

Ірина Савченко,  
Катерина Мірошніченко

## ВЕБ-САЙТ ПТНЗ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ІНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ

*Анотація.* У статті висвітлено питання аналізу результатів конкурсів ПТНЗ м. Києва на кращий Web-сайт та представлено рекомендації щодо покращення цього виду діяльності.

*Ключові слова:* ПТНЗ, Інтернет-ресурси, Web-сайт, позиціонування, маркетинг, контент, редизайн, конкурентний аналіз, візуальна ідентифікація.

*Актуальність.* Сьогодні Web-сайт для професійно-технічних навчальних закладів (ПТНЗ) є одним з самих популярних і ефективних інструментів піар-технологій. Під Web-сайтом ми уявляємо інформаційний ресурс, що складається з пов'язаних між собою гіпертекстових документів (Web-сторінок), розміщений на Web-сервері, що має індивідуальний адресу. Web-сторінка представляє собою текстовий файл з розширенням \*.htm, який містить текстову інформацію та спеціальні команди - HTML-коди, що визначають в якому вигляді ця інформація буде відображатися у вікні браузера. Хороший сайт, вбираючи в себе всю корисну інформацію, є найкращою візитною карткою і комерційної фірми й освітнього закладу, працюючи на них у будь-який час доби [1]. Проте, на наш погляд, їх можливості ПТНЗ не використовують ще повною мірою. Вони, як перспективна, специфічна технологія використання Інтернет-ресурсів для освітніх установ, виступають не тільки важливим елементом формування навчального інформаційного відкритого середовища, а й одночасно є ефективними інструментом маркетингових стратегій, які ефективно працюють в інформаційному суспільстві.

Дослідження аспектів позиціонування діяльності ПТНЗ засобами сайтів і відкритих порталних структур (за результатами конкурсу Web-сайтів у м.

Києві) показав, що без поширення знань, відповідного методичного супроводу сайтотворення, конкурентного аналізу результатів цієї діяльності, аналізу кращого досвіду з проблеми досягнути успіху не так просто.

**Мета статті** полягає в тому, щоб виявити як позитивні здобутки, так і негативні аспекти сайтотворення та надати навчальним закладам профтехосвіти конкретні поради щодо його покращення.

**Завдання статті.** На основі аналізу результатів конкурсу на кращий Web-сайт серед ПТНЗ м. Києва презентувати кращі творчі знахідки, креативні ідеї, конкурентні переваги навчальних закладів-переможців цього змагання та показати шляхи подолання недоліків, що мають місце в практиці сайтотворення.

**Аналіз основних публікацій,** присвячених проблемам сайтотворення дав змогу з'ясувати, що останнім часом науковці і практики профтехосвіти все більше уваги приділяють таким питанням як формування освітніх ресурсів на сайтах навчальних закладів (В. Лунін, М. Мельников, В. Мінняйлов, Б. Покровський), розроблення рекомендацій і методик проектування й супроводу Web-сайтів навчальних закладів (Н. Гендіна, А. Іванов, Д. Кістанов, Г. Селин), виявлення особливостей їх розробки (Є. Панкова, Т. Пуніна) та аналіз і усунення помилок під час створення сайтів (А. Ржепп) [2,3,4,5,6,7,8,9,]

**Виклад основного матеріалу.** У методичній скарбничці київської профтехосвіти є низка надзвичайно цікавих заходів і конкурсів. Одним з таких конкурсів, який відповідає духу глобалізації і інформатизації суспільства та відкритої освіти є конкурс Web-сайтів ПТНЗ, який започатковано й традиційно проводиться з 2007 року. У цьому році цей конкурс проводився на підставі наказу МОН молодьспорту України № 331 від 22.03.2012 р. та розпорядження Відділу професійно-технічної освіти Головного управління освіти і науки виконавчого органу Київради (КМДА) № 48 від 08.05.2012 р.

