

Міністерство освіти і науки України
Північно-Східний науковий центр НАН України та МОН України
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Тези

**72-ої наукової конференції професорів,
викладачів, наукових працівників,
аспірантів та студентів університету,
присвяченої 90-річчю
Національного університету
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»**

Том 2

21 квітня – 15 травня 2020 р.

Полтава 2020

ВЕБСАЙТ ЗВО ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ З ЦІЛЬОВИМИ ГРУПАМИ

В умовах ринкових трансформацій, що відбулися в Україні нового тисячоліття ЗВО вийшли на ринок освітніх послуг. Зараз саме ЗВО повинні боротися за абітурієнтів, найкращих викладачів, спонсорські гроші та державну підтримку усіма можливими цивілізованими засобами [1].

Навчальні заклади борються за комунікацію та привабливість в очах абітурієнтів, студентів, науковців, роботодавців, журналістів тощо. Будь-який ЗВО зацікавлений у якнайвищій впізнаваності та підкресленні своїх переваг [2].

Одним з головних завдань навчального закладу є встановлення зв'язків з громадськістю. Мета PR-діяльності – сприяти встановленню й підтримці взаєморозуміння та співробітництва між освітньою установою, споживачами освітніх послуг та іншими групами громадськості у цілому.

Застосування PR-технологій допомагає розв'язувати не тільки питання безпосередньої реклами послуг освітньої установи, але й такі важливі завдання, як забезпечення її інформацією про наявну громадську думку, що має необхідно для вироблення стратегій та моделей поведінки на освітньому ринку та на ринку праці. Все це формує позитивне враження про освітню установу та забезпечує її привабливий імідж в очах широкої громадськості та окремих цільових груп [4].

В умовах бурхливого розвитку комунікативних технологій, що базуються на використанні можливостей та ресурсів інтернету, велике значення мають комунікації з громадськістю та формування привабливого іміджу ЗВО на сторінках власних вебсайтів. Саме вони перетворилися на своєрідні візитівки вишів і є універсальними, загальнодоступними інформаційними центрами.

На думку дослідниці В.Л. Сидорової, вебсайт ЗВО вирішує такі завдання:

- 1) представляють візуальні складові іміджу, з метою приваблення цільові аудиторії;
- 2) сайт стає каналом комунікації з громадськістю, для представлення усієї інформації
- 3) створює умови інтерактивності, збільшуючи ймовірність зворотної реакції цільових груп, завдяки цьому можна проаналізувати реакції відвідувачів сайту на інформацію, ставлення до самого навчального

закладу [5].

Основне призначення вебсайтів ЗНО є створення акцентованого інформаційного впливу на цільові групи та їх соціальне оточення. Перевагами вебсайту як інструменту інформаційної підтримки діяльності ЗВО є інформаційна мобільність, загальнодоступність та мультимедійність [3]. А вплив інформаційного змісту матеріалів, розташованих на сайті, підсилюється формами його представлення та дизайном.

Інтернет-комунікація є перспективним способом позиціонування навчального закладу. Саме вебсайт має бути зручним та зрозумілим у користуванні, адже сайти розкривають на своїх сторінках максимальну кількість напрямів діяльності закладу, надають відвідувачам ряд додаткових сервісів, що полегшує роботу користувачів із наявними інформаційними ресурсами. Вебсайт повинен активно розвиватися і змінюватися відповідно до мінливих запитів цільових аудиторій, та до появи нових комунікативних технологій.

Література

1. Курілло В. Є. PR для вищих навчальних закладів / В. Є. Курілло, О. В. Савченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/politics/2004/33-20-6.pdf>.
2. Путелинский К. В. Сайт как важная составляющая имиджа ВУЗа / К. В. Путелинский, Ю. В. Локтюшина [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://network-journal.mpei.ac.ru/cgi-bin/main.pl?l=ru&n=15&pa=9&ar=3>.
3. Полтавец А. В. Вебсайт ВУЗа как эффективный инструмент обеспечения вузовской деятельности / А. В. Полтавец. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vestnik.uapa.ru/ru-ru/issue/2010/03/03/>.
4. Фесенко А. М. Веб-сайт як засіб комунікативної діяльності ВНЗ: проблема ефективності використання (на прикладі ВНЗ м. Миколаїв) / А. М. Фесенко // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]. Серія : Соціологія. - 2014. - Т. 244, Вип. 232. - С. 76-79.
5. Сидорова В. Л. Формирование эффективного имиджа ВУЗа / В. Л. Сидорова. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://new.volsu.ru/upload/medialibrary/8fb/2_Sidorova.pdf.