

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ГАЛИЦЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА
Циклова комісія журналістики**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА (БАКАЛАВРСЬКА) РОБОТА
за спеціальністю 061 Журналістика
(Освітньо-професійна програма
«Видавнича справа та медіакомунікації»)**

**Розробка веб-сайту рекламно-інформаційного спрямування для
спеціальності «Журналістика»**

**Development of an advertising and information website for the specialty
«Journalism»**

Виконала: студентка II курсу, групи Жбз-21
Буда Олена Вікторівна

Керівник: викладачка циклової комісії
журналістики Галицького фахового коледжу
ім. В. Чорновола
Капітан Владислава Сергіївна

Рецензентка: кандидатка філологічних наук,
викладачка кафедри української мови та
славістики Тернопільського національного
педагогічного університету імені
Володимира Гнатюка

Вишневська Галина Богданівна

Оцінка: 97

Анотація

Буда О. В. Розробка веб-сайту рекламно-інформаційного спрямування для спеціальності «Журналістика»: авторський проєкт. Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола, Тернопіль, 2024.

Кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена розробці веб-сайту рекламно-інформаційного спрямування для спеціальності «Журналістика» Галицького фахового коледжу ім. В. Чорновола. Проаналізовано веб-сайти спеціальності «Журналістика» інших навчальних закладів. Окреслено функції веб-сайтів для закладів освіти, наведено перелік вимог до них. Подана інформація була врахована при розробці власного веб-сайту. Створено веб-сайт для спеціальності «Журналістика» Галицького фахового коледжу імені В'ячеслава Чорновола.

Ключові слова: *Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола, розробка веб-сайту, веб-сайт для закладу освіти, журналістика.*

Abstract

Buda O. V. Development of an advertising and information website for the specialty «Journalism»: author's project. Halytskyi professional College named after Vyacheslav Chornovil, Ternopil, 2024.

The qualifying bachelor's work is devoted to the development of an advertising and informational website for the «Journalism» specialty of the Halytskyi professional College named after Vyacheslav Chornovil. The websites of the «Journalism» specialty of other educational institutions were analyzed. The functions of websites for educational institutions are outlined, and a list of requirements for them is given. The information provided was taken into account when developing our own website. A website has been created for the «Journalism» specialty of Halytskyi professional College named after Vyacheslav Chornovil.

Keywords: *Halytskyi professional College named after Vyacheslav Chornovil, website development, website for an educational institution, journalism.*

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ.....	6
1.1. Веб-сайт: окреслення поняття, типологічні особливості.....	6
1.2. Особливості функціонування веб-сайтів для закладів освіти	10
РОЗДІЛ ІІ. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ	15
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту на основі аналізу інформаційного ринку; відмінності пропонованого продукту від вже існуючих продуктів	15
2. 2. Структура.....	17
2.3. Жанрова палітра	19
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення	21
2.5. Авторська ідея	23
2.6. Особливості аудиторії	24
РОЗДІЛ ІІІ. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	26
ВИСНОВКИ	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	29
ДОДАТКИ	32

ВСТУП

Важливою складовою функціонування певного закладу освіти чи окремо взятої спеціальності є наявність їх в інформаційному просторі. Під цим мається на увазі не лише згадки у різних матеріалах ЗМІ, публікаціях у соцмережах, а й наявність власного веб-сайту. Власний сайт – це платформа для розміщення інформації про заклад освіти чи циклову комісію, кафедру, місце для їхнього просування, реалізації творчого та професійного потенціалу студентів. Тобто, не це лише самореклама, а й доповнення до загального інформаційного простору мережі Інтернет.

Тож наявність власного сайту не лише зумовлена інформаційною глобалізацією всіх сфер життя людей, а й певними рекламними та іміджевими мотивами.

Актуальність роботи зумовлена відсутністю власного веб-сайту циклової комісії журналістики в Галицькому фаховому коледжі імені В'ячеслава Чорновола.

Метою проекту є розробка рекламно-інформаційного веб-сайту для студентів та викладачів спеціальності «Журналістика»

Для того, аби досягнути поставленої мети, слід виконати такі завдання:

- окреслити поняття веб-сайту, його типологічні характеристики;
- визначити роль веб-сайтів в інформаційно-освітній системі та окреслити особливості вимог до них;
- проаналізувати вигляд та функціонування веб-сайтів спеціальності «Журналістика» інших закладів освіти;
- здійснити вибір дизайну веб-сайту та вдосконалити його відповідно до його функціонування;
- розробити структуру сайту (розділи, підрозділи);
- здійснити добір необхідних матеріалів для наповнення сайту;
- зробити огляд відео- та фотоматеріали, зроблені студентами, для візуального наповнення сайту;

- здійснити інтерв'ювання студентів-випускників спеціальності «Журналістика».

Об'єкт дослідження – створення сайту рекламно-інформаційного спрямування.

Предметом є розробка сайту рекламно-інформаційного спрямування для спеціальності «Журналістика».

Для вирішення поставлених завдань була використана така система методів: метод аналізу (для дослідження поняття «веб-сайт», типології цього поняття), описовий метод (для окреслення вимог для сайтів закладів освіти, а також їхніх функцій), метод синтезу (для створення цілісної картини, яка розкриває особливості поняття «веб-сайт» у системі освіти) та метод інтерв'ю (для наповнення рубрики «Відгуки випускників»).

Апробація проєкту: веб-сайт був переданий цикловій комісії журналістики за два тижні до захисту, тож викладачі та студенти уже можуть користуватися ним та наповнювати його без посередництва.

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, основної частини, яка поділяється на теоретичну та практичну (8 підрозділів), висновків, списку використаної літератури із 24 позицій, додатків. У тексті проєкту міститься 5 рисунків. Загальний обсяг роботи складає 33 сторінок. Основний текст викладено на 20 сторінках.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

1.1. Веб-сайт: окреслення поняття, типологічні особливості

Загальновідомо, що ХХІ століття характеризується суцільною глобалізацією, тобто інтеграцією суспільства всієї планети у будь-яких сферах життя. Не є винятком й інформаційна сфера. Теперішнє суспільство та його життєдіяльність як така повністю залежить від інформаційного простору. За допомогою мережі Інтернет люди дізнаються про новини, спілкуються між собою, залучаються до якихось розваг та навіть провадять свою основну професійну діяльність. Тобто інформація – всюди. Від її наявності, чи навпаки, відсутності в мережі Інтернет залежить чимало всього.

Комунікація у сучасному суспільстві в основному здійснюється в Інтернеті, проте може виконувати різні функції (спілкування, навчання, проведення професійної діяльності, реклами, просвітництва тощо). У цій системі взаємодії важливо виділити місце веб-сайтам як одним із основних компонентів та інструментів.

Розглянемо визначення поняття «веб-сайт». Відповідно до наказу Державного комітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України та Державного комітету зв'язку та інформатизації України від 25.11.2002 року №327/225 під назвою «Про затвердження Порядку інформаційного наповнення та технічного забезпечення Єдиного веб-порталу органів виконавчої влади та Порядку функціонування веб-сайтів органів виконавчої влади», то веб-сайт – «сукупність програмних та апаратних засобів з унікальною адресою у мережі Інтернет разом з інформаційними ресурсами, що перебувають у розпорядженні певного суб'єкта і забезпечують доступ юридичних та фізичних осіб до цих інформаційних ресурсів та інші інформаційні послуги через мережу Інтернет» [19].

