

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
PEDAGOGICKÁ FAKULTA
Ústav pedagogiky a sociálních studií

Bakalářská práce

Jana Suchánková

Hodnocení internetových prezentací přerovských středních škol

Olomouc 2014

Vedoucí práce: PhDr. René Szotkowski, Ph. D.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci Hodnocení internetových prezentací přerovských středních škol zpracovala samostatně a použila pouze uvedených pramenů a literatury.

V Troubkách dne 22. 6. 2014

Jana Suchánková

Poděkování

Mé upřímné poděkování patří panu PhDr. René Szotkowskému, Ph.D. za odborné vedení, pomoc, užitečné rady a trpělivost při zpracování mé bakalářské práce.

Obsah

Úvod	6
I. Teoretická část	8
1 Vymezení základních pojmů zkoumané problematiky	8
1.1 Pojmy vztahující se k teorii internetové prezentace.....	8
1.1.1 Internet.....	8
1.1.2 Webový server.....	9
1.1.3 WWW stránky.....	9
1.1.4 Prohlížeč.....	10
1.1.5 HTML, HTTP.....	11
1.1.6 Internetová prezentace.....	12
1.2 Hodnocení internetových stránek.....	12
1.3 Marketing.....	13
1.3.1 Marketing na internetu.....	13
2 Kritéria hodnocení internetových stránek	14
2.1 Web design.....	15
2.1.1 Statické prvky používané na www stránkách.....	15
2.1.2 Aktivní prvky používané na www stránkách.....	17
2.1.3 Další vizuální prvky.....	17
2.2 Použitelnost internetových stránek.....	18
2.3 Přístupnost internetových stránek.....	19
2.4 Technické řešení.....	20
2.4.1 Seo – optimalizace internetových stránek pro vyhledávače.....	21
3 Hodnocení internetových prezentací škol	22
3.1 Obsahové náležitosti internetových prezentací.....	22
3.1.1 Základní informace o škole.....	22
3.1.2 Kontakty.....	23
3.1.3 Organizace chodu školy.....	23
3.1.4 Elektronické verze dokumentů.....	23
3.1.5 Aktuálnost.....	24
3.1.6 První dojem.....	24

3.2 Formální náležitosti internetových prezentací.....	24
3.2.1 Barvy, text, autorství.....	25
4 Legislativa pro zpracování internetových stránek škol.....	26
4.1 Zákony upravující zpracování internetových prezentací škol.....	26
4.2 Povinně zveřejňované informace.....	27
4.2.3 Metodické pokyny	28
5 Internetová prezentace jako komunikační nástroj.....	29
5.1 Typy komunikace.....	30
6 Marketing škol a internet.....	32
6.1 Zaměření internetových stránek na cílové skupiny.....	33
6.2 Propojenost školních internetových stránek se sociálními sítěmi.....	34
II. Praktická část.....	35
7 Pohled na současný stav zkoumané problematiky.....	35
8 Charakteristika průzkumu.....	37
8.1 Cíle praktické části práce.....	37
8.2 Základní soubor a vzorek průzkumu.....	37
8.3 Výzkumná metoda a technika.....	38
9 Hodnocení vybraných internetových stránek.....	39
9.1 Výsledky hodnocení.....	41
9.2 Shrnutí výsledků hodnocení.....	54
Závěr.....	55
Seznam pramenů.....	57
Seznam zkratk.....	59
Seznam tabulek.....	60
Seznam příloh.....	62
Anotace	

Úvod

Pro tuto bakalářskou práci bylo zvoleno téma Hodnocení internetových prezentací přerovských středních škol. Jedním z hlavních důvodů výběru daného tématu bylo seznámení se s publikací Internetová prezentace školy od autorů Lukase a Mareše, která obsahovala autoevaluační nástroj pro školy, kde si jednotlivé školy mohly vyplnit dotazník a následně získat vyhodnocení svých webových prezentací. Závěry hodnocení tak mohly vést k zamyšlení, zda jsou webové prezentace kvalitní, funkční a zda je třeba odstranit případné nedostatky. Obsah publikace byl motivací k získání dalších informací k tomuto tématu z pohledu uživatele školních webových prezentací, a následně provedení vlastního průzkumu prezentací škol vedoucího k zjištění, zda splňují kritéria pro kvalitní web. Rovněž osobní zkušenosti s užíváním školních webových portálů při studiu na střední a vysoké škole byly jedním z důvodů výběru tématu práce.

V dnešní době moderní informační technologie významně usnadňují lidem život. Na internetu mohou užívat široké spektrum služeb a možností, díky kterým lze ušetřit při vyhledávání informací velké množství času a energie. Významným vývojem prošly také internetové prezentace škol, kdy ty dnešní podávají široké spektrum informací o škole a jejím chodu, a mohou oslovit cílové skupiny budoucích žáků školy.

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část je zaměřena na podání uceleného přehledu problematiky internetu, internetových prezentací škol, marketingu a komunikaci. Je zde popsáno obecné hodnocení internetových prezentací a dále hodnocení internetových prezentací škol. Praktická část se zabývá průzkumem internetových prezentací vybraných přerovských středních škol. Pomocí evaluačního nástroje zjišťuje obsahové náležitosti, typy komunikace internetových prezentací škol a grafické a technické aspekty.

Hlavním cílem této práce je zhodnotit vybrané aspekty internetových prezentací středních škol se sídlem v Přerově. Součástí hlavního cíle jsou dílčí teoretické a praktické cíle. Dílčí teoretické cíle jsou: vymezit základní pojmy vztahující se k internetovým prezentacím středních škol, objasnit pojmy marketing a hodnocení, dále vytvořit obecný rámec hodnocení internetových stránek a následně vymezit konkrétní aspekty vztahující se k hodnocení internetových prezentací škol. V této práci bude také potřeba vymezit

internetové prezentace jako komunikační nástroj. Dalším dílčím teoretickým cílem je popsat legislativu vztahující se k internetové prezentaci středních škol a v neposlední řadě také vymežit potřebnost marketingu pro školy.

Pro praktickou část byly stanoveny následující dílčí cíle: zjistit, zda internetové prezentace středních škol ve městě Přerově splňují základní právní předpisy týkající se ochrany osobních údajů žáků, a zda splňují zveřejnění některých základních dokumentů. Následně zhodnotit, zda internetové prezentace středních škol v Přerově splňují jednotlivé obsahové náležitosti. Současně zhodnotit, zda internetové prezentace středních škol v Přerově splňují jednotlivé formální náležitosti. Dále hodláme popsat typy komunikace internetových prezentací škol v městě Přerově. V neposlední řadě prověřit propojenost webu s vybranými sociálními sítěmi.

I. Teoretická část

1 Vymezení základních pojmů zkoumané problematiky

V první kapitole této práce si objasníme základní pojmy, s nimiž se budeme setkávat, a dále s nimi pracovat. Vysvětlíme pojmy, které se vztahují k tématu Hodnocení internetových prezentací přerovských středních škol. Nejdříve objasníme pojmy vztahující se k teorii internetové prezentace jako jsou Internet, webový server, internetové stránky, prohlížeč, HTML (HyperText Markup Language), HTTP (HyperText Transfer Protocol) a internetová prezentace. Dále si vysvětlíme, co je to hodnocení internetových stránek, marketing a marketing na internetu.

1.1 Pojmy vztahující se k teorii internetové prezentace

Na úvod jsou popsány jednotlivé pojmy týkající se internetových prezentací škol. Základním v této kapitole je pojem internet, od něhož se dále odvíjí ostatní pojmy. Díky internetu funguje webový server, jehož základní jednotkou jsou webové stránky. Pro zobrazení stránek musí být použit prohlížeč webových stránek. Aby se v prohlížeči stránky zobrazily, musí být psány v jazyce HTML a obsahovat protokol HTTP. Několik vzájemně provázaných webových stránek tvoří internetovou prezentaci.

1.1.1 Internet

Dle Hlavenky (1997, s. 209) je internet *“Celosvětová informační a komunikační síť postavená na protokolu TCP/IP. Vychází z celé řady sítí, které jsou navzájem přemostěny (poropojeny).”*

Internet je systém, který propojuje počítačové sítě po celém světě, v nichž jednotlivé připojené počítače komunikují prostřednictvím sady protokolů TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). Počítače v síti internet pracují buď jako servery a nebo jako klientské stroje. Jejich význam je zřejmý, servery své služby poskytují, a klientské počítače tyto služby využívají (Kubrický 2011, s. 8).

Prvním významným krokem k rozšíření internetu mezi nejširší veřejnost bylo

zavedení služby World Wide Web (www, zkráceně web), kterou dnes známe pod označením WWW. WWW je služba internetu, která propojuje systém hypertextových dokumentů napsaných podle určitých pravidel a umožňuje jejich přenos (Kubrický 2011, s. 8 – 9).

Další neznámější služby internetu dle Kubrického (2011, s. 8):

- **E-mail** – elektronická pošta zajišťující přenos zpráv,
- **FTP (File Transfer Protocol)** – přenos souborů mezi FTP serverem a FTP klientem,
- **On-line komunikace** – textová, hlasová i obrazová (ICQ (I Seek You), Skype, rádia, televize).

V síti internetu fungují počítače ve dvou oblastech, a to jako servery a nebo klientské stanice. Servery jsou počítače, na nichž je uloženo služeb, které využívají klienti.

