

Роль веб-сайта в научно- просветительской деятельности общественной организации «Томское профессорское собрание»

Научный руководитель – Окушова Гульнафист Алтаевна

Евдокимова Яна Борисовна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, Россия

E-mail: yanayevdokimova123@gmail.com

В настоящее время научное сообщество активно занимается информационным освещением в глобальной сети Интернет. Практически каждая организация, будь то коммерческая или некоммерческая, имеет электронное представительство. Научно-исследовательские институты, научно-образовательные учреждения, библиотеки, научно-производственные предприятия и другие организации научной направленности активно позиционируют себя в Глобальной сети. Интернет предоставляет им колоссальные возможности, стирая временные и пространственные границы.

Наиболее ощутимы преимущества использования сети Интернет в образовательной сфере, особенно в организациях, целью которых является научно- просветительская деятельность. Теперь стало проще получить самую актуальную и достоверную информацию о любом событии, не выходя из дома. Целевой аудитории таких общественных организаций (школьники, студенты, исследователи, деятели науки) предоставлена возможность использовать ресурсы веб-сайта организации в процессе обучения или научно- исследовательской деятельности. Под официальным веб-сайтом общественной организации понимается принадлежащий общественной организации веб-сайт, предназначенный для всестороннего и достоверного информирования (от имени руководства) внешних и внутренних посетителей о деятельности организации, а также представляющий посетителям сайта всю необходимую для обеспечения взаимодействия с организацией, его руководством или его подразделениями справочную информацию. Однако далеко не все общественные организации используют потенциал своих веб-сайтов в полную силу. Большинство заведений, ведущих научную деятельность, создает административные интернет-ресурсы, формально представляющие данную организацию в Глобальной сети. Как правило, на страницах веб-сайта общественной организации публикуются официальные данные и материалы рекламного характера с целью привлечения наибольшего числа посетителей мероприятий. Но рассмотрение веб-сайта общественной организации только как рекламного инструмента свидетельствует о неэффективном использовании возможностей и перспектив, предоставляемых Глобальной сетью. Целью данной статьи является определение роли веб-сайта общественной организации «Томское профессорское собрание» в информационном освещении деятельности организации в Глобальной сети Интернет. Также в статье анализируется структура и информационное наполнение веб-сайта организации и определяется соотношение с информационным наполнением страниц организации в социальных сетях. Проводится анализ основного состава рубрик веб-сайта общественной организации. Обосновывается значение веб-сайта общественной организации как ключевого структурного подразделения формирующего портал общественной организации. Рассматриваются тенденции развития порталов общественных организаций. Составляется контент- план, целью которого является привлечение большего количества пользователей на сайт общественной организации.

Источники и литература

- 1) 1. Брендинг городов. URL: http://zg-brand.ru/statiy/branding/branding_gorodov/ / (Дата обращения: 7.11.2018).
- 2) 2. Брендинг: Учебное пособие / Годин А.М. - Дашков и К, 2012 .
- 3) 3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С.Г.Божук. - СПб.: Питер, 2011.
- 4) 4. Котлер Ф. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города коммуны, регионы и страны Европы // Рекламодатель: теория и практика, 2009. – № 2. – С.31–45.
- 5) 5. Нехорошкина И. Томск: «Сибирские Афины» на реке Томь [Электронный ресурс] // Russia.travel. 26.08.2013. URL: <http://russia.travel/destination/20130826/932531293.html> (дата обращения: 11.03.2014).
- 6) 6. Томский научно-образовательный комплекс [Электронный ресурс] // Томская область: официальный интернет-портал. URL: <http://www.webcitation.org/65A56N0sD> (дата обращения: 6.11.2018).
- 7) 7. Kathy Oneto. Cities Branding For Economic Development. PopSop. — 1 August 2011. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/expertize/3269>
- 8) 8. Эл. ресурс: <https://rg.ru/2015/12/22/tomsk.html>
- 9) 9. Эл. ресурс: <https://reois.tsu.ru/participants/tomsk.php>
- 10) 10. Эл. ресурс: <https://rg.ru/2015/12/22/tomsk.html>