На думку науковиці А. Федоренко, «під вебсайтом можна розуміти сукупність програмних, інформаційних, медійних засобів, логічно пов'язаних між собою» [22, с. 51].

Тобто, веб-сайт – це сукупність веб-сторінок, які містять певну

інформацію, що є доступною для аудиторії в мережі Інтернет та що пов'язана між собою навігацією й змістом. Також особливістю веб-сайту є наявність єдиного доменного імені – унікальної адреси сайту, що відрізняє його серед сотні інших.

Оскільки веб-сайт є сукупністю програмних засобів та розміщених на ньому матеріалів (контенту), то постає питання про поширення на сайт права інтелектуальної власності. О. Мацкевич стверджує, що такі права «поширюватимуться не лише на змістовне наповнення, а й на графічну та зображувальну форми сторінок й комп'ютерну програму» [17, с. 36].

Якщо говорити про сайт як об'єкт права інтелектуальної власності, то слід пам'ятати, що під цим мають на увазі:

- «різновид комп'ютерної програми;
- сукупність графічних, візуальних, фотографічних, літературних, музичних, дизайнерських та інших творів, кожен з яких є самостійним об'єктом авторського права;
- складений твір;
- базу даних;
- окремий файл, який зчитує комп'ютерна програма;
- макет або проект сайту як незавершений твір» [23, с. 310].

Тож більшість науковців погоджуються із думкою, що на веб-сайти теж поширюється право інтелектуальної власності. Оскільки веб-сайт у більшості випадків складається із веб-сторінок, то, логічно, що ці права поширюються на всі об'єкти прав інтелектуальної власності. Веб-сайт – це збірник матеріалів різного формату, який пов'язаний спільною темою та який захищається авторським правом. Для окремого наголошення на цьому розробник сайту у нижньому меню шаблону може вказати знак авторського права і написати, що всі поширення здійснюються лише за згоди або ж із вказаним першоджерелом.

Для створення веб-сайту слід розпочати із так званої «інтернет-території», тобто із вибору домену, доменного ім'я. «Доменне ім'я є

буквеним позначенням адреси сервера (комп'ютера), на якому знаходиться потрібна користувачам інформація» [23, с. 313].

Доменне ім'я – це адреса сайту, яка ідентифікує конкретний сайт серед масиву інших, за якою здійснюється підтримка сайту адміністратором та відбуваються власне переходи читачів.

Наступним етапом є процедура під назвою «хостинг». «Під хостингом розуміють розміщення веб-сайта на комп'ютері, який постійно підключений до Інтернету і має достатні технічні характеристики, щоб забезпечувати безперебійний доступ до сайту зацікавлених осіб за допомогою інтернет-каналів зв'язку» [23, с. 314]. Тобто, це оренда місця на сервері задля безперебійного та цілодобового доступу користувачів до сайту.

Саме ці два моменти є дуже важливими з точки зору технічних засобів втілення і розробки сайту. Проте його форма, вигляд уже напряду залежить від мети, яку ставить розробник. Розглянемо типологію веб-сайтів.

У науковій літературі відсутні типології веб-сайтів як таких. Тому ми звернулися до типології, яку запропонувала освітня ІТ-платформа «CASES».

За функціями вони розподіляють веб-сайти на такі:

1. Презентаційні сайти – веб-сайти, які містять інформацію про компанію чи продукт, тобто такий сайт є офіційним представництвом компанії в мережі Інтернет [15].
2. Посадкові сторінки – це будь-яка сторінка, до якої прив'язаний рекламний трафік. Англійською назва цього виду – це «landing page». Українською їх також часто називають просто «лендінгами». Їхня особливість полягає у тому, що вони мають власну, відмінну від інших сторінок структуру, яка дозволяє користувачам звертати увагу на цю сторінку, залишатися на ній та переглядати інформацію про товари [15].
3. Онлайн-сервіси – сайти, які надають відвідувачам певні послуги. Прикладами таких сайтів можуть бути Gmail, Megogo і навіть Google. «Часто для того, щоб якось впорядковувати таке розмаїття іменник

“сервіс” супроводжує описовий прикметник. Наприклад, “стрімінговий сервіс”, “файлообмінний сервіс” або “платіжний сервіс»» [15].

4. Інтернет-магазини теж відносяться до попереднього виду онлайн-сервісів, проте власники платформи «CASES» вирішили їх виділити окремим пунктом у типології. Вони відзначають такі особливості інтернет-магазинів: «З точки зору дизайну в інтернет-магазинах і торговельних майданчиках найбільш важливими є сторінки каталогу товарів, окремого товару та всі екрани, пов’язані безпосередньо з покупкою» [15].
5. Медіаресурси та блоги – веб-сайти, на яких публікують інформаційні матеріали. Це можуть бути онлайн-медіа. Також до цього виду відносять блоги, в яких люди постять матеріали по типу свого онлайн-щоденника. Відмінність блогів від онлайн-медіа полягає у нижчій якості опублікованої інформації у першому, адже тут нема якоїсь третьої сторонньої людини (редактора, наприклад), яка б вичитувала ці тексти, підбирала і верстала візуальні матеріали. Проте на сайті «CASES» зауважують, що «сучасні блоги тяжіють до більш професійної та якісної роботи з контентом» [15].
6. Соцмережі – це веб-сайти, «в яких користувачі можуть створювати профілі, публікувати матеріали, налагоджувати віртуальні зв’язки, об’єднуватися у групи» [15]. Окрім цього, соцмережі також активно поширюють різноманітну інформацію у різних формах: в Instagram – це світлини, в Youtube – відео, в Telegram, Viber, Messenger – здебільшого текст [15].

Окрім цих видів у залежності від виконуваних функцій, виділяють і окремі види.

Перший – це форуми. Це були основні платформи для взаємодії та комунікації до винайдення соцмереж. Зараз ці форуми не зникли, проте втратили свою популярність [15].

Ще одним видом є чати. Це також платформи для спілкування, проте тут

не потрібно довго чекати на відповідь від інших – спілкування відбувається в онлайн-режимі. Проте вони зовсім не втратили свою популярність, а навпаки – розвинулися. «По-перше, вони еволюціонували в месенджери, такі як телеграм, facebook messenger, whats app. По-друге, чати стали ефективним інструментом технічної підтримки. По-третє, чати стали додатковим засобом комунікації всередині цифрових продуктів — наприклад, ігор, у якості окремих функціональних елементів» [15].

Й останній вид – це портали. «Часто портали — це великий вебсайт, що об'єднує низку сервісів» [15]. Прикладом порталу може бути Ukr.net, на якому можна і стрічку новин переглянути, і на електронну пошту зайти, і пошукати щось – тобто все в одному. Зараз на тлі розвитку соціальних мереж портали не є такими затребуваними, проте вони є у першу чергу джерелом новинних матеріалів – і завдяки цьому вони надалі розвиваються [15].

