

Ewa Białek, Politechnika Koszalińska
Monika Zajkowska
Wyższa Hanzeatycka Szkoła Zarządzania w Słupsku

Witryna internetowa w komunikacji marketingowej nauczyciela akademickiego

THE WEBSITE IN THE MARKETING COMMUNICATION OF AT THE TEACHING FELLOW'S WORK

W artykule omówiono etapy budowy witryny internetowej nauczyciela akademickiego ze szczególnym uwzględnieniem jej optymalizacji pod kątem wyszukiwarek internetowych. Wskazano metody promocji witryny. Zaproponowano narzędzia wspomagające te działania, w tym portale społecznościowe, internetowe bazy danych i dedykowane im wyszukiwarki. Przedstawiono praktyczną wiedzę i doświadczenie zdobyte przy budowie witryny www.whsz.bicom.pl.

Słowa kluczowe: komunikacja marketingowa, witryna internetowa, wyszukiwarki internetowe

1. Wprowadzenie

Nauka i kultura odgrywają bardzo istotną rolę w każdym społeczeństwie. Bogactwo społeczne wyznaczone jest aktualnym poziomem technologii, uzależnionym od poziomu nauki. Kultura decyduje o utrwalaniu tego bogactwa stwarzając jednocześnie podstawę rozwoju kreatywności, dokonywania zmian. Duże możliwości dla rozwoju kultury oraz poprawy poziomu kształcenia społeczeństwa daje otwarcie ogromnej przestrzeni informacyjnej - sieci internet. Internet to nieocenione źródło danych dotyczących każdej dziedziny wiedzy, to również ogromna baza danych intencji jego użytkowników¹. Coraz powszechniejszy dostęp do tej sieci powoduje, że grupa osób zainteresowanych publikowanymi w niej informacjami stale rośnie. Z raportu BCG i Google wynika, że blisko 60% gospodarstw domowych w Polsce posiada dostęp do internetu. Polscy internauci bardzo intensywnie szukają informacji w sieci – pod tym względem są w czołówce Europy². Z jednej strony internet stanowi zatem doskonałe źródło informacji, z drugiej zaś może zostać wykorzystany do raportowania i przetwarzania danych o ludziach i komputerach korzystających z tych informacji.

Każdego roku na uczelni trafia nowa grupa maturzystów. Dla nich nowoczesne technologie są codziennością. Coraz częściej zamieniają oni swoje notatniki na netbooki, nie wyobrażają sobie funkcjonowania bez telefonu komórkowego czy internetu. Coraz wymyślniejsze elektroniczne gadżety, nieprzerwana obecność online, utrzymywanie

¹ J. Battle: Szukaj. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 11.

² G. Cimochoński G i in: Polska Internetowa. Jak internet dokonuje transformacji polskiej gospodarki. BCG, Warszawa 2011, s. 6.

internetowych kontaktów na całym świecie – tego potrzebują przyszli studenci i tego oczekują od uczelni oraz nauczycieli akademickich, będących jej reprezentantami³.

Jak nauczyciel akademicki powinien przygotować się na wyzwania związane z coraz intensywniejszym wykorzystaniem nowych technologii? Jakie są etapy budowy witryny internetowej? W jaki sposób dotrzeć do odbiorców informacji umieszczonych na zbudowanej witrynie?

2. Witryna internetowa nauczyciela akademickiego

WWW (ang. *World Wide Web*) to jedna z podstawowych usług dostępnych w sieci internet. Jej pierwotnym oraz obecnie podstawowym zadaniem jest publikowanie informacji. Nieodłącznym elementem WWW jest witryna internetowa. Pod pojęciem „witryna internetowa” rozumie się „zbiór powiązanych ze sobą stron WWW, zwykle występujących pod jedną nazwą (nazwą domeny), zawierających tekst, elementy graficzne i multimedialne (dźwięk, animacja, wideo) oraz skrypty lub aplikacje wykonane w takich technologiach, jak Java, JavaScript”⁴. Kiedy potencjalny klient odwiedza witrynę jej właściciel ma nie więcej niż dwie minuty aby nawiązać z nim komunikację. Każda ze stron witryny musi więc uzasadnić swoje prawo do istnienia w szybki i przejrzysty sposób. W przeciwnym wypadku użytkownik pójdzie gdzie indziej⁵.

