

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА  
Кафедра інформаційних систем управління**

**КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО  
Кафедра гуманітарних наук, культури і мистецтва**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА  
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»  
Кафедра українознавства, культури та документознавства**

## **ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

**ІХ Всеукраїнської наукової студентської конференції**

**«Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері»  
(Вінниця, 12 квітня 2024 р.)**

Вінниця  
2024

**СЕКЦІЯ 2**  
**ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ**  
**В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ**

УДК: 378.4:004.738.1]:316/774-028.22

*Бужинська Аліна Володимирівна*  
*(наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Чередник Л. А.)*  
*Національний університет*  
*«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», м. Полтава*

**ВІЗУАЛЬНЕ НАПОВНЕННЯ САЙТІВ**  
**ЯК ЗАСІБ ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗВО**

У сучасну цифрову епоху потужна онлайн-присутність є важливою для навчальних закладів. Інтернет-платформи використовуються з метою залучення нових абітурієнтів, потенційних співробітників та зацікавлених осіб, а також для покращення комунікації з ними. Для реалізації цього завдання установа повинна мати належно оформлений офіційний сайт.

Відомо, що у науці немає єдиного визначення терміна «вебсайт», оскільки різні учені обирають для цього різні аспекти вивчення. Так, до прикладу, у Законі України «Про авторське право і суміжні права» поняття «вебсайт» тлумачиться як «сукупність даних, електронної (цифрової) інформації, інших об'єктів авторського права і (або) суміжних прав тощо, пов'язаних між собою і структурованих у межах адреси вебсайту і (або) облікового запису власника цього вебсайту, доступ до яких здійснюється через адресу мережі Інтернет, що може складатися з доменного імені, записів про каталоги або виклики і (або) числової адреси за Інтернет-протоколом» [1].

В. Філінович визначає термін «вебсайт», як «інформаційний ресурс, що складається із об'єднаних між собою гіпертекстових документів (вебсторінок), розміщених на вебсервері та має індивідуальну адресу» [3, с. 17].

Попри різні підходи до визначення цього поняття, науковці суголосні у тому, що більшість сайтів мають схожу ієрархічну структуру, яка складається з головної сторінки, що має посилання на сторінки першого рівня, а ті, так само – на сторінках другого та наступних рівнів, які підпорядковуються сторінкам попереднього рівня, доповнюючи їх більш детальною інформацією.

Відомо, що офіційний сайт ЗВО зберігає та висвітлює великий масив інформацію, зокрема: навчальні, технічні, довідкові матеріали, інформацію про спеціальності, факультети, вступну компанію, життя університету тощо. Ці дані є відкритими широкому колу зацікавлених осіб. Для посилення ефективності комунікації з матеріалами необхідно створити якісний дизайн, зручну навігацію, продуману структуру з актуальною інформацією та наявністю зворотного зв'язку.

Серед основних функцій вебсайтів закладів вищої освіти можна окреслити такі:

1. Представницька функція, що дає змогу новим користувачам ознайомитися з основною інформацією про університет, його діяльність, функції, історію та культурні цінності, структуру, контактну інформацію тощо.

2. Інформаційна функція виконується завдяки стрічці новин про життя установи, наявності анонсів подій, розкладу пар тощо.

3. Освітня функція. Вебресурси дають змогу дистанційного навчання з відкритим доступом студентів до електронних навчальних матеріалів і ресурсів наукової бібліотеки ЗВО, також можлива онлайн-комунікація з викладачами.

4. Виховна функція реалізується відображенням основних напрямів виховної роботи, інформації про спортивні секції, гуртки художньої самодіяльності, творчі колективи, про переможців різноманітних спортивних і мистецьких конкурсів.

5. Рекламна функція – створення позитивного образу установи, залучення інтересу абітурієнтів, потенційних студентів і наукових співробітників, стейкхолдерів.

6. Комунікативна функція передбачає комунікацію користувачів із представниками освітнього закладу, завдяки контактній інформації, розміщеній на сторінці сайту [2, с. 38].

Для кращої реалізації цих функцій необхідно приділити особливу увагу візуальному складнику оформлення вебсайту.

По-перше, це дизайн, тобто, те, як розташовані об'єкти на сторінці, які кольори використовуються. Саме це може зробити сайт не лише привабливим для користувачів, але також послуговуватися для ефективної та легкої взаємодії користувача з інтерфейсом.

