

## ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ З ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ОБРАЗУ ВНЗ

© Пелецишин Андрій, Корж Роман, Трач Ольга, 2015

Розглянуто методи та засоби реалізації заходів та етапів формування цілісного інформаційного образу вищого навчального закладу, а саме таких етапів: планування входження в генератори, підготовка інформаційного ресурсу, входження в генератори, стаціонарна інформаційна діяльність, комплексна верифікація результатів. Описано цикли та алгоритм, що є ключовими для якісного та ефективного виконання робіт підрозділами для формування інформаційного образу ВНЗ.

**Ключові слова:** вищий навчальний заклад, інформаційна діяльність, інформаційний образ, інтернет-маркетинг.

**In the article the methods and means of implementing measures and stages of building a single information image of the university, namely the following steps: planning entry into the generators, training information resource, entering the generators, stationary information activities, comprehensive verification of the results. Describes the cycles and the algorithm that are key to qualitative and effective execution of work units for forming the information image of the university.**

**Key words:** university, information activities, information image, Internet marketing.

### Вступ

Інформаційний образ ВНЗ може формуватися природно, без втручання ВНЗ у процес. Проте серед інших недоліків пасивність ВНЗ також відображається і на цілісності образу. Цілісним вважатимемо образ ВНЗ, в якому наявні компоненти для кожного підрозділу ВНЗ, який має інформаційний потенціал. Тобто в цілісному образі ВНЗ відсутні прогалини щодо певних напрямків діяльності ВНЗ.

Процес формування цілісного інформаційного образу ВНЗ має багатоетапний неперервний характер, у якому задіяні підрозділи, що власне здійснюють інформаційну діяльність у спільнотах, і адміністрація, яка здійснює управління процесом та технічні і комунікативні служби підтримки процесу.

### Постановка проблеми

Незважаючи на особливості кожного ВНЗ, на характер процесу та зміст кожного з етапів формування цілісного інформаційного образу впливають фактори (загальні характеристики ВНЗ, забезпеченість ВНЗ кваліфікованими кадрами, загальна наявна суспільна думка щодо ВНЗ тощо). Тому необхідно розглянути методи та засоби реалізації кожного з етапів, оскільки можливими є різні сценарії та стратегії реалізації загального алгоритму етапів формування цілісного інформаційного образу ВНЗ.

### Аналіз останніх досліджень публікацій

Розглянутий етап формування структури системи соціально-інформаційних інтерфейсів у [1], де визначено поняття соціально-інформаційного інтерфейсу та виділено стратегії інформаційної діяльності вищого навчального закладу в соціальних середовищах Інтернету.

У статті [2, 3] запропоновано модель життєвого циклу Web-контенту в системах електронної комерції. Запропонована модель описує процеси опрацювання інформаційних ресурсів у системах електронної контент-комерції та спрощує технологію автоматизації формування, управління та реалізації контенту.

У [4] автори визначили етапи інформаційно-аналітичного дослідження на базі інтернет-контенту.

До генераторів інформаційного образу ВНЗ належать віртуальні спільноти, тому необхідно розглянути уже існуючі життєві цикли з суміжних галузей знань. Враховуючи загальні відомості про віртуальні спільноти, необхідно аналізувати такі типи життєвих циклів: продуктів, управління проектами та інвестиційні проекти (з погляду маркетингу).

Особливість життєвого циклу продукту полягає в тому, що його концепція об'єднує маркетингові стратегії та тактику ринкової поведінки. Від особливості товару залежить його життєвий цикл. Проте загальний опис життєвого циклу товару складається з п'яти етапів: дослідження і розроблення товару; впровадження; збільшення обсягу продажу; зрілість; спад [5].

У концепції життєвого циклу у [6] мають місце безліч маркетингових характеристик (конкурентноспроможність, місце, реклама, ціна тощо), які орієнтуються на особливість товару та споживачів. Приділяється велика увага етапам управління технологіями та знаннями та розвитку нових продуктів, інновації технологічного процесу і підробки та імітації.

Також варто розглянути життєві цикли інвестиційного проекту. Програма промислового розвитку ООН (UNIDO) запропонувала своє бачення проекту як циклу, що активно застосовується в практиці проектного аналізу. Життєвий цикл проекту складається з трьох окремих фаз: передінвестиційної; інвестиційної; експлуатаційної. Ці фази, своєю чергою, розгалужуються на стадії. У такий спосіб передінвестиційна фаза об'єднує такі стадії: преідентифікація; ідентифікація; підготовка; розробка та експертиза; детальне проектування. До інвестиційної стадії належать такі фази: підготовка і проведення тендерів; інженерно-технічне проектування; будівництво; виробничий маркетинг; навчання персоналу. Фаза експлуатації: здача в експлуатацію (є граничною між інвестиційною та експлуатаційною фазами, тому може перебувати і в тій, і в іншій); виробнича експлуатація; заміна та оновлення; розширення та інновації; заключна оцінка проекту [7].

З погляду управління проекту методологія управління проектами – МРММ™ (Project Management Life Cycle), яка описує етапи управління життєвого циклу проекту у деталях, містить набір шаблонів та прикладів. Project Management Life Cycle описує чотири етапи життєвого циклу: ініціювання проекту, планування проекту, виконання проекту, закриття проекту [8].

У [9] описано етапи життєвого циклу керування проектом, а саме: планування проекту, планування етапу, управління етапом, завершення етапу, завершення проекту. Та охарактеризовано процеси для якісного та ефективного управління проектом: управління проектом та представлення звітів, управління роботою, управління ресурсами, управління якістю, управління конфігурацією.

