



АКАДЕМИЯ  
ГРАЖДАНСКОЙ ЗАЩИТЫ  
МЧС РОССИИ

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**Тема: «Продвижение веб-сайта ФГБВОУ ВО  
«Академия гражданской защиты МЧС России»  
средствами рекламы в сети Интернет»**

Автор: Романов И.А.

Руководитель: Царюк Д.А.

# Объектно-предметная область

Тема: «Продвижение веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет»

**Объект исследования:** деятельность по продвижению веб-сайта в сети Интернет.

**Предмет исследования:** средства рекламы в продвижении вебсайта в сети Интернет.

**Цель исследования:** разработать рекомендации по продвижению веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет».

**Задачи исследования:**

- раскрыть сущность и содержание понятия продвижение средствами рекламы в сети Интернет;
- описать средства рекламы, применяемые для продвижения веб-сайта в сети Интернет;
- обобщить критерии оценки эффективности продвижения веб-сайта средствами рекламы в сети Интернет;
- охарактеризовать веб-сайт ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» в сети Интернет;
- произвести анализ веб-сайтов основных вузов конкурентов ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» в сети Интернет;
- дать предложения по оптимизации структуры и продвижению веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет.

# Структура работы

Тема: «Продвижение веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет»

## Введение

### **Глава 1. Теоретические основы продвижения веб-сайта средствами рекламы в сети Интернет**

- 1.1. Сущность и содержание понятия продвижение средствами рекламы в сети Интернет
- 1.2. Средства рекламы, применяемые для продвижения веб-сайта в сети Интернет
- 1.3. Критерии оценки эффективности продвижения веб-сайта средствами рекламы в сети Интернет

### **Глава 2. Применение средств рекламы в продвижении веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» в сети Интернет**

- 2.1. Характеристика веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» в сети Интернет
- 2.2. Анализ веб-сайтов вузов конкурентов ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» в сети Интернет
- 2.3. Предложения по совершенствованию продвижения веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет

## Заключение

## Библиографический список

## Приложения

# Выводы по первой главе

Тема: «Продвижение веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет»

**Под продвижением веб-сайта средствами рекламы в сети Интернет** следует понимать – комплекс мероприятий, направленных на привлечение внимания и увеличение количества посещений веб-сайта при помощи специфических механизмов компьютеризированной рекламы в глобальных информационных сетях.

**К средствам рекламы в сети Интернет относятся:**

1. Поисковая реклама

- *оптимизация сайта и продвижение в поисковых системах;*
- *контекстная;*
- *баннерная.*

