

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

INSTITUT VZDĚLÁVÁNÍ A PORADENSTVÍ

Katedra pedagogiky



**Analýza webových stránek vybrané vzdělávací
instituce**

Bakalářská práce

Autor: Lukáš Machačka

Vedoucí práce: Ing. Karel Němejc, Ph.D.

2019

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Institut vzdělávání a poradenství

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Lukáš Machačka

Poradenství v odborném vzdělávání

Název práce

Analýza webových stránek vybrané vzdělávací instituce

Název anglicky

Analysis of the Websites of a Selected Educational Institution

Cíle práce

Cílem práce je vyhodnotit funkčnost webových stránek vybrané vzdělávací instituce, a to jak z autorova pohledu, tak z pohledu jejich uživatelů. Funkčnost stránek bude posuzována zejména z hlediska jejich obsahu, poskytovaných informací, aktualizace, validity informací, webdesignu a orientace uživatele v prostředí stránek. Na základě zjištěných výsledků budou pro praxi navržena případná doporučení na zlepšení aktuálního stavu webových stránek.

Metodika

Teoretická část práce bude vycházet z relevantní dostupné literatury. Budou charakterizovány webové stránky se zaměřením na vzdělávací instituce, možnosti a zásady jejich tvorby, platnou legislativu apod. Praktická část bude vypracována v souladu s cíli práce. Bude zde realizováno autorovo vyhodnocení webových stránek vybrané vzdělávací instituce dle stanovených kritérií, stejně tak bude zjišťován názor na přístupnost, obsah, webdesign, snadnost orientace v prostředí webu apod. z pohledu uživatelů. Získaná data budou analyzována, interpretována a případně budou navržena doporučení na zlepšení webových stránek.

Harmonogram zpracování práce:

- Průběžná komunikace a sdílení průběžných verzí práce s vedoucím práce po celou dobu jejího zpracování. Obojí je zohledněno ve výsledném hodnocení práce.
- Kompletní pracovní verzi práce odevzdat vedoucímu práce s minimálně měsíčním předstihem před odevzdáním finální verze na studijní oddělení.
- Finální verzi práce odevzdat na studijní oddělení do 31. března 2019.

Doporučený rozsah práce

Dle pravidel pro psaní bakalářských prací.

Klíčová slova

Analýza, optimalizace, uživatel, webové stránky, vzdělávací instituce, webdesign, obsah.

Doporučené zdroje informací

- KAUSHIK, A. Webová analytika 2.0: kompletní průvodce analýzami návštěvnosti. Brno: Computer Press, 2011. 456 s. ISBN 978-80-251-2964-7.
- KRUG, S. Nenuťte uživatele přemýšlet: praktický průvodce testováním a opravou chyb použitelnosti webu. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2923-4.
- NEUMAJER, O. Budujeme školní web. Brno: CP Books, 2005. ISBN 80-251-0612-8.
- NEUMAJER, O. Náležitosti školního webu – autoevaluační asistent. Ondřej Neumajer – domovská stránka [online]. 2014-2018 [cit. 2018-06-04]. Dostupné z: <http://ondrej.neumajer.cz/skolniweb/aea/online/index.php?pg=step0>
- POLZER, J. Drupal 8: podrobný průvodce tvorbou a správou webů. Brno: Computer Press, 2016. ISBN 978-80-251-4147-2.
- PROCHÁZKA, T. a J. ŘEZNÍČEK. Obsahový marketing. Brno: Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4152-6.

Předběžný termín obhajoby

2018/19 LS – IVP

Vedoucí práce

Ing. Karel Němejc, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra pedagogiky

Elektronicky schváleno dne 17. 1. 2019

Ing. Karel Němejc, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 17. 1. 2019

Ing. Karel Němejc, Ph.D.

Pověřený ředitel

V Praze dne 17. 02. 2019

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: Analýza webových stránek vybrané vzdělávací instituce vypracoval samostatně a citoval jsem všechny informační zdroje, které jsem v práci použil a které jsem rovněž uvedl na konci práce v seznamu použitých informačních zdrojů.

Jsem si vědom, že na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, především ustanovení § 35 odst. 3 tohoto zákona, tj. o užití tohoto díla.

Jsem si vědom, že odevzdáním bakalářské práce souhlasím s jejím zveřejněním podle zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a to i bez ohledu na výsledek její obhajoby.

Svým podpisem rovněž prohlašuji, že elektronická verze práce je totožná s verzí tištěnou a že s údaji uvedenými v práci bylo nakládáno v souvislosti s GDPR.

V Mladé Boleslavi dne 08. 03. 2019

.....
Lukáš Machačka

Poděkování

Mé poděkování patří panu Ing. Karlu Němejcovi, Ph.D. za odborné vedení, trpělivost, ochotu a cenné rady, které mi v průběhu zpracování bakalářské práce předával. Dále bych rád poděkoval respondentům dotazníků za vyplnění příslušných otázek, které byly neocenitelným podkladem pro praktickou část. Závěrem děkuji své rodině za cenné poznatky a podporu při psaní této práce.

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá vyhodnocením webových stránek vybrané vzdělávací instituce. Je rozdělena na dvě části, a to část teoretickou, která pojednává o historii internetu, definici a vysvětlení pojmu World Wide Web, charakteristice webových stránek se zaměřením na vzdělávací instituce z pohledu legislativy vztahující se k webovým stránkám. Rozvádí tvorbu webových stránek s jejich následnou analýzou po kvalitativní stránce. Praktická část je zaměřena na konkrétní vzdělávací instituci, u které je provedena analýza obsahu webových stránek pomocí autoevaluačního asistenta a kritérií uvedených v praktické části. Obsahem praktické části práce je rovněž dotazníkové šetření, které bylo navrženo pro zjištění kvality webových stránek z pohledu uživatelů. Součástí práce je návrh doporučení na zlepšení webových stránek, plynoucí ze závěrů práce.

Klíčová slova: Analýza, optimalizace, uživatel, webové stránky, vzdělávací instituce, webdesign, obsah.

Abstract

The bachelor thesis deals with evaluation of web pages of the selected educational institution. It is divided into two parts, the theoretical one, which deals with the history of the Internet, the definition and explanation of the term World Wide Web, and the characteristics of websites focusing on educational institutions from the point of view of legislation related to websites. It distributes the creation of websites with their subsequent qualitative analysis. The practical part is focused on a particular educational institution, which analyzes the content of the web pages using the self-evaluation assistant and the criteria stated in the practical part. The content of the practical part of the thesis is also a questionnaire survey, which was designed to determine the quality of websites from the point of view of users. Part of the thesis is a proposal for recommendations for improvement of web pages, resulting from the conclusions of the thesis.

Key words: Analysis, optimalization, user, web sites, educational institution, webdesign, content.

OBSAH

ÚVOD	10
TEORETICKÁ ČÁST	11
1 CÍL A METODIKA PRÁCE	12
1.1 CÍL PRÁCE.....	12
1.2 METODIKA.....	12
2 INTERNET	13
2.1 INTERNET V ČESKÉ REPUBLICE.....	14
2.2 WORLD WIDE WEB.....	15
2.3 WEBOVÉ STRÁNKY.....	16
3 WEBOVÉ STRÁNKY VZDĚLÁVACÍCH INSTITUCÍ	18
3.1 NÁLEŽITOSTI WEBU VZDĚLÁVACÍ INSTITUCE.....	19
4 LEGISLATIVA WEBOVÝCH STRÁNEK VZDĚLÁVACÍCH INSTITUCÍ	22
4.1 AUTORSKÝ ZÁKON - ZÁKON Č. 121/2000 SB.	22
4.2 ZÁKON O OCHRANĚ SOUKROMÍ - ZÁKON Č. 101/2000 SB.....	23
4.3 SVOBODNÝ PŘÍSTUP K INFORMACÍM - ZÁKON Č. 106/1999 SB.....	23
4.4 GDPR - NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY EU Č. 2016/679.....	25
4.5 METODICKÉ POKYNY MŠMT	25
5 TVORBA WEBOVÝCH STRÁNEK	27
5.1 MOŽNOSTI TVORBY WEBOVÝCH STRÁNEK	27
5.1.1 ZAKÁZKOVÁ TVORBA WEBOVÝCH STRÁNEK.....	28
5.1.2 VLASTNÍ TVORBA WEBOVÝCH STRÁNEK.....	28
5.1.3 TVORBA POMOCÍ WEBOVÝCH SLUŽEB.....	28
5.1.4 REDAKČNÍ SYSTÉMY.....	28
5.2 ZÁSADY TVORBY WEBOVÝCH STRÁNEK	29
5.2.1 KVALITNÍ OBSAH WEBOVÝCH STRÁNEK	29
5.2.2 PŘÍSTUPNOST	30
5.2.3 POUŽITELNOST	32
5.2.4 VZHLED.....	33
5.2.5 RYCHLOST NAČÍTÁNÍ.....	34
5.2.6 ZPŮSOB PROPAGACE.....	35
6 ANALÝZA WEBOVÝCH STRÁNEK	37
6.1 ANALÝZA POUŽITELNOSTI.....	37
6.1.1 HEURISTICKÉ TESTOVÁNÍ POUŽITELNOSTI	37
6.1.2 UŽIVATELSKÉ TESTOVÁNÍ POUŽITELNOSTI	38
6.2 ANALÝZA PŘÍSTUPNOSTI.....	38
6.2.1 UŽIVATELSKÉ TESTOVÁNÍ PŘÍSTUPNOSTI.....	38

6.2.2	TESTOVÁNÍ PŘÍSTUPNOSTI AUTOMATICKÝMI NÁSTROJI.....	39
6.3	ANALÝZA SEO.....	39
6.4	ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI.....	40
6.5	EXTERNÍ NÁSTROJE PRO WEBOVOU ANALÝZU.....	40
6.5.1	NAVRCHOLU.CZ & TOPLIST.....	40
6.5.2	GOOGLE ANALYTICS.....	41
PRAKTICKÁ ČÁST.....		42
7	ANALÝZA WEBOVÝCH STRÁNEK INSTITUTU VZDĚLÁVÁNÍ A PORADENSTVÍ ČZU V PRAZE	43
8	ANALÝZA WEBOVÝCH STRÁNEK AUTOEVALUAČNÍM ASISTENTEM.....	44
8.1	OBSAH A POSKYTOVANÉ INFORMACE.....	44
8.1.1	KONTAKTNÍ INFORMACE NA TITULNÍ STRÁNCE.....	44
8.1.2	PŘEDSTAVENÍ INSTITUCE.....	44
8.1.3	ŠKOLNÍ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM.....	44
8.1.4	DŮLEŽITÉ TERMÍNY AKADEMICKÉHO ROKU, PLÁN AKCÍ.....	44
8.1.5	VÝSLEDKY HODNOCENÍ.....	45
8.1.6	STUDENTSKÉ PRÁCE.....	45
8.1.7	FOTOGRAFIE.....	45
8.1.8	KOMUNIKACE, INTERAKTIVITA A ZPĚTNÁ VAZBA.....	45
8.1.9	PŘIHLÁŠENÍ K ODBĚRU INFORMACÍ.....	46
8.2	PUBLIKOVÁNÍ NA INTERNETU.....	46
8.2.1	PUBLIKOVÁNÍ OBSAHU.....	46
8.2.2	REDAKČNÍ RADA.....	46
8.2.3	AKTUALIZACE A ZAŘAZOVÁNÍ NOVINEK.....	46
8.2.4	FREKVENCE REVIZÍ A VALIDITA INFORMACÍ.....	46
8.3	WEBDESIGN.....	47
8.3.1	POUŽITELNOST.....	47
8.3.2	PŘÍSTUPNOST.....	47
8.4	BEZPEČNOST A LEGISLATIVA.....	47
8.4.1	BEZPEČNOST.....	47
8.4.2	AUTORSKÉ PRÁVO.....	47
8.4.3	SVOBODNÝ PŘÍSTUP K INFORMACÍM.....	48
8.5	BONUSY A PENALIZACE.....	48
9	ANALÝZA WEBOVÝCH STRÁNEK DOTAZNÍKOVOU METODOU.....	49
9.1	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU.....	49
10	NÁVRH DOPORUČENÍ KE ZLEPŠENÍ	65
10.1	DOPORUČENÍ ZE STRANY AUTORA.....	65
10.2	DOPORUČENÍ ZE STRANY RESPONDENTŮ DOTAZNÍKU.....	66

ZÁVĚR.....	67
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	68
SEZNAM TABULEK, GRAFŮ, OBRÁZKŮ	74
SEZNAM PŘÍLOH.....	75

ÚVOD

V současné době je pro vzdělávací instituce nezbytností vlastnit a provozovat webové stránky a mít je v souladu s veškerými pravidly, která jsou na tyto instituce kladena. Výborná prezentace v prostředí internetu, je tedy nezbytnou součástí jejich denního provozu, jelikož webová prezentace je jedna z možností, jak se odlišit na poli konkurence a tím přilákat nové potencionální uchazeče.

Za poslední dekádu se internet v České republice rozšířil mezi uživatele o desítky procent a neustále roste, dle posledních statistik dosahuje téměř k 80 % celkové populace země (Český statistický úřad, 2017). Díky těmto faktům jsem se rozhodl zpracovat bakalářskou práci na téma *Analýza webových stránek vybrané vzdělávací instituce*, přičemž onu vzdělávací instituci a její webové stránky jsem volil příhodně, a to Institut vzdělávání a poradenství České zemědělské univerzity v Praze, kde studuji. Mezi hlavní cíle patří vyhodnocení funkčnosti webových stránek ze dvou pohledů – autora práce a uživatelů webových stránek, s případným doporučením na zlepšení aktuálního stavu.

K psaní této práce jsem využil svých dosavadních zkušeností získaných během mého studia, ale i mnoho kvalitních literárních zdrojů, dále pak z mého pohledu relevantních a věrohodných internetových zdrojů a rad odborníků.

Práce je koncipována na dvě hlavní sekce, teoretickou a praktickou. Sekce teoretické i praktické jsou rozděleny do hlavních kapitol, včetně podkapitol, které jsou relevantní a vztahující se k tématu *Analýza webových stránek vybrané vzdělávací instituce*.

TEORETICKÁ ČÁST

1 CÍL A METODIKA PRÁCE

1.1 CÍL PRÁCE

Cílem práce je vyhodnotit funkčnost webových stránek vybrané vzdělávací instituce, a to jak z autorova pohledu, tak z pohledu jejich uživatelů. Funkčnost stránek bude posuzována zejména z hlediska jejich obsahu, poskytovaných informací, aktualizace, validity informací, webdesignu a orientace uživatele v prostředí stránek. Na základě zjištěných výsledků budou pro praxi navržena případná doporučení na zlepšení aktuálního stavu webových stránek.

1.2 METODIKA

Teoretická část práce bude vycházet z relevantní dostupné literatury v tištěné i elektronické podobě. Budou charakterizovány webové stránky se zaměřením na vzdělávací instituce, možnosti a zásady jejich tvorby, platnou legislativu, analýzu webových stránek apod. Praktická část bude vypracována v souladu s cíli práce. Bude zde realizováno autorovo vyhodnocení webových stránek vybrané vzdělávací instituce pomocí autoevaluačního nástroje, který je v souladu se stanovenými kritérii, stejně tak bude zjišťován názor na přístupnost, obsah, webdesign, snadnost orientace v prostředí webu apod. z pohledu uživatelů, kde bude využita metoda dotazníkového šetření pomocí on-line nástroje pro tvorbu dotazníků. Získaná data budou analyzována, interpretována a případně budou navržena doporučení na zlepšení webových stránek.

2 INTERNET

V současné době je internet celosvětová počítačová síť řízená předem stanovenými pravidly (protokoly), jejichž sada se nazývá IP, z anglického slova Internet Protocol. Pomocí sady protokolů je možné spojovat informační a komunikační zařízení, která mezi sebou komunikují a přenášejí data (Procházka, 2012, s. 13).

V minulosti byl přístup k využití internetu pouze pro akademické a vědecké pracovníky, uživatelé dnešního typu, tedy běžní občané, měli k jeho obsahu přístup pouze v omezené míře. Pojmenování internet je původem z anglického slova network (síť) a latinské předponě inter (mezi), s významem propojování jednotlivých typů sítí (Procházka, 2012, s. 13).

Historii vývoje internetu lze datovat od roku 1969, kdy došlo k vytvoření sítě ARPANET, jakožto experimentální projekt ministerstva obrany USA. Od vzniku se internet rozvíjel nepříliš vysokým tempem se zaměřením na využití ve vládních a vojenských složkách. Od poloviny osmdesátých let dochází k zapojení amerických univerzit a tím urychlení rozvoje. Impuls vývoje přichází v roce 1986, kdy vzniká síť NSFNET, páteří infrastruktura internetu v USA, která nahrazuje ARPANET a MILNET. Tyto starší sítě se vrací ke svému původnímu účelu, a to výhradní službě pro armádní účely (Zandl, 2013).

