



ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ЗВІТ

за результатами аудиту цифрової спроможності

ВСП «ГІРНИЧО-ЕЛЕКТРОМЕХАНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ КНУ»

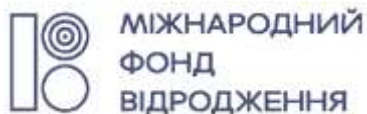
Кривий Ріг, Дніпропетровська область

Липень 2026 року

Підготовлено в межах реалізації проєкту

«Оператори соціальних змін»

спільної ініціативи «Лабораторія стійкості 2.0»



1. Загальна інформація

Показник	Інформація
Організація	Відокремлений структурний підрозділ «Гірничо-електромеханічний фаховий коледж Криворізького національного університету»
Населений пункт	Кривий Ріг
Область	Дніпропетровська
Контактна особа	Не надано
Посада	Не надано
Телефон	+38 (098) 101-54-17 (за даними офіційного вебсайту)
Електронна пошта	gemfk@kgemt.org.ua (за даними офіційного вебсайту)
Дата аудиту	31.07.2026

2. Мета та методологія аудиту

Метою аудиту є оцінка рівня цифрової спроможності закладу освіти, визначення сильних сторін, зон розвитку та підготовка практичних рекомендацій щодо вдосконалення зовнішніх комунікацій. Аналіз проведено на основі наданого офіційного вебсайту, його публічно доступних розділів, інформації про коледж на вебресурсі Криворізького національного університету та відкритих відомостей про цифрові канали закладу станом на дату аудиту.

3. Загальна характеристика цифрової спроможності

ВСП «Гірничо-електромеханічний фаховий коледж Криворізького національного університету» має сформовану цифрову основу у вигляді власного багатосторінкового вебсайту. Ресурс містить інформацію для вступників, перелік спеціальностей, матеріали про структуру та адміністрацію, нормативну базу, новини й події, відомості для студентів і викладачів, матеріали психологічної підтримки, контакти та інші інституційні розділи. Наявність окремого сайту є суттєвою перевагою для офіційного представлення коледжу, відкритості освітньої діяльності та інформування абітурієнтів. Водночас у наданій таблиці не підтверджені окремі офіційні сторінки коледжу в соціальних мережах. Подальший розвиток цифрової спроможності має бути спрямований на актуалізацію і спрощення вебсайту, створення або підтвердження власних соціальних каналів, розвиток профорієнтаційного контенту, аналітики, мобільної зручності та цифрової доступності.

4. Аналіз цифрової присутності

Ресурс	Статус	Коментар
Instagram	Не надано	Рекомендовано створити або підтвердити офіційну сторінку коледжу
Facebook	Не надано	Рекомендовано створити або підтвердити офіційну сторінку коледжу



Telegram	Не надано	Доцільний для оперативних оголошень студентам та вступникам
Вебсайт	Наявний	Офіційний багатосторінковий ресурс: kgemt.org.ua

5. Сильні сторони

- Наявність повноцінного офіційного вебсайту, який об'єднує значний обсяг освітньої, організаційної та нормативної інформації. На ресурсі представлені матеріали для вступників, студентів і викладачів, структура коледжу, спеціальності, адміністрація, документи та новини.
- Чітко представлений освітній профіль закладу. Відкрито оприлюднюється перелік напрямів підготовки, серед яких економіка, інженерія програмного забезпечення, автоматизація, гірництво, машинобудування, прикладна механіка, електроенергетика та телекомунікації. Це створює хорошу основу для профорієнтаційної комунікації.
- Наявність окремих тематичних розділів — новин і подій, нормативної бази, матеріалів для абітурієнтів, студентів і викладачів, кабінету психолога, контактної інформації та відомостей про структуру. Така інформаційна повнота посилює інституційну відкритість і довіру до закладу.

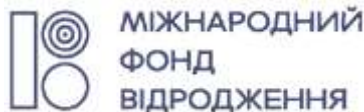
6. Зони розвитку

- У наданій таблиці відсутні підтверджені посилання на власні офіційні сторінки коледжу у Facebook, Instagram і Telegram. Через це вебсайт залишається фактично єдиним підтвердженим каналом, а заклад має обмежені можливості для оперативного інформування, діалогу з молоддю, батьками, випускниками та роботодавцями.
- Велика кількість розділів і вкладених сторінок може ускладнювати пошук ключової інформації. Для основних аудиторій потрібні короткі та очевидні маршрути: «Вступ 2026», «Спеціальності», «Подати документи», «Розклад», «Гуртожиток», «Контакти», «Новини» та «Психологічна підтримка».
- Потребує посилення профорієнтаційна й візуальна подача. Для сучасного вступника недостатньо лише текстового переліку спеціальностей: необхідні короткі відео, демонстрація лабораторій і майстерень, приклади практичних занять, історії студентів та випускників, інформація про працевлаштування й партнерства з роботодавцями.
- Доцільно провести окремий аудит мобільної зручності, цифрової доступності, актуальності матеріалів і технічної якості сайту. Важливо регулярно перевіряти дати документів, роботу посилань, читабельність сторінок зі смартфона, доступність PDF-файлів, альтернативні описи зображень, швидкість завантаження та статистику відвідувань.