1.1.2 Webový server

Powell (2004, s. 140) definuje veřejný webový server takto: "*Veřejný webový server, webový server v síti internet, externí webový server, či jednoduše web je takový webový server, který není výlučně vyhrazen konkrétní skupině uživatelů.*"

Webové servery můžeme obecně rozdělit do kategorií jako intranetové a extranetové webové servery nebo podle jejich účelu na portály, zábavní webové servery nebo osobní stránky. Každý typ webového serveru bude mít jiné rysy designu, které závisí na účelu webu. Obecně jsou přijímány následující tři základní kategorie webových serverů: veřejné webové servery, extranety a intranety. Veřejné webové servery jsou přístupny celé veřejnosti a naopak extranety a intranety jsou webové servery určené pro omezenou skupinu uživatelů v konkrétní privátní síti (Powel 2004, s. 3)

1.1.3 WWW stránky

Informace jsou na www serverech uspořádány do jednotlivých oddílů, které nazýváme www stránky. Tyto stránky mohou obsahovat nejen text a obrázky, ale i další mediální prvky (Stuchlík 1998, s. 50). Webová stránka může být nekonečně dlouhá.

Zakladní jednotkou webového serveru je stránka, která je také jádrem webového

serveru. Stránka je tedy to, co se objevuje v okně prohlížeče. Existují běžné typy stránek, jako jsou domovské stránky, vyhledávací stránky a obsahové stránky, které mají podobné charakteristické rysy. Jedna stránka rovná se jedna adresa URL (Uniform Resource Locator), která definuje umístění v síti WWW. Stránka na internetu je analogií stránky v časopisu a narozdíl od knih a novin mohou stránky obsahovat ještě další mediální prvky, jako jsou zvukové sekvence nebo krátké animace. Obsah stránky není jako celek uložen v jediném souboru, jak bývá třeba zvykem u dokumentu z Wordu. Naopak, stránka je teprve v okamžiku zobrazení poskládána z velkého množství souborů, kdy v samostatném souboru je uložen text. Svůj soubor má každý obrázek i každý multimediální prvek (Lapáček 2005, s. 13).

Hlavní stránka webu, tzv. Home page je obvykle nejvýraznější a nejpoutavější částí v rámci webové prezentace a jejím prostřednictvím firmy zřetelně prezentují svou svébytnou a neopakovatelnou corporate identity. Proto by jí při tvorbě stránek měla být věnována značná pozornost (Přikrylová a Jahodová 2010, s. 222).

Hlavní, nebo též *domovská stránka* musí zřetelně a jasně vypovídat o obsahu a účelu webové prezentace. Můžeme ji přirovnat k obalu časopisu. Stejně tak musí zobrazit dostatečné množství informací a nabídek a vzbudit tak zájem uživatele podívat se dále. Aby bylo možné na monitoru počítače stránku prohlížet, musí být nainstalován program, který dokument načte a zobrazí.

1.1.4 Prohlížeč

Hlavenka (1997, s. 58) uvádí definici prohlížeče (browseru) takto: *“Program, s jehož pomocí je možné prohlížet nejrůznější zdroje internetu. Browser umí internetový zdroj nalézt, načíst a zobrazit ve svém hlavním okně.”*

Většina webových aktivit začíná na straně klienta, a to okamžikem, kdy uživatel spustí svůj webový prohlížeč. Tento prohlížeč ze všeho nejdříve načte dokument domovské stránky, která se může nacházet buďto na lokálním disku nebo na serveru některé ze sítí – třeba na internetu například www.seznam.cz (Kubrický 2011, s. 11).

Aby bylo možné využít potenciálu služby WWW a prohlížet hypertextové dokumenty, vznikly speciální programy, tzv. Internetové prohlížeče (browsersy), které

umožňují uživateli zobrazit webovou stránku (Kubrický 2011, s. 9).

Pohlížeč webových stránek slouží:

- Ke komunikaci se zdrojem webové stránky – webovým serverem,
- k zobrazení webové stránky,
- k práci s webovou stránkou.

Kubrický (2011) uvádí: webové stránky jsou psány v jazyce HTML (HyperText Markup Language). Je to značkovací jazyk WWW stránek, který slouží k označení a popisu všeho, co má být na stránce umístěno. Příkazy tohoto jazyka informují prohlížeč o tom, jak má stránku zobrazit (jaké obrázky jsou na ni použity nebo jaké programy jsou její součástí)

Dle Kubrického (2011, s. 9) mezi nejznámější internetové prohlížeče patří:

- Internet Explorer společnosti Microsoft používaný většinou uživatelů,
- Communicator (Navigator) společnosti Netscape,
- Mozilla Firefox,
- Opera,
- Google Chrome.

Základním stavebním kamenem každé webové stránky jsou značky programovacího jazyka, které definují strukturu a možný význam obsahu stránky.

1.1.5 HTML a HTTP

Jazyk HTML (HyperText Markup Language) je hlavní technologií značek používanou ve webových stránkách (Powell 2004, s. 66). Příkazy jazyka HTML informují prohlížeč o tom, jak má stránku zobrazit.

HTTP – Hypertext transfer protocol. Jde o protokol sloužící pro vzájemnou komunikaci a výměnu dat (text, obrázky, zvuky) mezi serverem a klientským počítačem. Tyto servery označujeme jako http servery (Stuchlík a Dvořáček 2000, s. 59).

Programovací jazyk a protokol tedy slouží ke správnému zobrazení informací, které mají být uvedeny na internetových stránkách. Soubory internetových stránek tvoří internetové prezentace popsané níže.

1.1.6 Internetová prezentace

Eger (2010, s. 19) uvádí, že základem prezentace je několik vzájemně provázaných webových stránek. Hlavním cílem internetové prezentace je poskytnutí informací a uplatnění marketingu pro konkrétní organizaci. Firmy pomocí internetu prezentují sebe a svoje produkty či služby. Původně www stránky nahrazovaly tištěné brožury, pak katalogy a nakonec začaly prodávat. Průběžně se začala rozvíjet a zdokonalovat multimédia, newslettery, bannerová reklama atd.

Dle Egera (2010, s. 19) výhody internetové prezentace jsou:

- *“Rozšíření pole působnosti,*
- *zvýšení počtu komunikačních kanálů,*
- *zvýšení dostupnosti informací o organizaci a o její nabídce,*
- *vytvoření moderního image organizace,*
- *možnost efektivního vytváření povědomí o značce (branding),*
- *moderní podpora prodeje.”*

WWW prezentace často bývá také první etapou uplatňování marketingu na internetu. (Eger. 2010, s. 19)

1.2 Hodnocení internetových stránek

Kvalita internetových stránek je velmi subjektivní pojem. Každý internetový uživatel je jiný a stejně tak je různý i jejich pohled na kvalitu stránek. Záleží také na tom, na co jsou stránky zaměřené a co od nich uživatel očekává, nebo co v dané chvíli požaduje. Někdo se zaměřuje na kvalitu informací a profesionalitu, někdo zase na stručnost, jednoduché používání a příjemný vzhled. Na kvalitu webových stránek existuje mnoho různých názorů, a proto také vzniklo mnoho rozmanitých kritérií pro jejich hodnocení. Aby bylo možné webové stránky zhodnotit, je nutné je nejprve prohlédnout a otestovat.

Podrobně bude problematika hodnocení internetových stránek popsána v kapitole 3 Hodnocení internetových prezentací škol.

1.3 Marketing

Podle Kotlera a Armstronga (2004, s. 29) je nejjednodušší definice marketingu následující: *"Marketing je uspokojení potřeb zákazníka na straně jedné a tvorba zisku na straně druhé. Cílem marketingu je vyhledávat nové zákazníky příslibem získání výjimečné hodnoty, udržet si stávající zákazníky, uspokojení jejich potřeb a současně vytvářet zisk."* Každá organizace – i nezisková – si musí zvolit vhodnou marketingovou filozofii, která je rozhodující pro budoucí úspěch. Klíčovým slovem marketingu je "komunikace". Pomocí www stránek, mohly firmy nahradit tištěné brožury a katalogy zveřejněním reklamních informací na internetu, a vznikl tak internetový marketing.

1.3.1 Marketing na internetu

Internetový marketing je již dnes významnější než klasický marketing tam, kde lidé používají vyspělé technologie. Zatím ne co do objemu vydaných prostředků, ale co do účinnosti. Internetový marketing bývá také označován jako e-marketing, web-marketing nebo on-line marketing. V poslední době se stále častěji užívá označení digital marketing (Janouch 2010, s. 17).

Mezi dva základní cíle marketingu podle Stuchlíka a Dvořáčka (2000, s. 17) patří:

- Uspokojení potřeby zákazníka,
- dosáhnutí konkurenční výhody.

Všechny možnosti, jako tradiční komunikační prostředky, nabízí internet často mnohem efektivněji, například můžeme oslovit jednoho konkrétního člověka a komunikovat s ním, můžeme však najednou oslovit tisíce lidí s identickými zájmy, kteří budou mít možnost s námi také komunikovat.

Jak ve své publikaci uvedli Stuchlík a Dvořáček (2000, s. 17): *"Internet se bez marketingu obejde – moderní marketing bez internetu ne."*

2 Kritéria hodnocení internetových stránek

Jak již bylo v této práci zmíněno, existuje mnoho úhlů pohledu na kvalitu stránek a je také spousta rozmanitých kritérií pro jejich hodnocení. Při posuzování stránek je důležité přihlídnout k mnoha faktorům, například záleží na tom na co jsou zaměřeny a jaký mají stránky plnit účel. Například od internetového obchodu očekáváme zcela něco jiného než od stránek škol. Pro tuto práci nejprve vymezíme obecná kritéria, která následně budeme aplikovat při hodnocení internetových stránek. Dále stanovíme kritéria pro hodnocení internetových stránek škol.