Сьогодні в умовах розбудови інформаційного суспільства для столичних ПТНЗ, так як і для всіх ПТНЗ України, Web-сайт виконує ряд **найважливіших функцій**, а саме:

- позиціонує навчальний заклад світовій освітній спільноті (презентує новини, фотогалереї, досягнення учнів, дипломи, сертифікати та результати конкурсів);

- рекламує та активно просуває в ринковому середовищі освітні послуги ПТНЗ для різних груп користувачів (абітурієнтів і їх батьків, безробітних, роботодавців, педагогічних працівників, інших навчальних установ, науковців, управлінців тощо);

- допомагає здійснювати освітню діяльність (забезпечує доступ до навчальних ресурсів ПТНЗ: домашніх і індивідуальних завдань; практичних робіт; методичних рекомендацій для виконання лабораторних, дипломних і курсових робіт; тестів; лекційних матеріалів; презентацій уроків тощо) та інформаційну підтримку учнів (розклад уроків, виховні заходи; результати оцінювання, діалог з батьками та ін.);

- у ринковому середовищі є засобом маркетингу продукції і комерційних послуг ПТНЗ;

- забезпечує методичну підтримку педагогічних працівників ПТНЗ (завдяки розгортанню блоку методичного супроводу навчального процесу);

- здійснює обмін педагогічним досвідом і інформує про педагогічні досягнення та інновації, партнерську взаємодію;

- візуально ідентифікує навчальний заклад, відрізняє його від конкурентів завдяки логотипу (від греч. logos – слово, typos – відбиток, стилізоване відображення установи, що є елементом бренду), слогану та фірмового стилю (набір графічних, шрифтових, кольорових і інших елементів, які сприймаються відвідувачем сайту як єдине ціле), що дозволяє більш ефективно досягти маркетингових цілей;

- є вікном до інших інформаційних освітніх ресурсів Інтернет;

– є інструментом аналізу ефективності розробки та просування сайту в Інтернет середовищі (завдяки таким функціям як скрипт або лічильник відвідувань, гостьова книга, форум, інтерактивне голосування тощо);

– надає можливість спілкування різним групам користувачів на сторінках сайту.

**Визначення критеріїв оцінювання** конкурсу потребувало аналізу зарубіжного досвіду щодо рейтингування сайтів. Так, було з'ясовано, що в процесі оцінювання університетських сайтів Webometrics використовується автоматизована процедура збору кількісних оцінок без залучення експертів [10] на основі об'єктивних критеріїв, які мають однозначне визначення і не залежать від суб'єктивних міркувань журі.

Проте, в цьому році, для процедур оцінювання конкурсу сайтів ПТНЗ, навчально-методичним кабінетом профтехосвіти м. Києва було рекомендовано створити конкурсну комісію, для якої обов'язковими стали вимоги до кваліфікації кожного експерта, що вимагала від них об'єктивності і прозорості оцінок також у відповідності до розроблених критеріїв. Це було пов'язано з тим, що ПТНЗ не так давно займаються сайтотворенням і переважно мають на меті презентувати освітній спільноті навчальний заклад, а найсучасніші критерії оцінки, які б відповідали важливим тенденціям майбутнього освітніх сайтів, у зв'язку зі складністю реалізації, не знайшли в конкурсі цього року повного відображення (наявність запровадження елементів дистанційного навчання, просування продукції ПТНЗ, відповідність сайту вимогам освітнього порталу, рівень використання електронних бібліотек та створення електронних архівів навчальної і методичної інформації, наявність соціальних сервісів, врахування вимог до захисту інформації, розмір сайту, обсяг мультимедійного контенту, розвиток соціального партнерства та інше).

У результаті проведеного аналізу конкурсною комісією було з'ясовано, що **ознаками** сучасного сайту ПТНЗ є його: **доступність, зручність, динамічність** (швидкість завантаження сторінки); **інтерактивність** (що

забезпечує взаємодію адміністрації ресурсу навчального закладу і його користувачів і яку відображають: аналітика відвідування, форум, оперативний пошук по ключових словах у пошукових системах тощо); **логічна структурованість** (мапа, розділи й підрозділи, повнота і глибина сайту); **оригінальність; дотримання стилю та креативність дизайну** (що сприяє виділенню сайту поміж інших); **якісний контент – корисність інформації** (від англ. content – наповнення, в нашому випадку інформаційне: унікальне, грамотне, лаконічне і максимально інформативне, з наявністю ілюстрованого матеріалу); **зручність навігації** (та використання правил юзабіліті – зручності користування); **популяризація сайту** (наявність перехресних лінків на інших сайтах); **частота оновлення** (хоча б 1-2 рази на місяць).

