

Корпоративный портал как необходимый элемент структуры образовательного учреждения

Corporate portal as a necessary element of the educational institution structure

Авторы статьи

Корнилова Ксения Алексеевна,
преподаватель кафедры экономической теории
ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономиче-
ский университет», г. Самара, Российская Федерация
kornilova97@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-8570-2308

Корнилова Елена Васильевна,
преподаватель русского языка и литературы МБОУ
«Школа № 94 имени полного кавалера ордена Славы
Н. Ф. Щеканова», г. Самара, Российская Федерация
kornilova72@yandex.ru
ORCID: 0009-0002-9536-8600

Authors of the article

Ksenia A. Kornilova,
Lecturer, Department of Economic Theory, Samara State
University of Economics, Samara, Russian Federation
kornilova97@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-8570-2308

Elena V. Kornilova,
Teacher, School No. 94, Samara, Russian Federation
kornilova72@yandex.ru
ORCID: 0009-0002-9536-8600

Конфликт интересов

Конфликт интересов не указан

Conflict of interest statement

Conflict of interest is not declared

Для цитирования

Корнилова К. А., Корнилова Е. В. Корпоративный пор-
тал как необходимый элемент структуры образова-
тельного учреждения // Научно-методический элек-
тронный журнал «Концепт». – 2024. – № 01. – С. 144–
155. – URL: <https://e-koncept.ru/2024/241010.htm> DOI:
10.24412/2304-120X-2024-11010

For citation

K. A. Kornilova, E. V. Kornilova, Corporate portal as a
necessary element of the educational institution
structure // Scientific-methodological electronic journal
"Koncept". – 2024. – No. 01. – P. 144–155. – URL:
<https://e-koncept.ru/2024/241010.htm> DOI:
10.24412/2304-120X-2024-11010

Поступила в редакцию <i>Received</i>	15.11.23	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	25.12.23
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	27.12.23	Опубликована <i>Published</i>	31.01.24



Аннотация

Корпоративный информационный портал является необходимым элементом структуры образовательного учреждения по целому ряду причин. Во-первых, корпоративный портал обеспечивает централизованный доступ к информации и ресурсам, что делает процессы управления и обучения более эффективными и интерактивными. Сотрудники и студенты могут получать доступ к актуальным материалам, расписанию занятий, учебным планам и другим важным данным в любое время и из любого места. Кроме того, для потенциальных абитуриентов портал – единственный информационный ресурс, который доступен для взаимодействия потенциальных студентов и действующих сотрудников образовательного учреждения. Во-вторых, корпоративный портал позволяет обеспечить коммуникацию и взаимодействие между сотрудниками и студентами образовательного учреждения. На портале можно создавать форумы, группы для обсуждения, проводить онлайн-конференции и т. д. Это способствует обмену знаниями и опытом, что является важным аспектом образовательного процесса. В-третьих, корпоративный портал может использоваться для автоматизации административных процедур, а это обеспечивает оптимизацию учебно-методических процессов. Цель исследования – выявить особенности корпоративного портала учебного заведения и оценить его роль как элемента образовательной системы. В рамках задач проанализированы особенности компонентов – элементов информационного портала образовательного учреждения. Выявлены тенденции современных порталов, и отмечены проблемы, которые возникают в результате их функционирования. Кроме этого авторами предложена математическая модель влияния качества корпоративного портала на эффективность приема в учебное заведение. В связи с выявленными характеристиками корпоративного портала актуален вопрос о необходимости повышения его качества и информационной прозрачности для оптимизации образовательного процесса и привлечения абитуриентов. Теоретическая значимость исследования состоит в разработанном усовершенствованном алгоритме управления корпоративной информацией образовательного процесса в контексте корпоративного портала. Практическая значимость проявляется в возможности формирования рейтинга учебных заведений по критерию качества портала информационной насыщенности, так как этот фактор находит свое отражение в эффективности привлечения новых обучающихся. Исследование будет актуальным и необходимым для специалистов по оптимизации новостного контента и администрации учебного заведения для выстраивания единой концепции модели дизайна корпоративного портала.

