



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ  
ОСВІТИ У ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ**

**WEB-САЙТ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОЇ ПРОФОРІЄНТАЦІЙНОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ**

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

Двоєнсова Л.В., методист  
Науково-методичного центру  
професійно-технічної освіти у  
Запорізькій області

Запоріжжя  
2019

Web-сайт як засіб ефективної профорієнтаційної діяльності  
в закладах освіти

Рекомендовано:  
Науково-методичною радою  
НМЦ ПТО у Запорізькій області  
як рекомендації для педагогічних  
працівників закладів професійної  
(професійно-технічної) освіти  
Протокол № 1 від 31.01.2019

**Укладач:**

Двоєнсова Л.В., методист Науково-методичного центру професійно-технічної освіти у Запорізькій області

**Відповідальний за випуск:**

Паржницький О.В., директор Науково-методичного центру професійно-технічної освіти у Запорізькій області, кандидат педагогічних наук

**Комп'ютерний набір та верстка, редагування та коректура:**

Двоєнсова Л.В., методист Науково-методичного центру професійно-технічної освіти у Запорізькій області

## Зміст

Анотація.....	4
Вступ.....	5
I. Структура сайту.....	6
II. Графічне оформлення сайту.....	9
III. Медіавміст сайту .....	9
IV. Візуалізація сайту .....	10
V. Практичний досвід НМЦ ПТО у Запорізькій області.....	12
Висновки.....	15
Список використаних джерел .....	17
Додаток .....	18

### Анотація

Об'єктом дослідження при написанні роботи послужила щоквартальна евалюація (це оцінювання об'єкта з використанням критеріїв) Web-сайтів закладів професійної (професійно-технічної) освіти у Запорізькій області.

Метою евалюації є:

- забезпечення інформаційної відкритості закладів;
- ефективна профорієнтаційна діяльність;
- підвищення престижу робітничих професій;
- розширення користувачької аудиторії;
- стимулювання закладів до пошуку нових методів і моделей використання Інтернет;
- підвищення рівня працівників у використанні сучасних інформаційних технологій та інформаційних ресурсів.

Найскладнішим підводним каменем при плануванні сайту є невміння розробників стати «по той бік екрану» – тобто, подивитися на сайт очима користувача. Найчастіше сайт, який здається розробнику, досвідченому в Інтернеті, простим і зрозумілим, для користувача є найскладнішою головоломкою.

В Інтернеті, як і в класичному бізнесі, діють закони попиту і пропозиції, а також жорстка конкуренція. Щоб можливості Інтернету стали опорою в розвитку вашого закладу освіти, потрібно не просто наявність сайту, а постійна комплексна робота над ним: необхідно розвивати, наповнювати сайт і знаходити нові канали залучення користувачів.

Висновки узагальнюють, що тема є актуальною, відповідає потребам сучасності, має суттєве значення для розвитку та подальшого руху в інформованості серед молоді.