Wśród witryn internetowych coraz liczniejsza grupa to witryny o przeznaczeniu edukacyjnym. Część z nich stanowią witryny nauczycieli akademickich.

2.1. Etapy budowy witryny

Pierwszym krokiem rozpoczynającym pracę nad witryną internetową nauczyciela akademickiego powinno być stworzenie jej koncepcji. Należy przeanalizować przedmiot działalności nauczyciela - wydzielić część dydaktyczną, naukową. Celem tego etapu jest określenie przyszłej zawartości merytorycznej poszczególnych stron budowanej witryny (z określeniem związanych z nim słów kluczowych) oraz wskazanie narzędzi pomocnych w tych działaniach. Kolejny etap to projektowanie witryny. Na tym etapie należy zdecydować o graficznym interfejsie witryny, utworzyć jej strukturę (strona główna oraz strony niższych poziomów) oraz system nawigacji. Na etapie projektowania niezbędne jest również zwrócenie uwagi na optymalizację każdej ze stron witryny pod kątem jej klasyfikacji w wyszukiwarkach internetowych. Następny etap to budowanie witryny. Po zaakceptowaniu projektu graficznego i określeniu zawartości przystępuje się do kodowania kolejnych stron WWW wchodzących w skład witryny internetowej. Strony muszą zostać zakodowane w taki sposób, by były poprawnie wyświetlane w różnych przeglądarkach, co umożliwi zapoznanie się z ich zawartością wszystkich zainteresowanych internautów. Ostatni etap to udostępnienie witryny – jej publikacja w sieci internet. Etap ten kończy prace związane z budową witryny.

Aby witryna została zauważona przez odbiorców, którym jest dedykowana, konieczne jest podjęcie działań związanych z jej promocją. Niezbędne jest

³ <http://nt.interia.pl/news/jakie-cechy-powinna-miec-uczelnia-przyszlosci,1640726> (stan na dzień 25 maja 2011).

⁴ S. Thurow: *Pozycjonowanie w wyszukiwarkach internetowych*. Helion, Gliwice 2004, s. 223.

⁵ J. Nielsen, H. Loranger: *Optymalizacja funkcjonalności serwisów internetowych*. Helion, Gliwice 2007, s.47.

monitorowanie tych działań - posłuży ono wprowadzaniu kolejnych zmian na witrynie w celu zaspokojenia bieżących potrzeb korzystających z niej internautów.

2.2. Realizacja

Praktyczna realizacja poszczególnych etapów budowy witryny nauczyciela akademickiego przedstawiona zostanie na przykładzie witryny opublikowanej w sieci internet, w domenie whsz.bicom.pl.

Na etapie tworzenia koncepcji witryny zdecydowano o wydzieleniu części związanej z dydaktyką oraz części dotyczącej pracy naukowej nauczyciela. Określono, że na w witrynie powinny znaleźć się następujące informacje:

- *plan* – harmonogram roku akademickiego, terminy zjazdów, plan zajęć i konsultacji,
- *materiały dydaktyczne* – ćwiczenia, materiały do pobrania (dostępne podczas planowych zajęć), prezentacje PowerPoint,
- *literatura* - pozycje książkowe, w których omawiane są zagadnienia objęte programami nauczania,
- *artykuły z konferencji* – autorskie artykuły oraz prezentacje PowerPoint z konferencji naukowych, w których nauczyciel akademicki uczestniczył,
- *polecane* - źródła informacji, miejsca publikowania i przechowywania dokumentów, artykuły, narzędzia, programy,
- *kontakt* – adres uczelni, e-mail oraz pozostałe formy kontaktu z nauczycielem akademickim a także materiały promocyjne związane z WHSZ w Słupsku.

