ishga tushirilib, **Папка назначения** bo'limida **Обзор...** orqali D:\ lokal disk ko'rsatiladi (1) va **Извлечь** tugmachasi bosiladi (2).
3. Kompyuterning OpenServer o'rnatilgan D:\ lokal diskiga kiriladi va OpenServer papkasi ochiladi (3).
4. OpenServer.exe fayli ishga tushirilib (4), til (birinchi marta ishga tushirilganda ushbu oyna chiqadi, keyingilarida esa chiqmaydi) tanlanadi. Masalan, **English** (5).
5. OpenServerni ishga tushirish (yoki yoqish) uchun ish stolining o'ng pastki burchagida menyuyu (bayroqcha)ni bosib (6), kontekst menyudan **Run server** buyrug'i tanlanadi (7).





Maqsadga yo'naltirilgan sayt platformasi uchun ma'lumotlar bazasini yaratish

1. OpenServer ishga tushganligi (**Run server** buyrug'i amalga oshganligi) tekshiriladi.
2. OpenServer menyusi (bayroqcha)ni bosib, **Advanced** bo'limidan **PhpMyAdmin** tanlanadi.
3. Ma'lumotlar bazasini boshqarish tizimiga login (root) va parol (root) kiritiladi.
4. **Databases** bo'limiga o'tib (1), sayt ma'lumotlar bazasi uchun baza yaratiladi. **Database name** bo'limiga sayt bazasi nomi (masalan, db_kitob) kiritiladi (2) va **Create** tugmachasi bosiladi (3).



Sayt domeni nomini lokal Web-server domenlari ro'yxatiga qo'shish

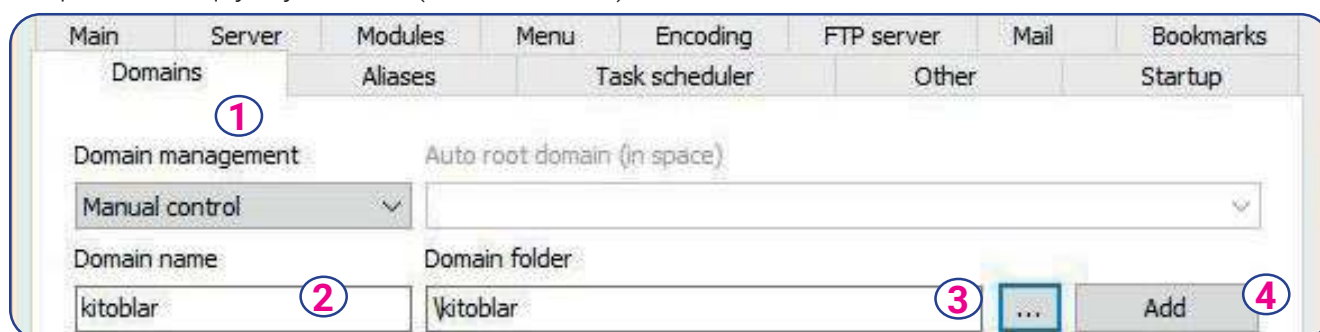
1. **WordPress.org** manzildan **wordpress download** tugmachasi orqali wordpress platformasi yuklab olinadi.
2. **OpenServer** menyusini bosib, **Project folder** bo'limi tanlanadi, ochilgan papkaga yuklab olingan Wordpress arxiv fayli ko'chirib o'tkaziladi.
3. Arxiv papka ushbu papka (domains papkasi)da ochiladi va u **kitoblar** deb nomlanadi.

Tekshirib ko'ring, kitoblar papkasining ichida to'g'ridan-to'g'ri platformaning fayllari joylashgan bo'lishi kerak!

4. **OpenServer** menyusini bosib, **Settings** oynasida **Domains** ilovasiga o'tiladi (1). **Domains**

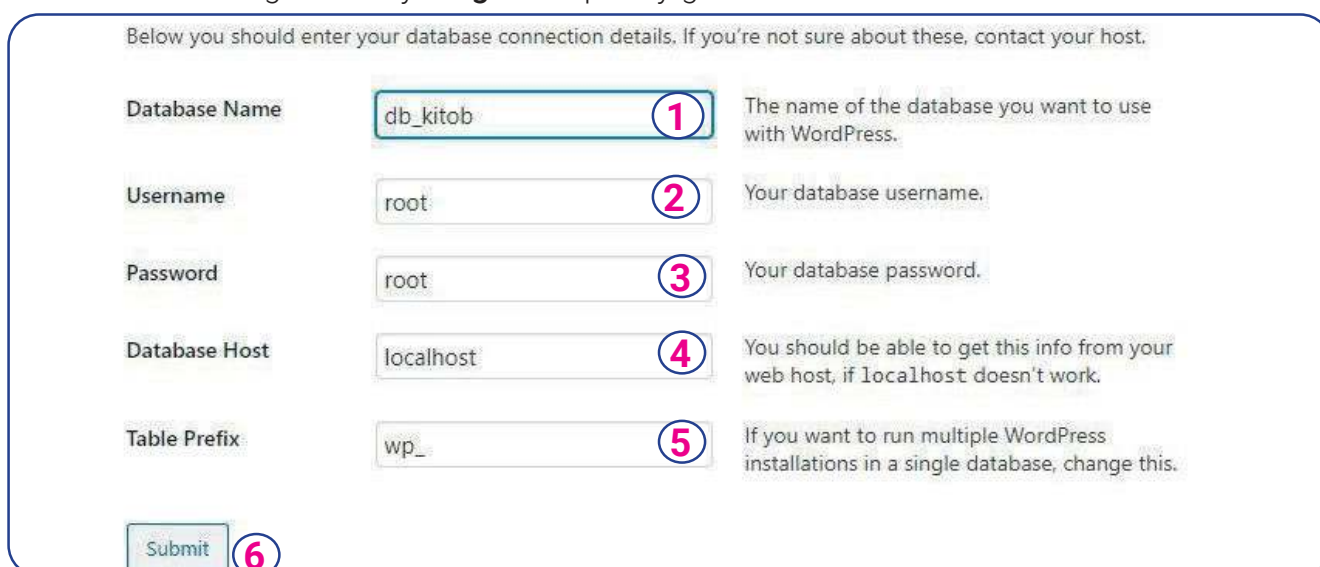
management qismidan **Manual control** tanlanadi. **Domain name** qismiga domenning nomi (masalan, kitoblar) yoziladi (2) va **Domain folder** qismida papka (masalan, kitoblar) tanlanadi (3). Domenning nomini qo'shish uchun **Add** (4), so'ngra **Save** tugmachasi bosiladi.

5. OpenServer qayta yuklanadi (**Restart server**) ko'rsatmasi tanlanadi.



Sayt uchun platforma o'rnatish

1. Brauzer ishga tushiriladi (masalan, Chrome), manzil qatoriga domenning nomi (kitoblar/) yoziladi.
2. O'rnatish uchun oynada til tanlanadi va **Continue** tugmachasi bosiladi. Platformani o'rnatish uchun kerakli ma'lumotlarni o'qib, **Let's go!** tugmachasi bosiladi.
3. Ma'lumotlar bazasi bilan bog'lanish uchun ma'lumot kiritiladi. Ma'lumotlar bazasi nomi (db_kitob) (1), foydalanuvchi nomi (root) (2), parol (root) (3), server nomi (localhost) (4), ma'lumotlar bazasi jadvallari uchun old qo'shimcha (5) yoziladi. **Submit** tugmachasi bosiladi (6) va keyingi oynada **Run the installation** tugmachasi tanlanadi.
4. Keyingi oynada sayt nomi (masalan, Kitoblar olami), muharrir bo'limidan foydalanish uchun foydalanuvchi nomi (masalan, admin), parol (katta, kichik harflar, sonlar va belgilardan iborat parolni tanlang) va elektron pochta manzili kiritiladi hamda **Install WordPress** tugmachasi bosiladi. Foydalanuvchi nomi va parolni eslab qoling! Keyinchalik saytni boshqarish uchun ushbu login, parol orqali muharrir bo'limiga kirasiz.
5. Platforma o'rnatilgandan keyin **Sign In** orqali saytga kirish mumkin.



TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. OpenServer qanday dasturiy ta'minot?
2. OpenServer rasmiy saytining manzili qanday?
3. WordPress.com bilan WordPress.orgning farqli jihatlarini ayting.
4. Ma'lumotlar bazasi qaysi tizim yordamida yaratiladi?
5. Domen nima?
6. WordPress.comdan nima maqsadda foydalaniladi?

15-dars. AMALIY ISH.

WORDPRESSDA MAQSADGA YO'NALTIRILGAN WEB-SAYT YARATISH

AMALIY TOPSHIRIQ



1. OpenServer rasmiy sayti <https://ospanel.io/> orqali kompyuter operatsion tizimiga mos o'rnatgichni yuklab oling va o'rning.
2. OpenServer lokal web-server dasturi bilan tanishib chiqing.
3. OpenServer lokal web-serverining menyusi orqali **Run server** tugmachasi yordamida serverni yuklang, **Restart server** orqali qayta yuklang, **Stop server** orqali server ishini to'xtating.
4. Maqsadga yo'naltirilgan sayt uchun, sayt mavzusidan kelib chiqqan holda, ma'lumotlar bazasini yarating. Masalan, sport sayti bo'lsa, db_sport yoki sport.
5. WordPress rasmiy saytidan platformaning oxirgi versiyasini OpenServer lokal web-serverining loyihalar papkasiga (Папка с проектами) yuklab oling. D:\openserver\domains
6. Maqsadga yo'naltirilgan sayt uchun domenning nomini tanlang va uni lokal web-server ro'yxatiga qo'shing. Masalan, sport, sport.uz va b.
7. Brauzer yordamida domen nomiga kiring, WordPress platformasini o'rning va saytning boshlang'ich ma'lumotlarini kiriting.

16-dars. WEB-SAYT DIZAYNI BILAN ISHLASH

Odamlar dunyoqarashi hamda zamonaviy texnologiyalarning jadal sur'atlarda rivojlanishi murakkab dizayn va tarkibga ega saytlarni yaratishda CMSdan foydalanish zaruratini keltirib chiqarmoqda. Sahifalari o'zgarmas saytlardan muntazam yangilanib turuvchi saytlarga o'tish jarayoni kechmoqdaki, bunday jarayon ko'plab biznes loyihalarning muvaffaqiyat kaliti rolini o'ynamoqda.

BUNI BILASIZMI?



- **Sayt dizayni qanday bo'lishi lozim?**
- **Sayt dizaynini sozlashda tayyor shablondan foydalansa bo'ladimi?**
- **Sayt uchun menyular qanday shakllantiriladi?**

CMS platformalarining ishlash prinsipi ikki bosqich, ya'ni sayt dizayni va uning tarkibi bilan ishlashdan iborat. Foydalanuvchi, eng avvalo, sahifani bezash uchun sayt mavzusiga mos tayyor shablonlardan birini tanlab oladi. Keyingi bosqichda esa saytni ma'lumotlar bilan to'ldiradi. Ma'lumki, bu ishlarning barchasi muharrir (administrator) bo'limida bajariladi.

TAYANCH TUSHUNCHALAR

- **Sayt dizayni** – saytni yaratish va sozlashda qo'llaniladigan grafik element, shrift va ranglar kombinatsiyasi.
- **Vidgets (vijet)** – saytning turli qismlarida joylashgan axborotli yoki funksional blok. Mazkur blok banner, qidiruv bo'limlari, blog va xabarlar hamda sahifalarga o'tish murojaatlari kabilardan iborat.

DIQQAT



Web-saytning dizayni loyihaning mazmuniga mos, o'ziga xos tuzilishga ega bo'lishi, loyihaning asosiy mazmunini ifodalashi, tashrif buyuruvchilarning web-resurslar bilan oson va erkin muloqot o'rnatishini ta'minlashi, tasviri esa sayt mazmunini to'liq va yorqin aks ettirishi hamda loyiha dizaynida, mavzudan kelib chiqqan holda, foydalanuvchilarning yoshi va psixologik holati nazarda tutilgan bo'lishi lozim.

Web-sayt dizayni bilan ishlash

1. OpenServerni ishga tushiring (**Start server**).
2. Brauzer manzil qatoriga **kitoblar/wp-admin** yoziladi hamda login va parol yordamida muharrir bo'limiga kiriladi.
3. Sayt mavzusiga mos shablonni tanlash uchun **Appearance** bo'limidan **Themes** tanlanadi (1).
4. Shablonni o'rnatish uchun **Add New** tugmachasini bosib (2), *Popular (mashhur)*, *Latest (yangi)*,

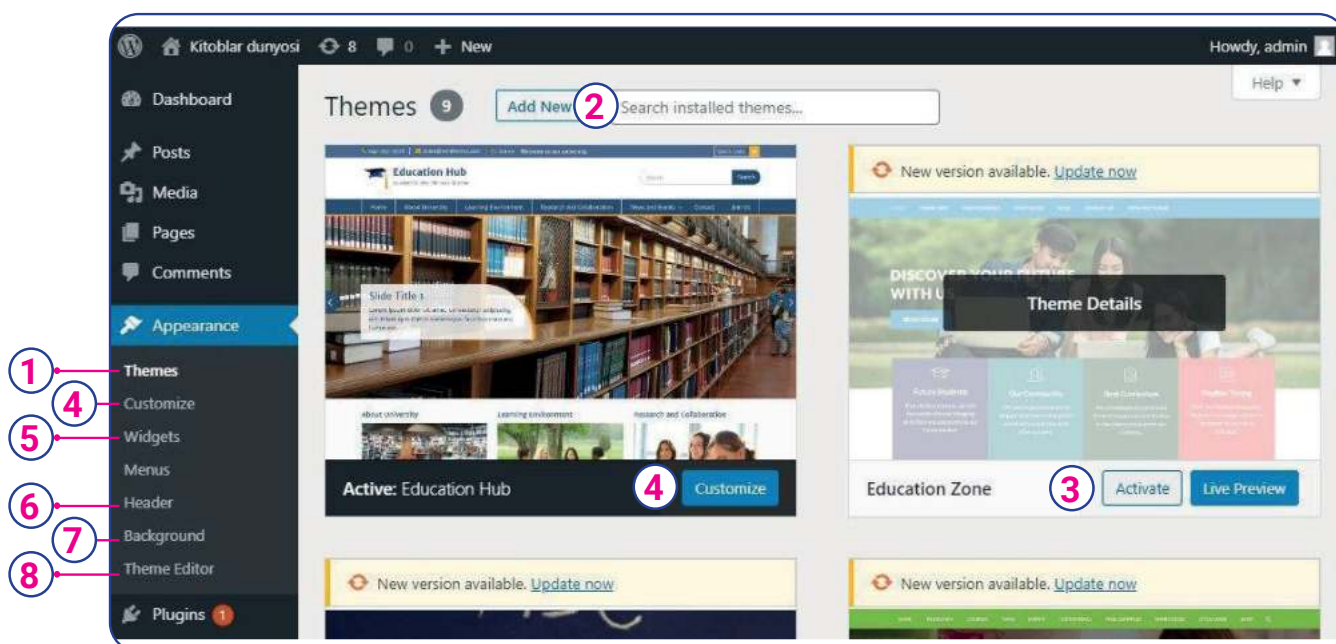
Favorites (sevimli), Feature Filtr (xususiyatlar filtri) bo'limlaridan foydalangan holda ixtiyoriy shablon tanlanadi va uning ustiga **Install** tugmachasi bosiladi.

5. Sayt uchun o'rnatilgan shablonlardan biri tanlanadi va **Activate** tugmachasi bosiladi (3).

6. **Customize** orqali sayt xususiyatlari (nomi va logotipi), rangi, sarlavha uchun tasvir, fon tasvirlari sozlanadi va o'zgartiriladi (4). **Customize** paketi tarkibidagi **Customize theme** ko'rsatmasi sayt uchun tanlab olingan va faollashtirilgan shablon tuzilmasi, maketi va shablonga xos elementlarini o'zgartirishga yordam beradi.

7. **Appearance** tarkibidagi **Header** (6) va **Background** (7) yordamida, mos ravishda, sayt sarlavhasi va fonini o'zgartirish mumkin.

8. **Appearance** tarkibidagi **Theme Editor** platformasi ichki kodga kirib, shablon kodlarini o'zgartirishga yordam beradi (8).

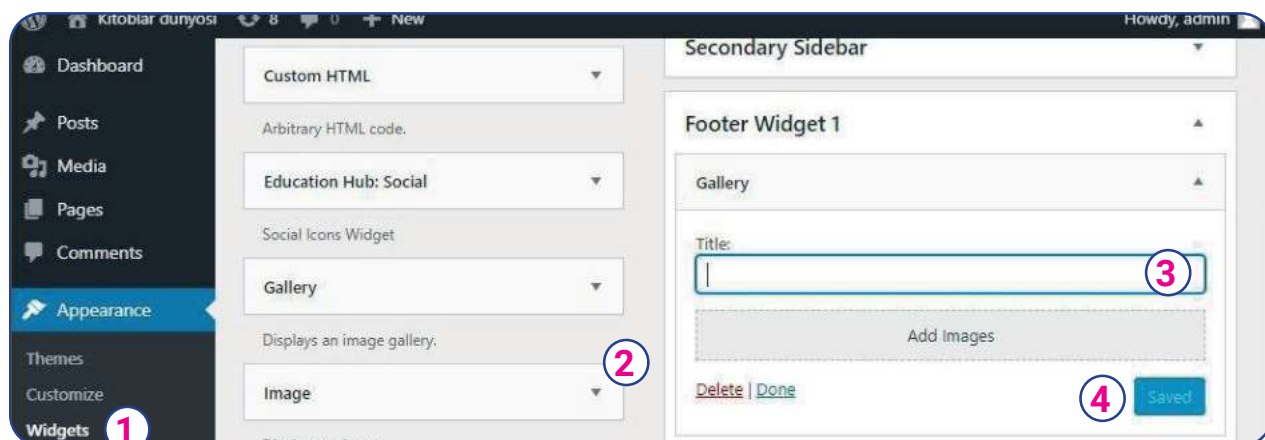


Web-sayt qismlariga element qo'shish

1. **Appearance** tarkibidagi **Widjets** bo'limi yordamida saytning yuqori, o'ng, chap, quyi qismlariga audio, video, menyu, sahifa, kalendar, qidiruv bo'limi, oxirgi xabarlar, google xarita kabi elementlarni qo'shish, o'chirish, tahrirlash va joylarini o'zgartirish mumkin (1).

2. Sayt elementini kerakli qismga o'tkazish uchun, u sichqoncha yordamida ushlab joylashtiriladi. Aksincha, o'chirish uchun o'sha qismidan ushlagan holda tashqariga o'tkazib qo'yiladi (2).

3. Sayt elementiga nom berish uchun element nomini **Title** (3) maydoniga yozib, **Saved** tugmachasi bosiladi (4).



TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Web-saytning dizayni nima?
2. Web-saytga shablon qanday o'rnatiladi?
3. Web-sayt nomi va logotipi qaysi bo'lim orqali tahrirlanadi?
4. Vijetlar nima va ular qanday maqsadda ishlatiladi?
5. Shablon kodlarini o'zgartirish mumkinmi, agar mumkin bo'lsa, qaysi bo'lim orqali o'zgartiriladi?

17-dars. AMALIY ISH.

WORDPRESSDA WEB-SAYT DIZAYNI BILAN ISHLASH

AMALIY TOPSHIRIQ



1. Maqsadga yo'naltirilgan sayt mazmunidan kelib chiqib, sayt mavzusiga mos shablon tanlang va uni o'rnatang.
2. Saytning nomi, logotipi hamda dizayni (fon, tasvirlar va h. k.)ni tahrirlang.
3. Saytning umumiy tuzilmasi va maketini shakllantiring. Sayt shablonini maqsadga mos ravishda o'zgartiring.
4. Saytga elementlar (menyu, qidiruv bo'limi, sahifalar, bloglar, kalendar, xarita va b.)ni qo'shing va ularni tahrirlang.

18-dars. WEB-SAYT TARKIBI BILAN ISHLASH

Barcha CMSlarning ishlash prinsipi deyarli bir xil, ya'ni ularning hammasida sayt dizayni va tarkibi bilan ishlash ko'zda tutiladi. Odatda, sayt dizayni kamdan-kam hollarda o'zgaradi, tarkibi esa nisbatan tez-tez o'zgarib turishi mumkin.

CMSlarning aksariyati vizual muharrir WYSIWYGdan foydalanishga asoslangan. Ushbu muharrir Office dasturlaridagi matn muharrirlariga juda o'xshash bo'lib, saytga vizual interfeys orqali ma'lumot qo'shish va uni o'zgartirish imkonini beradi. Sayt tarkibi hamda kiritilgan ma'lumotlar ma'lumotlar bazasida (MySQL) saqlanadi va mijoz so'roviga ko'ra sahifaga chiqarilishi mumkin.

BUNI BILASIZMI?



- **Sayt sahifalariga qanday ma'lumotlar joylashtiriladi?**
- **Sayt sahifalariga audio va video ma'lumotlarni ham joylashtirish mumkinmi?**

DIQQAT

Maqsadga yo'naltirilgan sayt muvaffaqiyatining darajasi uning tarkibi va mazmuni bilan belgilanadi. Yuqori sifatli tarkib nafaqat matn, balki rasm, video, audio, shuningdek, ma'lumotnoma, sarlavha va metateglardan iborat bo'ladi. Biznes loyihalarni yuritishda tarkibning sifati bilan birga, uning vaqti-vaqti bilan yangilanib turishi ham muhim ahamiyatga ega. Shuningdek, saytning tarkibi bilan ko'proq foydalanuvchi tanishishi uchun ijtimoiy tarmoqlardan keng foydalanish kerak.

TAYANCH TUSHUNCHALAR

- **Menu** (menyu) — sayt sahifalariga o'tishni osonlashtiradigan bo'lim nomlari (menyu elementlari) bilan bog'langan guruhlardan iborat to'plam. Menu elementlarini matn yoki belgi — ikonkalar bilan belgilash mumkin. Har bir saytning o'z menyusi bo'lishi lozim.