Abstract

A corporate information portal is a necessary element of the educational institution structure for a number of reasons. Firstly, the corporate portal provides centralized access to information and resources, which makes the management and training processes more efficient and interactive. Staff and students can get access to up-to-date materials, class schedules, curricula and other important data at any time and from anywhere. In addition, the portal is the only information resource that is available for the interaction of potential applicants and current employees of an educational institution. Secondly, the corporate portal allows for communication and interaction between employees and students of an educational institution. You can create forums, discussion groups, hold online conferences by means of the portal. This promotes the exchange of knowledge and experience, which is an important aspect of the educational process. Thirdly, the corporate portal can be used to automate administrative procedures, and this ensures the optimization of educational and methodological processes. The purpose of the study is to identify the characteristics of the corporate portal of the educational institution and assess its role as an element of the educational system. Within the framework of the tasks, the characteristics of the components – elements of the educational institution's information portal are analyzed. The trends of modern portals are revealed and the problems that arise as a result of their functioning are noted. In addition, the authors proposed a mathematical model of the impact of the corporate portal quality on the effectiveness of admission to an educational institution. In connection with the identified characteristics of the corporate portal, the issue of the need to improve its quality and information transparency is rather relevant in order to optimize the educational process and attract applicants. The theoretical significance of the study consists in the development of improved algorithm for managing corporate information of the educational process in the context of a corporate portal. The practical significance is manifested in the possibility of forming a rating of educational institutions according to the criterion of the portal information quality, since this factor finds its reflection in the effectiveness of attracting new students. The research will be relevant and necessary for specialists in optimization of the news content and the administration of the educational institution to build a unified concept of the corporate portal design model.

Ключевые слова

корпоративный портал, информатизация, цифровизация, корпоративная информация, информационная безопасность, прозрачность, образовательный процесс

Key words

corporate portal, informatization, digitalization, corporate information, information security, transparency, educational process

Благодарности

Авторы выражают благодарность профессорско-преподавательскому составу ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет» за методическое обеспечение при подготовке статьи.

Acknowledgements

The authors express their gratitude to the teaching staff of the Samara State University of Economics for methodological support in preparing the article.

Введение / Introduction

В эпоху цифровой трансформации образовательного процесса происходит динамичное изменение институциональной среды образовательного учреждения [1]. Интерес

к образовательной среде возникает не только у учеников, студентов и профессорско-преподавательского состава определенного учебного заведения, но и у потенциальных участников образовательного процесса: преподавателей-практиков, абитуриентов, научных сотрудников. В связи с этим возникает вопрос, связанный с информационной прозрачностью образовательного процесса, поэтому образовательные учреждения стремятся к формированию единого открытого информационного пространства в сети Интернет [2].

Основная цель формирования открытого информационного пространства в сети Интернет заключается в обеспечении доступа к информации об образовательном процессе для всех заинтересованных и потенциально заинтересованных лиц [3]. Данная концепция позволяет повысить прозрачность образовательной среды как учебного заведения, так и страны, при этом облегчает поиск информации о курсах, программе обучения, материалах для самостоятельного изучения и других ресурсах, которые могут быть полезными для участников образовательного процесса.

Формирование открытого транспарентного информационного пространства также способствует развитию профессионального сообщества в образовательном учреждении [4]. Возможность общения, обмена опытом и образовательными ресурсами между преподавателями, студентами, учениками и другими участниками процесса помогает создать благоприятную и поддерживающую образовательную среду.

Кроме того, открытое информационное пространство способствует повышению привлекательности образовательного учреждения для потенциальных студентов и абитуриентов [5]. Возможность получить всю необходимую информацию о программе обучения, условиях поступления, инфраструктуре и репутации учреждения влияет на решение о поступлении и выборе конкретного учебного заведения. Корпоративный информационный портал наиболее простой и доступный инструмент для формирования диалоговой – коммуникационной среды [6].

Таким образом, открытое информационное пространство в сети Интернет является неотъемлемым элементом цифровой трансформации и информатизации образовательного процесса. Оно способствует прозрачности и доступности информации, развитию образовательного сообщества и повышению конкурентоспособности образовательного учреждения [7].

Стоит отметить, что корпоративная информация образовательного учреждения подразделяется на обязательную и необязательную к раскрытию согласно ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». Так, обязательны к раскрытию информации:

1) лицензия и информация об аккредитации. Это включает в себя подробности о лицензирующем органе, квалификации и аккредитации учебных заведений, а также последние обновления и оценки [8];

2) учебные планы и программы. Это включает в себя информацию о предметах, курсах, требованиях к квалификации, учебной нагрузке и сроках выполнения обучения;

3) планы финансирования [9]. Это включает в себя информацию о стоимости обучения, доступной финансовой помощи, стипендиях и других формах поддержки, а также обязательствах по оплате обучения;

4) результаты обучения: данные о средних оценках студентов, проценте выпускников с успешным окончанием обучения и степени их трудоустройства после окончания обучения;

5) квалификация преподавательского состава: образовательные учреждения должны раскрывать информацию о квалификации и опыте своего преподавательского состава. Это включает в себя информацию о степени образования, профессиональной подготовке, исследованиях и опыте в области преподавания;

6) защита прав студентов. Это включает в себя информацию о политике по отношению к дискриминации, жалобам и правам студентов на конфиденциальность и безопасность;

7) учебные ресурсы и оборудование: информация о библиотечных ресурсах, лабораториях, компьютерных классах, спортивных сооружениях и других объектах, которые доступны для студентов [10].