Za otce internetu můžeme považovat amerického vicepresidenta Al Gore, který byl iniciátorem zákona High Performance Computing v roce 1991. O komercializaci internetu v USA můžeme hovořit s vytvořením sítě NREN, na kterou přechází akademická sféra a komerční sektor využívá síť NSFNET, to vše se odehrává od roku 1991 do 1993 (Zandl, 2013).

Zásadní rozmach internetu v USA probíhá od roku 1993, kdy je pokořena hranice miliónů počítačů připojených k internetu. Roku 1995, tedy o dva roky později je toto množství již dvojnásobné a celkové připojení dosahuje dvou miliónů počítačů. V té době neznámé společnosti, jako Cisco, Netscape, AOL a Yahoo se přidávají k uživatelům internetu, kdežto renomované společnosti té doby, ku příkladu IBM či Microsoft jsou k internetu kritičtí (Zandl, 2013).

2.1 INTERNET V ČESKÉ REPUBLICE

Počátky internetu v té době Československu se datují k 13. únoru roku 1992, kdy v pražských Dejvicích, došlo za pomoci nadšenců z řad akademických pracovníků k připojení univerzity ČVUT do sítě internetu, pod síťovým názvem FESNET. Jejich myšlenkou bylo propojení všech akademických institucí v Československu, s jedním prostým účelem, rychlejší a jednodušší sdílení informací a dat v akademické sféře (Švarcová, 2018).

Počátky a následný vývoj internetu probíhal stejným průběhem, jako ve světě, ze začátku sloužil výhradně pro potřeby poměrně úzkého okruhu uživatelů, především z řad vědeckých, akademických a odborných, u běžné veřejnosti přílišný zájem nebudil, naopak, veřejnost byla k internetu spíše skeptická a považovala jej za slepou kolej evoluce (Švarcová, 2018).

Síť FESNET za pomoci celostátní páteřní sítě propojovala akademické instituce, které dále rozváděly internet do metropolitních sítí. 1. ledna 1993 došlo k rozdělení Československa a tím pádem došlo i k rozdělení stávající sítě FESNET na dva samostatné síťové okruhy: na Slovensku SANET (Slovak Academic Network) a v Česku CESNET (Czech Educational and Scientific Network), oficiální spuštění CESNETU bylo 15. června 1993. Služby v té době poskytované po internetu, byly oproti dnešní době v omezené míře, tehdejší uživatelé se museli spokojit s elektronickou poštou, FTP přenosem souborů a vzdáleném přihlášení technologií TELNET (Krčmářová, 2012).

Rozvoj limitující skutečností pro český internet byla stávající legislativa a výhradní práva společnosti Eurotel na provozování datových sítí, včetně poskytování internetového připojení. Zlom nastává v roce 1995, kdy Eurotel odprodává datovou divizi ve prospěch společnosti SPT Telecom (později Telecom, nyní Telefonica Czech Republic), čímž byl ukončen neznámější monopol v novodobých českých dějinách a otevřel se prostor pro mnoho dalších poskytovatelů internetu, kteří začali tvořit Telecomu konkurenci (Švarcová, 2018).

Po liberalizaci internetového připojení, se od roku 1995 do roku 1998 zvýšil počet poskytovatelů na přibližné dvě stovky. Segment uživatelů ve smyslu akademiků

a odborníků se změnil v technologické vizionáře a fanoušky, ačkoliv úroveň poskytovaných služeb byla na velmi nízké úrovni (ČT24, 2012; Švarcová, 2018).

Úroveň celého internetu se začala zvedat se vstupem zavedených, ale i nových firem na tento nový trh. Ku příkladu vstup vydavatelských společností přinesl pro české uživatele internetu nový a do té doby nevídaný obsah, uživatelskou nevýhodou byla příliš vysoká cena internetového připojení, která se přechodem z vytáčeného připojení, kdy bylo účtováno za čas strávený na internetu na měsíční paušál, podařilo snížit (Švarcová, 2018).

Vývoj internetu donutil společnosti, které se doposud nezabývaly poskytováním internetu zařadit tuto službu do jejich portfolia, šlo především o telefonní operátory, poskytovatele kabelové televize a mobilních sítí. V dnešní době máme nepřeberné množství možností, jakým způsobem se připojit k internetové síti, jak z pohledu poskytovatele internetového připojení, tak i zařízení, z kterého se připojíme. Dnes je již překonané připojování pouze z počítače, ale mezi běžné způsoby připojení se řadí i jiná zařízení, například tablety, mobilní telefony, automobily, ledničky, pračky a mnoho dalších (ČT 24, 2012).

2.2 WORLD WIDE WEB

Služba World Wide Web (WWW) je oproti internetu samotnému mnohem mladší, vznik datujeme k 12. březnu roku 1989 ve Švýcarském CERNu, pokud nás však zajímá skutečný „celosvětový“ začátek WWW, pak se jedná o 6. srpna 1991, kdy dochází k rozšíření programů umožňujících pracovat s touto službou na počítače dostupné té doby (Čížek, 2014).

V pojmenování World Wide Web se nám skrývá aplikace, či systém pro nakládání s dokumenty (webovými stránkami), nacházející se v prostředí internetu, jedná se tedy o souhrnné označení všech dokumentů (webových stránek) v internetu. Autoři vytvářející obsah pro WWW využívají především jazyka HTML¹ a následné komunikace po protokolu HTTP². Naopak uživatelé se na dokumenty dostávají

¹ HTML – jazyk pro vytváření obsahu pro World Wide Webu (WWW)

² HTTP – internetový protokol pro výměnu dokumentů (webových stránek) ve formátu HTML

pomocí programů, v nejrozšířenější míře webovým prohlížečem od různých poskytovatelů, kdy po zadání odkazu tzv. URL adresy³, například *http://www.google.com*, dojde k zobrazení příslušného dokumentu s veškerým obsahem, formátováním a grafikou, v tomto případě se jedná o URL adresu stránek poskytovatele webového vyhledávače společnosti Google (Procházka, 2012, s. 17).

2.3 WEBOVÉ STRÁNKY

Jedná se dokumenty uložené na discích počítačů, případně webových serverů, z kterých jsou distribuovány po počítačové síti nebo internetu, protokolem HTTP a zobrazováno pomocí webového prohlížeče z mnoha typů zařízení. Skladba webových stránek je převážně multiformátová, nejběžnější jsou variace textu v kombinaci s obrázky, videi a odkazy na další webové stránky (ManagementMania, 2018).

V rámci World Wide Webu můžeme webové stránky rozdělit na dva funkční formáty z pohledu způsobu jejich prezentace a to na statický a dynamický formát.

- Statické stránky jsou po obsahové stránce nepersonalizované, zobrazují stejný obsah a vzhled všem svým návštěvníkům a jejich využití je především v omezeném množství, z důvodu, že jednotlivá správa mnoha statických stránek by byla složitá a časově náročná. Jejich využití nalezneme u málo stránkových prezentací a webových vizitek.
- Dynamické stránky jsou oproti statickým stránkám personalizované a mění svůj vzhled a obsah v závislosti na čase, aktivitě návštěvníků atd. Jejich správa je značně jednodušší, avšak jejich správa je určena pro kvalifikované osoby, za nevýhodu můžeme považovat větší objem dat, která mohou uživatelům s nižší rychlostí internetového připojení přinést zpomalené načítání. Využití

³ URL adresa – adresa určující umístění dokumentu (webové stránky) na internetu

nalezneme u webových obchodů (e-shopů), redakčních webů, internetových kalkulaček a dalších (Herout, 2012).

Webové stránky také poskytují určité odlišnosti oproti off-line prezentaci, díky online prezentaci na webových stránkách můžeme monitorovat a měřit mnohem větší množství relevantních dat. Otevřeno mají neustále 24/7, webové stránky nemají otevírací dobu a svojí komplexností mohou zacílit na potenciální návštěvníky z mnoha způsobů, ale především obsah, ten je možné měnit neustále (Janouch, 2010, s. 17).

3 WEBOVÉ STRÁNKY VZDĚLÁVACÍCH INSTITUCÍ

Webové stránky jsou v dnešní době nutností pro jakoukoliv firemní instituci, která chce uspět na poli jejího businessu, a proto i vzdělávací instituce, kterými školy bezpochyby jsou, by také neměly zapomínat na vlastní webovou prezentaci. Z průzkumu Anglického Department for Education and Skills bylo zjištěno, že 82 % základní škol vlastní webovou prezentaci. Základem stránek by měla být jejich kvalita, zejména aktuálnost, profesionálnost a zajímavost obsahu, neboť toto jsou aspekty, které mohou přivést na web nové návštěvníky (Neumajer, 2005, s. 7).

Se vzrůstajícím počtem uživatelů internetu a neustále se rozvíjejícími technologiemi poskytující přístup k němu, se z nutnosti stává povinnost vlastnit webovou prezentaci. Správná webová prezentace vzdělávací instituce může naplňovat mnoho cílů, výborně je vystihl Ondřej Neumajer (2005, s. 8) ve své knize *Budujeme školní web*, nyní se pokusím uvést pár příkladů:

1. Představení školy s jejím zaměřením a nabídkou vzdělávacích předmětů, profily absolventů s možnostmi uplatnění, mimoškolní aktivity atd.
2. Informují zákonné zástupce o důležitých milnicích školního roku, o kontaktních možnostech, sdělují aktuality a novinky.
3. Prohlubují komunikaci všech zúčastněných stran, pro zajištění zpětné vazby na činnosti školy.
4. Zprostředkovávají organizaci přijímacího řízení, s možností následného zveřejnění výsledků.
5. Vytváří přístup pro zákonné zástupce ke klasifikaci a výsledkům práce jejich dětí, rozvrhu, změnám v organizaci a dalším.

V neposlední řadě se jedná o výbornou formu reklamní činnosti vzdělávací instituce, nabízející možnost propagace vlastních služeb, které lze poskytovat vůči třetím osobám za účelem přínosu financí. Jak již bylo zmíněno, na webové stránky mohou mířit zákonní zástupci, potencionální uchazeči, ale i další skupiny návštěvníků z řad nových učitelů, jiných škol, široké veřejnosti, sponzorů, zřizovatele, kontrolních orgánů atd. (Neumajer, 2005, s. 10).

3.1 NÁLEŽITOSTI WEBU VZDĚLÁVACÍ INSTITUCE

Webová prezentace je tvořena nejen pro plnění cílů a předpokladů dané vzdělávací instituce, ale především pro její uživatele, kteří očekávají, že na webových stránkách zjistí patřičné informace. Dle předem stanovených kritérií (náležitostí), která očekáváme, že se promítnou na webu, můžeme následně provádět i hodnocení a analýzu kvality webových stránek. Ondřej Neumajer (2007) ve svém Autoevaluačním asistentu definoval následující náležitosti, dle kterých je možné ohodnotit kvalitu oficiálních školních stránek:

1. Kontaktní informace na titulní stránce

Na domovské stránce je k dispozici přesný název, včetně kompletní adresy školy, kontaktní e-mail i telefon (případně je možné nahradit odkazem na kontaktní podstránku), IČ organizace s možností zveřejnění RED_IZO⁴.

2. Představení školy

Školní web prezentuje, jako jednu z nejdříve dostupných informací stručné představení instituce, která obsahuje informace ve smyslu počtu žáků a tříd, zaměření školy, studijních oborech, historie školy a představení jejího vedení.

3. Školní vzdělávací program

Instituce zveřejňuje na svém webu obsah školního vzdělávacího programu (zákon č. 561/2004 Sb.), včetně komentářů pro rodiče.

4. Důležité termíny školního roku

Všechny důležité termíny aktuálního školního roku a školních akcí jsou přehledně a chronologicky řazeny, je možné jimi volně procházet a případně si o nich zobrazit více informací.

5. Výsledky hodnocení školy

Výsledné zprávy o hodnocení vzdělávacího procesu dané instituce jsou volně dostupné na webových stránkách instituce.

⁴ RED_IZO – resortní identifikátor právnické osoby dle školského rejstříku

6. Žákovské a studentské práce

Obsah stránek je pravidelně obohacován o výstupy z žákovských prací a projektů.

7. Fotografie

Na web jsou pravidelně přidávány fotografie ze života školy.

8. Komunikace, interaktivita a zpětná vazba

Webové stránky umožňují zprostředkování komunikace s učiteli (e-mailové adresy, Skype atp.). Součástí webu jsou formuláře pro komunikaci se školou (kniha přání a stížností s adresací vedení instituce, kontaktní formulář atp.).

9. Přihlašování k odběru informací

Uživatelé mají v případě zájmu možnost přihlásit se k odběru novinek, důležitých upozornění, školního buletinu formou rozesílky elektronickou poštou nebo kanálem RSS. Web obsahuje návod na způsob přihlášení i odhlášení.

10. Publikace obsahu

Publikování obsahu na webové stránky může pouze vedením instituce schválený seznam oprávněných osob. Jsou nastaveny kontrolní mechanismy na kontrolu obsahu, uživatelská oprávnění k částem webu atp.

11. Redakční rada

Je sestavena redakční rada, která má hierarchické uspořádání a jsou vyjasněny kompetenční práva všech členů.

12. Aktualizace a zařazování novinek

Aktualizace webu probíhají zpravidla několikrát týdně, data aktualizací jsou zveřejněna, dále pak novinky jsou označeny a je uveřejněno datum publikace.

13. Revize a validita informací

Obsah všech stránek webové prezentace je pravidelně procházen (min. čtvrtletní perioda) a kontrolován, zdali jsou veškeré informace aktuální a neobsahují zastaralé nebo nepravdivé údaje.

14. Použitelnost

Uživatelé webu se na stránkách dobře orientují, rychle pochopí jeho uspořádání a ovládání.

15. Přístupnost

Obsah webových stránek je dostupný a čitelný, informace jsou srozumitelné a přehledné. Veškerý obsah odpovídá webovým standardům W3C⁵, WCAG⁶, Pravidla přístupného webu MIČR.

16. Bezpečnost

Webové stránky neobsahují citlivé údaje o žácích, u fotografie nejsou uvedena jména dětí, k uveřejnění fotografií má instituce souhlas zákonných zástupců. Dodržuje směrnici EU GDPR.

17. Autorské právo

Veškerý publikovaný obsah je dílem autorů webových stránek, u nevlastních děl je pořízen souhlas ke zveřejnění a uveden zdroj. Na webu není zveřejněn obsah, který by byl cizím a nebyl získán souhlas autora.

18. Svobodný přístup k informacím

Instituce zveřejňuje informace dle zákona č. 106/1999 Sb. (Neumajer, 2007).

⁵ W3C – World Wide Web Consortium je internacionální konsorcium vyvíjející standardy pro World Wide Web

⁶ WCAG – Web Content Accessibility Guidelines, celosvětově nejrespektovanější pravidla tvorby bezbariérového webu

4 LEGISLATIVA WEBOVÝCH STRÁNEK VZDĚLÁVACÍCH INSTITUCÍ

Aspekty právního státu České republiky se vztahují i k problematice webových stránek vzdělávacích institucí, které jsou povinny se jimi řídit a dodržovat je. V tomto případě platí rčení, neznalost zákona neomlouvá.

Nejrelevantnější zákony pro účely webových stránek vzdělávacích institucí jsou *Autorský zákon*, zákon č. 121/2000 Sb., *o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů*, *Zákon o ochraně soukromí*, zákon č. 101/2000 Sb., *o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů*, *Svobodný přístup k informacím*, zákon č. 106/1999 Sb., *o svobodném přístupu k informacím*, *Obecné nařízení o ochraně osobních údaj*, zkráceně GDPR⁷, *nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 2016/679, o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES*. V neposlední řadě může instituce vytvářející webové stránky vzdělávacích institucí vycházet z metodických pokynů Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky (Neumajer, 2005; Nezmar, 2017; Zakonyprolidi, 2018).

4.1 AUTORSKÝ ZÁKON - ZÁKON Č. 121/2000 SB.

Autorský zákon je základním pilířem legislativních znalostí ve vztahu k tvorbě webových stránek. Autoři příspěvků z řad zaměstnanců instituce by měli mít povědomí o tomto zákoně z důvodu, že neautorizovaným zveřejněním příspěvků hrozí instituci občanskoprávní postih, v případě fyzických osob – autorů trestněprávní nebo správní postih (Neumajer, 2005, s. 105).

V praxi je povinností vlastnit povolení od autora, aby bylo možné zveřejnit autorská díla na webu vzdělávací instituce. Doporučená forma pro udělení souhlasu je písemná. U autorů nezletilých je vyžadován souhlas od zákonných zástupců. Součástí webu musí být jméno autora a název díla (Neumajer, 2005, s. 105-107; Freeman, 2008, s. 39).

⁷ GDPR – z angl. General Data Protection Regulation

4.2 ZÁKON O OCHRANĚ SOUKROMÍ - ZÁKON Č. 101/2000 SB.

V dnešní internetové době je nutné myslet na to, že všichni návštěvníci webových stránek vzdělávacích institucí nepřicházejí s dobrými úmysly, takže při nedodržení ochrany soukromí mohou nesprávně vytvořené webové stránky přinášet nebezpečné situace.