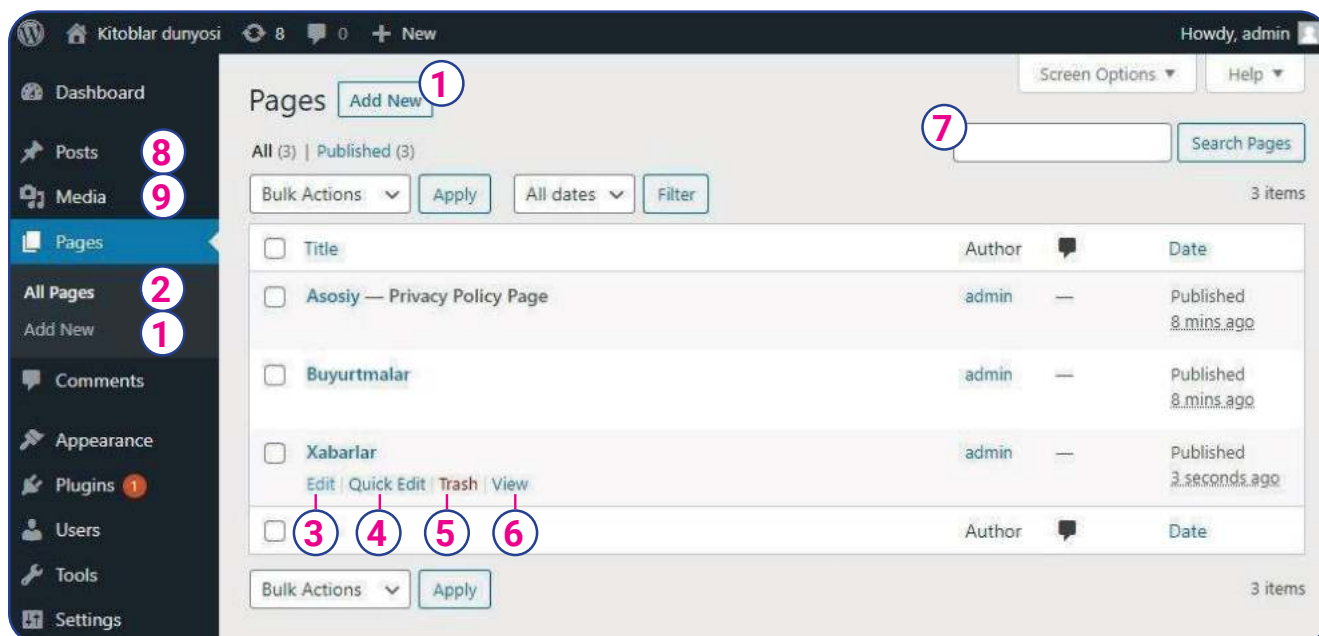
Foydalanuvchilar e'tiborini o'ziga jalb etadigan yuqori sifatli sayt yaratish uchun uning tarkibini kontentlar bilan to'ldirish lozim. Buning uchun quyidagilarga e'tibor qaratish zarur:

1. **Kontentning o'ziga xosligi.** Kontentdagi muallif matnlari takrorlanmas, o'ziga xos, yuqori sifatli, sodda, ravon hamda jozibali bo'lishi lozim.
2. **Kontentning mazmundorligi.** Internet tarmoqlarida mazmunsiz maqolalar juda ham ko'p bo'lib, ular orasidan o'quvchi har doim ham foydali ma'lumotni topavermaydi. Demak, kontent foydali, mazmunga boy bo'lishi bilan birga, professional tarzda tayyorlanishi lozim.
3. **Savodxonlik.** Matnning savodsizlarcha tayyorlanishi aksariyat saytlar uchun juda katta muammo tug'diradi. Sayt sahifalarida uchraydigan g'aliz va to'mtoq jumlar, ularda uslubiy va imloviy xatolarning ko'pligi manbaga bo'lgan qiziqishni so'ndirishi muqarrar. Aksincha, professional muharrirlar faoliyat yuritadigan saytlar foydalanuvchilar tomonidan ko'proq e'tirof etiladi.

4. **Kontentni taqdim etish.** Katta matnlarni butunligicha, abzaslarga ajratmasdan, rasm va qo'shimcha materiallar bilan boyitmasdan taqdim etish, shuningdek, ulardagi tartibsiz joylashtirilgan audio va videomateriallar o'quvchiga kontentni tushunish uchun og'irlik qiladi. Puxta o'ylangan va shaklga solingan material o'quvchi diqqatini o'ziga jalb etib, asosiy e'tiborni qaysi elementlarga qaratish, uning muhim qismlarini ajratib olish va kengroq tushunishga yordam beradi. Shuningdek, matnli kontentni yaratishda imkon qadar kalit so'zlarni ko'proq ishlatishga va ulardan samarali foydalanishga harakat qilish lozim.

Web-sayt tarkibini shakllantirish

1. Sayt tarkibiga yangi sahifa qo'shish uchun **Pages** tarkibidagi **Add new** bo'limi yoki tugmachasi tanlanadi (1).
2. Sayt sahifalari bilan ishlash uchun **Pages** tarkibidagi **All Pages** tanlanadi (2).
 - 2.1. Sayt sahifasini o'zgartirish uchun sahifa nomi ustiga sichqoncha ko'rsatkichini olib kelib, **Edit** bo'limi tanlanadi (3).
 - 2.2. Sayt sahifasi xususiyatini o'zgartirish uchun sahifa nomi ustiga sichqoncha ko'rsatkichini olib kelib, **Quick edit** bo'limi tanlanadi (4).
 - 2.3. Sayt sahifasini o'chirish uchun sahifa nomi ustiga sichqoncha ko'rsatkichini olib kelib, **Trash** bo'limi tanlanadi (5).
 - 2.4. Sayt sahifasining vizual holatini ko'rish uchun sahifa nomi ustiga sichqoncha ko'rsatkichini olib kelib, **View** bo'limi tanlanadi (6).
3. Sahifalarni qidirish uchun bo'sh maydonga sahifa nomi yoziladi va **Search page** tugmachasi bosiladi (7).
4. Xabarlarni qo'shish va tahrirlash **Posts** bo'limi yordamida amalga oshiriladi (8).
5. Sayt tarkibiga mediakontent (audio, video va tasvir) qo'shish uchun **Media** bo'limi yordamga keladi (9).



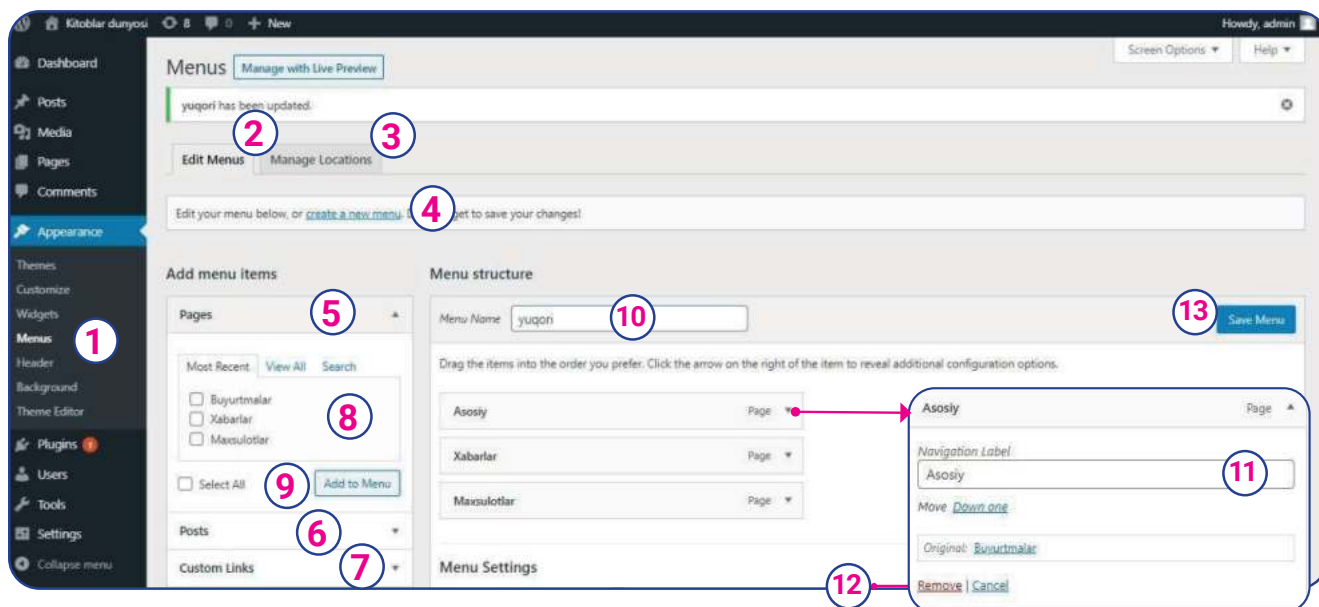
Web-saytni kontentlar bilan to'ldirish

1. Muloqot oynasi yordamida sarlavha nomi va tarkibi sifatida matn, rasm, audio va videolar kiritiladi. Matn muharriridagi matndan nusxa olib, uni web-muharrirga ham kiritish mumkin (1).
2. Kontent sifatida matn, tasvir, audio, video, ro'yxat, jadval, iqtibos va boshqa turdagi har xil bloklarni kiritish mumkin (2).
3. Yangi kiritilgan sahifaning xususiyatlarini sozlash uchun o'ng blokda **Featured image** – *set featured image* orqali tasvirlar kiritish, *Discussion – Allow comments* orqali izohlar qoldirishga ruxsat berish hamda **Page Attributes** – *Parent page* orqali obyekt qaysi sahifaga tegishli ekanligini ko'rsatish, parol qo'yish hamda ularni qoralama sifatida saqlash, tartibini ko'rsatish va hokazo amallarni bajarish mumkin. Masalan, *kitoblar do'konida mahsulot sifatida badiiy, ilmiy va boshqa janrdagi kitoblar bor. Demak, saytning Badiiy kitoblar sahifasi Mahsulotlar sahifasiga tegishli bo'ladi* (3).

Sahifaning tarkibi kiritilib, xususiyatlari sozlangandan keyin **Publish** yoki **Update** tugmachasi bosiladi (4).

Web-sayt menyularini shakllantirish

1. Sayt menyulari **Appearance** tarkibidagi **Menus** bo'limi yordamida yaratiladi (1). Sayt sahifalariga o'tish menyu yordamida amalga oshiriladi. Menyular bir-biridan farq qilishi mumkin, shu sababli ular nomlari bilan ajratiladi. Masalan, yuqori menyu, chap menyu kabi.
2. **Edit menus** (2) bo'limi yordamida yangi menyu yaratish [**Create a new menu** (4)] hamda menyu tuzilmasini shakllantirish va menyu uchun elementlar qo'shish mumkin.
3. Menyu elementlari sifatida sahifalar [**Pages** (5)], xabarlar [**Posts** (6)], turli sayt manzillari [**Custom Links** (7)] va boshqa elementlarni qo'shish mumkin. Buning uchun tegishli element tanlanadi (8) va **Add to menu** tugmachasi bosiladi (9).
4. Menyu tuzilmasini shakllantirishda, eng avvalo, **Menu Name** orqali menyuga nom beriladi (10), so'ngra qo'shilgan elementlar nomi tahrir qilinadi (11) va ortiqchasi **Remove** yordamida o'chiriladi (12).
5. Menyu tuzilmasi shakllantirilganidan keyin, u **Save menu** orqali saqlanadi (13).
6. Saytning menyulari sahifaning yuqori, chap, o'ng va quyi qismlarida joylashadi. **Manage Locations** yordamida yaratilgan menyularni mos qismlarga (yuqori, o'ng, chap va quyi bloklarga) birlashtirish mumkin (3).



TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Sahifa saytga qanday kiritiladi?
2. Mediakontent nima?
3. Sayt sahifalarini o'zgartirish mumkinmi?
4. Menyu nima va u saytning qaysi qismlarida uchrashi mumkin?
5. Menyu elementlari nima maqsadda ishlatiladi?

19-dars. AMALIY ISH.

WORDPRESSDA WEB-SAYT TARKIBI BILAN ISHLASH

AMALIY TOPSHIRIQ



1. Saytning maqsadi, vazifalari, sahifa nomlari hamda sahifada taqdim etilishi lozim bo'lgan kontent turlarini shakllantiring.
2. Sayt uchun sahifalar kiriting.
3. Sayt sahifalarini turli kontentlar bilan to'ldiring.
4. Web-sayt uchun menyular yarating, ular tuzilmasini shakllantiring. Sayt mavzusidan kelib chiqqan holda sahifalar yarating va ularga nom bering.
5. Menyularning web-saytdagi joylashuvini belgilang.

QIZIQARLI FAKT

**World Wide Web yaratuvchisi Tim Berners Li**

Tim Berners Li (Timothy John «Tim» Berners-Lee) 1955-yil 8-iyunda Londonda tug'ilgan. Uning ota-onasi Konvey Berners Li va Meri Li Vuds matematik olimlar bo'lib, dastlabki kompyuterlardan biri — «Manchester Mark I»ni yaratish ustida izlanishlar olib borishgan.

Tim 12 yoshida Vendsvord shahridagi xususiy maktabga o'qishga kiradi. Maktabni tugatgach, Oksforddagi kollejga hujjat topshiradi.

Kunlardan birida kollejda o'qib yurgan Tim monitor o'rniga oddiy televizor, klaviatura o'rniga esa buzilgan kalkulyatordan foydalanib, M6800 protsessori ishlash prinsipiga asoslangan uy kompyuterini yig'adi.

1976-yilda Berners Li Oksford universitetida fizika mutaxassisligi bo'iyicha o'qishni tamomlaydi va mehnat faoliyatini Plessey Telecommunications Ltd korxonasida boshlaydi. Keyinchalik u CERN kompaniyasida tizim arxitektori lavozimida ishlaydi va ilmiy faoliyatida foydalanish maqsadida ma'lumotlar yig'ish uchun kengaytirilgan tizim ishlab chiqadi. 1981-yildan 1984-yilga qadar u Image Computer Systems Ltd kompaniyasida faoliyat yuritadi.

1984-yilda Tim CERN kompaniyasiga qaytadi va «FASTBUS» tizimi ustida ish olib boradi. Faoliyatining bu bosqichida ma'lumotlarni qidirish, ko'p funksional platformalararo tizimlar yaratish ustida ish olib boradi. Yangi dasturning asosiy vazifasi giper murojaatlar orqali aloqa o'rnatiladigan gipermatnli hujjatlar bilan ishlashdan iborat edi. Natija ma'lumotni qidirish, uni tizimga solish va saqlashni sezilarli darajada osonlashtirdi. Dastlab loyiha CERN kompaniyasi ichki tarmog'ida tadqiqot natijalarini saqlovchi ma'lumotlar ombori yoki zamonaviy kutubxona sifatida xizmat qilgan. Shuningdek, ichki tarmoqda WWW ulangan har qanday kompyuterda saqlangan ma'lumotlarga kirish va ularni yuklab olish mumkin edi. Keyinchalik, 1989-yilda «World Wide Web» nomli katta loyiha ma'qullanadi va amalga oshiriladi. 1990-yilda CERN kompaniyasining xodimlari Tim Berners Li tomonidan NeXTStep muhitida yozilgan birinchi «web-server» va «web-brauzer»ga ega bo'lishdi. 1991-yilda Yevropa dunyoni zabt etgan WWW loyihasi orqali okeanni oshib o'tib, Amerika qit'asi internet tarmog'iga ulanadi.

1991-yil 6-avgustda Tim Berners Li dunyodagi ilk web-sayt (info.cern.ch)ni yaratdi. Saytda WWW nima ekanligi, web-serverni qanday o'rnatish, brauzerni qanday olish va hokazolar haqida yozilgan. Ushbu sayt dunyodagi birinchi Internet katalog edi, keyinchalik Tim Berners Li u yerdagi boshqa saytlarga havolalar ro'yxatini ham e'lon qildi.





IV BOB. LMS – TA'LIMNI BOSHQARUV TIZIMLARI

O'QUV MAQSADI

Bu bobda:

- LMS haqida tushunchaga ega bo'lasiz va;
- LMSning ishlash prinsipi;
- LMSning afzallik va kamchiliklari;
- LMSning turlari;
- LMS platformalari haqida bilib olasiz.

KO'NIKMA

Bob yakunida Siz:

- LMS platformasida ro'yxatdan o'tish;
- LMS platformasida kursni tanlash;
- LMS platformasida kurs materiallarini o'qish;
- LMS platformasi kurs materiallarini ko'chirib olish;
- LMS platformasida online va offline topshiriqlarni bajarish;
- LMS platformasida kurs foydalanuvchilari va kurs yaratuvchisi bilan onlayn muloqot olib borish ko'nikmalariga ega bo'lasiz.

VOSITALAR

- Moodle;
- Google Classroom

20-dars. LMS (LEARNING MANAGEMENT SYSTEMS – TA'LIMNI BOSHQARUV TIZIMLARI) HAQIDA

Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi internet orqali masofadan o'qish imkoniyatini kengaytirib yubordi. Masofadan turib onlayn o'qish ta'lim olishning innovatsion va qiziqarli usuli hisoblanadi. Bunda o'quvchi mustaqil tarzda ta'lim oladi, bilimlarni o'zlashtiradi, o'z-o'zini nazorat qiladi, mustaqil fikrlaydi va xulosa chiqaradi. Ta'lim jarayonini masofaviy shaklda tashkil etish uchun ta'lim jarayonini boshqaruvchi tizimlar (LMS – Learning management systems)dan foydalaniladi.

BUNI BILASIZMI?



- LMS nima, u haqida nimalarni bilasiz?
- LMSning qanday imkoniyatlari mavjud?

LMS INTERFEYSI

Masofaviy o'qish – zamonaviy axborot-kommunikatsiya va raqamli texnologiyalarga asoslangan ta'lim tizimi. U o'quvchiga ma'lum standartlar, ta'lim qonun-qoidalari asosida o'qituvchi bilan muloqot olib borish hamda xohlagan vaqtda, istalgan joydan turib mustaqil ravishda shug'ullanish imkoniyatini ta'minlaydi. O'qituvchi uchun esa maxsus axborot muhiti yordamida o'z o'quv materiallarini o'quvchiga taqdim etish va o'quvchilarning o'zlashtirishini masofadan turib kuzatib borish imkoniyatini yaratadi.

DIQQAT



Ta'lim boshqaruv tizimlari (LMS – learning management systems) – bilim olish faoliyatini tashkil etish va boshqarish uchun mo'ljallangan hamda videodars, ma'ruza materiallari, taqdimot, kitob kabi o'quv materiallari majmuasidan iborat muloqot rejimida ishlay oladigan inson-mashina majmuasi yoki masofaviy ta'lim shakli.

Learning – o'qitish. LMS yordamida elektron kurs yoki o'quv materiallarining yagona bazasini yaratish mumkin. Bunday baza mavzu bo'yicha shakllantirilgan bilimlar omboridir.

Management – boshqaruv. Ta'limni administrator (yoki kursni tashkil etuvchi o'qituvchi) boshqarib boradi. U o'quvchilar uchun kurs, topshiriq va testlarni belgilab beradi hamda uy vazifalari bajarilishini nazorat qilib boradi.

TAYANCH TUSHUNCHALAR

- **Administrator** – tizimda ishlash va uni boshqarish uchun keng huquqlarga ega bo'lgan mutaxassis – xodim.
- **Chat** – axborot almashish real vaqtda olib boriladigan internetdagi muloqot.
- **Forum** – sayt orqali muloqot olib borish shakli. Forumda suhbatlar foydalanuvchi yoki administrator tomonidan kiritilgan mavzu asosida olib boriladi.

System – elektron tizim. LMS o'qituvchining o'rniga har bir o'quvchi berilgan topshiriq yoki testni qancha vaqtda va qanday topshirganini tekshirib, qayd etib boradi. Hisobotlar orqali o'quvchilarning o'zlashtirish darajasini kuzatib borishi ham mumkin.

LMSNING AFZALLIKLARI

- **Foydalanishning erkinligi** – o'quvchi tizimdan deyarli hamma joyda foydalanishi mumkin. Yoshi katta ta'lim oluvchilar esa asosiy ish joyidan ajralmagan holda ta'lim olishlari mumkin.
- **O'qish xarajatlarini kamaytirish** – metodik adabiyotlar sotib olish uchun mablag' talab qilinmaydi.
- **Moslashuvchanligi** – o'quv jarayoni o'qituvchi va o'quvchi imkoniyat va talablaridan kelib chiqqan holda tashkil etilishi mumkin.
- **Zamon bilan hamnafasligi** – elektron kurs foydalanuvchilari, xususan, o'qituvchi va o'quvchilar o'z bilim va ko'nikmalarini eng zamonaviy texnologiya va standartlarga muvofiq rivojlantirib boradi. Bunda elektron o'quv kurslar materiallarini tezkorlik bilan o'z vaqtida yangilab turish imkoniyati mavjud.
- **Ta'lim olishning tengligi** – o'qitish ma'lum bir ta'lim muassasasidagi o'qitish sifatiga bog'liq bo'lmaydi.
- **Bilimlarni baholashning obyektiv mezonini belgilash imkoniyati** – o'quv jarayonida o'quvchi tomonidan o'zlashtirilgan bilimlarni baholashning aniq mezonlarini belgilab olish mumkin.
- **Tajriba almashish** – muloqot qilish, xabarlar almashish uchun chat, blog, forum va konferensiyalardan foydalanish mumkin.
- **Statistika** – darsga qatnashish, o'zlashtirish kabi ma'lumotlar tizimda qayd etib borilganligi uchun, o'qituvchi xohlagan paytda kerakli shakldagi hisobotni olishi mumkin.

LMSNING KAMCHILIKLARI



- O'quvchi va o'qituvchi o'rtasida bevosita aloqaning mavjud emasligi o'quv jarayonini nazorat qilish va o'quvchi natijalarini baholashni qiyinlashtiradi.
- LMSni joriy etish zamonaviy texnologik qurilmalarni talab etadi.
- O'qituvchilar yuqori AKT kompetentlikka hamda o'z o'quv dasturlarini elektron ta'limga moslashtirish qobiliyatiga ega bo'lishlari lozim.
- O'qituvchi individual pedagogik mahoratini to'liq namoyish qila olmaydi.

LMS tizimlarining asosiy vazifalari

O'quv kontentlari bilan ishlash: kurs yaratuvchi o'qituvchilar tomonidan elektron o'quv materiallari (matnli, audio, video va b.)ni yaratish va kiritish; elektron materiallarni import/eksport qilish; elektron kutubxona tashkil etish; mualliflik dasturlari yordamida yaratilgan elektron o'quv resurslarini yuklash.

O'quv jarayonini boshqarish: tizim foydalanuvchilari (kurs yaratuvchi o'qituvchilar, o'qituvchilar, o'quvchilar va boshqalar)ni ro'yxatdan o'tkazish; sinflar yaratish va o'quvchilarni sinflarga birlashtirish; o'quvchilar uchun mustaqil ta'lim olish muhitini yaratish; har xil ijtimoiy so'rovlarni tashkil etish; foydalanuvchilarni o'quv kurslardan chetlashtirish.

Baholash: nazorat topshiriqlari (amaliy mashg'ulot topshiriqlari, savol va testlar)ni kiritish; o'quvchilarning o'zlashtirishi va bilim darajasi monitoringini olib borish; sertifikatlar (diplomlar) berish.

Foydalanuvchilar o'rtasida o'zaro aloqa: o'quvchi va o'qituvchilarning o'zaro individual yoki guruh bo'lib, hamkorlikda ishlashini tashkil etish; o'quvchilarning o'zaro yoki o'qituvchilar bilan muloqotini chat, forum, videokonferensiya orqali tashkil etish; o'quv jarayoniga taalluqli e'lon, xabar yoki yangiliklarni ommaviy tarzda uzatish.

Statistika: tizim foydalanuvchilarining faoliyati haqidagi ma'lumotlarni qayd etib borish; maxsus grafiklar orqali tizimdagi faol foydalanuvchilar haqidagi ma'lumotlarni olish.

TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Masofaviy o'qish deganda nimani tushunasiz?
2. LMS qanday tizim?
3. Sizga o'qitishning qaysi turi ma'qul: an'anaviymi yoki masofaviy?
4. Masofaviy o'qitishning an'anaviy o'qitishdan farqli jihatlarini aytib bering.
5. LMS qanday afzalliklarga ega?
6. LMSning kamchiliklari nimalardan iborat?
7. LMS tizimlarining vazifalari nimadan iborat?
8. LMS tizimlarida boshqa o'quvchilar bilan suhbatlashish va hamkorlik qilish mumkinmi?