Корпоративный портал или сайт является важной и необходимой частью структуры образовательного учреждения по нескольким причинам (табл. 1).

Таблица 1

Необходимость корпоративного портала

<i>Функция корпоративного портала</i>	<i>Необходимость функции</i>
Обмен информацией	Корпоративный портал или сайт позволяет участникам образовательного процесса, таким как сотрудники, ученики и их родители, иметь доступ к различной внутренней информации, позволяющей координировать образовательный процесс. Например, это расписание занятий, материалы для изучения учебных предметов, новости и объявления. Это облегчает коммуникацию и обмен информацией между всеми участниками образовательного процесса
Управление заданиями	Корпоративный портал позволяет учителям давать задания и домашнюю работу студентам через систему электронного дневника или электронной образовательной среды. Это удобно для учителей, так как позволяет им следить за выполнением заданий и давать обратную связь студентам в режиме онлайн. Студенты и их родители также могут легко получить доступ к домашним заданиям и следить за их выполнением
Электронные ресурсы	Корпоративный портал может содержать большое количество электронных ресурсов, таких как электронные учебники, видеоуроки, статьи, журналы и другие материалы для обучения. Это позволяет участникам образовательного процесса иметь доступ к широкому спектру информации и использовать ее в своей учебной, внеучебной и научной деятельности
Взаимодействие и обратная связь	Корпоративный портал предоставляет возможность для взаимодействия между участниками образовательного процесса. Студенты могут задавать вопросы преподавателям, обсуждать учебные темы с группой и делиться своими мыслями и идеями. Это способствует активному участию студентов в образовательном процессе и обеспечивает обратную связь между студентами и преподавателями
Архивация и доступность информации	Корпоративный портал позволяет архивировать и хранить информацию, такую как оценки, документы, договоры и другие важные документы. Это делает информацию более доступной и удобной для поиска и использования

Примечание. Составлено авторами.

Обзор литературы / Literature review

В условиях информационной трансформации можно говорить об интересе к категории «информационный корпоративный портал» или «сайт образовательного учреждения» как со стороны теоретиков, так и практиков многих профилей и отраслей социально-экономических взаимоотношений. Необходимо отметить, что сегодня данные категории являются междисциплинарными: их рассматривает как педагогическое научное сообщество, так и ученые в области экономики, информационных систем и социологии.

Обзор отечественной и зарубежной литературы по данной теме позволяет получить представление о текущих исследованиях и рекомендациях в данной научной области.

И. Г. Горина и Н. М. Фоменко [11] в своем исследовании рассматривают необходимость наличия корпоративных информационных систем для управления знаниями и информационными процессами как элемента общей системы управления организацией наряду с процессами корпоративной культуры и корпоративным образованием. При этом авторы отмечали, что внедрение корпоративной системы управления знаниями обеспечивает повышение уровня конкурентоспособности учреждений, в том числе образовательных. Наличие сети оптимизации информационных источников благоприятно влияет на интеллектуальный потенциал организации, кадровый менеджмент и на развитие инноваций. Развитый и эффективный информационный портал – это тренд развития современной корпоративной культуры в условиях цифровизации.

С. В. Тищенко [12] отмечает, что в условиях санкций необходимо формировать открытую образовательную среду. Образование – это специфическая отрасль российской экономики, поэтому важно поддерживать национальную систему образования и ее ключевые элементы. Поддержка со стороны государства может быть усилена при формировании единого цифрового пространства. Это предопределяет возможность для выявления образовательных трендов, требующих поддержки, и проблем, требующих совместных решений со стороны участников образовательного процесса и государства.

Нельзя не отметить, что цифровой коммуникационный портал вуза дает студентам множество дополнительных возможностей, одной из которых является возможность формирования модели электронного портфолио обучающихся. Так, в своем исследовании Е. В. Алкина и Д. В. Мальцев [13] подчеркивают важность решения проблем по созданию электронного портфолио, который можно интегрировать в образовательную деятельность современного многопрофильного вуза. При этом интеграция должна обеспечивать стратегическую коммуникацию между обучающимися, выпускниками, преподавателями и работодателями. Авторами был разработан единый новый механизм электронно-цифрового портфолио в модели иерархии достижений за выполнение заданий по разным видам учебно-познавательной деятельности. Учеными в рамках исследования представлена актуальная многоуровневая модель электронного портфолио обучающегося, которая учитывает не только классическую образовательную активность. Данная модель представляет собой механизм повышения эффективности работы с портфолио в образовательной деятельности вуза и методы мотивации студентов при совершенствовании своей стратегии роста с возможностью ее регулировать через информационную среду учебного учреждения.

