



高校门户网站建设探索

GAOXIAO MENHU WANGZHAN
JIAN SHE TANSUO

张建华 编著



北京航空航天大学出版社
BEIHANG UNIVERSITY PRESS

高校门户网站建设探索

张建华 编著

北京航空航天大学出版社

内 容 简 介

本书分为3部分:第一部分包括第1章和第2章,主要介绍高校门户网站的发展和建设原则,目的是让广大门户网站的使用者和入门者了解高校门户网站的概念、功能和其他基本情况;第二部分包括第3章和第4章,主要为从事高校门户网站建设的工作人员提供网站建设项目管理和高校门户网站运营的经验;第三部分为第5章,主要立足于未来高校门户网站的建设,探讨教育信息化发展的趋势。

本书可作为高等院校信息化部门和宣传部门进行门户网站建设的辅助读物,也可作为高等院校师生了解和使用高校门户网站的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

高校门户网站建设探索 / 张建华编著. -- 北京 :

北京航空航天大学出版社, 2017. 3

ISBN 978-7-5124-1388-7

I. ①高… II. ①张… III. ①高等学校—网站建设—研究 IV. ①TP393.18

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 020172 号

版权所有,侵权必究。

高校门户网站建设探索

张建华 编著

责任编辑 孙兴芳

*

北京航空航天大学出版社出版发行

北京市海淀区学院路 37 号(邮编 100191) <http://www.buaapress.com.cn>

发行部电话:(010)82317024 传真:(010)82328026

读者信箱: goodtextbook@126.com 邮购电话:(010)82316936

涿州市新华印刷有限公司印装 各地书店经销

*

开本:710×1 000 1/16 印张:7.75 字数:165 千字

2017 年 3 月第 1 版 2017 年 3 月第 1 次印刷 印数:1 000 册

ISBN 978-7-5124-1388-7 定价:48.00 元

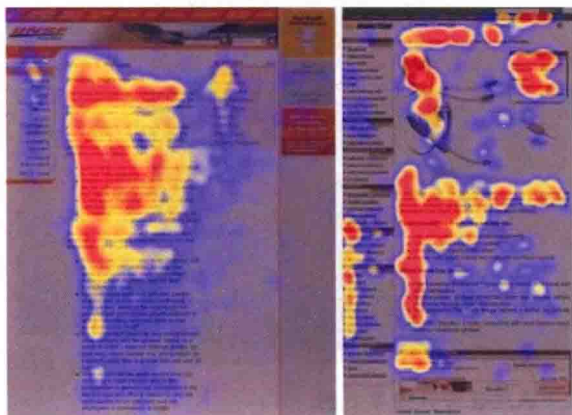


图 2.1 某网站用户浏览热度图



图 2.2 用户浏览一个网页的视线轨迹



图 2.9 华中师范大学网站色调设计效果



图 2.18 网页人性化设计效果示例

WEB SAFE COLOR CHART



图 2.21 网站色彩设计示例



图 2.24 网站栏目设计效果示例



图 2.25 某高校门户网站设计效果图



图 2.26 某高校门户网站色调效果图(用色生)



图 2.27 某高校门户网站设计效果示例(着色粉)



图 2.28 某高校门户网站色调设计效果(无序花)

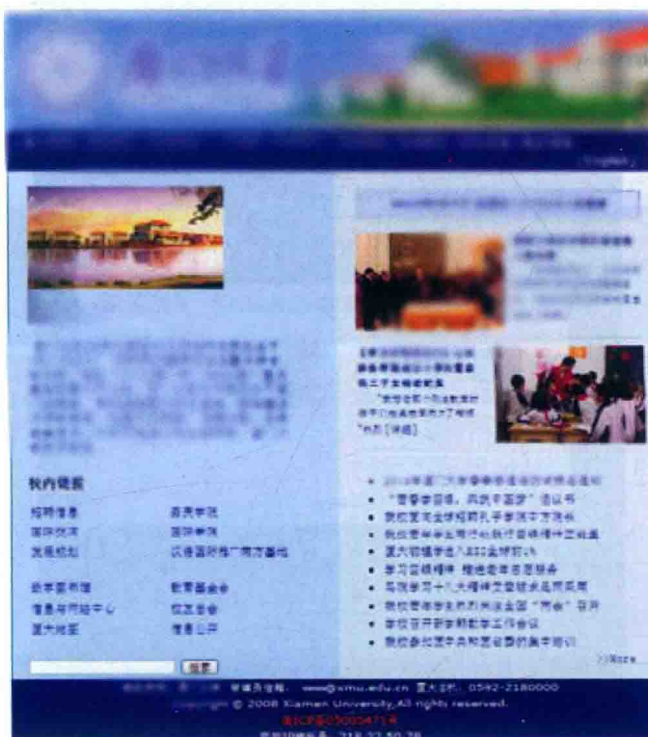


图 2.29 某高校门户网站色调设计示例(沉闷灰)