21-dars. LMS PLATFORMALARINING TURLARI VA VAZIFALARI

Ta'limni boshqaruv tizimlari (LMS) – elektron ta'lim dasturlarini tashkil etuvchi, amalga oshiruvchi hamda o'quvchilarning o'zlashtirish natijalari ustidan nazorat olib borish va ularni saqlab qo'yish imkoniyatini beruvchi onlayn platforma. Ta'limni boshqaruv tizimlari o'quv kursi tarkibini ishlab chiqish va uni nazorat qilish uchun markaziy joyni taqdim etish orqali o'quv jarayonini soddalashtirishga yordam beradi. Shuningdek, LMS o'quvchilarga dars vaqtida olgan bilimlarini boyitish uchun zarur qo'shimcha manbalarni ham yuborish imkoniyatiga ega qiyosi yo'q platformadir.

BUNI BILASIZMI?



- LMS platformalarining qanday turlari bor?
- Qanday platformalar bulutli platformalar deb ataladi?
- Serverga asoslangan platformalar qanday ishlaydi?

LMS platformalari uch turga bo'linadi: bulutli platformalar, serverga asoslangan va CMS bilan integratsiyalangan LMSlar.

LMSning bulutli platformalari. O'quv kursining materiallari LMSning bulutli platformalarida web-xizmatni taklif etuvchining server kompyuteriga joylashtiriladi. LMSning bu turini ta'lim muassasasi yoki tashkilotning server kompyuteriga o'rnatib bo'lmaydi. LMSning bulutli platformalari web-xizmat (masalan, pochta xizmati kabi) prinsipi asosida ishlaydi, ya'ni web-xizmat taklif etilgan manzil orqali ro'yxatdan o'tgandan keyin o'quv kurslarini yaratish mumkin. Buning uchun web-xizmat o'zining serveridan joy ajratadi va barcha ma'lumotlar ushbu serverda

saqlanadi. Foydalanuvchi esa bunga o'ziga kerakli materiallarini yuklashi, ta'lim oluvchilarni qo'shishi va onlayn ta'lim jarayonini yurgizishi mumkin. LMSning bulutli platformalaridan, asosan, korporativ ta'limda foydalaniladi.

LMSning bulutli platformalari: iSpring learn, Google classroom, Schoology, Loop, Learn Amp va boshqalar.

Serverga asoslangan LMSlar tashkilot yoki ta'lim muassasasining serveriga o'rnatiladi. Bu esa foydalanuvchilarga tizimga korporativ login va parol yordamida kirish imkonini beradi. Barcha

TAYANCH TUSHUNCHALAR

- **Bulutli platforma** – o'z xizmatlarini foydalanuvchi resurslariga bog'liq bo'lmagan holda taqdim etuvchi platforma.
- **Korporativ** – bir vaqtda bir necha hududdan turli pog'onalarda boshqariluvchi tarmoq.

ma'lumotlar tashkilot yoki ta'lim muassasasi server kompyuterida saqlanadi. Buning uchun esa LMSni o'rnatish, sozlash, uning tashkilot yoki ta'lim muassasasi dasturiy ta'minotlari bilan integratsiyasini ta'minlash lozim. Asosan, ta'lim muassasalari va o'quv markazlarida foydalaniladi.

Serverga asoslangan LMSlar: Moodle, BlackBoard, Canvas, Absorb LMS va boshqalar.

CMS bilan integratsiyalashgan LMSlarda LMS funksiyalarini bajaruvchi maxsus dasturlar CMSga qo'shiladi va CMSning imkoniyatlarini kengaytirib beradi. CMSning tarkibida alohida o'quv kurslar bilan ishlovchi qism xizmat qiladi. Bunday tizimlar onlayn maktab va kurs ochishni xohlovchilar uchun qulay hisoblanadi.

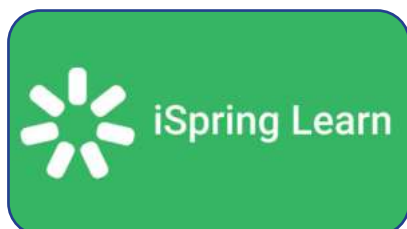
CMS bilan integratsiyalashgan LMSlar: LearnDash (wordpress), joomla, drupal, wix.

LMS INTERFEYSI

Schoology (<https://www.schoology.com/>) – ta'lim muassasalari uchun mo'ljallangan bulutli LMS. Schoology Google Drive, Microsoft OneDrive, Blackboard Collaborate, Moodle, PowerSchool, Evernote va YouTube bilan birlasha oladi. Shuningdek, u maktab ma'lumotlari tizimi bilan sinxronlashadi. O'qituvchilarga o'quvchilar bilan o'quv materiallari va topshiriqlar yuzasidan fikr almashish hamda o'quvchilar va ularning otanalari bilan uyushgan holda aloqa o'rnatish imkoniyatini beradi.



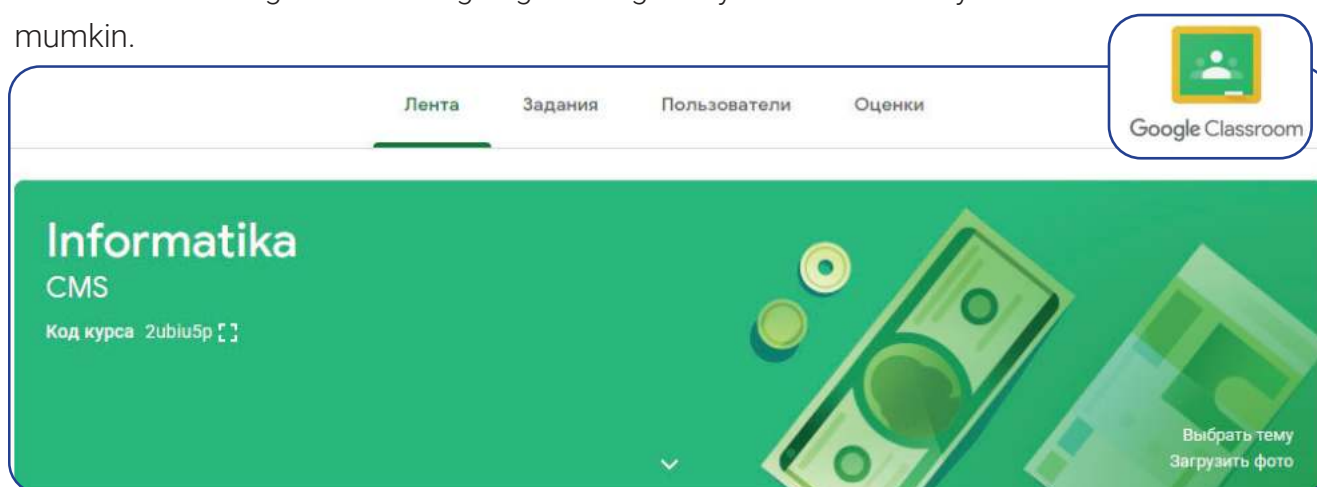
The screenshot shows the Schoology website homepage. At the top, there is a navigation bar with the Schoology logo, a tagline "A PowerSchool Unified Classroom™ Product", and menu items: Tour, Stories, Connect, Resources, Blog, About. On the right side of the navigation bar are "LOG IN" and "SIGN UP" buttons. The main content area features a large blue background with the headline "PowerSchool Is Here to Help" in white. Below the headline is a sub-headline: "PowerSchool is doing everything we can to make it easy for districts to get up and running with distance learning." At the bottom left of this section is a yellow "LEARN MORE" button. On the right side, there is an illustration of a person in a yellow sweater pointing at a large tablet displaying the Schoology interface. The tablet shows various educational icons and a sidebar. In the foreground, there are stylized blue leaves and a stack of books with an apple on top.



iSpring Learn (<https://www.ispringsolutions.com/ispring-learn>) platformasi ta'lim muassasalari va kompaniyalarda kadrlar tayyorlash uchun ishlab chiqilgan. Biroq ayni paytda amalda asosiy mijozlari sifatida ta'lim muassasalari faoliyat yuritmoqda. Platformaning ma'ruza muharriri bo'limi yordamida modul va uning materiallari (matnli, audio, video, taqdimot, simulyator, topshiriq, test va b.) kiritiladi. Hisobotlar bo'limi yordamida foydalanuvchilar faoliyati hamda o'zlashtirish natijalari tahlili va statistikasini yuritish mumkin.

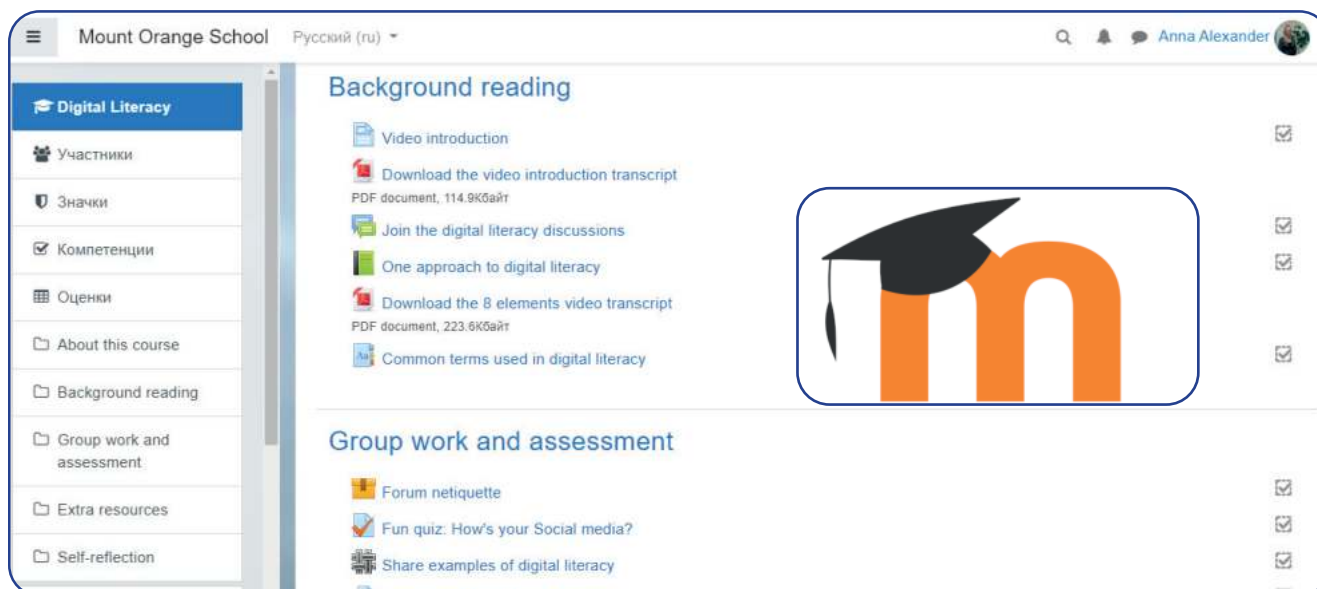
The screenshot displays the iSpring Learn user interface. At the top, there is a navigation bar with icons for 'My Courses', 'Events', 'Achievements', 'Catalog', and 'Knowledge Base'. Below this, a 'Learning Track' section is visible, titled 'Getting Started'. A progress indicator shows '1 of 3 courses completed'. The track is divided into two tabs: 'Outline' and 'About Learning Track'. Under the 'Outline' tab, 'Part 1' is listed, which includes two modules: 'What is Digital Marketing?' and 'What is Social Media Marketing?'. Both modules are marked as 'Completed' with a green checkmark icon.

Google Classroom (<https://classroom.google.com/>) – ta'lim uchun mo'ljallangan platforma bo'lib, kurs/sinfni yaratish va o'quvchilarni qo'shish, kerakli o'quv materiallarini kiritish va o'quvchilarga taqdim etish, o'quvchilarga topshiriqlar berish, ularning ishlarini baholash va faoliyatini kuzatib borish, o'quvchilar bilan muloqot qilish kabi imkoniyatlarni taqdim etadi. Google Classroomda Google'da akkauntga ega xohlagan foydalanuvchi kurs yaratishi mumkin.



Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) (<http://moodle.org/>) masofaviy ta'lim olish muhiti hisoblanib, sifatli masofaviy kurslarni yaratish uchun mo'ljallangan. Bu dasturiy mahsulot dunyoning 100 dan ziyod mamlakatlarida ishlatiladi. Bepul tarqatiladigan bu dasturiy majmua o'zining funksional imkoniyatlari, o'rganishdagi soddaligi va ishlatishdagi qulayligi bilan foydalanuvchilarning ko'plab talablarini qanoatlantira oladi.

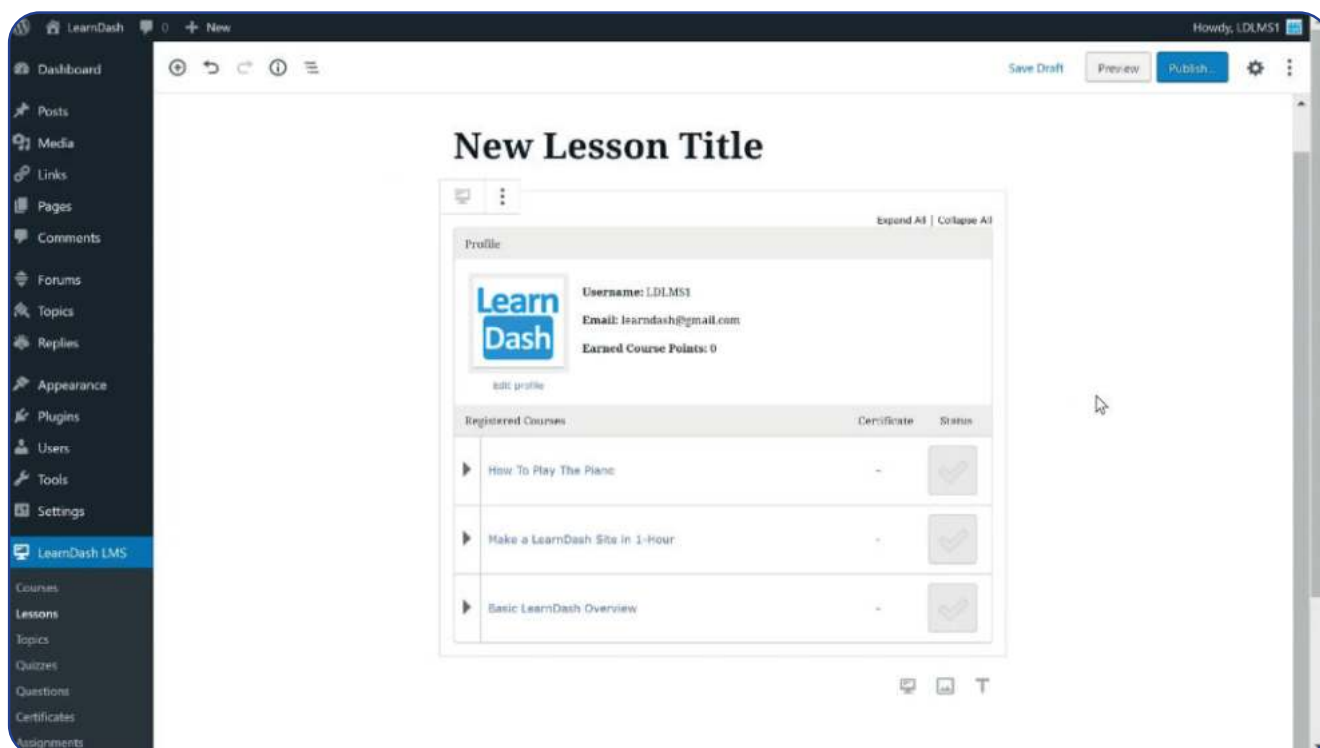
Moodle masofaviy ta'limda o'qitish jarayonini to'la qo'llab-quvvatlash uchun keng doiradagi, jumladan, o'quv materiallarini turli usullarda berish, bilimlarni tekshirish va o'zlashtirish nazoratini amalga oshirish kabi imkoniyatlarni beradi.



LearnDash — ommabop kontent boshqaruv tizimi (CMS)da sinflar yaratish, ularni boshqarish, o'zgartirish va nashr etish imkonini beruvchi ishonchli plagin. Bu plagin WordPress platformasi tarkibida ishlaydi. Shu sababli, agar ta'lim muassasasi kompyuteriga WordPress o'rnatilgan bo'lsa, qo'shimcha ravishda LearnDash plaginini o'rnatgan holda o'quv kurslarini yaratish mumkin.



Plagin bir necha kursni yaratish va ularning tarkibini bitta sinfdan boshqa sinfga nusxalash imkonini ham beradi. Shuningdek, kontent tarkibidagi funksiyalar yordamida sertifikat hamda nishonlarni rasmiylashtirish mumkin.



TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. LMS platformalari nimaga xizmat qiladi?
2. Bulutli LMS platformalari qanday prinsip asosida ishlaydi?
3. Serverga asoslangan LMS platformalarida o'quv kurslarining ma'lumotlari qayerda saqlanadi?
4. CMS bilan integratsiyalashgan LMSlarga misollar keltiring.
5. Bulutli LMS platformalariga misollar keltiring. Masalan, Google Classroom,
6. Serverga asoslangan LMS platformalariga misollar keltiring. Masalan, Moodle,
7. CMS bilan integratsiyalashgan LMS platformalariga misollar keltiring. Masalan, LearnDash,

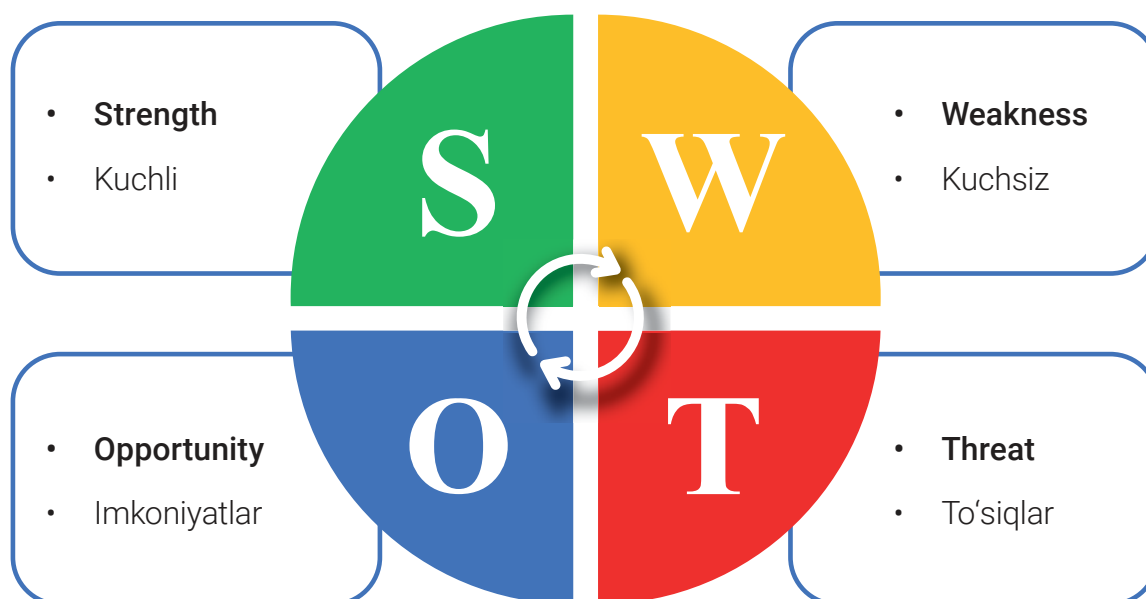
22-dars. AMALIY ISH.

SCHOOLGY, ISPRING LEARN, GOOGLE CLASSROOM, MOODLE, LEARNDASH PLATFORMALARI BILAN TANISHISH

AMALIY TOPSHIRIQ



1. Qidiruv tizimi yordamida bugungi kunda reytingi yuqori bo'lgan LMS platformalarini izlab toping (kalit so'z: Top LMS, Popular LMS ёки Best LMS).
2. LMS platformalarining qaysi turga (bulutli, serverga asoslangan, CMS bilan integratsiyalashgan) mansubligini aniqlang.
3. LMS platformalarining rasmiy saytiga kirib, ular haqida ma'lumot yig'ing.
4. LMS platformalarini SWOT tahlil metodi yordamida kuchli va kuchsiz, afzallik va kamchilik tomonlarini yozing.
5. Olgan natijalaringiz asosida taqdimot tayyorlang va namoyish eting.



23-dars. LMS ASOSIDA MASOFAVIY TA'LIM OLISH. MOODLE PLATFORMASI

So'nggi yillarda o'quvchilarda mustaqil bilim olishga, maktab dasturiga qo'shimcha sifatida turli dasturlarni o'rganishga bo'lgan qiziqish ortib bormoqda. Ijtimoiy tarmoqlarda o'quvchilar tomonidan ularning qiziqishlari doirasida videodarslarning qo'yilishi bunga yaqqol misol bo'la oladi. Hozirda raqamli texnologiyalarning rivojlanishi yoshlarga internet orqali o'z qiziqishlari doirasida ta'lim olish imkonini bermoqda. Buning uchun ulardan rus va ingliz tillarini suhbatlashish darajasida bilish, shuningdek, zamonaviy internet texnologiyalaridan xabardorlik, xususan, SMM, LMS, CMS, MOOC kabi platformalarda ishlash bilim va ko'nikmalariga ega bo'lish talab etiladi.

TAYANCH TUSHUNCHALAR

- **DEMO versiya** – platformaning belgilangan vaqt davomida ishlashi mumkin bo'lgan nusxasi.
- **Ochiq kodli dasturiy ta'minot** – dasturning kodi ochiqligi sababli tegishli o'zgartirishlar kiritish imkoniyati mavjud bo'lgan dasturiy ta'minot.

BUNI BILASIZMI?



- **LMS platformalarida ro'yxatdan o'tish qanday bajariladi?**
- **LMS platformalarida nazorat topshiriqlarini bajarish mumkinmi?**
- **LMS platformalarida o'qituvchi yoki do'stlar bilan muloqot olib borish mumkinmi?**

DIQQAT

Moodle platformasi haqida tushuncha



Moodle – o'quv materiallarini turli usullarda uzatish (15 turdagi interfaol vosita), bilimlarni tekshirish va o'zlashtirish monitoringini yuritish uchun mo'ljallangan platforma. Moodle platformasida o'quvchilar mustaqil va erkin ravishda istagan bilimni olish imkoniyatiga ega bo'ladi. O'quvchilarning o'zlashtirish darajasi bevosita uning intellektual salohiyatiga bog'liq bo'lganligi bois, ular tomonidan ko'rgazmalilikning keng imkoniyatlaridan foydalanish egallanayotgan bilim mohiyatini teranroq anglashga yordam beradi. Shu bilan bir qatorda, bu tizim o'zining ochiq kodliligi bilan har qanday dasturchiga istalgan ta'lim loyihasini o'z ehtiyojlariga "moslash" hamda unga yangi xizmat turlarini qo'shish imkonini beradi. Bu bepul tarqatiladigan platforma o'zining funksional imkoniyatlari, o'rganish uchun oddiyliigi va foydalanishda qulayligi bilan foydalanuvchilarning har qanday talabini qanoatlantira oladi. Quyida Moodle platformasining DEMO versiyasi bilan ishlashini ko'rib chiqamiz.

