

# САЙТ КАФЕДРЫ ВУЗА КАК ЭЛЕМЕНТ КОНСАЛТИНГОВОГО ПРОЕКТА ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Подкорытов В.О. Email: Podkorytov1798@scientifictext.ru

*Подкорытов Владислав Олегович – магистрант,  
кафедра инновационного и проектного управления, экономический факультет,  
Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск*

**Аннотация:** в статье анализируется подход к формированию консалтингового проекта по продвижению образовательных услуг в части использования сайта кафедрами вузов. Рассмотрены вопросы необходимости сайтов кафедрам для продвижения своих услуг, а также на основе исследования представлена аналитическая информация, которая поможет в принятии решения о разработке сайта кафедры вуза. Таким образом, данная статья поспособствует кафедрам вузов решить ключевые проблемы при составлении консалтингового проекта продвижения своих услуг в части разработки сайта.

**Ключевые слова:** продвижение кафедры, продвижение образовательных услуг, сайт кафедры.

## THE SITE OF THE DEPARTMENT OF THE UNIVERSITY AS AN ELEMENT OF A CONSULTING PROJECT ON THE PROMOTION OF EDUCATIONAL SERVICES

Podkorytov V.O.

*Podkorytov Vladislav Olegovich – master,  
DEPARTMENT INNOVATIVE AND PROJECT MANAGEMENT, OF FACULTY OF ECONOMICS,  
F.M. DOSTOEVSKY OMSK STATE UNIVERSITY, OMSK*

**Abstract:** the article analyzes the approach to the formation of a consulting project on the promotion of educational services in terms of using the site by the departments of universities. The issues of the necessity of websites for the departments to promote their services are considered, and analytical information is provided on the basis of the research, which will help in making the decision to develop the site of the department of the university. This article will help the departments of universities to solve key problems in the development of a consulting project to promote their services in the development of the site.

**Keywords:** promotion of the department, promotion of educational services, website of the department.

УДК 339.163.2

Самостоятельное продвижение образовательных услуг структурными единицами вуза имеет высокую актуальность, что обусловлено рядом факторов, как например недостаточное финансирование, снижение числа абитуриентов, желание повысить привлекательность кафедры.

Разрабатывая консалтинговый проект по продвижению образовательных услуг, кафедры высших учебных заведений сталкиваются со следующими проблемами: отсутствие опыта продвижения собственных услуг, ограниченность в финансовых возможностях, принятие решения о необходимости и разработке сайта кафедры для самостоятельного продвижения [1].

Ввиду развития информационно - коммуникационных систем, интернет продвижения, а также с учетом вышеизложенных проблем при разработке консалтингового проекта (далее – проект) кафедрами, особое внимание уделяется включению в проект разработки сайта кафедры вуза [2]. В рамках нашей статьи выясним необходимость разработки сайта кафедрами вузов, охарактеризуем, каким должен быть соответствующий сайт.

Для исследования необходимости сайтов кафедрам, а также продвижения с их помощью собственных образовательных услуг был проведен опрос. В ходе проведения опроса было охвачено 736 абитуриентов (представители выпускных классов школ Омского региона), 322 студента и 34 преподавателя Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского (далее – ОмГУ).

В результате проведения мониторинга анкет была получена следующая информация.

Наиболее доступным источником информации о кафедре вуза для абитуриентов является официальный сайт организации. Данный факт доказывает актуальность интернета, как канала продвижения. Следующим этапом было выяснено, что основная масса респондентов периодически ищет информацию на сайтах образовательных учреждений, но у многих возникают проблемы с поиском нужной информации.

Нуждаемость кафедрами ВУЗа в собственных сайтах для продвижения и освещения своей деятельности найдена в ответах основной массы опрошенных. 671 респондент высказал свое мнение в пользу положительного ответа, что подтверждает гипотезу актуальности выбранного элемента консалтингового проекта по продвижению образовательных услуг.

Отметив актуальность создания сайта кафедрами вуза, выясним, каким должен быть соответствующий сайт.

Зависимость качества продвижения кафедры от дизайна сайта отметили 680 абитуриентов, 51-посчитали, что дизайн не влияет на продвижение услуг. Между тем определена высокая важность целостности стилового оформления сайта кафедры. Анализируя целостность стилового оформления сайта кафедры, были одобрены следующие критерии:

- 1) Одинаковая цветовая гамма;
- 2) Совпадение цветовой гаммы с цветами фирменного стиля (логотипа);
- 3) Темный цвет шрифта основного текста должен быть на светлом фоне.

Оптимальный размер шрифта на страницах сайта должен соответствовать 9-16 пт. Возможность применения функции изменения шрифта не нашла среди респондентов большой поддержки, как и использование курсива в текстовой информации.