Т. В. Попова и А. А. Штин [14] отмечают роль педагогического дизайна при формировании ключевых элементов корпоративного портала учебного заведения. Среди вариантов подходов к созданию единой корпоративной среды исследователи выделяют:

- процессный,
- творческий,
- системный,
- эстетический,
- комплексный.

Это позволяет целостно подойти к процессу формирования прозрачной среды учебного учреждения. Открытая целостная образовательная корпоративная система повышает эффективность взаимодействия участников учебного процесса и повышает общий уровень заинтересованности обучающихся.

В исследовании С. Х. Мухаметдиновой и Е. Ю. Тюменцевой [15] среди факторов, влияющих на выбор абитуриентов, отмечается и информационный фактор. Действительно, первое, с чем знакомится абитуриент, – это корпоративный портал. Именно там абитуриент может найти не только необходимую информацию о поступлении и особенностях приема, но и внутреннюю корпоративную информацию о внеучебной жизни интересующего его направления, учебно-методическом комплексе, а также стажировках и карьерных возможностях.

Не только в российских теоретических школах исследуются возможности корпоративных образовательных порталов. Так, Мацей Банашак и Мариуш Дзенковски [16] проработали вопрос, связанный с тем, что сайт университета должен быть простым в использовании и отвечать определенным критериям пользователей. Целью исследования авторов является анализ и оценка доступности веб-сайтов различных типов выбранных высших учебных заведений в Польше с учетом типа университета. В рамках исследования были проведены опросы среди различных групп пользователей для выявления слабых сторон информационной прозрачности.

Г. Ники, Л. Джоти и Г. Коккинис [17] проработали вопрос, связанный с влиянием оптимизации сайта учебного заведения и его наполняемости на общий бренд университета. Сайт, по версии исследователей, может стать одним из факторов привлечения абитуриентов и вовлечения заинтересованных студентов в жизнь вуза. При этом эффективно наполненный сайт также может привлечь дополнительных инвесторов для реализации проектов коммерческого плана. Данные о том, что целостный и системный университетский портал – это необходимость в условиях информатизации и цифровизации, подтверждаются Сутитепом Сирипипаттанакулом, Супаправатом Сирипипаттанакулом, П. Лимной и И. Ауттавечасакуном [18]. Коллектив авторов в исследовании рассматривает взаимосвязь между качеством веб-сайта, имиджем университета, электронным сарафанным радио (e-WOM) и намерением подписываться на веб-сайт университета. Имидж университета существенно влияет на e-WOM и превращает его в намерение подписаться на веб-сайт университета. Вывод исследования может быть применен для объяснения взаимосвязи между качеством веб-сайта, имиджем бренда, электронной почтой и намерением подписываться на веб-сайт компаний или организаций в любом секторе.

Для еще большей пользовательской доступности информации о деятельности учебного заведения Пранджит Кумар Дас, Химангшу Шакор Пол, Махади Хасан Тултул [19] предлагают рассмотреть возможность для создания дополнительного мобильного приложения. Исследователи объясняют данную необходимость тем, что в эпоху технологий люди используют смартфоны для своих повседневных нужд, таких как развлечения, общение и образование. Различные организации разрабатывают мобильные приложения для своих нужд и используют их в различных целях. В ходе исследования были проанализированы требования и принято решение дополнить приложение базовой информацией, такой как различные уставные органы, факультетские и кафедральные новости, различные офисные приложения, новости и уведомления от администрации университета, которые необходимы заинтересованным сторонам.

Понимание культуры в жизни образовательных организаций является сложной задачей. В исследовании [20] анализируется организационная культура коммуникации высшего образования на веб-сайте как один из организационных необходимых артефактов и условий функционирования учебного учреждения. Ученые реализуют на основании сравнительного анализа сайтов нескольких учебных заведений концепцию идеального по актуализации и наполняемости информационного портала учебного заведения.

Таким образом, можно говорить о том, что наличие корпоративного портала вуза является необходимым элементом структуры образовательного учреждения. На основании анализа обзора по теме зарубежных и отечественных авторов можно сказать, что от качества корпоративного портала зависит уровень развития корпоративной культуры, качество бренда вуза, формат и качество внутренних и внешних коммуникаций.

Методологическая база исследования / Methodological base of the research

Для изучения категорий «корпоративный портал» и «корпоративная информация» в контексте социально-экономических отношений можно использовать следующие методологические подходы и инструменты, связанные с анализом данных категорий и их взаимосвязи [21].