7. Детальні рекомендації

Високий пріоритет (1–2 місяці)

- Провести інвентаризацію цифрових ресурсів коледжу: визначити, чи існують офіційні сторінки у Facebook, Instagram, Telegram або YouTube, перевірити права адміністраторів, назви й контактні дані. Підтверджені прямі посилання розмістити у шапці або футері офіційного сайту.
- Оновити та посилити вступний блок 2026 року. На головній сторінці розмістити помітний банер або кнопку «Вступ 2026» із короткою покроковою інструкцією, строками, переліком документів, спеціальностями, контактами приймальної комісії, інформацією про бюджет/контракт, гуртожиток і можливість поставити запитання.



- Спростити навігацію головної сторінки навколо потреб користувача. Рекомендується створити швидкі кнопки «Вступнику», «Студенту», «Викладачу», «Спеціальності», «Розклад», «Новини», «Контакти», «Публічна інформація» та «Психологічна підтримка», а також прибрати дублювання й застарілі посилання.

Середній пріоритет (3–6 місяців)

- Створити або офіційно підтвердити сторінки коледжу у Facebook та Instagram. Facebook використовувати для розгорнутих новин, вступної кампанії, партнерств і офіційних повідомлень; Instagram — для візуального представлення студентського життя, спеціальностей, практичних занять, лабораторій, конкурсів, викладачів і випускників.
- Розробити контент-план із постійними рубриками: «Спеціальність тижня», «Один день студента», «Знайомство з викладачем», «Практика і лабораторії», «Історії випускників», «Вступ 2026», «Партнери-роботодавці», «Студентське самоврядування», «Досягнення» та «Безпека і підтримка». Для кожної рубрики визначити формат, періодичність і відповідального.
- Провести аудит цифрової доступності й мобільного відображення: перевірити контрастність, розмір шрифтів, логіку заголовків, навігацію з клавіатури, альтернативні описи зображень, доступність документів, коректність форм і зручність перегляду сторінок на смартфонах.

Довгостроковий розвиток

- Налаштувати вебаналітику — Google Analytics 4 і Search Console — та щомісяця відстежувати кількість відвідувачів, пошукові запити, популярні спеціальності, переходи на вступні сторінки, географію аудиторії, пристрої та результативність інформаційних кампаній.
- Розвивати відеокомунікацію: створити короткі презентації спеціальностей, віртуальну екскурсію, відео з лабораторій і практичних занять, інтерв'ю зі студентами, викладачами та роботодавцями. Матеріали публікувати на сайті, у соціальних мережах і, за наявності ресурсу, на YouTube.
- Сформувати структурований цифровий медіаархів із логотипами, фотографіями, відео, презентаціями спеціальностей, історіями випускників, партнерськими матеріалами й документами. Запровадити двофакторну автентифікацію, резервних адміністраторів, резервне копіювання сайту та правила захисту персональних даних студентів.

8. Можливості розвитку в межах проєкту

У межах проєкту коледж може отримати консультації щодо спрощення структури й навігації вебсайту, посилення вступного блоку, створення або впорядкування офіційних соціальних мереж, розроблення контент-плану й профорієнтаційних рубрик, підготовки візуальних шаблонів і відеоматеріалів. Також можлива методична підтримка з вебаналітики, цифрової доступності, кібербезпеки, створення медіаархіву та інтеграції профілю закладу до спільної цифрової платформи операторів соціальних змін.

9. Індивідуальний план розвитку

Захід	Термін	Пріоритет	Статус
Підтвердити та впорядкувати всі цифрові канали	1 міс.	Високий	☐



ВСЕУКРАЇНСЬКА
СПІЛКА
ПРИХИСТКІВ



МІЖНАРОДНИЙ
ФОНД
ВІДРОДЖЕННЯ

Brot
für die Welt

Посилити блок «Вступ 2026» і спростити навігацію	1 міс.	Високий	☐
Запустити Facebook/Instagram і контент-план	1–3 міс.	Високий	☐
Налаштувати аналітику та аудит доступності	3–6 міс.	Середній	☐

10. Висновок експерта

ВСП «Гірничо-електромеханічний фаховий коледж Криворізького національного університету» має сильну цифрову основу завдяки власному офіційному вебсайту, широкому переліку інформаційних розділів і чітко представленому освітньому профілю. Основний потенціал розвитку полягає у переході від переважно довідкового вебресурсу до цілісної цифрової екосистеми, яка поєднує актуальний і зручний сайт, офіційні соціальні мережі, регулярний профорієнтаційний контент, відеоформати, аналітику та доступність. Реалізація рекомендацій допоможе закладу ефективніше комунікувати з вступниками й студентами, підвищити впізнаваність спеціальностей, посилити партнерства з роботодавцями та зміцнити інституційну відкритість.