

Створення сайту як складова забезпечення інформаційної діяльності установи

Олександр Морушко¹, Анастасія Михайлишин²

1. Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет "Львівська політехніка", УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12,
E-mail: morushkoo@gmail.com

2. Кафедра інформаційних систем та мереж, Національний університет "Львівська політехніка", УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12,
E-mail: amykhaylysyn@gmail.com

This article describes organizations use the information and the types of innovative approaches.

Ключові слова – сайт, інформатизація, портал, новітні засоби, діяльність установ.

Вступ

Інформація відіграє важливу роль в управлінських процесах як специфічний товар і важливий ресурс. Інформатизація діяльності установ (комп'ютеризація, впровадження електронного документообігу, електронної комунікації, створення WEB-сайту) стає одним з першочергових завдань, що сприятиме підвищенню якості діяльності.

Основна частина

Стратегія і головні принципи діяльності української держави в галузі інформатизації викладено в Національній програмі інформатизації, також в Законах України: "Про інформацію" від 02.10.1992 року, "Про науково-технічну інформацію" (від 25.06.1993 року), "Про захист інформації в автоматизованих системах" (від 05.07.1994 року); "Про електронні документи та електронний документообіг" (від 22.05.2003 року), "Про електронний цифровий підпис" (від 22.05.2003 року), "Про телекомунікації" (від 18.11.2003 року) та інших законодавчих та нормативних актах.

Класифікація основних видів веб-сайтів, що використовуються для інформатизації діяльності установ, є наступною:

Сайт візитка – зазвичай це сайт з кількох сторінок, на якому міститься інформація про діяльність фірми чи приватної особи, послуги і контактні дані для потенційних клієнтів.

Корпоративний сайт є повноцінним представленням компанії в інтернеті. Мета створення корпоративного сайту – довести інформацію

про компанію, її діяльність, товари або послуги, до відома якомога більшої кількості людей.

Сайт каталог (вітрина) призначений для продажу товарів чи групи товарів. На таких сторінках потрібно розмістити всю інформацію, необхідну для того, щоб клієнт побачив, зацікавився і купив даний товар. Це структурований каталог продукції компанії.

Сайти електронної комерції (інтернет магазини). На відміну від сайту-вітрини, де клієнт може переглянути наявність всіх товарів, за допомогою інтернет-магазину можна зробити замовлення, вибрати варіант розрахунку, спосіб отримання замовлення та одержати рахунок на оплату.

Інформаційний портал – веб-сайт, який об'єднує в собі безліч різних сервісів, і надає користувачеві мережі Інтернет доступ до них відповідно обраного тематичного розділу порталу, має велику кількість інформації, і пропонує велику кількість послуг.

Промо-сайт – насамперед рекламний інструмент, для реклами конкретного товару чи послуги чи навіть якогось заходу. На промо-сайтах розміщується вичерпна інформація про бренд, різні рекламні акції (конкурси, вікторини, ігри тощо).

Сайт-брошура є найпоширенішим, містить практично ті ж матеріали, що й традиційні рекламні брошури. Їхньою метою є рекламування послуг та товарів певної компанії.

Вибір конкретного інформаційного наповнення сайту залежить від специфіки діяльності установи та завдань, які вона намагається вирішити за допомогою WEB-ресурсу.

Висновки

Використання у повсякденній діяльності установ новітніх засобів інформування про свою діяльність, зокрема WEB-сайтів є вимогою часу. Без цього важко досягнути успіху у конкурентній боротьбі в умовах ринкової економіки. Від того, яким чином заклад представлено в Інтернет-просторі, залежить значна частина його успішності.

Література

1. Закон України «Про Національну програму інформатизації». – Верховна Рада України; Закон від 04.02.1998 № 74/98-ВР.
2. Бабаєв А.Б., Евдокимов Н.В., Боде М.М. Створення сайтів. – СПб.: Пітер, 2014.