Таблица 2

Подходы к исследованию необходимости наличия корпоративного портала

Виды исследования	Содержание
Качественные исследования	Подход включает в себя анализ качественных данных, среди них можно выделить интервью, фокус-группы и наблюдения. Специалисты в информационно-технологической области могут изучать, как пользователи используют корпоративный портал, какие проблемы они испытывают и какие возможности они видят для улучшения работы портала и оптимизации корпоративных новостей
Количественные исследования	Этот подход включает в себя сбор и анализ количественных данных, таких как опросы и статистика использования функций корпоративного портала. Исследователи могут изучать общее удовлетворение пользователей от использования портала, частоту его использования и другие количественные показатели
Смешанные методы исследований	Этот подход объединяет качественные и количественные методы исследований для получения более полной картины использования корпоративной информации и портала. Исследователи могут использовать комбинацию опросов, интервью, анализа статистики использования портала и других методов для получения глубокого понимания того, как пользователи взаимодействуют с корпоративной информацией
Дизайн-исследования	Данный подход фокусируется на дизайне корпоративного портала и его пользовательского интерфейса. Исследователи могут изучать, какие элементы дизайна портала наиболее эффективны для удобства использования, какие изменения могут улучшить пользовательский опыт и какие функции наиболее ценны для пользователей корпоративной информацией
Этнографические исследования	Подход включает в себя наблюдение за поведением сотрудников в реальной рабочей среде, чтобы понять, как они используют корпоративную информацию и портал в своей повседневной работе. Исследователи могут изучать, как информация передается и используется внутри организации, какие проблемы возникают при доступе к информации и какие процессы могут быть улучшены в процессе оптимизации корпоративной информации

Примечание. Составлено авторами.

Кроме этого авторами предложена математическая модель влияния качества корпоративного портала на эффективность приема в учебное заведение.

В общем виде функция модели может быть представлена так:

$$N = f(E, A, Q, U, T),$$

где N – количество одобренных заявлений на поступление в учебное заведение,

E – эффективность работы портала,

A – количество абитуриентов,

Q – качество информации на портале,

U – удобство использования портала,

T – время доступа к информации.

Рассматривая модель, отметим особенности качественных и количественных детерминант, от которых зависит конечный результат.

1. Эффективность работы портала (E): это параметр, который может быть измерен, например, по количеству пользователей, частоте использования различных функций портала, времени доступа к информации и т. д. Данный показатель рассматривается как количественный.

2. Количество абитуриентов (A): количество потенциальных абитуриентов или среднее значение поступающих в год за последние несколько лет, которые подают заявления на поступление в учебное заведение. Данный показатель также рассматривается как количественный.

3. Качество информации на портале (Q): параметр, который может отражать актуальность, полноту и достоверность информации, представленной на портале. Данный показатель является качественным и формируется на основе субъективного мнения специалиста.

4. Удобство использования портала (U): параметр, отражающий удобство и интуитивность интерфейса портала для пользователей. Данный показатель является качественным и формируется на основе субъективного мнения специалиста.

5. Время доступа к информации (T): среднее время, которое требуется пользователям для доступа к необходимой информации на портале. Данный показатель оценивается либо субъективно, либо с использованием специальных технологических инструментов.

6. Количество одобренных для поступления заявлений (N): количество заявлений, поданных абитуриентами в рамках работы приемной комиссии.

На основании оценки каждой детерминанты выставляется субъективная оценка эксперта от 1 до 3 в соответствии с качеством или количественным значением переменной. Для конечного анализа выстраивается индекс, оценивающий эффективность работы корпоративного портала и его влияние на количество заявлений для поступления.

Результаты исследования / Research results

Для формирования теоретической модели корпоративного портала необходимо сформировать алгоритм управленческо-технологических действий со стороны администрации учебного заведения на основе обратной связи от учеников, профессорско-преподавательского состава и запросов потенциальных абитуриентов.

При этом можно выделить компоненты алгоритма действий по формированию портала учебного заведения:

1. Аутентификация и авторизация – для корпоративного портала важна информационная безопасность. В связи с этим нужно сформировать идентификацию разных пользователей.

2. Управление контентом – определение лиц, ответственных за формирование новостного контента.

3. Управление курсами – система функционально-технических инструментов и средств, позволяющих контролировать и регулировать образовательный процесс через создание личных кабинетов.

4. Система управления обучением – автоматическое регулирование курсов, образовательного процесса и внеучебной работы.
5. Коммуникация и совместная работа.
6. Управление расписанием.
7. Аналитика и отчетность – обратная связь от пользователей корпоративного портала.

Такой алгоритм может способствовать созданию эффективной модели единого информационно-коммуникационного пространства для взаимосвязи всех участников образовательного процесса.

Сформируем рейтинг эффективности в соответствии с математической моделью корпоративных порталов вузов Самарской области.