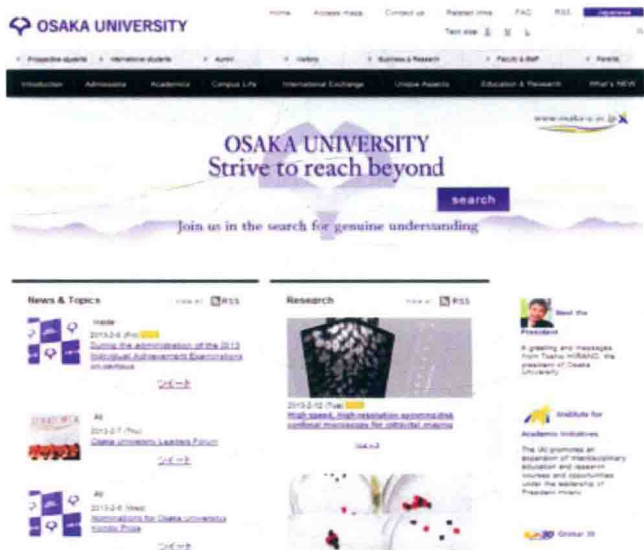


图 2.30 大阪大学门户网站效果



图 2.31 华盛顿大学门户网站首页

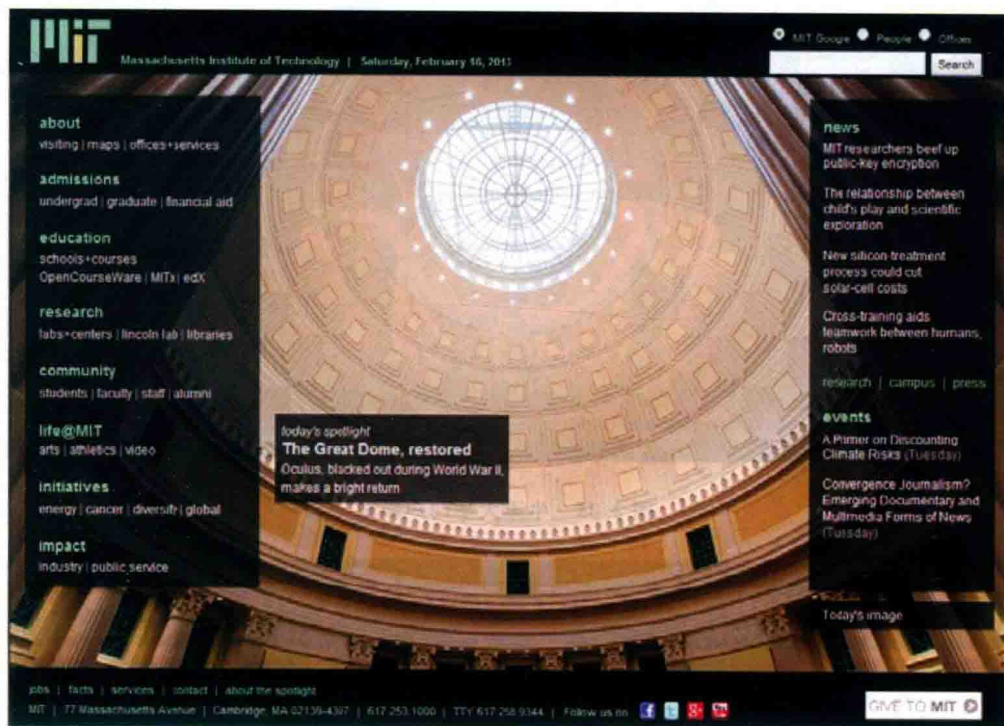


图 2.32 麻省理工学院门户网站效果



图 2.34 南加利福尼亚大学门户网站



图 2.35 牛津大学门户网站



图 2.36 格勒诺布尔国立高等建筑学校门户网站

前言

随着计算机信息网络的飞速发展,当今社会已经快速进入互联网时代,并大踏步地向信息化社会前进。因此,教育信息化也迎来了其全面发展的历史机遇,而高校门户网站建设又是教育信息化工作中最为重要的一环,同时也成为高校进行形象展示、信息发布、业务拓展、网站服务、内部沟通的重要阵地。一个好的门户网站无疑可以让社会各界能更好地了解高校,同时也为高校建设和发展提供了一个全新的平台。