Ці ознаки були враховані під час вибору критеріїв оцінювання конкурсу сайтів ПТНЗ у м. Києві. Також конкурсна комісія зазначила, що переважна більшість ПТНЗ м. Києва останні роки мають розроблені сайти. Тому, виникла потреба проаналізувати ступень їх редизайну (перепроєктування чи оновлення). У порівнянні з попередньо проведеним конкурсом у 2007 році можна зазначити, що редизайн сайтів повний, чи частковий (компоновки, структури, навігації, контенту) здійснила незначна кількість ПТНЗ. В Інтернет середовищі вважається, що редизайн здійснюється раз у 3-5 років, що обумовлюється новими технологіями, принципами юзабіліті, оптимізацією графіки, удосконаленням фірмового стилю тощо.

Так, одну з найкращих робіт щодо перепроєктування, удосконалення, поглиблення й наповнення структури сайту представив Київський професійний енергетичний ліцей. Прекрасну роботу щодо реалізації вдалого дизайну та електронного бібліотеки для учнів здійснило Київське вище професійне училище будівництва і дизайну. Багатомовний сайт з розділами, присвяченими співпраці з різними соціальними партнерами, доступу до віддалених навчальних інформаційних ресурсів для учнів створило Міжрегіональне вище професійне училище зв'язку. Ефекти інтерактивних

заставок і елементів, що приваблюють молодь, використало Київське вище професійне поліграфічне училище та Київське вище професійне училище швейного та перукарського мистецтва. Вище комерційне училище Київського національного торговельно-економічного університету на сторінках сайту цікаво представило для абітурієнтів майбутні професії та презентувало результати навчання учнів відеоматеріалами з міжнародних конкурсів, в яких вони брали участь і займали призові місця. Оригінальну енциклопедію професій на сторінках сайту запропонував Навчально-науковий центр професійно-технічної освіти Академії педагогічних наук України. Вище професійне училище № 33 створило надзвичайно привабливий і цікавий сайт для абітурієнтів.

Майже всі ПТНЗ розпочали роботу щодо створення власного фірмового стилю, в тому числі розроблення логотипів, вибору кольорової гами тощо. Такий доволі новий вид діяльності вимагав від керівництва навчального закладу пошуків фахівців – адміністраторів сайту, шляхів їх матеріального заохочення, генерування креативних ідей для реалізації.

Проте, *до основних недоліків* ряду розроблених сайтів конкурсна комісія віднесла:

- дилетантський дизайн та не завжди продуманий контент, що відштовхує відвідувача (зустрічають по одягу (дизайну), а проводжають по контенту (змісту));

- відсутність оригінальних дизайнерських ідей та необхідної візуальної ідентифікації, яка відрізняє від конкурентів, формує імідж, а саме: логотипу, слоганів, брендування, фірменного стилю, що призводить до відсутності оригінального Інтернет-обличчя закладу;

- довге завантаження сайту та сторінок у зв'язку з розташуванням великих масивів інформації (фото і відео матеріали);

- розгортання неймовірно довгих текстів упродовж сторінки замість максимально лаконічної інформації і використання лінків для її розгортання;

– не значне використання інтерактивних елементів, які більше пригортають увагу молоді;

– у структурі, карті сайтів, урахуваючи ринкові перетворення, відсутні розділи щодо пропозиції комерційних послуг ПТНЗ, окрім освітніх, що показує відсутність чіткої маркетингової стратегії, опису завдань і методів їх досягнення та оцінки засобів ефективності.

Складається враження, що деякі з ПТНЗ розробляють сайти лише для себе. В результаті вони не приваблюють, а іноді просто відштовхують абітурієнта (про це є записи в гостьових книгах). Виникає проблема, коли на сайт переважно заходить дитина-абітурієнт, то для ПТНЗ важливо знайти консенсус між офіційністю сайту навчальної установи (відвідування його працівниками органів управління) та тією цікавою, іноді нетиповою «наживкою» для абітурієнтів-школярів, яка приведе його до стін цього закладу профтехосвіти.