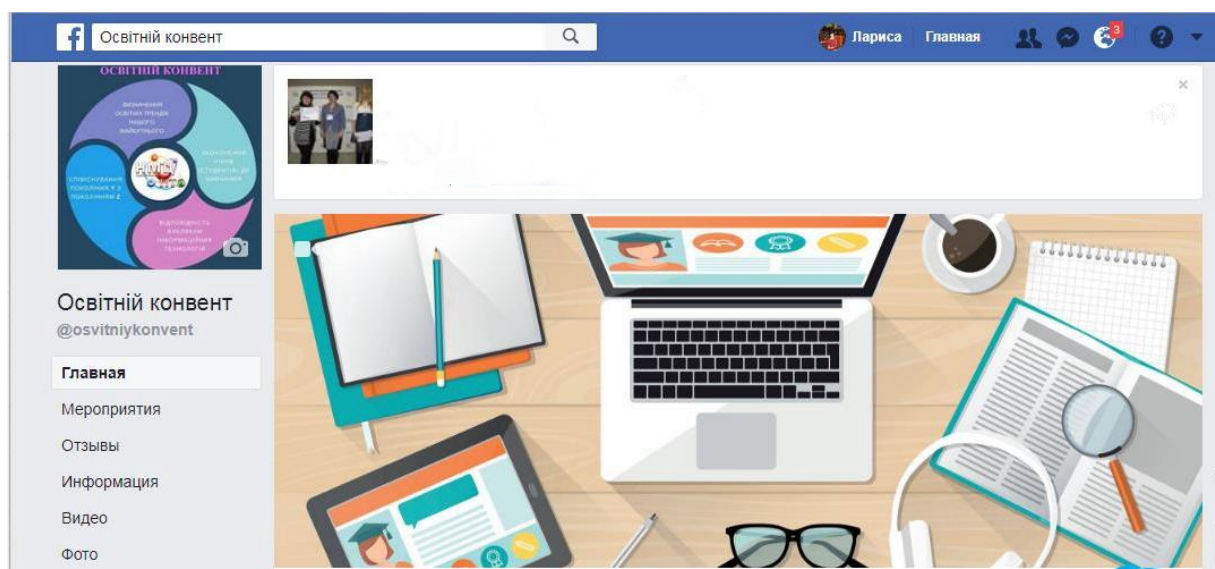
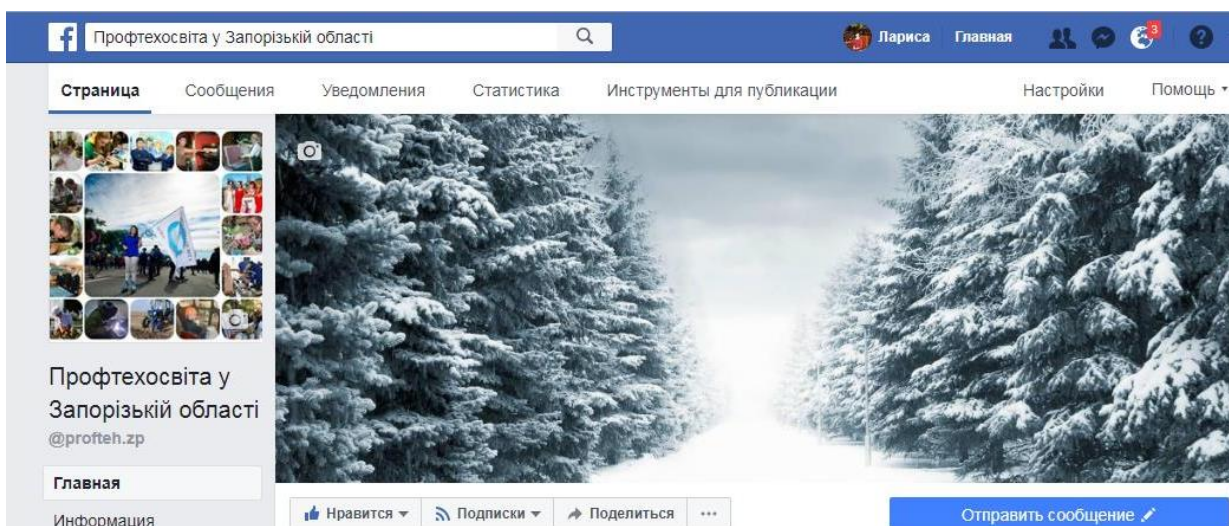
*Ключові слова:* інформаційність, актуальність, індивідуальність, цифрові технології, обізнаність, креативність, мобільність, цифрова творчість та грамотність.

## Вступ

Діти сьогодні та їх батьки – сучасні користувачі, необхідну інформацію щодо вступу шукають у соціальних мережах, на сайтах. І перш ніж приїжджатимуть до закладу освіти, скоріш знайдуть його сайт і переглянуть запропоновані професії, матеріально-технічну базу, гуртожитки, як організований освітній процес тощо.

Наразі батьки майбутніх учнів багато часу проводять у соцмережах, таких, наприклад, як Facebook, але при цьому не забувайте про інші ресурси, як Instagram, Twitter і тому подібне. Ви маєте змогу поширювати інформацію зі свого сайту в соцмережах.

Наприклад, НМЦПТО у Запорізькій області створив декілька сторінок у Facebook з посиланням на сайт центру – це «Профтехосвіта у Запорізькій області» та «Освітній конвент», де поширює новини з закладів освіти, це теж свого роду профорієнтація, створюємо анонс на майбутні вебінари чи якісь важливі події, ділимося досвідом, знаходимо нових друзів з інших міст, областей, країн.



У закладах освіти багато проводиться різноманітних заходів, але при всьому цьому дуже важливо це ще показати майбутнім учням, які шукають інформацію. Щоб не було, як у прислів'ї: «Вміла добре готувати та не вміла подавати».

Користувачі відвідують сайти заради отримання тієї чи іншої інформації.

Основним багатством хорошого сайту є його унікальний та інформативний **контент** (тобто інформаційний зміст сайту). Однак від того яким чином буде представлена інформація відвідувачам сайту і буде залежати ефективність його роботи, відвідуваність і, як наслідок, профорієнтація і конкурентоспроможність.

Пропоную ознайомитися з таким терміном сайтобудування, як «юзабіліті» (з англійською – зручність використання предмета). Стосовно до Web-сайтів, юзабіліті визначає на скільки зручно, цікаво і доступно піднесена інформація користувачам мережі.

Пропоную більш детально розглянути деякі **можливості** стосовно **сайту**

## I. СТРУКТУРА САЙТУ

Інформація на сайті повинна бути чітко структурована.

Відвідувач приходить на сайт, щоб знайти необхідну інформацію (про заклад освіти, професії, якими можна оволодіти) і зробити він це хоче швидко і з найменшими затратами часу, тому на сайті повинен бути порядок, як в бібліотеці, де кожна книга стоїть на своєму місці.

