

Представлення навчально-творчої діяльності освітніх закладів у мережі Інтернет

Мина Жанна
Кафедра СКІД
НУ "Львівська політехніка"
Львів, Україна
Zhanna.Shijaniuk@gmail.com

Гордійчук Оксана
Кафедра СКІД
НУ "Львівська політехніка"
Львів, Україна
oksandroidmarket@gmail.com

The article is devoted to defining of the main point and the importance of positioning of comprehensive schools. Efficient ways of positioning at market of educational services with the help of Internet technologies are detected such as the creation of the school's official website, the use of social networks and blogs.

Ключові слова: інтернет-представництво, освітній заклад, освітні послуги, рекламна діяльність, веб-сайт, соціальні мережі.

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку українського суспільства освіта потребує переосмислення як життєво необхідної умови задля забезпечення права громадян на здобуття якісної освіти. І школа повинна готувати людину, адаптовану до життя в світі різноманітних зв'язків, а це вимагає створення позитивного іміджу навчального закладу.

Освіта в Україні наразі потребує пристосування до ринку освітніх послуг, який динамічно розвивається. Це в свою чергу вимагає особливої уваги до питань, які пов'язані із позиціонуванням освітніх закладів. Школа є соціально-педагогічною системою, яка пов'язана з суспільними інститутами. Тому керівники навчальних закладів все частіше замислюються над тим, як довести власну перевагу над іншими освітніми закладами.

ОФОРМЛЕННЯ ПУБЛІКАЦІЇ

Світ дуже швидко змінюється, і тому необхідно постійно адаптуватись до життя в ньому. Усі ці зміни в суспільному житті вимагають забезпечувати формування креативної особистості дітей за допомогою якісної освіти та розвитку творчих можливостей самовдосконалення. Наразі перед навчальними закладами постає відповідальне та складне завдання – формування людини нового типу – творчої, інтелектуальної, свідомої особистості.

У рамках Болонського процесу ставиться чітке завдання – створити умови для організації навчання, яка буде оцінюватись результатами пізнавальної діяльності учнів. Тому останнім часом загальноосвітні заклади розпочали активно впроваджувати нові методи, форми і прийоми організації навчальної діяльності. Серед таких нововведень є музейна педагогіка. Отже, творчо-пізнавальна діяльність – необхідна умова формування творчої особистості учня та успішного іміджу загальноосвітнього закладу.

Варто зазначити, що на ринку освітніх послуг відбувається більш жорстка конкуренція за потенційного споживача. Тому виникає необхідність використання загальноосвітніми закладами ефективних комунікацій з цільовою аудиторією, наприклад, використання реклами. І ми погоджуємось з твердженням Семенюк С. [1], що сьогодні освітні заклади повинні приділяти більше уваги формуванню комунікаційної діяльності. Адже тільки відмінно продумані підходи щодо просування освітніх послуг,

організація рекламної діяльності є основними чинниками вдалого розвитку навчального закладу.

Розвиток мережі Інтернет в світі та в Україні зокрема розширив сферу її використання. Адже тепер Інтернет є найбільш популярним джерелом інформації, майданчиком для просування освітніх закладів [2]. Інтернет-представництво школи та його успішне функціонування відіграє важливу роль у формуванні позитивного іміджу освітнього закладу та забезпечує формування інформаційного суспільства. Тому будь-яка подія навчально-творчої діяльності учнів школи повинна висвітлюватись в мережі Інтернет, забезпечуючи таким чином інтерес якомога ширшого кола громадськості до діяльності освітнього закладу. Тож загальноосвітні навчальні заклади найчастіше використовують такі напрямки інтернет-представництва (Рис.1):



Рис. 1. Напрямки інтернет-представництва освітнього закладу в мережі Інтернет

Створення веб-сайту освітнього закладу є одним з найбільш популярних напрямків інтернет-маркетингу. Але, на жаль, веб-сайти наших навчальних закладів, які мають розкривати навчально-творчу діяльність часто бувають неоновлюваними [3]. Необхідно, аби освітні заклади були зацікавлені у створенні якісного сайту. А розробники мають пам'ятати про правильне поєднання таких параметрів:

відповідний дизайн; структура; інформативність; зручність використання і т. п.

Що стосується розміщення інформації про навчально-творчу діяльність освітнього закладу в соціальних мережах та блогах, то такі офіційні сторінки повинні стати одним із найпоширеніших засобів комунікації між адміністрацією освітнього закладу та цільовою аудиторією. І, варто зазначити, що ефективність такого представництва у мережі залежить від регулярного оновлення та змісту повідомлень.

Отже, для того, щоб зайняти провідне місце на ринку освітніх послуг, загальноосвітні навчальні заклади повинні удосконалити представницьку діяльність у мережі Інтернет. Зазначені вище поради необхідні сучасній школі, яка хоче впевнено розвиватись в умовах інформаційного суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] С. Семенюк, "Планування рекламної кампанії закладів вищої освіти," Галицький економічний вісник, no. 1, pp. 155-161, 2015.
- [2] О. Мельникова, "Основні напрями просування освітніх послуг українськими ВНЗ у мережі Інтернет," Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди, no. 15, pp. 25-35, 2015.
- [3] Н. Ласкова, "Шкільний сайт як вагома складова єдиного інформаційного освітнього простору навчального закладу," Комп'ютер у школі та сім'ї, no. 3, pp. 32-35, 2012.
- [4] Л. Клименко, "Шкільний сайт як інтернет-представництво навчального закладу у відкритому інформаційно-освітньому середовищі," Наукові записки Інституту журналістики, vol. 50, pp. 168-174, 2013.