Mezi hlavní zásady bezpečných webových stránek vzdělávací instituce, by měly patřit následující body:

- Webové stránky jsou v souladu s ochranou soukromí studentů, nezveřejňují osobní informace ve smyslu telefonu, e-mailu, adresy nebo rodného čísla.
- Dle uveřejněných fotografií není možné identifikovat jméno studenta(ů), fotografie a jména nejsou uveřejněny na jedné stránce a návštěvník by neměl mít možnost si údaje spojit.
- Obezřetnost při pojmenovávání vkládaných multimédií, v žádném případě multimédia nepojmenovávají jmény studentů, ani pomocí HTML tagů <title> nebo <alt>.
- Nezapomínat na souhlasy se zveřejněním od dotčených osob.
- Z bezpečnostního hlediska přednostně uveřejňovat hromadné fotografie, oproti detailním fotografiím jednotlivých studentů, pedagogů, zaměstnanců instituce.
- Webové stránky vzdělávacích institucí nejsou vhodným prostorem pro umístění reklam a odkazů, pokud to je možné, doporučuje se tomuto vyhýbat (Neumajer, 2005, s. 108-110; Zakonyprolidi, 2018).

Povinnost vyplývající ze zákon č. 101/2000 Sb. od 25. května 2018 do jisté míry přechází pod plnění Obecného nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR) (Nezmar, 2017, s. 27).

4.3 SVOBODNÝ PŘÍSTUP K INFORMACÍM - ZÁKON Č. 106/1999 SB.

Zákon svobodného přístupu k informacím ukládá vzdělávacím institucím povinnost zveřejňovat data, která svým charakterem naplňují skutkovou podstatu veřejné dostupnosti a zároveň jejich utajování nepřináší instituci žádný přínos. Zvýšená transparentnost přináší lepší kontrolu nakládání s veřejným majetkem.

Zveřejňování informací ustanovuje § 5, který ukládá povinnost uveřejnit tyto informace:

- 1) Důvod a způsob založení subjektu, včetně podmínek a principů, dle kterých provozuje činnost.
- 2) Popis organizační struktury instituce, místa a způsoby získání požadovaných informací, žádostí, stížností, předložení návrhů, podnětů, rozhodnutí atd.
- 3) Způsob, lhůtu a místo, kde lze podat opravný prostředek proti rozhodnutí instituce, včetně zveřejnění požadavků, pravidel a návodů, které jsou potřebné pro toto podání. Dále název patřičného formuláře s uveřejněním místa a způsobu opatření formuláře.
- 4) Kroky, které jsou závazné pro instituci při vyřizování veškerých žádostí, návrhů a jiných podmětů, včetně lhůt pro vyřízení.
- 5) Přehledný seznam nejdůležitějších předpisů, podle nichž instituce jedná a rozhoduje, které zavádějí právo požadovat informace a povinnost je poskytovat a které upravují další práva občanů ve vztahu k vzdělávací instituci. Zároveň jsou v seznamu zahrnuty informace o poskytování předpisů k nahlédnutí z hlediska místa a času.
- 6) Sazebník úhrad za službu poskytování informací.
- 7) Výroční zprávu za předchozí kalendářní období o činnosti vzdělávací instituce v oblasti poskytování informací.

Výroční zprávu za předchozí kalendářní rok je povinností vzdělávací instituce zveřejnit do 1. března. Zákonné náležitosti výroční zprávy jsou počet podaných žádostí o informace, počet podaných odvolání proti rozhodnutí, opis podaných částí každého rozsudku soudu, výsledky řízení o sankcích za nedodržení tohoto zákona bez uvedení osobních údajů, další informace vztahující se k uplatňování zákon č. 106/1999 Sb.

Všechny výše zmíněné informace musejí být přístupné tzv. dálkovým přístupem, myšleno například prostřednictvím sítě Internet. Webové stránky přístupné 24/7 jsou tedy na nejvýše vhodné k zveřejňování informací ukládaných zákonem o svobodném přístupu k informacím. Informace je vhodné zveřejňovat formou textového obsahu, nikoliv obrázků, videí, pohybujících se obrázků (tzv. gif), důvodem je volné nakládání s uveřejněnými informacemi (Neumajer, 2005, s. 111-114; Zakonyprolidi, 2018).

4.4 GDPR - NAŘÍZENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY EU Č. 2016/679

Obecné nařízení o ochraně osobních údajů ustanovuje nový právní rámec ochrany osobních údajů v prostoru Evropské unie, které nabylo v České republice účinnosti 25. května 2018.

Základní zásady, principy a klíčová ustanovení zůstávají stejná, jako v zákoně o ochraně osobních údajů, v souhrnu došlo především k detailnějšímu a přesnějšímu zpracování (např. povinnost disponovat právním důvodem pro zpracování, zabezpečení proti zneužití osobních údajů a další). Nové povinnosti v české legislativě, které jsou zásadní pro majitele webových stránek, je povinnost vést záznamy o činnosti zpracování, ohlašovat případy porušení zabezpečení osobních údajů Úřadu pro ochranu osobních údajů a oznamovat případy porušení zabezpečení osobních údajů subjektu údajů.

V případě porušení Obecného nařízení je možné udělit pokuty v rozmezí dvou skupin, dle vážnosti porušení, a to do výše 10 000 000 EUR (nebo až 2 % celkového ročního celosvětového obratu, jde-li o podnik) nebo do výše 20 000 000 EUR (nebo až do 4 % celkového ročního celosvětového obratu, jde-li o podnik).

GDPR zvyšuje požadavky na udělení souhlasu se zpracováním osobních údajů, příkladem mohou být předem zaškrtnutá políčka formulářů za účelem udělení souhlasu umístěné na webových stránkách, v současném znění GDPR nejsou již brána, jako důkaz platného souhlasu. V současné době musí být zákonný podklad pro zpracování osobních údajů, což znamená projev vlastní vůle uživatele webových stránek (Nezmar, 2017).

4.5 METODICKÉ POKYNY MŠMT

Metodické pokyny Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy jsou důležitým podkladem pro tvorbu webových stránek, jejichž obsahem jsou doporučení a povinnosti uveřejňování informací na oficiálních webových stránkách vzdělávacích institucí.

Základním pilířem tvorby webových stránek může být metodický pokyn MŠMT s názvem ICT plán. Tento plán stanovuje požadavky na zveřejňování informací z hlediska školní informační technologie, podmínkách na samotné instituci, vzdělávání pedagogů v oblasti IT, ale také přístupů a způsobu fungování informačních technologií na dané vzdělávací instituci. Na druhou stranu může být k užitku podnikatelům, kteří mohou nabídnout své služby vzdělávacím institucím šité přímo na míru jejich potřebám.

Článek I. v bodě 4. nám uvádí: „Vypracování a zpřístupnění dokumentu „ICT plán školy“ zřizovateli, resp. kontrolním orgánům je nutnou (nikoliv však postačující) podmínkou poskytnutí a čerpání účelové dotace v rámci realizaci Státní informační politiky ve vzdělávání“. Povinnost zveřejnění nám ukládá příloha č. 2 metodického pokynu: „... zpřístupní ho např. na svých webových stránkách, resp. může být přílohou školního vzdělávacího programu či jiných dokumentů školy.“ (MŠMT, 2018).

5 TVORBA WEBOVÝCH STRÁNEK

Webové stránky nejsou pouhou výkladní skříní – vizitkou společnosti, která je vlastní, ale jde také o důvody, proč by je měl člověk navštívit, ale ne jen navštívit, ale také zanechat nějaké stopy, utvořit interakci, odcházet s informacemi. Dobře definovaný účel stránek může hodně pomoci s jejich samotnou tvorbou.

Viktor Janouch (2010, s. 62-63) ve své knize Internetový marketing shrnul nejdůležitější důvody návštěv webových stránek, které lze krásně uchopit a aplikovat na webové stránky vzdělávacích institucí. Důvody jsou následující:

- budování vlastní značky,
- poskytování produktových informací, nebo služeb pro zákazníky, obchodní zástupce, zájmové instituce nebo jiné,
- prodej plochy k reklamě,
- prodej produktů a služeb skrze síť Internet,
- poskytování servisních služeb a podpory zákazníkům,
- získávání informací od zákazníků – jejich preference, potřeby, požadavky, zkušenosti s produkty/službami.

Ve vztahu k vzdělávacím institucím zákazníky vnímáme, jako potenciální zájemce o studium, studenty, pedagogy a další. Nemít v dnešní době webové stránky znamená ignoranci vůči Světu.

5.1 MOŽNOSTI TVORBY WEBOVÝCH STRÁNEK

V současné době je mnoho možností, jakým způsobem vytvořit webové stránky. Na trhu se nachází několik společností zaměřených na tvorbu a správu webových stránek vytvořených přímo na míru potřebám zákazníka, možností je také vlastní tvorba webových stránek v HTML, CSS a PHP. Další možností je tvorba skrze webové služby, kde dochází k navolení jednotlivých prvků stránek pomocí administračního rozhraní. Poslední možností, která stojí za zmínku je tvorba pomocí redakčních systémů, který se nainstaluje na webový server a naplní obsahem (Janovský, 2018).

5.1.1 ZAKÁZKOVÁ TVORBA WEBOVÝCH STRÁNEK

Zadat tvorbu webových stránek firmě zabývající se tvorbou a designem webových stránek je nejjednodušší možností, která však nepatří mezi nejlevnější. Obezřetnost je u této volby na místě, neboť poznat kvalitní tvorbu nemusí být na první pohled snadné, důležité je získat co nejvíce referenčních vzorků, pomocí kterých se dá vyvodit úsudek o kvalitě práce (Janovský, 2018).

5.1.2 VLASTNÍ TVORBA WEBOVÝCH STRÁNEK

Vlastní tvorba webových stránek je nejméně nákladná po finanční stránce, avšak má úskalí v náročnosti na porozumění jazyku webových stránek, bez této konkrétní znalosti není možné web úspěšně vytvořit. Tuto variantu lze doporučit v případě, že nedojde k volbě z ostatních možností (Janovský, 2018).

5.1.3 TVORBA POMOCÍ WEBOVÝCH SLUŽEB

Webové služby nabízející klikací tvorbu stránek jsou převážně zdarma a nabízejí jednoduchý způsob, jakým vytvořit celý web. Nevýhodou jsou poměrně omezené možnosti rozšíření funkcionalit a převážně obsahují reklamy, které kompenzují to, že je vše nabízeno zdarma (Janovský, 2018).

5.1.4 REDAKČNÍ SYSTÉMY

Redakční systém z anglického výrazu CMS⁸ jsou komplexní systémy, které umožňují vytvářet, měnit a spravovat obsah webových stránek, po stránce vzhledové, obsahové i strukturové. Jedinou podmínkou pro provoz redakčních systémů je vlastnictví domény a hostingu, s možností provozu PHP a databáze. Výhodou je, že není potřeba speciálních znalostí a jsou zpravidla zdarma. Nevýhodou může být logika některých funkcí a také neobsáhlost veškerých žádoucích funkcí. Redakční systémy jsou

⁸ CMS – Content Management System

například WordPress, Drupal nebo Joomla! (Polzer, 2016; Řezníček, Procházka, 2014, s. 117-121).

5.2 ZÁSADY TVORBY WEBOVÝCH STRÁNEK

Úspěšnost webových stránek závisí na mnoha náležitostech, které je potřebné brát v úvahu před samotnou realizací. Zásady důležité před samotnou tvorbou webových stránek i během ní shrnul Luboš Plotěný (2005, s. 35) ve své knize „Budování úspěšného firemního webu“, byť název knihy uvádí firemní web, tak lze tyto zásady vztahovat k tvorbě takřka jakýchkoliv webových stránek, právě i těch pro vzdělávací instituce. Body uvedené v knize Luboše Plotěného jsou následující:

- kvalitní obsah,
- přístupnost,
- použitelnost,
- vzhled,
- rychlost načítání,
- způsob propagace.

Na výše zmíněné body není možné pohlížet, jako na samostatné prvky stránek ale, jako na jeden celek. Nekvalitní zpracování, byť jen jediného bodu, může negativně ovlivnit prožitek návštěvníka z celého webu, proto je na nejvýše vhodné dodržovat těchto šest zásad během tvorby webových stránek.

5.2.1 KVALITNÍ OBSAH WEBOVÝCH STRÁNEK

Mezi základní pravidla vytváření obsahu webových stránek patří výstižné nadpisy, stručnost, srozumitelnost, gramatická správnost, přehlednost a aktuálnost. Výstižné nadpisy patří mezi první elementy, které návštěvník spatří při vstupu na danou stránku. Nadpis by měl jasně, výstižně a krátce popisovat to, o čem pojednává. Negativní první dojem je v budoucnu velmi složité změnit. Výzkum udává, že čtení textu z obrazovky počítače je až o 25 % pomalejší, než čtení vytištěného textu, proto je důležité uvádět jen ty informace, které jsou pro návštěvníky webu relevantní a přinášejí mu přidanou hodnotu. Srozumitelností textu se myslí především text ve srozumitelném jazyce,

kterému porozumí návštěvník laik, či odborník. Doporučuje se vynechat zkratky a akronymy, názvosloví užívané uvnitř organizace, odborné termíny a slangové výrazy. Gramaticky nesprávné výrazy, které se neustále opakují nevzbudí důvěru vůči majiteli webových stránek a může odrazovat od další návštěvy. Přehlednost stránky je důležitým faktorem z pohledu návštěvníků, jelikož souvislý, nerozdělený, nezvýrazněný text, bude složitý k přečtení a unavující. Aktuálnost webu přináší důvěru v majitele webových stránek, neboť informace, které si návštěvník přečte a poté zjistí, že jsou již neplatné, sníží jeho důvěru ve webové stránky na nejnižší možnou míru. V neposlední řadě je důležité zaměřit svoji pozornost na titulní stránku, kterou návštěvník vidí ihned při načtení stránek, úvodní stránka je ve většině případů tou nejnavštěvovanější stránkou a všechny jednotlivé podstránky by na ni měly vždy umožnit přístup. Jejím obsahem jsou zpravidla všechny nejdůležitější informace. V souhrnu je tedy dobré držet se běžně používaných slov, odbornou terminologii a cizí slova omezit, v případě, že je důležité je využít, tak vždy s vysvětlením. Psát krátké věty/odstavce. Jednotlivé struktury textu uvádět pomocí výstižných a přesných nadpisů a vždy mít na paměti návštěvníky webu a jejich rozmanitost (Neumajer, 2005, s. 47; Plotěný, 2005, s. 39-42).

5.2.2 PŘÍSTUPNOST

Definice přístupnosti spočívá ve funkčnosti webových stránek stejným způsobem pro návštěvníky mající handicap i bez handicapu. Přístupné webové stránky nekladou svým návštěvníkům odpor v jeho efektivním používání, synonymem slova přístupnost je bezbariérovost. (Špínar, 2018).

Základní principy přístupnosti jsou popsány v knize Web ostrý jako břitva od autora Jana Řezáče (2014, s. 164):

- obsah webové stránky je strukturován pomocí vhodných nadpisů,
- web obsahuje dostatečný barevný kontrast písma,
- text webu je dobře čitelný,
- web je možné plně ovládat z klávesnice,
- grafické prvky mají definovanou textovou alternativu,
- tabulky splňují následující vlastnosti:

- buňky obsahují pouze informace, které jsou logicky související,
- tabulka dává smysl při čtení po řádcích,
- složitější tabulka se sloučenými buňkami či vícenásobným záhlavím obsahuje hodnotu souhrn a její buňky jsou svázané s jednotlivým záhlavím,
- tabulka obsahuje vhodný popis pro každé formulářové pole.

Handicapované návštěvníky shrnul Luboš Plotěný (2005, s. 43) v jeho knize Budování úspěšného firemního webu:

- zrakově postižení,
- sluchově postižení,
- pohybově postižení,
- uživatelé ze zobrazovacími problémy,
- vyhledávací roboti.

Handicapovaného uživatele webových stránek chápeme jako návštěvníka, u kterého předpokládáme, že mu nesprávně vytvořená webová stránka může způsobit problémy při jejím procházení, které není schopen překonat. Základním předpokladem přístupnosti je pochopení uživatelů webových stránek a jejich různých handicapů, pochopení jejich specifických problémů, které nemohou překonat a závěrem tyto specifika odstranit a zpřístupnit. Součtem všech handicapovaných návštěvníků, můžeme dojít až ke 30 % podílu na celkovém počtu návštěvníků konkrétní webové stránky (Špínar, 2018).