### **Ціль та задачі дослідження**

Метою роботи є розглянути методи та засоби реалізації таких етапів формування цілісного інформаційного образу, як:

- планування входження в генератори;
- підготовка інформаційного ресурсу;
- входження в генератори;
- стаціонарна інформаційна діяльність;
- комплексна верифікація результатів.

Для досягнення поставленої мети необхідно дати коротку характеристику кожного з етапів. Також навести та схематично зобразити типову послідовність кроків структури циклів відповідно до зазначених етапів. На етапі входження в генератори зобразити алгоритм входження підрозділу у генератор.

## Система організаційних заходів з формування цілісного інформаційного образу ВНЗ

Незважаючи на особливості кожного ВНЗ, їх підрозділів, що здійснюють інформаційну діяльність, технічні та комунікативні служби підтримки управління процесів, у процесі формування цілісного ІО виділимо основні етапи:

- 1) формування каталогу підрозділів ВНЗ, що здійснюють ІД;
- 2) формування тематичного опису ВНЗ як сукупності підрозділів;
- 3) формування комплексного реєстру інформаційного образу ВНЗ;
- 4) пошук та ідентифікація генераторів ІО;
- 5) планування входження в генератори;
- 6) підготовка інформаційного ресурсу;
- 7) входження в генератори;
- 8) стаціонарна інформаційна діяльність;
- 9) комплексна верифікація результатів [10, 11].

Можливими є різні сценарії реалізації кожного з етапів, та, відповідно, стратегії реалізації цього загального алгоритму. Кожен з етапів є трудомістким, тому важливим завданням є часткова автоматизація для підвищення якості проміжного результату та зменшення рутинних дій.

### Планування входження підрозділів ВНЗ у генератори інформаційного образу

Наступним етапом формування інформаційного образу є планування входження підрозділів у генератори ІО. Тобто розроблення конкретного плану дій щодо реєстрації та початкових кроків у спільноті представників підрозділу.

На цьому етапі повинні бути проаналізовані уже попередньо визначені характеристики генераторів практично усіх груп. Згідно з результатами аналізу повинне бути прийняте рішення щодо технологічних, інформаційних та комунікаційних аспектів діяльності у спільноті протягом певного часу (на практиці до одного місяця), з метою набуття представниками належного авторитету та статусу у спільноті та проходження певної адаптації до комунікативних особливостей спільноти.

Типову послідовність кроків етапу наведено на рис. 1.

**Визначення відповідальних осіб** передбачає вибір з числа колективу осіб, яким найближчою є стилістика спілкування у спільноті та її демографічні характеристики (аналізуються характеристики спільнот групи *DC*).

**Визначення методів персоніфікації** передбачає вибір електронної пошти, що буде використовуватися під час реєстрації, імен користувачів для роботи у спільноті, інших атрибутів, таких як: підпис, аватара тощо [12, 13].

**Визначення комунікативних процедур** передбачає підготовку вітального повідомлення, змісту перших повідомлень, де представник підрозділу має розкрити мету своєї активності у спільноті та її узгодження зі спільнотою.

**Визначення точок входження в генератор** полягає в ідентифікації дискусій, у які в формі коментарів доцільно розмістити перші представницькі та інформаційні дописи від підрозділу. Якщо входження планується робити у формі створення нової дискусії чи статті (на практиці це не рекомендується), то визначається розділ спільноти, назва дискусії, ключові терміни тощо.

**Визначення ресурсу для початкового входження в генератор** передбачає вибір з наявних на підрозділі інформаційних ресурсів тих, які є оптимальні для розміщення у вибраних точках входження.



Рис. 1. Планування входження у генератор

## Етап підготовки інформаційного ресурсу

Останнім етапом перед початком активної діяльності ВНЗ у соціальних середовищах є етап підготовки інформаційного ресурсу. Наявний і облікований у ВНЗ інформаційний потенціал проходить процедуру технічної та стилістичної підготовки до розміщення в спільнотах. Основні кроки етапу наведено на рис. 2. Етап виконується підрозділами ВНЗ, які за необхідності отримують технічну підтримку від ІТ-служб.

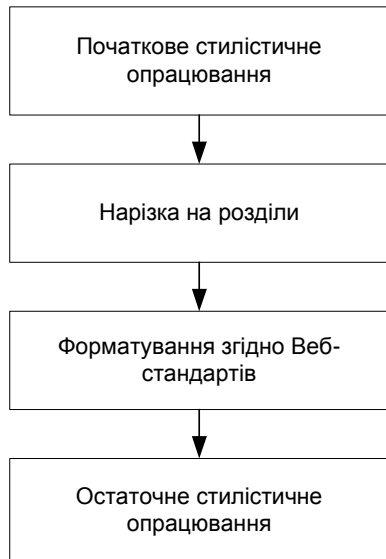


Рис. 2. Підготовка інформаційного ресурсу

Усі кроки цього етапу є трудомісткими та вимагають і значних людських ресурсів, і використання програмного забезпечення.

**Початкове стилістичне опрацювання** передбачає доведення текстів та ілюстрацій інформаційного потенціалу до стилю подання, що є прийнятний для онлайн-спільнот. Серед заходів ключовими є:

- 1) формування анонсів і коротких описів;
- 2) спрощення викладення матеріалу;
- 3) мінімізація використання спеціалізованої термінології;
- 4) адаптація змісту до реальних інформаційних потреб учасників спільнот.

