

Сапрунова Алёна Андреевна

магистр пед. наук, преподаватель спецдисциплин

ГБПОУ «Ставропольский региональный

многопрофильный колледж»

г. Ставрополь, Ставропольский край

ИССЛЕДОВАНИЕ ГОТОВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КЛЮЧЕВЫХ АУДИТОРИЙ С ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВО НА ПРИМЕРЕ ГБПОУ СРМК

Аннотация: в данной статье проанализированы характерные особенности коммуникации через интернет-пространство. Описано проведенное исследование на тему готовности взаимодействия родителей и студентов взаимодействовать с образовательной организацией через интернет-пространство. Сделаны выводы по проведенному исследованию.

Ключевые слова: коммуникации, образовательное учреждение, ключевая аудитория, интернет-коммуникации.

Интернет является относительно новым и динамично развивающимся средством массовой коммуникации. Он имеет хорошие возможности для проведения PR-мероприятий как основа и как средство коммуникации. С этой позиции Интернету, как каналу коммуникаций, присущи следующие особенности: отсутствие централизованной организационной структуры и скорость распространения информации. Коммуникация в Интернете носит интерактивный характер – позволяет активно работать двум и более сторонам. Интерактивность делает возможным, имея в наличии обратную связь, реалистично мониторить сложившуюся ситуацию и вовремя реагировать в случае необходимости. Интернет способствует фокусному воздействию на определенную целевую аудиторию, в которой заинтересована организация. Выделение целевой аудитории приводит к построению максимально эффективной коммуникации и быстроте достижения ее цели. Коммуникация всегда удаётся лучше, если есть четкое понимание о личностной направленности обращения, т.е. когда сообщение направлено на определенный

типа. Точно известны его убеждения, знания, ценности, возможная реакция на посланное ему сообщение. Электронное коммуникативное пространство Интернета практически не имеет ограничений в отличие от печатного или эфирного. Так как Интернет – динамично развивающийся вид коммуникации и охватывает большое количество общественности, он является одним из самых перспективных видов коммуникаций [1].

В Российской Федерации каждая образовательная организация – от дошкольного образования до профессионального высшего образования- имеет свой сайт в Интернете. Прежде всего именно сайт в Интернете служит визитной карточкой организации в глазах общественности. У PR-отделов теперь появляются интерактивные специалисты и группы. Следствием небывалого подъема Интернет-коммуникаций является то, что ни одна сфера PR не является такой востребованной как разработка сайтов и использование Интернета для общения с целевыми аудиториями. Знание и возможность общения через Интернет – это не одна из определенных сторон деятельности профессионалов, а реальность, которой нужно рационально управлять. Это управление вбирает всю палитру менеджерской деятельности: постановка целей, исследование проблемы, планирование, организация, контроль хода процесса, мотивация. Так же необходимо озвучить тему управления интернет – коммуникациями. Безусловно, управление Интернетом имеет свою специфику: менеджмент. Менеджмент Интернета и компьютерных сетей рождается с управления сайта. Сайт организации зачастую служит лицом организации и самым «видимым» инструментом коммуникации, к которому имеет доступ любой, желающий что-то узнать об организации. С этой точки зрения можно утверждать, что в XXI веке наиболее важным средством коммуникации являются веб-сайты. В связи с этим для профессионального управления сайтом специалисты должны реализовывать правила создания и функционирования веб-сайта.

Социальные сети носят универсальный характер, они могут рекламировать бренд, делать его узнаваемым, а могут самостоятельно реализовываться в качестве канала продаж: через привлечение трафика на целевой сайт, либо с полным

2 <https://interactive-plus.ru>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

циклом покупки, не выходя из социальной сети. Еще одним важным условием является – нейтрализация негатива.

Современное образование не может представить себя без взаимодействия с ключевыми аудиториями через интернет пространство. К сожалению, готовность данных аудиторий не всегда достаточна для такого вида деятельности.

Для выяснения мнения студентов о наличии интереса работы официального сайта колледжа, размещенном в интернет пространстве, предпочтений формах работы с преподавателями, проводился опрос обучающихся.

Вопросы анкеты для категории родителей студентов были нацелены, прежде всего, на выяснение:

- заинтересованностью работой официального сайта колледжа, размещенном в интернет – пространстве;
- предпочтение работы с преподавателями и классными руководителями в традиционных формах или при помощи современных ИКТ технологий;
- интереса вопросов, связанных с воспитанием детей и источников данной информации.

Вопросы анкет в приложении 6 (для студентов) и приложении 7 (для родителей).