Як стверджують «CASES» цей перелік веб-сайтів не є вичерпним, адже охоплює лише найвідоміші та популярніші види, із якими стикаються сучасні веб-дизайнери. Проте самих видів веб-сайтів є безліч.

Отже, веб-сайти – це поєднані між собою веб-сторінки, які містять різноформатних контент одного змісту (однієї теми) і які є доступними в мережі Інтернет завдяки певним програмним засобам. Їхніх видів є багато, проте варто зауважити, що вибір типу залежить від мети створення і функціонування веб-сайту.

1.2. Особливості функціонування веб-сайтів для закладів освіти

Як ми уже згадували, веб-сайти є невід'ємним компонентом та інструментом комунікації у сучасному світі. Ця теза також стосується іміджу, реклами та просування закладу освіти серед інформаційного простору країни і не тільки.

На думку науковиці О. Головки, сайти закладів освіти «виконують роль сполучної ланки між потенційними та реальними споживачами освітніх послуг і конкретним навчальним закладом, установою, що надає такі

послуги» [6, с. 47].

Веб-сайти належать до єдиного інформаційного середовища того чи іншого навчального закладу. Цей інструмент дозволяє залучати різні сторони для комунікації: адміністрацію закладу, викладачів, студентів, їхніх батьків. О. Буряк та Т. Саприкіна стверджують, що «створення єдиного освітнього інформаційного середовища сприяє розвитку навчальної, педагогічної, управлінської й обслуговуючої діяльності навчального закладу, де провідну роль відіграють інформаційно-комунікаційні технології, що дозволяють підвищити якість і доступність навчального процесу» [3, с. 49].

Тому доцільним є розглянути функції, які виконують веб-сайти задля підтримки інформаційно-освітньої системи:

- 1) інформативна – яка полягає у відкритому доступі до даних та забезпеченні процесу комунікації, інформаційного обміну;
- 2) інтеграційна – суть якої полягає у підтримці внутрішніх зв'язків між структурами закладу освіти, між студентами та викладачами тощо;
- 3) комунікаційна – функція, яка зосереджується на підтримці і забезпеченні зовнішніх зв'язків (зовнішнім інформаційним простором); наприклад, між викладачами ВНЗ та абітурієнтами, іншими закладами;
- 4) координуюча – функція, що інтегрує в інформаційне середовище закладу освіти весь необхідний контент;
- 5) розвиваюча – сприяє духовному та інтелектуальному розвитку всіх відвідувачів самого сайту;
- 6) культуротворча – формує інформаційну культуру освітнього закладу;
- 7) професійно-орієнтуюча – яка орієнтує здобувачів (або майбутніх здобувачів) освіти на певну професійну діяльність [5, с. 89].

Основні вимоги до веб-сайту закладів освіти регламентуються Законом України «Про освіту». Наведемо перелік деяких компонентів із цього списку. Сайт закладу освіти мусить містити:

- «статут закладу освіти;

- ліцензію на провадження освітньої діяльності;
- сертифікати про акредитацію освітніх програм, сертифікат про інституційну акредитацію закладу вищої освіти;
- структура та органи управління закладу освіти;
- кадровий склад закладу освіти згідно з ліцензійними умовами;
- освітні програми, що реалізуються в закладі освіти, та перелік освітніх компонентів, що передбачені відповідною освітньою програмою;
- мова (мови) освітнього процесу;
- наявність вакантних посад, порядок і умови проведення конкурсу на їх заміщення (у разі проведення);
- матеріально-технічне забезпечення закладу освіти (згідно з ліцензійними умовами);
- напрями та/або мистецької діяльності (для закладів вищої освіти);
- правила прийому до закладу освіти» тощо [20].

У статті «Веб-сайт закладу вищої освіти та його значення в інформаційно-освітньому середовищі» О. Галицький, І. Кучеренко та П. Микитенко подають приклад структури освітніх веб-сайтів, що, на їхню думку, зробить роботу веб-сайту ефективнішою. Це блоки, які містять дані про:

- «загальні відомості із зазначенням характеристики структурних підрозділів закладу вищої освіти;
- нормативну базу (накази, положення, розпорядження, тощо);
- кваліфікацію співробітників певного структурного підрозділу закладу вищої освіти;
- електронних розклад навчальних занять;
- навчальну діяльність (навчально-методичні матеріали, веб-довідники та ресурси, тощо);
- методичну діяльність науково-педагогічних працівників (навчальні програми, силабуси, тощо);

- наукову діяльність співробітників (науково-дослідна робота співробітників, організація студентських наукових гуртків, правила написання курсових проєктів, дипломних робіт, тощо);
- події, що відбулися у певному структурному підрозділі закладу вищої освіти;
- способи зворотного зв'язку з адміністрацією та структурними підрозділами» [5, с. 89].

Проте варто зауважити, що наповнювати контентом сайт слід, звертаючи увагу на цільову аудиторію веб-сайту. Відвідувачами сайту також можуть бути: вступники та їхні батьки, здобувачі вищої освіти, випускники, внутрішні користувачі (педагоги, методисти, адміністрація), а також конкуренти, стейкхолдери, журналісти тощо [5, с. 89-90].

Важливим також для впізнаваності веб-сайту є бренд – тобто, ті візуальні елементи веб-сайту, які складають загальне уявлення про нього. Це використання логотипу, певної кольорової палітри, способу розміщення меню, контенту на сторінках тощо. Це дозволяє швидко запам'ятати конкретних веб-сайт серед ряду інших, а також створити асоціативний ряд із певним візуалом із образом закладу освіти у свідомості відвідувачів.

Відповідно, для абітурієнтів цікавим буде блок інформації, який стосується деталей вступу, освітніх програм спеціальностей, наявності бюджетних місць, вартості навчання, дат днів відкритих дверей тощо [8, с. 1].

Також варто зауважити, що для формування позитивного іміджу закладу освіти для потенційних вступників на сайті слід розміщувати перспективи працевлаштування за певними спеціальностями, зв'язки із іншими (навіть іноземними) вищими навчальними закладами, інформацію про наукові дослідження, проведені структурними підрозділами [8, с.1].

Не менш важливо орієнтуватися і на випускників та стейкхолдерів. У цьому контексті важливо залучати працевлаштувачів задля проведення різних екскурсій різними місцями, запрошувати їх на бесіди зі студентами у заклад освіти, писати про це матеріали та висвітлювати це на сайті. Також

роботодавці можуть надавати свої підприємства як бази практики, виступати рецензентами освітніх програм тощо. При цьому дуже часто випускники закладу освіти водночас можуть бути і стейкхолдерами [8 с. 1].

Вся інформація, що поститься на веб-сайті закладу освіти, створює ефект прозорості, відкритості. Це спрощує процес зовнішнього моніторингу за ним. Особливо актуально це стало після карантинних обмежень та декількох років дистанційного навчання [8, с. 2].

Також потрібною складовою у структурі сайту є висвітлення наукової діяльності працівників та здобувачів освіти, адже це спрямовується навіть на зовнішніх науковців, які зможуть брати результати цих досліджень для власних розробок. До такої компоненти належить інформація про діяльність наукових гуртків, анонси конференцій, їхні результати, інформація і деталі про наукові публікації в різних збірниках, дописи про наукові дні в закладі освіти тощо [8, с. 2].