**Нарізка на розділи** полягає у поділі текстів на достатньо дрібні, проте змістовно цілісні фрагменти. Необхідність такого поділу викликана усталеною традицією, згідно з якою типові повідомлення в онлайн-спільнотах не повинні перевищувати 2–4 тисяч знаків. Окрім безпосереднього поділу на фрагменти, у тексти також потрібно вносити елементи системи навігації між фрагментами у стилі «дивись також», «попередній», «наступний», «початок», «зміст» (остаточно система навігації визначається під час публікації матеріалів). Важливо також під час поділу передбачати можливість автономної публікації одного або невеликої групи фрагментів.

**Форматування згідно з Веб-стандартами** передбачає приведення текстів до стандартів однієї з мов гіпертекстової розмітки – HTML (з мінімальним набором тегів), Wiki-розмітки або BBCode. Використання спеціалізованого ПЗ для виконання цього завдання є вкрай доцільним, але за умови його налаштування на обмежений набір тегів [14].

Окрім текстів, форматування потребують ілюстративні фото та відео. Їх необхідно привести до усталених мультимедійних форматів та зменшити розміри до прийнятних для використання онлайн. Векторні зображення повинні бути конвертовані у растрові.

**Остаточне стилістичне опрацювання** є необхідним з огляду на зміни у текстах, що відбулися після поділу та форматування. Зокрема в текстах повинні бути виправлені початок та кінець фрагменту для їхньої автономності, позначені переходи на мультимедія-контент тощо.

## Входження в генератори, реалізація системи соціально-інформаційних інтерфейсів

Входження в генератори є першим етапом активної діяльності підрозділів ВНЗ у онлайн-спільнотах. Етап є обмежений у часі доволі короткими термінами (на практиці 1–2 місяці), проте успішність виконання етапу є визначальною для усього подальшого соціально-комунікаційного процесу.

Основними варіантами завершення процесу входження  $Dep_i$  у  $Gen_j$  є:

**успішне** – представників підрозділу позитивно сприймає спільнота, вони отримують певний авторитет серед учасників і здатні їхні задовольняти інформаційні потреби, формуючи навзаєм позитивний образ ВНЗ;

**нейтральне** – представники ВНЗ нейтрально сприймаються спільнотою, не отримують додаткового авторитету як фахівці, не викликають у учасників бажання звертатися з інформаційними запитами, проте можуть вільно розміщати коментарі та започатковувати дискусії на основі якісних наявних ресурсів;

**негативне** – представники ВНЗ негативно сприймаються спільнотою, отримують критику з боку учасників і у бік матеріалів, і в бік персоналій, будь-яка подальша діяльність лише призводить до формування негативного образу ВНЗ.

У разі отримання істотних негативних результатів необхідним є вихід з онлайн-спільноти, аналіз причин, що спричинили ситуацію, та взяття певного тайм-ауту для повторного входження. Негативне входження доцільно розглядати адміністрацією як надзвичайну ситуацію, яка крім іншого може бути ознакою недостатньої компетентності працівників підрозділу.

Алгоритм входження підрозділу  $Dep_i$  у генератор  $Gen_j$  наведено на рис. 3.