Přínosy přístupného webu můžeme rozdělit do základních kategorií. První kategorií může být zvýšení návštěvnosti a zisku webových stránek, druhou kategorií je poté zvýšení efektivity webových stránek, které je přínosem nejen pro návštěvníky webu, ale i pro majitele webových stránek v podobě nižších nákladů vynaložených na správu a provoz webu. Třetí kategorií je zvýšení kladné a zamezení záporné reklamě, zde platí, že v případě, kdy návštěvníci naleznou veškeré hledané informace, mohou se dále zmínit o svém pozitivním výsledku, avšak v případě špatné přístupnosti je tomu spíše naopak – zmíní se o svém negativním zážitku a tím se sníží pravděpodobnost návštěvy dalších osob. Poslední kategorií je lepší viditelnost pro internetové vyhledávače, přístupné weby jsou tzv. „robot friendly“, tyto vyhledávací roboti obsah

stránek procházejí a rozpoznávají, přičemž provádějí indexaci. Díky dobrým výsledkům je tedy pozice ve vyhledávacích vyšší a tím vzrůstá i potenciální možnost návštěvnosti (Plotěný, 2005, s. 42-47; Špinar, 2018).

5.2.3 POUŽITELNOST

Použitelnost webu neboli míra toho, jak rychle se návštěvníci na webových stránkách zorientují, pochopí jeho ovládání a odnesou si pozitivní uživatelský zážitek. Faktory ovlivňující použitelnost webu jsou kvalita informační architektury, navigační úroveň a srozumitelnost webových stránek. Přední světový odborník na použitelnost webu Jacob Nielsen shrnul hlavní cíle použitelnosti webu na (Plotěný, 2005, s. 50):

- nový uživatel web rychle pochopí a je schopen ho používat,
- uživatel dělá minimum závažných chyb a z každé z nich se rychle vzpamatuje,
- uživatel je schopen rychle dosahovat svých cílů na webu, který již zná,
- uživatel má z používání webu příjemný zážitek,
- uživatel si zapamatuje strukturu a ovládání webu, znovu si ho rychle vybaví při opakované návštěvě.

Použitelnost webových stránek můžeme chápat spíše jako návod toho, co nedělat. Jednoduše se zdá říci, že použitelnost pojednává o přizpůsobení stránek návštěvníkům a účelu, pro které jsou tvořeny (Janouch, 2010, s. 69).

Informační architektura, jinými slovy struktura informací musí splňovat hlavní požadavky (Kimen, 2003):

- Škálovatelnost – schopnost začleňování nových informací předem neurčeného množství a typu, bez uživatelského narušení použitelnosti stránek.
- Personalizace – back-end (na pozadí) filtrování demografických informací a sledování předvoleb uživatelů za účelem poskytnutí relevantního obsahu pro dané návštěvníky webových stránek.
- Přizpůsobení – oproti personalizaci se jedná o návštěvníky ovlivnitelné rozhraní struktury webu tak, aby si každý návštěvník mohl vybrat dle vlastních preferencí.

- Dynamický obsah – aktivně se přizpůsobující obsah stránek na základě aktivit návštěvníků, jejich vyhledávání a filtrování.

5.2.4 VZHLED

Vzhled (design) webových stránek je ve své podstatě rozhraní mezi návštěvníkem a stránkami, rozhodně není vhodné začínat s tvorbou webových stránek bez důkladného promyšlení jejich vzhledu. U webových stránek platí tzv. Pravidlo deseti sekund, to znamená, že webové stránky musejí zaujmout pozornost, případně nabídnout požadované informace do 10 sekund od chvíle, kdy vstoupí na stránku (Freeman, 2008, s. 24).

Cílem designu webu není ohromit zákazníky skvělou prezentací s nepřeborným množstvím grafických vymožeností, ale především:

- zvýšit použitelnost stránek,
- umožnit návštěvníkovi rychle a snadněji dosahovat cílů jeho návštěvy,
- zvýšit uživatelský zážitek z používání webu,
- budovat značku v prostorách Internetu (Plotěný, 2005, s. 57).

Nároky na vzhled stránek jsou v mnoha ohledech vysoké, neoptimalizovaný vzhled přináší majiteli stránek vysoké náklady na provoz a správu, uživatelům zase dlouhé prodlevy v načítání, a ne příliš pozitivní uživatelský zážitek. Na druhou stranu, příliš optimalizované webové stránky mohou taktéž přinášet negativní uživatelský prožitek. Celkově by se mělo jednat o mix požadavků, které jsou uvedeny na obrázku níže (Adaptic, 2019).

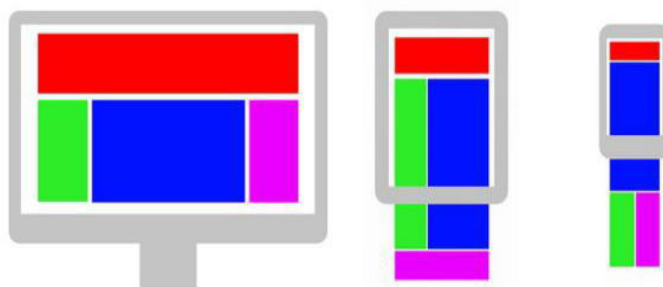
Obrázek č. 1 – Požadavky na webovou grafiku



Zdroj: Adaptic (2019)

V dnešní době se zobrazování stránek přenáší z čistě počítačového prostředí do mobilních telefonů, tabletů, chytrých televizorů a dalších zařízení, proto je důležité dodržovat tzv. responzivní design, to jest rozpoznávání zobrazovacího zařízení a volby zobrazení tomu příslušnému. Obrázek níže popisuje princip responzivního webu (Novák, 2018).

Obrázek č. 2 – Responzivní design



Zdroj: Novák (2018)

5.2.5 RYCHLOST NAČÍTÁNÍ

Pomalé vykreslování stránek je zpravidla způsobeno zpožděním serveru nebo nadměrným využitím widgetů, nikoliv velkými obrázky. Rychlost načítání, jinými slovy doba odezvy je stejně důležitá, jako kdykoliv předtím, protože reakce je základní pravidlo designu uživatelského rozhraní poháněné lidským chťičem. Pohotový uživatelský zážitek je okouzující, avšak několika sekundové zpoždění stačí k vytvoření nepříjemného uživatelského zážitku. Při pomalém načítání každé stránky je možné ztratit až polovinu návštěvníků (Nielsen, 2010).

Limity doby odezvy můžeme rozdělit na 3 časové limity:

- 0,1 sekundy – dává pocit okamžité odezvy, tato úroveň odezvy je nezbytná k podpoře pocitu přímé manipulace,
- 1 sekunda – uživatelé mohou zaznamenat drobné zpoždění s vědomím, že počítač generuje výsledek, stále mají pocit příjemného uživatelského zážitku, ale mají pocit volného pohybu na webu, bez čekání.
- 10 sekund – od 1 do 10 sekund mají uživatelé pocit zdržení ze strany webových stránek, přejí si, aby to bylo rychlejší, ale zvládnou to. Po 10

sekundách začínají přemýšlet o jiných věcech a je těžké navrátit myšlenky zpět k obsahu webových stránek. Zde se potvrzuje dříve zmíněné Pravidlo deseti sekund (Nielsen, 2010).

5.2.6 ZPŮSOB PROPAGACE

Propagace webu je základním předpokladem úspěchu, neboť generovat nově přichozí návštěvníky a tím rostoucí návštěvnost je bez využití propagačních (marketingových) nástrojů nemožné. Pokud požadujeme, aby stránky někdo navštěvoval, tak o nich také musí vědět. Nástrojů pro propagaci webu je celá řada, přičemž způsoby nezbytného minima můžeme rozdělit do tří základních pilířů.

První pilíř obsahuje základní minimum, které by měl udělat každý vlastník webových stránek, obsahuje tedy základní optimalizaci obsahu pro webové prohlížeče, která je zaměřena na relevantní klíčové fráze objevující se v textu a propagaci webu na sociálních sítích. Ve druhém pilíři jsou techniky aktivní propagace, jenž obsahují reklamu na sociálních sítích, informace e-mailem a odpovědi v diskuzních fórech. Třetí pilíř je zaměřen na propagaci pro pokročilé uživatele, zde nalezneme metodu tiskových zpráv, tedy klasické PR (Řezníček, Procházka, 2014, s. 126-128).

Podrobnějším zkoumáním způsobů propagace webových stránek získáme rozpad na sedm jednotlivých samostatných okruhů:

- vyhledávače – generují cílenou návštěvnost, kterou lze zvyšovat pomocí optimalizace a prací s klíčovými slovy,
- odkazy – rozšíření povědomí o webu pomocí všeobecných katalogů stránek, výměny odkazů mezi weby, umístění odkazu na hojně navštěvované weby, odkazování od uznávaných kapacit či institucí z oboru,
- sociální média – v současné době jsou sociální média úspěšnou platformou, na které lze propagovat a která nabízí velké množství uživatelů různých věkových kategorií,
- offline propagace – propagování webových stránek v televizní inzerci, tisku, rádiu, výstavách a veletrzích,

- e-mailová propagace – elektronickou korespondenci lze využít k distribuci tiskových zpráv a newsletterů,
- placená reklama – zde se nabízí výběr z mnoha variant a způsobů placené propagace, např. placená reklama na Facebooku a jiných webech ve formě postranní lišty s reklamou (Altaxo, 2015).

6 ANALÝZA WEBOVÝCH STRÁNEK

Analýza webových stránek je proces, při kterém dochází ke kompletnímu zhodnocení stávajícího stavu webu a posouzení různými analytickými metodami. Výsledkem analýzy je souhrn silných a slabých stránek, výčet nejzásadnějších nedostatků a návrhy na opatření směřující ke zlepšení stavu stránek. Analýza webových stránek nemá předem stanovenou fázi, ale doporučuje se provádět před samotnou tvorbou, následně během tvorby, a i v případě, že webové stránky nepřinášejí další užitek, tedy během chodu. Je milné se domnívat, že je možné analýzu vykonat pouze jednou za celé období funkčnosti webových stránek, naopak, je žádoucí provádět analytickou činnost webu v pravidelných intervalech (Štrupl, 2008, s. 8).

Mezi nejvíce využívané analýzy webových stránek řadíme analýzu použitelnosti, kterou hodnotíme, zdali návštěvníci webu našli veškeré informace, které hledali, a dobře se orientovali, další je analýza přístupnosti, která uvádí míru použitelnosti pro lidi s handicapem (sluchové vady, zrakové vady, apod.). Na třetí pozici řadíme analýzu SEO, která zjišťuje pozici webových stránek, vzhledem k umístění ve výsledcích vyhledávání internetových vyhledávačů (Tovarna, 2019).

Poslední využívanou analýzou je analýza návštěvnosti, která sleduje množství návštěvníků, které stránky navštíví, jaké bylo jejich chování, ale například také na jakém zařízení stránky navštívili (Heczko, 2015, s. 12).

6.1 ANALÝZA POUŽITELNOSTI

Analýza použitelnosti je vhodným nástrojem pro identifikaci nedostatků webových stránek, které mohou přinášet případným návštěvníkům problémy v jejich interakci s použitím webových stránek. Snadná použitelnost webových stránek je prvním předpokladem k tomu, aby se návštěvníci na dané stránky vraceli (Dobryweb, 2019).

6.1.1 HEURISTICKÉ TESTOVÁNÍ POUŽITELNOSTI

Použitelnost webových stránek je ve své podstatě soubor obecně závazných pravidel, tedy v případě heuristické analýzy jde o posouzení dodržování webových standardů odborníkem, který porovnává aktuální stav s celým seznamem. Výsledkem je detailní

zpráva, která popisuje nalezené chyby a zároveň dává rady pro jejich odstranění. Heuristické testování pomůže identifikovat až 80 % nejčastějších webových chyb, ve vztahu k použitelnosti (Adaptic, 2019).

6.1.2 UŽIVATELSKÉ TESTOVÁNÍ POUŽITELNOSTI

Uživatelské testování následuje po heuristickém testování, kdy již heuristika nevytváří přidanou hodnotu. Účelem tohoto testování je odstranění drobnějších nedostatků, které jsou složitě odhalitelné, ale stále jich na webu může být velké množství. Uživatelské testování spočívá ve vytvoření jednotlivých scénářů webových interakcí a jejich rozdělení mezi skupinu běžných uživatelů (zpravidla 3-12). Celý tento postup je sledován odborníky, zaznamenávám a následně vyhodnocen (Adaptic, 2019).

6.2 ANALÝZA PŘÍSTUPNOSTI

Analýzou přístupnosti zjistíme, zdali jsou webové stránky použitelné všem návštěvníkům, kteří se na web dostanou, s ohledem na jejich postižení, znalosti, dovednosti, schopnosti a softwarové či hardwarové vybavení (Štrupl, 2008, s. 35).

Pravidla přístupného webu na základě, kterých se následně provádí analýza upravuje mezinárodní norma W3C WCAG 2.1 a v České republice zákon č. 365/2000 Sb., zákon o informačních systémech a o změně některých dalších zákonů v souvislosti se zákonem č. 81/2005 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) (Heczko, 2015, s. 13).

6.2.1 UŽIVATELSKÉ TESTOVÁNÍ PŘÍSTUPNOSTI

Uživatelské testování nabízí dvě úrovně testování, testování webových stránek za účasti handicapovaných osob, nebo testování webových stránek s navozeným handicapem (tedy simulace omezení). Testování pomocí uměle vytvořených omezení je vzhledem k použití častější, nejčastějšími simulacemi je vypínání zobrazení obrázků, vypnutí aktivních prvků webových stránek, testování ovladatelnosti webu za pomoci klávesnice, změna velikosti použitého fontu, zapnutí režimu vysokého

kontrastu, případně změna velikosti okna a rozlišení obrazovky. Na základě těchto simulačních kroků by nemělo docházet ke ztrátě informační hodnoty webových stránek. Celý proces je stejně, jako v případě testování použitelnosti zaznamenáván a následně vyhodnocován (Štrupl, 2008, s. 37).

6.2.2 TESTOVÁNÍ PŘÍSTUPNOSTI AUTOMATICKÝMI NÁSTROJI

Automatické nástroje analýzy přístupnosti nám pomáhají celý proces testování zautomatizovat, principem této metody je zadání webové adresy, u které požadujeme provést analýzu přístupnosti a program se postará o následné vyhodnocení. Příkladem nástroje, pro již zmíněnou analýzu může být Cynthia Says[™], jenž zatím nepodporuje nejnovější normu WCAG 2.1, ale předchází 2.0 (Heczko, 2015, s. 13).

6.3 ANALÝZA SEO

Nezbytnou analýzou je analýza SEO⁹, která zjišťuje pozici v internetových vyhledávacích a na základě které, je možné stránky upravit vhodným způsobem pro automatické zpracování roboty internetových vyhledávačů, s cílem umístit se na předních příčkách vyhledávání a tím spojené vyšší návštěvnosti stránek (Adaptic, 2019).

SEO analýzou se zaměřujeme na faktory ovlivňující pozici umístění ve výsledcích vyhledávání, rozdělení podle kritérií je následující:

- vzájemná poloha nalezených slov (u hledaných víceslovných frází),
- umístění nalezených slov (poloha v dokumentu),
- umístění fráze nebo hledaného slova v titulku stránky, metaznačce Description, nadpisech,
- podle váhy stránky v očích vyhledávače (rank),
- na základě počtu odkazů na stránky a kvality těchto odkazů (Kubiček, 2010, s. 61).

⁹ SEO – Search Engine Optimization (Optimalizace pro vyhledávače)

6.4 ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI

Analýzou návštěvnosti zjišťujeme informace o návštěvnících webových stránek. Přínosem této analýzy jsou informace o tom, jací návštěvníci navštěvují stránky a odkud přicházejí, informace co na webu hledají a dělají, jak dlouho tráví čas na jednotlivých stránkách/podstránkách. Dále získáme přesné počty návštěvníků, posoudíme přínos optimalizace pro vyhledávače a posoudíme přístupnost a použitelnost stránek (Procházka, 2012, s. 31).

Vzhledem k předchozí SEO analýze nám analýza návštěvnosti pomůže rozdělit návštěvnost webu na cílenou a náhodou, což bude nápomocné k SEO optimalizaci. K analýze návštěvnosti je potřebné zvolit analytický nástroj, který nám zpravidla poskytne dodavatel třetí strany. Vhodným nástrojem pro velmi detailní analýzy je nástroj Google Analytics od společnosti Google, který je poskytován bezplatně (Procházka, 2012, s. 33).

6.5 EXTERNÍ NÁSTROJE PRO WEBOVOU ANALÝZU

Externí nástroje umožňují snadnou implementaci v rámci webových stránek a zpravidla bývají poskytovány zdarma. Mezi nejběžnější nástroje se řadí Navrcholu.cz, Toplist a Google Analytics (Kubíček, 2010, s. 271).

6.5.1 NAVRCHOLU.CZ & TOPLIST

Za zmínku stojí nejznámější české analytické nástroje Navrcholu.cz a Toplist. Výhodou Navrcholu.cz je lokalizace v českém jazyce a široké množství nabízených statistik – počet návštěv, počet zobrazených stránek, počet aktivních návštěvníků, odkud lidé přicházejí na stránky atd. Veškeré údaje jsou zpracovávány do tabulek a grafů. Navrcholu.cz nabízí 3 varianty tarifů, které se liší v rozsahu poskytovaných služeb a případní zájemci o analytiku si mohou zvolit dle vlastního uvážení (Navrcholu, 2019).

