

УДК 7.011.3

WEB-САЙТ УНІВЕРСИТЕТУ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Доценко Д.В., студентка, кафедра МСТ ХНУРЕ

Чеботарьова І.Б., старший викладач, кафедра МСТ ХНУРЕ

***Анотація.** У даній роботі розглянуті особливості WEB-сайту з точки зору маркетингу. Важливість WEB-сайту для просування маркетингу. Визначено цілі, завдання та функції інформаційного ресурсу вузу.*

***Ключові слова:** WEB-САЙТ, ВЛИЯНИЕ, МАРКЕТИНГ, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ.*

В даний час WEB-сайт вузу є одним з потужних інструментів системи маркетингових комунікацій у сфері вищої професійної освіти, а використання WEB-технологій є умовою подальшого розвитку вищого навчального закладу, підвищення його рейтингу та конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. Сайт вузу, як його основна форма активності в Інтернеті, є усвідомленою формою діяльності в сучасному інформаційному суспільстві.

При розробці і внутрішньому моніторингу вузівського WEB-сайту необхідно враховувати такі технічні вимоги:

- вимоги до дизайну сайту;
- юзабіліті (Usability) – властивості;
- технічні характеристики;
- вимоги до системи управління контентом (CMS).

Розглянемо, як приклади, декілька сайтів. Сайт кафедри «Медіасистеми та технології» Харківського національного університету радіоелектроніки та сайти профілюючих кафедр університетів, які здійснюють підготовку за спеціальністю «Видавництво та поліграфія».

Кафедра МСТ ХНУРЕ.

Плюси:

- доступність, можливість легко знайти сайт, ввівши назву кафедри в пошукову систему;
- інформація досить повна і легко знаходиться;
- наявність контактної інформації;
- посилання на соціальні мережі.

Мінусом є застарілий дизайн, який не відповідає сучасним тенденціям, мало динамічної та оперативної інформації (рис.1).

Тобто для поліпшення WEB-сайту необхідно вдосконалити дизайн, наповнення сайту зробити більш живим і динамічним. Для майбутніх абітурієнтів завжди цікава не статична текстова інформація, а реальні роботи студентів, фотографії їх життя, інформація про майбутню професію.

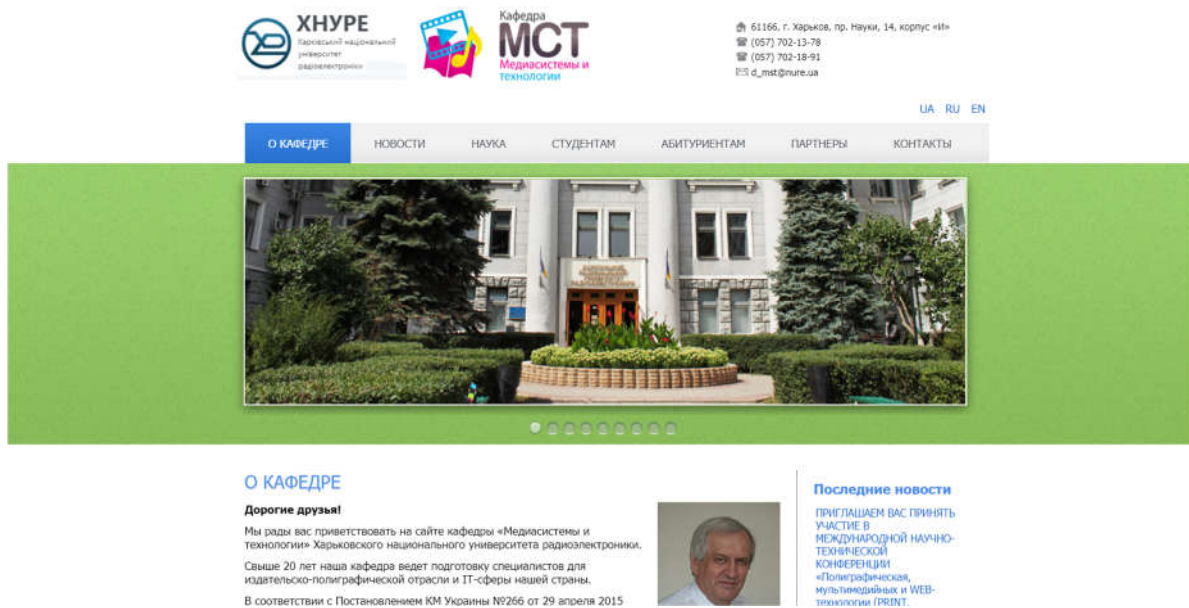


Рисунок 1 – Сайт кафедры МСТ

Кафедра комп'ютерних систем і технологій ХНЕУ. Проаналізувавши сайт конкурентів, можна зробити висновки, він що він застарів (рис.2). Пункти меню не виглядають привабливо. Деякі кнопки не працюють. Дизайн дуже відстає від сучасних стандартів. Анімація не викликає інтересу. У вкладці Зворотній зв'язок недоречна інформація про хостінг сайту (рис.3). Є посилання на сторінки Instagram, facebook і для чогось на пошук google.