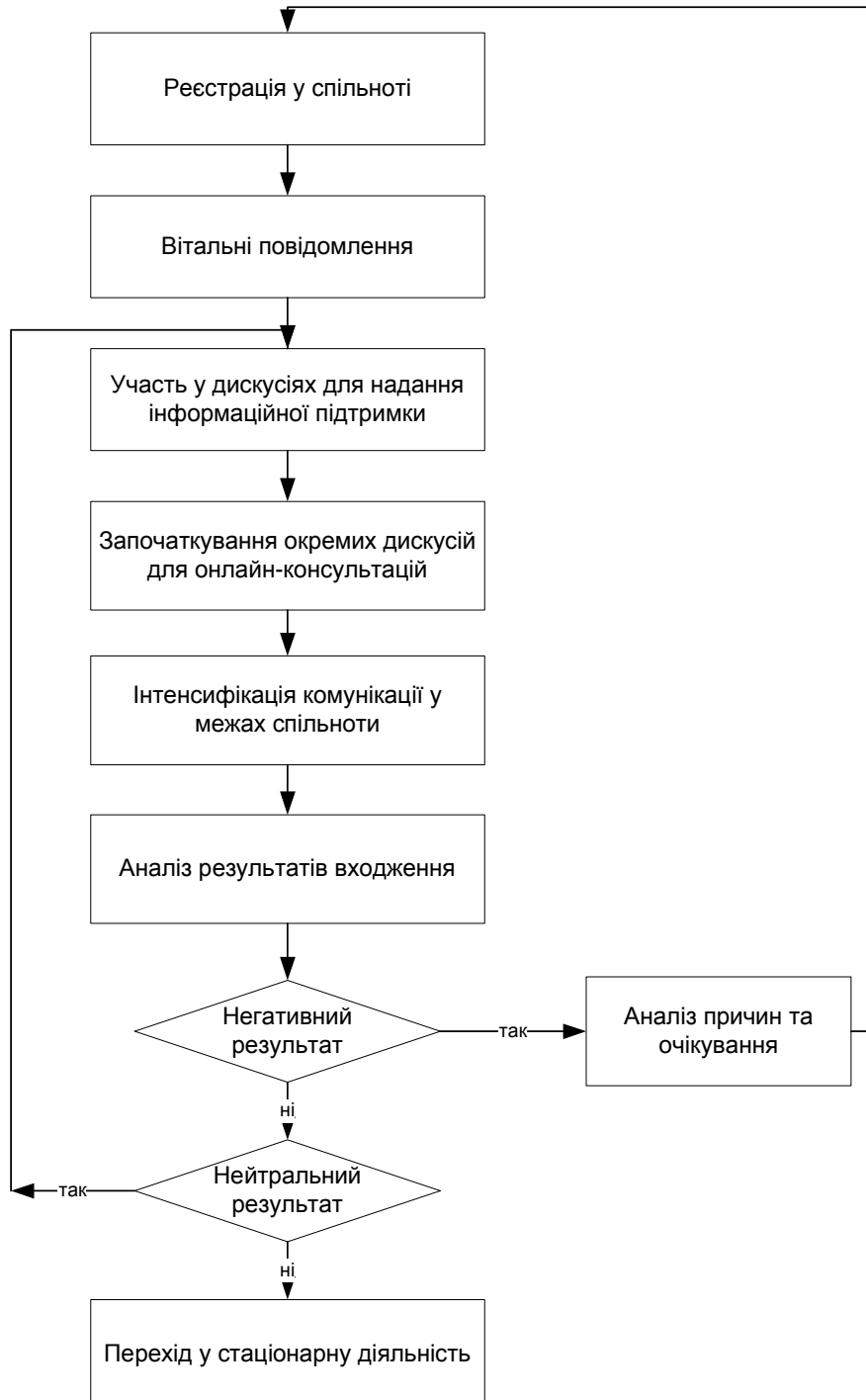


Рис. 3. Входження підрозділу у генератор ІО ВНЗ

Входження усіх підрозділів у визначені для них на етапі генератори є реалізацією системи соціально-інформаційних інтерфейсів ВНЗ, через які здійснюється стаціонарна інформаційна діяльність та комунікація ВНЗ з соціальними середовищами Інтернету [15].

### Стаціонарна інформаційна діяльність

Етап стаціонарної інформаційної діяльності є головним «продукуючим» етапом у формуванні ІО ВНЗ. За своєю тривалістю він значно переважає усі інші етапи, які фактично виконують підготовку для нього. На цьому етапі підрозділи в штатному режимі здійснюють комунікацію у межах онлайн-спільнот, формуючи у діалозі з іншими учасниками елементи ІО ВНЗ. Структурно цей етап виглядає як цикл з короткотермінових послідовностей кроків. Рекомендована частота циклу не менше ніж один раз на тиждень, проте збільшення частоти є завжди бажаним і обмежується лише ресурсами та ентузіазмом працівників підрозділу.

Переривання циклу є необхідним лише за умови виявлення надзвичайних ситуацій:

- 1) ідентифікації цілеспрямованої атаки на дискредитацію ВНЗ;
- 2) неправильних дій працівника, що призводить до систематичної негативної реакції спільноти.

У першому випадку необхідним є комплекс заходів для системного захисту ІО ВНЗ, що виходить за межі стаціонарної діяльності. У другому – стаціонарна діяльність припиняється, здійснюється повернення на попередній етап за сценарієм «негативний» [16].

Структуру циклу, що здійснює представник підрозділу у генераторі, наведено на рис. 4.

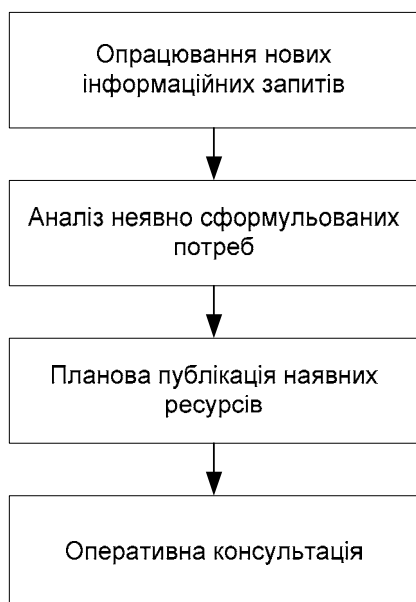


Рис. 4. Цикл оперативних дій у стаціонарній діяльності

**Опрацювання нових інформаційних запитів** полягає в перегляді нових дописувань користувачів, у яких явно сформульована інформаційна потреба та існує адресація до представника ВНЗ. Такі запити обов'язкового повинні бути розглянуті і на них має бути дана компетентна відповідь. Існування адресованих запитів без відповіді більше ніж 2–3 дні стає негативним елементом інформаційного образу [17].

**Аналіз неявно сформульованих потреб** передбачає виявлення в нових дописуваннях непрямо сформульованих потреб або запитів, що не є адресованими фахівцем ВНЗ, проте відповідь на них у ВНЗ можна ефективно дати. Крім того, аналізу підлягають відповіді інших учасників – на предмет наявності в них помилкової чи застарілої інформації. Уточнення та виправлення таких матеріалів є важливим елементом діяльності фахівця в спільноті. Якісний аналіз та задоволення неявно сформульованих потреб є найефективнішим інструментом формування іміджу фахівця для представника ВНЗ, і відповідно, позитивного ІО ВНЗ загалом.

**Планова публікація наявних ресурсів** дозволяє заповнити тематичні прогалини, що наявні у контенті, створеному в спільноті. Як правило, така публікація оформляється як започаткування нової дискусії. Бажаним є вказання мети такої публікації, означення аудиторії, котрій вона буде корисна. Кожна така дискусія в перспективі може генерувати нові інформаційні запити, які повинен опрацьовувати представник підрозділу. Пріоритетність планової публікації є нижчою, ніж попередніх кроків, тому у разі браку часу саме цей крок пропускається першим. Недопустимою є також публікація ресурсів без попереднього аналізу потреб – у випадку, якщо тема вже обговорюється в інших дискусіях, автор може отримати зауваження за порушення мережевої етики.