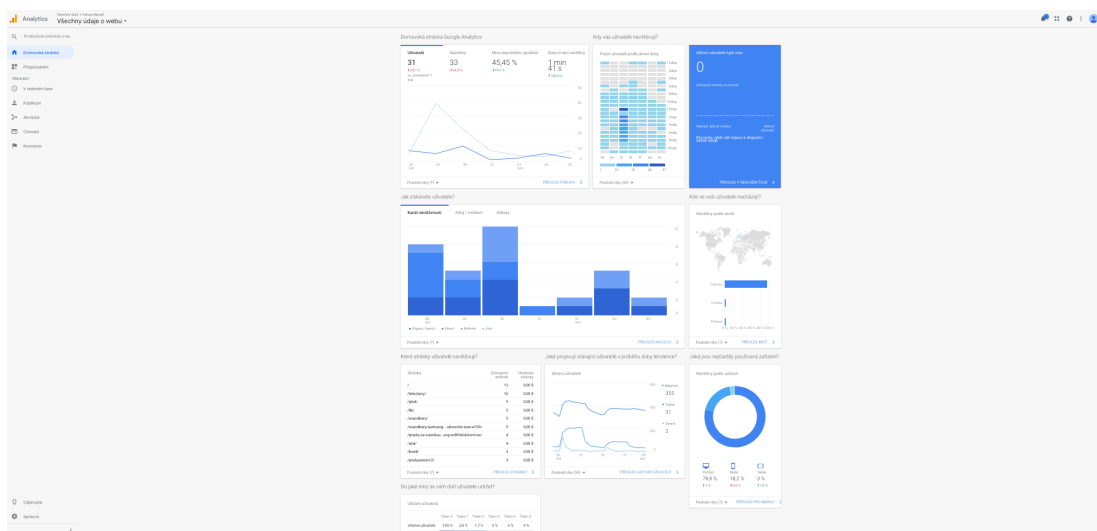
Toplist je taktéž lokalizován do češtiny a nabízí tři druhy statistik – měření návštěvnosti (rozlišení monitorů, použité prohlížeče, operační systémy, z jakých stránek návštěvníci přicházejí, země původu a další), žebříček návštěvnosti a počítadlo

návštěvnosti, které zobrazuje celkovou, týdenní, denní a aktuální návštěvnost webových stránek. Vše je poskytováno zcela zdarma (O Toplist, 2019).

6.5.2 GOOGLE ANALYTICS

Mnohem propracovanějším nástrojem je Google Analytics od společnosti Google. Služba nabízí mnoho různých přehledů, detailů a statistiky, které jsou určené pro širokou škálu majitelů webových stránek. Výhodou tohoto nástroje je poskytování zcela zdarma, jedinou podmínky pro využití je registrace skrze Google účet. Hlavní přehledovou stránku Google Analytics uvádím na obrázku níže. Mezi nejzajímavější a zároveň nejužívanější přehledy patří přehled návštěvnosti, doba strávená na stránce, mapa přístupů a zdroje přístupů (Kubíček, 2010).

Obrázek č. 3 – Titulní strana Google Analytics



Zdroj: Google Analytics (2019)

PRAKTICKÁ ČÁST

7 ANALÝZA WEBOVÝCH STRÁNEK INSTITUTU VZDĚLÁVÁNÍ A PORADENSTVÍ ČZU V PRAZE

Cílem praktické části bakalářské práce je vyhodnotit funkčnost webových stránek Institutu vzdělávání a poradenství ČZU v Praze (Česká zemědělská univerzita, 2018) ze dvou pohledů, prvním pohledem je pohled autora bakalářské práce vyhodnocený pomocí nástroje autoevaluační asistent (Neumajer, 2007), dle kterého lze vyhodnotit kvalitu webových stránek vzdělávacích institucí. Dále pohled uživatelů samotných webových stránek. Pohled uživatelů webových stránek byl získán na základě vyplnění dotazníku, který je v této části práce interpretován a je nedílnou součástí bakalářské práce.

Webové stránky byly posouzeny z hlediska jejich obsahu, poskytovaných informací, aktualizace, validity informací, webdesignu a orientace uživatele v prostředí stránek.

Na základě zjištěných analytických poznatků jsou doporučeny opatření na zlepšení aktuálního stavu webových stránek, která mohou být využita v praxi.

8 ANALÝZA WEBOVÝCH STRÁNEK AUTOEVALUAČNÍM ASISTENTEM

Analýza webových stránek z pohledu autora bakalářské práce byla provedena pomocí autoevaluačního nástroje, na již zmíněných webových stránkách. Celý proces se skládá z dvaceti jednotlivých kroků a výsledkem procesu evaluace je hodnocení obsahu, provedení, nastavení procesů k zajištění dlouhodobé funkčnosti a validity podávaných informací na webových stránkách, včetně shrnutí silných a slabých stránek. Hodnotící atributy jednotlivých sekcí jsou k nahlédnutí na téže stránce, jako samotný autoevaluační asistent.

8.1 OBSAH A POSKYTOVANÉ INFORMACE

8.1.1 KONTAKTNÍ INFORMACE NA TITULNÍ STRÁNCE

Webové stránky IVP na titulní stránce obsahují veškeré kontaktní a identifikační údaje, dle kterých je možné jednoznačně identifikovat a kontaktovat vedení instituce. Hodnoceno pěti body.

8.1.2 PŘEDSTAVENÍ INSTITUCE

Představení instituce je prezentováno pomocí stručných informací a nachází se přehledně v jedné sekci stránek. Jediné, co vzhledem k požadavkům na tento bod není možné dohledat je celkový počet studentů a tříd. Hodnoceno čtyřmi body.

8.1.3 ŠKOLNÍ VZDĚLÁVACÍ PROGRAM

Tato kritérium není relevantní pro hodnocení vysokoškolské instituce, z tohoto důvodu ohodnoceno pěti body

8.1.4 DŮLEŽITÉ TERMÍNY AKADEMICKÉHO ROKU, PLÁN AKCÍ

Všechny důležité termíny jsou přehledně zobrazovány pomocí harmonogramu a je možné se dozvědět základní informace. Bližší informace jsou přehledně zveřejňovány

pomocí kalendáře s vyznačením jednotlivých akcí, avšak jedná se o společné akce pro ČZU. Hodnoceno čtyřmi body.

8.1.5 VÝSLEDKY HODNOCENÍ

Na webových stránkách jsou zveřejňovány pouze fragmenty hodnocení výsledků instituce, zde je možné vidět potenciál pro zlepšení zveřejňování výsledků testování. Hodnoceno třemi body.

8.1.6 STUDENTSKÉ PRÁCE

Stránky obsahují výstupy ze studentských činností, jsou pravidelně aktualizovány a obsahují multiformátové prvky (obrázky, texty, grafiku atd.). Hodnoceno pěti body.

8.1.7 FOTOGRAFIE

Instituce vhodně využívá fotografie z různých akcí, událostí a mnoho dalších, zároveň vždy podporují dané sdělení a vhodně oživují vzhled webových stránek. Vždy jsou v patřičném rozměru, aby nezabíraly moc místa. Nutno zmínit, že ne všechny fotografie jsou přímo ze zázemí dané instituce, ale vzhledem k povaze IVP je toto považováno za žádoucí. Hodnoceno pěti body.

8.1.8 KOMUNIKACE, INTERAKTIVITA A ZPĚTNÁ VAZBA

Kontakty na zaměstnance IVP je možné dohledat skrze vyhledávací formulář umístěný v sekci kontakty, který je společný pro všechny fakulty ČZU. V jednotlivých sekcích stránek IVP se nacházejí pouze předem dané osoby, vztahující se k danému tématu. Vyjadřování názoru, či případná komunikace pomocí elektronické formy (fórum, kniha přání a stížností atp.) není na webových stránkách dostupná. Hodnoceno třemi body.

8.1.9 PŘIHLÁŠENÍ K ODBĚRU INFORMACÍ

Možnost přihlášení RSS feedu stránky nenabízejí. Důležité informace, novinky a upozornění jsou rozesílány pomocí studijního oddělení skrze elektronickou poštu na e-mailovou adresu studenta. Hodnoceno třemi body.

8.2 PUBLIKOVÁNÍ NA INTERNETU

8.2.1 PUBLIKOVÁNÍ OBSAHU

Z pohledu autora bakalářské práce není možné toto hodnotit, pouze lze vyvodit z jednotlivých uveřejněných příspěvků, že vzhledem k rozličným podpisům u daných článků se jedná o více přispěvatelů, nikoliv o jedinou osobu. Hodnoceno pěti body z důvodu zachování objektivit celé analýzy.

8.2.2 REDAKČNÍ RADA

Stejně jako v předchozím případě není toto možné hodnotit z pohledu autora. Hodnoceno pěti body z důvodu zachování objektivit celé analýzy.

8.2.3 AKTUALIZACE A ZAŘAZOVÁNÍ NOVINEK

Změny webových stránek probíhají často, novinky jsou zřetelně označovány na předních místech a je známo datum jejich uveřejnění. Novinky se vždy vztahují k aktuálnímu dění na IVP. Hodnoceno pěti body.

8.2.4 FREKVENCE REVIZÍ A VALIDITA INFORMACÍ

Stránky se zdají býti kontrolovány tak, aby nedocházelo k uveřejňování zastaralých informací, nicméně se zde nacházejí neaktuální informace z roku 2016. Hodnoceno čtyřmi body.

8.3 WEBDESIGN

8.3.1 POUŽITELNOST

Na webových stránkách se dobře orientuje, po navštívení je snadno pochopitelné jejich uspořádání a způsob ovládání. Kompletní webové stránky IVP využívají jednotnou navigaci a celkové grafické zpracování odpovídá zaměření webových stránek na vzdělávací instituci. Hodnoceno pěti body.

8.3.2 PŘÍSTUPNOST

Obsah webových stránek je dostupný na různých zařízeních např. mobilním telefonem, tabletu, počítači, televizoru a jejich obsah je vždy zobrazován správně. Stránky jsou ovladatelné z klávesnice, nabízejí možnost jednoduché změny jazyka. Na základě vyhodnocení nástrojem Cynthia SaysTM (CynthiaSays, 2015) nejsou webové stránky v souladu s webovým standardem WCAG 2.0. Zvětšování velikosti textu působí grafické nepohodlí. Hodnoceno třemi body.

8.4 BEZPEČNOST A LEGISLATIVA

8.4.1 BEZPEČNOST

Webové stránky neobsahují citlivé údaje studentů a jsou v souladu se zákonem GDPR. Odkazy umístění na webových stránkách IVP nepřesměřovávají na nebezpečné stránky. Hodnoceno pěti body.

8.4.2 AUTORSKÉ PRÁVO

Webové stránky se zdají být v souladu vzhledem k dodržování autorského práva, z pohledu autora bakalářské práce není možné plně posoudit, v rámci zachování objektivit analýzy je tato sekce hodnocena pěti body.

8.4.3 SVOBODNÝ PŘÍSTUP K INFORMACÍM

Z pohledu autora bakalářské práce se zdají webové stránky v souladu se svobodným přístupem k informacím. Hodnoceno pěti body.

8.5 BONUSY A PENALIZACE

Kritéria této sekce jsou v případě autoevaluačního asistenta:

- nefunkční odkazy,
- nedokončené stránky,
- indexace ve vyhledávačích – stránky splňují,
- přístup do informačního systému – stránky splňují,
- doména,
- reklama,
- rušivé elementy,
- regionální pospolitost – stránky splňují,
- e-learning – stránky splňují,
- cizojazyčná verze – stránky splňují,
- modulární systém – stránky splňují.

Závěrem analýzy je konstatování výborné webové prezentace, která může být inspirací pro tvorbu webových stránek dalších vzdělávacích institucí. Vyloženě slabé stránky nejsou nalezeny, mezi silné stránky se řadí jednotlivé body analýzy, které byly hodnoceny známkou čtyři a výše.

9 ANALÝZA WEBOVÝCH STRÁNEK DOTAZNÍKOVOU METODOU

Pro vyhodnocení funkčnosti webových stránek IVP jsem zvolil formu on-line dotazníku pomocí webového nástroje Survio (Survio, 2019). Dotazníkové šetření jsem připravil tak, aby byly co nejvíce zaměřeny na zjištění kvality webových stránek z pohledu samotných uživatelů. Otázky byly zvoleny formou uzavřených, ale i otevřených, přičemž jsem se snažil zformulovat znění otázek co nejpřesněji, aby měly nejvyšší vypovídající hodnotu, vzhledem k případným následným návrhům na zlepšení webových stránek.

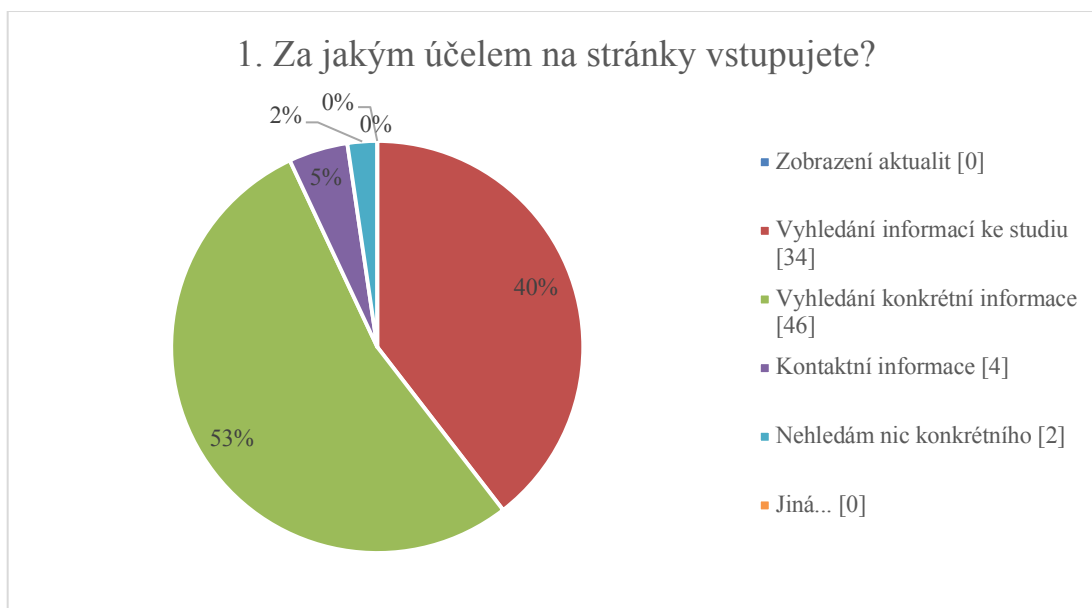
9.1 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU

Sběr dat prostřednictvím dotazníku byl prováděn od 31. ledna do 10. února 2019. Sdílené dotazníku mezi respondenty bylo zajištěno hromadným e-mailem na studenty IVP, prostřednictvím studijního oddělení. Během tohoto období bylo získáno celkem 87 odpovědí. Jednotlivé výsledky daných otázek budou prezentovány níže.

1. Za jakým účelem na stránky vstupujete?

Dotazníková položka č. 1 zjišťovala účel návštěvy webových stránek respondenty. Z výsledků vyplývá, že nadpoloviční většina všech respondentů odpověděla ve smyslu návštěvy webových stránek za účelem vyhledání konkrétní informace, celkově 46 osob. S cílem vyhledání informací ke studiu bylo získáno 34 responzí. Pouze 4 osoby navštěvují stránky z důvodu kontaktních informací a pouze 2 osoby prochází stránky bez konkrétního cíle. Zajímavé je, že žádný respondent nevyhledává jiné informace, ba dokonce nehledají aktuality z dění instituce.

