

В России в настоящее время система показателей для оценки состоит из набора статистических показателей. Перечень данных показателей разработан, апробирован и опубликован⁷: они содержатся в формах федерального государственного статистического наблюдения № 2-наука (годовая), № 2-наука (краткая), № 1-НК, № 1-технология, № 1-лицензия, № 4-инновация, № 3-информ, № П-1, № П-3, № П-4, № 11, № 11 (краткая).

Инновационная активность региона выступает одним из основных факторов инновационного развития общества, постоянный анализ и оценка которого, просто необходимы для определения уровня существующих проблем и тенденций.

В итоге можно сделать вывод, что для определения уровня активности в инновационной сфере необходимо большее количество источников со статистические показатели.

ЛИТЕРАТУРА

1. Методологические положения по статистике/Госкомстат России. М., 1996-2003. Т. 1-4
2. Крымов, В. Б. Региональная инновационная система / В. Б. Крымов // Инновации. – 2010. – 5. – С. 118–119.
3. Распоряжение Росстата от 20.12.2007 № 104 "Об утверждении статистического инструментария для организации Минобрнауки России статистического наблюдения за организациями научно-технического комплекса" [Электронный ресурс]. URL:<http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/12058303/>
4. Киселев, В. Н. Об оценке уровня инновационной активности субъектов Российской Федерации/В. Н. Киселев//Инновации. -2009. -№ 10

О РАЗРАБОТКЕ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОФИОРИЕНТАЦИОННОГО ТЕСТИРОВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ АБИТУРИЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

С.В.Романчуков

(г. Томск, Томский политехнический университет)

ON THE DESIGN OF APPLICATIONS FOR VOCATIONAL GUIDANCE TESTING OF POTENTIAL APPLICANTS IN SOCIAL NETWORKS

S.V. Romanchukov

(с. Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

Most of modern universities are interested in attracting applicants and holding vocational guidance tests in order to improve the quality of education and competitiveness of the university. But the solution of this problem requires a broad audience. In this regard, it seems appropriate to use not only the university web sites, but also social networking - as more fully covering the target audience kind of mass media. Some aspects of the application development for vocational guidance appears as subject of this article.

Введение. В современном обществе одним из основных ресурсов развития экономики являются кадровые ресурсы. В условиях конкуренции вузов и всё возрастающих требований к качеству образования невозможно переоценить роль довузовской подготовки

⁷См.: Методологические положения по статистике / Госкомстат России. М., 1996–2003. Т. 1–4.

абитуриентов, включающей в том числе комплекс мер по их профориентации. Университеты осуществляют целый ряд мер в этом направлении, однако пока можно отметить, что ведущие российские вузы слабо представлены в социальных сетях, ограничиваясь лишь малочисленными информационными группами. Профориентационная работа в соцсетях практически не представлена. Так, в одной из крупнейших в РФ социальных сетей Вконтакте (обладающей аудиторией порядка 250 млн. пользователей, из которых ежедневно сайт посещает порядка 60 млн.^[1] из которых подавляющее большинство - молодёжь) поисковые запросы по ключевым словам, связанным с поддержкой принятия решений при выборе профессии, выдают меньше десяти релевантных результатов. В то же время опыт ведущих западных вузов прямо свидетельствует о необходимости использования возможностей социальных сетей как для обучения имеющихся студентов, так и для привлечения новых. В том числе при помощи грамотных действий в области профессиональной ориентации вчерашних школьников.^[2]

О выборе социальных сетей для размещения. В России и СНГ представлен ряд социальных сетей различающихся по уровню, охвату, техническим возможностям и склонности к сотрудничеству со сторонними разработчиками. Целесообразно выделить наиболее важные требования к проектам, которые могли бы использоваться для размещения программных приложений и обеспечения доступа к ним:

1. Технические:
 - a. Наличие каталога приложений (возможность добавления сторонних приложений)
 - b. Доступность технической документации
 - c. Оперативность технической поддержки
2. Социальные:
 - a. Большая аудитория
 - b. Достаточный процент молодёжи
 - c. Достаточный охват населения в целевых регионах