**Оперативна консультація** надається у відповіді на уточнювальне питання, що може виникати у дискусії. Оптимальним є миттєве реагування на такі питання, тому цей крок доцільно виконувати кілька разів протягом одного циклу (за можливості), або здійснювати через певний проміжок часу (2–4 год) від попередніх кроків – щоби дати можливість користувачам поставити

уточнювальні запитання. Оперативна консультація створює для представника ВНЗ імідж неформального, «живого» фахівця, що щиро прагне допомогти, і в такий спосіб значно покращує результати його діяльності.

Основними методами оперативної консультації є:

- 1) публікація матеріалу з існуючого інформаційного ресурсу – фактично публікується стаття на тему, що цікавить учасників спільноти;
- 2) коротка консультація у формі лаконічної (кілька фраз) відповіді – виправляє або уточнює викладені раніше в дискусії думки;
- 3) відсилання до онлайн-ресурсу – за умови, якщо це не суперечить правилам спільноти.

### Комплексна верифікація результатів

На етапі комплексної верифікації результатів здійснюється перевірка ефективності інформаційної діяльності та показників сформованого інформаційного образу. За результатами верифікації завершується один генеральний цикл інформаційної діяльності ВНЗ та здійснюється перехід на початкові етапи для уточнення або повного реформування існуючої схеми інформаційної діяльності. Структуру циклу наведено на рис. 5.

**Виявлення елементів ІО ВНЗ** полягає в формуванні реєстру дискусій, які входять в інформаційний образ (де обговорюється діяльність ВНЗ) та здійснюється за допомогою:

- 1) обліку дискусій, де діють представники підрозділів у закріплених за ними генераторах;
- 2) пошуку дискусій, у яких здійснюється обговорення ВНЗ без участі представників ВНЗ.

Оцінка елементів ІО ВНЗ для кожної дискусії об'єднує:

- 3) оцінку тональності дискусії у контексті комунікативної діяльності представника ВНЗ;
- 4) оцінку тональності дискусії у контексті оцінки діяльності ВНЗ.

**Оцінювати тональність** доцільно з використанням спеціалізованого ПЗ класів opinion та sentiment analyse [18, 19]. Проте високий рівень автоматизації сьогодні є недоступним через ускладнене виявлення контексту тональності. Проте наперед визначені тональності дозволяють значною мірою зменшити рутинну працю операторів.

**Аналіз тематичних прогалин** потрібен для виявлення недостатньо розкритих тематик ВНЗ у межах його інформаційного образу. Недостатньо розкритими вважатимемо тематики, у яких:

- 1) відсутні елементи ІО за часто вживаними термінами;
- 2) наявні дискусії незначною мірою розкривають питання, що обговорюються.

Першу ознаку тематичних прогалин сьогодні можливо реалізувати за допомогою автоматизації пошуку по онлайн-спільнотах. Друга ознака може бути виявлена лише під час детальнішого аналізу фахівцем. Тому її доцільно застосовувати вибірково (для найпопулярніших термінів у кожній тематиці для орієнтовно 10 % дискусій).

**Аналіз прогалин у середовищі** потрібен для виявлення релевантних онлайн-спільнот з високим рівнем важливості, у яких ВНЗ не здійснює інформаційну діяльність. Основними причинами таких прогалин є:

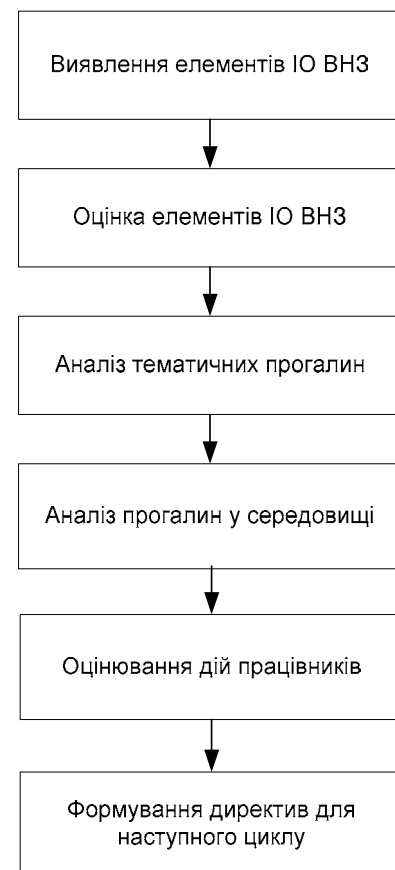


Рис. 5. Етап комплексної верифікації результатів

- 1) упущення в роботі підрозділів (невиконані доручення з входження і діяльності в генераторі) – необхідними є адміністративні заходи до підрозділу;
- 2) поява нових важливих спільнот – необхідний аналіз та нове перепризначення зон відповідальності.

Аналіз прогаєлин реалізовується за допомогою автоматизації пошуку по онлайн-спільнотах (див. вище). Фактично пошук спільнот уже здійснено на попередньому кроці, а на цьому кроці здійснюється перевірка наявності в спільнотах представників ВНЗ.

**Оцінювання дій працівників** – здійснює адміністрація ВНЗ (PR-підрозділом). Враховуючи велику кількість матеріалів, які можна перевіряти, оцінювати можна вибірково. Окремі аспекти можна оцінювати автоматизовано, за допомогою ПЗ класу opinion mining та sentiment analysis [20]. Робота аналізується у таких напрямках:

- 1) продуктивність подання матеріалу – оцінка частки інформаційного потенціалу, що трансформується в образ (оцінюється працездатність виконавця);
- 2) інформаційна ефективність – цінність консультацій для спільноти, їхня точність, повнота та якість (оцінюється компетентність виконавця);
- 3) комунікативна ефективність – рівень сприйняття спільнотою дописувача, відсутність негативних оцінок його дій (оцінюється здатність виконавця до публічного спілкування).