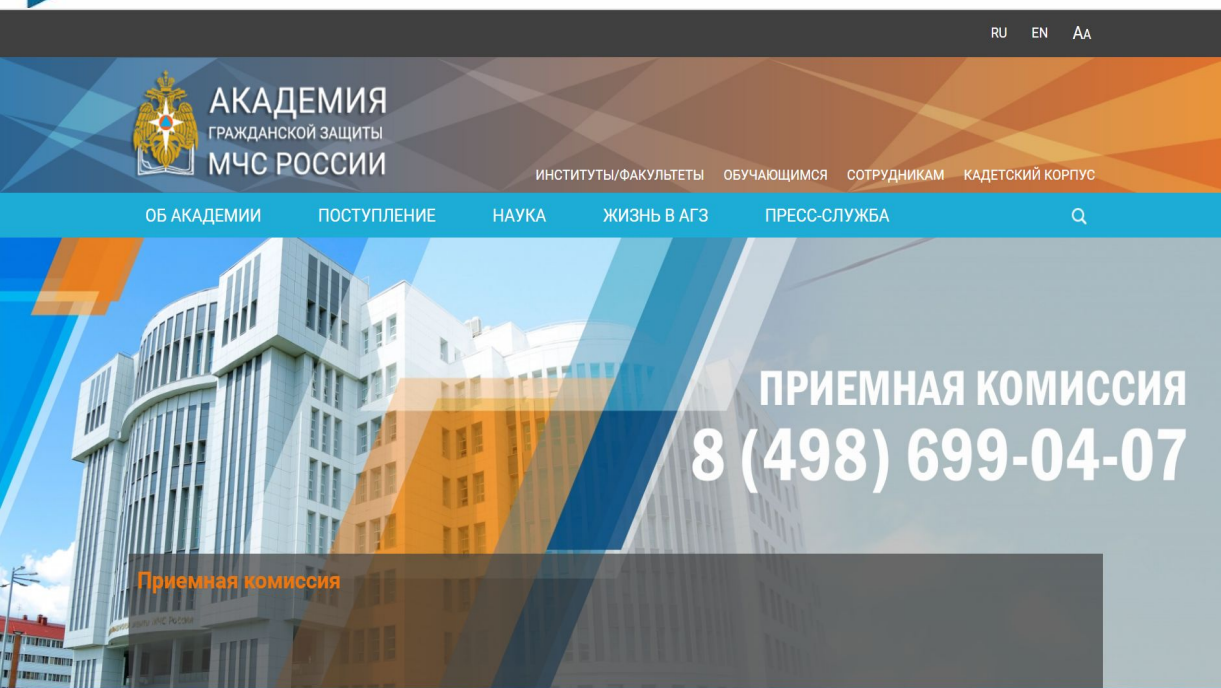
2. Непоисковая реклама

- *контекстная;*
- *баннерная;*
- *медийная.*

**Основными показателями оценки эффективности веб-сайта являются:** *число уникальных пользователей, число посещений, частота посещений, глубина интереса, обратная связь, данные владельцев сайта, дополнительные данные из иных источников.*

# Характеристика веб-сайта Академии

Тема: «Продвижение веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет»



**Самые посещаемые страницы:** 1. главная, 2. поступление, 3. институты/факультеты, 4. приемная комиссия 5. кадетский корпус.

**Эксперты выделили в лучшую сторону по следующим критериям:**

№ 2. соответствие названий содержанию и № 3. удобство средств навигации.

**С 15.02.17 г. по 15.02.18 г. текущую версию официального веб-сайта Академии:**

- посетили - 150320 человек;
- было совершено - 349360 визитов;
- осуществлено - 1386548 просмотров стр;
- глубина посещения веб-сайта составила - 3,969 стр.;
- среднее время пребывания на сайте - 3м. 32с.;
- перешли из поисковых систем - 95133 раз;
- перешли из социальных сетей – 22263;
- выходили с мобильных устройств – 172279;
- открывали браузером Google Chrome» - 74694 случая;
- открывали браузером «Яндексе» - 60178 случая;
- посещали представители – 50 стран;
- посетили 1 раз - 170134 случая;
- среднее количество визитов в день - 957.

# Ранжирование веб-сайтов вузов конкурентов

Тема: «Продвижение веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет»

Экспертам, для оценки сайтов были предложены две группы критериев, по пять в каждой:

## I. Способы раскрытия содержания сайта

- 1. структура сайта;*
- 2. соответствие названий содержанию;*
- 3. удобство средств навигации;*
- 4. оправданность применяемых элементов дизайна и/или анимации для раскрытия содержания страницы сайта;*
- 5. доступность информации о поступлении.*