Důležitá je nejen přehlednost a vzhled, ale také jejich obsah a jednoduché používání stránek. Neustále přibývají firmy a agentury, které se zabývají jak tvorbou, tak hodnocením internetových stránek a zdarma nebo za poplatek vytvoří stránky přímo na míru. Aby stránky vyhovovaly všem trendům moderní doby, je také vhodné využívat služeb hodnocení internetových prezentací, kde mohou profesionálové z oboru nejlépe ohodnotit například vhodnou grafiku, použitelnost, přístupnost a v neposlední řadě také technické řešení stránek. Poté mohou doporučit jak stránky nejvíce zkvalitnit nebo je přímo upravit. Mnohé agentury nabízejí také porovnání kvality různých internetových stránek v mnoha kategoriích a majitelé webů tak získají přehled o možné konkurenci.

V této práci bude přihlídnuto ke studii, kterou zpracovala agentura WebTop100 (2005) *“Hodnocení kvality českých firemních webových stránek a základním prvkům, které musí každý web mít.”*

Obecné prvky internetové prezentace:

- *“Vizuální design,*
- *použitelnost,*
- *informační hodnota,*
- *technické řešení,*
- *marketingová hodnota.”*

Prvním prvkem, kterým se budeme dále zabývat, je web design.

2.1 Web design

Každá webová stránka by měla vytvořena podle pravidel designu. Web design zahrnuje více oborů potřebných k tvorbě, uspořádání a použitelnosti webových stránek.

Powel (2004, s. 13) definuje web design takto: *"Web design: Víceoborová činnost týkající se plánování a tvorby webových serverů, včetně (avšak nikoli pouze) technického vývoje, struktury informací, vizuálního designu a přenosu prostřednictvím sítě."*

Dle Powela (2004, s. 3 – 4) web design tvoří pět hlavních součástí:

- *"Obsah. Udává formu a uspořádání obsahu, např. způsob psaní a uspořádání textu.*
- *Vizuální prvky. Vizuální stránka je nejzřetelnějším aspektem web designu. Zahrnuje rozvržení obrazovky a grafické prvky.*
- *Technologie. V tomto případě se jedná o především o interaktivní prvky.*
- *Výkon. Zahrnuje rychlost a spolehlivost přenosu dat prostřednictvím sítě Internet.*
- *Účel. Záměr, s jakým je webová prezentace vytvořena."*

Z pohledu uživatele je nejdůležitější správné fungování webového prohlížeče a jeho podporovaných technologií a ovládacích prvků, které slouží pro vytvoření prezentace stránky a poskytnutí informací a neméně důležitá je také vizuální forma stránky. Vizuální prvky jsou informace, které přijímáme zrakem ve formě textu, barev, obrázků, grafiky a animací. Důležité jsou především nastavení a velikost písma, kombinace barev a grafika (Powel 2004).

Text, obrázky, tabulky, seznamy a hypertextové odkazy se řadí do skupiny statických prvků používaných na webových stránkách.

2.1.1 Statické prvky používané na www stránkách

Statické prvky jsou takové prvky, které jsou umístěny na webových stránkách stabilně, nemění se a nejsou dynamické. Prvním statickým prvkem, na který se zaměříme, je text.

Stuchlík (1998, s. 63) uvádí: *"Text patří mezi základní prvky stránky a je ho možné na WWW stránkách různým způsobem formátovat. Text lze členit do odstavců, měnit styl*

a velikost písma, a také jeho barvu”.

Většina webových stránek obsahuje informace ve formě textu, stránky proto měly být především čitelné a přehledné. Z těchto důvodů je důležité správné nastavení písma. Pravidla pro užití textu na webových stránkách udává webová typografie, která zahrnuje jak volbu tak i nastavení písma. Nastavení písma působí zejména na estetický dojem webových stránek (Chromý 2005, s. 11). Volba písma je důležitá pro jeho dobrou čitelnost na obrazovce. Mezi aspekty ovlivňující podobu písma patří druh písma, velikost písma, síla písma a sklon písma.

Podle Chromého (2005, s. 11) dělíme písma podle druhu na:

“Proporcionální

- *Patková písma, která mají konce hlavních tahů doplněny o drobné tahy – patky (serif) např. Times New Roman.*
- *Bezpatková písma, která mají jednoduché konce bez patek (sans-serif) např. Arial, Verdana.*

Neproporcionální

- *Monospace např. Courier.”*

Velikost písma je důležitá pro jeho čitelnost, nejčastěji používaná velikost pro normální písmo je velikost 12 pixelů. Pokud je malá velikost znaků, může dojít při zobrazení ke ztrátě tvaru znaku. Síla písma a sklon písma pomáhají zvýraznit v textu vybrané části. V praktické části bude hodnoceno použití bezpatkového písma u textů na internetových stránkách škol.

Obrázky jsou dalším z řady základních statických prvků, které se vyskytují prakticky na každé stránce. Doplnují webové prezentace a ovlivňují grafickou podobu stránek. Obrázky by se měly na webových stránkách objevovat v dostatečné míře a měl by být u obrázku uveden autor (Stuchlík 1998, s. 63). Problematika autorství je podrobně popsána v kapitole 4.1 a budeme se jí zabývat i v praktické části této práce v kapitole 9.

Podle Stuchlíka (1998, s. 63) mezi další statické prvky řadíme:

- **Tabulky**, které slouží pro přehledné zobrazení údajů do řádků a sloupců. Každá tabulka musí mít popisek, který je umístěn nad tabulkou.
- **Seznamy** se používají tam, kde je třeba seřadit text, výrazy nebo data do řádků pod

sebou.

- **Hypertextové odkazy** provazují dokument s dalšími stránkami. Hlavní zásadou hypertextových odkazů je funkčnost.

Dalšími prvky, které nalezneme na webové stránce, jsou prvky aktivní, které narozdíl od statických prvků jsou dynamické a stránku dokreslují a ožívují.

2.1.2 Aktivní prvky používané na www stránkách

Nejdůležitější funkcí aktivních prvků používaných na webových stránkách je stránku oživit pomocí drobných animací, zvukových záznamů nebo videosekvencí a na první pohled zaujmout uživatele.

Podle Stuchlíka (1998, s. 64) je přehled aktivních prvků používaných na webových stránkách následující:

- **Animované obrázky** jsou nejčastěji používaným aktivním prvkem a slouží k docílení dojmu živé stránky. Stránka obsahující větší počet animovaných obrázků může být pro návštěvníka nepřehledná.
- **Zvuky** mohou být vítaným oživením stránky, jejich použití není příliš časté, protože kladou vysoké nároky jak na tvůrce stránek tak i na vybavení návštěvníka stránek.
- **Formuláře** po jejichž vyplnění lze všechna data odeslat na příslušnou adresu stisknutím potvrzením klívesou enter.

2.1.3 Další vizuální prvky

Dalším důležitým vizuálním prvkem webových prezentací je použití barev. Pomocí barev lze ovlivňovat lidské vnímání. Proto je ergonomie barev při použití na webových stránkách velmi důležitá.

Podle Chromého (2005, s. 26) je *“Volba barev je velmi důležitá protože:*

- *ovlivňuje viditelnost a čitelnost,*
- *působí psychologicky (může podvědomě odradit i přilákat),*
- *souvisí s cílem stránek a jejich adresátem.”*

Barvy se na webových stránkách používají k tvorbě barevného systému do kterého

patří především barva pozadí stránek, barvy textu, barvy odkazů a barvy grafických prvků. Při používání barev je třeba najít a vytvořit kombinace barev, které budou tvořit příjemný soulad a kontrast a nebudou nepříznivě ovlivňovat použitelnost stránek.

Dle Powella (2004, s. 464) mezi základní typy pro použití barev patří:

- *“Použít na stránce pouze několik odlišných barev.*
- *Nepoužívat přílišný počet barev.*
- *Používat teplé a studené barvy dohromady.”*

Při výběru barev je důležité počítat s vnímáním významu barev. Běžné představy spojované s barvami mohou ovlivnit vnímání stránky.

Některé běžné představy spojované s barvami (Powell 2004, s. 467).

- **červená** – agrese, vášeň, chyba, stop, varování,
- **zelená** – nezkušenost, novota, úrodnost,
- **modrá** – mír, voda, mužnost,
- **černá** – zlo, smrt, noc, smutek,
- **bílá** – zima, chlad, nevinnost,
- **šedá** – deprese, stáří.

Webové stránky by měly být kontrastní aby byl text dobře čitelný a nesplýval s pozadím. Nejlépe čitelné je tmavé písmo na světlém pozadí. V textu může být pro zvýraznění použit jiný odstín barvy pro nadpisy a jiný odstín barvy pro samotný text.