Сегмент сайту, який орієнтований на студентів та викладачів, містить електронний розклад занять, консультацій, програми вибіркових дисциплін, інформацію про академічну доброчесність, замітки про різноманітні події в закладі освіти тощо [8, с. 2].

Тож веб-сайти закладів освіти сприяють відкритості обміну інформацією між різними сторонами (студентами-викладачами, абітурієнтами-викладачами тощо), приверненню уваги громадськості до роботи певного закладу освіти в освітньому середовищі цілої країни, інформуванню, формуванню позитивного іміджу закладу освіти, його викладачів, студентів.

РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту на основі аналізу інформаційного ринку; відмінності пропонованого продукту від вже існуючих продуктів

Аналізуючи веб-сайти спеціальності «Журналістика» інших закладів освіти, ми помічаємо, що наявність окремого ресурсу для кафедри чи циклової комісії, навіть якщо він прив'язаний адресою до основного сайту ВНЗ, є важливою і необхідною. Адже таким чином майбутні вступники можуть дізнатися більше про цю спеціальність, її викладацький склад, студентські будні, також можуть дізнатися детальнішу інформацію про освітні компоненти. Тож метафорично ця спеціальність «стає ближчою» до вступників, вирізняючи кафедру чи циклову комісію серед інших навіть у межах одного навчального закладу.

Для розробки нашого веб-сайту ми брали до уваги сайти журналістики Київського столичного університету ім. Б. Грінченка, Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, Донецького національного університету ім. В. Стуса, Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича, Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника, Тернопільського національного університету ім. В. Гнатюка. Вони містять необхідну загальну інформацію: про кафедру, її викладацький склад, контактні дані, освітні програми для бакалаврів, магістрів, каталоги вибіркових дисциплін, навчально-методичні матеріали, розклади занять та консультацій, переліки документів для вступу. Також багато уваги приділено розділу «Академічна доброчесність та культура якості». Звісно, наповненою є рубрика цих сайтів про наукові дослідження, здійснені у межах спеціальності. Не менш важливими є публікації та інформація про працевлаштування, міжнародну співпрацю.

Ми врахували наявність усіх цих розділів та рубрик при розробці структури нашого сайту. Проте, все ж ми зосередилися на одній тематиці, яка не у всіх вищеперечислених сайтах була присутня (або ж якщо була, то у

дещо іншому форматі). Це відгуки випускників, які працюють за спеціальністю, про навчальний заклад та конкретний фах. У більшості сайтів цієї інформації не було зовсім. У одному була, проте простим переліком, біографією випускника/випускниці [14]. На нашу думку, цікавіше читати такі відгуки через формат звичайного інтерв'ю, коли за допомогою декількох запитань можна розкрити особу та через призму її бачення побачити навчання на журналіста. Таким чином випускники стають ближчими до абітурієнтів і можуть їх максимально проінформувати про спеціальність або просто заінтригувати.

Також ми вважаємо за доцільне виокремити в меню такі рубрики, як «Фотомиттєвості» та «Студентські досягнення». У першому можна помітити, як проходять студентські будні, якою є матеріально-технічна база закладу освіти, які події відбуваються у стінах закладу або за їх межами для журналістів. «Студентські досягнення» виокремлюють серед новин лише ті, які акцентують увагу на тому, де які студенти посіли призові місця, чого досягли тощо. Таким чином ці розділи у стрічці меню зосереджують увагу відвідувачів на конкретних здобутках студентів, їхніх активностях, їхньому побуті. Це може візуально та сенсово краще запам'ятатися для відвідувачів сайту.

Окремо хочемо відзначити актуальність розробки сайту для спеціальності «Журналістика» Галицького фахового коледжу ім. В. Чорновола. У цього закладу освіти є один загальний, для всіх циклових комісій, сайт. Звісно, на ньому публікують замітки та інші матеріали, що стосуються усіх спеціальностей, проте серед маси цієї інформації все, що стосується журналістики, губиться. Це стосується й інших видів інформації – методичок, силабусів, каталогу вибіркових дисциплін, матеріалів про стейкхолдерів тощо. Наявність окремого сайту для цієї спеціальності спростить пошук інформації та покращить її маркетингове просування, адже акцент буде лише на журналістах, і все зібрано на одній платформі, поділено на чіткі рубрики.

Щодо особливостей нашого веб-сайту, то зауважимо, що він наповнюється регулярно, у межах наявності інформаційних приводів, пов'язаних із цикловою комісією журналістики. До кожного матеріалу ми вказуємо авторство відповідальної за текст та відео й фото особи. Усі матеріали написані українською мовою, з дотриманням вимог щодо різних журналістських жанрів.

Наш ресурс є споживчо спрямованим, тобто він орієнтований на споживача (студентів, викладачів, абітурієнтів, стейкхолдерів, конкурентів), аби вони дізналися більше інформації про спеціальність «Журналістика» Галицького фахового коледжу ім. В. Чорновола.

2. 2. Структура

На нашому сайті містяться такі рубрики: «Головна», «Архів новин», «Про циклову комісію», «Студентам», «Вступникам», «Студентське життя», «Наукова робота», «Контакти» (рис. 2.1 та додаток А).

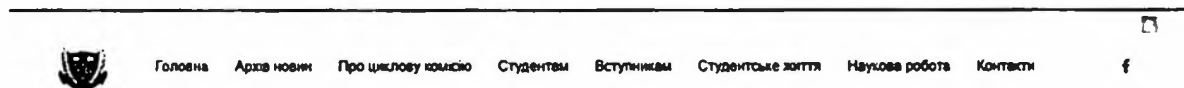


Рис. 2.1. Рубрики на сайті

На головній сторінці містяться нещодавні замітки, карусель із різними фото, а також підбірка різних ЗМІ, із якими співпрацює циклова комісія журналістики (де можна пройти навчальну та професійну практику, влаштуватися на роботу).

«Архів новин» відображає усі матеріали, які були опубліковані раніше. Стрічка новин на нашому сайті оновлюватиметься у залежності від появи інформаційних приводів: тобто адміністратор сайту може у межах одного дня закинути дві замітки, якщо для них були приводи, або ж жодну, якщо приводів не було.

У межах цих матеріалів ми поділили їх на певні групи, скориставшись можливістю фільтрування завдяки категоріям та тегам. Серед категорій ми винесли такі: «Міжнародна співпраця», «Наукові досягнення студентів»,

«Новини ЦК», «Співпраця з стейкхолдерами», «Студентські досягнення». Ці категорії нам знадобилися, аби інформаційні матеріали перенести у відповідні рубрики стрічки меню. Тобто, замітки про наукові досягнення водночас можна знайти і в загальній стрічці новин, і в рубриці «Наукові досягнення студентів», що міститься в «Науковій роботі».

Теги ж урізноманітнюють новини у межах категорії «Новини ЦК». Це: «#дозвілля», «#зустрічі», «#навчання», «#екскурсії_поїздки».