Структура – це ієрархія матеріалів, що розміщуються на сайті. Чітко і розумно структурована інформація має дві основні переваги: по-перше, відвідувачам легко знайти необхідну інформацію, по-друге, самому веб-майстру легше доповнювати і оновлювати матеріали, не створюючи плутанини.

**Навігація сайту** повинна відображати інформаційну структуру сайту, бути простою і зрозумілою у використанні. Головна панель навігації має знаходитися в помітному місці сторінки.



До речі, коли відвідувач приходить на сайт, в першу чергу він намагається зрозуміти, як переміщатися по сайту і знайомиться з системою навігації.

Основним елементом навігації є меню. Назви пунктів меню повинні повідомляти користувачеві, що натиснувши на відповідне посилання, він потрапить в потрібний йому розділ або категорію.

У дизайні сайтів використовуються так звані патерни. Хочу ознайомити вас з «**F-патерном**», цей термін був введений Якобом Нільсеном фахівцем в області юзабіліті. **Патерн** – термін з психології. У перекладі – це характерний тип поведінки в якихось певних умовах; в нашому випадку – це сприйняття інформації з екрана. Буква F обрана не випадково; по-перше, від слова fast (швидко), по-друге, форма уваги схожа на цю букву латинського алфавіту.

Вищезгаданий Нільсен провів дослідження руху погляду користувача при читанні веб-сторінок за участю понад 250 осіб. На підставі досліджень в області фіксування погляду результати показали, що учасники сканують сторінку поглядом по F-образному шаблону. Коли ми читаємо або «скануємо» якусь інформацію, наш погляд рухається за певним паттерном, в формі латинської букви F.

### Як працює F-патерн

Перше, на що звертає увагу користувач – це на великий, контрастний шматок тексту. Зазвичай це буває заголовок, хоча буває, що цю роль грає і логотип. Переконайтеся, що заголовок у вас є, тому саме він буде «верхній ризикою» в нашій букві F: люди читають його першим.

**Як працює F-патерн**

- Високий рівень уваги
- Середній рівень уваги
- Низький рівень уваги

Потім користувач почне сканувати текст у напрямку вниз, дотримуючись лівого боку текстового блоку, поки не наткнеться на щось цікаве. Цю інформацію він прочитає зліва-направо, формуючи «середню ризикою» букви F. І так далі.

Цей патерн все повторюється і повторюється. Саме тому популярність опцій горизонтального меню (або набору вкладок) знижується в міру наближення до правого краю – адже ми починаємо вивчення опцій з лівого краю. П'яту за рахунком опцію бачать тільки ті, хто не клікнув на першу, другу, третю і четверту.

Уявіть собі, ліва сторона сторінки привертає користувачів більше правій: на вивчення контенту в лівій частині витрачається 69% часу. Зверніть увагу: все, що ви хочете донести до відвідувача при вході на сайт, краще розташовувати зліва зверху.

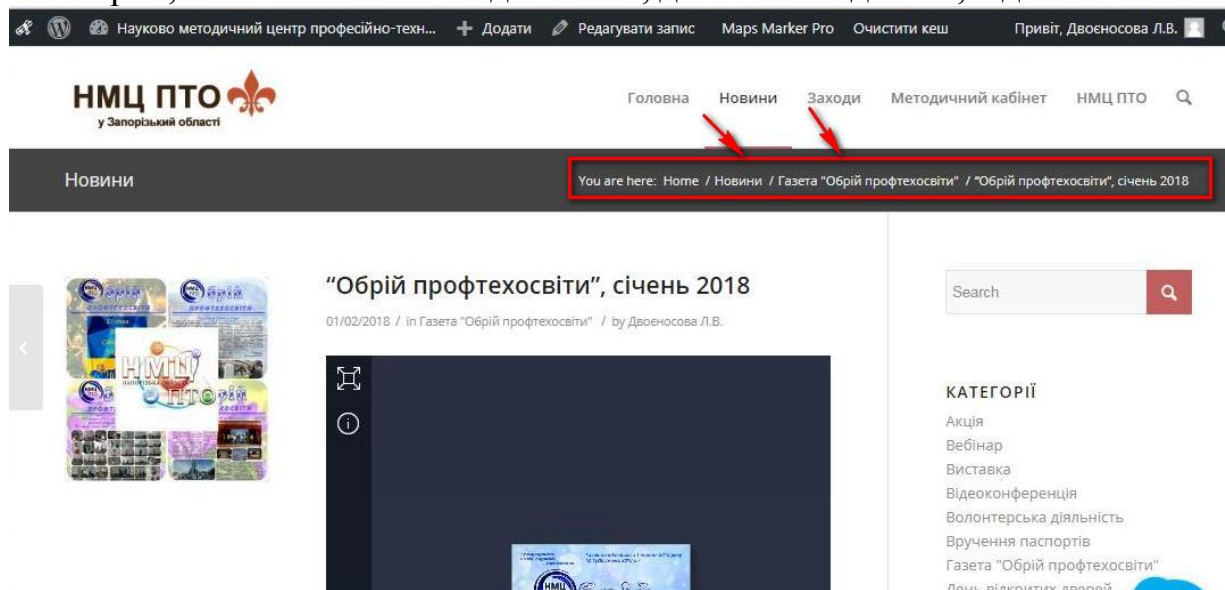
Бажано встановити на сайт **елемент навігації**, який має назву «хлібні крихти» і представляє собою шлях по сайту від його головної до поточної сторінки, на якій знаходиться користувач.

