

Муллагалиева Маргарита Михайловна

студентка

Голяшова Милена Геннадьевна

студентка

Научный руководитель

Кузнецова Надежда Ильинична

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный
педагогический университет им. И.Н. Ульянова»

г. Ульяновск, Ульяновская область

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ШКОЛЬНЫХ САЙТОВ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ

Аннотация: в условиях цифровой трансформации образования и высокой конкуренции между школами официальный сайт перестал быть просто «витриной» или формальным требованием надзорных органов. Сегодня школьный сайт выполняет одновременно маркетинговые и управленческие функции. В статье рассматриваются критерии эффективности школьных сайтов, типичные ошибки и способы превращения веб-ресурса в точку роста.

Ключевые слова: школьный сайт, маркетинг образования, менеджмент образования, цифровизация, образовательная коммуникация, имидж школы.

Современные образовательные организации всё чаще функционируют в условиях, которые по своей структуре становятся близкими к конкурентной среде сферы услуг. Несмотря на социальную природу образования, школы вынуждены учитывать факторы привлекательности, репутации и выбора со стороны родителей как ключевых потребителей образовательных услуг. В этой системе усиливается роль цифровых каналов коммуникации, среди которых школьный сайт занимает центральное место как инструмент взаимодействия, управления информацией и формирования внешнего образа образовательной организации.

С точки зрения современного менеджмента, актуальность исследования возрастает в связи с необходимостью оптимизации стратегических коммуникаций. Школьный сайт обеспечивает не просто размещение информации, а формирует устойчивую инфраструктуру взаимодействия между школой и её стейкхолдерами: от органов управления и педагогического коллектива до учащихся и их семей. Эффективное управление информационными потоками через сайт позволяет снизить коммуникативные риски, повысить прозрачность образовательного процесса и обеспечить оперативность принятия управленческих решений [3].

Школьный сайт как структурный элемент системы управления выполняет функцию цифрового координационного центра, который обеспечивает синхронизацию деятельности субъектов образовательного процесса, позволяя оперативно передавать информацию о расписании, изменениях в организации обучения, мероприятиях и нормативных требованиях. Это позволяет минимизировать традиционные (устные и бумажные) каналы связи, ускоряя процессы внутришкольного управления. В условиях увеличения информационной нагрузки сайт становится инструментом стабилизации коммуникационной среды образовательной организации.

Школьный сайт качественно работает как управленческий инструмент, если он решает три ключевые задачи:

1. Снижение операционной нагрузки

Эффективный сайт отвечает на 80% типовых вопросов без участия секретаря или завуча:

актуальное расписание с версией для печати;

электронная запись на кружки/секции;

онлайн-калькулятор питания или заказ справки.

2. Прозрачность и соответствие 273-ФЗ

Сайт должен автоматически генерировать отчеты по предписаниям. Современные CMS позволяют выгружать эти блоки в единый реестр госуслуг.

Если это делается вручную – менеджмент хромает.

3. Внутренняя коммуникация

Закрытые разделы для родителей (с оценками, домашними заданиями) интегрированные с электронным журналом, и форум для обсуждения школьных проблем.

Параллельно с координационной функций, школьный сайт выступает элементом публичной прозрачности учреждения. Размещение информации о структуре школы, образовательных программах, результатах деятельности и нормативной базе формирует основу открытости образовательной организации. Данный аспект имеет не только нормативно-правовое, но и управленческое значение, поскольку уровень прозрачности учреждения напрямую влияет на доверие со стороны родителей и общества. В современных условиях менеджмента информационная открытость становится частью управленческой эффективности [5].

В современной системе образования школьный сайт следует рассматривать не только как информационный ресурс, но и как ключевой цифровой инструмент формирования и продвижения бренда организации. Несмотря на то, что школы не функционируют как коммерческие структуры в классическом понимании, они включены в систему конкуренции за учащихся и репутационные ресурсы. В рамках этой парадигмы сайт выполняет функции маркетинговой коммуникации, направленной на выстраивание доверительных отношений с участниками образовательного процесса и положительного имиджа школы.

Будучи основной «цифровой точкой контакта» между организацией и её целевой аудиторией, сайт зачастую определяет первичное впечатление о школе, предшествуя личному взаимодействию. Это превращает сайт в важнейший элемент «цифрового позиционирования» учреждения. Визуальная структура, логика подачи информации, наличие достижений и актуальность контента становятся факторами, влияющими на оценку качества образовательной среды.