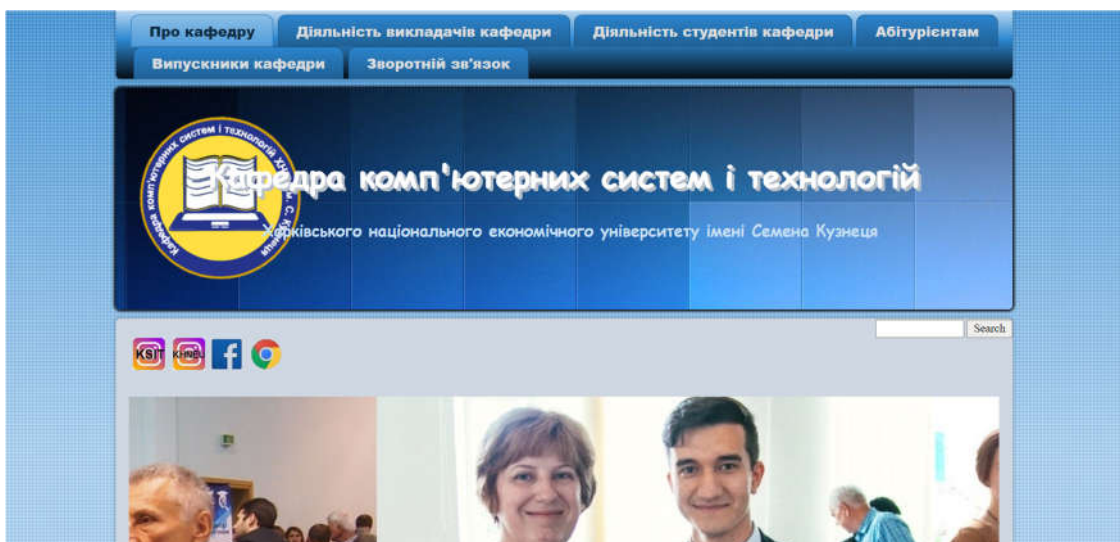


Рисунок 2 – Сайт кафедри КСИТ

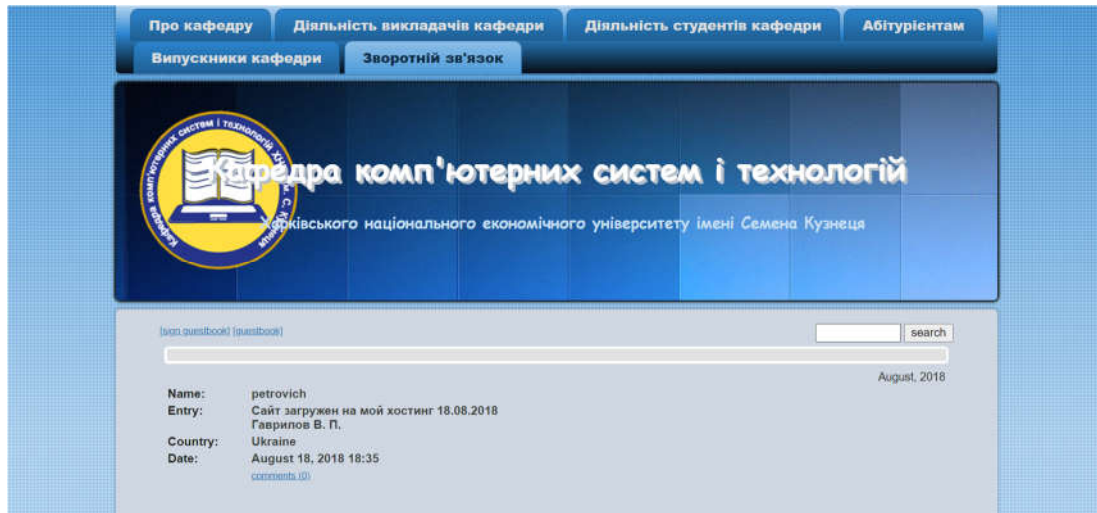


Рисунок 3 – Форма зворотного зв'язку

Інший конкурент – кафедра «Мультимедійні видавничо-поліграфічні технології» Української академії друкарства (рис.4). Їхній сайт не приваблює увагу, виглядає однотонним і застарілим. На сайті кафедри є відео захисту магістерських та бакалаврських робіт – за цим цікаво спостерігати. Інформація на сайті оновлюється, але текст не виглядає привабливо (рис.5). Додані такі соціальні мережі як Instagram, facebook, так само twitter і skype, але вони не працюють. Для кафедри було б добре відновити дизайн сайту, який міг би зацікавити.

