

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ GOOGLE ANALYTICS ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ НАУКОВИХ УСТАНОВ ТА ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Із розвитком ринкових механізмів і підвищенням ролі суспільної думки проблеми **формування іміджу** наукових установ та закладів вищої освіти набувають дедалі актуальності та вагомішого значення. Успіх їх діяльності залежить від ставлення до них партнерів, споживачів і суспільства загалом. Перший крок в управлінському процесі, що розпочинається з діагностики, є відправним. Ефективність планування значною мірою обумовлюється здатністю тих, хто розробляє план, стратегічно мислити, тобто передбачати і формулювати параметри бажаного стану речей у майбутньому, визначати, які сили і чинники сприятимуть або перешкоджатимуть просуванню вперед та обирати стратегію наближення до поставленої мети. Після з'ясування проблем іміджу, виявлення за допомогою збору даних й аналітичної роботи слабких місць, резервів і можливостей перед керівництвом установи постає завдання розробити стратегію побудови позитивного іміджу з використанням передусім реально існуючих можливостей і резервів [2].

Сьогодні кожна наукова установа та заклад вищої освіти мають свій власний електронний ресурс. Важливим є аналіз актуальності та ефективності використання веб-сайту, який можна здійснити за допомогою різних аналітичних систем: Spring Metrics, Woopra, Google Analytics, Clicky, Mint, Chartbeat та ін.

Найбільш популярним серед цих систем є безкоштовний сервіс **Google Analytics (GA)** [3]. Компанія Google пропонує безліч сервісів та інструментів для різних потреб. Система GA – зручний засіб моніторингу відкритих електронних систем, що має великі можливості для збирання, опрацювання, зберігання та подання статистичних даних щодо відвідування веб-сайтів, електронних бібліотек, блогів та інших ресурсів Інтернет.

В Інституті інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України (Інституті) за допомогою служби GA з 2011 р. проводиться аналіз (моніторинг) у вигляді звітних матеріалів про рівень використання веб-ресурсів «Електронна бібліотека НАПН України»

(<http://lib.iitta.gov.ua>), «Електронне наукове фахове видання «Інформаційні технології і засоби навчання» (<http://journal.iitta.gov.ua>) та «Сайт Інституту» (<http://iitlt.gov.ua>) і узагальненням щоквартально та за звітний рік. **Моніторинг** спрямований на реалізацію завдань з надання інформаційно-методичної підтримки науково-педагогічним дослідженням з метою формування позитивного іміджу Інституту.

Аналіз здійснюється за низкою основних показників: поведінка відвідувачів на сайті, демографія відвідувачів (мова, країна, місто), технології відвідування сайту, мобільні пристрої, трафік та ін.

У результаті налаштування сервісу GA для моніторингу використання наукових веб-ресурсів Інституту з'явилася можливість збирати, переглядати та аналізувати дані щодо відвідуваності сайтів, середньої кількості переглядів сторінок, довідатися, зміст яких наукових матеріалів дозволяє домогтися найбільшого числа відвідувань сайтів, які наукові ресурси є найбільш актуальними, оцінити трафік веб-сайтів та багато ін., але найголовніше – звідки прийшов користувач, що надає змогу зрозуміти, як залучити його знову. Дані відображаються у вигляді графіків і діаграм, оперуючи якими, можна легко налаштувати і оптимізувати сайт, зробивши перебування на ньому комфортним і корисним для користувача. [1].

Таким чином, **метою моніторингу** використання веб-сайтів Інституту за допомогою сервісу GA є відстеження процесів відвідування та використання ресурсів та підвищення ефективності розробки й обслуговування цих сайтів для формуванню їх іміджу.

Отже, система аналітики та статистики GA є важливим інструментом для моніторингу наукової діяльності, визначення актуальності її напрямів, проблем у певній галузі науки та освіти, затребуваності методичних матеріалів, популярних сайтів у науковій спільноті та ін., що сприяє **формуванню іміджу** наукових установ та закладів вищої освіти. Аналітику використовують близько 49,95% з 1000000 провідних веб-сайтів.

Список використаних джерел

1. Використання електронних систем відкритого доступу для інформаційно-аналітичної підтримки педагогічних досліджень [Електронний ресурс] / О. М. Спірін, А. В. Яцишин, С. М. Іванова та ін. // Інформаційні технології і засоби навчання, 2016. – № 5 (55). – С. 136-174. – Режим доступу: <http://journal.iitta.gov.ua/index.php/iitlt/article/view/1501/10>.
2. Колосовська І.І. Імідж організації: технологія створення і процес управління / І.І. Колосовська // Наукові записки: наук.-техн. зб. – 2010. – № 1. – С. 166-172.
3. Сайт «Google Analytics» [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://www.google.com/analytics>.