ESLAB QOLING



- **Open Source** (Ochiq kodli dasturiy ta'minot) atamasi 1998-yilda Erik Raymond hamda Bryus Perens tomonidan kiritilgan. Ochiq kodli dasturiy ta'minot – dasturning kodi ochiq va undan erkin foydalanish mumkin bo'lgan, zaruriy holatlarda unga tegishli o'zgartirishlar kiritish imkoniyati mavjud dasturiy ta'minot.

Moodle platformasida ta'lim olish

1. **Moodle**ning rasmiy manzili (moodle.org) brauzerning manzil qatoriga kiritiladi. Asosiy menyu qatoridan **DEMO**, ochilgan sahifadan esa **Mount Orange School**, so'ng **Go to courses** tugmachasi tanlanadi.
2. Kurslar ro'yxatidan **Art and Media**, bo'limlar ro'yxatidan esa **Digital Literacy** o'quv kursi tanlanadi.
3. **Kirish** orqali tizimda ro'yxatdan o'tish, agar ro'yxatdan o'tilgan bo'lsa, login va parol yordamida tizimga kirish mumkin (1).
4. **Til** bo'limi orqali platformaning tilini o'zgartirish mumkin (2). Mazkur platforma bir necha tilga tarjima qilingan.
5. O'quv kursi va uning modullari yordamida kerakli modulga o'tish mumkin (3).
6. **Kalendar** bo'limi orqali topshiriq, tadbir va xabarlar haqida ma'lumot olish mumkin (4).
7. Kursning birinchi modulida, asosan, e'lonlarni o'qish va so'rovnomalarga javob berish mumkin (5).
8. Kursning keyingi modullarida matnli, audio, video, taqdimot, glossariy va boshqa turdagi o'quv materiallarini sahifaning o'zi orqali yoki yuklab olish yordamida o'zlashtirish mumkin (6).
9. Topshiriqlar modulida esa amaliy topshiriq, savol, krossvord, viki topshiriq va testlar beriladi (7).

The screenshot shows the Moodle LMS interface for the 'Digital Literacy' course. The interface is annotated with numbered callouts (1-7) pointing to specific features:

- 1. Login button: "Siz mehmon uchun ruxsatdan foydalanayapsiz (Kirish)"
- 2. Language selector: "O'zbekcha (uz)"
- 3. Course navigation menu: "Digital Literacy" with sub-items like "About this course", "Background reading", "Group work and assessment", "Extra resources", "Self-reflection", "Uyga", and "Kalendar".
- 4. Calendar icon: "Kalendar"
- 5. Course description text: "About this course" section.
- 6. Background reading section: "Background reading" with sub-items like "Video introduction", "Download the video introduction transcript", "Join the digital literacy discussions", "One approach to digital literacy", "Download the 8 elements video transcript", and "Common terms used in digital literacy".
- 7. Group work and assessment section: "Group work and assessment" with sub-items like "Forum netiquette", "Fun quiz: How's your Social media?", "Share examples of digital literacy", "Assignment 1 (Text or Audio)", "Assignment 2 (Upload)", and "Workshop: Transmediation".

ESLAB QOLING



- **Moodle** platformasida har bir mavzu, unga ko'ra tuzilgan o'quv materiali va nazorat topshiriqlari alohida-alohida berilishi ham mumkin, chunki aksariyat hollarda o'quv materiallari va nazorat topshiriqlari aralash holda beriladi. O'quv materiallari va nazorat topshiriqlarining qay tartibda berilishi o'qituvchi xohishiga ko'ra amalga oshiriladi.

TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Moodle platformasida ro'yxatdan o'tish uchun qaysi ma'lumotlar talab etiladi?
2. Moodle platformasida kalendar nima uchun ishlatiladi?
3. Moodle platformasida tilni almashtirish qanday amalga oshiriladi?
4. Ochiq kodli dasturiy ta'minot deb nimaga aytiladi?
5. Moodle so'zining kengaytmasi qanday va ma'nosi nima?

24-dars. AMALIY ISH.

MOODLE PLATFORMASIDA TA'LIM OLISH

AMALIY TOPSHIRIQ



1. Moodlening rasmiy manzili orqali DEMO versiyasini ishga tushiring (40 minut ishlaydi). Yoki ta'lim muassasangiz server kompyuteriga o'rnatilgan Moodle platformasini ishga tushiring.
2. O'zingizga yoqqan ixtiyoriy kursni tanlang. Daftaringizga kurs tarkibiga kirgan modullar nomini qayd eting.
3. Har bir modulda berilgan o'quv materiallari, amaliy topshiriqlar va nazorat testlari bilan tanishib chiqing.
4. Har bir modulda berilgan kurs elementlari (masalan, nazariy material, video, audio va h. k.) nomini yozib chiqing.
5. Kurs bo'yicha berilgan amaliy topshiriq va testlarni bajarib ko'ring.

25-dars. LMS ASOSIDA MASOFAVIY TA'LIM OLISH. GOOGLE CLASSROOM PLATFORMASI

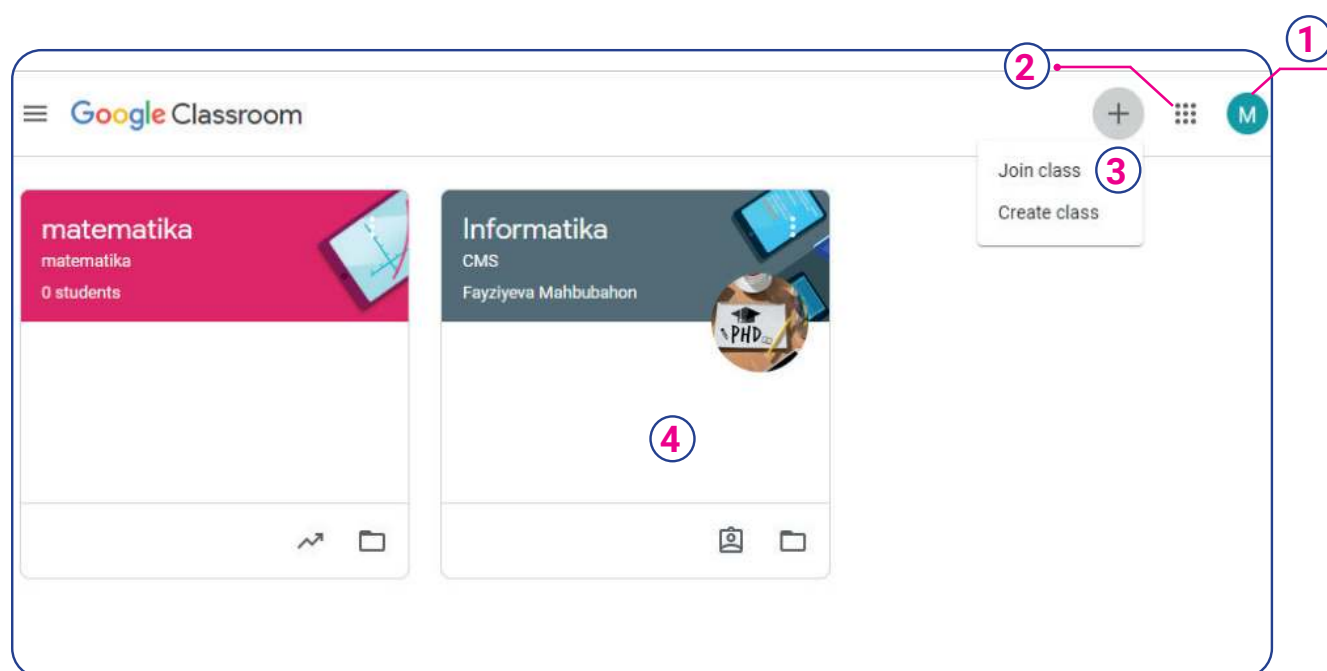
Google Classroom platformasi haqida tushuncha

Axborot texnologiyalari sohasida yetakchi kompaniya nomlaridan biri Google ta'limga oid vositalarni taklif etish imkoniyatini qo'ldan boy bermagan holda, Google for Education tashabbusi asosida Google Classroomni ishga tushirdi. Ushbu bulutli LMS hech qanday sozlovlarni talab etmaydi va Googleda akkauntga ega foydalanuvchi platformadan bemaolol foydalanishi mumkin. Google Classroom platformasida o'quvchilar o'qituvchilar tomonidan kiritilgan o'quv materiallarini o'qishi, topshiriqlarni bajarishi, savollarga javob berishi, nazorat testlarini topshirishlari mumkin. Mazkur platformadan xohlagan qurilma va brauzer yordamida foydalanish mumkin. Eng muhimi, Google Classroom – tekin!

Quyida **Google Classroom** platformasining ishi bilan yaqindan tanishib chiqamiz.

Google Classroom platformasida o'quv kursiga a'zo bo'lish

1. **Google** akkaunti orqali tizimga kiriladi (1).
2. **Google Classroom** platformasiga o'tish uchun **Google** xizmatlaridan **Classroom** tanlanadi (2).
3. Kursga bog'lanish uchun (+) belgisi orqali **Join Class** tanlanadi va muloqotlar oynasida kursning kodi (kursga kirish uchun o'qituvchi tomonidan beriladigan kod, masalan, **2ubiu5p**) kiritiladi (3).
4. Tarkibidagi o'quv materiallari bilan tanishish va topshiriqlarni bajarish uchun kurs tanlanadi (4).



25-DARS. LMS ASOSIDA MASOFAVIY TA'LIM OLISH. GOOGLE CLASROOM PLATFORMASI

73

Google Classroom platformasida o'quv kursi bilan tanishish

1. **Stream** bo'limida ijtimoiy tarmoqlar singari xabarlar, o'quv kursiga kiritilgan materiallar ketma-ketligi bilan tanishish mumkin (1).
2. **People** bo'limida kurs o'qituvchilari va kursda ta'lim olayotganlar haqida ma'lumot olish mumkin (3).
3. **Classwork** bo'limi orqali kurs materiallari bilan tanishish mumkin (2).
4. **All Topics** — kurs bo'yicha kiritilgan mavzularning ro'yxati. Qandaydir mavzu tanlanganda, unga mos o'quv materialining ro'yxati ochiladi (4).
5. Mavzu bo'yicha kiritilgan nazariy materiallar (5), amaliy topshiriqlar (6), savollar (7) va nazorat testlari bilan tanishish, ular tarkibidagi fayllarni ko'rish mumkin.
6. Amaliy topshiriq, savol va nazorat testlari faollashgan rang shaklida bo'ladi. O'quvchilar ularni tanlab, **You work** bo'limi orqali o'z javoblarini kiritishlari mumkin (8).
7. **Google Calendar** yordamida topshiriqlar va turli e'lonlar haqida ma'lumot olish mumkin (9).

The screenshot shows the Google Classroom interface for a course titled "Informatika CMS". The top navigation bar includes "Stream", "Classwork", and "People", with "Classwork" selected. A "View your work" button is visible. On the left, there is a list of "All topics" with "1-мавзу. SMM(Soci..." selected. The main content area displays a topic "1-мавзу. SMM(Social media marketing - ижти..." with a "Назарий" (Theory) assignment posted on May 29. Below it is an "Амалий топшириқ" (Practical assignment) due on May 31, 11:59 PM, which is currently "Missing". The assignment includes a "Google Docs" file named "Untitled document" and an "Image" file named "Screenshot_1.png". At the bottom, there is a "Саволлар" (Questions) section due on May 15, 11:59 PM.

The screenshot shows the "Your work" section for the "Амалий топшириқ" assignment. It displays the assignment title, the instructor's name "Fayziyeva Mahbubahon", and the date "May 29 (Edited May 29)". The assignment is worth "100 points". The "Your work" section shows the "Untitled document" and "Screenshot_1.png" files. There is a "Mark as done" button and a "Private comments" section.

TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Google Classroom platformasiga kirish qanday amalga oshiriladi?
2. Google Classroom platformasida kod nima uchun kerak?
3. Google Classroom platformasida **Папка курса** bo'limida qanday ma'lumotlar berilgan?
4. Google Classroom platformasida o'quv materiallari va topshiriqlarni olish uchun qaysi bo'limga kiriladi?
5. Google Classroom platformasida **Лента** nima uchun ishlatiladi?

26-dars. AMALIY ISH.

GOOGLE CLASSROOM PLATFORMASIDA TA'LIM OLISH

AMALIY TOPSHIRIQ



1. O'z akkauntingiz bilan Google tizimiga kiring va Google Classroom platformasiga o'ting.
2. O'qituvchingiz tomonidan berilgan kod (masalan, 2ubiu5p) yordamida o'quv kursiga kiring.
3. Har bir mavzuda berilgan o'quv materiallari, amaliy topshiriq, savol va nazorat testlari bilan tanishib chiqing.
4. Har bir mavzuda berilgan kurs elementlari (masalan, nazariy material, video, audio va h. k.) bilan tanishib chiqing. O'rganganlaringizni daftaringizga qisqacha yozib oling.
5. Kurs tarkibida berilgan amaliy topshiriq va testlarni bajaring hamda o'z ishlaringizni yuboring.
6. Yuborgan ishlaringizni qabul qilingan yoki qilinmaganligini tekshirib ko'ring. O'qituvchi tomonidan ishingiz qanday baholanganligini ko'rib chiqing.
7. Kursdagi boshqa foydalanuvchilar bilan tanishib chiqing.

QIZIQARLI FAKT

Google kompaniyasi tarixi



Sergey Brin va uning do'sti Larri Peyj Stenford universitetida o'qib yurgan paytlarida Googleni yaratishdi. Boshqa qidiruv tizimlaridan farqli o'laroq, bu loyiha turli saytlar o'rtasidagi aloqani tahlil qilish imkoniga ega edi. Mazkur tizim PageRank nomini oldi va loyihalari tufayli Brin va Peyj dissertatsiyalarini muvaffaqiyatli himoya qilishdi.

Google kompaniyasi rasman 1998-yilning 4-sentabrida Kaliforniya shtatida, Menlo-Parkdagi garajda ro'yxatdan o'tkazilgan. «Google» nomi yuzta nolli 1 raqamini anglatuvchi «google» so'zidan olingan. Brin va Peyj ajoyib dasturchi bo'lishlariga qaramay, HTML dizayni ustida ishlash ularning o'z jihatlarini edi. Shu sababli, hozirgi kunga qadar Googlening bosh sahifasini faqat qidiruv maydoni va tugmachasigina tashkil etadi.

Keyinchalik tizim Gmail pochta, Google Maps xaritalari va bir-biriga integratsiyalashgan o'nlab mahsulotlar bilan boyitildi. Internetdan foydalanuvchilarning taxminan 82 foizi Googleni qidiruv tizimi sifatida tan oladi. Qanday qurilmaga murojaat qilmang, Googlening mahsulotiga duch kelasiz. Bu, bir tomondan, login va parol yordamida tizimga bir marta kirib olgach, boshqa istalgan mahsulotlarga o'tish imkonini bersa, ikkinchi tomondan, Google tizimi foydalanuvchi to'g'risida Facebook ijtimoiy tarmog'i kabi juda ko'p ma'lumotni yig'a oladi.

“Asosiysi — diqqatni foydalanuvchiga qaratish, qolgani esa asta-sekin maromiga tushaveradi!” Bu shior Google kompaniyasining bosh falsafasidir. Aynan shu tufayli Google bugungi mashhurlik darajasiga erisha oldi, desak, mubolag'a qilmagan bo'lamiz.





V BOB.

MOOC – OMMAVIY OCHIQ ONLAYN KURLAR

O'QUV MAQSADI

Bu bobda:

- MOOC haqida tushunchaga ega bo'lasiz va;
- MOOCning ishlash prinsipi;
- MOOCning afzalliklari va kamchiliklari;
- MOOCning turlari;
- MOOC platformalari haqida bilib olasiz.

KO'NIKMA

Bob yakunida Siz:

- MOOC platformasida ro'yxatdan o'tish;
- MOOC platformasida kursga a'zo bo'lish;
- MOOC platformasida kurs materiallari bilan ishlash;
- MOOC platformasida onlayn va offlayn topshiriqlarni bajarish;
- MOOC platformasidan sertifikatni yuklab olish ko'nikmalariga ega bo'lasiz.

VOSITALAR

- Coursera;
- Udemy;
- EdX;
- Khan Academy;
- Лекториум.

27-dars. MOOC (MASSIVE OPEN ONLINE COURSES – OMMAVIY OCHIQ ONLAYN KURSLAR) HAQIDA

2000-yillarda ochiq internet kurslari paydo bo'lishi natijasida onlayn ta'limga o'tish jarayoni boshlandi. U orqali o'z davrining dunyoga mashhur, reytingi yuqori universitetlari tinglovchilarga o'z ma'ruzalaridan bepul foydalanish imkoniyatini taqdim etdi. Bu kabi ta'lim xizmatlariga bo'lgan talab juda yuqori bo'lganligi sababli, 2008-yilda MOOC nomi bilan mutlaqo yangi ta'lim berish metodikasi shakllandi. Bu atama 2008-yilda Devid Kormier (University of Prince Edward Island) va Brayan Aleksandr (National Institute for Technology in Liberal Education) tomonidan o'ylab topilgan edi.

BUNI BILASIZMI?



- MOOC nima va u haqida nimalarni bilasiz?
- MOOC qanday imkoniyatlarga ega?
- MOOCda ta'lim olish imkoniyatlari nimalardan iborat?

MOOC — onlayn ta'lim bozorini rivojlantirish hamda turli pedagogik va biznes vazifalarini hal etishga qaratilgan zamonaviy masofaviy ta'lim tizimi. MOOC (ingl. Massive Open Online Course) yoki OOOK (o'zb. Ommaviy Ochiq Onlayn Kurs) kengaytmasi to'rtta atamadan tarkib topgan:

Massive (ommaviy): geografik o'rnidan qat'iy nazar, chegaralanmagan holda ko'p sonli bilim oluvchilarni ommaviy ravishda qamrab oladi.

Open (ochiq): barcha o'quvchilar uchun bepul va ochiq ta'lim. Ochiqlikning asosiy jihatlari — kurs uchun bepul ro'yxatdan o'tish, ro'yxatdan o'tganlar uchun cheklovsiz kontent, ta'lim natijalariga erishishning bepul imkoniyatlari.

Online (onlayn): masofaviy ta'lim onlayn aloqa vositalari yordamida olib boriladi va barcha materiallar elektron shaklda taqdim etiladi. Bu MOOCni tashkil etishning texnik xususiyatlarini ochib beradi, ya'ni kurs internet orqali uzatiladi, o'quv jarayonining barcha ishtirokchilari bilan tarmoqning o'zaro ta'sirini ta'minlaydi.

Course (kurs): umumiy qoidalar, vaqt cheklovlari va belgilangan maqsad asosida tashkil etilgan bo'lib, uning tarkibidagi materiallar tizimlashtirilgan hamda tartibga solingan holda taqdim etiladi.

TAYANCH TUSHUNCHALAR

• **Onlayn ta'lim** — Internet tarmog'idan foydalangan holda real vaqt rejimida bilim olishning yangi usuli. Hozirgi vaqtda onlayn bilim olish dunyodagi eng tez rivojlanayotgan ta'lim texnologiyalaridan biri hisoblanadi.

MOOCNING AFZALLIKLARI



- *Bepul onlayn ta'lim.* MOOC tarkibidagi “ochiq” atamasi bepul yoki shartli bepul degan ma’noni anglatadi. Qoidaga ko’ra, kursda o’qish va amaliy mashg’ulotlarni bajarish uchun mablag’ talab etilmaydi. Agar mablag’ talab qilinsa ham, MOOC kursining xarajatlari kunduzgi ta’lim xarajatlaridek ko’p bo’lmaydi.
- *Zamonaviy mutaxassisliklar.* Hozirgi texnika asrida mehnat bozori jadal sur’atlar bilan rivojlanmoqda. Ma’lumki, asrlar davomida shakllangan va davr sinovidan o’tgan mutaxassisliklarga ega bo’lish uchun yillar davomida oliy ta’lim muassasalarida tahsil olish talab qilinar edi. Onlayn rejimda tashkil etilgan kurslar esa mehnat bozorida kechayotgan o’zgarishlarni yashin tezligida ilg’ab olmoqda va aynan bugungi kun talabiga javob beruvchi mutaxassisni tayyorlash uchun o’z o’quv dasturlarini taqdim etmoqda.
- *Dunyoning eng yaxshi o’qituvchilari.* Onlayn ta’lim dunyoning eng nufuzli universitetlarining yuqori malakali va tajribali o’qituvchilari tomonidan olib boriladi. Masofaviy kursning har bir o’quvchisi kurs o’qituvchisi bilan shaxsan onlayn suhbatlashish imkoniyatiga ega.
- *Materiallarni tizimli taqdim etish.* Zamonaviy texnika vositalari yordamida materiallar optimallashtiriladi hamda oson va qulay shaklda taqdim etiladi. Qisqa videolar uzun ma’ruzalarga nisbatan o’quvchilar tomonidan yaxshi o’zlashtirilganligi sababli, barcha mavzular kichik videolardan tashkil topgan. Matnli ma’ruzalar esa o’zlashtirish oson bo’lgan qisqa bo’laklarga bo’linadi. Eng muhimi, metodik adabiyotlar sotib olish uchun mablag’ sarflanmaydi.
- *Onlayn ta’limning aralash shakli.* Masofadan o’qitish jarayoni xilma-xil materiallardan foydalanishni ham o’z ichiga oladi. MOOC masofaviy o’qitish kurslari faqatgina videolar bilan cheklanib qolmaydi, balki ulardan turli manbalarga yo’naltiruvchi qo’shimcha murojaatlar: matnli hujjatlar, audiofayllar, ijtimoiy tarmoqlar va forumlardagi muhokamalar ham joy olgan. Bunday tizim materialni o’zlashtirish darajasini oshiribgina qolmay, balki o’quvchilarning ma’lumot oqimini boshqarish va zarur bilimlarni mustaqil ravishda olish qobiliyatini ham rivojlantiradi.
- *Erkin dars jadvali.* Har bir kurs vaqt bilan cheklangan bo’lib, o’quvchi o’ziga qulay dars jadvalini tuzib olishi mumkin. Videodarslarni keyinroq ko’rish yoki tushunish qiyin bo’lgan darslarni qayta ko’rib chiqish mumkin. Uy vazifasi ham ixtiyoriy vaqt oralig’ida va ixtiyoriy sur’atda bajarilishi mumkin.
- *Interfaollik.* Juda ko’p onlayn kurslarda o’quvchilar bilan teskari aloqa o’rnatishning imkoni bo’lmaydi. Ulardan farqli ravishda, MOOC platformalari kurs o’qituvchisi hamda boshqa o’quvchilar bilan aloqa qilish uchun ko’plab aloqa kanallarini taqdim etadi.