В рамках маркетингового подхода можно выделить несколько уровней функционирования школьного сайта. Первый уровень (базовый), включает размещение обязательной документации и новостной информации. Второй уровень предполагает формирование имиджевой составляющей, акцентируя внимание на про-

ектах, достижениях и активности учащихся. Однако наиболее эффективным является третий уровень, который связан с позиционированием школы как уникального образовательного пространства с выраженными конкурентными преимуществами. Именно на третьем уровне сайт начинает выполнять полноценную маркетинговую функцию, превращаясь в инструмент эффективного управления репутацией и привлечения талантов [1].

Несмотря на потенциал, многие школьные сайты остаются малоэффективными. Основные причины:

– формальный подход. Сайт создаётся «для галочки», обновляется нерегулярно, содержит устаревшую информацию;

– отсутствие ответственного. Нет закреплённого сотрудника или команды (контент-менеджер, модератор, технический специалист);

– слабая интеграция. Сайт существует изолированно от электронного журнала, систем записи, мессенджеров школы, что вынуждает пользователей «прыгать» между платформами;

– нарушение требований безопасности. Недостаточная защита персональных данных, отсутствие политик конфиденциальности, публикация фотографий детей без согласия;

– цифровое неравенство. Часть родителей не обладает достаточной цифровой грамотностью или стабильным доступом к интернету, что требует дублирования каналов коммуникации;

– перегрузка информацией. Отсутствие навигационной структуры, дублирование разделов, канцелярит в текстах снижают юзабилити.

Опираясь на вышеизложенное была составлена модель «Идеального сайт школы», с точки зрения интеграции маркетинга и менеджмента.

Современный эффективный сайт должен работать по принципу «единого окна», который включает в себя:

1. Личный кабинет родителя: оценки, пропуски, заявления, оплата кружков.

2. Публичный маркетинговый блок: достижения выпускников, победы в олимпиадах, фото с мероприятий.

3. Чат-бот: отвечает на интересующие родителей вопросы, облегчая работу учителей.

4. Панель управленческой аналитики: директор видит, сколько родителей не зашли в личный кабинет, и запускает обзвон.

Практические рекомендации по повышению эффективности в работе школьных сайтов.

Стратегическое позиционирование. Включите развитие сайта в программу развития школы. Определите цели, целевые аудитории, ключевые сообщения и бюджет на поддержку.

Кросс-функциональная команда. Назначьте ответственного (заместитель директора, педагог-организатор, технический подрядчик). Введите регламент обновления контента.

Контент-календарь и стандарты. Утвердите шаблоны новостей, требования к медиа, сроки публикации, процедуру согласования. Избегайте «информационного шума».

Интеграция и единый вход. Максимально свяжите сайт с существующими образовательными платформами. Используйте единые формы авторизации, виджеты расписания, кнопки быстрой записи.

Обратная связь как двигатель улучшений. Внедрите короткие опросы, отслеживайте пути пользователей, проводите фокус-группы с родителями и учителями.

Обучение персонала. Повышайте цифровую грамотность педагогов и администраторов: базовые навыки работы с CMS, принципы защиты данных, основы цифровой коммуникации.

Таким образом, школьный сайт в 2026 году – это не просто «визитка», а полноценный инструмент стратегического управления, объединяющий функции маркетинга и менеджмента. Он одновременно обеспечивает информационную открытость, управленческую координацию и формирование имиджа образовательной организации. Эффективность работы школьного сайта определяется не технологической сложностью, а чёткостью целей, качеством контента, удобством

взаимодействия и системной интеграцией в образовательные процессы. При грамотном подходе ресурс снижает административную нагрузку, повышает прозрачность, укрепляет доверие сообщества и способствует устойчивому развитию школы в конкурентной образовательной среде.

Список литературы

1. Иванова Е.В. Цифровизация образования в современной школе / Е.В. Иванова // Вестник образования. – 2021. – С. 45–52.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер – СПб.: Питер, 2019. – 832 с.
3. Николаева Т.Н. Роль школьного сайта в образовательной среде / Т.Н. Николаева // Цифровые технологии в школе – Екатеринбург: Урал. ун-та, 2021. – С. 45–48.
4. Приказ Рособнадзора от 14.08.2020 №831 «Об утверждении требований к структуре официального сайта образовательной организации».
5. Роль школьного сайта как средства взаимодействия учителей, детей и родителей // NSPortal: социальная сеть работников образования. – URL: <https://nsportal.ru/shkola/raznoe/library/2017/06/09/rol-shkolnogo-sayta-kak-sredstva-vzaimodeystviya-uchiteley-detey-i> (дата обращения: 10.04.2026).
6. Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
7. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика / А.Н. Чумиков – М.: Дело, 2020. – 512 с.