**Хлібні крихти** часто вважаються не найцікавішим компонентом сайту. Однак, останні дослідження показали, що вони грають далеко не останню роль.

Є цікавий факт, що навігаційний елемент так прозвали за аналогією відомої німецької казки «Гензель і Гретель», які використовували крихти хліба, щоб залишити сліди, що дозволяють повернутися додому.

Основна особливість «хлібної крихти» полягає в способі її функціонування. Кожен окремий елемент навігаційної ланцюга є посиланням на конкретний рівень вкладки. Однак, останній завершальний елемент завжди залишається неактивним. В іншому випадку, це може призвести до утворення циклічного посилання.

Як правило цей елемент являє собою смугу у верхній частині сторінки. Всі елементи цього ланцюжка, крім останнього, є внутрішніми гіперпосиланнями і користувач може перейти в необхідний розділ або категорію, а також з легкістю дізнатися, де він знаходиться, в даним час.



Грамотно вибудована навігація – один з головних елементів юзабіліті сайту.

На сайті не повинно бути жодного «битого» посилання.



«Битими» називаються посилання, які нікуди не ведуть, подібні посилання вельми негативно позначаються на іміджі сайту і дратують відвідувачів. Перевіряйте всі посилання на працездатність.

Обов'язково розміщуйте засіб **пошуку на сайті**. Найбільш віддають перевагу розташуванню області пошуку у верхній частині сторінки. Якщо на сайті не встановлена функція пошуку, то відвідувач змушений прокручувати сторінку за сторінкою в пошуках потрібної інформації, цей процес вимагає великих затрат часу і терпіння, не кожен здатний на такий подвиг, тому відвідувач просто залишає сайт.

## II. ГРАФІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ САЙТУ

Він включає в себе графічні елементи, зображення, різні шрифти і кольорову палітру. Бажано, щоб дизайн відповідав тематиці сайту.

Графічні елементи не повинні відволікати увагу відвідувачів від інформаційного наповнення сайту.

Рекомендується не використовувати велику кількість кольорів при оформленні сайту. Колірна гамма не повинна напружувати очі людини. Кольорове рішення є невід'ємною частиною фірмового стилю сайту (закладу освіти) і істотно впливає на зорове сприйняття відвідувачами.

Рекомендую не перевантажувати сайт графічними елементами. Графіка повинна відображати вміст сайту, а не тільки служити його прикрасою.

Не використовуйте флеш-анімацію і музичний супровід сайту. Флеш-анімовані заставки до сайту викликають сильні негативні емоції у користувачів, оскільки вони заважають потрапити на сайт, забирають час і відволікають. Бажано на сторінках сайту розміщувати, як можна менше флеш-банерів, флеш-картинок та іконок, вони істотно впливають на час завантаження.

Намагайтесь знайти золоту середину.

## III. МЕДІАВМІСТ САЙТУ

**Фотографії** є відмінним засобом створити візуальну історію з вашої інформації. Люди вважають за краще зображення тексту, оскільки їх легше сприймати і простіше запам'ятовувати, ніж текст. Тому, якщо у вас є можливість представити вашу інформацію візуально, зробіть це – відвідувачі будуть вам вдячні.

Пропоную використовувати **відео** для того, щоб розповісти про заклад освіти. Зробити це можна різними засобами: наприклад, ви можете просто сісти перед камерою і розповісти або зняти інформативне і веселе відео про ваш заклад, про заходи, які у вас відбуваються, про учнів, які у вас навчаються. Ви маєте змогу привісити відео про заклад освіти з інших джерел, наприклад з новин телебачення.

Використовуйте на сайті **рекламу**, яка має безпосереднє відношення до навчального закладу та профорієнтаційної діяльності. Намагайтесь уникати

спливаючих вікон з рекламою непристойного змісту та написів, які не мають відношення до закладу освіти.

Спливаючі вікна з рекламою, взагалі обурюють користувачів, тому що повністю загороджують контент. Пам'ятайте, що сайти з рекламою, які не мають відношення до освітнього процесу не вселяють довіру відвідувачам.

#### **IV. ВІЗУАЛІЗАЦІЯ САЙТУ**

Як стверджують фахівці з юзабіліті, користувачі мережі спочатку сканують сторінку поглядом у пошуках важливого, вихоплюючи лише окремі фрази. Тому з точки зору юзабіліті основне інформаційне навантаження в статтях несуть заголовки, саме по ним користувач намагається зрозуміти, про що стаття.