- *Foydali aloqalar.* O'quvchilar o'z kurslarida hamkorlikni yo'lga qo'yish imkoniyatiga ham ega. Ular bilimlarini o'rtoqlashibgina qolmay, bir-birlarini tekshiruvchi sifatida ham ishtirok etishlari mumkin. Odatda, masofaviy ta'lim kursining har bir o'quvchisi bir necha kursdoshlari ishlarini tekshirishi lozim. O'z navbatida, uning ishi ham bir necha kursdoshi tomonidan sinovdan o'tkaziladi. Shu tariqa, kursga qiziquvchilar va belgilangan yo'nalish bo'yicha o'z malakasini oshirishni xohlovchilar orasidan guruh shakllantiriladi. Har bir ishtirokchi tanlagan kursi bo'yicha o'z bilimlarini kengaytirish, foydali va qiziqarli aloqalar o'rnatish kabi imkoniyatlarga ega bo'ladi.
- *Tezkor teskari aloqa va baholash.* Har bir o'quvchi topshiriqlarni bajarib bo'lgach, olgan bilimlari qanday baholanganligini deyarli biladi. Shu bilan birga, har bir onlayn ta'lim oluvchiga imtihonni qayta topshirish yoki testni qayta yechish imkoniyati beriladi.

MOOCNING KAMCHILIKLARI



- MOOC platformalarida bilim olish faqat o'quvchi tashabbusi bilan amalga oshiriladi va bunda yuqori darajadagi motivatsiya va o'z-o'zini boshqarish ustuvorlik qilishi lozim. Shu sababdan, ta'limning bu turida quyidagi kamchiliklar kuzatilishi mumkin:
- *o'quv materiallarini mustaqil va yakka holda o'rganish.* Masofaviy ta'lim kursining vazifasi – o'quvchi mustaqil ta'lim olishi uchun unga barcha zarur ma'lumotlarni taqdim etish. Kunduzgi o'qish sharoitida o'quvchi ma'ruzadan keyin yoki ma'ruza vaqtida o'qituvchiga bevosita murojaat qilishi mumkin, MOOC doirasida esa bunday imkoniyat mavjud emas. Yakka o'qituvchi minglab o'quvchilarning savollariga birdan javob bera olmaydi, shu sababli berilgan savolga o'z vaqtida javob olishning imkoni bo'lmaydi;
 - *topshiriqni bajarish jarayonini to'liq nazorat qilib bo'lmaydi.* Topshiriqlarni bajarish va yakuniy imtihonga o'quvchi shaxsan javobgar hisoblanadi. Tizimni aldash mumkin, ammo bundan kim ziyon ko'radi?

MOOCning asosiy imkoniyatlari:

- o'quv materiallarini ta'lim oluvchiga optimal variantda taqdim etish;
- kursdan o'tish usullari, vaqt tanlashning moslashuvchanligi;
- o'qituvchining ishtirokisiz mustaqil ravishda kursdan kursga o'tish;
- kurs o'qituvchisi va kurs yaratuvchisi rollarining har xilligi;
- ta'lim jamoasini shakllantirish (kurs doirasida);

- ta’lim oluvchi reytingini shakllantirishga yo’naltirilgan o’yinning turli elementlari (nishonlar, mukofot va boshqalar)dan foydalanish;
- baholashning turli usullari va teskari aloqa tizimidan foydalanish;
- rasmiy va maxsus ta’lim muassasalari doirasida kredit va reyting birliklari tizimini shakllantirish.

TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. MOOC qanday o’qitish platformasi ?
2. MOOC platformalarida bilim olish qanday tashkil etiladi?
3. MOOC qaysi so’zlardan tashkil topgan va qanday ma’noni anglatadi?
4. MOOCning afzalliklari nimada?
5. MOOCning qanday kamchiliklari mavjud?

QIZIQARLI FAKT

MOOC TARIXI



Yaqindagina kam doiradagi foydalanuvchilar bilgan MOOC tushunchasi hozirda kundalik hayotimizda tobora faollashib, omma, ayniqsa, yoshlar orasida mashhur bo’lib bormoqda.

MOOCning tarixiga Massachusetts Texnologiya Universiteti tomonidan barcha o’quv materiallari onlayn ravishda bepul tarqatila boshlagan vaqt, ya’ni 2001-yilda dastlabki tamal toshi qo’yilgan.

2011-yilda Stenford universitetining professori, Stenford sun’iy intellekt laboratoriyasi (SAIL)ning sobiq direktori Sebastian Thrun Internetda sun’iy intellektga oid bepul kursni nashr etadi. Qisqa vaqt ichida 190 ta mamlakatda istiqomat qiluvchi 160 mingdan ziyod foydalanuvchi Thrunning o’quvchilariga aylanadi. 2012-yilda esa Thrun Udacity onlayn ta’lim platformasiga asos soladi.

Bu hodisa o’z davrining eng yorqin namunalaridan biri edi. Natijada, 2011-yil Ochiq masofaviy kurslar yili deb e’lon qilinadi.

2012-yilda MIT o’zining birinchi “Sxemotexnika va elektronika” ochiq ommaviy kursini taqdim etadi. Onlayn kursga yozilish esa hech qanday talablarsiz amalga oshirila boshlandi. Kursda 160 ta mamlakatdan 155 mingdan ziyod foydalanuvchi ro’yxatdan o’tgan. Bilim sifatiga qo’yilgan talabning qat’iyligidan kurs ishtirokchilaridan atigi 7157 nafariga Internetda sun’iy intellekt bo’yicha bepul kursni tamomlashga muvaffaq bo’lgan.

28-dars. MOOC PLATFORMALARINING TURLARI VA VAZIFALARI

Inson borki, bir umr bilim olishga, olgan bilimlarini rivojlantirishga va ular tufayli egallagan hayotiy tajribalarini boyitishga harakat qiladi. Bu borada MOOC zamonaviy pedagogik tushuncha va texnologiyalar asosida yaratilgan, ommaga mo'ljallangan, bepul (qo'shimcha ravishda pullik funksiya va imkoniyatlari ham mavjud) tizim bo'lib, internet orqali faoliyat yuritadi.

Shu bilan bir qatorda, u o'zida norasmiy ta'limning yangi shakl va usullarini mujassam etgan holda aralash ta'limning zamonaviy pedagogik texnologiyalarini ham taqdim etadi. MOOC kurslari tarkiban boshqa ta'lim tizimlaridan farqli ravishda, asosan, videoma'ruzalar, matn, forum hamda bilimlarni mustahkamlash uchun mashqlardan tashkil topgan.

BUNI BILASIZMI?



- MOOC platformalarining qanday turlari bor?
- Nima uchun topshiriqqa asoslangan MOOClar deb nomlangan?

TAYANCH TUSHUNCHALAR

Aralash ta'lim – o'qituvchi bilan yuzma-yuz olib boriladigan an'anaviy ta'lim va onlayn ta'limning birlashtirilgan shakli.

Subtitr – videorolikning asl tili yoki tarjimasidagi umumiy mazmuni ifodalovchi matn. U videokadr usti yoki tagida bir vaqtda namoyon bo'ladi.

DIQQAT

Google Classroom platformasida ta'lim olish



Zamonaviy texnika taraqqiyotining natijasi o'laroq, o'quvchilar qo'lida mobil telefon, planshet, noutbuklarning mavjudligi ularga masofadan turib ta'lim olish imkoniyatini beradi. MOOC kurslari orqali o'quvchi yil davomida yoki qisqa sessiyalarda ta'lim olishi mumkin. Hozirgi paytda dunyoga mashhur Garvard va Massachusets singari nufuzli ta'lim muassasalari MOOC platformalari orqali turli yo'nalish va darajadagi onlayn kurslarni taqdim etmoqda. MOOC kurslari bir vaqtning o'zida minglab o'quvchilarni ro'yxatdan o'tkazish bilan birga, yil davomida qat'iy belgilangan yoki xohlagan vaqtda kursga a'zo bo'lib, undan ta'lim olish imkonini beradi.

MOOC platformalarida ta'lim olish usullarining quyidagi turlari mavjud:

- kurslarda o'qish va sertifikat olish – bepul;
- kurslarda o'qish – bepul, sertifikat olish – pullik;
- kurslarda o'qish va sertifikat olish – pullik.

Bugungi kunda MOOCning keng tarqalgan ikkita turi mavjud:

cMOOCs (ingl. «**connectivity MOOC**» – **bog'langan MOOC**). Asosiy tamoyillari – ommaviylik, ochiq ro'yxatdan o'tish, ma'lumotlardan kursni tugatguncha foydalanish, ta'lim oluvchilarning teng huquqliligi, ya'ni talaba va o'qituvchi – bitta jamoa. Bunday kurslarda ta'lim oluvchilarning o'zaro munosabati alohida ahamiyat kasb etadi. Ta'lim bir-biri bilan bog'langan onlayn guruhlarda olib boriladi va ta'lim oluvchilar blog, ijtimoiy tarmoq va hokazolar orqali bir-birlari bilan faol muloqotda bo'lishadi. Ta'limning bunday turi turli soha mutaxassislarini o'xshash qiziqishlari negizida birlashtiradi, ta'lim oluvchilar orasidan yagona g'oya ustida izlanishlar olib borayotgan shaxslarni hamkorlikka chaqiradi. Kamchiligi – ta'lim oluvchilar kurs o'qituvchisi tomonidan baholanmaydi.

xMOOCs (ingl. «**eXtended MOOC**» – **kengaytirilgan MOOC**) – nufuzli ta'lim muassasalari tomonidan taklif etilgan ochiq onlayn kurslar. MOOC kurslari ta'lim muassasalari o'qituvchilari tomonidan ta'lim muassasasi dasturlari asosida yaratiladi va o'qish belgilangan grafik asosida olib boriladi. Bunday kurslar o'quv jarayonini tashkil etish uchun juda qulay va ta'lim modeli jihatidan an'anaviy o'qitishga o'xshab ketadi. Kurslarda ta'lim oluvchilar topshirishi kerak bo'lgan vazifalar, ularning bajarilish muddati, kurs oxirida imtihon belgilangan bo'lib, barcha jarayon o'qituvchi tomonidan nazorat qilinadi.

MOOClar material va topshiriqlarni taqdim etishiga ko'ra quyidagi turlarga bo'linadi:

- **task-based MOOCs (topshiriqqa asoslangan MOOClar)**. Bu kurslar topshiriqlarga asoslangan bo'lib, ta'lim oluvchidan belgilangan turdagi vazifalarni bajarish talab etiladi. Ular berilgan masalani yechish yoki loyiha ustida guruh bilan hamkorlikda ishlashni taklif etadi. Ta'lim oluvchilar belgilangan sondagi topshiriqni muvaffaqiyatli bajarganlaridan keyin, kursning maqsadida ko'rsatilgan natija va ko'nikmalarga ega bo'lishadi;
- **content-based MOOCs (kontentga asoslangan MOOClar)**. Bu kursda asosiy faoliyatni o'qituvchilar olib borishadi. Bu kurslarda ta'lim oluvchilar an'anaviy usulda baholanadi. Bunda belgilangan topshiriqlarni bajarishdan tashqari, o'zlashtirilgan bilimlar ham muhim o'rin tutadi;
- **network-based MOOCs (tarmoqqa asoslangan MOOClar)**. Kurslarda ta'lim olish natijasida nafaqat belgilangan kontentni o'zlashtirish, ko'nikmaga ega bo'lish, balki boshqa ta'lim oluvchilar bilan muloqot natijasida qandaydir samaraga ham erishish mumkin. Aynan shu jihatidan cMOOCsdagi jamoa va hamkorlikdagi ta'lim nazariyasiga asoslangan.

MOOC PLATFORMALARI

Coursera (<https://www.coursera.org/>) – MOOC platformalarining yuzi hisoblanadi. Platforma 2012-yilda Stenford universitetining kompyuter fanlari professor-o'qituvchilari tomonidan tashkil etilgan. Coursera platformasi birinchilardan bo'lmasa-da, o'qitish strategiyasining to'g'ri tanlanganligi hamda tijoratga yo'naltirilganligi bilan bugungi kunda onlayn ta'limda yetakchiga aylandi. 190 dan ziyod ta'lim muassasalari professor-o'qituvchilari mana shu platforma resurslari bilan ishlaydi.

Kurslar: fizika, muhandislik, tibbiyot, gumanitar fanlar, matematika, biznes, informatika va boshqalar. **Interfeys tili:** ingliz.

Kurs tili: ingliz (asosiy) va boshqa tillar, deyarli barcha kurslarda subtitrlar mavjud.



Khan Academy (<https://khanacademy.org/>) – platformasi boshqa MOOClardan farqli ravishda ta'limga interfaollik va o'yin texnologiyalarini olib kirgan va o'z davrida birinchilardan bo'lgan mashhur loyiha. Bugungi kunga kelib platforma 36 dan ortiq tilda (o'zbek tili ham mavjud) 10 mingdan ortiq kichik video darslar yaratgan. Platformada 100 mingdan ziyod interfaol misol va topshiriqlar joy olgan. Khan Academy darslari 190 dan ortiq mamlakatda o'tiladi va hozirgi kunda 74 milliondan ortiq o'quvchi platformadan foydalanadi. Asosiy jihati shundaki, platformadan maktab fanlari dasturlari va ko'plab darslar, shuningdek, farzandlari bilan shug'ullanishi uchun ota-onalarga mo'ljallangan metodik qo'llanmalar joy olgan.

Kurslar: matematika, informatika va dasturlash, fizika, astronomiya, kimyo, moliya, iqtisodiyot, biologiya, tibbiyot va boshqa fanlar. **Interfeys tili:** bir necha tilda (o'zbek tili ham mavjud).

Kurs tili: ingliz va boshqa tillarda. Subtitrlar mavjud.



Лекториум (<https://www.lectorium.tv/>) notijoriy loyiha bo'lib, o'quv materillarini ommaviy onlayn ochiq kurslar formatida yaratadi. Shuningdek, suratga olingan videodarslarni joylashtiradi. Platforma maktab o'quvchilari, ota-onalar, abituriyentlar, mutaxassislar uchun har xil o'quv dastur va darslarini taqdim etadi.

Kurslar: kompyuter bilimlari, muhandis dasturlash, ingliz tili, antropologiya, arxitektura, astronomiya, astrofizika, bioinformatika.

Interfeys tili: rus tili. **Kurs tili:** rus va boshqa tillarda. Subtitr mavjud.



EdX (<https://www.edx.org/>) Garvard va Massachusetts texnologiya institutlari tomonidan 2012-yilda tashkil etilgan bo'lib, dunyo bo'yicha barcha ta'lim oluvchilar uchun yuqori sifatli kurslarni taklif etadi. Platformada Massachusetts texnologiya instituti tomonidan o'quvchilar uchun mexanika bo'yicha kurs ochilgan. Kursning maqsadi – o'quvchilarga fizikaning murakkab mavzularini tushunishga yordam berish va mustaqil yechim topishga o'rgatish. Kurs, shuningdek, o'rta maktab o'quvchilariga imtihonlarga tayyorgarlik ko'rishda yaqindan yordam beradi. Laboratoriya uchun virtual laboratoriyalarning joylashtirilganligi ham kursning jozibasini yanada orttiradi. Kurslar bepul, faqat sertifikat uchun pul to'lanadi.

Kurslar: arxitektura, san'at va madaniyat, biologiya va hayot fanlari, biznes va menejment, kimyo, kommunikatsiya, kompyuter bilimlari, ma'lumotlar bazasi va statistika, dizayn, iqtisod va moliya, ta'lim, elektronika, tarix, til, huquq, adabiyot, matematika, gumanitar fanlar, musiqa, tibbiyot, falsafa va boshqalar.

Interfeys tili: ingliz tili

Kurs tili: ingliz va boshqa tillarda. Subtitr mavjud.

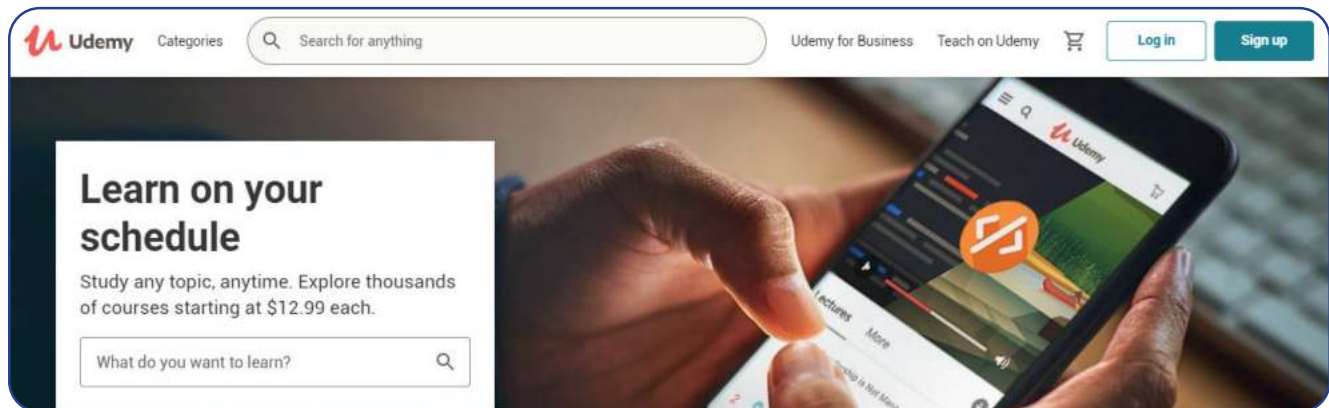


Udemy (<https://www.udemy.com/>) – ma'lum bir mavzu bo'yicha amaliy ko'nikmalarni egallash uchun ajoyib vosita. Udemyda nafaqat bilim olish, balki o'zining darslarini joylashtirish orqali daromad topish imkoniyati ham mavjud. Shu sababli, platformada 20 000 dan ortiq kurs va 4 millionga yaqin foydalanuvchi ro'yxatdan o'tgan. Kurslar pullik va bepul bo'lib, kursni tugatganidan keyin ta'lim oluvchilarga sertifikat rasmiylashtiriladi.

Kurslar: moliya va buxgalteriya, axborot texnologiyalari va dasturiy ta'minot, dizayn, marketing, biznes, ishlab chiqarish, sog'lom hayot, musiqa, suratga olish va boshqalar.

Interfeys tili: ingliz, rus tili va boshqa tillar.

Kurs tili: ingliz, rus va boshqa tillarda. Subtitr mavjud.

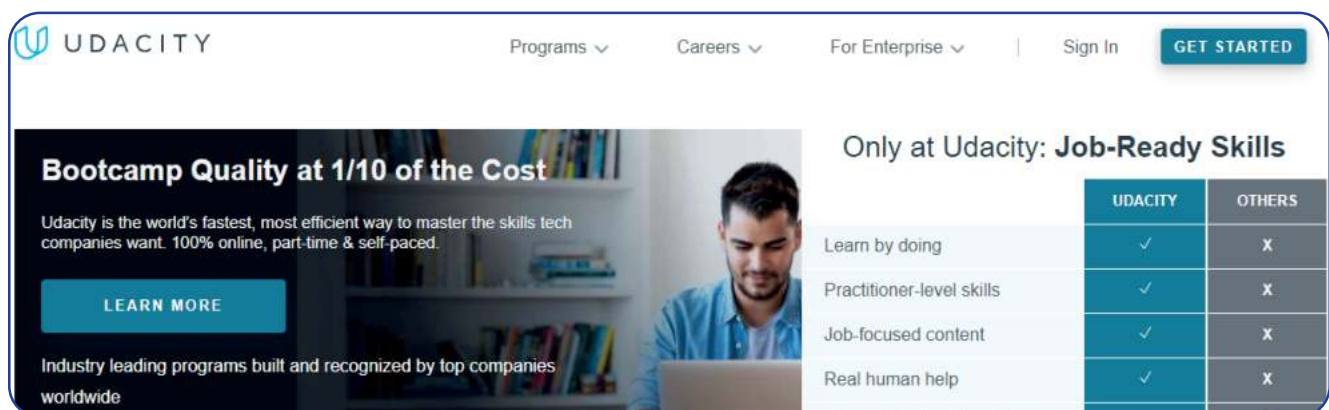


Udacity(<https://www.udacity.com/>) Stenford universiteti professorlari Sebastyan Truno, David Stavens va Mike Sokolsky tomonidan tashkil etilgan xususiy notijorat ta'lim kompaniyasi. Udacity onlayn kurslari universitet professorlari, shuningdek yetakchi soha ekspertlari tomonidan yaratilgan.

Kurslar: kompyuter texnologiyalari, dasturlash tillari, matematika, fizika, dizayn, tadbirkorlik va boshqalar.

Interfeys tili: ingliz tili

Kurs tili: ingliz va boshqa tillar



TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. MOOC platformalari nimaga xizmat qiladi?
2. cMOOCs va xMOOCsning farqli jihatlari nimada?
3. MOOC platformalarida ta'lim olish va sertifikatga ega bo'lish uchun pul to'lanadimi?
4. Topshiriqqa asoslangan MOOC platformalarida o'quv jarayoni qanday tashkil etiladi?

29-dars. AMALIY ISH.

COURSERA, KHAN ACADEMY, ЛЕКТОРИУМ, EDX, UDEMY, UDACITY PLATFORMALARI BILAN TANISHISH

AMALIY TOPSHIRIQ



1. Qidiruv tizimi yordamida bugungi kunda reytingi yuqori bo'lgan MOOC platformalarini izlab toping (kalit so'z: Top MOOC, Popular MOOC yoki Best MOOC).
2. MOOC platformalarining (**Coursera, Udemy, EdX, Khan Academy, Udacity, Лекториум**) rasmiy saytiga kirib, ular haqida ma'lumot to'plang.
3. **Coursera, Udemy, EdX, Khan Academy, Udacity, Лекториум** platformalari va uning kurslari bilan tanishib chiqing. O'zingizni qiziqtirgan biror kursning tarkibi bilan tanishib chiqing (nomi, qaysi ta'lim muassasasi tomonidan taqdim etilganligi, ta'lim beruvchi o'qituvchilari, maqsadi, davomiyligi, materiallari).
4. SWOT tahlil usuli yordamida MOOC platformalarining kuchli, kuchsiz, afzallik va kamchilik jihatlarini yozing.
5. Olgan natijalaringiz asosida taqdimot tayyorlang va uni namoyish qiling.
6. **Udacity**(udacity.com) platformasida ro'yxatdan o'tib, **Programs** menyusidagi **Programming and development** bo'limidan **Front End Web Developer** kursi bilan tanishib chiqing va undan tahsil oling.



30-dars. MOOC ASOSIDA MASOFAVIY TA'LIM OLISH

MOOClar yaratilganidan buyon shu kungacha ko'plab ijobiy fikrlarni to'pladi hamda dunyo bo'yicha millionlab masofadan ta'lim oluvchilar armiyasini shakllantirdi. MOOC platformalari: o'quv materialini qiziqarli, ko'ngilochar (o'yinli), interfaol shaklda taqdim etadi; ilmga qiziqishni uyg'ota oladi; kelajagi porloq sohalar haqida fikrlarni shakllantiradi; oliy ta'lim muassasasini tanlashda yordam beradi; chet tillar (aksariyat hollarda ingliz tili)ni chuqur o'rganish imkoniyatini beradi.

Har tomonlama kamol topishga intilgan inson MOOC platformalarida o'z bilim va ko'nikmalarini oshirib boradi.

TAYANCH TUSHUNCHALAR

- **Platformani mahalliyashtirish** – platforma interfeysi va uning tarkibidagi materiallarni davlat tiliga o'girish.
- **Oraliq test** – har bir bo'lim yakunida topshiriluvchi nazorat testi.

BUNI BILASIZMI?



- MOOC platformalarida ro'yxatdan o'tish qanday amalga oshiriladi?
- MOOC platformalarida nazorat topshiriqlarini bajarish mumkinmi?
- MOOC platformalari orqali sertifikat olish mumkinmi?

