**УТВЕРЖДАЮ**

**Директор ККК «Квансон»**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.В.Журенко**

**«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020 г.**

**ПАМЯТКА ПО ПОДГОТОВКЕ ИНФОРМАЦИОННОГО КОНТЕНТА НА САЙТ КОЛЛЕДЖА**

**Как правильно готовить контент для сайта**

Сайты - это то способ представлять свою информацию пользователям интернета.

Сайт - это информация: текст, изображения, видео.

Поэтому самое первое и главное на сайте — это контент — информация, которую вы там разместите. Именно читая текст у вас на сайте, просматривая изображения в этом тексте, потенциальный клиент будет принимать решение принимать у вас информацию или нет. Второе — то, как эта информация представлена.

Тут уже дело за разработчиками сайта.

**Почему контент — это самое главное**

Контент — это то, что ваш менеджер или продавец говорит клиентам, которые приходят к вам в магазин или офис. Но в интернете клиенты приходят на сайт. Поэтому очень важно, что ваш сайт б Контент — это содержимое сайта, информация, за которой пользователь приходит на веб-ресурс. То, каким будет это содержимое, лучше спланировать заранее. Для этого важно определить целевую аудиторию проекта, круг интересных ей тем, задачи, которые должен решать сайт. В соответствии с этим выстраивают контент-план, определяют, какие именно материалы должны размещаться на ресурсе.

*Наполнение может быть вовлекающим, имиджевым, информационным и т.п.*

Контент должен соответствовать целому набору требований.

**Материалы для сайта колледжа должны соответствовать миссии, целям и задачам колледжа**

**Каким должен быть контент сегодня**

Материала для сайта колледжа должны соответствовать миссии, целям и задачам колледжа

**УНИКАЛЬНОСТЬ**

В сети не должно быть точных копий контента, размещенного на сайте. Наличие скопированного контента расценивается поисковыми системами как плагиат, и делает продвижение сайта невозможным. Наполнение должно быть уникальным по своей сути и содержанию. Желательно публиковать авторские статьи, случаи из практики, самостоятельно подготовленные обзоры, рейтинги товаров. Такие материалы интересны пользователям, привлекают их и высоко оцениваются

**КАЧЕСТВО**

Качественный контент — это уважение к пользователю, показатель уровня работы компании. Если это текст, в нем не должно быть смысловых или грамматических ошибок, он должен быть правильно оформлен, структурирован. Видеоматериалы готовят, контролируя качество видеоряда и озвучивания, монтажа, сведения. Графика, изображения, фото должны быть четкими, иметь хорошее разрешение. Для каждого типа контента действует свой набор требований по качеству, и важно соблюдать их.

**АДАПТАЦИЯ И ОПТИМИЗАЦИЯ**

При подготовке контента для сайта его адаптируют под требования целевой аудитории. Такая адаптация может касаться оформления, характера и способов подачи информации, ее структурирования. Оптимизация под требования поисковых систем предполагает использование специальных приемов, методов оформления контента на сайте, включая форматирование, внутреннюю навигацию, выделение важной информации и т.п

**Требования к информационному наполнению сайта колледжа**

Информационная структура и содержание сайта учреждения должна соответствовать следующим требованиям:

- Учет интересов представителей различных целевых групп.

- Типизация представления информации.

-Информационная структура сайта должна быть приближена к привычному универсальному для общеобразовательных учреждений стандарту.

- Посетитель сайта, исходя из названий основных разделов, должен понимать, что и где он может искать.

**Правила написания контента для сайта**

*Современный сайт* на просторах сети Интернет — это, прежде всего, *источник* уникальной и полезной информации. Люди в сети ищут ответы на свои повседневные вопросы. Если ваш ресурс в состоянии дать исчерпывающие ответы, то его популярность не заставит себя долго ждать.

Однако в основные задачи контента на сайте входит не только донесение информации до посетителя и повышение его общей грамотности и уровня образованности. Большинство сайтов, за исключением альтруистических ресурсов, создаются с целью извлечения прибыли. Это условие должно обязательно учитываться в процессе подготовки контента для сайта.

**Выделяют несколько направлений для работы контента на сайте:**

* рекламирование;
* информирование;
* создание благоприятного имиджа;

В зависимости от общих целей сайта, Контент должен отличаться работоспособностью по отдельно взятым параметрам или совокупности выше перечисленных направлений. Подготовка контента для сайта — это основа будущего ресурса. Без контента сайтов не существует. Грубо говоря, контентное наполнение — это и есть сайт. От качества контента зависит успешность всего проекта.