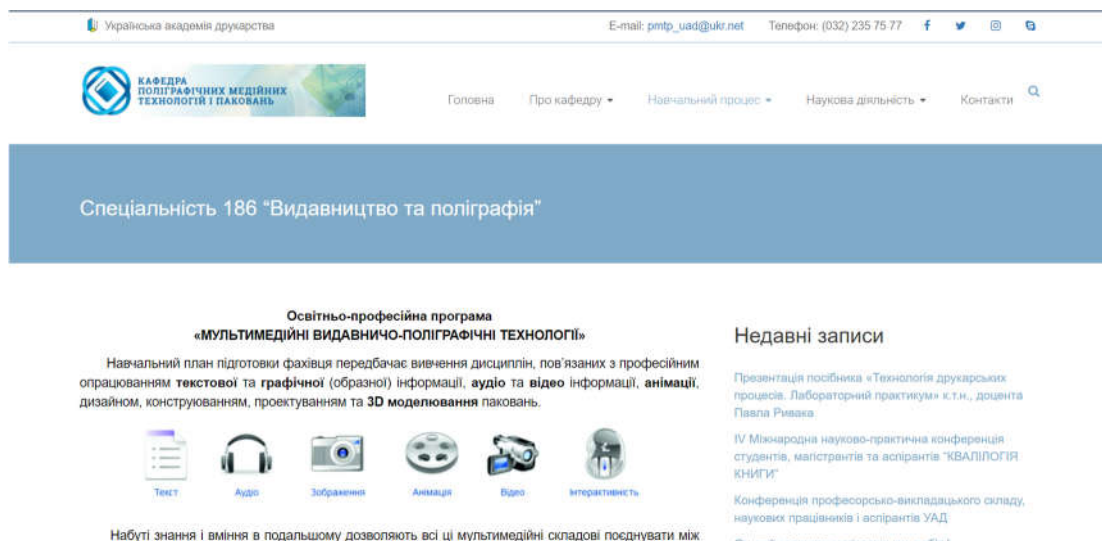


Рисунок 4 – Сайт кафедри МПТП

Наукові проекти

На кафедрі ведуться міжнародні наукові дослідження. Викладачі кафедри приймають активну участь у держбюджетних, госпдоговірних тем та міжнародних науково-технічних проєктах, зокрема, українсько-литовського (з вченими Каунаського технологічного Університету №М/219-2005 «Розробка нових технологій і поліграфічних матеріалів для виготовлення друкованої продукції, оцінка її якості, стандартизація і ідентифікація»), українсько-китайського (з вченими Пекінського інституту графічних комунікацій №М/218-2006 «Розробка методів і технологій контролю якості друкованої і пакувальної продукції»).

Під керівництвом та участю кандидата технічних наук, доцента Маїка В.З. було реалізовано українсько-словенський проєкт (з вченими Університету Любляни №М/71-2013 «Дослідження технологій нанесення шрифту Брайля та створення програмно-апаратного забезпечення для оцінки якості його відтворення»), Фонд цивільних досліджень США (CRDF) («Розробка програмно-апаратного комплексу для оцінки якості формних процесів і готової продукції у поліграфічному виробництві»).

Недавні записи

Презентація посібника «Технологія друкарських процесів. Лабораторний практикум» к.т.н., доцента Павла Рухака

IV Міжнародна науково-практична конференція студентів, магістрантів та аспірантів "КВАЛІТОГІЯ КНИГИ"

Конференція професорсько-викладацького складу наукових працівників і аспірантів УАД

Он-лайн захисти магістерських робіт!

Он-лайн захисти бакалаврських робіт!

