

СЕКЦИЯ «ЭЛЕКТРОННЫЙ МАРКЕТИНГ И ЭКОНОМИКА»

ПРИМЕНЕНИЕ ОНЛАЙН КОММУНИКАЦИЙ В ИДЕОЛОГИЧЕСКОЙ И ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Соколовская Е.Н.

Архипова Л.И. – к.э.н., доцент

В настоящее время основным инструментом коммуникаций является Интернет, чему способствовало появление и развитие различных мессенджеров и социальных сетей. Пользователи всемирной сети проводят значительное количество времени, рассказывая о себе, а также изучая жизнь других.

Современный мир предъявляет к специалисту с высшим образованием требования не только обладать высоким уровнем профессиональных знаний, умений и навыков, но и владеть значительной степенью воспитанности и общей культуры. В учреждениях высшего образования Республики Беларусь (далее – УВО) успешно реализуются оба направления, создаются необходимые условия для поддержки инициатив и инноваций, реализации смелых, креативных, неординарных решений во всех сферах студенческой жизни.

Воспитательная деятельность должна быть направлена на формирование высококонтрастной, духовно развитой и физически здоровой личности, способной к высококачественной профессиональной деятельности и ответственности за принимаемые решения. Формирование у обучающихся нравственных и духовных ценностей и потребностей является важным условием для интеллектуальной и творческой самореализации личности [1].

В процессе организации воспитательной работы со студенческой молодежью в высшем учебном заведении наиболее эффективным является использование разного рода коммуникационных, мультимедийных, информационных площадок, средств и методик. Интернет является одной из наиболее востребованных площадок для развития информационно-коммуникативного пространства вуза, и платформой для эффективного обеспечения учебного и воспитательного процессов [2].

В последние годы наблюдались появление и рост популярности различных мессенджеров и социальных сетей. Их распространенность в жизни людей, особенно среди молодежи, открыла новые возможности онлайн коммуникаций в идеологической, воспитательной и информационной работе.

Можно выделить пять основных форм онлайн-коммуникаций: электронная почта, социальные сети, теле- и видеоконференции, веб-форумы, блоги.

Возможности сети можно разбить на три основных блока [3]:

- поиск необходимого пользователя и установление с ним контакта посредством личных сообщений;
- изучение доступной на персональной странице информации о пользователе;
- мониторинг активности пользователя в социальной сети.

Осуществлять онлайн коммуникации можно как персонально с каждым студентом через личные сообщения, так и в групповых чатах/беседах (группы, потока, специальности и т.д.).

Установление контакта с обучающимися, с минимальными временными и материальными затратами возможно посредством социальных сетей и мессенджеров. Их сервисы создают возможности для оперативного доведения информации о предстоящих мероприятиях, изменениях в расписании, новостях университета и факультета, а также на таких страницах могут публиковаться материалы по социально-экономической, общественно-политической и культурной жизни страны, размещаться творческие работы обучающихся (стихотворения, рисунки, фотографии), анонсы и отчеты о проводимых мероприятиях, конкурсах.

Включение онлайн коммуникаций посредством социальных сетей в воспитательную работу, проводимую в университете, помогает решить многие вопросы организации взаимодействия с обучающимися. Современный педагог не может игнорировать использование социальных сетей в своей работе. Информационно-коммуникативные технологии позволяют организовать динамичный воспитательный процесс, способствуют эффективности воспитательной работы в условиях изменяющегося мироощущения молодежи.

Список использованных источников:

1. Инструктивно-методическое письмо «особенности организации воспитательной и идеологической работы в учреждениях образования в 2017–2018 учебном году» // Сайт Министерства образования Республики Беларусь. 2017. URL: http://edu.gov.by/sistema-obrazovaniya/upravlenie-raboty/informatsionno-analiticheskie-i-metodicheskie-materialy/index.php?sphrase_id=23093 / (дата обращения: 04.04.2018).

2. Шагбанова Ю.Б. Интернет-средства в воспитательной работе со студенческой молодежью: опыт высшей школы // Материалы третьей Международной конференции Развитие вычислительной техники и ее программного обеспечения в России и странах бывшего СССР: история и перспективы (SoRuCom-2014)

3. Короленя, Р. О. Использование современных средств коммуникаций в идеологической и воспитательной работе / Р. О. Короленя // Труды БГТУ. - Минск : БГТУ, 2012. - № 8 (155). - С. 59-60.