Проведений аналіз результатів конкурсу показав не достатню кількість креативних ідей реалізованих на сторінках сайтів наприклад таких, де б самі учні розповідали про професію, як вони працевлаштувались і побудували кар'єру, на яких підприємства випробували свою професійну компетентність, яку заробітну плату отримують. На київських сайтах ПТНЗ на відміну від європейських сайтів навчальних закладів ніхто не вказує про небезпеку тієї чи іншої професії. Підприємства замовники кадрів, соціальні партнери переважно, відсутні на їх сторінках. І це тоді, коли ПТНЗ може як справжній партнер позиціонувати і їх послуги на своєму сайті.

Не значна кількість ПТНЗ структурує інформацію для широкої цільової аудиторії (школярів, безробітних, роботодавців, батьків, педагогічних працівників, адміністраторів) в більшості випадків ці групи доволі вузькі.

У цілому позитивний імідж ресурсів ПТНЗ далекий від досконалості за умов несистемного адміністрування (застарілі новини, одна й таж інформація без постійного оновлення), що потребує постійної роботи тих, хто відповідає за створення цих ресурсів. Не всі заклади використовують опцію статистики

відвідування сайту, форуми, відгуки, чим явно підтверджують розроблення сайту «для галочки». Відсутність інтересу у абітурієнтів до ряду сайтів підтверджують низькі показники статистики відвідувань та їх незадовільні відгуки щодо вражень від сайтів.

**Висновки.** Проведений конкурс показав, що ця робота дуже актуальна, складна і важлива. Web-сайт для ПТНЗ стає в пригоді як інструмент у рішенні освітніх, маркетингових, іміджевих проблем. Сайт, як і будь яка інформаційна система, має власні цикли розвитку: розроблення концепції, проектування, дизайнерське оформлення, структурування, наповнення контенту, впровадження, редизайн або модернізація в подальшому, що потребує систематичної роботи на кожному етапі. Вони можуть мати різне спрямування: сайт-візитка навчального закладу; сайти творчі майстерні провідних педагогів; сайти проектної роботи; сайти дистанційної освіти; сайти оцінки знань; конкурсні та консультативні сайти; сайти дипломних чи дослідних робіт учнів та багато ін. Хотілось би також зазначити, що на сьогодні, ПТНЗ м. Києва не повною мірою здійснюють конкурентний аналіз і вивчають досвід своїх колег з інших регіонів. Хоча для цього лише треба визначити таких флагманів, виявити їх кращі підходи до створення сайтів та реалізувати більш цінні з них у більш креативному виконанні та не забути про власні оригінальні авторські.

До таких сайтів, які мають «родзинки» форми (дизайну) й змісту (контенту) можна віднести сайти Львівського вищого професійного училища ресторанного сервісу та туризму (пропозиція туристичних, готельних, ресторанних послуг ПТНЗ, режим доступу: [www.lviv-prestige-school.com.ua/](http://www.lviv-prestige-school.com.ua/)) та Дніпропетровського міжрегіонального вищого професійного училища поліграфії і інформаційних технологій (зал слави, роботодавці, нові стандарти освіти, профконсультації, проекти, електронний навчальний словник поліграфічних термінів, режим доступу: <http://center-polygraph.org.ua/ua/>).



«Розкрутка» сайту буде успішною, якщо до неї залучити учнів, педагогічних працівників, які будуть першими відвідувачами і підкажуть креативні ідеї, сприятимуть поширенню ресурсу між колегами та знайомими, спілкуватимуться на сторінках сайту. Так, як ПТНЗ методом спроб і помилок, на свій розсуд проєктують і розробляють сайти, не користуючись при цьому рекомендаціями (які на сьогодні просто відсутні), то зрозуміло, чому цей продукт їх праці не є досконалим. Ряд сайтів має мінімальну структуру, дизайн вимагає удосконалення, тривалий час завантаження завдячує непотрібній анімації, надлишковим фото і відео матеріалам.

Проте, треба бути вдячними розробникам за те, що не зважаючи на ряд проблем (недостатнє фінансування, відсутність посади адміністраторів web-сайтів, не приваблива заробітна плата для працівників, що виконують цю роботу, відсутність необхідної дизайнерської, програмної ІКТ компетенції і відповідної освіти) вони створюють представницький ресурс навчального закладу, якість якого залежить від повноти розуміння його розробниками потреб різних груп Інтернет-користувачів.