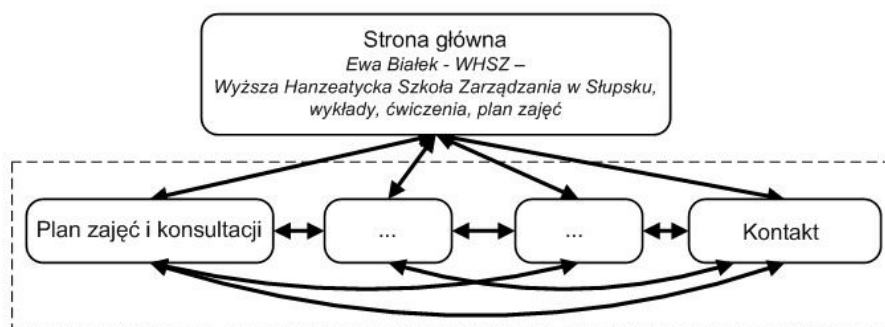
Dla każdej ze stron określono zestaw słów kluczowych odzwierciedlających jej tematykę, imię i nazwisko oraz miejsce pracy nauczyciela akademickiego. Stronę główną opisano w następujący sposób: *Ewa Białek - WHSZ – Wyższa Hanzeatycka Szkoła Zarządzania w Słupsku, wykłady, ćwiczenia, plan zajęć*. Przy doborze słów posłużono się udostępnianymi przez Google AdWords narzędziami propozycji słów kluczowych.[adwords.google.com].

Projektowanie witryny rozpoczęto od wyboru graficznych elementów jej interfejsu. Zdecydowano się na kolorystkę spójną z logo WHSZ w Słupsku (Rysunek 1).



Rysunek 1. Elementy graficznego interfejsu witryny w domenie whsz.bicom.pl
Źródło: opracowanie własne

Zdecydowano się na hierarchiczną strukturę witryny (Rysunek 2):



Rysunek 2. Hierarchiczna struktura witryny w domenie wshz.bicom.pl
Źródło: opracowanie własne

Uwzględniając potrzebę optymalizacji witryny pod kątem wyszukiwarek internetowych oraz jej dostępności dla osób posiadających ograniczenia w odbiorze treści, w tym korzystających z czytników ekranu, wybrano nawigację tekstową (Rysunek 3).



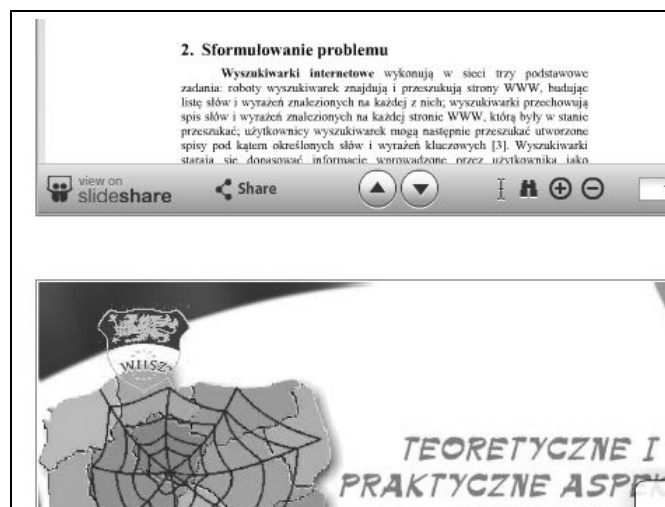
Rysunek 3. Tekstowa nawigacja na witrynie w domenie wshz.bicom.pl
Źródło: opracowanie własne

Przystępując do kodowania zdecydowano, że witryna zbudowana będzie w oparciu o statyczne strony HTML. Każdej ze stron witryny przydzielono odpowiednie

parametry związane z jej widzialnością w sieci internet⁶ uwzględniając przy tym słowa kluczowe określone na etapie tworzenia koncepcji. Pod pojęciem „widzialność witryny internetowej” rozumie się: poziom gotowości witryny na zlokalizowanie bądź odkrycie jej przez wyszukiwarki internetowe, stopień łatwości odnalezienia konkretnego obiektu będącego elementem tej witryny, poziom wsparcia działań wyszukiwawczych na witrynie - zastosowanie systemu nawigacji oraz wyszukiwania lokalnego⁷.