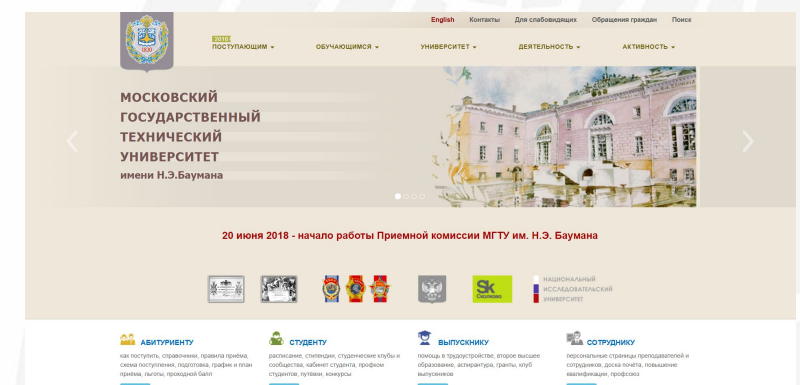
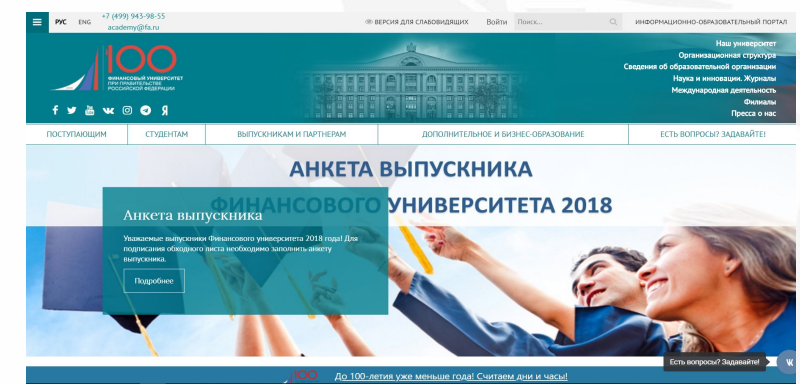
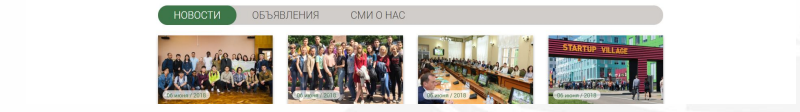
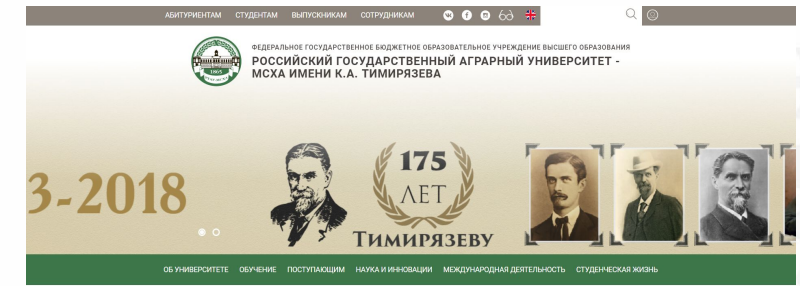
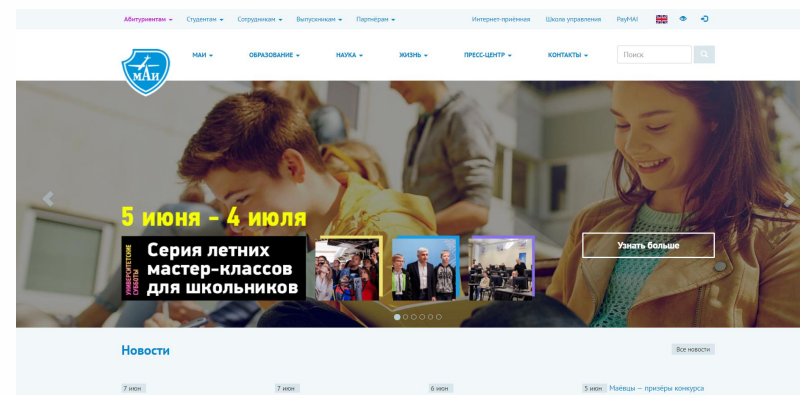
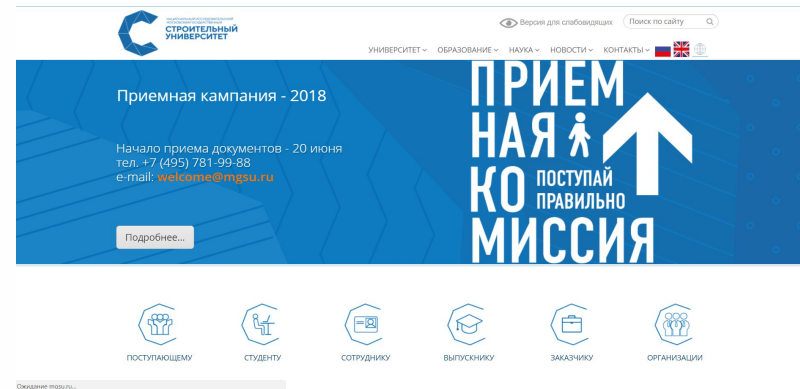
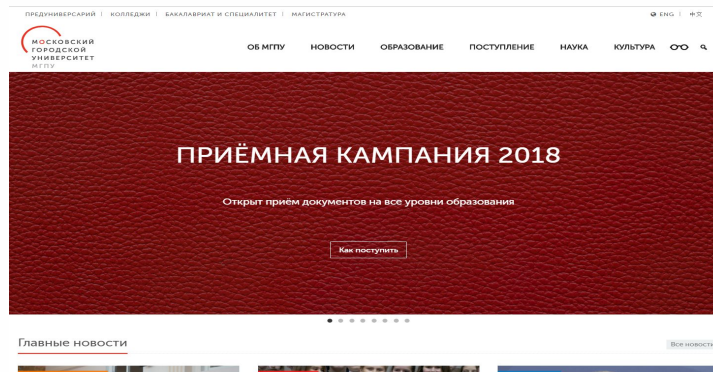
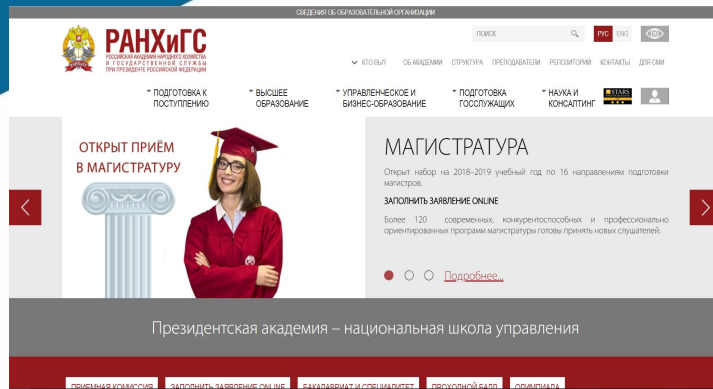
## II. Внешнее оформление