Не слід використовувати при наборі тексту ПРОПИСНІ БУКВИ, написаний Caps Lock-ом, подібний текст читається важко.

Пропоную додати дату для новин, а також вказати автора. Шрифт, який використовується на сайті, повинен бути підібраний так, щоб відвідувач міг сприймати текст з максимальним для нього комфортом. Шрифти мають бути стандартними, типу Time New Roman,Tahoma, Arial. Вони коректно читаються усіма браузерами.

Додайте швидку прокрутку вгору, якщо сторінка дуже довга.

Зверніть увагу, що заголовки мають нести максимум інформації про зміст статті, але при цьому бути чіткими і короткими.

У більшості випадків користувачі обмежуються прочитанням верхньої частини сторінки. Це принцип «перевернутої піраміди» він полягає в тому, що основна думка статті викладається у вступній частині, а далі йде більш докладне розкриття ідеї. Користувачеві не треба читати матеріал до кінця, щоб дізнатися найголовніше. З огляду на ментальні особливості користувачів мережі, пишіть статті легкою для розуміння мовою і розділяйте інформацію на порції для простоти сприйняття.

Інформація, яка публікується на сайті має бути корисна не лише для працівників закладу, вона також покликана залучати нових учнів. Однак це можливо лише в тому випадку, якщо веб-сторінка організована правильно, її структура побудована логічно, а інформація створена і подана на професійному рівні.



Перевіряйте контент сайту на наявність помилок, граматичних і стилістичних за допомогою перевірки орфографії, які можливо знайти онлайн:

*Мова – ДНК нації* (Лепетун) <https://ukr-mova.in.ua/>

*Український лінгвістичний портал* (словник наголосів, словозміна, синоніми, фразеологія) <http://lcorp.ulif.org.ua/dictua/>

*Офіційний сайт української мови* <http://ukrainskamova.com/>

*Словники синонімів, іншомовних слів, орфографічний*  
<http://www.hohlopedia.org.ua/>

*Переходь на українську* (Мовомарафон)  
<https://www.facebook.com/perehodnamovu>

Індивідуальність – це важливий аспект будь-якого сучасного сайту. Це те, що допомагає вам бути «справжніми» і будувати взаємини з вашими відвідувачами, що стає важливим, коли здобувачі освіти вибирають між різними закладами. Індивідуальність також допоможе вам розповісти про заклад освіти, які професії можна отримати у вас і чому саме у вас.

Якщо ви пишете для людей, на сайті закладу освіти, напевно, є дійсно цікавий контент і матеріали, якими користувачі забажають поділитися в соціальних мережах. Тому для них буде великим розчаруванням відсутність на сторінці з вподобаним контентом кнопки ретвіту або кнопок інших соціальних мереж. Ці кнопки роблять обмін в соціальних сервісах максимально простим, без необхідності копіювати адресу веб-сторінки, скорочувати її та вставляти в повідомлення. Простота обміну в соціальних сервісах означає, що ваш контент стане більш видимим, приверне більше

трафіку і вам вдасться збільшити рейтинг в пошукових системах і мати ширші можливості для збільшення відвідуваності.

Бажано якомога раніше ознайомити користувача сайту з досягненнями вашого закладу. У цьому допоможе сторінка із зображеннями або описом сертифікатів та нагород, отриманих закладом.

## V. ПРАКТИЧНИЙ ДОСВІД НМЦ ПТО У ЗАПОРІЗЬКІЙ ОБЛАСТІ

З метою підвищення ефективності функціонування Web-сайтів закладів професійної (професійно-технічної) освіти, ініціювання та активізування створення в освітніх установах творчих груп з підтримки сайтів, Науково-методичним центром професійно-технічної освіти у Запорізькій області на початку 2018 року був організований і проведений обласний захід «Евалюація Web-сайтів закладів професійної (професійно-технічної) освіти Запорізької області».

Евалюація проводилась в місячний термін у три етапи:

I етап – методист НМЦ ПТО у Запорізькій області Двоєнсова Л.В. організувала та провела вебінар на тему «Web-сайт як засіб ефективної профорієнтаційної діяльності в ЗП (ПТ)О» [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=1&v=i1toGWbD2Jk](https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=i1toGWbD2Jk), в якому були надані рекомендації щодо ведення сайту навчального закладу. Метою вебінару було підвищування інтересу педагогічних працівників, учнів і батьків до активного використання ІКТ в освітньому процесі; розширення користувацької аудиторії; ініціювання та вдосконалювання працівниками інновацій, спрямованих на впровадження актуальних форм і методів інформаційного обслуговування різних груп користувачів; стимулювання ЗП(ПТ)О до пошуку нових методів і моделей використання Інтернет;