2.2 Použitelnost internetových stránek

Pro použitelnost webu neexistují žádná pevně definovaná pravidla, nalezneme spíše doporučené postupy. Vychází z různých testování a průzkumů, které zjišťují, co uživatelům internetu vyhovuje a co je jim naopak nepříjemné nebo je dokonce rozčiluje. Podle Janoucha (2010, s. 69) použitelnost znamená: *“Přizpůsobení stránek uživatelům a účelu, pro které jsou vytvořeny. To se týká např. jednoznačného pochopení účelu stránek ze strany návštěvníka, snadná orientace a navigace, možnosti vyhledávání u rozsáhlých webů a mnoho dalších pravidel a doporučení.”*

Použitelný web umožňuje uživatelům s ním jednoduše pracovat, stránky by měly být snadno ovladatelné, srozumitelné, přehledné a měly by poskytnout příjemný uživatelský zážitek. Pokud nejsou dodržena tato pravidla, návštěvníci opouštějí web aniž by dosáhli svého cíle a tím klesá oblíbenost stránek.

Podle Příkrylové a Jahodové (2010, s. 221) je použitelnost “*souborem mnoha pravidel zlepšující interakci návštěvníka a webové stránky.*” Zdůrazňují, že u použitelnosti jde především o funkci fulltextového vyhledávání, díky němuž můžeme najít hledaná slova či fráze v celém obsahu internetové prezentace, a díky tomu se výrazně zlepší orientace uživatelů na stránkách a zpřístupní množství informací bez složité navigace. Na použitelném webu se návštěvník snadno orientuje, efektivně pohybuje a rychle nachází potřebné informace. Základem použitelnosti je dobře navržená struktura webu, stejně jako její respektování navigačními prvky.

Použitelnost jako taková nemá pevná pravidla, oproti tomu přístupnost je stanovena zákonem a vyhláškou, podle kterých by jsme se měli řídit při vytváření internetových stránek. Pravidla použitelnosti budou hodnocena v praktické části z hlediska vyhledávání informací podle dotazníku.

2.3 Přístupnost internetových stránek

Přístupnost stránek znamená umožnit jejich používání i lidem, kteří jsou zdravotně postižení a tím jim pomoci dosáhnou svého cíle. Ti jsou často kvůli svému hendikepu odkázáni na webovou komunikaci, a proto je důležité, aby měli možnost se na jakékoli stránky dostat a pracovat s nimi stejně jako běžní návštěvníci. Způsob jejich práce se však může lišit například v používání klávesnice, zvukových zařízení, ovládání hlasem a podobně. Pokud jsou dodržena pravidla přístupnosti je možné stránky zobrazovat a používat i na přístrojích bez klasického monitoru jako jsou například mobilní telefony (Janouch 2011, s. 77).

Pravidla přístupnosti jsou definována již v mnoha zemích na základě zákonů a vyhlášek. Evropská unie stanovila požadavek, aby byly stránky přístupné podle standardu WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), jiné země používají také standard Section 508. V České republice jsou pravidla přístupnosti definována zákonem č. 365/2000 Sb.

o informačních systémech veřejné správy, a prováděna dle vyhlášky č. 64/2008 Sb. o přístupnosti. Zákonná úprava se tedy týká zatím jen veřejné správy, tedy měst, obcí, ministerstev a dalších, ale firmy by z obchodních a etických důvodů měli tato pravidla dodržovat také (Janouch 2011, s. 77).

Pravidla přístupnosti můžeme nalézt na www.pravidla-pristupnosti.cz nebo www.pristupnost.cz. Plné znění zákona č. 365/2000 Sb. o informačních systémech veřejné správy a vyhlášky č. 64/2008 Sb. spolu s doporučeními nalezneme na stránkách Ministerstva vnitra České republiky (2014).

2.4 Technické řešení

Technické aspekty budou v této práci zmíněny jen okrajově a spíše obecně. Požadavky v této oblasti se neustále zvyšují a vyvíjejí. Neustále však platí pravidlo, že by nemělo být nutné stahovat speciální programy, aby bylo možné pohodlně pracovat na internetových stránkách.

Dle Egera (2010, s. 23) další požadavky a doporučení jsou například:

- *“Barvy popředí a pozadí textu by měli být dostatečně kontrastní pro snadnou čitelnost.*
- *Důležitý je první dojem, snadná navigace a přehlednost.*
- *Odkazy – hyperlinky by měli být vizuálně odlišeny.*
- *Použitelnost na mobilních zařízeních.*
- *Přístupnost textu (Jak bylo zmíněno již výše).*
- *Vhodné používání relevantního hypertextu, který také zvyšuje výsledek optimalizace stránek pro vyhledávače.*
- *Závislost na Java Skriptu může být problémem. Pokud má uživatel vypnutou podporu Java Skriptu celá stránka se mu může rozsypat. Proto je vhodné, aby byl upozorněn, že v dané chvíli má podporu vypnutou.*
- *Nutné je také věnovat pozornost ochraně dat.”*

Dnešní uživatel může na stránku vstoupit z libovolného zařízení a vyžaduje rychlý přístup k informacím, které ho zajímají. Je tedy třeba zpřístupnit stránky tak, aby bylo možné je používat i na těchto přístrojích bez jakýchkoli obtíží. To je důležité také z hlediska

marketingu. V případě, že se uživatelí stránky špatně zobrazí, nebo dokonce vůbec, bude hledat cíle jinde, a tím firma ztratí svého zákazníka.

2.4.1 SEO – optimalizace internetových stránek pro vyhledávače

Velká část uživatelů internetu hledá konkrétní webové stránky přes vyhledávače. Janouch (2011, s. 99) vysvětluje optimalizaci takto: *“Je to způsob, jak zajistit, aby se určité webové stránky zobrazovaly ve výsledcích vyhledávání na požadovaná klíčová slova na předních pozicích.”* Můžeme se setkat s názvem SEO (Search Engine Optimization), což v překladu znamená optimalizace pro vyhledávače.

Optimalizace pro vyhledávače je kontinuální a dlouhodobý proces. Jelikož konkurence své stránky stále optimalizuje a také se neustále mění algoritmus vyhledávačů, udržet se na předních místech výsledků vyhledávání vyžaduje změny. Právě vyhledávače přivádějí na webové stránky velkou část návštěvníků. Hlavním cílem SEO je tedy přivést zákazníka. Nesmíme však zapomínat, že nejdůležitější není jen zákazníky přivést, ale také si udržet jejich zájem a přimět je k akci a opětovnému návratu (Janouch 2010, s. 83).

Optimalizace www stránek vyžaduje znalosti, které jsou potřeba pro tvorbu stránek, jako například HTML jazyk a další. Důležitá je již adresa stránek, takzvaná doména. Ludvík Eger (2010, s. 38) uvádí další důležité prvky:

- *“Titulek stránky (title),*
- *popis stránky (description metatagy),*
- *hlavní nadpis h1 (a částečně i podnadpisy h2 – h6),*
- *klíčová slova, či klíčová spojení v textu (a jejich zvýraznění),*
- *text odkazů (důležitý více u předchozích linek) a samozřejmě jejich správnost,*
- *vnitřní prolínkování (propojení) a struktura našeho webu,*
- *obrázky,*
- *validní kód (tzn. kód s minimálním počtem chyb).”*

SEO se soustřeďuje především na dvě věci, a těmi jsou *klíčová slova* a *příchozí linky*. Klíčová slova říkají co nalezneme na stránkách a příchozí linky říkají, jak jsou stránky důležité. Aby bylo SEO úspěšné, musí být obojí v souladu (Janouch 2010, s. 84).

3 Hodnocení internetových prezentací škol

Oficiální aktivní internetová prezentace školy je v současné době nejen důležitým zdrojem informací o škole, ale současně i nástrojem komunikace. Prostřednictvím webových stránek spolu mohou komunikovat pedagogové a zaměstnanci školy mezi sebou na uzavřených profesních sítích. Rodiče, žáci i uživatelé z řad veřejnosti mohou díky interaktivnímu webu komunikovat se školou přímo na jejich stránkách. Webové stránky školy mohou být přímo propojeny se sociálními sítěmi. Aktuální a kvalitní informace jsou nejdůležitějším důvodem, proč se návštěvníci na stránky vrací.

Funkční internetová prezentace je pro uživatele dobře použitelná. Dobrá použitelnost zaručí, že se návštěvníci na webu snadno orientují, rychle pochopí jeho uspořádání a odnesou si hodnotný uživatelský zážitek (Neumajer 2005, s. 32).

Hodnocení webových stránek škol je v této práci rozděleno do tří oblastí. Obsahové náležitosti, grafika a technické aspekty. Hodnocení stránek bude provedeno uživatelským testováním se zaměřením na:

- čtení textu a prohlížení grafiky,
- hledání konkrétních informací,
- provádění uživatelských aktivit.

3.1 Obsahové náležitosti internetových prezentací

Informace o obsahu stránek webové prezentace školy by měly být uvedeny na hlavní stránce prezentace a mělo by z nich být zřejmé, že jde o oficiální školní web. Pokud má škola vlastní logo měl by jeho obrázek být umístěn do záhlaví titulní stránky.

3.1.1 Základní informace o škole

Přesný název školy a adresa školy by měly být uvedeny na hlavní stránce webu. Důležitou informací je také představení školy z hlediska jejího zaměření a nabídky vzdělávacích předmětů.

3.1.2 Kontakty

Nejdůležitější kontakt by měl být uveden na hlavní stránce. Může to být univerzální kontakt na školní ústřednu nebo vrátnici školy. Podrobným kontaktním informacím by měla být věnována zvláštní stránka, která obsahuje seznam telefonních kontaktů na jednotlivé pedagogy a ostatní zaměstnace školy a to včetně jejich e-mailových adres. Je důležité uvádět nejen plná jména ale i funkce, které příslušní zaměstnanci školy zastávají (Neumajer 2005, s. 60). Součástí stránky s kontakty může být i přesný popis, jak se do školy dostat.