DIQQAT

Khan Academy platformasida ta'lim olish



Khan Academy – ta'lim berishga yo'naltirilgan, internet orqali bepul va sifatli ta'lim beradigan notijoriy tashkilot. Asosiy maqsadi – dunyo aholisiga sifatli va bepul ta'lim berish. Loyiha Google, Bill va Melinda Geyts jamg'armasi va boshqa ko'plab tashkilot hamda shaxslarning xayriyalari hisobiga moliyalashtiriladi.

Akademiya platformasining kurslari juda sodda, biroq qat'iy va o'zini sinab ko'rish uchun juda ko'p interfaol xususiyatlarga ega. Platforma o'zida ta'lim beruvchi videorolik, amaliy topshiriqlar va ta'lim olishning shaxsiy panelidan tarkib topgan. Boshqa MOOC platformalardan farqli ravishda, Khan Academy kurslari maktab o'quvchilari uchun mo'ljallangan bo'lib, platformada matematika, ingliz tili, kimyo va boshqa fanlar bo'yicha o'quv materiallari joylashtirilgan. Shuningdek, ta'lim oluvchilar SAT, ACT, GRE, NCLEX-RN va Praxis imtihonlari standart testlariga tayyorgarlik ko'rish uchun materiallar bilan tanishishlari mumkin. Akademiya o'qituvchi va ota-onalarga standart o'quv materiallarini belgilash va ta'lim oluvchining o'zlashtirishini kuzatib borish imkoniyatini taqdim etadi. Tarmoq vositalari yordamida ta'lim oluvchilar boshqa foydalanuvchi va o'qituvchilar bilan o'zaro aloqa o'rnatishi mumkin.

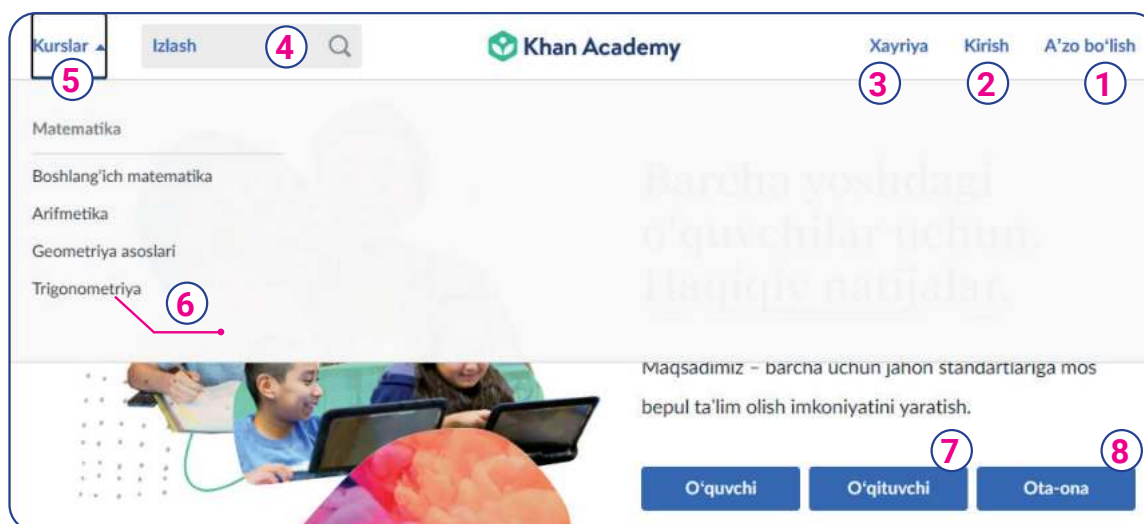
ESLAB QOLING



- <https://uz.khanacademy.org/> – Khan Academy bepul onlayn ta'lim platformasining o'zbek tiliga mahalliyashtirilgan loyihasi.
- <https://xanakademiyasi.uz/> – Khan Academy bepul onlayn ta'lim platformasi videolarining mahalliyashtirilgan variantlari joylashgan sayt manzili.

Khan Academy platformasi bilan ishlash

1. Khan Academyning rasmiy manzili (<https://khanacademy.org/>)ga kiriladi.
2. Platforma kurslarida ta'lim olish uchun **Sign up (A'zo bo'lish)** orqali ro'yxatdan o'tiladi (1).
3. O'qishni boshlash uchun **Login (Kirish)** bo'limi yordamida login va parol asosida tizimga kiriladi (2).
4. **Search (Izlash)** bo'limi yordamida kerakli mavzu yoki kurslar qidiriladi (4).
5. **Courses (Kurslar)** (5) bo'limi orqali kerakli kurs (masalan, trigonometriya) tanlanadi (6).
6. Platformaning o'qituvchi va ota-onalarga berilgan imkoniyatlaridan foydalanish uchun mos ravishda **O'qituvchi** (7) va **Ota-ona** (8) tugmachasi tanlanadi.
7. Platformani moliyalashtirish uchun ko'mak bermoqchi bo'lganlar **Donate (Xayriya)** bo'limini tanlaydilar (3).



Khan Academy platformasida ta'lim olish

1. Kurs oynasida kurs haqida qisqacha ma'lumot bilan tanishish mumkin (1).
2. Har bir kurs bo'limlardan, bo'limlar esa mavzulardan iborat. Kurs oynasida bo'lim tanlanadi, masalan, trigonometriya kursining "To'g'ri burchakli uchburchaklar trigonometriyasi" mavzusi (2).
3. Bo'lim oynasida o'zlashtirilishi lozim bo'lgan mavzular ro'yxati berilgan bo'lib, o'zlashtirish uchun mavzu tanlanadi (3).

4. Ushbu oynada mavzuning tarkibi, ya'ni ma'ruza materiallari (4), videodarslar (5) va bilimni tekshirish uchun mashqlar (6) berilgan.

5. Har bir bo'lim o'zlashtirib bo'linganidan keyin, oraliq test topshiriladi (7). So'ngra tizim keyingi bo'limga o'tish uchun ruxsat beradi.

The screenshot shows the Khan Academy interface for the 'Trigonometriya' course. The main navigation bar includes 'Matematika' and 'Trigonometriya'. The course overview section (1) lists topics such as 'To'g'ri burchakli uchburchaklar trigonometriyasi' (2), 'Ixtiyoriy uchburchaklar uchun trigonometriya', and 'Birlik aylana sinus, kosinus va tangenslar'. The detailed view of the 'Trigonometrik nisbat nima' unit (3) shows a list of topics (4), a video lesson (5), and a quiz section (6) with 9 questions. The quiz section (7) is highlighted with a trophy icon.

TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Khan Academy platformasida ro'yxatdan o'tish uchun qaysi ma'lumotlar talab etiladi ?
2. <https://uz.khanacademy.org/> manzili orqali qaysi loyihani ishga tushirish mumkin?
3. <https://xanakademiya.uz/> manzili mavjudmi? Bu qanday loyiha?
4. Khan Academy platformasi kim tomonidan yaratilgan?
5. Khan Academy platformasida maktab fanlari bo'yicha kurslar ham mavjudmi?

31-dars. AMALIY ISH.

KHAN ACADEMY PLATFORMASIDA TA'LIM OLISH

AMALIY TOPSHIRIQ



1. Khan Academyning o'zbek tiliga mahalliyashtirilgan loyhasiga kiring (<https://uz.khanacademy.org/> manzili orqali).
2. O'zingizga yoqqan biron-bir kursni tanlang. Kurs tarkibi qancha bo'lim va mavzudan iborat ekanligini ko'zdan kechiring.
3. Har bir bo'limda berilgan o'quv materiallari, videodarslar, amaliy topshiriqlar va nazorat testlari bilan tanishib chiqing.
4. Bo'lim tarkibidagi bitta mavzuni tanlab olib, ma'ruza material, videodarslarni ko'rib chiqing.
5. Mavzuni mustahkamlash uchun mashqni bajaring.
6. Bo'lim bo'yicha berilgan oraliq testni topshiring.

uz.khanacademy.org/math/trigonometry/trig-equations-and-identities#trig-equations-and-identities-unit-test

ishxona kun.uz TDPU FB tdpuz/admin.php Natural Language F... 3D Book Showcase 192.168.47.109/ISA... Timed Notifications...

Trigonometriya **Bo'lim: Trigonometrik tenglamalar va ayniyatlar**

O'zlashtirish

Teskari trigonometrik funksiyalar

Asosiy sinusoidal tenglamalarni yechish

Sinusoidal murakkab misollarni yechish

Sinusoidal modeli masalalarni yechish

Oraliq test 9 ta savol

▶ Trigonometriyaga oid murakkab misol: burchak yig'indisining kosinusi

▶ Trigonometriyaga oid murakkab misol: arifmetik progressiya

▶ Trigonometriyaga oid murakkab misol: maksimal qiymat

▶ Trigonometriyaga oid murakkab misol: bir necha cheklovlar

▶ Trigonometriyaga oid murakkab misol: tenglamalar sistemasi

Oraliq test

Trigonometrik tenglamalar va ayniyatlar mavzularni qanday tushunganingizni ushbu 9 savolga javob berib sinab ko'ring.

Testni boshlang

Bo'lim haqida

Trigonometrik tenglamalar va turli variantdagi masalalarni yechishda trigonometrik ayniyatlardan foydalanishni

QIZIQARLI FAKT

**Khan Academy asoschisi Salmon Xon**

Xon akademiyasi (Khan Academy) MOOC platformasi asoschisi Salmon Xon sharafiga shunday nomlangan. Salmon Xon Yangi Orlean (AQSH)da tugʻilib, voyaga yetgan. U 4 ta: Massachusetts texnologiyalar institutida olgan matematika boʻyicha, elektr texnikasi va kompyuter fanlari boʻyicha bakalavr, kompyuter fanlari boʻyicha magistr hamda Garvard biznes maktabida olgan BAM akademik darajasiga ega.

2004-yilda Salmon Xon tahlilchi lavozimida faoliyat yuritarkan, boshqa shtatda istiqomat qiluvchi jiyani Nadiyaga masofadan turib matematikani oʻrgatishni boshlaydi. Jiyani oʻlchov birliklarini tarjima qilishning uddasidan chiqa olmaganligi sababli, unga mavzu boʻyicha chuqurlashtirilgan kursni oʻrgatish qiyin kechadi. Nadiya Yangi Orleanda, Salmon esa Bostonda yashar, shuning uchun ular telefon orqali muloqot qilishar, grafik va formulalarni esa Yahoo Doodle hamkorlik bloknotida chizib oʻrganishar edi. Dars jarayoniga Nadiyaning ikki aka-ukasi va boshqa oila aʼzolari ham qoʻshiladi. Hammasi bilan telefon orqali muloqot olib borish juda koʻp vaqt talab qilardi.

Vaziyatdan oson chiqish uchun Salmon mavzu boʻyicha bir necha videoni yozib oladi va 2006-yilda ularni YouTube'ga joylashtiradi. Oddiy va tushunarli izohlar tufayli videolarning mashhurligi kundan-kunga ortib boradi, jarayon esa kamtargina tahlilchi Salmonning xobbisiga aylanadi.

Vaqt oʻtar ekan, video koʻruvchilar auditoriyasi ham kengaya boradi. Foydalanuvchilar video ostida oʻzlarining fikrlarini qoldira boshlaydilar. Bolalar va ularning ota-onalaridan tinimsiz kelayotgan minnatdorchilik maktublari va ularning tilaklari Salmonning fikri va maqsadini keskin oʻzgartirib yuboradi. U oʻzi uchun muhim qaror qabul qiladi: tahlilchilik faoliyatini toʻxtatib, butun vaqtini yanada koʻproq va qiziqarliroq oʻquv video roliklarini yaratishga bagʻishlaydi.

Bir yilga yetmasdan, notijorat taʼlim tashkiloti tomonidan Xon loyihasiga ilk daromad kelib tushadi. Hozirda Xon akademiyasi Google va Microsoft singari yirik kompaniyalar tomonidan qoʻllab-quvvatlanmoqda, loyihani kengaytirish va oʻquv materiallarini ingliz tilidan boshqa tillarga tarjima qilish uchun guruhlar tuzilib, ularda koʻngillilar ishtirok etishmoqda.

2015-yilda yirik telekommunikatsiya kompaniyalaridan biri AT&T yangi Xon akademiyasi uchun mobil platforma va ilovalar ishlab chiqishga 2,25 mln dollar mablagʻ ajratadi.

Nisbatan qisqa vaqt ichida Salmon Xon oʻzining darslariga dunyo boʻyicha millionlab bolalar va kattalarni jalb qila oldi. Hozirda u dunyodagi eng mashhur iqtidorli oʻqituvchilardan biridir.



VI BOB. WEB-FREELANCE—INTERNET ORQALI DAROMAD OLISH

O'QUV MAQSADI

Bu bobda:

- Freelance haqida tushunchaga ega bo'lasiz va:
- Freelancer faoliyati;
- Freelancingning afzalliklari va kamchiliklari;
- Freelance saytlari;
- Freelance saytlaridan eng samaralisini tanlab olish haqida bilib olasiz.

KO'NIKMA

Bob yakunida Siz:

- Freelancer faoliyatini yo'lga qo'yish;
- Freelance saytlari bilan ishlash;
- Freelance saytlarida ro'yxatdan o'tish;
- Freelance saytlarida portfolio yaratish;
- Freelance saytlarida o'z xizmatlarini sotish ko'nikmalariga ega bo'lasiz.

VOSITALAR

- Fiverr.
- Upwork.
- Freelancer.com

32-dars. WEB-FREELANCE HAQIDA TUSHUNCHA

So'nggi paytlarda "freelance" so'zi juda ommalashib bormoqda. Internet tizimlari orqali daromad topishni xohlovchi odam bu so'zni bir marotaba bo'lsa ham eshitgan. U holda, freelance so'zi nimani anglatadi?

Freelance internet orqali daromad olishni boshlash uchun eng qulay yo'l. Birinchidan, uni boshlash uchun hech qanday boshlang'ich mablag' talab etilmaydi, ikkinchidan, har qanday freelance xizmati uchun dunyo miqyosida talabning yuqoriligi. Bunday holat uni boshqa internet orqali daromad keltiradigan ishlar ro'yxatida birinchi o'ringa olib chiqdi.

BUNI BILASIZMI?



- **Freelance deganda nimani tushunasiz?**
- **Freelancerlar kimlar?**
- **CMSning qanday imkoniyatlari mavjud?**

DIQQAT



Freelancer (ingl. *free* – erkin; *lancer* – nayza) – erkin ishchi bo'lib, asosan, bir martalik yoki mavsumiy xizmatlarni bajarish uchun yollangan, buyurtma asosida qandaydir ish yoki xizmatni kelishilgan haq evaziga belgilangan vaqt davomida amalga oshirib beruvchi shaxs.

TAYANCH TUSHUNCHALAR

- **Copyrightter (kopiray-ter)** – reklama bo'yicha yangi g'oyalar o'ylab topuvchi hamda reklama yoki marketingning boshqa shakllari matnini tuzuvchi shaxs.
- **SEO mutaxassis** (ingl. search engine optimization – qidiruv tizimini optimallashtirish) – qidiruv tizimlarida internet sahifalarni targ'ib qiluvchi mutaxassis.
- **3D model** – obyektning haqiqiy ko'rinishiga o'xshash xayoliy uch o'lchamli raqamli tasviri.

Freelancerlar, asosan, norasmiy ravishda faoliyat yuritishadi va o'z xizmatlariga xaridorlarni o'zlari izlab topishadi yoki buyurtmachilar taklifiga ko'ra mehnat qilishadi. Bir paytning o'zida bir necha buyurtmachi bilan hamkorlik qilishi ham mumkin. Biror korxonada rasman hisobda turmaydi. Freelancerlikning ustunlik jihati – bu dunyoning istalgan joyidan turib istalgan mamlakatdagi loyiha bo'yicha haq evaziga xizmat ko'rsatish imkoniyatining mavjudligidir. Bunda ish beruvchi uchun ishchining qayerda faoliyat yuritishining mutlaqo ahamiyati yo'q. Turli shahar, mamlakat, hatto qit'alarda yashayotgan odamlar ham hech bir moneliksiz mehnat munosabatlariga kirishishlari mumkin.

Internetning butun jahon bo'yicha keng rivojlanishi freelancerlik faoliyatining ommalashishiga sababchi bo'ldi. Hozirda internet orqali masofadan turib ishlash bilan daromad topadigan freelancerlarning barqaror qatlami paydo bo'ldi. Ularga oddiy ishlardan tortib yuksak bilim, malaka talab etiladigan ishlar bo'yicha talab va ehtiyoj ortib bormoqda.

Freelancerlik faoliyatini yo'lga qo'yish mumkin bo'lgan kasblar:

- jurnalist;
- huquqiy maslahatchi (yurist va advokat);
- maslahatchi (biznes trener);
- foto va video xizmatlar ko'rsatish (fotosuratchilar, illyustratorlar);
- chizma va loyihalar tayyorlash (rassom, arxitektor va muhandis-loyihalovchilar);
- buxgalteriya, reklama, marketingga oid ishlarni amalga oshirish (reklamachi, marketolog);
- matn yozish, matn tahrirlash, tarjima qilish (kopirayterlar);
- dastur va dasturiy ilovalar yaratish (dasturchilar);
- turli saytlar yaratish va yuritish (SEO-mutaxassislar);
- web-dizayn va illyustratsiya ishlari (dizayner);
- 3D-modellar yaratish (3D-modellashtirish bo'yicha mutaxassislar);
- poligrafiya mahsulotlarini sahifalash (sahifalovchi) va boshqalar.

ESLAB QOLING



O'rta asrlardagi yollanma jangchi (erkin nayzaboz) lar freelancer nomi bilan atalgan. Ular yuk tashishgan, nufuzli odamlarni qo'riqlashgan, janglarda qatnashgan va bajargan ishlari uchun mo'maygina haq olishgan. Bu atama ilk bor 1819-yilda Valter Skottning «Ayvengo» asarida «o'rta asr yollanma jangchisi»ga nisbatan qo'llanilgan.

FREELANCERLIKNING AFZALLIKLARI



- *Erkin ish tartibi.* Ixtiyoriy vaqtda mehnat qilishi mumkin. Yosh bolalari, parvarishga muhtoj yaqinlari bo'lgan shaxslar, ish vaqtdan tashqari qo'shimcha ish bilan shug'ullanmoqchi bo'lganlar hamda o'quvchi va talabalar uchun ish vaqtini o'zi belgilashi katta qulaylik yaratadi.
- *Ish joyini o'zi belgilashi.* Yosh onalar va imkoniyati cheklangan shaxslar, shuningdek, sog'ligi tufayli muammosi bor odamlar uyda yoki o'zlari uchun boshqa qulay joyda mehnat qilishlari mumkin.
- *Mablag'ni tejash.* Ofisni ijaraga olish, kunlik transport xarajatlari, ko'chada ovqatlanishga pul sarflashning hojati yo'qligi.
- *Eng qulay ish sharoitlari.* Shaxsiy ish joyi, kiyim-kechak, harorat, oziq-ovqat va boshqalar. Ish va oila o'rtasida eng maqbul muvozanatni yaratish.
- *Ishni mustaqil ravishda tanlash.* Faqat o'ziga ma'qul bo'lgan buyurtmalar bilan ishlash, masalan, mehnatga yuqori haq to'lanadigan davlatlardagi mijozlar bilan hamkorlik qilish.

Shuningdek, qiziqmaydigan, noqulay loyihalarni amalga oshirishdan bosh tortish. Faqat o'ziga yuklatilgan vazifanigina bajarish.

- *Jamoaga moslashishning shart emasligi.* Sheriklarni o'z ixtiyoriga ko'ra tanlash imkoniyatining mavjudligi.
- *Katta daromad olish imkoniyati.* Ko'plab mijozlar, buyurtmachilar orttirgan freelancer barqaror daromad manbayiga ega bo'ladi, unga korxonaga yopilishi, xodimlar soni qisqarishi va boshqa shu singari omillar xavf solmaydi.
- *Ko'p sohalar bo'yicha ishlash.* Mutaxassislik diplomi shart emas. Ayniqsa, bugungi kunda mutaxassisligi bo'yicha ish topolmayotganlar yoki yoshlardan freelancer bo'lib ishlash uchun faqatgina bilim va mahorat talab etiladi.
- Jamiyat hayotida ko'proq ishtirok etish imkoniyati.

FREELANCERLIKNING KAMCHILIKLARI



- *Daromadning beqarorligi.* Oy davomida katta hajmdagi ishni bajarish, keyinchalik buyurtmalarning ozayishi tufayli daromadning kamayib ketishi.
- *Yangi buyurtmalarni doimiy ravishda izlash, ularga vaqt sarflash, ba'zan freelance-sayt va reklamalar uchun pul sarflash.*
- *O'z-o'zini rag'batlantirish va vaqtni boshqarish.*
- *Doimo aloqada bo'lish.* Internet va mobil aloqaning uzluksiz ishlashini kuzatib borish.

FREELANCERLIK FAOLIYATINI BOSHLASH BOSQICHLARI



1. Ish joyini tayyorlash. Masofadan turib ishlash uchun barcha vositalar muhayyo bo'lishi zarur. Buning uchun kompyuter, buyurtmalarni o'z vaqtida olish va topshirish uchun yuqori tezlikda ishlaydigan internet, telefon zarur bo'ladi. So'nggi kunlarda noutbuk yordamida ixtiyoriy qulay joyda ishlash imkoni bo'lganligi sababli, freelancerlar kompyuterda emas, balki noutbuklarda ishlashni ma'qul ko'rishmoqda. Ish haqini olish uchun elektron hamyonlarni tayyorlash talab etiladi.



2. Aloqa vositalarini o'rnatish. Buyurtmachilar bilan aloqa qilish hamda buyurtmalarni bajarish uchun zarur barcha dasturiy vositalarni o'rnatish talab etiladi: alohida elektron pochta manzili ochish, Skype kabi videoaloqa dasturlari, grafik dasturlar va h. k.



3. Xizmat turlarini tanlash. O'zi uchun qiziqarli hamda kerakli ko'nikma va malaka talab qilinadigan faoliyat turini tanlash.



4. Xizmat narxini belgilash. Xizmat narxi buyurtmani olish yoki bajarishdan oldin belgilanadi. Odatda, yangi ish boshlaganlar uchun kam haq to'lanadi. Buning uchun faoliyat yuritayotgan freelancerlar takliflari, narxlarini o'rganish, ular bilan o'z mahorat darajasini taqqoslash va shular asosida o'z xizmatlari narxini belgilash kerak bo'ladi. Shuningdek, ishning murakkabligi va qancha vaqt ketishi hisobga olinadi. O'zining kuchli jihatlari aniqlab, buyurtmachilar bilan muloqotda shularga urg'u berish lozim.



5. Portfolioni yaratish. Buyurtmachi bilan hamkorlik qilish uchun bajara olishi mumkin bo'lgan ishlar ro'yxati tayyorlanadi, shuningdek, ba'zi buyurtmalar bepul, ba'zilari esa arzon narxda ko'rsatiladi. Odatda, kam haq talab etilsa, mijoz topish muammo bo'lmaydi. Bajarilgan ish soniga qarab xizmat narxini oshirish mumkin.