Результаты анкетирования обучающихся:

1. 40% обучающихся отметили, что на информационные стенды, висящие в колледже, они обращают внимание иногда.
2. 43% обучающихся отметили, что полнота и актуальность информации о колледже и его деятельности, размещенном на официальном сайте организации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет достоверна.
3. 46% обучающихся отметили, что полнота и актуальность сведений о педагогических работниках колледжа, размещенных на официальном сайте достоверна.
4. 78% обучающихся оценивают на «отлично» доступность взаимодействия с получателями образовательных услуг по телефону, электронной почте, с

помощью электронных ресурсов, предоставляемых на официальном сайте образовательной организации.

5. 49% обучающихся отметили, что взаимодействие с преподавателем проходит чаще всего на занятиях.

6. 51% обучающихся отметили, что им бы хотелось, что взаимодействие с преподавателем лучше всего проходило бы в мессенджерах.

7. 46% обучающихся отметили, что информацию о жизни колледжа им бы хотелось получать в новостных лентах в социальных сетях.

8. 57% студентов, отметили, что о колледже перед поступлением получили информацию с официального сайта.

Результаты анкетирования родителей обучающихся:

1. 50% родителей отметили, что информацию на интересующие вопросы, касающиеся воспитания детей находят в сети интернет.

2. 50% родителей отметили, что общение с преподавателем через мессенджер самая удобная форма.

3. 73% родителей не знает, актуальна и достоверна ли информация размещенная, на официальном сайте образовательном учреждении, рис.19. Такой же процент родителей не знает достоверна ли информация о педагогических работниках, размещенная на сайте.

4. 58% родителей оценивают на «отлично» доступность взаимодействия с получателями образовательных услуг по телефону, электронной почте, с помощью электронных ресурсов, предоставляемых на официальном сайте образовательной организации.

5. 46% родителей отметили, что на данный момент взаимодействие с преподавателем у них проходит посредством телефонных звонков и смс сообщений.

Выводы на основании проведённого исследования

На основании анализа результатов анкетирования студентов и их родителей ГБПОУ «Ставропольский региональный многопрофильный колледж» можно выделить следующее:

1. 43% обучающихся, считают что на сайте размещена актуальная и достоверная информация, в то же время 73% родителей не знают об информации размещенной на сайте колледжа. 46% обучающихся, считают, что информация о преподавателях, размещенная на официальном сайте полная и достоверная, хотя 73% родителей затрудняются ответить на этот вопрос.

Вывод:

- необходимо проводить работу по информированию родителей в области содержания деятельности колледжа, используя официальный сайт ГБПОУ СРМК;
- службе информатизации колледжа лучше следить за обновлением сайта.

2. 78% студентов и 58% их родителей оценивают на отлично взаимодействие с получателями образовательных услуг электронной почте, с помощью электронных ресурсов, предоставляемых на официальном сайте образовательной организации.

Вывод: скорее всего, имеет место невысокий уровень использования современных технологий со стороны родителей, они используют более традиционные формы общения с представителями колледжа (46% используют телефонные звонки и смс).

3. 49% обучающихся считают, что взаимодействие с преподавателем проходит чаще всего на занятиях, но не смотря на это 51% обучающихся хотели бы получать консультации в мессенджерах. 50% родителей считают так же, что современные мессенджеры самая удобная форма взаимодействия с преподавателем.

Вывод: на занятиях и внеаудиторной деятельности активно используются ИКТ – технологии, вошедшие в педагогическую практику еще с 2000-х годов. За текущее десятилетие компьютерные технологии шагнули далеко вперёд, следовательно, необходимы мероприятия по изучению новых возможностей использования ИКТ в образовательном процессе, знакомство с передовыми педагогическими практиками на основе ИКТ – технологий и анализ возможности внедрения этих практик ГБПОУ СРМК, необходимо развивать использование онлайн-

чатов в сфере образования для проведения консультаций преподавателями и взаимодействия с представителями колледжа родителей студентов.

4. 46% обучающихся, хотели узнавать о жизни колледжа из новостных лент социальных сетей.

Вывод: совершенно объяснимо, что администрация придаёт большее значение обновления официального сайта и видит именно в развитии этого направления возможность роста качества образования. Однако студенты видят этот показатель как средний по значимости. Они сомневаются, и вполне справедливо, им намного удобней и проще использовать социальные сети для получения новой информации.

Резюмируя проведенное анкетирование, можно сказать, что больше 50% родителей используют современные ИКТ технологии не только в работе и досуге, но и для отслеживания успехов их детей, взаимодействия с преподавателями и классными руководителями колледжа.

Список литературы

1. Скотт Д. Новые правила маркетинга и PR: Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и... – Альпина Паблишер, 2013.