

3. Free Excel Leave Tracker Template. *TrumpEXCEL*. 04 січня 2024 р. URL: <https://trumpexcel.com/excel-leave-tracker/> (дата звернення: 02.04.2025).
4. HR Management. *iSAMS*. 10 травня 2021 р. URL: <https://www.isams.com/hr-management-schools/> (дата звернення: 02.04.2025).
5. Microsoft 365 Education. *Microsoft*. URL: <https://www.microsoft.com/uk-ua/education/products/microsoft-365> (дата звернення: 08.04.2025).



УДК 004.738

Кляшторна Вікторія Павлівна

(наук. керівник – канд. екон. наук, доцент Прігунов О. В.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВЕБСАЙТІВ ЗВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЗІ СТЕЙКГОЛДЕРАМИ

Анотація. У статті розглянуто значення ефективної комунікації між закладами вищої освіти (ЗВО) та стейкхолдерами в умовах цифрової трансформації. Окреслено роль офіційного вебсайта як стратегічного інструменту для інформування, залучення, партнерства та зворотного зв'язку з різними аудиторіями: абітурієнтами, студентами, випускниками, викладачами, роботодавцями та громадськістю. Зазначено, що якісно структурований і постійно оновлюваний вебсайт є ключовим компонентом комунікаційної стратегії ЗВО та сприяє зміцненню його репутації й конкурентоспроможності.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, вебсайти, комунікація, університет, стейкхолдери.

У сучасному світі цифрових технологій ефективна комунікація між закладами вищої освіти (ЗВО) та стейкхолдерами є ключовою. Вона забезпечує прозорість управлінських процесів, сприяє формуванню довіри до закладу, інформуванню абітурієнтів, підтримці випускників та взаємодії з роботодавцями. Завдяки використанню соціальних мереж, платформ для зворотного зв'язку тощо ЗВО можуть оперативно реагувати на запити зацікавлених сторін, формувати індивідуальні освітні траєкторії та посилювати свою конкурентоспроможність на ринку освітніх послуг [1]. Офіційні вебсайти ЗВО є централізованими інформаційними ресурсами для актуальної інформації, документів, новин та сервісів. В умовах цифрової трансформації сайт ЗВО – це не лише візитівка, а й стратегічний простір для партнерства, залучення студентів та зв'язку з випускниками, бізнесом та громадськістю. Тому актуальною є розробка концепції інформаційного забезпечення вебсайтів ЗВО для оптимізації взаємодії зі стейкхолдерами [2].

Інформаційне забезпечення вебсайтів ЗВО – це комплексна система заходів своєчасного, повного, достовірного та зручного представлення інформації для:

- потенційних студентів та їхніх близьких;
- студентської спільноти та викладачів;
- адміністрації закладу;
- роботодавців та бізнес-партнерів;
- випускників.

X Всеукраїнська наукова студентська конференція

«Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері» (м. Вінниця, 11 квітня 2025 р.)

Чітка концепція задовольняє їхні потреби, зміцнює імідж ЗВО та підвищує довіру.

Для забезпечення продуктивної комунікації зі стейкхолдерами вебсайт закладу має базуватися на таких основних принципах:

- орієнтація на користувача: адаптований, зрозумілий та логічно структурований контент;
- доступність і зручність навігації: інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, швидкий доступ до інформації;
- актуальність і достовірність інформації: регулярне оновлення та перевірені дані;
- інтерактивність та зворотний зв'язок: онлайн-форми, опитування, чат-боти та соціальні мережі;
- мультимедійність і візуальна привабливість: фото, відео та графічні елементи;
- інклюзивність і універсальний дизайн: доступність для всіх категорій користувачів.

Для того, щоб задовольнити потреби в інформації різних зацікавлених сторін, концепція інформаційного забезпечення вебсайта ЗВО передбачає чітке розмежування та структурування ключових інформаційних блоків.