ПЕРТИНЕНТНОСТЬ И РЕЛЕВАНТНОСТЬ: ОТЛИЧИЯ И РОЛЬ В ПОИСКОВОМ ПРОДВИЖЕНИИ.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Асмоловская Е.А., Косовец Н.В.

Карпицкая С.С. – преподаватель каф. экон.

В современном мире из-за огромного количества информации в сети Интернет было бы сложно найти именно то, что нужно, если бы поисковые системы не использовали алгоритмы, определяющие полезность страниц и соответствие их содержимого нашим потребностям. С каждым годом поиск становится «умнее» и выдает более точные результаты, именно то, что нам нужно, и это связано, в том числе, с релевантностью и пертинентностью. Именно поэтому было решено раскрыть тему пертинентности и релевантности, проанализировать их основные отличия и роль в поисковом продвижении.

Когда пользователь вводит запрос в поисковой строке, он хочет получить точный ответ. И для того, чтобы дать этот ответ, поисковые системы анализируют ресурсы и показывают те, которые отвечают на запрос пользователя (являются релевантными) и, в то же время, удовлетворяют его информационную потребность (являются пертинентными). Для того, чтобы ресурс стал тем самым, выбранным поисковой системой для ответа, нужно четко понимать, что собой представляют эти два фактора и учитывать их при поисковом продвижении.

Рассмотрим пертинентность и релевантность подробнее.

Ключевое определение слова «релевантность» - соответствие. То есть «релевантный» означает соответствующий чему-либо.

Эта релевантность рассчитывается поисковыми системами автоматически, на основе собственных алгоритмов и принципов. Оптимизаторы знают лишь основные правила, которые дают возможность (при их соблюдении) поместить сайт на первых страницах выдачи.

Известно также, что для расчета релевантности поисковые системы берут во внимание внешние и внутренние факторы.

Внутренние – это качество написания текста на странице (насколько хорошо он раскрывает тему запроса). То есть если ваш текст оптимизирован под поисковый запрос «магазин цветов», то после индексации поисковая система понимает, что текст содержит информацию именно о магазине цветов.

К внутренним факторам также относится поведение посетителя сайта и внутренняя перелинковка страниц.

Внешние факторы – это упоминания и ссылки извне. Считается, что если вы написали действительно качественный, интересный и полезный текст, то люди непременно должны поделиться им в социальных сетях, в личных блогах или на своих сайтах.

По таким параметрам и вычисляется релевантность поисковых запросов.

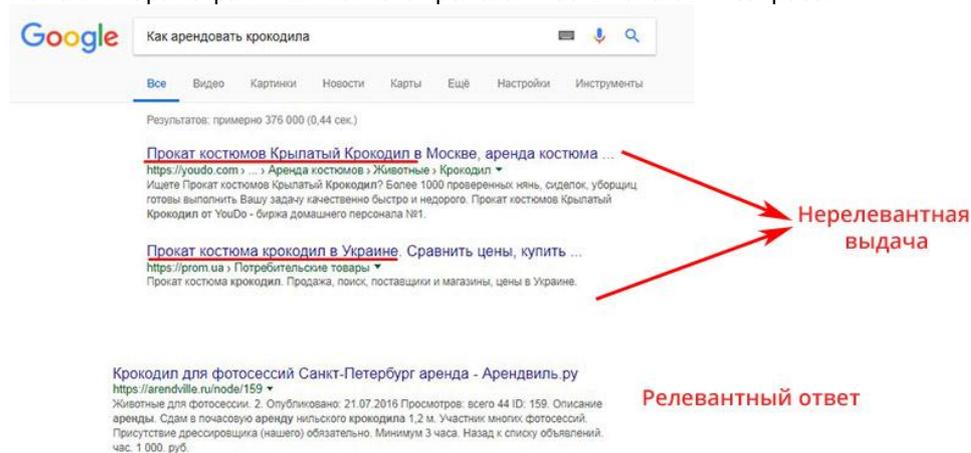


Рис. 1 – Иллюстрация релевантной и нерелевантной поисковой выдачи Google

В свою очередь, пертинентность – это степень удовлетворенности результатами поисковой выдачи со стороны пользователя. То есть это то, насколько полученная информация соответствует запросам и ожиданиям посетителя ресурса.

Современные алгоритмы поисковиков всё больше стараются учитывать именно пертинентность. Для этого ввелись и учитываются такие факторы, как «свежесть информации и данных», «актуальность