- 1. цветовое;*
- 2. читаемость текстов на предложенном фоне;*
- 3. качество шрифтового оформления;*
- 4. сбалансированность графического и текстового наполнения экрана;*
- 5. качество графических объектов и анимации.*

№ п/п	Название вуза	ОЭ О
1.	Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ (РАНХиГС) Московский городской педагогический университет (МГПУ)	8,78
2.	Московский педагогический государственный университет (МПГУ)	8,63
3.	Московский государственный строительный университет (МГСУ)	8,55
4.	Московский авиационный университет (МАИ)	8,5
5.	Военный университет Министерства Обороны (ВУ МО)	8,41
6.	Московская сельскохозяйственная академия имени К. А. Тимирязева (РГАУ-МСХА)	8,19
7.	Финансовый Университет при Правительстве РФ (ФУ)	8,16
8.	Московский государственный технический университет (МГТУ)	8,07
9.	Московский государственный университет (МГУ)	8,04
10.	Российский государственный социальный университет (РГСУ)	8,02
11.	Государственный университет управления (ГУУ)	7,99
12.	Академия гражданской защиты (АГЗ МЧС)	7,82
13.	Московский автомобильно-дорожный институт (МАДИ)	7,81
14.	Московский государственный технический университет гражданской авиации (МГТУ ГА)	7,67
15.	Московский институт электронной техники (МИЭТ)	7,16
16.	Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ)	7,12
17.	Академия государственной противопожарной службы (АГПС)	7,09
18.	Московский университет МВД России (МУ МВД)	6,88
19.	Московский государственный университет путей сообщения (МИИТ)	6,78
20.	Российский университет дружбы народов (РУДН)	6,43

# Веб-сайты вузов конкурентов

Тема: «Продвижение веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет»