Существует несколько источников получения контента:

* копирование материалов с аналогичных по тематике ресурсов;
* перевод тематических материалов с других языков;
* разработка схем, таблиц, графиков, иллюстраций;
* размещение в сети Интернет сканированных книг, статей, аналитических выкладок (охраняется законом об авторском праве);
* подготовка авторских материалов;
* пересказ уже размещенных в сети Интернет материалов.

Уникальным считается только тот Контент, который не имеет копий в Интернете. Для проверки уникальности существуют специализированные сервисы. Контент, который не является уникальным, не представляет практической ценности для посетителя и ранжируется поисковой системой на последних местах выдачи.

При размещении копированных и переводных материалов необходимо проставлять ссылки на источник информации, что приводит к возникновению ряда неблагоприятных факторов:

* контент не ранжируется высоко поисковой системой;
* уменьшается удельный вес страницы за счет большого количества исходящих ссылок;
* доверие посетителя падает, сайт в его глазах перестает быть источником уникальной информации.

Размещение сканированных материалов допускается только при наличии письменного, нотариально удостоверенного разрешения на публикацию в сети от автора. В противном случае может быть спровоцировано судебное разбирательство, в ходе которого автор может потребовать не малую сумму компенсации материального вреда.

**Этапы подготовки контента**

Вся работа по подготовке контента может быть условно подразделена на этапы:

* определение целей и задач;
* сбор информации и анализ конкурентов;
* написание статей и их форматирование для улучшения восприятия;
* разработка таблиц, иллюстраций;
* перелинковка материалов между собой с целью улучшения навигации по сайту.

Каждый этап имеет свои сложности и правила. Наиболее эффективно проводить работу по подготовке контента с участием маркетолога, дизайнера. Только командная подготовка контента может дать положительные результаты.

Определение целей и задач, которые должен выполнять контент — это основа его разработки. С учетом реальных потребностей пишется сама статья. Использование различных маркетинговых схем и приемов обеспечивает рост продаж, увеличение конвертации посетителей в реальных потребителей товаров и услуг.

На этапе сбора информации следует анализировать огромное количество параметров в зависимости от поставленных перед автором текста задач. Если необходимо подготовить контент, который мотивирует посетителя на совершение определенных действий, нужно вычленить психологические мотивы и использовать их при написании статьи.

Создание благоприятного имиджа, запоминающегося образа колледжа во многом зависит от умения автора материалов найти и правильно преподнести уникальные черты, присущие этому учебному заведению.

**Алгоритм размещения информационного контента на сайт колледжа**

1. Всем руководителям структурных подразделений важно знать;

- информация, представленная на сайте, является открытой и общедоступной, если иное не определено специальными документами.

- права на все информационные материалы, размещенные на сайте, принадлежат колледжу, кроме случаев, оговоренных в соглашениях с авторами работ.

- концепция и структура сайта обсуждается всеми участниками образовательного процесса.

- Структура сайта, состав рабочей группы – разработчиков сайта, план работы по разработке и функционированию сайта, периодичность обновления сайта, формы и сроки предоставления отчета о функционировании сайта утверждаются директором колледжа.

- Общая координация работ по разработке и развитию сайта возлагается на заместителя директора по учебно-воспитательной работе Байсаринову Назиру Нургумаровну, администратором сайта является – Ладожанский Владимир Николаевич.

- Ответственность за содержание информации, представленной на сайте, несет директор колледжа.

- Финансирование создания и поддержки сайта осуществляется за счет финансовых средств колледжа.

**2. Информация на сайт готовится руководителями подразделений на двух языках согласно графика размещения информационного контента (Прилагается)**

**3. Проект информационного контента сдается координатору по развитию сайта (Байсаринова Н.Н)**

**4. Отредактированный контент отправляется администратору сайта (Ладожанский В. Н) для размещения на сайте.**

**5. По итогам полугодия и года координатору по развитию сайта готовит мониторинг заполняемости рубрик и новостного раздела сайта колледжа, определяет задачи по модернизации сайта.**

Зам. директора по УВР Байсаринова Н.Н.

Успешность любого сайта зависит от того, какой контент на нем располагается. Содержимое площадки оказывает комплексное влияние на все аспекты ее существования. **К процессу наполнения ресурса необходимо относиться серьезно**, особенно, если разработка проекта имела цели.