2013年改版后的北京航空航天大学官方网站支持中、英文两种语言,其运行至今为广大师生、校友和关心北航的热心人士提供了丰富的资讯,在学校形象塑造和文化传播方面发挥了重要的作用。北京航空航天大学官方网站作为北京航空航天大学国际化发展战略的重要支撑环节,承担了对外宣传的功能。2016年,北京航空航天大学官方网站参加了由教育部思想政治工作司指导、全国高校校园网站联盟承办的“首届全国高校名站名栏评选活动”,荣获“全国高校优秀网站奖”第一名。

本书是根据作者自身的工作实践编写的,是一本值得全国高校信息化工作者借鉴的参考书。作者根据北京航空航天大学近年来建设门户网站的成功经验,从建设思路入手,全面总结了门户网站建设全生命周期的方方面面的工作,特别针对工作中容易忽视的机制体制方面的问题提出了自己独到的见解和解决方案。

第1章主要介绍了高校门户网站的发展。首先从互联网与门户网站的发展现状,即在互联网高速发展时代,网站建设从校园网到门户网站的发展趋势;接着重点阐述了高校门户网站建设的意义,即其异于其他门户网站的特点,以及高校门户网站存在的作用;最后介绍了在高校门户网站建设中遇到的瓶颈,以及作者对高校门户网站重新定位的思考。

第2章介绍高校门户网站建设的三大原则。第一个原则是基于用户需求的可用性原则,主要从高校门户网站的用户分析入手,介绍了网站可用性原则的落脚点——打造“会呼吸”的网站,以及基于可用性的高校门户网站设计;第二个原则是网站功能的人性化原则,从介绍人性化设计的相关理论入手,结合网站人性化设计因素分析,介绍了如何实现人性化的

网站设计;第三个原则是高校特点的色彩内涵原则,从分析网站色彩运用存在的问题入手,突出掌握网站色彩内涵的重要性,介绍了高校门户网站的色彩内涵设计与搭配。

第3章介绍了高校门户网站建设项目管理。首先从项目管理的相关理论和网站建设项目管理的特点两个方面论述了网站建设项目管理的必要性;接着重点探讨了高校门户网站建设项目的沟通管理,强调源于沟通的需求分析,并列出了需求调研的注意事项;最后讨论了高校门户网站建设项目的计划与控制方法,即对可能存在的问题进行预估,在实施过程中采取有效举措,以及运用相关原理把控项目进度。

第4章从3个方面结合北京航空航天大学的经验对高校门户网站的运营做了介绍。第一个方面是明确网站运营内容、功能定位;第二个方面是更新门户网站运营理念,即树立服务社会的观念,增强传播的功能;第三个方面是可参照实施的运营机制,主要介绍了总编总监负责制、激励机制和网站群的应用等。

第5章着重对高校门户网站的未来发展趋势做了展望。首先从高校门户网站的传播职能和基于门户网站的高校品牌传播模式两个方面,对门户网站作为高校品牌形象的传播媒介的未来进行了探讨;接着讨论了门户网站与高校品牌如何相互推动发展,主要从传播的角度分析了旨在提升高校品牌的门户网站建设的特点和如何针对不同受众进行高校品牌传播的途径;最后指出我们应该积极借鉴国外高校的先进经验,并介绍了国外高校门户网站发展的特点,以及从国外高校门户网站建设的经验中得到的启示。

本书在编写过程中参考了大量的网络资料,借鉴了广大师生的反馈意见,并且得到了广大师生的热心帮助,在此表示感谢!另外,还要感谢北京航空航天大学传媒集团的武瑾媛老师及北京航空航天大学出版社的编辑对本书出版的帮助,感谢郑剑老师和北京航空航天大学门户网站总编总监室的同学们对本书的辛勤付出,感谢邓小龙编辑对本书提出的宝贵意见。最后,还要特别感谢我的家人,在创作本书的过程中给予我的理解、鼓励与照顾。

由于作者水平有限、时间仓促,错误不当之处,敬请批评指正!

作 者

2016年12月

目 录

第 1 章 高校门户网站的发展	1
1.1 互联网与门户网站的发展现状	1
1.1.1 互联网高速发展时代	1
1.1.2 从校园网到高校门户网站	3
1.2 高校门户网站建设意义	5
1.2.1 异于其他门户网站的特点	5
1.2.2 高校门户网站存在的作用	6
1.3 高校门户网站建设的瓶颈	7
1.4 高校门户网站的重新定位	9
第 2 章 高校门户网站建设的三大原则	11
2.1 基于用户需求的可用性原则	11
2.1.1 高校门户网站的用户分析	11
2.1.2 网站可用性原则的落脚点——打造“会呼吸”的网站	18
2.1.3 高校门户网站的可用性设计原则	33
2.2 网站功能的人性化原则	39
2.2.1 人性化设计的相关理论	40
2.2.2 网站人性化设计因素分析	42
2.2.3 高校门户网站的人性化设计原则	50
2.3 高校特点的色彩内涵原则	54
2.3.1 网站色彩运用存在的问题分析	54
2.3.2 掌握网站色彩内涵的重要性	58
2.3.3 高校门户网站的色彩内涵设计与搭配原则	62
第 3 章 高校门户网站建设项目管理	70
3.1 网站建设项目管理的必要性	70
3.1.1 项目管理的相关理论	70
3.1.2 网站建设项目管理的特点	71
3.2 高校门户网站建设项目的沟通管理	73
3.2.1 源于沟通的需求分析	73