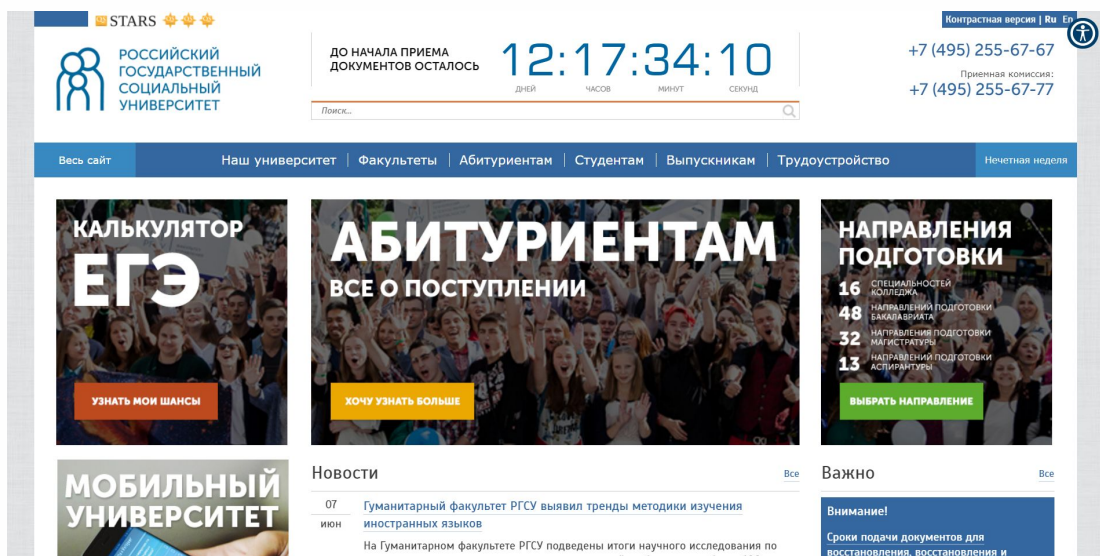
# Анализ веб-сайтов вузов конкурентов

Тема: «Продвижение веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет»



## Основные характеристики, которым должен соответствовать официальный веб-сайт вуза:

- архитектура предполагает прокрутку вниз для обозрения всего контента;
- структура обычно включает два горизонтальных меню;
- размещается новостная/информационная лента;
- существуют разнообразие блоков: новости, мероприятия, life @ – блоки, интервью выпускников, анонсы и т.д.;
- стилистические решения характеризуются минимализмом, белый фон в сочетании с контрастными вставками, обычно синими, логотипы, расположенные в левом верхнем углу, шрифты без засечек синего серого и черного цвета;
- гармоничное сочетание текстового контента с изображениями, удобная навигация по сайту, понятная логика построения и структуры сайта, инфографика;
- возможность обратной связи, калькулятор ЕГЭ, наличие телефонного справочника и актуальных документов.





## Выводы по содержанию веб-сайта Академии

Тема: «Продвижение веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет»

1. в верхнем горизонтальном меню, в разделе «институты/факультеты» на страницах кафедр, во вкладке «сотрудники» зачастую отсутствуют фотографии сотрудников;
2. в верхнем горизонтальном меню, в разделе «обучающимся» в пунктах графического меню: «стипендии», «спорт в Академии», «медицинское обслуживание» отсутствует информация;
3. в верхнем горизонтальном меню, в разделе «обучающимся», в вертикальном меню слева отсутствуют ссылки на документы: оформление документов при решении личных вопросов, переход обучающихся с платной основы обучения на бюджетную, перевод, восстановление, студенческие конкурсы;
4. в верхнем горизонтальном меню, в разделе «сотрудникам» в пунктах графического меню: «профсоюзная организация», «медицинское обеспечение» отсутствует информация;
5. в нижнем горизонтальном меню, в разделе «поступление», в пункте графического меню «адъюнкты/аспиранты» отсутствует информация;
6. в нижнем горизонтальном меню, в раздел «поступление», в пункте «приемная комиссия» позиции калькулятора ЕГЭ, называемого «выбор направления подготовки» нелогичны и затрудняют поиск направления подготовки или специальности;
7. в нижнем горизонтальном меню, в разделе «наука», в вертикальном меню слева, пункт «подготовка научно-педагогических кадров» не содержит информации.
8. в нижнем горизонтальном меню, в разделе «жизнь в АГЗ» в пунктах вертикального меню слева, содержится только текстовый контент;
9. в нижнем горизонтальном меню, в разделе «пресс-служба», в пункте вертикального меню слева «видеоканал» есть только названия видеороликов, а сами видеоролики отсутствуют.
10. на главной странице, под разделом «новости», в блоке об «Академии», в пунктах графического меню «виртуальный тур» и «видеоканал» отсутствует информация.