Kontakty budeme popisovat z hlediska typu komunikace v kapitole 5.1 Typy komunikace. A dále budou typy komunikace posuzovány v praktické části.

3.1.3 Organizace chodu školy

Do této kapitoly patří široká škála informací o provozu a chodu školy, například o harmonogramu školního roku, rozvrhu vyučovacích hodin, úřední hodiny, přijímacím řízení, třídních schůzkách a harmonogramu akcí, které škola pořádá. Informační systémy, které zpracovávají školní agendu jsou označovány souhrně jako systémy pro školní administrativu. Vzhledem k tomu, že uživatele školních webů můžeme rozdělit do několika cílových skupin je důležité, aby byl web rozdělen do rubrik určených jednotlivých skupinám uživatelů. Návštěvník webu z řad veřejnosti bude mít přístup pouze k základním informacím na rozdíl od studentů, rodičů nebo pedagogů školy, kteří budou mít díky přístupovým kódům možnost širšího využití webu (Neumajer 2005, s. 63).

Při testování této oblasti budeme vyhledávat informace o harmonogramu školního roku a harmonogramu akcí, které škola pořádá.

3.1.4 Elektronické verze dokumentů

Nejdůležitějšími dokumenty, kterými se školy při své činnosti řídí jsou: Školní vzdělávací program (dále jen ŠVP) a Školní řád. Na webu mohou školy zveřejnit další dokumenty týkající se činnosti školy například výroční zprávy, inspekční zprávy, zprávy o finančním hospodaření školy a další písemnosti.

V praktické části této práce bude zjišťováno, zda školy na svých stránkách zveřejňují dokument ŠVP a aktuální Výroční zprávu školy.

3.1.5 Aktuálnost

Aktuálnost webových stránek školy lze chápat jako aktuálnost prezentace školy jako celku a také jako aktuálnost zveřejňovaných jednotlivých dokumentů a informací. Informace na webu školy můžeme rozdělit na ty, které mají střednědobý až dlouhodobý charakter a aktualizace nebude příliš častá, například školní řád a školní vzdělávací program. Dalším druhem informací jsou ty, které vyžadují častou aktualizaci. V každé škole probíhá mnoho akcí a činností, které vyžadují aby informace o nich byly aktuální (Neumajer 2005, s. 21).

Neumajer (2005, s. 23) uvádí: *"Hlavní cíl prezentace do velké míry předurčuje frekvenci aktualizací. Obecně lze napsat, že o webech aktualizovaných častěji než jednou týdně lze hovořit jako o živých a aktuálních."*

Hledisko aktuálnosti je důležitým aspektem při hodnocení zveřejňovaných informací v praktické části této práce. U vyhledávaných informací je vždy uvedeno, že hledáme informaci aktuální. Neaktualizované stránky jsou z pohledu uživatele nedůvěryhodné.

3.1.6 První dojem

První dojem se vytváří ve velmi krátkém časovém intervalu a jeho vliv zůstává statisticky velmi významný i pro další hodnocení. Jedním z prvních faktorů, které ovlivňují spokojenost návštěvníka stránek a podílí se na utváření prvního dojmu je doba potřebná ke stažení stránky (Neumajer 2005, s. 53). Mezi nejzásadnější faktory, které návštěvník zaregistruje po otevření stránky je grafický styl a uspořádání webu. Důležitá je také dostupnost základních informací, kontaktů a aktualit.

3.2 Formální náležitosti internetových prezentací

Forma webových stránek je dána použitím různých technik a programů díky kterým můžeme na stránky vkládat text, obrázky, barvy tak, jak si přejeme, aby web vypadal.

V praktické části budou hodnoceny formální náležitosti internetových stránek z hlediska textu, kontrastu barev a autorství.

3.2.1 Barvy, text, autorství

Barvy jsou to první, co návštěvník stránek uvidí, ještě než se začte do textu. S použitím barev úzce souvisí míra čitelnosti textu. Nesprávné sladění barvy pozadí a textu může učinit text nečitelným. Dobře sladěné barvy tvoří příjemné prostředí a kladně ovlivňují použitelnost stránek (Dobrovolský 2011, s. 20).

Vizuální podoba textu je dána vlastnostmi písma, které je pro text použito. Mezi tyto vlastnosti řadíme typ, velikost, styl a sílu písma textu v rámci členění do řádků, bloků a délky textu.

Důležitou charakteristikou webu je tvorba obsahu prezentací. Vypovídá o tom, kdo se může podílet (formou publikace příspěvků na škále od prosté účasti po tvorbu obsahů konkrétních rubrik či osobních prezentací) na tvorbě webových stránek. Reálné sledování této charakteristiky (z hlediska externího posuzovatele) ovšem předpokládá, že můžeme autorství z obsahu stránek zjistit (Lukas a Mareš 2012, s. 15).

V praktické části bude posuzováno, zda je u jednotlivých článků na internetových stránkách uveden jejich autor.

4 Legislativa pro zpracování internetových stránek škol

Tuto problematiku můžeme rozdělit do dvou oblastí. V první části se budeme zabývat právními normami, které upravují zveřejňování informací na veřejných webových stránkách. V druhé části pak právními normami a předpisy, které stanovují povinnosti zveřejňování informací na základě práva svobodného přístupu k informacím.

4.1 Zákony upravující zpracování internetových prezentací škol

Pro tuto oblast jsou dva nejdůležitější zákony, které upravují a omezují zveřejňování informací na školních webových prezentacích.

Zákon č.101/2000 sb. o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů, ve znění účinném od 1. 5. 2014

Tento právní předpis zahrnuje mezinárodní principy ochrany osobních údajů a k naplnění práva každého na ochranu před neoprávněným zasahováním do soukromí upravuje práva a povinnosti při zpracování osobních údajů.

Tímto zákonem je také vymezena činnost Úřadu pro ochranu osobních údajů, který dozoruje zákonem stanovené povinnosti při zpracování osobních údajů, přijímá podněty a stížnosti občanů na porušení zákona a poskytuje informace a poradenství v oblasti ochrany osobních údajů. Tento úřad na svých stránkách zveřejňuje publikace a materiály týkající se ochrany osobních údajů. Lze tam najít velké množství informací zaměřených na ochranu osobních údajů dětí a mládeže.

Zákon č. 52/2009 Sb., kterým se mění zákon č. 141/1961 Sb., o trestním řízení soudním(trestní řád), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony.

Je další právní normou, která má vliv na zveřejňování osobních informací. Jde o tzv. "náhubkový zákon", který zakazuje používat v médiích informace týkající se osobních údajů osob podezřelých z trestných činů a také obětí trestných činů. Tento zákon platí i pro internetové uživatele přispívající do diskusí na veřejných webových stránkách.

Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů

Tento zákon je zkráceně nazýván Autorský zákon a upravuje práva autora k jeho

autorskému dílu. Přesně definuje právo autorské, práva související s právem autorským (práva výkonného umělce, výrobce zvukového záznamu, výrobce zvukově obrazového záznamu, právo rozhlasového a televizního vysílatele a právo nakladatele), zvláštní právo pořizovatele databáze, kolektivní správu práv, souběh ochrany a správní delikty. Zjednodušeně můžeme autorské dílo označit jako dílo literární nebo jiný umělecký či vědecký výtvor fyzické osoby, jehož znaky jsou jedinečnost a smyslová vnímatelnost (Neumajer 2005, s. 105).

Školy musí mít ke zveřejňování autorských děl na školním webu povolení od autorů a v případě jejich nezletilosti od jejich právních zástupců. Pro tuto činnost nemohou využít bezúplatné užívání díla či užití díla bez souhlasu autora, protože webovou prezentací školy nelze označit za prostředek vzdělávání.

4.2 Povinně zveřejňované informace

Právní norma, která upravuje tuto oblast, předpisuje institucím povinnost zveřejňovat informace, které by měly být veřejně dostupné.

Zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím stanovuje pravidla pro poskytování informací.

Zákon upravuje podmínky práva svobodného přístupu k informacím a určuje základní kritéria podle kterých jsou informace poskytovány. (Neumajer, 2005 str. 111) Školy jsou dle § 2 odst. 1 definovány jako subjekty povinné za podmínek určených tímto zákonem poskytovat informace vztahující se k jejich činnosti. Z hlediska škol je nejdůležitější především § 4, Poskytování informací, který stanovuje: "*Povinné subjekty poskytují informace žadateli na jeho žádost nebo zveřejněním.*" Samotné zveřejňování informací je definováno v § 5 a mimo jiné ukládá povinnost zveřejňovat informace způsobem umožňujícím dálkový přístup.

Ministerstvo informatiky vydalo na základě §5 odst. 1 a 2 k tomuto zákonu prováděcí vyhlášku.

Vyhláška č. 442/2006 Sb., kterou se stanoví struktura informací zveřejňovaných o povinném subjektu způsobem umožňujícím dálkový přístup.

Z pohledu škol je umístění těchto povinně zveřejňovaných informací prostřednictvím oficiálních webových stránek školy dodržen výše uvedený právní předpis. Ministerstvo informatiky v *Pravidlech pro tvorbu webu* doporučuje: *"Informace zveřejňované na základě zákona jsou dostupné jako textový obsah webové stránky."*

4.3 Metodické pokyny

Pro oficiální internetové prezentace školy jsou důležité také některé metodické pokyny inisterstva školství, mládeže a tělovýchovy, které doporučují nebo ukládají povinnost zveřejňovat některé informace na školním webu.