Основні поради щодо створення ефективно працюючого сайту на всіх його етапах розробки від аналітичного, дизайнерського, наповнювального до просування його в пошукових системах: проєктуйте сайт для широкого кола Інтернет-користувачів; відмовляйтеся від шаблонів, працюйте творчо; представляйте контент інтерактивно у різноманітні його форм; заставляйте працювати сайт як інструмент маркетингу; обирайте гармонійну кольорову гаму; оптимізуйте зворотній зв'язок навчального закладу з користувачами ресурсу; створюйте електронні навчальні й методичні ресурси і не бійтеся їх відкрити (інформація швидко застаріває, тому збагачуйте світ сьогодні); перші сторінки розпочинайте з найцікавішого; залучайте методистів, провідних педагогів циклових комісій до змістовного наповнення сайту; зробіть зрозумілу структуру сайту і досягніть зручного просування по сайту; не копіюйте, а майте сміливість формувати власне обличчя; зробіть сайт «свіжим» – постійно оновлюйте інформацію; для того, щоб сайт став

привабливим для учнів і абітурієнтом уявіть їх логіку і залучіть їх до цієї роботи; більш активно вивчайте нове і діліться цим досвідом.

Отже, вищезазначене дозволяє зробити висновок, що в умовах інформатизації суспільства і реалізації нової освітньої парадигми навчання проведений конкурс є соціально-значущим для ПТНЗ. Він сприяє підвищенню інформаційно-аналітичної компетентності майже всіх працівників навчального закладу і розширює горизонти абітурієнтів, учнів в оволодінні знанням. А «розбір польотів» за результатами проведеного конкурсу та самоаналіз цієї роботи, сподіваємось, сприятиме її удосконаленню.

### **Література:**

1. Інькова. Н. А. Створення Web-сайтів: Навчально-методичний посібник / Інькова Н.А., Зайцева Е.А., Кузьміна Н.В., Толстих С.Г. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://club-edu.tambov.ru/methodic/fio/p5.doc>.

2. Лунин В.В., Мельников М.Я., Миняйлов В.В., Покровский Б.И. Образовательные ресурсы на сайтах Российских классических университетов (современное состояние и перспективы). – Всероссийская научно-методическая конференция “Телематика 2003”. – СПб, 2003. – [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://tm.ifmo.ru/>.

3. Гендина Н.И. Использование формализованных методов при подготовке текста для веб-сайтов учреждений культуры // Научные и технические библиотеки. – 2008. – №3.

4. Иванов. А. Подготовка сайта для индексирования в поисковых системах / А. Иванов. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.ashmanov.com/pap/ivsprep.phtm>.

5. Кистанов Д. А. Методика разработки и сопровождения Веб-сайта ФГОУ СПО / Д.А. Кистанов. Бугурусланский нефтяной колледж / [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://www.ippk.arkh-edu.ru/forum\\_test.php?PAGE.read](http://www.ippk.arkh-edu.ru/forum_test.php?PAGE.read)

6. Селин, Г. Интернет-пособие по созданию Web-сайта, его публикации и способах раскрутки [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://web-book.narod.ru/>.

7. Панкова Е.В. Интернет-сайт среднего профессионального учебного заведения: эффективность поиска в Интернете // Научные и технические библиотеки. – 2008. – №3.

8. Пунина Т.Г. Проектирование и размещение в сети Интернет административных сайтов образовательных учреждений: Учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://club-edu.tambov.ru/methodic/2007/ppsite/content.html>.

9. Режепп, А. Типові помилки при створенні корпоративних web-сайтів [Текст] / А. Режепп, Ю. Степанов, О. Павлова // Світ Internet. – 2001. – № 2. – С. 70-73.

10. webometrics.info [Электронный ресурс] // Режим доступа: [www.webometrics.info](http://www.webometrics.info).

11. Гдаль Богдан. 28 порад для кожного веб-дизайнера і не тільки.../ Б. Гдаль [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://bohdan.com.ua/2012/01/25/28-porad-dlya-kozhnoho-web-dyzaynera-i-ne-tilky/>.

Irina Savchenko,  
Catherina Miroshnichenko

#### WEBSITE OF VOCATIONAL AND TECHNICAL SCHOOL AS AN EFFECTIVE TOOL FOR INTERNET MARKETING

Summary. In the article the analysis of competition issues VET in Kyiv the best Web-Site and presents recommendations for improving this activity.