Следует учитывать, что сайт кафедры не должен глобально отличаться от основного сайта факультета по структуре.

Кафедральному сайту потребуется поддержка просмотра изображений с возможностью функций открытия и сохранения, тем не менее, 280 респондентов считают, что изображения не нужны на сайте, что можно рассматривать, как желание получать качественную информацию, без лишних объектов. Данный результат помимо важности качества размещения контента и удобства получения мультимедийной информации, способствует минимизации объема выбираемого хостинга, и, тем самым влечет к снижению затрат и ресурсов на содержание сайта.

Рассматривая возможность поддержки кроссбраузерности (функционирование сайта в разных браузерах) отмечена неопределенность среди респондентов. Возможно, ключевая часть опрошенных не придает большого значения конкретному браузеру, поэтому при создании сайта следует опираться на оптимизацию основных браузеров.

Далее рассмотрим представление навигации сайта. Сайту кафедры вуза необходим качественно проработанный перечень разделов. От его качества будет зависеть удобство и время поиска необходимой информации на сайте, а также простота в работе по обновлению и загрузке информации модератором. Рассматривая безопасность работы на сайте кафедры, респонденты не исключают возможность включения функции предупреждения перехода с сайта кафедры на сторонние ресурсы. Как правило, использование данной функции заключается в самопроизвольном открытии всплывающего окна уведомления о предупреждении перехода с открытой страницы на сторонний ресурс. Пользователь должен подтвердить действие, либо отменить.

Ключевое место в навигации сайта кафедры занимает необходимость наличия блока поиска информации. Данное расширение обеспечит удобный и быстрый поиск нужной информации по разделам сайта. Осуществить данную функцию достаточно просто с помощью готовых бесплатных модулей поиска ведущих поисковых систем, таких как, например Яндекс, Google.

Рассматривая основные критерии построения навигации сайта, респонденты выделили следующие характеристики:

- наличие подразделов в левой части страниц;
- наличие панели навигации на каждой странице;
- единый стиль элементов.

Анализируя требования к размещаемому контенту на сайте, отметим, что размещение изображений, необходимо на сайте, но все графические материалы должны строго соответствовать деятельности кафедры, исключая ненужную информацию.

Для удобства пользователей контактная информация должна размещаться на видном месте перечня разделов, а также отражать достоверную информацию о кафедре.

Большое количество голосов было отдано за размещение информации, включающей в себя документацию о текущих направлениях, а также деятельности, осуществляемой в рамках работы кафедры.

Также контент сайта должен включать в себя информацию не только об учебном процессе, но и о внеучебной деятельности, например отчетность о проведении мероприятий, фото отчеты о коллективном отдыхе и другие мероприятия.

Еще одним критерием, определившим, по мнению респондентов, функциональную важность работы ресурса, стала возможность оптимизации сайта кафедры с другими веб - проектами ВУЗа. В данном вопросе речь идет о взаимодействии сайта кафедры с другими сайтами, группами в социальных сетях, которые могут работать в комплексе, а также дополнять друг друга.

Важным критерием выделим наличие обратной связи на сайте. Данная функция реализуется путем внедрения на сайт электронной формы, при заполнении которой, посетитель сможет задать интересующие вопросы и получить на них ответ по электронной почте.

Учитывая возраст респондентов, а также коммуникабельность, можно предположить, что желание получать информацию не ограничивается сайтом кафедры. Значительное количество опрошенных высказалась за размещение ссылок групп кафедры на сайте структурной единицы. Данная возможность поможет сократить время поиска ссылок на кафедральные группы в социальных сетях, отсеять неактуальную информацию, а также систематизировать ресурсы согласно информации, полученной в рамках вопроса по оптимизации сайтов.

Возможность регистрации на сайте кафедры была оценена отрицательно большинством респондентов. Данный факт свидетельствует о желании получать информацию, а не участвовать в процессе модерирования, двустороннего взаимодействия.

Обновление сайта кафедры должно происходить ежедневно, либо в зависимости от поступающей информации для размещения. Желательна своевременная индексация в поисковых системах, что облегчит процесс нахождения сайта кафедры, поможет сэкономить время пользователя. Модераторам наличие данной функции будет способствовать мониторингу посещаемости сайта, отслеживанию конкурентности с другими сайтами. Рассматривая мнение респондентов, отметим, что основное предпочтение отдается поисковой системе «Яндекс».

Проведенное анкетирование абитуриентов поможет определить нуждаемость соответствующей группы в сайте кафедры ВУЗа, о том, влияет ли его наличие на продвижение структурной единицы, а также каким должен быть данный сайт.