Рисунок 5 – Наукові проєкти

Наступний конкурент – кафедра видавничої справи та редагування (ВСП), ВПІ, Київського політехнічного інституту (рис.6). Сайт має зручну навігацію, присутній цікава інформація як для абітурієнтів, так і для студентів. Також плюсом є розклад груп в розділі Студентам (рис.7), чого не вистачає нашій кафедрі. На сайті часто оновлюється інформація з приводу життя інституту. На сайті присутня анімація, за якою цікаво спостерігати. Додані посилання на соціальні мережі: telegram, facebook і youtube.

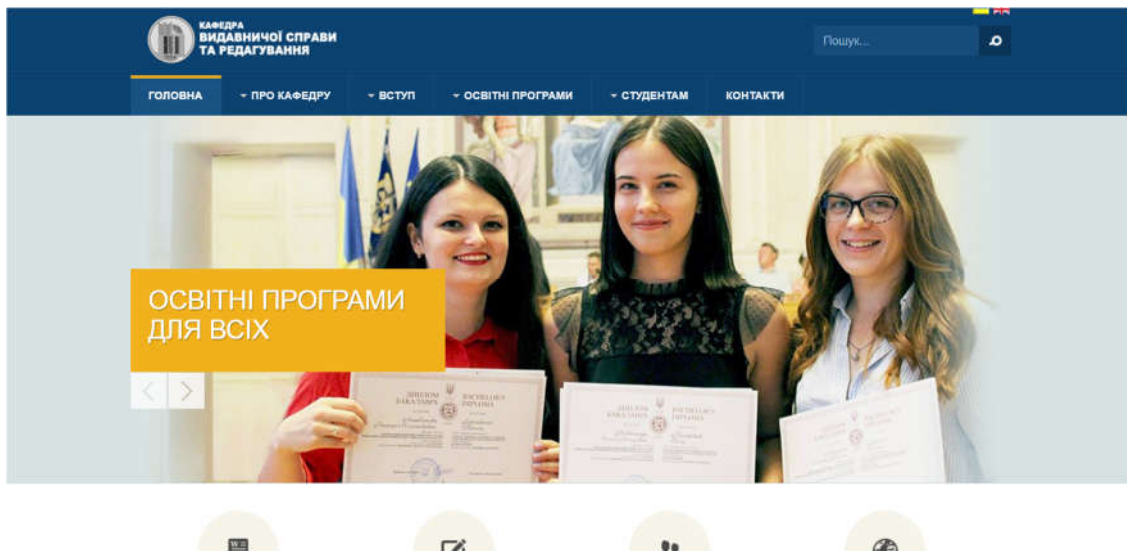


Рисунок 6 – Кафедра ВСП

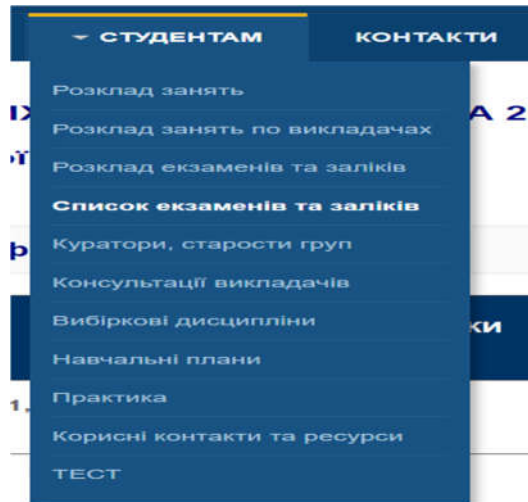


Рисунок 7 – Вкладка студентам

Одним з яскравих прикладів сучасного дизайну є сайт Інституту дизайну Хассо Платтнера (Hasso Plattner Institute of Design) в Стенфорді (інститут дизайн-мислення при Стенфордському університеті). Дизайн WEB-сайту приваблює своєю чистотою і простотою, рис.8. Є цікава анімація, і хороші переходи. На сайті присутній переходи на такі соціальні мережі: twitter, medium, Instagram і facebook (рисунок 9).