Metodický pokyn MŠMT (Ministerstvo školství mládeže a tělovýchovy) číslo 27 419/2004-55 *Standard ICT (information and communication technologies) služeb ve škole a náležitosti dokumentu ICT plán školy jako podmínky čerpání účelově určených finančních prostředků státního rozpočtu v rámci Státní informační politiky ve vzdělávání* stanovuje povinnost zveřejnění ICT plánu na svých webových stránkách.

Metodický pokyn MŠMT číslo 28 885/2004-551 *Metodický pokyn k projektům v rámci realizace Státní informační politiky ve vzdělávání* ukládá školám zveřejňovat výsledky projektů hrazených z dotací v rámci realizace Státní informační politiky ve vzdělávání.

5 Internetová prezentace jako komunikační nástroj

Komunikace obecně je předání určité informace od zdroje k příjemci. Jako zdroj marketingové komunikace považujeme organizaci, která vysílá informace příjemci prostřednictvím komunikačních kanálů, forem a prostředků k objektu komunikace. Příjemcem marketingové komunikace jsou zákazníci, uživatelé, spotřebitelé, zaměstnanci, média, široká veřejnost a další (Příkrylová a Jahodová 2010, s. 15).

V průběhu několika desítek let se komunikace radikálně změnila. Před čtyřiceti lety, když jsme chtěli někomu něco na dálku sdělit, museli jsme mu poslat dopis. Před dvaceti lety jsme již mohli zavolat domů nebo do práce. Před deseti lety jsme mohli zavolat komukoliv, kamkoliv na mobilní telefon. Před pěti lety stačilo poslat e-mail a dnes již zanecháváme zprávy na sociálních sítích (Janouch 2010, s. 24). Internet se neustále vyvíjí a stejně tak se rozvíjí i internetová komunikace a tak dnes již můžeme využívat technologie které zrychlují komunikaci a usnadňují spolupráci s více lidmi současně, například diskusní fóra, videokonference.

Příkrylová a Jahodová (2010, s. 215) ve svém díle uvádí: *“Ve virtuálním světě informace znamená pozici, moc, a tak se internetová společnost netvoří s cílem shromažďovat informace, ale spíše vytvářet prostor, ve kterém mohou lidé se stejnými zájmy komunikovat a informace si vzájemně poskytovat a vyměňovat.”* Vzájemná komunikace přináší užitek oběma zúčastněným stranám. Podle Příkrylové a Jahodové (2010, s. 215) jsou nejčastěji používanou službou právě webové prezentace a elektronická pošta.

Lukas a Mareš (2012, s. 7) představují internetové prezentace jako produkty komunikace každonenní pedagogické reality. Jejich prostřednictvím se školy mimo jiné snaží představit samy sebe, svou činnost, své úspěchy a záměry. Internetovou prezentací školy můžeme charakterizovat jako vymezený zdroj informací o konkrétní škole, poskytující novou oblast pro komunikaci školy. Internetové prezentace můžeme považovat za “výkladní skříň” škol, jejich význam jako informačního média a zdroje informací o škole se stále zvětšuje.

Neumajer (2005, s. 7 – 8) uvádí několik hlavních cílů, které může plnit funkční

internetová prezentace školy. Nejen že obecně představuje školu a podává informace o chodu organizace, ale především prohlubuje komunikaci školy s uživateli webu. *“Najít univerzální, konsenzuální definici kvalitní webové prezentace školy je zcela jistě nemožné. Každý autor či instituce vychází při definování hlavního významu školní prezentace ze svých politických, historických a geografických zkušeností.”* Kvalitnější a úspěšnější internetové prezentace mají ty školy, které si zpočátku stanoví skromější cíle a po jejich splnění dále své internetové aktivity rozvíjejí.

Srozumitelnost, obsažnost a vstřícnost internetových prezentací škol, se stává jedním z kritérií, která rodiče mohou brát v úvahu při výběru školy pro své dítě. Webová stránka je stejně tak veřejné sdělení jako televizní nebo novinová zpráva a navíc nám přináší možnost obousměrné komunikace. Na stránky se může podívat kdokoli a jsou tedy masovým médiem (Lukas a Mareš 2012, s. 17).

5.1 Typy komunikace

Na internetových stránkách probíhá komunikace mnoha způsoby. Internetová prezentace je komunikační kanál pro širokou škálu cílových skupin návštěvníků webu.

Lukas a Mareš (2008) ve své studii rozdělují směr komunikace na pět typů, které budou níže popsány.

- Typ interaktivní,
- Typ adresný,
- Typ částečně adresný,
- Typ omezený,
- Typ uzavřený.

Typ interaktivní

Je nejpracovanější typ komunikace, jelikož využívá možnosti internetu téměř naplno. Na stránkách jsou uvedeny veškeré kontakty na zaměstnance školy, jejich konzultační hodiny a je výhodou, že lze komunikovat přímo na webových stránkách, kde se můžeme dočkat i odpovědi. Nalezneme zde například Návštěvní knihu, Knihu hostů nebo různé diskuse, které umožňují obousměrný způsob komunikace. V některých

případech jsou tyto části prezentace chráněny heslem a jsou přístupné pouze pro určené cílové skupiny uživatelů (Lukas a Mareš 2008).

Typ adresný

Je možné nalézt kontakty na všechny učitele školy. Například můžeme vyhledat oficiální telefon a e-mail školy, kontakty na učitele, konkrétní osoby a někdy i včetně konzultačních hodin. V tomto případě již škola není “anonymní” institucí, jelikož víme kdo je kdo, a můžeme mu zavolat, poslat e-mail, popřípadě víme kdy a kde ho navštívit. Všichni zaměstnanci pak mohou komunikovat s každým, kdo je kontaktuje (Lukas a Mareš 2008). Na stránkách není odkaz na interaktivní komunikaci a nejsou zde uvedeny kontakty na provozní zaměstnance školy.

Typ částečně adresný

Tento typ komunikace je pravděpodobně nejčastější. Zjistíme e-mail nebo číslo na ředitele, jeho zástupce, popřípadě na některé učitele a školní organizace jako je jídelna, školní družina a další (Lukas a Mareš 2008). U tohoto typu komunikace nejsou zveřejněny kontakty na všechny učitele a ani na provozní zaměstnance školy. Stránky neumožňují interaktivní komunikaci.

Typ omezený

Na stránkách nalezneme pouze e-mail či telefonní číslo na školu samotnou a někdy na ředitele školy. Můžeme narazit na případ, kdy nenajdeme žádné kontaktní jméno, a tudíž nevíme, koho máme kontaktovat (Lukas a Mareš 2008). Kontaktní údaje na jednotlivé učitele ani na provozní zaměstnance nejsou zveřejněny. Stránky neumožňují interaktivní komunikaci.

Typ uzavřený

Tento typ lze považovat za extrém, jelikož v tomto případě nezískáme žádný kontakt na kohokoliv ze školy. Nenajdeme žádný e-mail, telefonní číslo, ani jméno na kontaktní osobu ve škole, ředitele nebo jakýkoli odkaz na ně. Je i možnost, že jméno na ředitele školy nalezneme ale jen ve *Výroční zprávě školy* (Lukas a Mareš 2008).

V praktické části budou jednotlivé školy podle výsledků dotazníkového šetření zařazeny do jednotlivých typů komunikace.

6 Marketing škol a internet

V této kapitole budou popsány výhody internetové prezentace školy z hlediska marketingu. Marketing pro školy je důležitý nejen z hlediska získávání nových žáků, ale také komunikace se stávajícími studenty i absolventy a jejich rodiči, nebo s veřejností a médii. Komunikace na internetu neprobíhá jen jedním směrem (získávání informací), ale je obousměrná a to znamená, že máme možnost kontaktovat přímo školu nebo konkrétní pedagogy, a získat od nich další potřebné informace zpětnou vazbou, a dále o nich diskutovat přímo na školních stránkách, kde jsou pro tuto komunikaci vymezené prostory, například diskusní fóra a nebo Knihy návštěvníků.

V dnešní moderní době hraje internet v marketingu velkou roli. Jeho největší výhody jsou například možnost monitorování a měření více dat než u klasického marketingu a získání zpětné vazby. Dále je internet dostupný 24 hodin denně 7 dní v týdnu, a nabízí spoustu možností, jak najednou oslovit více uživatelů, jenž mají volbu individuálního přístupu. Na internetu jsou propojeny veškeré aktivity a navzájem se doplňují. Důležité je tedy využívat veškeré nástroje i prostor, který internet nabízí (Janouch 2010, s. 17).

Na školních stránkách jsou zveřejňovány práce žáků a výsledky soutěží a projektů kterých se škola a žáci účastní. Z hlediska marketingu to může být přínosem, jelikož dobré výsledky a kvalitní práce žáků jsou známkou o kvalitě školy, na kterou se zaměřují rodiče potenciálních žáků, nebo přímo oni sami. Stránky s kvalitním, zajímavým obsahem a zdařilou grafikou upoutají a přivedou nové návštěvníky. Pokud však stránky nejsou graficky vydařené, obsahují jen neaktuální a zastaralé informace, nebo dokonce hlásí poruchy, jsou pro školu špatnou vizitkou. Podle Neumajera (2005, s. 7) mezi hlavní pravidla internetu stále patří, že zastaralé nebo neaktuální informace vrhají na autora mnohem více špatného světla, než žádné stránky.