Web-сайт як засіб ефективної профорієнтаційної діяльності

Відео

Презентация Рабочий стол

Чат

14:37, ДНЗ ЧУБАРІВСЬКИЙ ЦЕНТР ПТО

14:38 alex

Все Презентации Видео Аудио YouTube

Весь проспект Ленина (Соборный) - Запорожье с

02\_Як має бути створене юзабіліті.mp4

01\_ п'ять найпопулярніших юзабіліті-

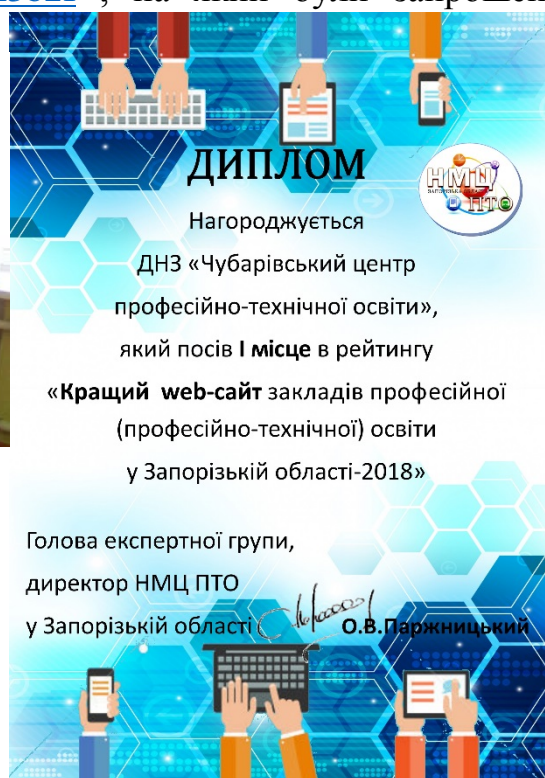
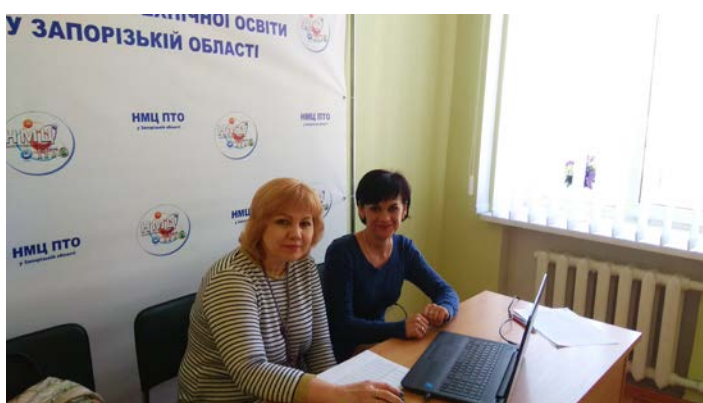
Презентация Двоєнсова.pptx

підвищення рівня працівників у використанні сучасних інформаційних технологій та інформаційних ресурсів.

II етап – була створена експертна група, до складу яких залучені фахівці відповідного профілю у сфері IT-технологій та методичної роботи, які у двотижневий термін в режимі моніторингу переглядали, оцінювали сайти та визначали переможців згідно з критеріями оцінювання (додаток). За результатами перегляду сайтів експерти визначили Топ-5 переможців.




III етап – підсумки евалюації Web-сайтів закладів професійної (професійно-технічної) освіти Запорізької області в режимі вебінару <https://www.youtube.com/watch?v=FZYzTzA3b2I>, на який були запрошені



експерти для надання рекомендацій щодо поліпшення складових сайту та оприлюднення Топ-5 кращих Web-сайтів ЗП(ПТ)О-2018, який формувався відповідно до оцінювання експертів та визначався згідно з набраними балами. Кращі сайти отримали електронний варіант Диплому «Кращий Web-сайт-2018» для розміщення на сайті закладу освіти.

**Підсумки евалюації Web-сайтів ЗП(ПТ)О** Матеріали Вопросы Учасники (34) Режими Выход

**Видео** Микрофон Камера Настрої Відео



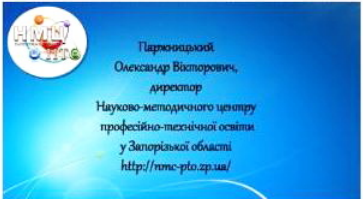
**Чат** Кнопки Сторінка Відео Голос Настрої

14:55, Ілля Шулякова ДНЗ "Вільнянський ІЛІ"  
Добрий день! ДНЗ "Вільнянський ПЛ" вітає всіх учасників вебінару.

14:38, Александр Гербін  
Добрий день! ДНЗ "Якимівський ПЛ"

**Презентація** **Рабочий стол**

← Презентація\_ ×




Слайди ( 11 ) ← ← 2 →

Все [Презентації](#) [Відео](#) [Аудіо](#) [YouTube](#)

- Презентація\_ підсумки.pptx Кнопки Сторінка
- Презентація\_ підсумки.pptx Кнопки Сторінка

**Підсумки евалюації Web-сайтів ЗП(ПТ)О** Матеріали Вопросы Учасники (35) Режими Выход

**Видео** Микрофон Камера Настрої Відео




**Чат** Кнопки Сторінка Відео Голос Настрої

14:38, Александр Гербін  
Добрий день! ДНЗ "Якимівський ПЛ"

14:43, методист НМЦ ПТО у Запорізькій області Тетяна Маторіна  
Доброго дня! Вітаю учасників вебінару!