Na stronach: *plan zajęć i konsultacji, literatura* dominują informacje tekstowe. Na stronie *polecane* umieszczone zostały odsyłacze do bibliotek cyfrowych (np. Federacja Bibliotek Cyfrowych, Wirtualna Biblioteka Nauki), specjalistycznych wyszukiwarek (np. Google Books, Google Scholar) oraz miejsc publikowania i przechowywania dokumentów. Przed pojawieniem się sieci internet dane cyfrowe nie były ogólnodostępne. Dziś w wielu sytuacjach stanowią one podstawowe źródło informacji. Łatwość publikowania danych w sieci internet przekłada się na ich ogromną ilość, która stale rośnie. Ilość ta nie świadczy o jakości danych. Istotne jest zatem, by nauczyciel akademicki wskazywał źródła danych wysokiej jakości – książek, artykułów naukowych oraz miejsca, gdzie możliwe jest składowanie własnych dokumentów wykorzystywanych w pracy dydaktycznej i naukowej.

Charakterystyczną cechą stron: *materiały dydaktyczne, artykuły z konferencji* jest udostępnienie na nich dokumentów w formacie PDF, w tym prezentacji multimedialnych przygotowanych w programie Power Point (Rysunek 4).



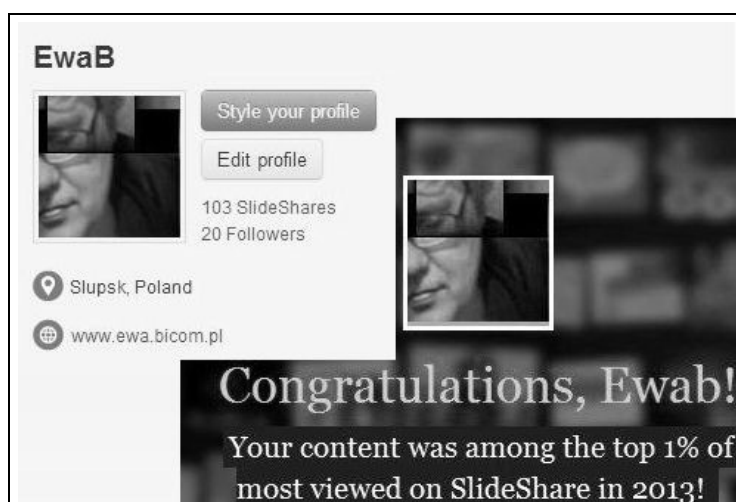
Rysunek 4. Pliki w formacie PDF osadzone na witrynie w domenie whsz.bicom.pl
Źródło: opracowanie własne

⁶ E. Białek: Kryteria oceny relewantności wyników w wyszukiwarkach internetowych i ich wykorzystanie do promocji witryn regionalnych, [w:] Teoretyczne i praktyczne aspekty rozwoju regionalnego. Wydawnictwo WHSZ, Słupsk 2007, s. 165.

⁷ P. Morville: Ambient Findability. O'Reilly Media, Sebastopol 2005, CA, s. 4.

Należy zwrócić uwagę, że pliki tego typu mają duży rozmiar. Umieszczanie ich na serwerze WWW, na którym opublikowana została witryna nauczyciela akademickiego, może doprowadzić do przekroczenia dopuszczalnego transferu danych (transfer - ilość informacji pobieranej z serwera). W takiej sytuacji dostęp do witryny WWW mógłby zostać czasowo zablokowany. Aby tego uniknąć warto umieszczać duże pliki (video, audio, grafika, prezentacje Power Point, PDF) na serwerach zewnętrznych. Przykładem takich serwerów są: YouTube, ISSUU, SlideShare, Scribd, Google Drive itp. Wszystkie te miejsca mają charakter portali społecznościowych – można w nich tworzyć własne grupy znajomych, wysyłać do nich wiadomości, dodawać ich dokumenty do ulubionych, komentować je oraz polecać innym. Posiadają też systemy statystyk oraz narzędzia do udostępniania *online* umieszczonych tam dokumentów na własnych witrynach WWW. Dodatkowo zintegrowane są z najpopularniejszymi portalami społecznościowymi: Facebook, LinkedIn, Google+.

Dla potrzeb opisywanej witryny założono konto na serwerach ISSUU oraz SlideShare (Rysunek 5), dedykowanym dokumentom tworzonym w programach Power Point, Word oraz innych - w formacie PDF.