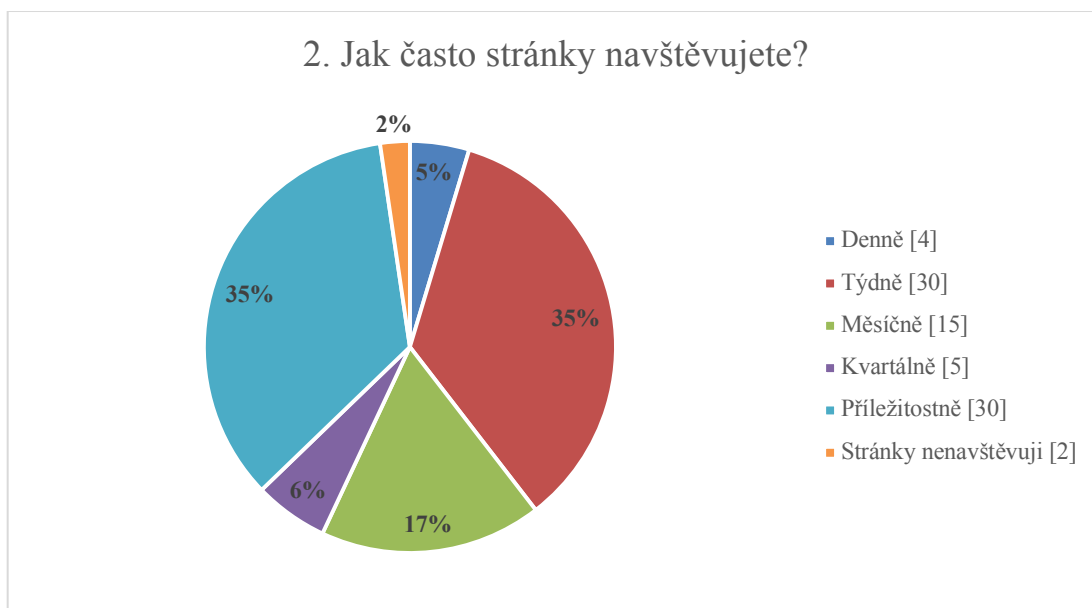
Graf č. 1 – Výsledky položky č. 1



2. Jak často stránky navštěvujete?

Dotazníková položka č. 2 se zaměřovala na frekvenci návštěvnosti. Z pohledu návštěvnosti stránky bylo zjištěno, že stejné množství respondentů (30) navštěvuje stránky týdně, nebo příležitostně. Druhou nejčastější frekvencí je měsíční navštěvování (15). 5 respondentů navštěvuje stránky v kvartální periodě. Čtyři respondenti zvolili odpověď denně a pouze dvě osoby byly na stránkách prvně, neb odpověděli, že stránky nenavštěvují.

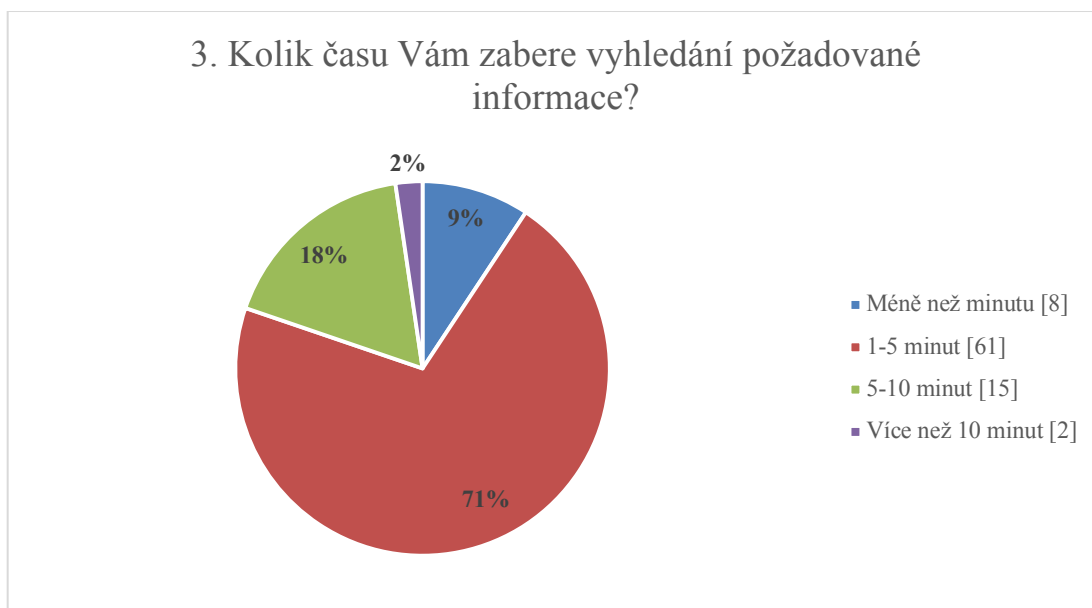
Graf č. 2 – Výsledky položky č. 2



3. Kolik času Vám zabere vyhledání požadované informace?

Dotazníková položka č. 3 zjišťovala časový rámec vyhledání informace od návštěvy webových stránek IVP. Celkově 61 respondentům zabere vyhledání požadované informace 1 až 5 minut. Delší časový interval vyhledávání, tedy mezi 5 až 10 minutami zabere 15 respondentům. 8 z celkově odpovídajících je dokonce schopné vyhledat již za méně než minutu a pouze 2 respondenti vyhledávají více než 10 minut.

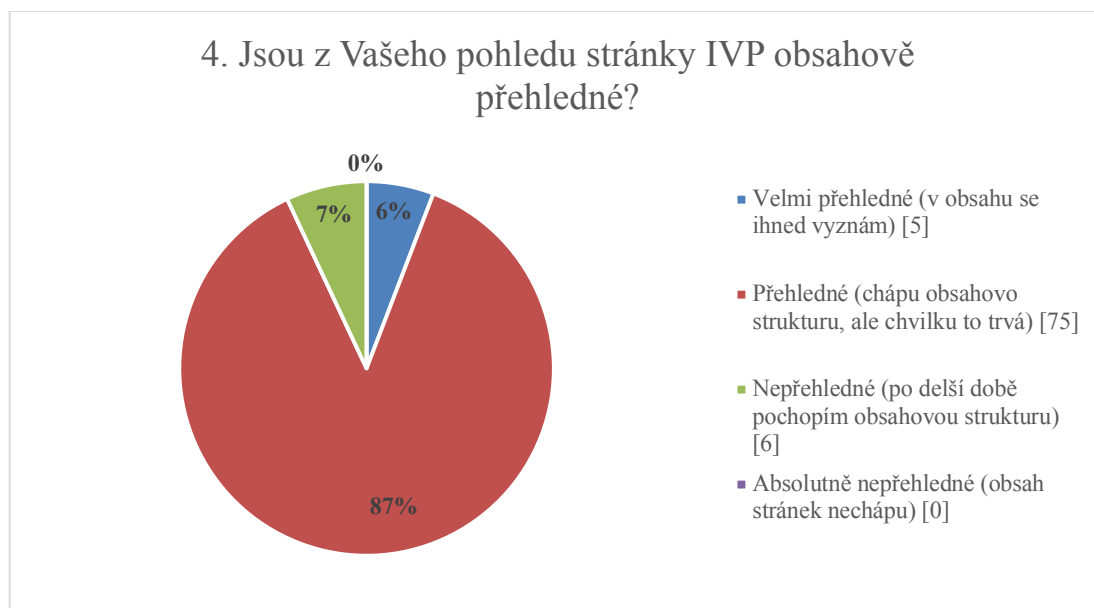
Graf č. 3 – Výsledky položky č. 3



4. Jsou z Vašeho pohledu stránky IVP obsahově přehledné?

Dotazníková položka č. 4 byla zaměřena na zjištění názoru na přehlednost webových stránek po obsahové stránce. Z výsledků je patrné, že pro převážnou většinu jsou stránky přehledné (75). 5 osob ze všech dotázaných zvolilo možnost velmi přehledné a pouze 6 respondentů odpovědělo, že stránky jsou nepřehledné, načež se jejich odpověď dále rozváděla v následující otázce.

Graf č. 4 – Výsledky položky č. 4



5. V případě, že jste v předchozí otázce uvedli možnost nepřehledné / absolutně nepřehledné, uveďte proč?

Dotazníková položka č. 5 zjišťovala bližší zpětnou vazbu metodou otevřené otázky. Pouze 6 respondentů uvedlo zdůvodnění své předchozí volby. První respondent uvádí, že webové stránky mají matoucí obsah, nepřesné nasměrování a nelogické seřazení témat. Druhý z respondentů odpověděl, že často nemůže vyhledat požadované informace, nebo informace chybí úplně. Třetí respondent uvádí, že měl při první návštěvě problém vyhledat obory, které IVP nabízí, ale nyní se již orientuje. Čtvrtý respondent uvádí problém s neintuitivními stránkami, často vyhledává informace na jiném místě, než se na webových stránkách nalézají. Pátý respondent uvádí, že se mu stránky po vizuální stránce moc líbí, pokud ovšem chce vyhledat konkrétní informaci, většinou nakonec otevírá nahodilé odkazy a k tomu stránku s UIS, zdali se informace nedají najít tam. Jako uchazeč o studium respondent všechny potřebné informace našel, ale konkrétní informace při studiu už nachází těžce, dále uvádí, že na stránkách je mnoho zajímavých PR věcí, ale informace pro studenty jsou dosti ukryté. Poslední respondent uvádí, mnoho proklikávání a dále nerozvádí tento názor.

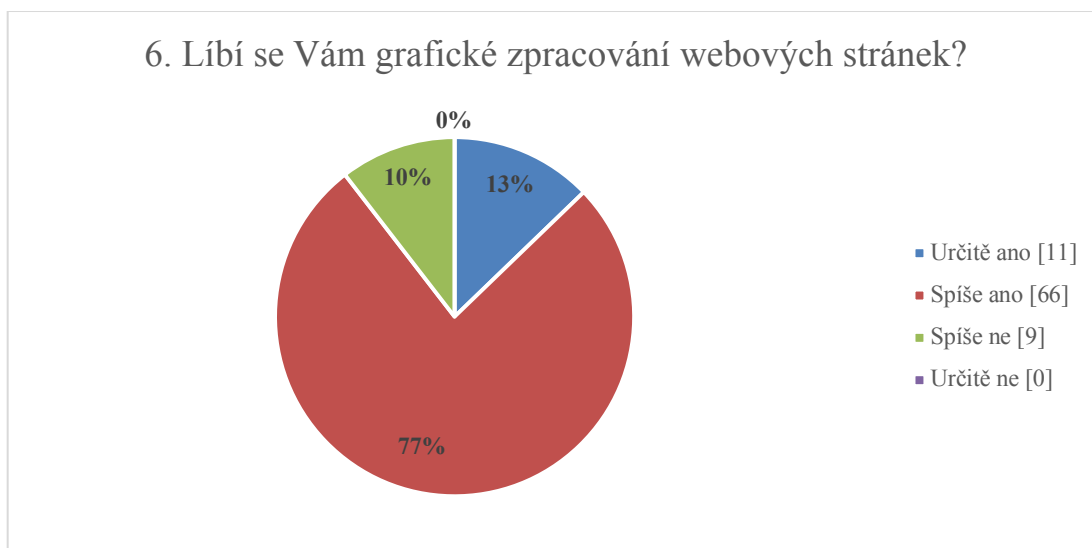
Tabulka č. 1 – Výsledky položky č. 5

5. V případě, že jste v předchozí otázce uvedli možnost NEPŘEHLEDNÉ / ABSOLUTNĚ NEPŘEHLEDNÉ, uveďte proč? [6]
⇒ Matoucí obsah, nepřesné nasměrování, nelogické seřazení témat.
⇒ Často nemohu najít požadovanou informaci, nebo informace chybí úplně.
⇒ Nyní se již orientuji, ale při první návštěvě jsem těžko hledala obory, které IVP nabízí.
⇒ Stránky jsou dost neintuitivní. Většinu věcí hledám jinde, než kde jsou.
⇒ Stránky se mi po vizuální stránce moc líbí. Pokud ovšem chci vyhledat nějakou konkrétní informaci, většinou nakonec otevírám nahodile odkazy a ještě si otevřu stránku s UIS, jestli se informace nedá najít tam. Jako uchazeč o studium jsem všechny potřebné informace našla, pro konkrétní info při studiu už těžce. Na stránkách je spousta zajímavých PR věcí, ale info pro studenty dost ukryté. Je to ovšem pouze můj názor, který jsem s nikým nekonzultovala a ostatní mohou mít jiný pocit.
⇒ Moc proklikávání.

6. Líbí se Vám grafické zpracování webových stránek?

Dotazníková položka č. 6 zjišťovala názor respondentů na webové stránky s ohledem na grafické zpracování. Z výsledků vyplývá, že 77 všech dotázaných se líbí grafické zpracování, pouze 9 respondentů zvolilo negativní odpověď ve smyslu, spíše ne. Bližší odpovědi na negativní odpověď bylo možné rozvést v následující otázce.

Graf č. 5 – Výsledky položky č. 6



7. Pokud se Vám grafické zpracování nelíbí, uveďte důvody.

Dotazníková položka č. 7 zjišťovala zpětnou vazbu formou otevřené otázky na grafické zpracování webových stránek. Pouze 5 respondentů blíže rozvedlo jejich předchozí negativní odpověď, bohužel celkem stručně. Získány byly volné odpovědi: stránky přijdou zastaralé, graficky spíše nezajímavé, dále, že se nelíbí úhlednost, jsou spíše nezajímavé a v poslední řadě se nelíbí jednoduchost, modernost a tvarová strohost.

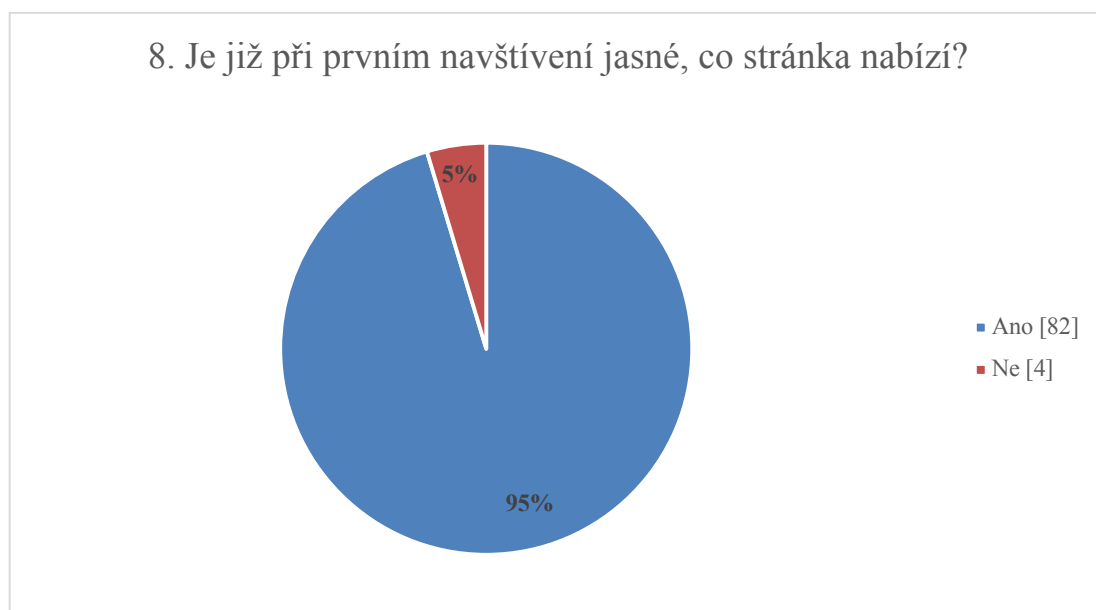
Tabulka č. 2 – Výsledky otázky č. 7

7. Pokud se Vám grafické zpracování nelíbí, uveďte důvod/y. [5]
⇒ Půjde mi trochu zastaralé, graficky spíše nezajímavé.
⇒ Úhlednost.
⇒ Jsou spíše nudné.
⇒ Jednoduchost, modernost.
⇒ Tvarově strohé.

8. Je již při prvním navštívení jasné, co stránka nabízí?

Dotazníková položka č. 7 byla formulována uzavřenou otázkou se zaměřením na zjištění názoru, zdali webové stránky IVP jasně definují jejich účel, tedy webové stránky vzdělávací instituce. Na základě této otázky vyplývá, že je téměř všem respondentům jasné, co stránky nabízejí, pouze 4 respondenti uvedli, volbu ne.

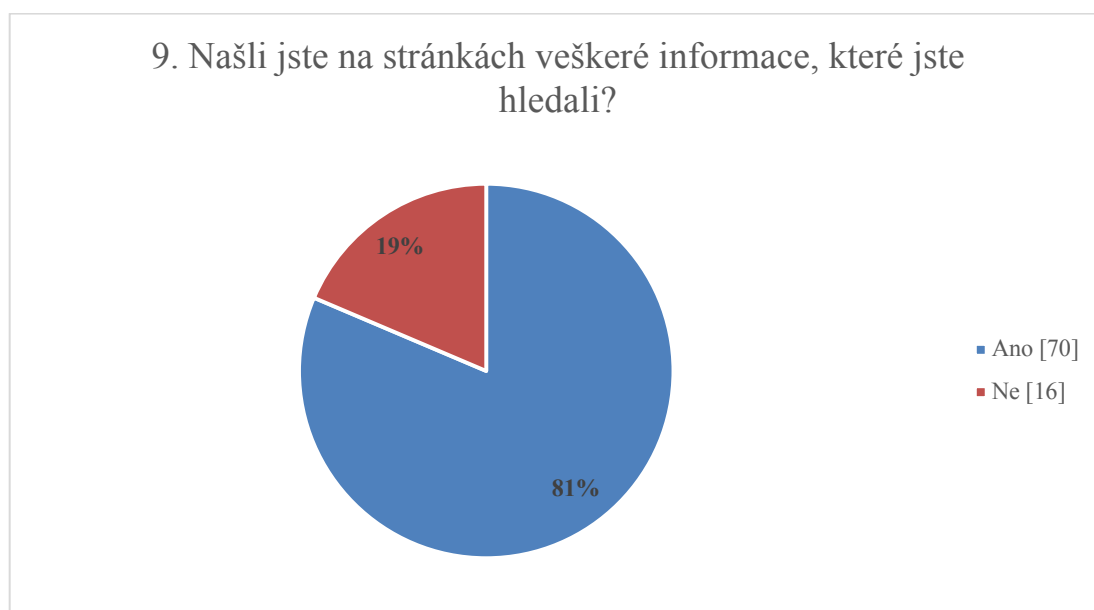
Graf č. 6 – Výsledky položky č. 8



9. Našli jste na stránkách veškeré informace, které jste hledali?

Dotazníková položka č. 9 byla zaměřena na zjištění úspěšnosti vyhledávání požadovaných informací. Otázka byla formulována pomocí uzavřené otázky ano-ne. 70 respondentů uvedlo, že na webových stránkách dokáží vyhledat všechny požadované informace, pouze 16 respondentů uvedlo, že nenalezlo veškeré požadované informace. Bližší rozvedení této otázky, v případě odpovědi ne, je uvedeno v následující otázce.