До таких блоків зазвичай відносять:

- про університет: місія, історія, керівництво, стратегія;
- абітурієнтам: правила прийому, програми, профорієнтація;
- для студентів: розклад, стипендії, мобільність, новини;
- для викладачів та науковців: внутрішні документи, методичні рекомендації, підвищення кваліфікації;
- дослідження та інновації: наукові проєкти, публікації, конференції, патенти;
- для випускників: асоціації, події, зв'язок з університетом, кар'єра;
- для роботодавців та партнерів: співпраця, вакансії, науковий потенціал [3].

Прикладом реалізації принципів інформаційного забезпечення є сайт Донецького національного університету імені Василя Стуса. Він виділяється сучасним дизайном, логічною структурою та зручним інтерфейсом, що відповідає потребам різних категорій користувачів.

Основними перевагами сайта ДонНУ імені Василя Стуса є:

- чітке сегментування інформації за цільовими аудиторіями, що полегшує пошук необхідних даних;
- швидке розміщення новин та анонсів, активне використання соціальних мереж для інформування;
- наявність окремих розділів, присвячених факультетам, науковим досягненням та міжнародній діяльності університету;
- впровадження інтерактивних сервісів, як-от електронна подача документів, онлайн-опитування та консультації;
- цей приклад підкреслює важливість постійного розвитку вебплатформи та врахування відгуків користувачів для її оптимізації [4].

Отже, концепція інформаційного забезпечення вебсайтів ЗВО є невід’ємною частиною ефективної комунікаційної стратегії, що сприяє побудові міцних відносин зі стейкхолдерами та підвищенню конкурентоздатності університету. Її реалізація потребує системного підходу, розуміння потреб аудиторії, технічної експертизи та постійного вдосконалення онлайн-платформи.

Список використаних джерел

1. Трансформаційні процеси у суспільній та соціокультурній сферах України / О. М. Анісімова, Л. А. Ковальська, Г. П. Лукаш, О. В. Прігунов, О. С. Щербіна, Т. М. Яворська. Вінниця: Нілан-ЛТД, 2021. 185 с.
2. Стратегія цифрової трансформації освіти і науки України на 2022–2026 роки. URL: <https://mon.gov.ua/> (дата звернення: 06.04.2025).
3. Павленко В. І. Цифрова комунікація у сфері вищої освіти: підходи до створення ефективного сайту ЗВО. *Освітній дискурс*. 2020. № 2(27). С. 45–51.
4. Донецький національний університет імені Василя Стуса: офіційний сайт. URL: <https://www.donnu.edu.ua/uk/> (дата звернення: 06.04.2025).



УДК 378.4:17.022.1]:[316.77:005.21

Левченко Світлана Олександрівна
(*наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Чередник Л. А.*)
Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка», м. Полтава
КОМУНІКАЦІЯ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС ЗВО:
ІМІДЖ, ДОВІРА, РЕЗУЛЬТАТ

Анотація. У дослідженні презентовано поняття комунікації як одного з основних чинників формування позитивного іміджу закладу вищої освіти, важливість отримання довіри від учасників освітнього процесу і доведено важливість побудови та реалізації комунікаційних стратегій.

Ключові слова: комунікація, ресурс, імідж, здобувачі, заклад вищої освіти, стратегія.

У ХХІ ст. комунікація відіграє ключову роль у функціонуванні та розвитку будь-якої організації, зокрема закладу вищої освіти (ЗВО). Вона є не лише способом передавання інформації, а й стратегічним інструментом управління репутацією, побудови довіри, налагодження взаємодії зі студентами, партнерами, викладачами, роботодавцями та досягнення конкретних цілей.

Комунікація має інтерпретуватися топ-менеджментом ЗВО як ресурс, який потребує інвестицій, планування та розвитку. Стратегічна комунікація охоплює:

- внутрішню комунікацію (між адміністрацією, викладачами, здобувачами);
- зовнішню комунікацію (із суспільством, медіа, партнерами, майбутніми абітурієнтами);
- антикризову комунікацію;
- PR і маркетинг освітніх послуг.