Розділ «Про циклову комісію» містить такі сторінки: «Загальна інформація», «Склад циклової комісії», «Силабуси навчальних програм», «Робота зі стейкхолдерами», «Міжнародна співпраця».

У розділі «Студентам» можна знайти сторінки «Академічна доброчесність», «Розклад занять», «Розклад консультацій викладачів», «Каталог вибіркових дисциплін» та «Методичні рекомендації».

Розділ «Вступникам» зосереджений виключно на особливостях вступу на програми молодшого спеціаліста та бакалавра спеціальності журналістики в Галицькому фаховому коледжі, тому тут можна знайти сторінки «Приймальна комісія», «ОПС Фаховий молодший бакалавр», «ОС Бакалавр».

У «Студентському житті» містяться сторінки «Фотомиттевості», «Студентські досягнення» та «Відгуки випускників». «Фотомиттевості» — це добірка різних фотографій, які відображають студентські будні. «Студентські досягнення» акцентують увагу на здобутках студентів-журналістів (не лише наукових, а й спортивних та інших). «Відгуки випускників» містять інтерв'ю із випускниками коледжу, які працюють за спеціальністю, в яких вони діляться своїм досвідом та спогадами про навчання.

«Наукова робота», відповідно, висвітлює «Наукові досягнення студентів», а також містить відомості про наукові студентські гуртки (в однойменній сторінці).

На сторінці «Контакти» можна знайти адресу всіх трьох корпусів закладу, електронну пошту, номери телефонів, а також можна залишити запитання/побажання у формі опитувальника.

Тож при розробці структури сайту ми врахували потреби цільової аудиторії (студентів, абітурієнтів, викладачів, стейкхолдерів, конкурентів), а також зосередили увагу на рекламному аспекті функціонування веб-ресурсу.

2.3. Жанрова палітра

До жанрової палітри розміщених на сайті матеріалів належать інформаційні (замітки, інтерв'ю) та художньо-публіцистичні матеріали (есеї).

Замітки є необхідними на сайтах закладів освіти, адже таким чином відвідувачі дізнаються про події, які відбуваються у коледжі, про різні екскурсії, відвідувані студентами події тощо. Їхня особливість полягає у тому, що вони оперативно повідомляють про найголовніше (рис. 2.2).

Студенти-журналісти доторкнулися до прадавніх звичаїв українського народу

Викладачі разом із студентами відвідали безмісдне майстерю у Тернопільському обласному краєзнавчому музеї.

Майстрині розповіли історію писемності та провели майстер-клас з розпису весільних ящів. Кожен із студентів створив авторську писанку.

Майбутні журналісти отримали цікавий досвід та позитивні враження

Софія Пернишин

Відео підготувала Оля Гурська

Рис. 2.2. Приклад замітки

Інтерв'ю ми використали у розділі «Відгуки випускників» (рис. 2.3). Як ми уже стверджували вище, за допомогою цього методу ми опитали випускників коледжу, які працюють за спеціальністю, з метою висвітлення їхнього ставлення до закладу освіти та висвітлення їхніх спогадів про навчання. Це робить їх ближчими до здобувачів освіти та абітурієнтів. Адже ці колишні студенти працевлаштовані (журналістами, піарниками тощо) і можуть уже на конкретному життєвому прикладі довести, чому навчання у цьому закладі освіти посприяло їхньому успіхові, яким чином (які саме предмети) і як до цього доклалися викладачі. Список запитань, поставлених випускникам, можна переглянути у додатку Б.



Діана Семак, керівниця відділу маркетингу видавництва «НК-Богдан»,
випускниця 2014 року (молодший спеціаліст)

Яким ви можете описати своє навчання у Галицькому коледжі?

Дуже насичене. У нас було 5-6 пар щодня, багато предметів і оскільки, наша спеціальність у ті буремні роки змінювалась щороку – з Галицького ми вийшли із знаннями необхідними для спеціальностей «редактор», «коректор», «журналіст» та навіть «адміністратор сайтів».

Які конкретні навички, здобуті під час навчання, вам пригодились на роботі?

Рис. 2.3. Приклад інтерв'ю

Художньо-публіцистичні матеріали теж мають місце у стрічці новин нашого сайту. Найкориснішим і найпростішим серед них є жанр есею, який можна використовувати як матеріал, який висвітлює відвідини кудись або захист робіт із певного предмету. За допомогою нього можна описати враження і думку студента (чи навіть викладача) до певної проблеми, події і при цьому зберегти вільну форму викладу, не обмежуючись певними вимогами (рис. 2.4).

При усій мій трепетній повазі (без іронії) до теорії ніяк не можу збагнути, навіщо як форму контролю з журналістських дисциплін використовують тести. Зубрити і навіть знати – одне, а вміти – зовсім інше.

Частина групи четвертого курсу презентувала сьогодні в нашій телестудії (інша частина – онлайн) свої журналістські матеріали як результат річного вивчення курсу Теорія і методика журналістської творчості. Абсолютна свобода у виборі теми, виду медіа, жанру і форми представлення, поєднана із знанням теорії і високим рівнем відповідальності студентів, принесла напрощад вдалі вислід: блискучі як для поточного етапу навчання (а йдеться наразі про рівень молодшого бакалавра) контентні заслугують на увагу професіоналів журналістики.

Гарно! Ну, ще з пунктуацією попрацювали б, але це інша сторона нашої платівки.

Завтра – третій курс...

Написав *Юрій Фінклер*

Рис. 2.4. Приклад есею

Всі ці жанри необхідні з огляду на потреби аудиторії: замітки – закрити потребу в знанні певної інформації, інтерв'ю із випускниками – дізнатися їхню думку про навчання, есеї – дізнатися про думку з приводу певної проблеми чи події. Також вони відповідають виду нашого веб-сайту, адже він у першу чергу повинен інформувати та бути майданчиком висвітлення діяльності студентів-журналістів.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Ілюстративний матеріал на нашому сайті виконує такі функції: інформаційну (фото доповнюють, розширюють текст), естетичну функцію (фото та абстрактні зображення є «шапками» сторінки, вони доповнюють візуальну складову сайту), функцію емоційного впливу (фото із рубрики «Фотомиттєвості» можуть вплинути на потенційних вступників і переконати їх на користь цієї спеціальності). Тому на нашому сайті є фото, картинка майже до кожного матеріалу та кожної сторінки.

Фото ми брали зі сторінки «Медійники Галицького коледжу» у соцмережі Facebook [18], фото випускників надані інтерв'ююваними та самостійно зверстані як окремий банер, враховуючи кольоротип сайту. Також значну частину фотографій для візуальної складової ми взяли із архіву навчального закладу.

Логотип нашого сайту – це емблема Галицького фахового коледжу ім. В. Чорновола. Ми вважаємо за доцільне не створювати новий логотип, а розмістити загальний для всього коледжу для підтримання впізнаваності коледжу та створення асоціативного ряду «циклова комісія – коледжу».

