

ПОДСЕКЦИЯ 3

Эффективная коммуникация

ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ УВО КАК ИНСТРУМЕНТ ВНЕШНЕЙ КОММУНИКАЦИИ

А.А.Барташевич (Минск, МГЛУ)

В тексте работы анализируется значимость официального сайта УВО как инструмента внешней коммуникации в эпоху цифровизации, рассматриваются различные аспекты коммуникации в организациях, включая внутреннюю и внешнюю коммуникацию, а также роль интернета как ключевого канала для внешней коммуникации. Особое внимание уделяется использованию официального сайта УВО для удовлетворения информационных потребностей организации и налаживания связей с клиентами. Кроме того, в тексте представлены результаты опросов среди студентов и абитуриентов об удобстве использования сайта, проанализированы сильные и слабые стороны сайтов УВО разных стран. В заключение подчеркивается необходимость учета обратной связи от пользователей и постоянной работы над улучшением сайта для его эффективного использования в качестве инструмента взаимодействия с целевой аудиторией.

Ключевые слова: цифровизация; официальный сайт; взаимодействие; коммуникация; интернет-коммуникация; внутренняя коммуникация; внешняя коммуникация; обратная связь.

THE OFFICIAL WEBSITE OF THE HIGHER EDUCATION INSTITUTION AS AN EXTERNAL COMMUNICATION TOOL

A.A.Bartashevich (Minsk, MSLU)

The text emphasizes the importance of the official website of the higher education institution as an external communication tool in the era of digitalization. It discusses various aspects of communication in organizations, including internal and external communication, and the role of the Internet as a key channel for external communication. Special attention is paid to the use of the official website to meet the information needs of the organization and to establish relationships with clients. In addition, the results of surveys among students and applicants on the usability of the site, as well as the strengths and weaknesses of the sites of higher education institutions in different countries are discussed. In conclusion, the need to take into account feedback from users and constant work on improving the site for its effective use as a tool for interacting with the target audience is emphasized.

Keywords: digitalization; official website; interaction; communication; Internet communication; internal communication; external communication; feedback.

В современном мире, где цифровизация набирает обороты, официальный сайт УВО становится одним из ведущих способов взаимодействия с целевыми аудиториями. Компании и организации активно переносят свою деятельность на платформу интернета для общения и взаимодействия. Если раньше для компаний был важен только факт наличия сайта, то теперь официальный сайт организации стал неотъемлемой частью коммуникации с общественностью.

Слово “коммуникация” происходит от латинского *commūnicātiō*, что означает “сообщение, передача”, а также *communicare* - “делать общим; сообщать, соединять” [1]. Как замечает А.Этциони, автор книги “Modern

Organizations” (1964), мы рождаемся, воспитываемся, живем, работаем, развлекаемся и молимся в организациях. Действительно, человек, как существо социальное, вступает во взаимодействие и коммуникацию в различных институализированных социальных группах – организациях, будь то малое предприятие, школа, офис, банк, церковь, завод, магазин и т.д.

Коммуникация в организациях подразделяется на внутреннюю и внешнюю. Внутренняя коммуникация осуществляется между сотрудниками в процессе работы, в то время как внешняя коммуникация направлена на взаимодействие с общественностью за пределами организации [2]. Официальный сайт УВО, как инструмент внешней коммуникации, играет ключевую роль, удовлетворяя информационные потребности организации и налаживая связи с клиентами. Он передает информацию о продукте или услуге компании целевой аудитории, обеспечивая эффективность передачи сообщения.

В эпоху цифровизации интернет стал ключевым каналом для внешней коммуникации организации. Социальные сети, электронная почта и реклама на сайтах стали эффективными инструментами для взаимодействия с клиентами и продвижения продуктов или услуг. Официальный сайт УВО является одним из таких инструментов и содержит важные сведения об образовательном учреждении. Он предоставляет информацию о деятельности УВО, его структуре, задачах и функциях, а также о возможностях международного сотрудничества. Сайт также позволяет взаимодействовать с заинтересованными лицами через различные каналы обратной связи.

Тщательно планируемая внешняя коммуникация и ее инструменты играют важную роль для компаний, стремящихся к успеху, продвижению своих продуктов и услуг, поддержанию контакта с клиентами и формированию положительной репутации на рынке.

Для выявления уровня эффективности внешней коммуникации, которая осуществляется посредством официального сайта, был проведен опрос среди студентов и абитуриентов МГЛУ, в котором приняли участие 70 респондентов. Мониторинг мнений среди студентов и абитуриентов помог оценить удобство официального сайта МГЛУ, его оформление и размещаемую информацию. Результаты показали, что студенты в целом относятся к сайту нейтрально-положительно, но есть некоторые проблемы, особенно в часы пик. Абитуриенты, в свою очередь, оценили сайт значительно выше. Это подчеркивает важность учета мнений различных групп пользователей при разработке и улучшении сайта.

Сравнительный анализ сайтов УВО разных стран позволяет выделить сильные и слабые стороны работы официальных сайтов. Сильные стороны включают широкие языковые возможности сайтов Беларуси и России, возможность переключения сайта на версию для слабовидящих и наличие полной информации о деятельности учреждения. С другой стороны, слабые стороны включают ограниченные языковые возможности сайтов Великобритании, США и Австралии, отсутствие или несвоевременное размещение актуальной информации о мероприятиях или недостаточное количество вкладок на главной странице.

В заключение отметим, что официальный сайт УВО является эффективным инструментом внешней коммуникации, который помогает организации достигать своих целей и задач. Однако для его улучшения необходимо учитывать обратную связь от пользователей и постоянно работать над устранением возникающих проблем. Это позволит сайту оставаться актуальным и важным инструментом взаимодействия с целевой аудиторией. Использование новых технологий и инновационных подходов также поможет создать более приятный и удобный сайт. Это позволит компании/УВО привлечь больше клиентов, укрепить свою репутацию и быть конкурентоспособной на рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бориснёв, С. В. Социология коммуникации: Учеб. пособие для вузов/ С. В. Бориснёв. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. –270 с.
2. Плешкова, А.О. Структура и содержание внешней коммуникации компании телекоммуникационной отрасли/ А.О. Плешкова; Белгородский государственный национальный исследовательский университет. –Белгород, 2016. –55 с.