Таблица 3

Оценка корпоративных порталов вузов Самарской области

Вуз/компонент	Е	А	Q	U	Т	Итого
Самарский университет	3	3	3	3	3	15
СамГМУ	3	3	3	3	3	15
СамГТУ	3	3	3	2	3	14
СГЭУ	3	3	3	2	3	14
СГИК	3	2	2	2	3	12
СГСПУ	3	2	2	2	2	11
СГУПС	2	2	2	2	2	10
ПУТИ	2	2	1	2	2	9
Самарский ГАУ	2	2	1	1	2	8

Примечание. Составлено авторами.

На основании итоговой оценки и анализа приема в вузы Самарской области в 2023 году можно утверждать, что гипотеза исследования относительно того, что качество корпоративного портала влияет на количество зарегистрированных заявлений на прием, подтверждается.

Заключение / Conclusion

Совершенствование корпоративного портала (сайта) учебного заведения является сегодня необходимостью. Информация – основной фактор производства в период цифровой трансформации, вместе с этим главными ценностями становятся знания.

В совершенствовании корпоративного портала учебного заведения заинтересованы по нескольким причинам все участники образовательного процесса, как действующие, так и потенциальные.

Оптимизация и совершенствование корпоративного сайта позволяют преподавателям получить возможность удобного доступа к актуальной информации о расписании, учебных планах, новостях и событиях вуза. Преподаватели могут получать обратную связь от студентов и коллег, выстраивать продуктивный рабочий диалог, при помощи ресурсов корпоративного портала размещать методические материалы, задания и проводить онлайн-занятия.

У обучающихся появляется удобный доступ к информации о курсах, преподавателях, расписании занятий и экзаменов. Выстраивается диалог с преподавателями и сокурсниками, в процессе практико-ориентированного обучения можно просматривать учебные материалы и задания. Обучающийся всегда может получить доступ к новостям и мероприятиям учебного заведения.

В рамках образовательного процесса родителям проще выполнять контролирующие и координирующие функции. У них есть возможность получать информацию о процессе обучения своих детей, их успехах и достижениях, возможность общаться с преподавателями и администрацией учебного заведения через систему корпоративных ресурсов, а также просматривать информацию о внеклассных мероприятиях и перспективах развития студентов.

Среди внешних пользователей развитая система корпоративной информации высших учебных заведений особенно интересует потенциальных работодателей. У них появляется возможность следить за успехами выпускников, просматривать их портфолио и резюме.

Администрация получает возможность осуществлять мониторинг активности пользователей, контролировать посещаемость и успеваемость студентов. Немаловажной является возможность получения обратной связи для улучшения качества обучения и работы всего учебного заведения. Администрация учебного заведения также получает возможность продвижения новых курсов, программ и услуг для студентов и преподавателей.

В целом совершенствование корпоративного портала учебного заведения поможет повысить эффективность работы, улучшить коммуникацию и опыт пользователей, а также упростить доступ к информации и ресурсам. Это необходимо для обеспечения современных требований и ожиданий участников образовательного процесса.

Ссылки на источники / References

1. Карданов А. А., Казова З. М. Цифровая трансформация общего образования // Известия Кабардино-Балкарского государственного аграрного университета им. В. М. Кокова. – 2021. – № 3 (33). – С. 143–147.
2. Новикова Н. Н. Обеспечение безопасности учащихся в информационной образовательной среде // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 3. – С. 51–55.
3. Днепровская Н. В. Открытые образовательные ресурсы как основа формирования глобальных университетских сетей // Открытое образование. – 2009. – № 2. – С. 27–33.
4. Шайкина В. Н. Сетевые профессиональные сообщества как инструмент методического сопровождения профессионального саморазвития молодых учителей // Современное педагогическое образование. – 2023. – № 5. – С. 160–163.
5. Питухин Е. А., Кекконен А. Л., Сигова С. В. Прозрачная информационная среда как способ повышения привлекательности вузов для абитуриентов // Университетское управление: практика и анализ. – 2015. – № 2 (96). – С. 94–103.
6. Сидорова Т. И. Специфика Web-сайта организации как инструмента формирования корпоративной культуры // Вестник ЧелГУ. – 2007. – № 8. – С. 99–104.
7. Бокова М. С. Карьерный портал: платформа для взаимодействия // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – № 3-3 (78). – С. 115–119.
8. Абдурахимов С. К. Правовые основы возникновения гражданской правосубъектности образовательного учреждения // ELS. – 2023. – Май. – С. 121–127.
9. Стребков С. Г. Обоснование планируемого финансирования в сфере высшего профессионального образования // Вестник НГУЭУ. – 2021. – № 2. – С. 105–119.
10. Еремкин Р. А., Аветисян В. Р., Семенов А. А. Управление образовательным процессом с использованием сервисов WEB 2.0 (на примере лица № 1 «Спутник») // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. – 2023. – № 91. – С. 28–33.
11. Горина И. Г., Фоменко Н. М. Инструменты информационно-коммуникативных технологий в системе управления знаниями // Вестник ГУУ. – 2023. – № 7. – С. 5–13.
12. Тищенко С. В. Цифровизация российской экономики образования под влиянием санкций // Известия КБНЦ РАН. – 2023. – № 4 (114). – С. 110–120.
13. Аликина Е. В., Мальцев Д. В. Оптимизация электронного портфолио студента многопрофильного вуза // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2023. – № 488. – С. 14–22.
14. Попова Т. В., Штин А. А. Информационно-образовательная среда вуза во взаимодействии с педагогическим дизайном // Преподаватель XXI век. – 2023. – № 1-1. – С. 93–103.