Оформлюючи головну сторінку сайту, ми врахували те, що ця сторінка є візитівкою самого сайту. Тому в якості основного банера ми використали фото наших студентів, зверху якого розмістити назву сайту. Також ми помістили невелику «карусель» із останніми новинами у форматі великого фото із заголовком. Нижче додали «карусель» із фото, на яких наші студенти беруть інтерв'ю, знімають відеосюжети тощо. І ще одним важливим елементом головної сторінки є блок «Ми співпрацюємо із...», де ми помістили перелік тернопільських ЗМІ, в яких студенти можуть проходити практику чи працевлаштуватися (рис. 2.5).

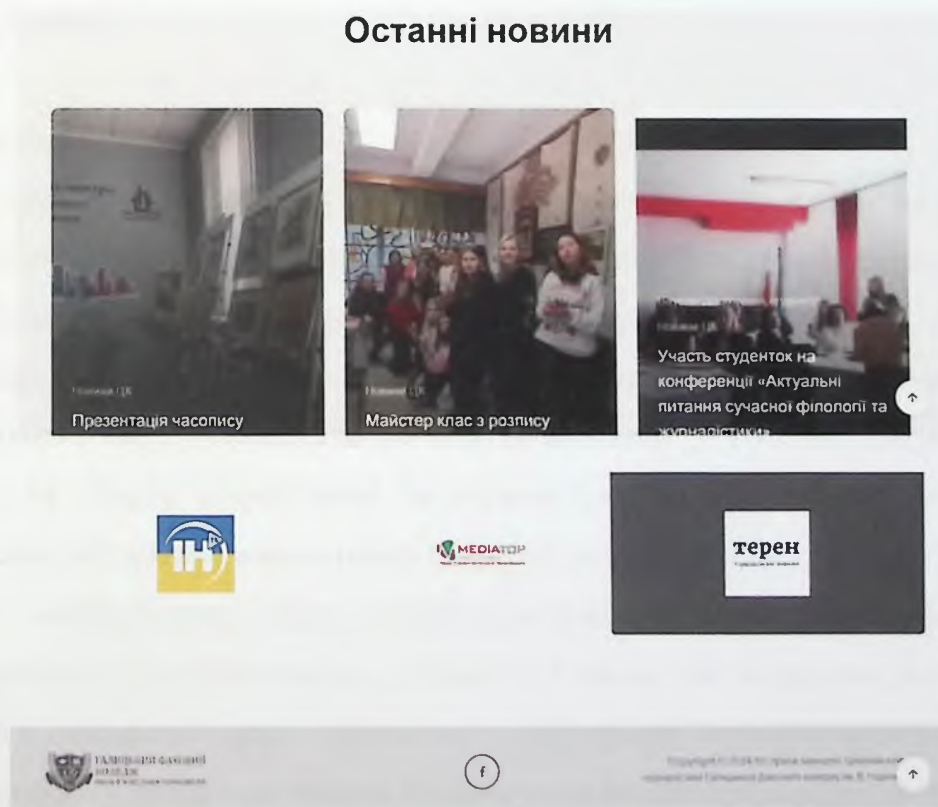


Рис. 2.5. Скриншоти фрагментів головної сторінки сайту

Кольорову гаму запозичили із головного сайту Галицького фахового коледжу – сіро-білу (додаток В). Це також необхідно для підтримування загального образу спільності та приналежності, створення єдності між сайтом закладу та циклової комісії. І окрім цього, на нашу думку, це поєднання кольорів є стриманим і контрастним та таким, що не відволікає від

читання, пошуку інформації. Окрім цього, темно-сірий колір (основний) є гармонійним із білим (фоновим для виділених посилань)

Основним шрифтом на сайті є «Roboto». Ми обрали його з ряду наступних причин: по-перше, він підтримує кириличну літерацію, по-друге, має засічки, та, по-третє, виглядає сучасним, простим та таким, що легко читається.

У якості роздільних засобів на сайті ми використовували відступи у необхідній кількості пікселів, а також елемент «Роздільник» — лінію, яка візуально розмежовує схожі блоки (ми використали це на сторінці «Відгуки випускників»).

2.5. Авторська ідея

Ідеєю нашого проєкту є створення ресурсу, на якому студенти-журналісти Галицького фахового коледжу зможуть розміщувати свої матеріали різних жанрів і форматів, включаючи навіть відеосюжети.

Спрямування нашого сайту – це інформування, підтримання позитивного іміджу спеціальності «Журналістики» у коледжі, формування бренду та образу затребуваної та перспективної спеціальності. Тобто це донесення інформації в маси разом із функцією маркетингу.

У майбутньому сайт продовжуватиме постійно наповнюватися матеріалами в уже визначених рубриках. І також ми плануємо розширити формати: добавляти відео на сторінку «Портфоліо студента практиканта», запропонувати студентам писати і публікувати аналітичні матеріали тощо.

Практична реалізація нашого творчого проєкту полягає у тому, щоб студенти-журналісти могли користуватися своїм веб-сайтом, а не залежати від загального. Ми покладаємося у першу чергу на зручність та доступність для користувачів, тому зібрали всі необхідні документи в одному місці (починаючи від силабусів навчальних програм і закінчуючи методичними рекомендаціями). Також, як ми уже стверджували, студенти зможуть на своєму сайті писати про події, які стосуються лише їхньої циклової комісії та

їх безпосередньо.

2.6. Особливості аудиторії

Звичайно, що основною цільовою аудиторією нашого веб-сайту є студенти-журналісти Галицького фахового коледжу ім. В. Чорновола. Вони водночас є і творцями контенту на ньому, і його читачами. Тому, враховуючи їхні вікові особливості та вподобання, ми зробили дизайн сайту мінімалістичним, із використанням кольорів та логотипу основного сайту коледжу. Також ми, орієнтуючись на студентів, використовували багато візуальних елементів, що доповнюють текст.

Завдяки студентським доробкам сайт може розширити рубрику «Студентське життя». Наприклад, можна долучити розділ із матеріалами в аналітичних жанрах, які студенти зможуть писати водночас і для сайту, і для виконання домашніх завдань, висвітлюючи якісь злободенні теми та проблеми. Також можна буде залучати студентів до написання матеріалів, які б висвітлювали їхнє дозвілля (яке вони проводять у межах своєї групи) поза навчальними буднями. Окрім цього, на перспективу створили сторінку «Портфоліо студента-практиканта», на якій можна розміщувати результати проходження практики кожного студента окремої групи. Це сприятиме збільшенню різноманіття контенту на сайті, а також різнобічному висвітленню студентського навчання.

Окрім студентів, цей сайт може бути цікавим і викладачам циклової комісії журналістики, які теж зможуть його наповнювати різною документацією та навіть новинами. Задля цього на сайті функціонують розділи «Вступникам», «Студентам», «Про циклову комісію».

Ще важливими для врахування особливостей сайту є потреби і зацікавленість вступників. Тому ми окремим розділом стрічки меню виділили всю інформацію для них, включаючи контактні дані приймальної комісії та перелік документів, необхідних для вступу на бакалаврат чи молодшого спеціаліста. Проте також вступникам може бути цікавою і стрічка

новин, адже таким чином вони побачать, якими є активності та будні студентів. Ще абітурієнти зможуть написати представникам циклової комісії будь-які запитання чи побажання, адже саме з цією метою ми створили форму для запитань на сторінці «Контакти». І, звісно, цікавою абітурієнтам може бути рубрика відгуків випускників, через яку вони можуть дізнатися ще щось нове про циклову комісію через оптику людей, які уже закінчили цей навчальний заклад та працюють за спеціальністю.