Graf č. 7 – Výsledky položky č. 9



10. V případě, že jste nenašli, jaké informace Vám chyběly?

Dotazníková položka č. 10 rozváděla předchozí dotazníkovou položku s vyšším detailem, respektive byla položena otevřenou otázkou tak, aby se respondenti mohli více rozepsat a více sloužila k analýze webových stránek. Celkově bylo sesbíráno 11 textových odpovědí s následujícím vyjádřením. První respondent by ocenil ucelenější informace k bakalářským pracím, nikoliv ve smyslu manuálu, jak ji zpracovávat, ale celistvý popis toho, jaké téma zvolit a jakým způsobem si jej zapsat, dále uvádí, že tento respondent je ve 4. semestru a informace z různých zdrojů si v tomto dosti protirečí. Druhý, respondent uvádí, že si již nepamatuje a další taktéž uvádí, že si nepamatuje, ale právě na to, co nenašel, tak se musel doptávat spolužáků.

Čtvrtý uvádí, že mu chybí obsah konkrétních předmětů. Pátý uvedl, že mu chyběly informace k bakalářským pracím jednotlivých oborů. Šestý nedohledal informace k dalšímu studiu. Sedmý uvádí problémy s vyhledáním rozvrhu a konstatuje, že většinu informací nalezne v UIS, sekce portál studenta. Osmého překvapuje množství informací vztahujících se k ČZU, nikoliv k IVP. Devátý si opět nevzpomíná. Desátý nenalezl praktické a užitečné informace o povinné praxi studentů POVK a příručku pro psaní bakalářské práce. Poslední by ocenil viditelněji umístěné kontakty na pedagogické pracovníky.

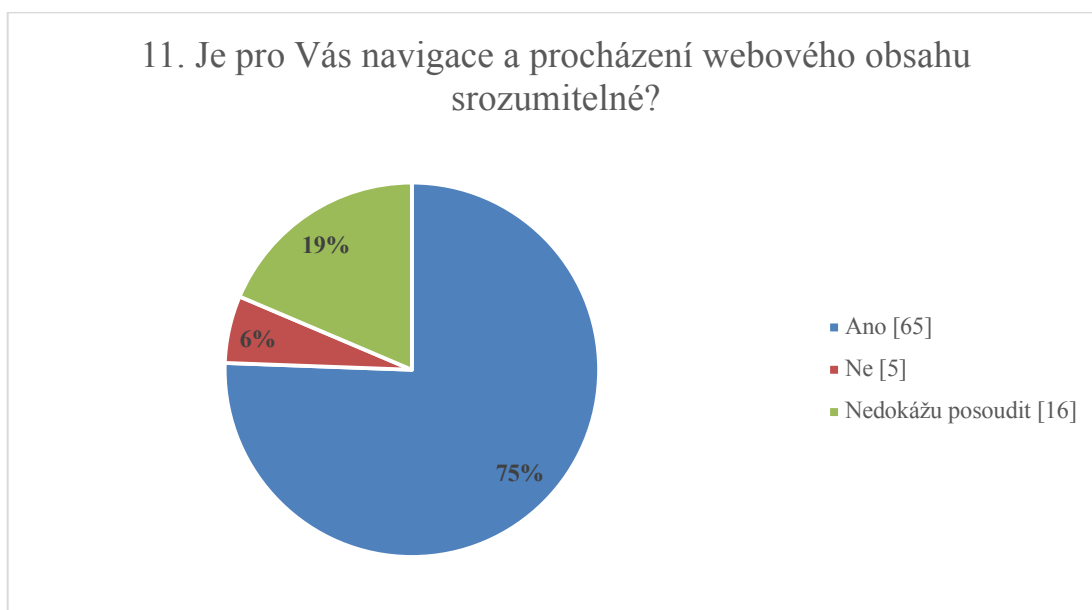
Tabulka č. 3 – Výsledky položky č. 10

10. V případě, že jste nenašli, jaké informace Vám chyběly? [11]
⇒ Ocenila bych ucelenější informace k bakalářským pracím. Nemyslím manuál k tomu, jak psát, ale spíše nějaký celistvý popis toho, jak vůbec zvolit a zapsat téma. Jsem ve 4. semestru a informace z různých stran si zatím dost protiřečí.
⇒ Už si nepamatuji.
⇒ Obsah konkrétních předmětů.
⇒ Už si to nepamatuji, ale vím, že často jsem něco nenašla a musela místo toho na to ptát spolužáků.
⇒ Informace k bakalářským pracím jednotlivých oborů.
⇒ Nemohla jsem dohledat dokumenty k dalšímu studiu.
⇒ Většinu informací, co hledám snadněji najdu v portálu studenta, problém sem měl i se základními věcmi jako je rozvrh.
⇒ Omlouvám se, ale nevzpomínám si konkrétně. Jenom mne vždy překvapí, kolik informací je zde z ČZU. Hledám kokr. info pro IVP, najdu info pro ČZU (Suchdol).
⇒ Bohužel si nevzpomínám.
⇒ Nenašla jsem praktické a užitečné informace ohledně povinné praxe pro studenty POVK, příručka pro psaní BP.
⇒ Bylo by lepší, kdyby kontakty na konkrétní pedagogy byly někde viditelněji.

11. Je pro Vás navigace a procházení webového obsahu srozumitelné?

Dotazníková položka č. 11 se zaměřovala na posouzení navigačních schopností webových stránek. Z výsledků vyplývá, že pro 65 respondentů je navigace a procházení webového obsahu srozumitelné, pouze 5 respondentů uvedlo, že pro ně není navigace a procházení srozumitelné. 16 ze všech respondentů uvádí, že toto hledisko nedokáží posoudit.

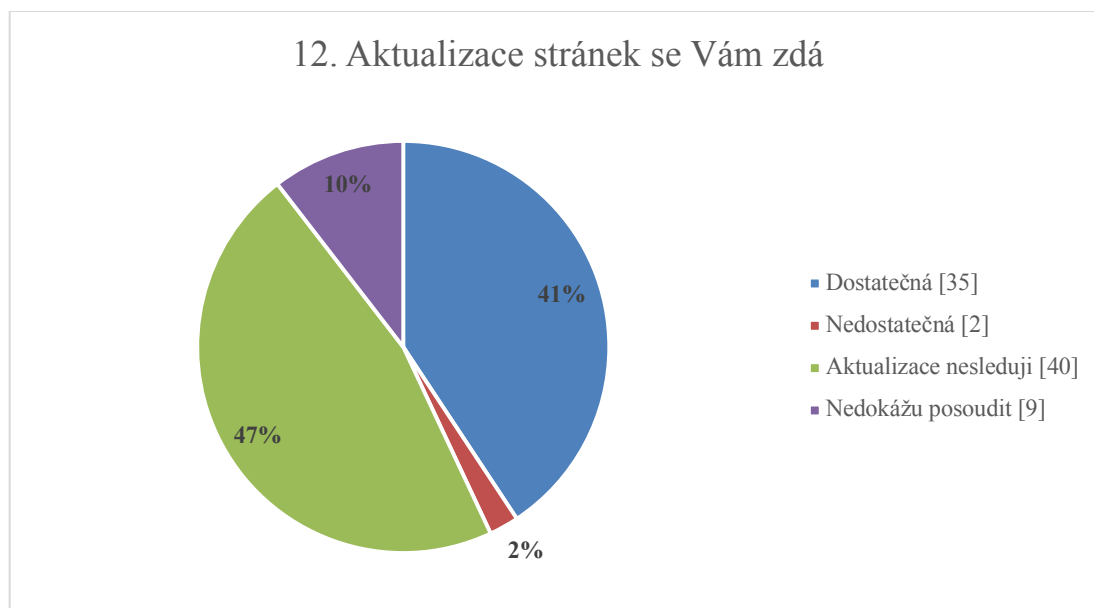
Graf č. 8 – Výsledky položky č. 11



12. Aktualizace se Vám zdá

Dotazníková položka č. 12 zjišťovala uživatelský názor na četnost aktualizací stránek. Z výsledků vyplývá, že 35 respondentům se webové stránky zdají dostatečně aktualizované, pouze 2 respondenti uvedli, že se jim aktualizace zdají nedostatečné. Převážná většina všech respondentů (40) uvedlo, že aktualizace nesleduje a 9 respondentů aktualizace nedokáže posoudit.

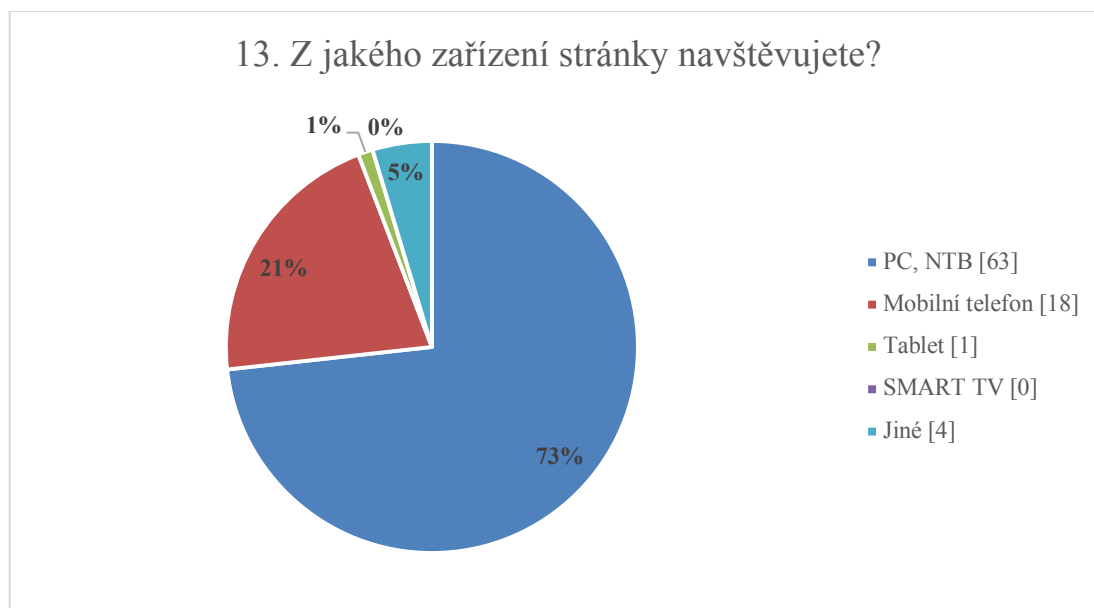
Graf č. 9 – Výsledky položky č. 12



13. Z jakého zařízení stránky navštěvujete?

Dotazníková položka č. 13 byla zaměřena na zjištění materiálního zázemí, které respondenti využívají za účel zobrazení/návštěvy webových stránek IVP. Tato položka může být nápomocná k zajištění responzivity webových stránek vzhledem k rozličným zařízením. Z výsledků je patrné, že nejvyšší počet návštěvníků využívá zařízení počítače, notebook, celkově 63. Druhá největší skupina, s celkovou responzí 18, jsou návštěvy z mobilních telefonů. Nejméně zastoupena je odpověď s volbou tablet, celkově 1. Žádný z respondentů nezvolil možnost návštěv ze zařízení SMART TV. Možnost jiné zvolili 4 respondenti, kteří kombinovali využívaná zařízení: notebook a mobilní telefon, počítač a mobilní telefon, počítač a tablet/telefon.

Graf č. 10 – Výsledky položky č. 13



Tabulka č. 4 – Volné odpovědi položky č. 13

Jiné:
⇒ NTB a mobilní telefon.
⇒ PC a mobilní telefon.
⇒ PC i Tablet/telefon.
⇒ PC i mobil.

14. Prostor pro Vaše doporučení, zpětnou vazbu, komentáře a podněty

Dotazníková položka č. 14 byla stanovena s cílem získat textové podněty pro návrhy a závěr bakalářské práce. Respondenti zanechali v dotazníku následující komentáře:

- Stále na stránkách pracovat a budou dále prospěšné spoustě lidí.
- Jelikož jsem absolventem PEF a stránky celé ČZU jsou v jednotném duchu, nemám problém s orientací na stránkách. Vzhledem k povedenému počínu

studentů s propagačním videem bych doporučila umístit video viditelně na stránce. Samozřejmě nafocení profesionálních fotografií z krásných prostor chuchle i se studenty, by určitě nebylo od věci. Odpočet dnů do konce podávání přihlášek je určitě super. Odkazování na úspěšné absolventy vnímám také velmi pozitivně.

- Dát větší prostor pro IVP na úkor prostoru pro ČZU.
- Jen tak dál.
- Nenalezl jsem na stránkách položku nabízení volná pracovní místa, kariéra, což by mohlo být propojené se stránkou ČZU.
- Jsou krásné a přehledné. Možná do budoucna na přední strany nějaký prolink na propagační video. Případně do budoucna víc vizuálního pohyblivého materiálu (videa) - i když je jasné, že se to odvíjí od finanční stránky.
- Možná by bylo dobré na webových stránkách mít někde na boční liště nejnavštěvovanější data na stránkách či často zobrazované informace - jakási rychlá volba.
- Co člověk to názor, nelze se shodnout na 100 % s logikou každého uživatele.

Tabulka č. 5 – Výsledky položky č. 14

14. Prostor pro Vaše doporučení, zpětnou vazbu, komentáře a podněty [8]
⇒ Stále na stránkách pracovat a budou dále prospěšné spoustě lidí.
⇒ Jelikož jsem absolvent PEF, a stránky celé ČZU jsou v jednotném duchu, nemám problém s orientací na stránkách. Vzhledem k povedenému počínu studentů s propagačním videem bych doporučila umístit video viditelně na stránce. Samozřejmě nafocení profesionálních fotek z krásných prostor chuchle i se studenty by určitě nebylo od věci. Odpočet dnů do konce podávání přihlášek je určitě super. Odkazování na úspěšné absolventy vnímám také velmi pozitivně.
⇒ Dát větší prostor pro IVP na úkor prostoru pro ČZU.
⇒ Jen tak dál.
⇒ Nenašel jsem na stránkách položku nabízená volná pracovní místa, kariéra, což by mohlo být propojené se stránkou ČZU.
⇒ Jsou krásné a přehledné. Možná do budoucna na přední strany nějaký prolink na video propagační. Případně do budoucna víc vizuálního pohyblivého materiálu (videa) - i když je jasné, že se to odvíjí od finanční stránky.
⇒ Možná by bylo dobré na webových stránkách mít někde na boční liště nejnavštěvovanější data na stránkách či často zobrazované informace - jakási rychlá volba.
⇒ Co člověk to názor, nelze se shodnout na 100 % s logikou každého uživatele.

10 NÁVRH DOPORUČENÍ KE ZLEPŠENÍ

Navrhovaná doporučení vycházejí z vlastní analýzy autora bakalářské práce a taktéž z dotazníkového šetření, které bylo vyplněno uživateli webových stránek, především studenty IVP.

10.1 DOPORUČENÍ ZE STRANY AUTORA

Veškerá navrhovaná doporučení se opírají o informace získané analýzou v kapitole č. 8, kde byl využit autoevaluační asistent pro hodnocení stránek vzdělávacích institucí s ohledem na autorův pohled na webové stránky IVP.

Doporučením k zlepšení je větší prostor k prezentaci výsledků hodnocení vzdělávací instituce, k získání vyšší atraktivity instituce je vhodné založit sekci webových stránek, kde by se umísťovaly úspěchy školy v různých hodnoceních, certifikáty ocenění, ale i úspěchy samotných studentů.

Zlepšení by uvítala i stránka s vyhledáváním kontaktů na jednotlivé zaměstnance IVP. Aktuálně se kontakty na jednotlivé zástupce IVP nacházejí v mnoha rozličných sekcích stránek, případně je možné vyhledávat na podstránce samotné ČZU, kde je však vyhledávání značně složité. Doporučení je vytvořit samostatnou stránku, kde budou uvedeny veškeré kontakty na zaměstnance IVP. Stránka pomůže návštěvníkům/uživatelům k rychlému vyhledání požadovaného kontaktu.