**Презентація** **Рабочий стол**

← Презентація\_ ×




Слайди ( 11 ) ← ← 3 →

Все [Презентації](#) [Відео](#) [Аудіо](#) [YouTube](#)

- Презентація\_ підсумки.pptx Кнопки Сторінка
- Презентація\_ підсумки.pptx Кнопки Сторінка

**Підсумки евалюації Web-сайтів ЗП(ПТ)О** Матеріали Вопросы Учасники (34) Режими Выход

**Видео** Микрофон Камера Настрої Відео




**Чат** Кнопки Сторінка Відео Голос Настрої

14:55, Василь  
цена?

14:56, Василь  
Спасибо, очень интересно.

**Презентація** **Рабочий стол**

← Презентація\_ ×



Слайди ( 11 ) ← ← 7 →

Все [Презентації](#) [Відео](#) [Аудіо](#) [YouTube](#)

- Презентація\_ підсумки.pptx Кнопки Сторінка
- Презентація\_ підсумки.pptx Кнопки Сторінка

## ВИСНОВКИ

Темпи появи нових сайтів із кожним роком стрімко збільшується. Якщо 15 років тому навчальні заклади в Україні здебільшого не цікавилися своєю присутністю в Інтернеті, то сьогодні це чи не головний компонент успіху. Попит завжди народжує пропозицію. Сьогодні лєвова частина попиту представлена в Інтернеті у вигляді пошукових запитів. Відповідно, кращу пропозицію можна зробити там, де перебуває й шукає інформацію цільова аудиторія. Висококласний сайт має нести іміджевий характер та в рази підвищує престиж закладу.

В той самий час веб-сайт охоплює всю територію України та доступний за її межами, що дозволяє охопити саме цільову аудиторію, яка шукає саме ваш заклад освіти.

Обов'язковими є адаптивність сайту під будь-які мобільні пристрої і оптимізація під пошукові машини. У зв'язку зі збільшенням продуктивності мобільних гаджетів і поширенням швидкісного мобільного Інтернету, продовжується оптимізація технологій, які зроблять мобільні сайти ще легшими та більш функціональними.

За даними досліджень міжнародної антивірусної компанії ESET, більше 70% користувачів мережі інтернет переглядали сайт переважно за допомогою мобільних пристроїв (смартфонів, планшетів тощо). Користувачі таких мобільних пристроїв можуть переглядати звичайні сайти. Проте можливість перегляду на мобільних телефонах веб-сторінки, призначеної для настільних комп'ютерів, не означає, що така сторінка добре підходить для мобільних пристроїв і є привабливою для потенційних абітурієнтів. Щоб залучити учнів, які користуються переважно мобільними пристроями, бажано створити версію сайту, оптимізовану для невеликих екранів. Це значно полегшить взаємодію з вашою веб-сторінкою.

За допомогою дружнього по відношенню до користувачів сайту ви завойовує їхню довіру, а неякісний сайт може його тільки підірвати. Численні дослідження показали, що ті сайти, які створені відповідно до правил юзабіліті, найбільш популярні і мають більш високу статистику відвідувань.

Те, на скільки важливе юзабіліті сайту, важко переоцінити. Це навіть, свого роду, маркетингово-психологічний засіб, який дозволяє не тільки створити для користувачів затишну атмосферу на вашому сайті, але і спрямувати їх у потрібному напрямку, підштовхнути на певну дію. Скористайтесь цим засобом і для розвитку свого сайту, створивши атмосферу затишку та комфорту. Завдяки високому рівню юзабіліті, задоволені користувачі обов'язково відвідають сайт ще раз. Намагайтесь зробити його максимально дружнім і комфортним для відвідувачів.

Можливо написати сотні правил юзабіліті, але не забувайте, що Сайт – це не кінцевий продукт, а процес постійного оновлення та доповнення. Сайт мало створити, його постійно треба доповнити. Сайт – це необхідність сучасності, до того ж – це обличчя закладу і візитка керівника.

Сьогодні бути представленим у мережі Інтернет – це вже не данина моді, а необхідність. Із цього приводу правильно висловився засновник корпорації Microsoft Білл Гейтс: «Якщо Вас немає в Інтернеті – Ви не існуєте».