К сравнению ведущих социальных сетей в РФ. Самые известные соцсети на территории России — это **ВКонтакте**, **Одноклассники**, **Мой Мир** и **Facebook**. Твиттер и YouTube в расчет не берутся, так как они не имеют каталога приложений. Другие социальные сети не представляют интереса по причине их недостаточной популярности.^[3]

ВКонтакте:

1. Плюсы:
 - a. Наличие универсального и удобного «кабинета приложения»
 - b. Возможность отслеживать статистику и выгружать ее в .xls
 - c. Быстрая связь с модератором
 - d. Низкие барьеры вхождения
 - e. Юзабельность и простота интерфейса
2. Минусы:
 - a. Возможность внезапной блокировки опубликованного приложения
 - b. Не самая оперативная реакция модераторов

Facebook:

1. Плюсы:
 - a. Наличие подробной информации по API
 - b. Юзабельность и простота интерфейса
 - c. Возможность отслеживать статистику и выгружать ее в .xls и .csv
 - d. Отсутствие премодерации
 - e. Отсутствие барьеров вхождения
2. Минусы:
 - a. Англоязычный интерфейс
 - b. Перегруженная структура developers.facebook.com

Одноклассники:

1. Плюсы:
 - a. Простые настройки в самом приложении
 - b. Возможность отслеживать статистику и выгружать ее
2. Минусы:
 - a. Многоступенчатая система публикации приложения
 - b. Медленная премодерация
 - c. Неполные, «порционные» багрепорты
 - d. Барьеры вхождения: договоры заключаются только с юридическими лицами и только с резидентами РФ
 - e. Жесткая стандартизация приложений
 - f. Неудачная локализация интерфейса
 - g. Неудачная подача справочных материалов по API

Мой Мир:

1. Плюсы:
 - a. Юзабельность интерфейса
 - b. Возможность отслеживать статистику
 - c. Наличие универсального «кабинета приложения»
 - d. Активные модераторы
2. Минусы:
 - a. Изъятие приложения из каталога без объяснений
 - b. Медленная премодерация
 - c. Неполные, «порционные» багрепорты
 - d. Барьеры вхождения: приложение может быть не пропущено из соображений «редакционной политики»

Самых положительных оценок заслуживает социальная сеть Facebook и её российский клон Вконтакте: они имеют незначительные недостатки, но явно превосходят остальные проекты из списка. Данные платформы позволяют создание приложений, доступных миллионам пользователей прямо из интерфейса социальной сети. Поддерживаются два типа приложений:

1. Flash-приложения. В качестве оболочки для обмена данными используется объект Flash. Возможна загрузка приложения в формате .SWF размером не более 1000x4050 точек.

2. IFrame-приложения. При запуске приложения открывается объект IFrame, содержащий страницу, расположенную на стороннем сервере. Размер области также ограничен 1000x4050 точек. Приложение может использовать любые технологии, поддерживаемые браузером пользователя, и обмениваться данными при помощи Javascript API. Размер приложения изменяется как в Настройках, так и динамически через JS API. ^[4]

В заключение хотелось бы отметить, что в последние годы вузы стали уделять большее внимание проблеме продвижения информации о себе в социальных сетях, однако качество и широта их информационного присутствия остаются недостаточными.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рейтинг сайтов РФ. Статистика сайта «Вконтакте.ру» [электронный ресурс] режим доступа: свободный, URL:<http://www.liveinternet.ru/stat/vkontakte.ru/>
2. Clara Shih. The Facebook Era. Tapping Online Social Networks to Market, Sell, and Innovate. - Addison-Wesley Professional; 2 edition (July 31, 2010)
3. Размещение IFrame-приложения в социальных сетях. Подводные камни модерации. [электронный ресурс] режим доступа: свободный, URL:http://habrahabr.ru/post/147419/#comment_4970286
4. Разработка приложений Вконтакте. Документация платформы. [электронный ресурс] режим доступа: свободный, URL: <https://vk.com/dev/native>