Результат оцінювання є підставою для формування директив щодо зміни виконавців чи підвищення їхньої кваліфікації (у разі низьких оцінок) або ж їхнього відзначення і преміювання у разі високих.

**Формування директив для наступного циклу** – визначає характер дій ВНЗ на початкових етапах нового циклу. Директиви стосуються кожного з етапів окремо, і доповнюють вхідну інформацію з попереднього етапу.

Визначимо такі три класи директив:

- 1) уточнення – необхідність детальнішого опрацювання певного напрямку чи завдання (наприклад звуження переліку термінів для певної тематики);
- 2) модифікація – необхідність у зміні окремих частин завдань зі збереженням завдання взагалі (наприклад зміна термінів для тематики у зв'язку з оновленням технологій);
- 3) усунення – вилучення окремих завдань чи їхніх частин (приклад: вилучення спільноти з множини генераторів у зв'язку з її деградацією, вилучення тематики у зв'язку з втратою її суспільного значення) [21].

## Висновки

У статті подано короткий опис кожного з етапів, а саме: планування входження в генератори – на цьому етапі формують план конкретних заходів щодо формування інформаційного образу; підготовка інформаційного ресурсу – що є проміжним етапом, на якому здійснюються заходи з доведення існуючого на підрозділах потенціалу до стану готовності для розміщення в соціальних середовищах; входження в генератори – що є ключовим етапом з організації комунікаційної діяльності ВНЗ; стаціонарна інформаційна діяльність – діяльність на цьому етапі здійснюється згідно з розподілом соціально-інформаційних інтерфейсів; комплексна верифікація результатів – що є завершальним етапом одного генерального циклу інформаційної діяльності ВНЗ. Наведено типову послідовність циклу кроків реалізації етапів, а саме: планування входження в генератори, підготовка інформаційного ресурсу, стаціонарна інформаційна діяльність, комплексна верифікація результатів. На етапі входження в генератори представлена реалізація системи соціально інформаційних інтерфейсів, через які здійснюється стаціонарна інформаційна діяльність та комунікація ВНЗ з соціальними середовищами Інтернету та наведений алгоритм входження підрозділу у генератор. Характеристики цих циклів та алгоритму є ключовими для якісного та ефективного виконання робіт підрозділами на етапах формування цілісного інформаційного образу ВНЗ.

## Література

1. Пелецишин А. М. Формування структури соціально-інформаційних інтерфейсів як вирішення задачі про призначення відповідальності / А. М. Пелецишин, Р. О. Корж // *Восточно-Европейский журнал передовых технологий*. – 2015. – № 1(2). – С. 17–23.
2. Висоцька В. А. Моделювання етапів



життєвого циклу комерційного web-контенту / В. А. Висоцька, Л. Б. Чирун, Л. В. Чирун // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка". – 2011. – № 715 : Інформаційні системи та мережі. – С. 69–87.

3. Висоцька В. А. Формальні моделі етапів життєвого циклу WEB-контенту [Текст] / В. А. Висоцька, Л. Б. Чирун, Л. В. Чирун // Наукові праці Чорноморського держ. Університету ім. П. Могили : Комп'ютерні технології. – 2011. – Вип. 148, Том 160. – С. 107–113.

4. Додонов А. Г. Методика аналітичного дослідження динаміки подій на основі моніторингу веб-ресурсів мережі Інтернет / А. Г. Додонов, Д. В. Ландэ // Информационные технологии и безопасность: основы обеспечения информационной безопасности: Материалы международной научной конференции ИТБ-2014. – К.: ИПРИ НАН Украины, 2014. – С. 3–17.

5. Ляхта О. Життєвий цикл товару [Текст] / О.Ляхта // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 1(26). – С. 79–84.

6. Paul Trott Innovation Management and New Product Development / Paul Trott // Financial Times Press. – 2012. P. 648.

7. Верба В. А. Проектний аналіз : підручник / В. А. Верба, О. А. Загородніх // Київський національний економічний ун-т. – К. : КНЕУ, 2000. – С. 322.

8. Project Management Methodology [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.pmtm.com/> (дата звернення: 16.07.2015 р.). – Назва з екрана.

9. Корячко В. Процессы и задачи управления проектами информационных систем. Учебное пособие / В. Корячко, А. Таганов // Горячая Линия – Телеком. 2014. – 376 с.

10. Пелецишин А. М. Дослідження етапів формування цілісного інформаційного образу ВНЗ / А. М. Пелецишин, Р. О. Корж // Управління розвитком складних систем : зб. наук. пр. / Київський нац. університет будівництва і архітектури. – К., 2014. – С. 127–132.

11. Корж Р. О. Етапи формування цілісного інформаційного образу ВНЗ та їхня характеристика / Р. О. Корж, А. М. Пелецишин // Інформація, комунікація, суспільство 2014 : матеріали 3-ї Міжнар. наук. конф. ІКС – 2014, 21–24 трав. 2014 р., Україна, Львів, Славське / М-во освіти і науки України, Нац. ун-т «Львівська політехніка». – Львів, 2014.

12. Березко О. Оцінка рівня персоніфікованості користувачького інформаційного наповнення / Олександр Березко // Комп'ютерні науки та інженерія (CSE-2010) : матеріали IV Міжнар. конф. мол. вчених, 25–27 лист. 2010. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2010. – С. 398–399.

