

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВПЛИВУ ВЕБ-САЙТУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА СТВОРЕННЯ БРЕНДА ОСВІТНЬОЇ ПОСЛУГИ

Котвіцька А. А., Яковлева О. Ю.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

jakovlevaolena@gmail.com

В умовах постійного розвитку інформаційних технологій відбувається і зміна характеру маркетингових комунікацій закладу вищої освіти (ЗВО), у зв'язку з чим одним з напрямків підвищення конкурентоспроможності закладу, ефективних засобів просування освітніх послуг та формування стратегії брендингу є on-line-комунікації.

Web-сайт ЗВО є його візитівкою для цільових аудиторій, а саме: абітурієнтів та їх батьків, здобувачів вищої освіти, роботодавців, органів влади, засобів масової інформації, партнерів, інших закладів освіти та інших груп громадськості.

За результатами моніторингу відкритості веб-сайтів закладів вищої фармацевтичної та медичної освіти України, НФаУ посідає 2, як і серед харківських ЗВО, і 15 місце серед ЗВО України, рівень відкритості його сайту становить 49,53%.

Вивчення думок абітурієнтів свідчать, що серед джерел отримання інформації про ЗВО перше місце посідає офіційний сайт університету, друге місце – загальноукраїнські освітні інтернет-портали та івенти, які організовує заклад для потенційних абітурієнтів. Але, незважаючи на те, що більшість опитаних респондентів отримали інформацію про заклад з його сайту, їм бракувало інформації про зміст навчальних програм, курсів та їх тривалість, систему оцінювання (33,0% респондентів), перспективи працевлаштування (27,0% респондентів), практику під час навчання (25,3% респондентів) тощо. Як видно, інформації, представлені на сайті, є достатньо для вибору закладу, але не достатньо для визначення його пріоритетів та переваг.

На підставі проведених досліджень також встановлено, що користувачі мережі Internet цінують достовірність та повноту інформації, яку вони отримують, тому інформаційне наповнення сайту є суттєвою характеристикою позитивного іміджу ЗВО і сприяє довірі цільової аудиторії до нього.

Узагальнення результатів анкетування та аналізу веб-сайті ЗВО дозволило розробити певні рекомендації щодо удосконалення інформаційного наповнення сайту, а саме: своєчасне оновлення інформації (застаріла інформація викликає негативне ставлення цільової аудиторії закладу); активізація співпраці з засобами масової інформації та публікація досягнень закладу, інтерв'ю тощо; забезпечення на веб-сайті зворотнього зв'язку з відвідувачами (дозволяє визначати загальне ставлення цільової аудиторії до закладу освіти, його репутації на ринку тощо).

Отже, підводячи підсумки можна зробити висновок, що web-сайт є одним з перспективних напрямків покращення позиціонування ЗВО, інформування цільових аудиторій та сприяння їх позитивному ставленню до закладу та переконання його в стабільності й надійності.