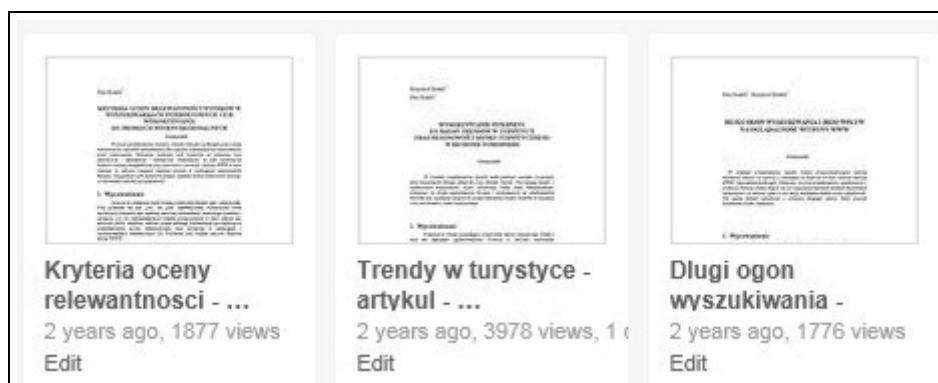
Rysunek 5. Konto nauczyciela akademickiego na SlideShare
Źródło: opracowanie własne

Specyfika SlideShare - jego popularność, dbałość o widzialność umieszczonych tam dokumentów w wyszukiwarkach internetowych powoduje, że każdy z tych dokumentów dostępny jest, jako oddzielny element sieci WWW. Dodatkowo notowany jest na bardzo wysokich pozycjach w rankingach wyszukiwarek. Dla bardzo popularnego zapytania „trendy w turystyce” (2.500.000 wyników) autorski artykuł nauczyciela akademickiego zajmuje 8 miejsce w rankingu Google (Rysunek 6):



Rysunek 6. Pozycja w rankingu Google dokumentu umieszczonego na SlideShare
 Źródło: opracowanie własne

Wysoka pozycja skutkuje dużą liczbą odwiedzin. Liczba ta znana jest dzięki systemowi statystyk dostępnemu na SlideShare (Rysunek 7).



Rysunek 7. Statystyki oglądalności dokumentów na SlideShare
 Źródło: opracowanie własne

Konto nauczyciela akademickiego na SlideShare zintegrowano z istniejącym kontem na Facebook'u (Rysunek 8).




Rysunek 8. Konto nauczyciela akademickiego na Facebook'u
Źródło: opracowanie własne

Po zakodowaniu i przetestowaniu działania witrynę opublikowano pod adresem www.whsz.bicom.pl/ewabialek. Domena została wybrana pod kątem jej widzialności w wyszukiwarkach internetowych. Występuje w niej nazwa uczelni - WHSZ. Adres zawiera też imię i nazwisko nauczyciela akademickiego.

W ramach promocji witryny informacja o jej opublikowaniu została zarejestrowana w postaci odnośników: na witrynie WHSZ w Słupsku oraz na prywatnej witrynie nauczyciela akademickiego w domenie ewa.bicom.pl. Witryna w domenie ewa.bicom.pl, dostępna w sieci internet od 2003r., jest obiektem prowadzonych przez nauczyciela badań.

Optymalizacja opublikowanej w domenie whsz.bicom.pl witryny nauczyciela akademickiego pod kątem jej widzialności w wyszukiwarce internetowej Google oraz podjęte działania promocyjne z wykorzystaniem portali społecznościowych spowodowały, że dla słowa „WHSZ” zajęła ona wysoką drugą pozycję w rankingu tej wyszukiwarki (Rysunek 9).

WHSZ | Blżej biznesu
www.whsz.slupsk.pl/ ▼
 11.00 w siedzibie WHSZ w Słupsku, ul. ... Ośrodek Doradztwa i Treningu Kierowniczego w Gdańsku oraz Wyższa Hanzeatycka Szkoła Zarządzania w Słupsku ...
 Strona Google+ · Napisz pierwszą opinię

 Jana Koziatulskiego 6, Słupsk
 59 848 28 63

<u>Dla studentów</u> Dla studentów. Wyższa Hanzeatycka Szkoła ...	<u>Rekrutacja</u> Rekrutacja. KOMISJA REKRUTACYJNA przyjmuje ...
<u>Ogłoszenia</u> Katarzyny Sędkak odbędzie się 16.02. w godz. 10.40-11.30 ...	<u>Oferta uczelni</u> Oferta uczelni. Rynek pracy w dobie rozwoju gospodarczego ...
<u>Studia podyplomowe</u> Studia podyplomowe, to inwestycja we własny potencjał ... Więcej wyników z whsz.slupsk.pl »	<u>Kontakt</u> Rekrutacja. (59) 8482865 rekrutacja@whsz.slupsk.pl. Fax ...