13. Березко О. Л. Алгоритм активної реферальної персоніфікації інформаційного наповнення World Wide Web / О. Л. Березко // Науковий вісник Нац. лісотехн. ун-ту України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України, 2010. – Вип. 20.4. – С. 281–285.

14. Lane J. Foundation Website Creation with CSS, XHTML, and JavaScript / Jonathan Lane, Meitar Moscovitz, Joseph R. Lewis // Friends of ED, 2012. P. 334.

15. du Preez M. Web-based learning solutions for communities of practice: developing virtual environments for social and pedagogical advancement / M. du Preez // Online Information Review. – 2010. – Vol. 34, Issue 3. – P. 511–512.

16. Тимовчак-Максимець О. Ю. Розроблення формалізованих запитів для виявлення веб-форумів та дискусій // О. Ю. Тимовчак-Максимець, А. М. Пелецишин // Вісник Національного авіаційного університету. – К., 2012. – № 1 (50) 2012. – С. 106–111.

17. Берко А. Моделювання процесів опрацювання інформаційних ресурсів у системах електронної контент-комерції / А. Берко, В. Висоцька, Л. Чирун // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка". – 2013. – № 771 : Комп'ютерні науки та інформаційні технології. – С. 126–135.

18. Romaniuk A. Named-entity recognition for sentiment analysis of ukrainian reviews / A. Romaniuk, M. Romanushyn // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2013. – № 777 : Комп'ютерні системи проектування. Теорія і практика. – С. 83–86.

19. Юсупова Н. И. Алгоритмическое и программное обеспечение для анализа тональности текстовых сообщений с использованием машинного обучения / Н. И. Юсупова, Д. Р. Богданова, М. В. Бойко // Вестник УГАТУ. – 2012. – Т. 16, № 6(51). – С. 91–99.

20. Pang B., Lee L. Opinion Mining and Sentiment Analysis / B. Pang, L. Lee // Foundations and Trends in Information Retrieval. – Vol. 2, Nos. 1–2. – 2008. –135 p.

21. Лебедева Н. Информационно-коммуникационные технологии в вузе : монография / Н. Лебедева. LAP Lambert Academic Publishing. – 2014. – 156 с.

## STUDY OF THE SYSTEM OF ORGANIZATIONAL MEASURES FOR THE FORMATION OF THE INFORMATION IMAGE OF THE UNIVERSITY

The information image of the university can be formed naturally, without the intervention of the university in the process. However, among other drawbacks, the passivity of universities also affects the integrity of the image. Holistic we assume the image of the university, which has components for each division of the university, which has the potential. That is, in the holistic image of the universities there are no spaces on certain activities of the university.

The article considers the methods and means of implementation activities and steps form a comprehensive information image of a higher educational institution, namely the following stages. Planning of entering the generator are forming a plan of specific activities for the formation of the information image. That is developing a specific plan of action for reception and initial steps in the community representatives of the Department, namely: the definition of responsible persons, methods definition of personification, the definition of communicative procedures, identifying the points of entry into the generator, the resource definition for the initial entry into the generator.

Preparation of an information resource that is an intermediate stage in which measures are being taken to bring existing units of potential to a state of readiness for social media. This stage includes the following steps of implementation: initial stylistic processing, cutting into sections is, the formatting according to Web standards, the final style.

Entering the generators is the key stage in the organization of the communication activities of the university. Entering the generators are the first stage of active work units of university in online communities.

Stationary information activity at this stage is carried out in accordance with the distribution of socio-information interfaces comprehensive verification of results, which is the final stage of one cycle of the general information activities of the university. Prompt action in stationary activities are as follows: the study of information requests, analysis of implicitly defined requirements, planned the publication of available resources, operational advice.

Describes a typical sequence of steps cycle, describes the main methods and means, the algorithm of occurrence of the units in generators, and presents the implementation of a system of social information interfaces. The described stages are key for the proper and effective performance of work units for forming the information image of the university.

### References

1. Peleshchyshyn, A. M., Korzh, R. O. (2015). *Formuvannya struktury sotsialno-informatsiynykh interfejsiv yak vyrishennya zadachi pro pryznachennya vidpovidalnosti [The formation of the structure of social and information interfaces as a solution to the problem of assigning responsibility]*. *Vostochno-Evropeyskyy zhurnal peredovykh tekhnolohyy*. – *East-European magazine of advanced technologies*, № 1(2), 17–23.
2. Vysotska, V. A., Chyrun, L. B., Chyrun, L. V. (2011). *Modelyuvannya etapiv zhyttyevoho tsykladu komertsynoho web-kontentu [Modeling the lifecycle of commercial web content]*. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika": Informatsiyni systemy ta merezhi*. – *Bulletin of National University "Lviv Polytechnic". Information systems and networks*, № 715, 69–87.
3. Vysotska, V. A., Chyrun, L. B., Chyrun, L. V. (2011). *Formalni modeli etapiv zhyttyevoho tsykladu WEB-kontentu [A formal model of the stages of the life cycle of WEB content]*. *Naukovi pratsi Chornomorskoho derzh. Universytetu im. P. Mohyly : Komp'yuterni tekhnolohiyi*. – *Scientific works of the black sea state University. P. Graves : Computer technology*, Vyp. 148, Tom 160, 107–113.
4. Dodonov, A.G., Lande, D. V. (2014). *Metodika analiticheskogo issledovaniya dinamiki sobytii na osnove monitoringa veb-resursov seti Internet [Methods analytical studies of the dynamics of event-*