### Список використаних джерел

1. Антошук С. В. Електронний навчальний курс, веб-ресурси та сервіси Google в освітньому процесі: збірник робочих навчальних програм спецкурсів для слухачів курсів підвищення кваліфікації за змішаною формою навчання / С. В. Антошук // . – К. : НАПН України ДВНЗ «Ун-т менедж. освіти», 2017. – 23 с.
2. Гущина Н. І., Коршунова О. В. Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій в регіонах: проблеми, перспективи та пропозиції / Н. І. Гущина, О. В. Коршунова. // Нові технології навчання: наук.-метод. зб. – 2015. – №86. – с. 228–230.
3. Панченко Л.Ф. Використання інфографіки в освіті /Л.Ф.Панченко, М.В.Разорьонова // Наукові записки. – вип.10. Серія: Проблеми методики математичної і технологічної освіти. Ч.2. – Кропивницький :РВВ КДПУ ім. В.Винниченка, 2016. – С.122–126. (Google Scholar).
4. Вікіпедія Веб-юзабіліті – режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%B1-%D1%8E%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D1%96%D0%BB%D1%96%D1%82%D1%96>.
5. Вікіпедія Якоб Нільсен – режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%AF%D0%BA%D0%BE%D0%B1\\_%D0%9D%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%B5%D0%BD](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%AF%D0%BA%D0%BE%D0%B1_%D0%9D%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%B5%D0%BD).
6. Вікіпедія Перевернута піраміда – режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%BD%D1%83%D1%82%D0%B0\\_%D0%BF%D1%96%D1%80%D0%B0%D0%BC%D1%96%D0%B4%D0%B0](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%BD%D1%83%D1%82%D0%B0_%D0%BF%D1%96%D1%80%D0%B0%D0%BC%D1%96%D0%B4%D0%B0).
7. Основні принципи юзабіліті сайту режим доступу: <http://www.wcdt.com.ua/ua/osnovni-pryntsypu-yuzabiliti-sajtu>.
8. Як працює F-патерн – режим доступу: <http://sketchapp.me/f-obraznyj-pattern-v-dizajne-interfejsov/>.
9. Принципи побудови журналістських текстів – режим доступу: <http://uastudent.com/pryncypu-pobudovy-zhurnalistykyh-tekstiv/>.
10. Ілляхова М. В. Креативний цифровий контент для забезпечення освітнього процесу / Матеріали круглого столу «Нова українська школа: виклики для професійного розвитку педагогічних працівників», 22 лютого 2018 року. Режим доступу - <https://www.youtube.com/watch?v=53hCQ7UJ4eg>.
11. Створення сайтів у 2018 році: думки експертів про поточні тренди – режим доступу - <https://www.plerdy.com/ua/blog/web-development-2018/>.

## Додаток

Сайти оцінюються за такими критеріями:

1) Наявність інформації у публічному доступі про Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII. ст.30 «Прозорість та інформаційна відкритість закладу освіти» (до 12 балів):

- статут закладу освіти – 1 бал;
- ліцензії на провадження освітньої діяльності – 1 бал;
- акредитація або сертифікати про акредитацію освітніх програм – 1 бал;
- структура та органи управління закладу освіти/кадровий склад закладу освіти згідно з ліцензійними умовами – 1 бал;
- ліцензований обсяг та фактична кількість осіб, які навчаються у закладі освіти – 1 бал;
- наявність вакантних посад, порядок та умови проведення конкурсу на їх заміщення (у разі його проведення) – 1 бал;
- матеріально-технічне забезпечення закладу освіти (згідно з ліцензійними умовами) – 1 бал;
- наявність гуртожитків та вільних місць у них – 1 бал;
- річний звіт про діяльність закладу освіти/звіт керівника – до 2 балів;
- правила прийому до закладу освіти – 1 бал;
- перелік додаткових освітніх та інших послуг, їх вартість, порядок надання та оплати – 1 бал.

2) Методична робота (робота методичних комісій, склад; інноваційна діяльність) – до 5 балів.

3) Інформація щодо атестації педагогічних кадрів – 1 бал.

4) Наявність історичної довідки закладу – 1 бал.

5) Наявність вичерпної інформації щодо професій (фото-, відеоматеріали) – до 5 балів.

6) Актуальність і частота оновлення блоку з новинами – до 5 балів.

7) Наявність та відповідність чинному законодавству оприлюдненої нормативної бази – 1 бал.

8) Інформація щодо виконання Закону «Про звернення громадян» – 1 бал.

9) Інформація для батьків – 1 бал.

10) Наявність інтерактивних форм спілкування (форуми, опитування, вікторини тощо) – 2 бал.

11) Візуальна зручність відображення інформації (до 9 балів):

- візуальна комфортність – до 3 балів;
- зручність читання тексту, оптимальність розміру, поєднання кольору тексту і кольору фону – до 3 балів;
- зображення – оптимальні розміри, якість, структура розміщення – до 3 балів.

12) Зручність навігації та додаткові сервіси для користувачів (до 17 балів):

- зручність структури меню – до 3 балів;

- відсутність неробочих вкладок – 1 бал;
- наявність пошуку по сайту – до 2 балів;
- лічильник – 1 бал;
- наявність посилань на корисні джерела та сайти – до 3 балів;
- адаптивний дизайн (можливість перегляду сайтів користувачами з вадами зору) – до 3 балів;
- інтеграція із соцмережами – до 2 балів;
- відсутність реклами – до 2 балів.