

Н. Н. Максименя

**ИНТЕРНЕТ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ КАК КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ
С ВНЕШНЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ
(на примере УВО)**

Интернет-сайт организации является одним из первых источников информации о компании, ее продукте или услуге, который потребители встречают в сети. Сегодня корпоративный сайт – это не только способ стимулирования сбыта и роста продаж, но и главный инструмент, формирующий имидж компании, повышающий ее узнаваемость и способствующий установлению эффективной коммуникации с целевыми аудиториями (ЦА).

В настоящее время все образовательные учреждения, включая учреждения высшего образования (УВО), являются субъектами как рынка образовательных услуг, так и рынка труда. Это ведет к необходимости задействовать те каналы коммуникации, которые позволяют рассказать о них как можно большему количеству групп стейкхолдеров. В эпоху цифровизации интернет-сайт компании становится ключевым инструментом ее взаимодействия с внешней аудиторией. Если для многих компаний сайт – это «витрина» бизнеса в Интернете, то для УВО это, в первую очередь, «лицо» университета, платформа для привлечения абитуриентов, партнёров, работодателей и международного сообщества. Все УВО Республики Беларусь

активно используют собственные веб-ресурсы для укрепления позиций в образовательном пространстве. Проанализируем роль сайтов учреждений образования как канала коммуникации, их эффективность и перспективы развития на примере белорусских УВО.

Среди основных функций, которые выполняют сайты вузов в коммуникации с внешними целевыми аудиториями следует отметить, прежде всего, информационную. Основная задача сайта любой организации – предоставление актуальной и достоверной информации о себе. Сайт УВО служит основным источником информации для абитуриентов, их родителей, организаций-заказчиков кадров, вузов-партнеров. Здесь публикуется общая информация об истории вуза, структуре управления, его миссия и ценности. Также на сайте УВО размещаются данные об образовательных программах, описание учебных курсов и дисциплин, специализаций и профилизаций, условия поступления, информация о преподавателях, их квалификации и научных достижениях. Некоторые вузы размещают на сайтах информацию об учебных планах специальностей. Описание научной деятельности УВО содержит сведения о конференциях, публикациях, научных школах и научных исследованиях.

Так, например, сайт МГЛУ содержит всю вышеперечисленную информацию в блоках и рубриках «Университет», «Образование», «Наука». МГЛУ, БГУ и многие другие вузы размещают на своих сайтах подробные разделы для иностранных студентов, включая инструкции по визовому оформлению и проживанию.

Помимо этого, одной из важнейших функций, которые выполняет сайт, является формирование имиджа УВО, поскольку дизайн, структура и контент сайта формируют восприятие вуза в целом. Современный интерфейс, фотографии из учебных корпусов и общежитий, истории успеха выпускников (сайт БНТУ) подчёркивают престиж и инновационность. Не менее важной представляется функция обратной связи, которая обеспечивает интерактивный характер взаимодействия с ЦА и обратную связь. Онлайн-формы заявок, возможность связаться с администрацией через форму обратной связи, онлайн-чаты с приёмной комиссией (сайт БГЭУ), подписки на рассылки упрощают процесс коммуникации. Важна также возможность оставить отзыв или задать вопрос, что способствует возрастанию доверия со стороны внешней целевой аудитории. Существенную роль в реализации функции обратной связи играет интеграция с социальными сетями УВО, которая позволяет расширить аудиторию и повысить ее вовлеченность.

Для выполнения своих функций Интернет-сайт УВО должен быть информативным, удобным и привлекательным для пользователей. Представляется целесообразным рассмотреть ключевые характеристики эффективного сайта. Во-первых, его доступность и удобство пользования для всех категорий посетителей сайта. Эти характеристики достигаются за счет удобной (интуитивной) навигации, четкой структуры сайта, наличия поиска,

понятных разделов/блоков/рубрик. Обязательна адаптация Интернет-сайта под мобильные устройства, так как большое количество пользователей заходят на сайт с помощью смартфонов и других гаджетов. Сайт МГЛУ является одним из самых посещаемых среди белорусских вузов. Он отличается удобной навигацией, информативностью и высокой скоростью загрузки. Особое внимание уделено разделу «Образование», который свою очередь содержит блоки «Общее высшее образование», «Магистратура», «Аспирантура и докторантура», «Дополнительное образование взрослых» и др., где можно найти всю необходимую информацию. Также на сайте представлены разделы, посвященные научной деятельности, международному сотрудничеству и студенческой жизни.

Во-вторых, актуальность размещаемого на сайте контента, а именно регулярное обновление новостей, анонсов, научных достижений. Так, например, разделы «Новости» на сайте МГЛУ и «События» на сайте БГУ усиливают внимание и вызывают интерес аудитории. Еще одной ключевой характеристикой эффективного Интернет-сайта УВО выступает мультязыковая поддержка. Для привлечения иностранных студентов сайты большинства белорусских вузов доступны на двух государственных языках, английском и китайском языках. Наконец, существенной характеристикой эффективного сайта является интеграция мультимедийных технологий, объединяющих комбинированные виды контента: графику, видео, аудио, изображения и др. Виртуальные туры по студенческому городку, учебным корпусам и аудиториям, видеопрезентации факультетов и онлайн-вебинары повышают вовлеченность ЦА и приводят к росту посещаемости сайта. Сайт БНТУ является примером успешного использования мультимедийного контента. Здесь можно найти множество видео, фотографий и интерактивных элементов, которые делают сайт более привлекательным и информативным.

Среди потенциальных проблем и ограничений в функционировании сайтов УВО следует отметить киберриски и, как следствие, необходимость защиты персональных данных, устаревший дизайн и медленную загрузку Интернет страниц, недостаток персонализации и геймификации, а именно отсутствие рекомендаций программ на основе интересов пользователя, интерактивные квесты для знакомства с вузом и т.п. Для максимально эффективной работы Интернет-сайтов УВО необходимо регулярно обновлять контент, внедрять новые технологии и ориентироваться на потребности ЦА. Также стоит уделять больше внимания цифровой трансформации, чтобы укреплять связи с глобальным образовательным сообществом и оставаться актуальными в эпоху цифровизации.

Таким образом, если еще 20 лет назад Интернет-сайт УВО был скорее имиджевым атрибутом, то в настоящее время это не только визитная карточка учреждения образования, а динамичный канал коммуникации с внешней целевой аудиторией, влияющий на репутацию и конкурентоспособность.