based monitoring of web resources on the Internet]. *Informatsionnyye tekhnologii i bezopasnost': osnovy obespecheniya informatsionnoy bezopasnosti: Materialy mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii ITB-2014. – Information technology and security: fundamentals of information security: Materials of the international scientific conference ITB-2014, K.: IPRI NAN Ukrainy, 3–17.* 5. Lyakhta, O. (2010). *Zhyttyevyy tsykl tovaru [Product life cycle]. Halyts'ky ekonomichnyy visnyk. – Galician economic Bulletin, № 1 (26), 79–84.* 6. PaulTrott (2012). *InnovationManagementandNewProductDevelopment. FinancialTimesPress, 648.* 7. Verba, V. A. (2000). *Proektnyy analiz: Pidruchnyk [Design analysis: Proc. P.]. Kyivsky natsionalnyy ekonomichnyy un-t. – K. KNEU, 322.* 8. *Project Management Methodology [Elektronnyy resurs]. Retrieved from: <http://www.mpmm.com/>* 9. Koryachko, V., Tahanov, A. (2014). *Protsessy y zadachy upravlenyya proektamy ynformatsyonnykh system. Uchebnoe posoby [Processes and tasks project management information systems. Tutorial]. Horyachaya Lynyya – Telekom, 376.* 10. Peleshchyshyn, A. M., Korzh, R. O. (2014). *Doslidzhennya etapiv formuvannya tsilisnoho informatsiynoho obrazu VNZ [The study of the formation of the complete information image of the UNIVERSITY]. Upravlinnya rozvytkom skladnykh system : zb. nauk. pr.. Kyivsky nats. universytet budivnytstva i arkhitektury. – Managing the development of complex systems : Coll. Sciences. etc / Kiev NAT. University of construction and architecture, 127–132.* 11. Korzh, R. O., Peleshchyshyn, A. M. (2014). *Etapy formuvannya tsilisnoho informatsiynoho obrazu VNZ ta yikhnya kharakterystyka [The stages form a complete information image of the UNIVERSITY and their characteristics]. Informatsiya, komunikatsiya, suspilstvo 2014 : materialy 3-oyi Mizhnar. nauk. konf. IKS – 2014, 21–24 trav. 2014r., Ukrayina, Lviv, Slavske / M-vo osvity i nauky Ukrainy, Nats. un-t «Lviv. politekhnik». – Information, communication, society 2014 : proceedings of the 3rd Intern. Sciences. Conf. ICS – 2014.* 12. Berezko, O. (2010). *Otsinka rivnya personifikovanosti korystuvatskoho informatsiynoho napovnennya [Assessment of the level of personifitsirovano user content]. Kompyuterni nauky ta inzheneriya (CSE- 2010) : materialy IV Mizhnar. konf. mol. vchenykh, 25–27 lyst. 2010. – Lviv : Vydavnytstvo Lvivskoyi politekhniky. – Computer science and engineering (CSE – 2010) : proceedings of IV Intern. Conf. mol. scientists, 25–27 November 2010. 398–399.* 13. Berezko, O. L. (2010). *Alhorytm aktyvnoyi referalnoyi personifikatsiyi informatsiynoho napovnennya World Wide Web [Algorithm active referral personalize content on the World Wide Web]. Naukovyy visnyk Natsional- noho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy : zb. nauk.-tekhn. prats. – Lviv : RVV NLTU Ukrainy/ – Scientific Bulletin of national forestry University of Ukraine : the CG. Sciences.-tech. works. – Lviv : the RF NLTU Ukraine, Vyp. 20.4, 281–285.* 14. Jonathan Lane, Meitar Moscovitz, Joseph R. Lewis (2009). *Foundation Website Creation with CSS, XHTML, and JavaScript. Friends of ED, 334.* 15. du Preez, M. (2010). *Web-based learning solutions for communities of practice: developing virtual environments for social and pedagogical advancement [Text]. Online Information Review. Vol. 34, Issue 3, 511–512.* 16. Tymovchak-Maksymets, O. Yu., Peleshchyshyn, A. M. (2012). *Rozroblennya formalizovanykh zapytiv dlya vyyavlennya veb-forumiv ta dyskusiy [The development of formalized queries to identify web forums and discussions]. Visnyk Natsionalnoho aviatsiynoho universytetu : [Naukovyy zhurnal]. – Bulletin of the National aviation University : [the Scientific journal], No. 1 (50), 106–111.* 17. Berko, A., Vysotska, V., Chyrun, L. (2013). *Modelyuvannya protsesiv opratsyuvannya informatsiynykh resursiv u systemakh elektronnoyi kontent-komertsiyi [Modeling of processes of information resources processing in electronic content Commerce]. Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnik". № 771 : Kompyuterni nauky ta informatsiyni tekhnolohiyi, 126–135.* 18. Romaniuk, A., Romanyshyn, M. (2013). *Named-entity recognition for sentiment analysis of ukrainian reviews. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnik»: Kompyuterni systemy proektuvannya. Teoriya i praktyka. – Bulletin of National University "Lviv Polytechnic": Computer science and information technology, № 777, 83–86.* 19. Yusupova, N. Y., Bohdanova, D. R., Boyko, M. V. (2012). *Alhorytmicheskie y prohrammnoe obespechenye dlya analiza tonalnosti tekstovykh soobshcheny s yspolzovanyem mashynnoho obuchenyya [Algorithmic and software for the sentiment analysis of text messages using machine learning]. Vestnyk UHATU. T. 16, № 6(51), 91–99.* 20. Pang, B., Lee, L. (2008). *Opinion Mining and Sentiment Analysis. Foundations and Trends in Information Retrieval. Vol. 2, Nos. 1–2, 135.*