[Ewa Białek - WHSZ - Wyższa Hanzeatycka Szkoła Zarządzania w ...](#)
www.whsz.bicom.pl/ewabialek/ ▼
 Jeśli szukasz informacji o zajęciach prowadzonych w Wyższej Hanzeatyckiej

Rysunek 9. Lista rankingowa Google dla słowa kluczowego „whsz”
 Źródło: opracowanie własne

3. Podsumowanie

W ostatnich latach coraz częściej zauważa się potrzebę intensywniejszego wykorzystania nowych technologii w pracy nauczyciela akademickiego. W dobie internetu informacje o działalności nauczyciela można odnaleźć w wielu miejscach sieci: na witrynach WWW konferencji, w których uczestniczył, w bazach referatów, artykułów, czasopism naukowych. Dane te są jednak rozproszone i nieusystematyzowane. Idealnym miejscem na zebranie tego rodzaju danych jest witryna internetowa, stanowiąca bazę wiedzy o prowadzonej przez nauczyciela akademickiego działalności dydaktycznej oraz naukowej.

Praca nad witryną internetową powinna obejmować następujące etapy: tworzenie koncepcji, projektowanie, budowa witryny, publikowanie, promocja. Budując witrynę należy zwrócić szczególną uwagę na jej widzialność w wyszukiwarkach internetowych, ze szczególnym uwzględnieniem Google. Część informacji związanych z działalnością nauczyciela akademickiego dobrze jest umieszczać na witrynach zewnętrznych. Przynosi to następujące korzyści: zmniejszenie kosztów związanych z dużym transferem danych na własnej witrynie, udostępnianie, popularyzacja materiałów autorskich szerszej grupie odbiorców.

Promocja witryny internetowej musi odbywać się wszędzie tam, gdzie gromadzą się jej potencjalni odbiorcy. Najlepiej wykorzystać do tego portale społecznościowe ze szczególnym uwzględnieniem najpopularniejszych z nich: Facebook, LinkedIn, Google+.

Należy zdawać sobie sprawę, że tylko prawidłowo zbudowana i wypromowana witryna internetowa będzie w stanie dotrzeć do szerokiej grupy odbiorców. Stanowić będzie jednocześnie współczesną wizytówkę i element budowania wizerunku nauczyciela akademickiego.

Literatura

1. Battle J.: Szukaj, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2007
2. Morville, P.: Ambient Findability, O'Reilly Media, Sebastopol, 2005
3. Nielsen J., Loranger H.: Optymalizacja funkcjonalności serwisów internetowych, Helion, Gliwice, 2007
4. Thurow S.: Pozycjonowanie w wyszukiwarkach internetowych, 2004, Helion, Gliwice, 2004
5. Białek E.: Kryteria oceny relewantności wyników w wyszukiwarkach internetowych i ich wykorzystanie do promocji witryn regionalnych, Teoretyczne i praktyczne aspekty rozwoju regionalnego, Wydawnictwo WHSZ, Słupsk, 2007
6. Cimochoński G i in.: Polska Internetowa. Jak internet dokonuje transformacji polskiej gospodarki, BCG, Warszawa, 2011
7. Google AdWords, Narzędzia propozycji słów kluczowych, <http://adwords.google.com> (stan na dzień 25 maja 2011)
8. <http://nt.interia.pl/news/jakie-cechy-powinna-miec-uczelnia-przyszlosci,1640726> (stan na dzień 25 maja 2011)

Abstract

In this paper the individual stages of the creation of a teaching fellow's website is discussed, with the particular consideration of its optimization from the point of view of Internet search engines. Some methods of the website promotion have been indicated. The tools to support these operations have been offered, including social networking services, Internet databases, and dedicated search engines. Besides, the practical knowledge and the experience acquired at the creation of the www.whsz.bicom.pl website have been presented. (JEL I23)

Key words: marketing communication, website, internet search

Informacje o autorach:

mgr inż. Ewa Białek,

ewa@bicom.pl

dr inż. Monika Zajkowska,

monika.zajkowska1@wp.pl