## Выводы по структуре и оформлению веб-сайта Академии

Тема: «Продвижение веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет»

1. в верхнем горизонтальном меню раздел «институты/факультеты» нарушает общую логику пунктов «обучающимся» и «сотрудникам»;
2. в верхнем горизонтальном меню раздел «кадетский корпус» нарушает общую логику пунктов «обучающимся» и «сотрудникам»;
3. в нижнем горизонтальном меню раздел «поступление» нарушает общую логику пунктов «об Академии», «наука»;
4. в нижнем горизонтальном меню название раздела «жизнь в АГЗ» не раскрывает в полной мере его содержание и воспринимается достаточно противоречиво;
5. англоязычная версия веб-сайта содержит перевод только основных пунктов меню.

В оформлении веб-сайта был выявлен один недостаток, связанный с масштабированием главной страницы, из-за фотографий, размещённых в верхней части веб-сайта он выглядит непропорционально большим и «тяжеловесным».

# Рекомендации по продвижению веб-сайта Академии

Тема: «Продвижение веб-сайта ФГБВОУ ВО «Академия гражданской защиты МЧС России» средствами рекламы в сети Интернет»

## 1. Оптимизировать официальный веб-сайт.

- Завершить наполнение разделов и страниц официального веб-сайта Академии отсутствующей информацией.
- Изменить позиции калькулятора ЕГЭ, так, чтобы он содержал пункты: сданные предметы ЕГЭ, количество набранных баллов и перенести его на главную страницу.
- Изменить название раздела «поступление» на «поступающим» и поменять его местами с пунктом «институты/факультеты», переместив его в верхнее горизонтальное меню.
- Перенести раздел «кадетский корпус» из верхнего горизонтального меню в правый верхний угол в виде «кнопки» или в нижнее горизонтальное меню за пункт «пресс-служба».
- Изменить название раздела «жизнь в АГЗ» на «творчество и спорт», «внеучебная деятельность» или «студенческая жизнь».
- Создать раздел «дни открытых дверей» на главной странице.
- Создать раздел «видеоканал» или «видеоблог» на главной странице.
- Создать раздел «Академия@life» или «Ак@демия» на главной странице, где будут размещены блоки с официальных страниц Академии в «Instagram» «Twitter».
- Разработать полноценную англоязычную версию веб-сайта.
- Совершенствовать мобильную версию веб-сайта.
- Оптимизировать веб-сайт под браузеры «Google Chrome» и «Яндекс».
- Уменьшить масштаб отображения главной страницы веб-сайта на 20%.
- Наполнять веб-сайт контентом учитывая популярные поисковые запросы пользователей.

- 2. Размещать контекстную рекламу в поисковых системах «Google» и «Яндекс»,** используя ключевые фразы: *Институты Москвы, Москва институт, Вузы Москвы, Поступление в вуз, Список вузов, Куда пойти учиться, На кого пойти учиться и т.д.*
- 3. Осуществлять продвижение на образовательных ресурсах [ucheba.ru](http://ucheba.ru), [edu.ru](http://edu.ru), [postupi.online](http://postupi.online),** путем размещения ссылок на веб-сайт, актуализации информации о вузе и оплаты годовой подписки.
- 4. Осуществлять продвижение в социальных сетях «ВКонтакте», «Instagram», «Youtube»,** размещать рекламу со ссылкой на веб-сайт, формировать актуальный контент, требующий посещения веб-сайта и т.д.