Окремою групою, зацікавленою нашим сайтом, можуть бути конкуренти та представники інших ВНЗ, в яких теж є циклові комісії чи кафедри журналістики. Вони можуть порівнювати освітні компоненти, наповненість сайту, студентську активність, взаємодію зі стейкхолдерами. І тому з метою вирізнення нашого сайту з-поміж інших ми створили розділи, присвячені суто студентському життю: «Студентські досягнення», «Фотомиттєвості», «Відгуки випускників».

І хочемо відзначити, що стейкхолдерам також може бути цікавим наш сайт, адже через нього може здійснюватися комунікація зі студентами, які можуть у майбутньому піти на те чи інше місце роботи, чи на практику, із викладачами, які можуть запрошувати працедавців у коледж на різні дискусії та розмови зі студентами. Тому в нас є окремою категорією новин «Робота зі стейкхолдерами», щоб і абітурієнтам, і конкурентам було помітно, що студенти-випускники спеціальності журналістики Галицького фахового коледжу є затребуваними.

Наш сайт уже функціонує у мережі Інтернет і є доступним усім відвідувачам. Тож ми надіслали покликання на нього студентам-журналістам, і вони згодом на сторінці «Контакти» у формі «Напишіть нам» залишили свої враження про веб-ресурс (додаток Г). Тобто цільова аудиторія є задоволеною, що підтверджує потрібність та перспективність нашого веб-сайту.

РОЗДІЛ III. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Для створення нашого сайту ми використовували таку CMS-систему як «Wordpress». Ми обрали цей конструктор через ширший вибір представлених шаблонів дизайну та інструментів верстки сторінок сайту. Для вставлення різних віджетів на сторінки ми використовували «Elementor».

Доменне ім'я для сайту (<https://journalists-gi-edu.site/>) було куплено через сайт «Namecheap» за 39 грн на рік. Послугу хостингу ми оплачуємо щомісяця теж на платформі «Namecheap Wordpress» (орієнтовно в місяць – 200 грн).

Для верстки різних банерів ми послуговувалися інструментом «Slider» у межах самого «Wordpress», а також платформою «Canva» та програмою «Adobe Photoshop».

ВИСНОВКИ

У процесі роботи над проектом ми виконали поставлені перед собою завдання, що в результаті сприяло успішній розробці нашого веб-ресурсу. Завдяки вивченню відповідної наукової літератури ми окреслили поняття веб-сайту, дослідили типологію сайтів. Охарактеризували особливості веб-сайтів закладів освіти та навели ряд вимог до них. Також ми визначили, що наявність сайту для коледжу чи університету означає проведення онлайн-маркетингу із метою залучення абітурієнтів для майбутньої вступної кампанії.

Тому з метою просування бренду циклової комісії журналістики Галицького фахового коледжу імені В'ячеслава Чорновола в інформаційному просторі ми розробили окремий веб-сайт.

Задля цього ми ознайомилися із переліком веб-сайтів кафедр журналістики інших навчальних закладів, проаналізували їхнє наповнення, визначили основний недолік – відсутність у майже всіх інформації про випускників, які працюють за спеціальністю. Ми врахували ці особливості при складенні структури власного веб-сайту та добавили туди рубрики «Студентські досягнення», «Фотомиттевості» та «Відгуки випускників» у формі інтерв'ю.

Працюючи над дизайном сайту ми орієнтувалися на головний сайт Галицького фахового коледжу, аби не було візуальних розбіжностей і прослідковувалася підпорядкованість циклової комісії коледжу. Тому дизайн сайту мінімалістичний у сіро-білих кольорах.

Для наповнення веб-сайту ми послуговувалися матеріалами, які розміщували студенти та викладачі на Facebook-сторінці «Медійники Галицького коледжу», а також ми використовували матеріали, розміщені на головному сайті Галицького фахового коледжу. Адже метою створення нашого сайту є зібрати всі тексти студентів, викладачів, методичну документацію в одному місці, де б викладачі та студенти циклової комісії журналістики змогли швидко знайти необхідне і не губитися серед маси

інформації про інші циклові комісії.

Також для залучення більшої кількості абітурієнтів ми додали у структуру сайту «Відгуки випускників», в якій ми помістили результати інтерв'ю із випускниками-журналістами, які зараз працюють за спеціальністю. Ці тексти не лише дозволять вступникам дізнатися більше про циклову комісію, а й дозволять прочитати щирі враження таких самих студентів, якими стануть і вони.

У майбутньому веб-сайт циклової комісії журналістики Галицького фахового коледжу може стати основним місцем публікації всіх новин, що стосуються студентів-журналістів, та може урізноманітнити формати цих публікацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Божук Л., Клиніна Т. Інтернет-комунікації вищого навчального закладу як віртуальне навчальне середовище. *Інформація, комунікація, суспільство* : матеріали 5-ї Міжнар. наук. конф. ICS-2016, 19–21 травня 2016 року. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. С. 130–131.
2. Борівська В., Михайлова Т. Правовий режим вебсайту та його складників як об'єктів інтелектуальної власності. *Підприємництво, господарство і право*. 2021. № 4. С. 5-9.
3. Буряк О. О., Саприкіна Т. Г. Значення веб-сайтів навчального закладу задля формування єдиного інформаційного освітнього простору. *Тенденції розвитку вищої освіти в Україні: європейський вектор*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Ялта (20-21 березня 2014 року). Ч. 1. Ялта : РВНЗ КГУ, 2014. С. 48-52.
4. Ворожбит А. В. Веб-орієнтоване інформаційно-освітнє середовище закладу освіти. *Інформаційні технології в освіті*. 2018. Вип. 3. С. 20-29.
5. Галицький О. В., Кучеренко І. І., Микитенко П. В. Веб-сайт закладу вищої освіти та його значення в інформаційно-освітньому середовищі. *Освітній дискурс* : зб. наук. праць. К. : ТОВ «Науково-інформаційне агентство “Наука-технології-інформація”» 2023. № 43 (1-3). С. 85-94.
6. Головка О. А. Сайт вищого навчального закладу як елемент сучасної масової комунікації. *Обрії друкарства*. 2019. № 1(7). С. 45-61.
7. Гуревич Р., Коношевський Л., Опушко Н. Цифровізація освіти сучасного суспільства: проблеми, досвід, перспективи. *Освітологічний дискурс*. 2022. № 3-4 (38-39). С. 22-46.
8. Доротюк О., Мороз С. Роль веб-сайту в менеджменті закладів вищої освіти. URL : <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/5301/1/%d0%9c%d0%be%d1%80%d0%be%d0%b7.pdf> (дата звернення: 08.05.2024).