Výsledek přístupnosti vyhodnocený nástrojem Cynthia SaysTM, s ohledem na standard WCAG 2.0. nebyl příliš pozitivní. Webové stránky by potřebovaly více souladu s webovým standardem přístupnosti, za účelem zvýšené návštěvnosti webových stránek.

Posledním doporučením autora je vyvarovat se neaktuálním informacím, tedy zajištění pravidelné revize celých stránek. Na stránkách byly nalezeny informace z roku 2016, které nejsou aktuální vzhledem k tomu, že se informace ve stejném duchu nachází o rok mladší a je možné, že daný uvedený student již na IVP nestuduje.

10.2 DOPORUČENÍ ZE STRANY RESPONDENTŮ DOTAZNÍKU

Na základě výsledků dotazníku uvedeného v kapitole č. 9 můžeme vyhodnotit následující doporučení ke zlepšení.

Zlepšení grafického zpracování webových stránek, respondent uvedl, že se mu zdá zastaralé, graficky nezajímavé, na základě toho je možné doporučit změnu grafického vzhledu webových stránek tak, aby byly v souladu s připomínkami, tedy nebyly nudné, jednoduché a příliš moderní. S tím pojící je návrh na logičtější uspořádání obsahu samotných stránek, lépe seřadit témata a celou obsahovou strukturu informací.

Ucelenější informace ke zpracování bakalářských prací, především popis volby a zápisu téma bakalářské práce přímo dohledatelných na webových stránkách IVP. Detailněji rozvést popisy obsahů jednotlivých předmětů.

Na webové stránky umístit viditelně vydařené propagační video studentů, dále nafotit profesionální fotografie prostor Malé Chuchle, včetně aktuálních ročníků.

Dát větší prostor pro IVP, oproti příspěvkům upozorňující na ČZU. V neposlední řadě je důležitým doporučením stále na stránkách pracovat.

ZÁVĚR

V teoretické části bakalářské práce je prostor věnován stručné historii internetu, dále jsou uvedeny náležitosti a legislativa vztahující se k webovým stránkám vzdělávacích institucí. Větší prostor je poté věnován samotné teorii o tvorbě webových stránek a jsou zde popsány nástroje vhodné pro analýzu webových stránek. Mezi potenciálně využitelné analytické metody patří například analýza použitelnosti, přístupnosti, ale také návštěvnosti a především optimalizace SEO.

V praktické části bakalářské práce jsou analyzovány webové stránky Institutu vzdělávání a poradenství České zemědělské univerzity v Praze ze dvou pohledů, samotného autora bakalářské práce a respondentů/studentů IVP, pomocí webového dotazníku. Následně jsou interpretovány doporučení ke zlepšení stávajícího stavu webových stránek.

Práce vychází z mnoha tištěných i elektronických zdrojů, které byly pro mě osobně přínosem, vzhledem k rozšíření vědomostí o tvorbě, správě a analýze webových stránek. Poznatky získané během psaní bakalářské práce mohou využít ve svém osobním i pracovním životě.

Práce může posloužit pro osoby zájímající se o základy tvorby webových stránek vzdělávacích instituce, ale také pro široké spektrum osob zainteresovaných v analýze webových stránek. Praktická část může být přínosem pro samotný Institut vzdělávání a poradenství, jako zpětná vazba a podněty ke zlepšení webových stránek.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

ADAPTIC. *Tvorba webu, webdesign* [online]. In Adaptic, ©2005-2019 [Cit. 2019-01-28]. Dostupné z <http://www.adaptic.cz/>

ALTAXO. *Propagace webu* [online]. In Altaxo, ©2015 [Cit. 2019-01-31]. Dostupné z <https://www.altaxo.cz/provoz-firmy/tvorba-webu-a-int-marketing/internetovy-marketing/propagace-webu>

GOOGLE ANALYTICS. *Analytics* [online]. In GoogleAnalytics, ©2019 [Cit. 2019-01-28]. Dostupné z <https://analytics.google.com/analytics/web/provision/?authuser=0#/provision>

CYNTHIASAYS. *Free WCAG 2.0 and Section 508 Web Accessibility Scans* [online]. In CynthiaSays, ©2003-2015 [Cit. 2019-02-05]. Dostupné z <http://www.cynthiasays.com>

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA. *Institut vzdělávání a poradenství* [online]. In IVP, ©2018 [Cit. 2018-12-02]. Dostupné z <https://www.ivp.czu.cz/cs/>

ČÍŽEK, Jakub. *World Wide Web oslavil 25. narozeniny. Takto kdysi vypadal* [online]. In ZIVE, ©2014 [Cit. 2018-12-30]. Dostupné z <https://www.zive.cz/clanky/world-wide-web-oslavil-25-narozneniny-takto-kdysi-vypadal/sc-3-a-172838/default.aspx>

Český statistický úřad. Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci - 2017. *Přístup jednotlivců k internetu* [online]. Český statistický úřad, poslední změna 20.11.2017 [Cit. 2018-12-17]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cinnosti-provadenne-jednotlivci-na-internetu-yr119rrs0t>

ČT24. *Československo se připojilo k internetu – počátky byly pomalé* [online]. Česká Televize, poslední změna 13.02.2012 [Cit. 2018-12-29]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/media/1421167-ceskoslovensko-se-pripojilo-k-internetu-pocatky-byly-pomale>

DOBRYWEB. *Analýza použitelnosti* [online]. In Dobryweb, ©2019 [Cit. 2019-02-03]. Dostupné z <http://www.dobryweb.cz/analyza-pouzitelnosti>

FREEMAN, Jamie. *Webové stránky: pět set rad, tipů a technik: jednoduchý a praktický průvodce tajemstvím tvorby webových stránek*. V Praze: Slovart, 2008. 127 s. ISBN 978-80-7391-091-4.

HECZKO, Michael. *Analýza a optimalizace webových stránek společnosti* [online]. Zlín, 2015 [Cit. 2019-01-27]. Dostupné z http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/34175/heczko_2015_dp.pdf?sequence=1

HEROUT, Tomáš. *Slovník pojmů – Webové stránky* [online]. In HelpMark, ©2012 [Cit. 2018-12-24]. Dostupné z <https://www.helpmark.cz/slovníkpojmu>

JANOUC, Viktor. *Internetový marketing: prosadte se na webu a sociálních sítích*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2010. 304 s. ISBN 978-80-251-2795-7.

JANOVSKÝ, Dušan. *Jak psát web* [online]. In Jakpsatweb, ©2018 [Cit. 2019-01-02]. Dostupné z <https://www.jakpsatweb.cz>

KIMEN, Shel. *10 questions about information architecture* [online]. In Techrepublic, poslední změna 29.09.2003 [Cit. 2019-01-10]. Dostupné z <https://www.techrepublic.com/article/10-questions-about-information-architecture/>

KRČMÁŘOVÁ, Gabriela. *20 let Internetu v České republice* [online]. In IKAROS, ©1997-2017 [Cit. 2018-12-29]. Dostupné z: <https://ikaros.cz/20-let-internetu-v-ceske-republice>

KUBÍČEK, Michal. *Velký průvodce SEO: jak dosáhnout nejlepších pozic ve vyhledávačích*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2010. Dotisk prvního vydání. 318 s. ISBN 978-80-251-2195-5.

MANAGEMENTMANIA. *Webová stránka* [online]. In ManagementMedia, ©2011-2018 [Cit. 2018-12-29]. Dostupné z <https://managementmania.com/cs/webova-stranka-internetova>

MŠMT. *Metodické pokyny – Standard a plán* [online]. In Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, ©2013-2018 [Cit. 2018-12-20]. Dostupné z <http://www.msmt.cz/file/7893?highlightWords=metodický+pokyn+Standard+ICT>

NAVRCHOLU.CZ. *Proč používat NAVRCHOLU.CZ* [online]. In Navrcholu, ©1998-2019 [Cit. 2019-02-04]. Dostupné z <https://navrcholu.cz/Texty/sluzby/o-mereni-navstevnosti/>

NEUMAJER, Ondřej. *Budujeme školní web*. Vyd. 1. Brno: CP Books, 2005. 133 s. Česká škola. ISBN 80-251-0612-8.

NEUMAJER, Ondřej. *Náležitosti školního webu – autoevaluační asistent* [online]. In OndřejNeumajer, ©2007 [Cit. 2019-02-15]. Dostupné z <http://ondrej.neumajer.cz/skolniweb/aea/online/index.php?pg=step0>

NEUMAJER, Ondřej. *Náležitosti školního webu* [online]. In OndřejNeumajer, únor 2007 [Cit. 2018-<http://ondrej.neumajer.cz/wp-content/uploads/2016/08/Nalezitosti-skolniho-webu.pdf>

NEZMAR, Luděk. *GDPR: praktický průvodce implementací*. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2017. 301 stran. Právo pro praxi. ISBN 978-80-271-0668-4.

NIELSEN NORMAN GROUP. *Web Usability* [online]. In NielsenNormanGroup, ©1998-2019 [Cit. 2019-01-19]. Dostupné z <https://www.nngroup.com/topic/web-usability/>

NIELSEN, Jakob. *Website Response Times* [online]. In Nielsen Norman Group, poslední změna 21.06.2010 [Cit. 2019-01-29]. Dostupné z <https://www.nngroup.com/articles/website-response-times/>

NOVÁK, Jan. *Jak vytvořit úspěšný web* [online]. In Jakprogramovatweb, ©2018 [Cit. 2019-01-28]. Dostupné z <http://jakprogramovatweb.cz/clanky/jak-vytvorit-uspesny-web.php>

O TOPLIST. *Dokumentace – Co je TOPlist* [online]. In Toplist, ©2019 [Cit. 2019-02-04]. Dostupné z <https://o.toplist.cz/dokumentace/>

PLOTĚNÝ, Luboš. *Budování úspěšného firemního webu: strategie, tvorba, propagace*. 1. vyd. Praha: BEN - technická literatura, 2005. 127 s. ISBN 80-7300-173-X.

POLZER, Jan. *Drupal 8: podrobný průvodce tvorbou a správou webů*. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2016. 360 stran. ISBN 978-80-251-4147-2.

PROCHÁZKA, David. *SEO: cesta k propagaci vlastního webu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 144 s. Průvodce. ISBN 978-80-247-4222-9.

PROCHÁZKA, Tomáš a ŘEZNÍČEK, Josef. *Obsahový marketing*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2014. 224 s. ISBN 978-80-251-4152-6.

ŘEZÁČ, Jan. *Web ostrý jako břitva: návrh fungujícího webu pro webdesignery a zadavatele projektů*. Vyd. 1. Jihlava: Baroque Partners, 2014. 211 s. ISBN 978-80-87923-01-6.

SURVIO. *Create a Free Survey* [online]. In Survio, ©2012-2019 [Cit. 2019-01-29]. Dostupné z <https://www.survio.com/en/>

ŠPINAR, David. *Přístupnost* [online]. In Přístupnostnawebu, ©2018 [Cit. 2019-01-26]. Dostupné z <http://pristupnost.nawebu.cz/texty/charakteristika-vyhody.php>

ŠTRUPL, Václav. *Komplexní analýza webových stránek* [online]. Praha, 2008 [Cit. 2019-01-31]. Dostupné z http://www.vaclavak.net/files/komplexni_analyza_webovych_stranek.pdf

ŠVARCOVÁ, Alžběta. *Historie internetu v Česku. Od podivínů ke světu sítí* [online]. In: *KVALITNI INTERNET*, poslední změna 07.05.2018 [Cit. 2018-12-29]. Dostupné z: <https://www.kvalitni-internet.cz/historie-internetu-v-cesku-od-podivinu-ke-svetu-siti>

TOVARNA. *Analýza webových stránek* [online]. In *Tovarna.cz*, ©2019 [Cit. 2019-01-27]. Dostupné z <http://www.tovarna.cz/cz/sluzby/webove-prezentace/analyza-webovych-stranek/>

ZÁKONY PRO LIDI, *Sbírky zákonů* [online]. In *ZakonyProLidi*, ©2010-2019 [Cit. 2018-12-30]. Dostupné z <https://www.zakonyprolidi.cz>

ZANDL, Patrick. *Historie českého Internetu* [online]. In: *LUPA*, poslední změna 29.08.2008 [Cit. 2018-12-25]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/historie-ceskeho-internetu/>

SEZNAM TABULEK, GRAFŮ, OBRÁZKŮ

Tabulka č. 1 – Výsledky položky č. 5.....	54
Tabulka č. 2 – Výsledky položky č. 7.....	56
Tabulka č. 3 – Výsledky položky č. 10.....	59
Tabulka č. 4 – Volné odpovědi položky č. 13.....	62
Tabulka č. 5 – Výsledky položky č. 14.....	64
Graf č. 1 – Výsledky položky č. 1.....	50
Graf č. 2 – Výsledky položky č. 2.....	51
Graf č. 3 – Výsledky položky č. 3.....	52
Graf č. 4 – Výsledky položky č. 4.....	53
Graf č. 5 – Výsledky položky č. 6.....	55
Graf č. 6 – Výsledky položky č. 8.....	56
Graf č. 7 – Výsledky položky č. 9.....	57
Graf č. 8 – Výsledky položky č. 11.....	60
Graf č. 9 – Výsledky položky č. 12.....	61
Graf č. 9 – Výsledky položky č. 13.....	62
Obrázek č. 1 – Požadavky na webovou grafiku.....	33
Obrázek č. 2 – Responzivní design.....	34
Obrázek č. 3 – Titulní strana Google Analytics.....	41

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 – Ukázka formuláře dotazníku (textový export z webového rozhraní)

Příloha č. 1 – Ukázka formuláře dotazníku (textový export z webového rozhraní)

Analýza webových stránek Institutu vzdělávání a poradenství ČZU v Praze

Dobrý den,

věnujte prosím několik minut svého času vyplnění následujícího dotazníku, který slouží k zjištění zpětné vazby na webové stránky Institutu vzdělávání a poradenství ČZU v Praze.

<https://www.ivp.czu.cz/cs/>

Váš názor přispěje nejen ke zpracování mé bakalářské práce, ale zároveň bude využit jako podklad k inovaci webu IVP.

1. Za jakým účelem na stránky vstupujete?*

Vyberte jednu odpověď

Zobrazení aktualit

Vyhledání informací ke studiu

Vyhledání konkrétní informace

Kontaktní informace

Nehledám nic konkrétního

Jiná...

2. Jak často stránky navštěvujete?*

Vyberte jednu odpověď

Denně

Týdně

Měsíčně

Kvartálně

Příležitostně

Stránky nenavštěvuji

3. Kolik času Vám zabere vyhledání požadované informace?*

**Vyberte jednu odpověď*

Méně než minutu

1-5 minut

5-10 minut

Více než 10 minut

4. Jsou z Vašeho pohledu stránky IVP obsahově přehledné?*

**Vyberte jednu odpověď*

Velmi přehledné (v obsahu se ihned vyznám)

Přehledné (chápu obsahovou strukturu, ale chvílku to trvá)

Nepřehledné (po delší době pochopím obsahovou strukturu)

Absolutně nepřehledné (obsah stránek nechápu)

**5. V případě, že jste v předchozí otázce uvedli možnost NEPŘEHLEDNÉ /
ABSOLUTNĚ NEPŘEHLEDNÉ, uveďte proč?**

Uveďte prosím co nejpřesněji

**Napište jedno nebo více slov...*

6. Líbí se Vám grafické zpracování webových stránek?*

**Vyberte jednu odpověď*

Určitě ano

Spíše ano

Spíše ne

Určitě ne

7. Pokud se Vám grafické zpracování nelíbí, uveďte důvod/y.

Textovou odpověď toho co se Vám nelíbí uveďte prosím co nejpřesněji.

**Napište jedno nebo více slov...*

8. Je již při prvním navštívení jasné, co stránka nabízí?*

**Vyberte jednu odpověď*

Ano

Ne

9. Našli jste na stránkách veškeré informace, které jste hledali?*

**Vyberte jednu odpověď*

Ano

Ne

10. V případě, že jste nenašli, jaké informace Vám chyběly?

Textovou odpověď uveďte prosím co nejpřesněji

**Napište jedno nebo více slov...*

11. Je pro Vás navigace a procházení webového obsahu srozumitelné?*

**Vyberte jednu odpověď*

Ano

Ne

Nedokážu posoudit

12. Aktualizace stránek se Vám zdá*

**Vyberte jednu odpověď*

Dostatečná

Nedostatečná

Aktualizace nesledují

Nedokážu posoudit

13. Z jakého zařízení stránky navštěvujete*

Vyberte jednu odpověď

PC, NTB

Mobilní telefon

Tablet

SMART TV

Jiné...

14. Prostor pro Vaše doporučení, zpětnou vazbu, komentáře a podněty

**Napište jedno nebo více slov...*