По-друге, візуальний контент – інформація, яку можна передати за допомогою зображень. Вона може бути як самостійною, так і доповнювати текстову інформацію, тобто це відео, фото, малюнки, ілюстрації, інфографіка, схеми тощо.

Для закладів вищої освіти правильне оформлення візуального складника вебсайту має вирішальне значення з таких основних причин:

- Візуальний дизайн вебсайту відображає фірмовий стиль установи. Послідовний і візуально привабливий брендинг допомагає створити сильний та впізнаваний бренд.

- Добре розроблений візуальний вміст покращує взаємодію з користувачем, роблячи вебсайт більш привабливим, інтуїтивно зрозумілим та простим у навігації. Це також може допомогти користувачам швидко знайти необхідну інформацію.

- Візуальний контент може привернути увагу користувачів і підтримувати їхню зацікавленість. Використовуючи привабливі візуальні ефекти, заклади вищої освіти можуть ефективно донести своє повідомлення та зацікавити майбутніх студентів, викладачів та інших представників цільової аудиторії.

- Візуально привабливий вебсайт може допомогти установам виділитися серед конкурентів і залучити більше відвідувачів [3, с. 165].

Отже, візуальний контент відіграє значну роль у формуванні уявлення користувача про заклад. Використовуючи візуально привабливі зображення, відео, інфографіку та інші мультимедійні елементи, навчальні заклади можуть легше залучати та утримувати користувачів на своїх вебсайтах. Правильне наповнення вебсторінок уможливить для ЗВО створити позитивний і незабутній онлайн-досвід для своєї аудиторії, що зрештою сприятиме створенню і підтримці гарної репутації та іміджу. Сайт також може передавати цінності закладу, культуру та пропозиції більш привабливим способом, який краще запам'ятається, ніж простий текст.

### Список використаних джерел

1. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 15.04.2023 р. № 2811-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>
2. Божук Л. Сучасні інтернет-технології у формуванні іміджу закладів вищої освіти. *Соціум. Документ. Комунікація. Сер.: Історичні науки*. 2019. Вип. 8. С. 34–54. DOI: 10.31470/2518-7600-2019-8-34-54 (дата звернення: 05.04.2024).
3. Філінович В. В. Веб-сайт як особливий об'єкт права інтелектуальної власності: автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.03. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2015. 19 с.

*Анотація.* У дослідженні визначено необхідність створення офіційного вебсайта ЗВО та належне його візуальне оформлення.

*Ключові слова:* візуальний контент, вебсайт, вебсторінка, заклад вищої освіти.



УДК: 658.3

**Воронцова Анна Олександрівна**

*(наук. керівник – д-р екон. наук, професор Анісімова О. М.)*

**Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця**

### **АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОЦЕСІВ КОУЧИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Застосування процесу коучингу в сучасному бізнесі є важливим з огляду на постійні зміни в ринкових умовах та потребу у самостійних і ефективних працівниках, які можуть швидко адаптуватися до нових ситуацій. Основна мета коучингу – виявлення та реалізація потенціалу кожного працівника, вдосконалення навичок, досягнення своїх особистих та професійних цілей. Через використання процесу коучингу організація підвищить ймовірність досягнення успіху та свій рівень конкурентоспроможності.

На думку науковців [1], бізнес-коучинг – це цілеспрямований процес розв'язання проблем, що сприяє підвищенню продуктивності праці через розкриття потенціалу та мотивацію персоналу. Цей процес може проводитися як індивідуально, так і командно, залежно від контексту, наприклад, у межах реалізації проєкту. Бізнес-коучинг відрізняється від інших форм зовнішньої підтримки, як-от аналіз бізнес-процесів або консультування, орієнтуючись на досягнення конкретних результатів через співпрацю бізнес-коуча та персоналу. Результатом є мобілізація внутрішнього потенціалу людських ресурсів, спрямованого на самопізнання, самоудосконалення, та оптимізація бізнес-процесів.

Коучинг впливає на такі складники діяльності організації: розвиток персоналу, продуктивність, процеси лідерства, формування організаційної культури та управління змінами. Коучинг допомагає працівникам розкрити свій потенціал, розвивати власні навички та здібності, що сприяє їхньому професійному зростанню. Індивідуальні та групові сесії коучингу сприяють вирішенню проблем, усуненню перешкод та пошуку ефективних стратегій для досягнення поставлених цілей, що підвищує продуктивність працівників та підприємства загалом [1]. Коучинг допомагає керівникам вдосконалити свої лідерські навички, розвивати ефек-