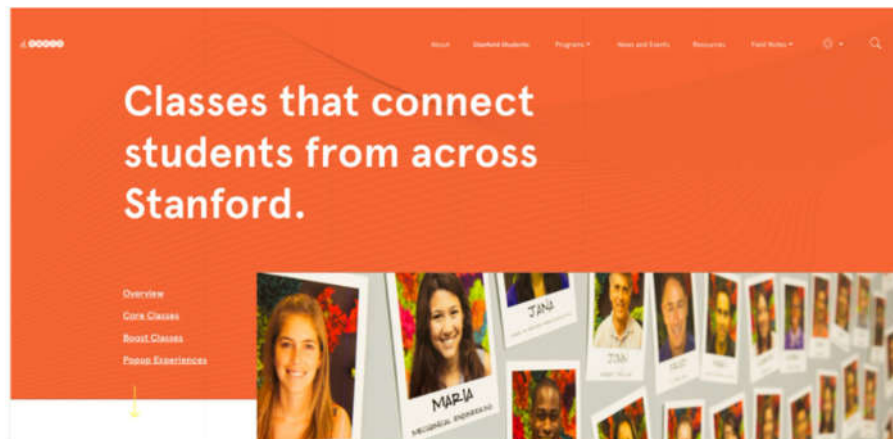


Рисунок 8 – Сайт Інституту дизайну Хассо Платтнера

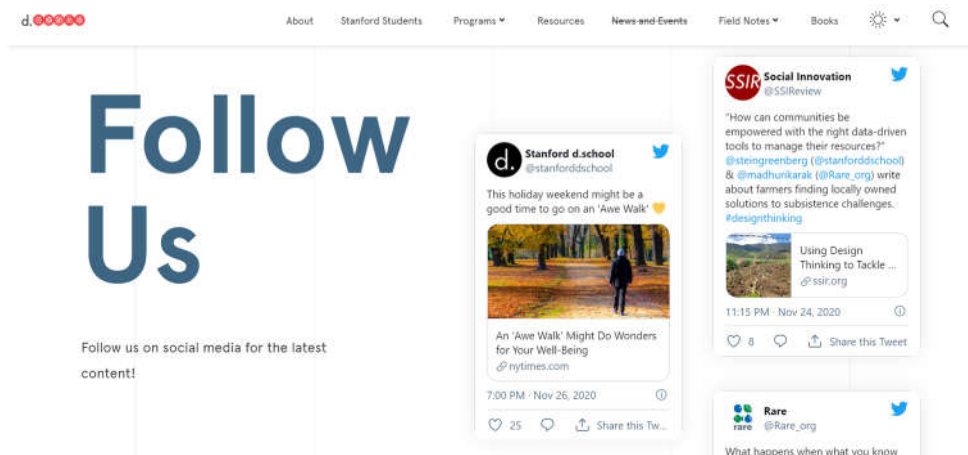


Рисунок 9 – Реклама своїх соціальних мереж

Часи змінюються, і наявність WEB-сайту з точки зору маркетингу – просто незамінна річ. WEB-сайт є візитною карткою інституту і впливає на загальні сприйняття навчання. Чим яскравіше він виглядає, тим більше запам'ятається і привабить абітурієнтів. Інституту дизайну Хассо Платтнера прославився серед студентів своїм цікавим сайтом. Його публікували як приклад інститутських сайтів на різних електронних ресурсах, що призвело до припливу нових студентів і підвищення популярності інституту.

Таким чином, якісний WEB-сайт є важливою маркетинговою зброєю і допомагає досягти успіху. Чим більше сайт вищого навчального закладу зацікавить людей, чим більше він надасть необхідної інформації – тим більше туди надійде абітурієнтів.

Література.

1. Неретина, Е.А. Рыночная ориентация процессов формирования и продвижения образовательных услуг высшего учебного заведения / Е.А. Неретина, А.Б. Макарец // Интеграция образования. – 2008. – № 2. – С. 18–24.
2. Успенский, И.В. Интернет-маркетинг / И.В. Успенский. – СПб.: СПГУЭиФ. – 2003. – 268 с. <https://www.epam-group.ru/>
3. Харківський національний університет радіоелектроніки кафедра МСТ [Електронний ресурс] URL: <http://mst.nure.ua/index.php/ru/>
4. Харківський національний економічний університет кафедра КСіт [Електронний ресурс] URL: <http://www.ksit.hneu.edu.ua/feedback.php>
5. Українська академія друкарства кафедра МПТП [Електронний ресурс] URL: <https://pmtп.uad.lviv.ua/>
6. Кафедра видавничої справи та редагування [Електронний ресурс] URL: <http://vsr.vpi.kpi.ua/>
7. Hasso Plattner Institute of Design [Електронний ресурс] URL: <https://dschool.stanford.edu/news-events>
8. Хабриев Р. Б., Чеботарева И. Б., Ткаченко И. Н. Особенности разработки рекламной продукции для ярмарки вакансий "Молодой специалист XXI века" // Полиграфические, мультимедийные и WEB-технологии (PMW-2016). 2016. Т. 2. С. 158–160.
9. Omarov, M., Tikhaya, T., Lyashenko, V. Internet marketing metrics visualization methodology for related search queries // International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering. 2019. Vol. 8(5). P. 2277-2281.