6. Buyurtmalarni qidirish. Freelancer bo'lib ishlashga qaror qilgan shaxs birinchi buyurtmani tanishlari yoki maxsus birjalardan olgani ma'qul. Buning uchun o'zi haqidagi zarur ma'lumotlar internetga joylanadi va xizmatlar taklif etiladi. Ish jarayonida foydali aloqalar ro'yxati ortib boradi va freelancerni endi buyurtmachilarning o'zlari yoki tanishlari tavsiyalari asosida topadilar. Shuningdek, ba'zi buyurtmachilar takroran murojaat etishlari ham mumkin. Masofaviy ishlarni maxsus saytlardan ham topsa bo'ladi. Doimiy buyurtmachilarni topish uchun freelancerlar birjasida ro'yxatdan o'tish zarur. Ro'yxatdan o'tish jarayonida ko'proq ma'lumot ko'rsatish va xatosiz yozish lozim, chunki buyurtmachi buyurtma berishdan avval shaxsiy anketa va portfolioni ko'rib chiqadi.



7. Soliqlarni o'z vaqtida to'lash. Ma'lumki, har qanday daromad soliqqa tortiladi. Shuning uchun agar freelance usuli asosiy daromad topish manbai hisoblansa, soliq organlarida ro'yxatdan o'tib, soliqlarni o'z vaqtida to'lab borish zarur. Shu bilan birga, potensial buyurtmachilarni kengaytirish uchun to'lovlarni bank o'tkazmasi orqali ham olish mumkin. Freelancerlik bu – shaxs ko'proq bo'sh vaqtga ega ekanligini anglatmaydi. Odatda, freelancerlar doimiy buyurtmalarda ko'proq vaqt ishlashi ham mumkin. Shu sababli tartibli va mas'uliyatli bo'lish lozim.

TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR:



1. Freelancer kim va u qanday faoliyat bilan shug'ullanadi?
2. Qaysi kasb egalari freelancerlik qilishlari mumkin?
3. Freelancening qanday afzalliklari bor?
4. Freelancening qanday kamchiliklari bor?
5. Kopirayterlar faoliyati mazmuni nimadan iborat?
6. SEO-mutaxassislar qanday faoliyat bilan shug'ullanadi?

33-dars. WEB-FREELANCE SAYTLARI BILAN TANISHISH

So'nggi paytlarda odamlarning ko'pchiligida erkin faoliyat yuritish, ish joyiga muqim bog'lanib qolmaslik, qo'shimcha daromad topish kabi istaklar paydo bo'la boshladi. Erkin faoliyat yuritish — bu imkon qadar o'ziga mos grafikni o'zi tuzishi va o'ziga yoqqan sharoitlarda ishlash demakdir. Oqibatda, bugungi kunda rivojlangan mamlakatlarda freelancerlik ommalashib bormoqda.

Freelancerlik — iste'dod yoki sevimli mashg'ulotni pulga aylantirishning eng yaxshi usullaridan biri. Har bir shaxs o'zi yoqtirgan va o'ziga ma'qul kelgan loyihalar ustida ishlashi mumkin. Freelancerlik sohasi shu qadar keng qamrovliki, har qanday inson o'z qobiliyatini ishga solgan holda internet orqali daromad topishi mumkin. Masalan, siz fotoapparatda suratga olishning ustasimisiz? Marhamat, suratga olish xizmatini taklif etib, freelancerlik bilan shug'ullaning!

Har bir insonda yashirinib yotgan qobiliyat yoki imkoniyat xuddi shunday tarzda internet orqali daromad keltirishi mumkin!

BUNI BILASIZMI?



- Freelance saytlari qanday imkoniyatlarni taqdim etadi?
- Freelance saytlari tekinmi yoki pullik?
- CMS platformalarida yaratilgan qanday saytlarni bilasiz?

DIQQAT



Freelance web-saytlar — ish qidirayotganlar va ish beruvchilar o'z takliflarini joylashtiradigan platformalar.

Ushbu web-saytlardan foydalanish mustaqil karyera yaratish uchun mustahkam poydevor qo'yish, birinchi mijozni topish va ish beruvchilar ishonchiga kirishga yordam beradi. Shuningdek, freelancer har xil ish beruvchilardan turli loyihalarni olib, o'z mahoratini doimiy ravishda oshirib borishi mumkin. Natijada, portfolio boyiydi va ish bo'yicha tushgan takliflar ko'payadi.

TAYANCH TUSHUNCHALAR

- PR (*ingl.* public relations — jamoatchilik bilan aloqalar) — tashkilot va jamoatchilik o'rtasidagi axborot oqimini boshqarish. PRning maqsadi potensial iste'molchi va boshqa manfaatdor tomonlarda tashkilotning ijobiy imijini yaratishdan iborat.

INTERNET FREELANCERLIK BILAN SHUG'ULLANUVCHI SOHALAR**MATNLAR BILAN ISHLASH BO'YICHA MUTAXASSISLAR:**

- matn (maqola, yangilik, e'lon, elektron kitob, tarqatma material, buklet, maxsus hisobot, ariza va h. k.) yaratadigan kopirayterlar;
- mutlaqo yangi materialni yaratish uchun tayyor maqolalarni qayta ishlaydigan yozuvchilar (rerayterlar);
- saytni materiallar bilan to'ldirish uchun javobgar kontent menejerlari;
- maqolalar matnining uslubi, imlo va tinish belgilarini tekshiradigan va tuzatadigan muharrir va musahhihlar;
- turli texnik va tasvirli adabiyot, web-sayt va boshqalarning tarjimonlari.

Ushbu soha egalaridan chet tillarni bilishdan tashqari, psixologiya, marketing va tahlil sohalarida bilim ham talab etiladi.

ADMINISTRATORLAR:

- tarmoq administratori tarmoq, axborot xavfsizligi, web-server, sayt boshqaruvi bo'yicha qo'yilgan masalalarni hal etadi;
- ijtimoiy tarmoqlardagi guruhlarini yoki loyihalarni boshqaradigan loyiha administratorlari barcha harakatlarni onlayn ravishda kuzatib boradi, jumladan, spam va boshqa reklamalarni olib tashlash; tinglovchilar bilan o'zaro munosabatda bo'lish; guruh a'zolarining muloqoti va guruh kayfiyatini kuzatish; ziddiyatli vaziyatlarni bartaraf etish; so'rov va sharhlarga zudlik bilan javob berish; muhitning samimiy va ijobiyligini kuzatib borish; qoidabuzarlarni ogohlantirish va ularning tarmoqqa kirishini cheklash; reklama va murojaatlarni nashr etish; bevosita sotish uchun havolalar joylashtirish; auditoriya qiziqishlarini aniqlash uchun so'rovnoma o'tkazish; jamoat sahifasiga joylashtirish uchun maqolalar buyurtma qilish; matn, videokliplar tayyorlash.

MURABBIYLAR

Turli fan mutaxassislari tomonidan o'quv xizmatlari taklif etiladi. Jarayon onlayn formatdagi web-seminar, videoaloqa, suhbat yoki chat orqali amalga oshiriladi. Bilim oluvchiga qaysidir mavzuni puxta o'rgata olish, tug'ilgan savollarga o'z vaqtida va ishonchli javob berish hamda mijozlarni qo'llab-quvvatlash xizmati shular jumlasiga kiradi.

DIZAYNERLAR:

- ichki va landshaft dizaynerlari;
- grafik dizaynerlar;
- banner, kalendar, kitob muqovalari, vizit kartochkalari, afishalar, infografika, logo va boshqa turdagi grafiklar bilan ishlovchi dizaynerlar;
- o'yin dasturlari dizaynerlari.

Har qanday dizayner yuqori didga ega bo'lishi bilan bir qatorda grafik dastur (Illustrator, Photoshop, CorelDraw, 3D Max, 4Studio, MAX, Maya)lar bilan ishlay olishi lozim.

WEB-DIZAYNERLAR VA SAHIFALOVCHILAR:

- web-dizaynerlar g'oyalar, uslublar bilan tanishadi va ajoyib grafika hamda qulay navigatsiya elementlaridan iborat sayt yaratadi. Web-dizaynerlar foydalanuvchilar uchun qulay interfeys va interfaol ilovalar qanday loyihalanishi va yaratilishini bilishi kerak;
- web-sayt sahifalovchisi. Dastlab web-dizayner tomonidan maket tuziladi. So'ngra sahifalovchi sayt strukturasi va elementlarini yaratadi hamda web-sahifani joylashtirish kodini yozadi. Shuningdek, sahifalovchi shrift, abzas, sarlavhalar joylashtiriladigan sayt sahifasi skeletini ham yaratadi. Sahifalovchi tizimning qidiruv talablarini hisobga olgan holda web-resursning aniq, mantiqiy va sodda navigatsiyasini yaratadi.

KONTENT MENEJERLARI:

- saytga ma'lumotlarni kiritish va tahrirlash;
- kontent uchun maqola, yangilik va anonslar yozish;
- saytdagi oddiy xatolarni bartaraf etish;
- saytning muntazam ishlashini ta'minlash;
- kontentni foydalanuvchi uchun qiziq va qulay ko'rinishga keltirish;
- turli reklamalar (banner, kontekst va b.) yordamida saytga tashrif buyuruvchilarni jalb etish;
- ijtimoiy tarmoqlarda saytni yuritish;
- web-tahlilni olib borish ishlari bilan shug'ullanadi.

DASTURCHILAR:

- saytlarni yaratish, sahifalash va ularni yuritish bilan shug'ullanuvchi dasturchilar. Ular dasturlash tillari (JavaScript, PHP, Perl, HTML, CSS va b.), ma'lumotlar bazasi bilan ishlash bo'yicha bilimga ega bo'lishlari lozim;
- dastur va skriptlarni yozuvchi dasturchilar (Ruby, C, Phyton va b.);
- mobil ilovalar, o'yin dasturlari, onlayn-xizmatlar kabi turli dasturiy mahsulotlarni yaratish va testlash bilan shug'ullanuvchi dasturchilar (Java, Phyton, Android, iOS va h.k.);
- turli kontent boshqaruv tizimlari bilan ishlay oluvchi mutaxassislar. Ular CMS (WordPress, Joomla va h. k.)lar yordamida sayt, internet do'konlari, blog va boshqalarni yaratadilar.

SMM MARKETINGNI YURITUVCHI MUTAXASSISLAR:

- ijtimoiy tarmoqlarda yangiliklarni joylashtirish, auditoriya va reklama kompaniyalarini boshqarish;
- brendni ijtimoiy tarmoqlar orqali boshqarish, xizmat va mahsulotlarni samarali reklama qilish, mahsulot yoki xizmatlar haqida PR maqolalar yozish;
- budjetni rejalashtirish;
- tovar, xizmat yoki mahsulotga sodiq bo'lgan maqsadli auditoriyani ko'paytirish;
- salbiy fikrlarning oldini olish, kompaniyaning ijobiy imijini mustahkamlash;
- YouTube kanallari uchun videoroliklar tayyorlash va ommalashtirishning barchasi SMMni yurituvchi mutaxassislar zimmasiga yuklatiladi.

Freelance saytlari

Saytlar mustaqil shaxslarga freelancerlikni boshlashga yordam berish uchun ishlab chiqilgan erkin xizmat bozori hisoblanadi. Ushbu bozor turli kasb egalari, jumladan, yozuvchi, dasturchi, grafik rassom va boshqalarga xizmat ko'rsatadi.

UPWORK SAYTI

Upwork (<https://www.upwork.com/>) bulutli global freelance platformasi bo'lib, bugungi kundagi eng katta ish qidiruvchilar jamg'armasi hisoblanadi. U – freelancerlar uchun o'z xizmatlarini sotadigan va yuqori darajadagi narxlarni taklif etadigan bozor. Turli daraja va yo'nalishlar bo'yicha ko'plab buyurtmalar beriladi. Iqtidorli, bilimli shaxs o'z ishini ko'rsata olsa bo'lgani – internet orqali daromad topishda hech qanday muammo bo'lmaydi. Sotuvchilarni xaridor bilan samarali bog'laydigan web-sayt bo'lib, faqat qonuniy ish beruvchilar uchun ishlash va eng yaxshi bitimlarni ta'minlash imkonini beradi. Xizmatga bepul ro'yxatdan o'tish mumkin. Shuningdek, oson hisob-kitob, ilovalar bilan aloqa kanallari, oson va xavfsiz to'lovlar mavjud.

Upwork Find Professionals & Agencies

HOW IT WORKS SOLUTIONS ENTERPRISE LOG IN Sign Up

In-demand talent on demand.™
Upwork is how.™

Upwork expertly connects professionals and agencies to businesses seeking specialized talent.

Get Started Watch Demo

David K. | Top Rated Industrial Designer

FREELANCER.COM SAYTI



Freelancer.com freelance xizmat bozori platformasi bo'lib, xaridor va sotuvchilarni bir joyga yig'ish uchun qurilgan. Bu platforma mutaxassis, ijodkor va texniklarni qo'llab-quvvatlab, ularga xizmatlarni oson sotish imkonini beradi. Ushbu platforma yordamida ma'lumotlarni kiritish, dasturiy ta'minotni ishlab chiqish, yozish, marketing, buxgalteriya va muhandislik kabi loyihalarda qatnashish mumkin. Upwork saytiga o'xshash, ammo dizayn bilan birga dasturchilikka ham alohida (ba'zan bir-biriga bog'liq holda) e'tibor beriladigan tarmoq. Ham dizayn, ham dasturchilik bo'yicha qobiliyatli, bilimli kishilar uchun ajoyib tarmoq. Freelancer uchun narx rejaları juda moslashuvchan bo'lib, tizim oylik va yillik obuna paketlarida taqdim etiladi. Shuningdek, xavfsiz va ishonchli to'lovlar, jarayonni oson kuzatib borish, profildagi ma'lumotlar yordamida yaxshi loyihalarni qo'lga kiritish mumkin.

freelancer How It Works Browse Jobs Log In Sign Up Post a Project

Hire the best freelancers for any job, online.

Millions of people use freelancer.com to turn their ideas into reality.

Hire a Freelancer **Earn Money Freelancing**

Internet orqali daromad topish uchun, eng avvalo, iqtidorli hamda yaxshi bilimga ega bo'lish zarur. Ta'lim-tarbiyasiz uzoq manzilni ko'zlab bo'lmaydi. Shuning uchun maktab davridanoq yaxshi bilim olishga intilish kerak!

Internet orqali daromad topishda ingliz tili muhim rol o'ynaydi. Ingliz tilini yaxshi o'zlashtirgan inson uchun barcha yo'llar ochiq. Imkon qadar barcha mavzularni yaxshi o'zlashtirib, puxta bilim, kompetensiyalarga ega bo'ling. Olgan bilimlaringiz asosida shaxsiy hayotingizni yaxshilash uchun qo'shimcha daromad olish o'z qo'lingizda!

TAKRORLASH UCHUN SAVOLLAR



1. Internet orqali freelancerlik bilan shug'ullanish uchun nimalarni bilish kerak?
2. Internet orqali bugungi kunda qaysi ishlarni bajara oladigan freelancerlarga talab eng yuqori darajada?
3. Qanday xizmat turini taklif qilib, freelancerlik bilan shug'ullanish mumkin?
4. Internet orqali tushgan mablag' qayerdan olinadi?

34-dars. AMALIY ISH.

FIVERR, UPWORK, FREELANCER, HIRELANCER SAYTLARI BILAN ISHLASH

AMALIY TOPSHIRIQ



1. Qidiruv tizimi yordamida bugungi kunda reytingi yuqori freelance saytlarni izlab toping (kalit so'z: Best Freelance Websites, Top Freelance Websites).
2. Freelance saytlarning rasmiy saytiga kirib, ular haqida ma'lumot to'plang.
3. Freelance saytlarida ro'yxatdan o'ting va imkoniyatlari bilan tanishing.
4. Freelance saytlarning qiyosiy tahlilini olib boring. Qiyosiy tahlilda boshqa xususiyatlarni ham hisobga olishingiz mumkin.
5. Olingan natijalar asosida taqdimot tayyorlang va namoyish qiling.
6. <https://hirelancer.uz/> frilans birja saytida ro'yxatdan o'ting.
7. Frilanserlar, Buyurtmalar va Buyurtma qo'shish bo'limlari bilan tanishib chiqing.

hirelancer

Frilanserlar Buyurtmalar Konkurslar Blog Ya'na

Добавить заказ

+
Buyurtma qo'shish

→ Kirish / Ro'yxatdan o'tish

Hirelancer.uz -
O'zbekistondagi №1 frilans
birja



QIZIQARLI FAKT

Apple asoschisi Stiv Jobs



Amerikalik mashhur muhandis, olim, tadbirkor Stiv Jobsni shaxsiy kompyuterlarning yaratilishiga turtki bergan inson sifatida yaxshi bilamiz. Shuningdek, u mobil qurilmalar ichida yetakchilik qilgan yirik “Apple” kompaniyasining asoschisi hisoblanadi. Qolaversa, Stiv Jobs dunyoning eng badavlat insonlari qatoridan joy olgan shaxs sifatida ham tan olinadi.

Stiv Jobs 16 yoshida tadbirlarning birida Stiven Voznyak bilan tanishib qoladi. Ikkala shaxs ham kompyuter va elektronika sohasiga qiziqqani bois, do‘stlashib ketadilar. Do‘stlar barcha bilim va kuch-g‘ayratlarini jamlab, zamonaviy kompyuterni ixtiro qilish bo‘yicha reja tuza boshlaydilar.

Stiv Jobs o‘qishni tamomlagach, kompyuter o‘yinlari ishlab chiqaradigan Atari kompaniyasiga oddiy texnik bo‘lib ishga kiradi. Voznyak esa platadan shaxsiy kompyuterlarni yaratish va uni takomillashtirish bo‘yicha katta loyihani boshlab yuboradi. G‘oya amalga osha boshlagach, do‘sti Jobsni hamkorlikka chaqiradi. Ular birgalikda kompyuter ishlab chiqaradigan firmaga asos solishadi. Dastlabki kompyuterlar juda oddiy ko‘rinishga ega bo‘lib, elektron harf terish mashinasiga o‘xshab ketardi. Nihoyat, ko‘p yillik izlanishlar natijasida 1976-yili Voznyak o‘ylab topgan platadan tayyorlangan kompyuterlar rang hamda tovushlar bilan boyitildi. Stiv Jobs ham qurilmani rivojlantirish ishlariga katta hissa qo‘shadi. Shunday qilib, afsonaga aylangan Apple dunyoga keladi.

Stiv Jobsning o‘ziga xos fazilati shunda ediki, u hech qachon qilinadigan ishlarni vaqt hukmiga tashlab qo‘ymas, harakat va izlanishdan to‘xtamasdi. Yangi asrning shiddat bilan rivojlanishiga hamohang tarzda yangi imkoniyatlarga ega, jihozlangan qurilmalar ishlab chiqara boshladi. iTunes mediaplayer, iPod musiqali player, iPhone sensor ekranli mobil telefoni, iPad internet-plansheti shular jumlasidandir.

Stiv Jobsning muvaffaqiyati sirlari:

Jamoa. Stiv jamoasiz hech narsaga erishib bo‘lmaydi, deb hisoblar edi. Ko‘pchilik bo‘lganda, ishtirokchilarning salbiy sifatleri namoyon bo‘lmaydi, aksincha, ular o‘zaro yaxshi sifatleri bilan o‘rtoqlashadi.

Ozgina-yu sozgina. Stiv diqqatini kamroq ish, maqsad va natijalarga qaratishni afzal ko‘rgan.

Mahsulot emas, orzular savdosi. Shu sababli Apple mahsulotlari alohida maqomga ega.

O‘z hayoting bilan yasha. Jobsning hayotini kuzatar ekansiz, u inson faqat va faqat o‘zi yoqtirgan ishi bilan shug‘ullanganini, qiziqmagan ishini qilgandan ko‘ra, och yurishni ma‘qul ko‘rganini anglash mumkin.

Ijodiy yondashuv. Jobs ham hazil-mutoyibaga, ijodiy fikrlash qobiliyatiga ega shaxs. Original jumla va g‘oyalar unga yo‘l-yo‘lakay kelar edi. Shuning uchun ham bolalarda mantiqiy fikrlashdan tashqari mavhum, ya‘ni ijodiy fikrlash qobiliyatini ham rivojlantirish juda muhim. Aynan shu narsa muvaffaqiyat kalitlaridan biridir.

GLOSSARIY

Administrator (Администратор, Administrator) — 1) tizimda ishlash va uni boshqarish uchun keng huquqlarga ega mutaxassis — xodim; 2) masofadan o'qitish kurslarini ularning mualliflari nomidan boshqaruvchi shaxs. Mualliflar bilan doimiy aloqada bo'lish bilan birga, o'quv materiallarini yangilash, ulardan foydalanishga o'quvchilarga ruxsat berish masalalari bilan ham shug'ullanadi.

Akkaunt (Аккаунт, Account) — so'zma-so'z tarjimai "qayd yozuvi" — foydalanuvchining kompyuter xotirasida saqlanadigan tavsifi. Odatda, u foydalanuvchining tarmoqdagi nomi, haqiqiy nomi, paroli, huquqlari va uy katalogining nomidan (agarda mavjud bo'lsa) tarkib topadi.

Brauzer (Браузер, Browser) — internet bilan ishlashni ta'minlaydigan dastur.

Domen nomi (Имя домена, Domain name) — 1) lokal yoki global tarmoq (Internet) serverlaridan birida joylashgan sayt manzili yoki sayt nomi. Domen orqali sayt joylashgan xosting va baza bilan bog'lanish mumkin; 2) axborot resursi yoki tizimiga berilgan, ularni internet jahon axborot tarmog'ida identifikatsiyalash uchun xizmat qiladigan noyob nom.

Domen nomlari tizimi (Система доменных имен, Domain name system) — internet jahon axborot tarmog'ida domen nomlarini berish, ro'yxatdan o'tkazish va ulardan foydalanish tartibi.

Dizayn (Дизайн, Design) — kontentni ifodalash (tavsiflash, namoyish qilish) usuli.

Elektron matn (Электронный текст, Electronic text) — axborot tizimining xotirasiga yozilgan matn (hujjat, kitob, jurnal, ma'lumotnoma va h. k.). Elektron matnlar tizimlarda joylashganligi sababli, o'quvchi (foydalanuvchi)lar oldida yangi imkoniyatlar ochiladi. Matnni istagancha tahlil qilish, kerakli qator, xatboshi, bo'lim va hokazolarni topish mumkin.

Elektron pochta (Электронная почта, Electronic Mail) — tarmoqning eng ommaviy xizmat turi. U foydalanuvchilarga elektron xabarlar almashish imkoniyatini beradi.

Elektron pochta manzili (Электронный почтовый адрес, Electronic mail address) — har bir abonentning elektron pochtaidagi shaxsiy manzili. U foydalanuvchi nomi, @ belgisi va pochta serveri ishga tushirilgan kompyuter nomi ketma-ketligida belgilanadi.

Foydalanuvchi interfeysi (Интерфейс пользователя, User interface) — foydalanuvchining tizim yoki tarmoq bilan o'zaro ta'sirini aniqlaydigan shakl.

Forum (Форум, Forum) — 1) sayt orqali muloqot qilish shakli. Forumda suhbatlar foydalanuvchi yoki administrator tomonidan kiritilgan mavzu asosida olib boriladi; 2) saytda suhbatlashish uchun uskuna. Forumdagi xabarlar muallif, mavzu va xususiy mazmunga egaligi bilan bir-biriga o'xshab ketadi. Xabarni forumga yuborish uchun hech qanday qo'shimcha dastur talab qilinmaydi, saytdagi tegishli shaklni to'ldirish kifoya.