15. Мухаметдинова С. Х., Тюменцева Е. Ю. Анализ факторов, влияющих на выбор вуза абитуриентами (на примере Омского региона) // Вестник МГОУ. Серия: Педагогика. – 2023. – № 1. – С. 147–155.
16. Banaszak M., Dzieńkowski M. An accessibility analysis of web-sites of selected types of universities // Journal of Computer Sciences Institute. – 2023. – 28. – P. 285–290. 10.35784/jcsi.3759.
17. Niki G., Gioti L., Kokkinis G. Exploring university branding in the context of university websites: the case of International Hellenic University // X International Conference on Critical Education Proceedings: Education for Social Emancipation. – 2023. – September.
18. Siripipattanakul S., Siripipatthanakul S., Limna P., Auttawechasakoon P. The Relationship Between Website Quality, University Image, e-WOM and Intention to Follow the University Website. – 2022. – P. 529–544.
19. Das P., Paul H., Tultul M. Development of a Mobile Application: From University Website to Mobile App // Journal of Ubiquitous Computing and Communication Technologies. – 2023. – 5. – P. 203–219. 10.36548/jucct.2023.2.007.
20. Budiana H., Koswara A., Syuderajat F., Poedjadi M. Communicating organisational culture of higher education: a website analysis of three universities // Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies). – 2023. – 7. – P. 539–554. 10.25139/jsk.v7i2.5695.
21. Ненилин С. Н. Формирование профессионального самоопределения обучающихся в муниципальной информационно-образовательной среде // Вестник Московского университета. Серия 20. Педагогическое образование. – 2023. – № 1. – P. 68–79.

1. Kardanov, A. A., & Kazova, Z. M. (2021). "Cifrovaya transformaciya obshchego obrazovaniya" [Digital transformation of general education], *Izvestiya Kabardino-Balkarskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta im. V. M. Kokova*, № 3 (33), pp. 143–147 (in Russian).
2. Novikova, N. N. (2016). "Obespechenie bezopasnosti uchashchihsya v informacionnoj obrazovatel'noj srede" [Ensuring the safety of students in the information educational environment], *Nauchno-metodicheskij elektronnyj zhurnal "Koncept"*, t. 3, pp. 51–55 (in Russian).
3. Dneprovskaya, N. V. (2009). "Otkrytye obrazovatel'nye resursy kak osnova formirovaniya global'nyh universitetskikh setej" [Open educational resources as the basis for the formation of global university networks], *Otkrytoe obrazovanie*, № 2, pp. 27–33 (in Russian).
4. Shajkina, V. N. (2023). "Setevye professional'nye soobshchestva kak instrument metodicheskogo soprovozhdeniya professional'nogo samorazvitiya molodyh uchitelej" [Network professional communities as a tool for methodological support of professional self-development of beginning teachers], *Sovremennoe pedagogicheskoe obrazovanie*, № 5, pp. 160–163 (in Russian).
5. Pituhin, E. A., Kekkonen, A. L., & Sigova, S. V. (2015). "Prozrachnaya informacionnaya sreda kak sposob povysheniya privlekatel'nosti vuzov dlya abiturientov" [Transparent information environment as a way to increase the attractiveness of universities for applicants], *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, № 2 (96), pp. 94–103 (in Russian).
6. Sidorova, T. I. (2007). "Specifika Web-sajta organizacii kak instrumenta formirovaniya korporativnoj kul'tury" [Specifics of an organization's website as a tool for creating corporate culture], *Vestnik ChelGU*, № 8, pp. 99–104 (in Russian).
7. Bokova, M. S. (2023). "Kar'ernyj portal: platforma dlya vzaimodejstviya" [Career portal: platform for interaction], *Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarnyh i estestvennyh nauk*, № 3-3 (78), pp. 115–119 (in Russian).
8. Abdurahimov, S. K. (2023). "Pravovye osnovy vznikenii grazhdanskoj pravosub'ektnosti obrazovatel'nogo uchrezhdeniya" [Legal basis for the emergence of civil legal personality of an educational institution], *ELS, Maj*, pp. 121–127 (in Russian).
9. Strebkov, S. G. (2021). "Obosnovanie planiruемого finansirovaniya v sfere vysshego professional'nogo obrazovaniya" [Justification of planned financing in the field of higher professional education], *Vestnik NGUEU*, № 2, pp. 105–119 (in Russian).
10. Eremkin, R. A., Avetisyan, V. R., & Semenov, A. A. (2023). "Upravlenie obrazovatel'nym processom s ispol'zovaniem servisov WEB 2.0 (na primere liceya № 1 "Sputnik")" [Managing the educational process using WEB 2.0 services (a case study of Lyceum No. 1 "Sputnik")], *Izvestiya Samarskogo nauchnogo centra Rossijskoj akademii nauk. Social'nye, gumanitarnye, mediko-biologicheskie nauki*, № 91, pp. 28–33 (in Russian).
11. Gorina, I. G., & Fomenko, N. M. (2023). "Instrumenty informacionno-kommunikativnyh tekhnologij v sisteme upravleniya znaniyami" [Information and communication technology tools in the knowledge management system], *Vestnik GUU*, № 7, pp. 5–13 (in Russian).
12. Tishchenko, S. V. (2023). "Cifrovizaciya rossijskoj ekonomiki obrazovaniya pod vliyaniem sankcij" [Digitalization of the Russian education economy under the influence of sanctions], *Izvestiya KBNC RAN*, № 4 (114), pp. 110–120 (in Russian).
13. Alikina, E. V., & Mal'cev, D. V. (2023). "Optimizaciya elektronnoho portfolio studenta mnogoprofil'nogo vuz" [Optimization of the student's electronic portfolio at a multidisciplinary university], *Vestn. Tom. gos. un-ta*, № 488, pp. 14–22 (in Russian).