Рекомендуется разобраться с особенностями контента и его созданием еще до запуска сайта. При серьезных упущениях со стороны владельца в вопросе наполнения ресурса иногда целесообразнее открыть новую площадку, чем оптимизировать и модернизировать имеющуюся. Это подкреплено тем фактом, что **наполнения не дает мгновенный результат** – это работа на перспективу, которая может проявиться через несколько месяцев.

*Разновидности типов контента*

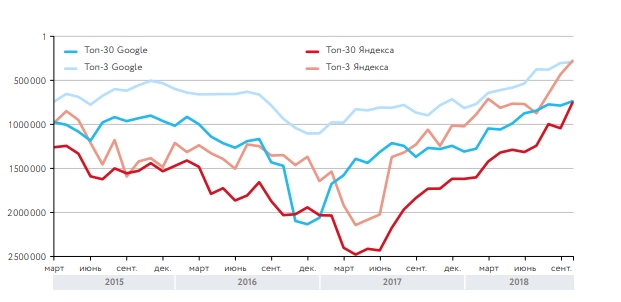
**Каким должен быть контент**

**Главное требование к содержимому – польза для читателя.** Необходимо дать пользователю то, что он ищет. Для этого необходимо полностью раскрыть тему, используя различные виды контента. Чем подробнее освещена тема, тем больше пользы она представляет для аудитории.

**Каким должен быть контент с точки зрения посетителей:**

1. **Отвечающим на вопросы.** Посетитель пришел на сайт в поисках определенной информации, и ее необходимо предоставить. Иначе пользователь уйдет на другие площадки.
2. **Тематичность проекта.** Аудиторию привлекает раскрытие узких тем, связанных конкретной направленностью или спецификой ресурса. Сайты обо всем не любят ни поисковые системы, ни посетители.
3. **Без «воды».** Это распространяется на все содержимое. Конструкции и элементы, не несущие смысловой нагрузки и не помогающие раскрыть тему, только вредят.
4. **Подталкивающий на отклик, полемику или обратную связь от читателя.** Это может выражаться в лайках, комментариях, просмотрах.
5. **Вызывающим доверие.** Это необходимо, чтобы посетитель убедился в экспертности материала. Анонимность в этом случае неприемлема.

С точки зрения брендинга важно убедить аудиторию в реальном существовании человека или организации, предоставить данные и доказательства существования. Все это должно демонстрировать компетентность личности или компании.

*Зависимость между посещаемостью сайта и попаданием в топ*  
*Яндекса и Google*

**Виды контента для сайта**

**Чтобы донести информацию до аудитории, используются два основных вида подачи:**

* через текст;
* через медиаконтент.

**В зависимости от источника текстовой информации, она бывает:**

* авторской – от владельца ресурса;
* пользовательской – генерируемой посетителями (UGC).

**Медиаконтент подразделяется на несколько групп:**

* видео;
* аудио;
* изображения.

Основную **смысловую нагрузку обычно выражают с помощью текстовой информации**, а медиаконтент применяется для расширения информативности материала, но есть и исключения, связанные со спецификой площадки.

Рассмотрим **методы получения и особенности использования существующих видов контента**.

**Авторский текст: назначение**

При помощи текстового контента владелец ресурса раскрывает основную суть материала. **Для текста важна естественность, уникальность и качество.** Для текста важно выбрать основную тему, которой уделяется наибольшее внимание. Чтобы наиболее полно ответить на вопросы посетителя, рекомендуется раскрывать второстепенные темы отдельно.

В подтверждение этому можно рассмотреть ситуацию, где пользователь пришел на сайт с поиском ответов на вопрос «Как подстричь траву бензотриммером», а вместо этого получает материал с обзором модельного ряда производителей. **С одной стороны – информация полезна, но с другой – не это ищет читатель.** Лучше вынести обзор в отдельную статью, затронув его в изначальной теме и предоставив ссылку на продолжение. Это забота о пользователе. Ее оценят и поисковики, и аудитория.

*Перечень задач, которые должен решать текстовый контент*

Успешность любого сайта зависит от того, какой контент на нем располагается. Содержимое площадки оказывает комплексное влияние на все аспекты ее существования. **К процессу наполнения ресурса необходимо относиться серьезно**, особенно, если разработка проекта имела цели.

Рекомендуется разобраться с особенностями контента и его созданием еще до запуска сайта. При серьезных упущениях со стороны владельца в вопросе наполнения ресурса иногда целесообразнее открыть новую площадку, чем оптимизировать и модернизировать имеющуюся. Это подкреплено тем фактом, что **наполнения не дает мгновенный результат** – это работа на перспективу, которая может проявиться через несколько месяцев.