Prostřednictvím internetové prezentace také může škola dělat reklamu své doplňkové činnosti. Některé školy nabízejí pronájem tělocvičen, počítačových učeben, jídelen, vaření obědů nebo zpracování účetnictví. Prostřednictvím webu také může škola navazovat kontakty s novými partnery školy zabezpečujícími praktickou činnost žáků. Dále mohou být pořádány různé soutěže o ceny, které taktéž mohou přilákat nové návštěvníky.

Jelikož jsme v době pokroku, měla by mít škola nejen internetové stránky, ale také

podávat zprávy o své činnosti a aktivitách, popisovat úspěchy v člancích a účastnit se dalšího dění na sociálních sítích (Janouch 2010, s. 17). Důvodem proč lidé navštěvují internetové stránky je získání informací. Pokud je na stránkách příliš mnoho informací je získání konkrétní hledané informace složité a nemusí být vůbec nalezena a uživatel stránek z nich odchází nepokojen. Proto je důležité zaměřit se na vytvoření rubrik přímo pro určité skupiny uživatelů, které nejčastěji dané stránky navštěvují. Zaměření na tyto skupiny uživatelů je popsáno v následující kapitole.

6.1 Zaměření internetových stránek na cílové skupiny

Již od počátku tvorby stránek je důležité vědět, pro koho budou stránky určeny. Jedině tak je možné správně určit obsah a formu internetové prezentace. Jinak by měla být stránka psána pro žáky, jinak pro informace rodičům žáků a jinak pro organizaci vyučování pro interní učitele. Psát na míru potřebám cílového návštěvníka znamená brát v potaz jeho věk, zkušenosti, vzdělání, požadavky a jiné. Na hlavní stránce je vhodné rozdělit web do několika rubrik, které budou určeny pro cílové návštěvníky a umístit je v hlavní navigaci, kde čtenáře srozumitelně navede podle jeho zájmu (Neumajer 2010, s. 10).

Podle Neumajera (2005, s. 10) může být školní prezentace zaměřena na typické cílové skupiny jako jsou:

- *“Rodiče, resp. zákonní zástupci současných žáků,*
- *rodiče potencionálních žáků,*
- *noví učitelé,*
- *jiné školy,*
- *veřejnost,*
- *určitá komunita,*
- *sponzoři,*
- *sociální partneři,*
- *zřizovatel, MŠMT, ČŠI, kontrolní orgány,*
- *žáci, studenti.”*

Aby uživatelé naše stránky vůbec našli je potřebné stránky dále prezentovat. Jelikož je tato práce zaměřena na střední školy, z hlediska marketingu je pro školy důležité

získávat nové zájemce o studium. To je nejsnadnější tam, kde se teenageři na internetu nejčastěji scházejí, a proto je vhodné propojit internetové stránky se sociálními sítěmi.

6.2 Propojenost školních internetových stránek se sociálními sítěmi

Na sociálních sítích se setkává spousta teenagerů, což nabízí školám příležitost se zde také zviditelnit a upoutat pozornost dalších potenciálních zájemců o studium. To může pomoci rozšířit povědomí o škole. Školu zde prezentují i její žáci a lidé, kteří přispívají na stránky, například svými komentáři. Zřídit školní profil na sociální síti není tak jednoduché jako vytvořit osobní. Je nutné pamatovat na to, že se jedná o veřejnou instituci pro níž platí určitá pravidla a zákony.

Podle Janoucha (2010, s. 210) můžeme popsat sociální média takto: *“Sociální média jsou online média, kde je obsah (spolu) vytvářen a sdílen uživateli. Sociální média se nepřetržitě mění tím, jak se mění (přibývá) jejich obsah a také přidáváním mnoha funkcí.”* Sociální síť je tedy místo na internetu, kde se tvoří sociální komunity, kterým umožňuje komunikaci.

K neznámějším a nejoblíbenějším aplikacím sociálních sítí patří Facebook.com a Twitter.com. Z českých komunitních serverů pak Spolužáci.cz, Lidé.cz. Tyto sítě pracují na principu registrace a vytvoření vlastního profilu. Původním účelem těchto serverů bylo vytvoření místa pro komunikaci mezi přáteli, ale postupným rozšiřováním dalších služeb a možností, se stal důležitým nástrojem marketingu pro podnikatelské a další subjekty (Přikrylová a Jahodová 2010, s. 214).

V praktické části bude hodnoceno propojení internetových stránek škol se sítí Facebook a Twitter. A dále bude hodnoceno, zda má škola vlastní profil na výše uvedených sociálních sítích.

II. Praktická část

7 Pohled na současný stav zkoumané problematiky

Na problematiku hodnocení internetových prezentací škol se v současnosti zaměřují Mareš a Lukas (2012), kteří se zabývají výzkumem internetových prezentací a jejich hodnocením. Vytvořili hodnotící nástroj k autoevaluaci školy, který umožňuje školám samotným provést hodnocení svých internetových stránek, a na základě výsledků mohou odstranit nedostatky. Stejnou problematikou se zabývá Neumajer, který se ve své práci (Budujeme školní web) zabývá stanovením kritérií pro tvorbu a hodnocení internetových stránek škol. V návaznosti na svou publikaci dává k dispozici na svých webových stránkách (ondřej.neumajer.cz 2014) autoevaluační nástroj s názvem *“Náležitosti školního webu – autoevaluační asistent”*. Zde poskytuje ředitelům škol a autorům školních webů kritéria, podle kterých lze hodnotit kvalitu školních internetových prezentací, a ve výsledku slovní hodnocení a souhrn silných a slabých stránek hodnoceného webu. Hodnocením současného stavu prezentací škol na internetu se zabývá Eger (2010) zpracoval komparaci prezentací gymnázií prostřednictvím internetu a poukázal na posun a vývoj v této oblasti.

Na hodnocení internetových stránek v současnosti existuje spousta kvalifikačních prací, které nabízí různé způsoby hodnocení. S nimi se můžeme setkat například v práci Radka Trnky (Hodnocení webových prezentací vybraných bank 2013) ze Západočeské univerzity v Plzni, který ve své práci prozkoumává kvalitu webových prezentací dvaceti českých bank upravenou metodikou WebTop100 a na závěr předkládá návrhy na zlepšení webů.

Dále se hodnocením ve své bakalářské práci zabývá Petra Lakoščíková (Hodnocení vybraných webových stránek veřejné správy 2011) z Pedagogické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci. Vybrala 5 webových portálů měst Olomouckého kraje a provedla jejich analýzu a následně je zhodnotila z hlediska užitečnosti, přehlednosti a přístupnosti. S hodnocením se také můžeme setkat v práci Václava Štrupla z Vysoké školy ekonomické v Praze, ve své práci (Komplexní analýza webových stránek 2008) popsal metody vhodné pro analýzu webových stránek a jejich využití při zkoumání jednotlivých složek webu.

Mezi ně zařadil marketingovou hodnotu, použitelnost a přístupnost, optimalizaci pro vyhledávače a návštěvnost. Ve své práci hodnotí a porovnává internetové stránky škol také Lenka Široká z Vysoké školy ekonomické v Praze, která ve své bakalářské práci (Srovnání webových stránek českých vysokých škol) porovnává webové stránky z hlediska použitelnosti a přístupnosti z pohledu uživatele.

8 Charakteristika průzkumu

Díky získaným poznatkům o hodnocení stránek z teoretické části práce a upravením autoevaluačního nástroje pro školy vytvořeným Marešem a Lukášem (2010) byl vytvořen evaluační nástroj. Ten bude dále využit pro hodnocení prezentací středních škol se sídlem ve městě Přerově. Odpovědi na jednotlivé otázky budou obodovány a ohodoceny u každé internetové prezentace zvlášť, výsledky jednotlivých prezentací škol budou následně na závěr porovnány.

8.1 Cíle praktické části práce

V této kapitole jsou stanoveny výzkumné cíle hodnocení školních stránek, na které bude v praktické části odpovězeno.

Výzkumné cíle:

- Zjistit, zda internetové prezentace středních škol ve městě Přerově splňují základní právní předpisy týkající ochrany osobních údajů žáků, a zda splňují zveřejnění základních dokumentů – Výroční zpráva školy, Školní vzdělávací program.
- Zhodnotit, zda internetové prezentace středních škol v Přerově splňují jednotlivé obsahové náležitosti.
- Zhodnotit, zda internetové prezentace středních škol v Přerově splňují jednotlivé formální náležitosti.
- Zhodnotit typy komunikace internetových prezentací škol v městě Přerově.
- Provéřit propojenost webu s vybranými sociálními sítěmi.

8.2 Základní soubor a vzorek průzkumu

Základním souborem pro výběr zkoumaného vzorku byly střední školy všech zřizovatelů v působnosti Olomouckého kraje uvedené v adresáři škol a školských zařízení dostupném na stránkách Olomouckého kraje. Z tohoto souboru, který obsahuje celkem 93 škol, bylo pro tuto práci vybráno 8 středních škol se sídlem v Přerově. Jednotlivé názvy škol byly zadány do vyhledávače a poté mezi výsledky vybrány oficiální stránky škol. Ty byly použity pro následné hodnocení v této práci.