14. Popova, T. V., & Shtin, A. A. (2023). "Informacionno-obrazovatel'naya sreda vuza vo vzaimodejstvii s pedagogicheskim dizajnom" [Information and educational environment of the university in interaction with pedagogical design], *Prepodavatel' HKHI vek*, № 1-1, pp. 93–103 (in Russian).
15. Muhametdinova, S. H., & Tyumenceva, E. Yu. (2023). "Analiz faktorov, vliyayushchih na vybor vuza abiturientami (na primere Omskogo regiona)" [Analysis of factors influencing the choice of university by applicants (a case study of the Omsk region)], *Vestnik MGOU. Seriya: Pedagogika*, № 1, pp. 147–155 (in Russian).
16. Banaszak, M., & Dzieńkowski, M. (2023). "An accessibility analysis of web-sites of selected types of universities", *Journal of Computer Sciences Institute*, 28, pp. 285–290. 10.35784/jcsi.3759 (in English).
17. Niki, G., Gioti, L., & Kokkinis, G. (2023). "Exploring university branding in the context of university websites: the case of International Hellenic University", *X International Conference on Critical Education Proceedings: Education for Social Emancipation*, September (in English).
18. Siripipattanakul, S., Siripipatthanakul, S., Limna, P., & Auttawechasakoon, P. (2022). *The Relationship Between Website Quality, University Image, e-WOM and Intention to Follow the University Website*, pp. 529–544 (in English).
19. Das, P., Paul, H., & Tultul, M. (2023). "Development of a Mobile Application: From University Website to Mobile App", *Journal of Ubiquitous Computing and Communication Technologies*, 5, pp. 203–219. 10.36548/jucct.2023.2.007 (in English).
20. Budiana, H., Koswara, A., Syuderajat, F., & Poedjadi, M. (2023). "Communicating organisational culture of higher education: a website analysis of three universities", *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 7, pp. 539–554. 10.25139/jsk.v7i2.5695 (in English).
21. Nenilin, S. N. (2023). "Formirovanie professional'nogo samoopredeleniya obuchayushchihsya v municipal'noj informacionno-obrazovatel'noj srede" [Fostering professional self-determination of students in the municipal information and educational environment], *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 20. Pedagogicheskoe obrazovanie*, № 1, pp. 68–79 (in Russian).

Вклад авторов

К. А. Корнилова – разработка концепции статьи, написание обзора отечественных и зарубежных исследований, методологической основы, описание результатов исследования.

Е. В. Корнилова – планирование и оформление исследования; общая корректировка рукописи.

Contribution of the authors

K. A. Kornilova – development of the concept of the article, writing a review of domestic and foreign research, methodological basis, description of the research results.

E. V. Kornilova – planning and design of the research; general correction of the article text.