Foydalanuvchi (Пользователь, User) — kompyuterdan foydalanuvchi shaxs. Agar kompyuter tarmoqqa ulangan bo'lsa, tarmoq foydalanuvchisi atamasi ishlatiladi.

Foydalanuvchi profili (Профил пользователя, Structure of the user) — foydalanuvchi kiritgan parametrlarni saqlovchi fayl. Bunga ishchi stol va tarmoqni sozlovchi ma'lumotlarni, dasturlarga tegishli parametrlarni kiritish mumkin.

Global tarmoq (Глобальная сеть, Global network) – 1) lokal tarmoqlarni birlashtirgan holda yagona protokol asosida ishlaydigan telekommunikatsion tizim; 2) mintaqaviy (qit'alararo) kompyuterlarni o'zida birlashtirish imkoniga ega tarmoq.

Gipermatn (Гипертекст, Hypertext) – assotsiativ bog'langan bloklar ko'rinishida taqdim etilgan (boshqa matnli hujjatlarga yo'l ko'rsatuvchi) matn.

Gipermurojaat (Гиперссылка, Hyperlink) – tagiga chizilgan yoki boshqa usulda ajratib ko'rsatilgan so'z yoki jumla. Gipermurojaat tizimdagi boshqa blok, hujjat, gipermuhit sahifasi, gipermatnni ko'rsatish imkoniyatini beradi.

HTML tili (Язык HTML, Language HTML) – Web-sahifalarni yaratishda keng qo'llaniladigan til.

Interfaol o'zaro aloqa (Интерактивная коммуникация, Interactive communication) – o'zida elektron pochta, e'lonlar elektron doskasi, onlayn mavzuli muhokamalar, chat, audioanjuman, videoanjuman, ma'lumot va fayllar almashish, umumiy tarmoq ilovasi va boshqalarni qamrab olgan kompyuter bilan o'zaro aloqa, «inson-mashina» muloqoti.

Interfaol o'quv kurslari (Интерактивные учебные курсы, Interactive training courses) – o'zaro muloqot asosiga qurilgan kurslar.

Internet (Интернет, Internet) – yagona standart asosida faoliyat yurituvchi jahon global kompyuter tarmog'i. Internet orqali o'qitish – o'quv-axborot manbalari va internet kompyuter tarmog'i orqali o'zaro bog'langan real vaqtdagi o'qitish.

Kompyuter (Компьютер, Computer) – ma'lumotlarni qayta ishlovchi va saqlovchi elektron mashina. Ma'lumotlarni raqamli ko'rinishda qabul qiladi va qayta ishlaydi. Ular turli dasturlar yordamida qayta ishlanib, boshqa ko'rinishlarga o'tkazilishi mumkin (masalan, analogli ko'rinishga).

Login (Логин, Login) – 1) tarmoq yoki kompyuterga kirish uchun ruxsat beruvchi foydalanuvchi ismi yoki taxallusi; 2) foydalanuvchi kompyuterdan erkin foydalanishi uchun qayd yozuvi nomi, maxfiy emas; 3) kompyuterga ma'lumotlarini uzatayotganda u bilan bog'lanish yozuvi (odatda, qayd yozuvi nomi va parol).

Lokal foydalanuvchi (Локальный пользователь, Local user) – tarmoqqa ulanmagan foydalanuvchi. Aksariyat hollarda, lokal foydalanuvchi deyilganda, uyda kompyuter bilan ishlovchilar tushuniladi.

Lokal kompyuter (Локальный компьютер, Local computer) – foydalanuvchi tomonidan tizimga ortiqcha cheklovlarsiz (masalan, lokal tarmoqqa yoki global tarmoqqa) kirish mumkin bo'lgan kompyuter. Unga xos xususiyat – kommunikatsion tarmoq, modem yoki tarmoq kartasi ishlatilmaydi.

Lokal web-server (Локальный веб-сервер, Local web-server) – mijozdan kelayotgan so'rovlarni qabul qilib, ularga mos javoblarni jo'natadigan dastur.

LMS (Ta'limni boshqaruv tizimi, Система управления обучением, Learning management system) – o'quv jarayonini web-muhitda tashkillashtirish, boshqarish imkoniyatini beruvchi webga yo'naltirilgan dasturiy majmua (Moodle).

Ma'lumotlar (Данные, Data) – 1) rasmiylashtirilgan, ya'ni uzatish, izohlash va qayta ishlash uchun mos shaklda taqdim etilgan axborot; 2) kompyuterda qayta ishlanishi natijasida hujjatlashtirilgan axborot; 3) hisoblash mashinasida uzatish, saqlash va qayta ishlash uchun tayyorlangan, ya'ni ramz (raqam) lar shaklida taqdim etilgan axborot. Misol sifatida kompyuterga kiritish uchun kodlangan yoki kiritib bo'lingan matn, nutq, tasvir, istalgan kattalikdagi jadval va hokazolarni keltirish mumkin.

Ma'lumotlar bazasi (База данных, Database) — elektron hisoblash mashinalari yordamida qidirib topilishi va qayta ishlanishi mumkin bo'lgan tarzda tartibga solingan va aniq qoidalar asosida tashkil qilingan ma'lumotlar to'plami.

Ma'lumotlar bazasini boshqaruvchi server (Сервер базы данных, Database server) — mijoz kompyuterlarning so'rovlariga javob beruvchi, yangilangan ma'lumotlarni qabul qiluvchi, bazadan foydalanishga ruxsat beruvchi va h. k. vazifalarni bajaruvchi server.

Ma'lumotlarni yig'ish (Сбор данных, Data capture) — ma'lumotlarni yig'ib, kompyuterga kiritish jarayoni. Jarayon avtomatik tarzda yoki qo'l mehnati bilan amalga oshiriladi.

Ma'ruza (Лекция, Lecture) — o'quv materiali, masala, mavzu, bo'lim, predmetni tizimli va ketma-ketlikda bayon etish.

Masofadan o'qitish (Дистанционное обучение, Distance learning) — o'quv jarayoni zamonaviy axborot va telekommunikatsion texnologiyalar yordamida tashkil etilib, o'qituvchi va o'quvchi orasidagi masofa va munosabatlar e'tiborga olinmaydigan o'qitish.

Masofadan o'qitish kurslari (Курсы дистанционного образования, Distance education course) — tartibga solingan o'quv dasturi, ko'zlangan maqsad, egallanilishi lozim bilim, ko'nikma va malakalar aniq belgilab qo'yilgan o'quv kursi. Kurslar malakali o'qituvchilar hamda axborot va kommunikatsion vositalar yordamida tashkillashtiriladi.

Media (Медиа, Media) — axborotni elektron texnologiyalar vositasida tashuvchi yoki saqlovchilar. Masalan, matn kitob, qo'llanma, CD; tovushni audiokasseta, radio va teleko'rsatuvlar; tasvirni videokasseta, teleko'rsatuvlar orqali uzatish va tarqatish mumkin.

Modul (Модуль, Module) — biror yaxlit o'quv materialini tashkil qiluvchi tarkibiy bo'laklar.

Monitor (Монитор, Monitor) yoki **Display (Дисплей, Display)** — ekranda tasvirni aks ettiruvchi har qanday qurilma. Tasvir ekranda nuqtalarning yoritilishidan hosil qilinadi.

Multimedia (Мультимедиа, Multimedia) — axborot (matn, rasm, animatsiya, audio, video)ni ifodalashning ko'p imkoniyatli taqdim etilishi.

Menyu (Меню, Menu) — sayt sahifalariga o'tishni osonlashtiruvchi bo'lim nomlari (menyu elementlari) dan iborat guruhlangan to'plam. Menyu elementlarini matn yoki belgi-ikonkalar bilan berish mumkin. Har bir saytda menyu bo'lishi shart.

Offlayn (Оффлайн, Offline) — tarmoqqa ulanmagan (avtonom) holda ishlash tartibi.

Offlayn texnologiyalar (оффлайновые технологии, offline technologies) — ma'lumot va xabar almashuvda sezilarli asinxronlikka yo'l qo'yadigan axborot makonidagi xabarlar kommunikatsiyasi vositalari: tarqatish ro'yxatlari, yangiliklar guruhi, web-forumlar va h. k.

Onlayn (онлайн, online) — tarmoqqa ulangan holda ishlash tartibi.

Onlayn ta'lim (Онлайн обучение, Online training) — 1) Internetdan foydalangan holda real vaqt rejimida bilim olish usuli. Hozirda onlayn ta'lim dunyodagi eng tez rivojlanayotgan ta'lim texnologiyalaridan biri hisoblanadi; 2) barcha qatnashuvchi (talaba va o'qituvchi)lar internet orqali axborot almashish yo'li bilan o'zaro aloqada bo'ladigan o'quv mashg'ulot turi. U o'zida onlayn muhokama (forum, chat va elektron pochta orqali), yakka va guruhda vazifa bajarish, ma'ruza tayyorlash va test topshirish kabilarni qamrab oladi.

Onlayn texnologiyalar (Онлайновые технологии, Online technologies) — tarmoq axborot makonida real vaqt rejimida axborotni sinxron almashishni ta'minlovchi xabarlar kommunikatsiyasi vositalari: suhbat kanali (chat), audio va videokonferensiya va boshqalar.

Ochiq ta'lim (Открытое обучение, Open learning) — o'qitishning virtual muhit (O'VM)ga asoslangan, bilim oluvchiga maqsadga yo'naltirilgan bilimni masofadan turib nazorat ostida, jadal, qulay joyda, mustaqil ravishda olishni ta'minlaydigan, bir umr davom etadigan rivojlangan shakli.

Oyna (Окно, Window) — ekranning to'g'ri to'rtburchak shaklida chegaralangan qismi. Unda dasturlarning ishlashi yoki jarayonlarning borishi ifoda etiladi. Windows operatsion tizimi muhitida bir vaqtda bir necha oyna bilan ishlash mumkin. Oyna bilan bajarish mumkin bo'lgan amallarga uni yopish, bir joydan boshqa joyga ko'chirish, o'lchamini o'zgartirish, yig'ishtirish kabilarni kiritish mumkin.

Oraliq test (Промежуточный тест, Intermediate test) — har bir bo'lim yakunida topshiriluvchi nazorat testi.

Ochiq kodli dasturiy ta'minot (Программное обеспечение с открытым исходным кодом, Open source software) — dastur kodi ochiqligi sababli tegishli o'zgartirishlar kiritish imkoniyati mavjud bo'lgan dasturiy ta'minot.

Platforma (Платформа, Platform) — o'zining mavjud imkoniyat va funksiyalari orqali boshqa tizimlarni yo'lga qo'yishga xizmat qiluvchi "o'zak dastur".

Platformani mahalliyashtirish (Локализация платформы, Platform localization) — platforma interfeysi va uning tarkibidagi materiallarni davlat tiliga o'g'irish.

PR (ing. public relations — jamoatchilik bilan aloqalar) — tashkilot va jamoatchilik o'rtasidagi axborot oqimini boshqarish. PRning maqsadi potensial iste'molchilar va boshqa manfaatdor tomonlarda tashkilotning ijobiy imijini hosil qilishdan iborat.

Ro'yxatdan o'tish (Регистрация, registration) — foydalanuvchini ro'yxatga olish hamda unga dastur va ma'lumotlardan foydalanish huquqini berish jarayoni. Ayrim web-saytlar foydalanuvchiga qo'shimcha xizmatga ega bo'lish yoki pullik xizmatlarga obuna bo'lish uchun ro'yxatdan o'tishni, ya'ni o'zi haqida ma'lumot qoldirish (anketa to'ldirish)ni, login va parol olishni taklif qiladi. Anketa to'ldirilganidan keyin ma'lumotlar sayt egalari kelib tushadi. Ro'yxatdan o'tganda foydalanuvchi uchun akkaunt yaratiladi.

Sayt (Сайт, Site) — grafika va multimedia elementlari joylashtirilgan gipermedia hujjatlari ko'rinishidagi mantiqan butun axborot.

Sayt dizayni (Дизайн сайта, Site design) — sayt tarkibida qo'llaniladigan grafik element, shrift va ranglar kombinatsiyasi.

Sahifa (Страница, Page) — noyob manzilga ega, ko'rish dasturi yordamida ochib ko'rilishi mumkin bo'lgan hujjat. WWW sahifalardan iborat. Odatda, u matn, grafika, tovush, video yoki animatsiya kabi hujjatlarga giper murojaatlarni o'z ichiga olgan hujjat hisoblanadi.

Server (Сервер, Server) — 1) o'zida ma'lumotlarni saqlovchi, foydalanuvchilarga xizmat ko'rsatuvchi, tarmoqdagi printer, tashqi xotira, ma'lumotlar ombori kabi resurslardan foydalanishni boshqaruvchi kompyuter; 2) tarmoq resurslarini taqsimlovchi va o'zidagi resurslardan foydalanish imkoniyatini beruvchi kompyuter yoki dastur.

Ijtimoiy media marketing (Социальный медиа маркетинг, Social media marketing) — marketing faoliyatining ijtimoiy medialarda amalga oshirilishi.

SMM mutaxassisi (SMM специалист, SMM Specialist) — ijtimoiy media marketingni internet tarmog'ida yurituvchi mutaxassis.

SEO mutaxassis (SEO специалист, SEO Specialist) (ingl. search engine optimization — qidiruv tizimini optimallashtirish) — qidiruv tizimlarida internet sahifalarni targ'ib qilish usuli.

SCORM (ingl. Sharable Content Object Reference Model) – obyekt tarkibida birgalikda foydalanish uchun namunalni model.

Subtitr (Субтитр, Subtitle) – 1) videorolikning asl tili yoki tarjimasini ifodalovchi matn bo'lib, videokadr tagi yoki ustida beriladi; 2) kompyuter yoki dasturlar tomonidan uzatiladigan signallarni ekranda belgi yoki xabarlar bilan almashtiruvchi vosita.

Shablon (Шаблон, Template) – mazmuni (matn, rasm, multimedia va b.) sayt tizimi mexanizmi tomonidan to'ldiriladigan, dizayn va tuzilmaga ega HTML teglar to'plamidan iborat sahifa.

Tarmoq (Сеть, Network) – o'zaro ma'lumotlar almashish imkoniyatiga ega kompyuter yoki qurilmalar guruhi.

Tizim (Система, System) – yagona maqsad yo'lida bir vaqtning o'zida ham yaxlit, ham o'zaro bog'langan tarzda faoliyat ko'rsatadigan bir necha turdagi elementlar majmuasi.

Web-sayt statistikasi (Статистика web-сайта, Web-site statistics) – saytlar egasini saytdagi tashrifchilar soni, qaysi bo'lim eng mashhur ekanligi va boshqa ma'lumotlardan xabardor qiluvchi hisobot.

Web-sahifa nomi (Название веб-страницы, Webpage title) – web-sahifani identifikatsiyalovchi matn. Ochiq sahifaning nomi web-brauzer oynasining sarlavha qatorida aks etadi.

Web-interfeys (веб-интерфейс, Web-interface) – foydalanuvchiga web-brauzer orqali turli dasturlar bilan o'zaro ishlash imkonini beruvchi interfeys (masalan, Internet do'konida o'z buyurtmasini boshqarish yoki tarmoq printerini sozlash). Web-interfeyslar turli joylardagi xodimlarga birga faoliyat yuritish imkonini beradi. Masalan, web-interfeyslar turli ma'lumotlar bazalarini to'ldirish yoki Internet OAVda materiallarni chop etishda ishlatiladi.

Web-server (Веб-сервер, Web-server) – WWW doirasida faoliyat ko'rsatuvchi server. Web-sahifalarni saqlaydi hamda tashqi serverlardan kelayotgan so'rovlarga javob beradi.

WWW (Всемирная Паутина, World Wide Web) – 1) Internet xizmati turi. Dunyo bo'yicha Web-serverlardagi ma'lumotlardan foydalanish imkoniyatini beradi; 2) Internetda mavjud bo'lgan elektron hujjatlar orasida giperurojaatlarni tashkillashtiruvchi xizmat.

Xavfsizlik (Безопасность, Security) – 1) tizim yoki tarmoq axboroti muhofazasini, saqlanishi, ishonchliligi va puxtaligini ta'minlash qobiliyati; 2) obyektning tasodifiy yoki maxsus qilingan tahdidlarga qarshi tura olish qobiliyati; 3) kompyuter va tarmoqdagi ma'lumotlarni buzilish va yo'qolishdan saqlash hamda foydalanuvchilar uchun chegaralangan foydalanish huquqini belgilash.

Xavfsizlik administratori (Администратор безопасности, Security administrator) – mas'ul mansabdor shaxs. U o'rnatilgan ish tartibi va vakolatlari doirasida ikki yo'nalishda: axborot muhofazasi hamda axborotlashtirish obyektini (ma'lumotlarni uzatish tarmog'i)ni sanoat miqyosida ishga solish bo'yicha faoliyat yuritadi.

Xaker (Хакер, Hacker) – maxfiy axborotlarni olish va ularni virus bilan zararlash maqsadida yopiq axborot tizimlari, ma'lumotlar ombori kabi tarmoqlar himoya tizimini buzib kiradigan kompyuter.

Xosting (Хостинг, Hosting) – 1) mijozlarning web-saytlarini web-serverlarda joylashtirish va doimiy ravishda faoliyat yuritishini ta'minlash xizmati; 2) har qanday sayt biror serverda joylashadi va ma'lum hajmni egallaydi. Sayt uchun joy ajratib beruvchi xizmat turi ham xosting hisoblanadi.

Yangiliklar tasmasi (Лента новостей, News line) – birin-ketin joylashgan yangiliklar sarlavhalari ro'yxati. Yangi xabarlar ro'yxat boshidan joy olib, eskilari arxivga ketadi.



FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR VA WEB-SAYTLAR RO'YXATI

1. Francesca James, Hannah Durham. Fifty shades of digital marketing. — Fress Content & bookboon.com, 2013, 114 p.
2. Big Book of Digital Marketing. — Digital Firefly Marketing, 2019, 130 p.
3. Suresh Babu. A step-by-step Guide to Modern Digital Marketing. — Web Marketing Academy, 2018, 27 p.
4. Digital Marketing Strategy. — Lyfe Marketing. 2019, 60 p.
5. Rob Stokes. eMarketing. — Quirk Education Pty (Ltd), 2013, 305 p.
6. Dan Morley. Netmark's 2016 Guide to the 6 fundamentals of Digital Marketing. — Netmark, 2016, 15 p.
7. Big Book of Digital Marketing. — IgnitionOne, Netmining, 2019, 80 p.
8. Наталия Ермолова. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. — М: Альпина Диджитал, 2013.
9. Дамир Халилов: Манн, Иванов и Фербер. Маркетинг в социальных сетях. Москва; 2013.
10. 147 идей контента для блога и социальных сетей. — Бесплатное электронное издание. - Ingate, 2019, 85 с.
11. SMM для новичков / 1ps.ru — «Издательские решения», 2019, 44 с.
12. Простое и наглядное пособие по маркетинговым коммуникациям в социальных сетях. © Ingate, 2019, 48 с.
13. SMM без проблем. — Ingate, 2019. 16 с.
14. Горнаков С. Г. Осваиваем популярные системы управления сайтом (CMS). — М.: ДМК Пресс, 2009, 336 с.
15. Выбираем систему управления контентом для небольшого предприятия. ФИТ НГУ. — Elashkin Research, 2004, 29 с.
16. Электронная образовательная среда Moodle. Инструкция пользователя. — ВГУИЭС, 2015. 34 стр.
17. Евгений Заплетин. Фриланс на upwork. — М, 2019, 408 стр.
18. Мария Налобина. Фриланс для начинающих. Практика. — Staff-online, 2019, 76 стр.
19. <https://www.wordpress.com> — CMS yaratuvchi Wordpress saytining manzili
20. <https://www.wordpress.org> — Wordpress CMSning rasmiy manzili
21. <https://www.moodle.org> — Moodle LMSning rasmiy manzili
22. <https://www.youtube.com> — Youtube saytining rasmiy manzili
23. <https://classroom.google.com/> — Google classroom LMSning rasmiy manzili
24. <https://khanacademy.org/> — khanacademy MOOCning rasmiy manzili
25. <https://www.fiverr.com/> — Fiverr freelance birja manzili
26. <https://hirelancer.uz/> — hirelancer milliy freelance birja manzili
27. <https://www.wikipedia.org> — erkin ensiklopediya

Fayziyeva Maxbuba Raximjonovna, Sayfurov Dadajon Muxammedovich

O'quv nashri

INFORMATIKA VA AXBOROT TEXNOLOGIYALARI

fanidan umumiy o'rta ta'lim maktablarining 8-sinfi uchun darslik

(O'zbek tilida)

Bosh muharrir:

K. Xamrayeva

Dizayner-rassomlar:

S. Doniyorov, K. Shadrin

Texnik muharrir:

S. Serenkov

Sahifalovchi:

K. Melnikova

Musahhihlar:

Ch. Yoqubova, D. Rahmonova, D. Alimova

"Nashriyot uyi Tasvir"

Toshkent – 2020

Nashriyot litsenziyasi AI №292, 23.02.2017

Bosishga 2020-yil 26-avgustda ruxsat etildi. Bichimi 60x84 1/8.

Qog'ozi silliqlangan-jilolanmagan.

Kegli 11, Roboto, Agency FB, a_EmpiricalNr garniturada

Ofset bosma usulida bosildi. Shartli bosma tabog'i 13,02.

Nashr tabog'i 15,23. Adadi 502 330 nusxa.

Buyurtma raqami:2165.

"Kolorpak" MChJ bosmaxonasida chop etildi.

Toshkent shahar, Elbek ko'chasi, 8-uy



COLORPACK

Ijaraga berilgan darslik holatini ko'rsatuvchi jadval

T/r	O'quvchining ismi, familiyasi	O'quv yili	Darslikning olingandagi holati	Sinf rahbarining imzosi	Darslikning topshirilgandagi holati	Sinf rahbarining imzosi
1						
2						
3						
4						
5						
6						

Darslik ijaraga berilib, o'quv yili yakunida qaytarib olinganda yuqoridagi jadval sinf rahbari tomonidan quyidagi baholash mezonlariga asosan to'ldiriladi.

Yangi	Darslikning birinchi marotaba foydalanishga berilgandagi holati.
Yaxshi	Muqova butun, darslikning asosiy qismidan ajralmagan. Barcha varaqlari mavjud, yirtilmagan, ko'chmagan, betlarida yozuv va chiziqlar yo'q.
Qoniqarli	Muqova ezilgan, birmuncha chizilib chetlari yedirilgan, darslikning asosiy qismidan ajralish holati bor, foydalanuvchi tomonidan qoniqarli ta'mirlangan. Ko'chgan varaqlari qayta ta'mirlangan, ayrim betlariga chizilgan.
Qoniqarsiz	Muqovaga chizilgan, yirtilgan, asosiy qismidan ajralgan yoki butunlay yo'q, qoniqarsiz ta'mirlangan. Betlari yirtilgan, varaqlari yetishmaydi, chizib, bo'yab tashlangan. Darslikni tiklab bo'lmaydi.

Sotuvga chiqarish taqiqlanadi



«NASHRIYOT UYI TASVIR»

ISBN 978-9943-5799-5-8



9 789943 579958