9. Кафедра журналістики Київського столичного університету ім. Б. Грінченка. URL : <https://fj.kubg.edu.ua/> (дата звернення: 10.02.2024).
10. Кафедра журналістики та соціальних комунікацій. Донецький національний університет ім. В. Стуса. URL : <https://fiat.donnu.edu.ua/kafedra-zhurnalistyky/> (дата звернення: 10.02.2024).
11. Кафедра журналістики Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. URL : <https://www.kafedrajourn.org.ua/> (дата звернення: 10.02.2024).
12. Кафедра журналістики Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича. URL : <https://www.journalistic.space/> (дата звернення: 10.02.2024).
13. Кафедра журналістики. Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника. URL : <https://kjourn.pnu.edu.ua/> (дата звернення: 10.02.2024).
14. Кафедра журналістики. Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка. URL : <https://tnpu.edu.ua/faculty/fililog/gurnal.php> (дата звернення: 10.02.2024).
15. Класифікація вебсайтів. CASES. URL : <https://cases.media/article/klasifikaciya-vebsaitiv> (дата звернення: 09.05.2024).
16. Кононец Н. В. Веб-сайт як інформаційний ресурс навчального закладу – крок до якісної освіти. *Комп'ютер у школі та сім'ї*. 2016. № 1. С. 21-26.
17. Мацкевич О. Веб-сайт: визначення поняття та можливості правової охорони з позиції авторського права. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2017. № 6. С. 32-38.
18. Медійники Галицького коледжу. URL : <https://www.facebook.com/groups/854172981611762> (дата звернення: 18.05.2024).
19. Про затвердження Порядку інформаційного наповнення та технічного забезпечення Єдиного веб-порталу органів виконавчої влади та Порядку функціонування веб-сайтів органів виконавчої влади : Наказ

державного комітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України та Державного комітету зв'язку та інформатизації України від 25.11.2002 № 327/225. *Верховна Рада України*. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1021-02#Text> (дата звернення: 08.05.2024).

20. Про освіту : Закон України від 08.12.2023 р. № 3505-IX. *Верховна Рада України*. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> (дата звернення: 09.05.2024).

21. Ребуха Л. Інформаційно-освітній простір закладу освіти: структурно-функціональні особливості освітнього веб-сайту. *Гуманітарні студії : історія та педагогіка*. 2021. № 2. С. 103-114.

22. Федоренко А. Ю. Поняття, структура та ознаки вебсайту. *Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері* : зб. матеріалів IV Всеукр. наук. студ. конф., м. Вінниця, 2 квіт. 2021 р. Вінниця, 2021. С. 50-51.

23. Фелечко О.С. Вебсайт: від поняття до створення та функціонування. *ІТ-право: проблеми і перспективи розвитку в Україні* : II міжнар. щорічна конф. URL: <http://aphd.ua/publication-363> (дата звернення: 08.05.2024).

24. Циклова комісія журналістики Галицького фахового коледжу ім. В. Чорновола. URL : journalists-gi-edu.site (дата звернення: 15.06.2024).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А. Детальна структура сайту

Головна	Користувачьке посилання	▼
Архів новин	Користувачьке посилання	▼
Про циклову комісію	Користувачьке посилання	▼
Загальна інформація	доірній елемент	Elementor ▼
Склад циклової комісії	доірній елемент	Elementor ▼
Силабуси навчальних дисциплін	доірній елемент	Elementor ▼
Робота зі стейкхолдерами	доірній елемент	Elementor ▼
Міжнародна співпраця	доірній елемент	Elementor ▼
Студентам	Користувачьке посилання	▼
Академічна доброчесність	доірній елемент	Elementor ▼
Розклад занять	доірній елемент	Elementor ▼
Розклад консультацій викладачів	доірній елемент	Elementor ▼
Каталог вибірових дисциплін	доірній елемент	Elementor ▼
Методичні рекомендації	доірній елемент	Elementor ▼

ПРОДОВЖЕННЯ ДОДАТКА А

Вступникам

Користувачьке посилання ▼

Приймальна комісія дочірній
елемент

Elementor ▼

ОПС Фаховий молодший
бакалавр дочірній елемент

Elementor ▼

ОС Бакалавр дочірній елемент

Elementor ▼

Студентське життя

Користувачьке посилання ▼

Фотомиттєвості дочірній елемент

Elementor ▼

Студентські досягнення дочірній
елемент

Elementor ▼

Портфоліо студента-практиканта
дочірній елемент

Elementor ▼

Відгуки випускників дочірній
елемент

Elementor ▼

Наукова робота

Користувачьке посилання ▼

Наукові досягнення студентів
дочірній елемент

Elementor ▼

Студентські наукові гуртки
дочірній елемент

Elementor ▼


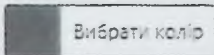
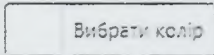
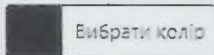
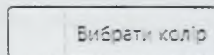
Контакти

Користувачьке посилання ▼

ДОДАТОК Б. *Запитання для випускників спеціальності «Журналістика» для написання інтерв'ю у розділі «Відгуки випускників»*

1. Яким ви можете описати своє навчання у Галицькому коледжі?
2. Які конкретні навички, здобуті під час навчання, вам пригодилися на роботі?
3. Назвіть 5 предметів, які виявилися для вас найбільш потрібними у професійній діяльності.
4. Які найяскравіші спогади у вас залишилися від роботи викладацького складу зі студентами на парах та поза ними?
5. Які б поради ви дали нашим студентам щодо пошуку роботи та самого навчання?

ДОДАТОК В. Характеристика оформлення сайту

Логотип	
Основний колір	#5b5b5b 
Основний світлий колір	#ffffff 
Додатковий колір	#1e1e1e 
Додатковий світлий колір	#ffffff 
Ціль використання кольорової гами	Схожість із оформленням головного сайту Галицького фахового коледжу, підпорядкованість йому, контрастність, читабельність, мінімалістичність.
Гарнітура шрифту	Roboto
Ціль використання шрифту	Підтримка кириличної літерації, не має засічок, є простим та таким, що легко читається.

ДОДАТОК Г. Відгуки користувачів веб-сайту

Submission #14

[Edit](#)

Ім'я	катя
Email	katiayarzhemska@gmail.com
Телефон	0
Запитання/ побажання/інше	дякуємо велике за сайт! нарешті журналісти теж мають своє маленьке місце)) особливо вражає легкість навігації сайту - просто супер!

Submission #5

[Edit](#)

Ім'я	Надія
Email	nadiiatrofimchuk@gmail.com
Телефон	660454297
Запитання/ побажання/інше	Хочеться подякувати розробниці за такий наповнений та цікавий сайт! Саме те, що потрібно журналістам! Успіху! 🍀

Submission #18

[Edit](#)

Ім'я	
Email	alina.kasarda@gmail.com
Телефон	966823575
Запитання/ побажання/інше	Дуже гарний сайт💖, я в захваті!

Submission #19

[Edit](#)

Ім'я	Уляна
Email	ukolodiy2018@gmail.com
Телефон	966863050
Запитання/ побажання/інше	Це хороша ідея розповсюджувати інформацію про нашу спеціальність. Абітурієнти які будуть шукати інформацію про коледж, одразу зможуть дізнатись більше про студентське життя і можливо закохнуть стати частинкою сім'ї журналістів ✨