Анкетирование студентов незначительно отличалось от абитуриентов. В целях исключения повторяемости рассматриваемых вопросов с вопросами для абитуриентов, а также схожей динамикой ответов, рассмотрим индивидуальные вопросы для данной группы, а также те, в которых мнения студентов отличаются от мнения абитуриентов.

Результаты показали, что студенты, как и абитуриенты, наиболее доступным источником информации об организации считают официальный сайт. Ответивших в пользу официального сайта – 275 человек, но есть и те, кто предпочитают сходить непосредственно в само учреждение и изучить информацию со стендов и плакатов – 39 человек.

Необходимость ВУЗу сайта для продвижения своих услуг поддерживают 274 студента. Учитывая информацию, полученную в рамках изучения структур ОмГУ, программ, отметим, что для этих целей в ВУЗе организован сайт приемной комиссии ОмГУ. Между тем, основываясь на направленности изучения необходимости создания сайта кафедры ВУЗа, данному вопросу уделяется большее внимание в разрезе структурной единицы, чем продвижению услуг ВУЗа в целом. Таким образом, 301 студент считает, что кафедре ВУЗа нужен собственный сайт.

Информацию, выкладываемую на сайтах образовательного учреждения, используют постоянно: 128 студентов, периодически: 177 студентов и не используют: 17 студентов. Данный результат показывает актуальность получения информации на сайтах для студентов. Эта информация также полезна при принятии решения в пользу разработки сайта кафедры ВУЗа.

Характеризуя ответы студентов по их видению сайта кафедры вуза, получена следующая информация.

Для сайта кафедры важна целостность стилевого оформления (288 студентов из 322 ответили «да»). В связи с тем, что большое количество респондентов сталкивалось с проблемами поиска информации на сайтах образовательных учреждений (282 человека), сайту кафедры нужен блок поиска информации, качественно составленный перечень разделов, наличие ссылки на контакты. Также на странице кафедры студентам хотелось бы видеть информацию о текущей деятельности учебного процесса, внеучебной деятельности и возможности перехода на другие ресурсы ВУЗа.

Говоря о представлении дизайна сайта кафедры вуза студентами, сложились следующие черты сайты кафедры вуза.

Сайт должен иметь одинаковую цветовую гамму страниц (320 человек), а также совпадать с цветом фирменного стиля или логотипа (285 человек). Шрифт должен быть темным на светлом фоне и иметь размер в параметрах от 9 пт. до 16 пт. (299 человек). Использование курсива и засечек не допускается.

Анализируя полученные результаты опроса второй группы респондентов, можно сделать вывод, что присутствует схожесть мнений между абитуриентами и студентами в представлении сайта кафедры ВУЗа. Полученные данные о дизайне и структуре блоков сайта помогли разобраться с проблемой представления сайта, а также подтвердили актуальность наработок других авторов по данной теме. Следует отметить, что все критерии соответствуют Приказу Рособрнадзора от 29 мая 2014 года №785 «О требованиях к сайтам образовательных организаций».

Последней группой опрашиваемых, являлась группа преподавателей ОмГУ. Для данного опроса было охвачено 34 человека. В целом, ответы преподавателей имеют схожую динамику с ответами абитуриентов и студентов. Кафедры нуждаются в собственном сайте, что подтверждает мнение 34 опрошенных преподавателей и составляет 100%.

Охарактеризованы составляющие дизайна и структуры страниц. Некоторые респонденты высказались за регистрацию на сайте кафедры, «за»: 12 преподавателей, «против»: 18 преподавателей, что впрочем, не поддержали остальные группы (студенты и абитуриенты). Регистрация и последующая авторизация на сайтах занимает продолжительное время, которое респонденты не хотят тратить. Поэтому, считаем нужным, не устанавливать данную функцию на сайт кафедры ВУЗа, чтобы экономить время посетителей.

Подводя итоги по результатам проведенного опроса в целом, сделаем вывод, что данный анализ поможет кафедрам при составлении консалтингового проекта продвижения своих услуг в части разработки сайта и его необходимости. В ходе исследования были опрошены разные группы респондентов, что способствовало получению наиболее объективных результатов. Между тем, полученные результаты помогут кафедрам в дальнейшей работе по принятию решения в пользу разработки сайта кафедры, проработке его структуры, наполнению, а также послужат хорошей базой знаний для студентов, заинтересованных данной тематикой.

#### *Список литературы / References*

1. Продвижение юридических услуг: особенности раскрутки сайта. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bfmac.com/professiya-yurist-yuridicheskij-biznes/otlichnyj-sajt-yuridicheskikh-uslug.html> (дата обращения: 14.04.2017).
2. Комплексное продвижение сайтов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://zexler.ru/product/kompleksnoe-prodvizhenie-saytov> (дата обращения: 14.04.2017).