3.2.2	需求调研的注意事项·····	74
3.3	高校门户网站建设项目的计划与控制·····	76
3.3.1	预估可能存在的问题·····	76
3.3.2	实施过程中的具体举措·····	77
3.3.3	运用相关原理把控项目进度·····	88
第4章	高校门户网站的运营 ·····	92
4.1	内容明确、功能定位·····	92
4.2	更新运营理念·····	92
4.2.1	服务社会的观念·····	92
4.2.2	增强传播功能·····	93
4.3	可参照实施的运营机制·····	94
4.3.1	总编总监负责制·····	94
4.3.2	激励机制·····	96
4.3.3	网站群的应用·····	97
第5章	高校门户网站的未来发展趋势 ·····	100
5.1	高校品牌形象的传播媒介·····	100
5.1.1	高校门户网站的传播职能·····	101
5.1.2	基于门户网站的高校品牌传播模式·····	102
5.2	门户网站与高校品牌相互推动发展·····	104
5.2.1	旨在提升高校品牌的门户网站建设的特点·····	104
5.2.2	针对不同受众进行高校品牌传播·····	105
5.3	积极借鉴国外高校的先进经验·····	106
5.3.1	国外高校门户网站发展的特点·····	106
5.3.2	国外高校门户网站建设的经验启示·····	107
参考文献 ·····		108

第 1 章 高校门户网站的发展

1.1 互联网与门户网站的发展现状

1.1.1 互联网高速发展时代

据《2014 CNNIC 互联网调查报告》结果显示,截至 2014 年 6 月,中国网民规模达到 6.32 亿,较 2013 年年底增加 1442 万人;互联网普及率为 46.9%,较 2013 年年底增加了 1.1 个百分点;我国手机网民规模达 5.27 亿,较 2013 年年底增加 2699 万人;手机上网的网民比例为 83.4%,相比 2013 年年底增加了 2.4 个百分点;我国网站总数为 273 万个,.cn 下网站数为 127 万个,其中 edu.cn 为 4327 个。

随着互联网的迅速普及,网络已成为现代生活的“新媒体”,其以极快的速度走进了我们的生活。1997 年 11 月,中国互联网信息中心(CNNIC)第一次向世界发布中国互联网发展状况统计报告,中国的互联网用户为 62 万;到 2014 年 6 月第 34 次发布同类报告时,中国的互联网用户总数已猛增到 6.32 亿。在新思潮不断诞生的大学校园里,高校门户网站建设也日益推进,正逐渐与新兴的校园网络文化相互影响,相互融合。

对于高校门户网站,目前还没有令人较为满意的界定,本书的观点是,高校门户网站是集中反映高校校园文化特色,为师生提供优秀的网络服务,并能够以其代表的大学文化来推动社会文化发展的校园网络平台。

校园网络文化是网络文化与校园文化相结合的产物,是校园网络化条件下所形成的一种崭新的校园文化。与网络文化和校园文化相比,校园网络文化具有较大的相对独立性,它不同于传统意义上的校园文化,更有别于社会范围内的网络文化。从作用上看,校园网络文化反映了高校的校园文化氛围和精神文明建设的成果,极大地影响着大学生的政治立场、道德观念、思想文化和行为方式;另外,校园网络文化对社会的文化进步能够产生积极的促进作用。

高校门户网站集成了校内的各种优秀资源,以北京航空航天大学升级后的门户网站为例:“北航概况”“科学研究”“全球合作”能使外界了解学校发展的进程和校园建设成果,“新闻网”能够及时地反映学校的重大事件和活动,如图 1.1 所示。

“I Home”为校内师生提供了了解工作、学习、生活状态的窗口,使校内师生能够零距离地感受校园风采。“I Home”首页效果如图 1.2 所示。

“师生综合服务大厅”与“I Home 网上服务大厅”共同组成了学校师生综合服务



图 1.1 展示学校的重大事件



图 1.2 “1 Home”首页效果图

平台,是落实创新服务年以及年度为师生办实事活动的重要内容。师生综合服务平台