

УДК 531.374

Є. Марценюк , Н. Пекельний

(Тернопільський національний економічний університет)

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ КОНТЕНТОМ

Мати можливість надавати інформацію в будь-який момент в будь-якому місці або в будь-який спосіб і робити це без особливих витрат і швидко – вимога, що постає перед організаціями у всьому світі.

Управління контентом вважається ключовою технологією, що дозволяє виводити діяльність організації у режим онлайн. Воно є важливим інструментом в успішному електронному управлінні. Коли інформації надається зручна форма, призначена для конкретної мети, вона стає контентом. Контентом може бути існуючий документ, інформація в мережевому форматі або комерційна операція. Цінність контенту ґрунтується на поєднанні його первісної зручності для використання форми, а також додатку, доступності, застосування, користі, упізнаваності бренду та унікальності. Управління контентом – це процес збору, управління і публікації інформації та набору функцій для ряду цільових аудиторій. Для збору контенту організації необхідно створити систему, що ефективно фіксує інформацію і набір функцій, якими організація бажає поділитися. Також, система повинна забезпечувати правильність і зв'язність прикріплення контенту як частини загальної схеми контенту компанії. Для управління контентом організації необхідно створити систему для збереження та організації інформації і набору функцій поза будь-яким конкретним каналом передачі. Важливо забезпечити легкість пошуку і відновлення організованого контенту, що зберігається. Для публікації контенту організація по функцій шляхами, яких очікує аудиторія компанії і на які вона відреагує позитивно. Система видання повинна управляти всебічним веб-сайтом та іншими публікаціями, які організації необхідно надати. Системи управління контентом використовуються для збереження і пошуку великих обсягів інформації. Їх застосовують для створення інформаційних порталів, що лежать в основі управління знаннями. Управління контентом є великим процесом збору, управління та опублікування інформації потрібним засобом інформації. Вкрай важливою функцією багатьох інстанцій є створення, доставка та архівація інформації. Усе частіше використовують технології для управління своїми функціями за допомогою мережевих засобів, усвідомивши, що Інтернет надає чудову можливість покращення якості і надання інформації. Електронне управління приводиться в дію не тільки за допомогою аспекту подачі непрямой інформації, в якому інтерес становить ефективна і дієва передача інформації, а й за допомогою аспекту попиту, а саме очікуваннями користувачів щодо зручності і функціональності. По суті, є три причини, зважаючи на які необхідно вважати управління контентом важливим. 1. Управління контентом встановлює суть сучасного поняття електронного управління. Управління контентом є способом зробити електронне управління справжнім і дієвим, оскільки воно може допомогти всім учасникам отримати доступ до необхідної інформації та операцій в потрібний час. 2. Управління контентом є протилежністю сьогоднішній інформаційній плутанині. Організатори вносять все більше і більше даних на сайти для забезпечення потреб користувачів. Управління контентом може організувати і спрямовувати інформацію, а також контролювати її. 3. Управління контентом націлене на вирішення питання про те, як можна надати певної цінності і сутності одиниці інформації. Системи управління контентом створюють і розпоряджаються інформацією.