Názvy vybraných škol, které budou níže hodnoceny:

- Střední škola technická, Přerov, Kouřilíkova 8,
- Střední průmyslová škola, Přerov, Havlíčkova 2,
- Střední škola zemědělská, Přerov, Osmek 47,
- Střední škola gastronomie a služeb, Přerov, Šířava 7,
- Obchodní akademie a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky, Přerov, Bartošova 24,
- Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola, Přerov, Denisova 3,
- Gymnázium Jakuba Škody, Přerov, Komenského 29,
- Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská Přerov, s. r. o., Přerov, Palackého 19.

8.3 Výzkumná metoda a technika

Pro průzkum vybraných internetových prezentací byl vytvořen hodnotící evaluační nástroj. Tento evaluační nástroj byl vytvořen převzetím a upravením některých otázek z hodnotícího nástroje Mareše a Lukase (2010) a doplněn o položky podle publikace Budujeme školní web od autora Ondřeje Neumajera. Nástroj obsahuje 29 položek, které jsou rozděleny do tří okruhů na položky týkající se obsahu, položky týkající se typů komunikace a položky hodnotící grafiku a technické aspekty. Obsahové položky se týkají informací o škole a jejím chodu. Položky dotazující se na způsoby komunikace nám umožní zjistit typ komunikace na daných stránkách, dle dělení typu komunikací škol na internetu podle Mareše a Lukase. Do tohoto okruhu položek jsou zařazeny 3 položky týkající se propojení stránek škol se sociálními sítěmi. Položky dotazující se na okruh grafiky a technických aspektů zjišťují čitelnost písma a kontrast písma s pozadím, optimalizaci pro vyhledávače a hledisko přístupnosti. Za splnění kritéria u každé položky je možno u položek číslo 1 až 28 získat jeden bod, u položek číslo 29 je za splnění kritéria 0 bodů. Evaluační nástroj je přílohou této práce. Položky v evaluačním nástroji jsou ve formě otázek na které bude odpověď ano nebo ne.

9 Hodnocení vybraných internetových stránek

V této kapitole jsme hodnotili jednotlivé internetové stránky vybraného vzorku škol. Hodnocení je provedeno podle okruhů položek popsanych v předchozí kapitole. Následuje zhodnocení internetových stránek jako celku a na závěr je provedeno porovnání jednotlivých internetových stránek.

Hodnocení stránek bylo provedeno uživatelským testováním a takto:

- čtení textu a prohlížení grafiky,
- hledání konkrétních informací,
- provádění uživatelských aktivit.

Stránky budou hodnoceny dle kritérií uvedených v evaluačním nástroji. Položky v evaluačním nástroji jsou rozděleny do tří okruhů a každý okruh je samostatně zpracován. První okruh hodnotí obsahové náležitosti internetových stránek a výsledky jsou zpracovány do tabulky s názvem *Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol*. V této tabulce je podle položek číslo 1 až 14 hodnocen rozsah zveřejněných informací podle těchto kritérií:

1. Celý název školy na úvodní stránce.
2. Úplná adrese školy na úvodní stránce.
3. Telefonické kontaktní údaje na školu na úvodní stránce.
4. Základní e-mailový kontakt na školu na úvodní stránce.
5. Prezentace z hlediska svého typu a zaměření.
6. Zveřejnění plného znění Školního vzdělávacího programu.
7. Zveřejnění aktuální výroční zprávy školy.
8. Zveřejnění aktuálního harmonogramu školního roku.
9. Zveřejnění aktuálního harmonogramu akcí, které škola pořádá.
10. Zveřejnění prací žáků (např. Školní časopis, referáty žáků).
11. Prezentace výsledků žáků ze soutěží a projektů.
12. Informace o smluvních pracovištích, ve kterých probíhá praktická výuka žáků.
13. Elektronická Žákovská knížka.
14. Autorství u zveřejněných článků a zpráv.

Druhý okruh hodnotí rozsah a formu komunikace na internetových stránkách,

a výsledky jsou zpracovány do tabulky s názvem *Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol*. V této tabulce je podle položek číslo 15 až 23 hodnocen typ komunikace a propojení se sociálními sítěmi dle těchto kritérií:

15. Zveřejněno telefonní číslo, případně e-mail na sekretariát školy.
16. Zveřejněno telefonní číslo, případně e-mail na vedení školy.
17. Zveřejněny kontakty na jednotlivé členy pedagogického sboru školy.
18. Zveřejněny kontakty na jednotlivá pracoviště školy.
19. Zveřejněny kontakty na ostatní provozní zaměstnance školy.
20. Je umožněn obousměrný způsob komunikace.
21. Existují odkazy na sociální sítě se kterými jsou propojeny.
22. Vlastní profil na sociální síti Facebook.
23. Vlastní profil na sociální síti Twitter.

Poslední okruh hodnotí použitou grafiku a technické aspekty na internetových stránkách, a výsledky jsou zpracovány do tabulky s názvem *Hodnocení grafiky a technických aspektů na internetových stránkách škol*. V této tabulce je podle položek číslo 24 až 29 hodnoceno použití grafiky a některé technické aspekty dle těchto kritérií:

24. Použití bezpatkového písma v textu.
25. Kontrastnost barvy písma a pozadí.
26. Zobrazení odkazu internetové stránky školy při zadání názvu školy do internetového vyhledávače na první stránce výsledků vyhledávání.
27. Zabezpečení osobních údajů žáků a jejich studijní výsledků přístupovým heslem.
28. Použití volně dostupné formáty dokumentů.
29. Zobrazení informace Stránky v rekonstrukci.

Při hodnocení jednotlivých internetových stránek bylo postupováno tak, že byl vytisknut evaluační nástroj pro každou hodnocenou prezentaci. Pro nalezení oficiálních stránek byl do internetového vyhledávače zadán celý název školy a podle výsledků vyhledávání byly otevřeny stránky školy. Podle evaluačního nástroje byly vyhledávány informace a zjištěné skutečnosti značeny přímo do evaluačního nástroje, a to včetně poznámek k rozsahu informací nebo jejich dostupnosti. Zjištěné hodnoty pak byly zpracovány do jednotlivých tabulek podle výše uvedených kritérií. Následně byly internetové stránky zhodnoceny podle výše popsaných okruhu a také jako celek, a to

včetně vizuálního dojmu ze stránek. Na závěr bylo provedeno porovnání hodnocení jednotlivých internetových prezentací.

9.1 Výsledky hodnocení

Oficiální stránky Střední technické školy, Přerov, Kouřilkova 8, byly první hodnocenou internetovou prezentací.

Střední škola technická, Přerov, Kouřilkova 8

Stránky školy najdeme na internetové adrese www.kourilkova8.cz. V první tabulce jsou zobrazeny výsledky hodnocení obsahových náležitostí stránek.

Tabulka č. 1: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol

Střední škola technická, Přerov, Kouřilkova 8

Položka č.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.
Počet bodů	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0
Celkem bodů: 8														

V tomto hodnocení získaly stránky 8 bodů z možných 14. Úvodní stránka obsahuje pouze informaci o názvu a adrese školy a nejsou na ní uvedeny žádné kontaktní údaje na školu, ale v pravém horním rohu je umístěn odkaz “Napiště nám”. Ze zveřejňovaných dokumentů jsme našli pouze aktuální Výroční zprávu školy. Na stránkách najdeme aktuální harmonogram školního roku i harmonogram akcí, které škola pořádá. V nabídce jsme nenalezli odkaz na elektronickou žákovskou knížku. U zveřejňovaných článků nebyl uveden autor.

Tabulka č. 2: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol

Střední škola technická, Přerov, Kouřilkova 8

Položka č.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.
Počet bodů	1	1	1	1	1	0	0	1	0
Celkem bodů: 6									

Z hlediska určení typu komunikace školy na internetových stránkách podle Mareše a Lukase (2012) můžeme komunikaci označit jako typ adresný, kdy zjistíme kontakty na

sekretariát, vedení školy, jednotlivé pedagogy, provozní zaměstnance školy, odloučená pracoviště a organizace školy. Na stránkách však nefunguje obousměrný způsob komunikace v podobě diskuse nebo ankety. Stránky nenabízí odkaz na propojení se sociálními sítěmi, ale škola má vlastní profil na síti Facebook.

Tabulka č. 3: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol

Střední škola technická, Přerov, Kouřilkova 8

Položka č.	24.	25.	26.	27.	28.	29.
Počet bodů	1	1	1	1	1	1
Celkem bodů: 6						

V textu je použito bezpatkové písmo a je dobře zvolený kontrast barvy písma a pozadí. Text je tedy velmi dobře čitelný. Z hlediska optimalizace pro vyhledávače dopadlo hodnocení dobře, stránka se zobrazila na prvním místě výsledků vyhledávání. Nenalezli jsme žádné nezabezpečené osobní údaje nebo studijní výsledky žáků. Pro zobrazení dokumentů nebylo třeba stahovat žádný další prohlížeč dokumentů. V této oblasti dopadlo hodnocení velmi dobře a dosáhlo plného počtu 6 bodů.

Celkově můžeme webové stránky hodnotit jako průměrné. Na hlavní stránce dominuje modrá barva a v kombinaci s bílým pozadím působí studeně. Příjemným aspektem je uvítací věta: “Vítáme vás na informačních stránkách naší školy”. V pravém horním rohu nalezneme okénko pro vyhledávání, což je pro uživatele jistě výhodou pro rychlé nalezení hledané informace. Stránka nabízí odkazy na verzi stránek v anglickém a německém jazyce, ale po rozkliknutí se nám cizojazyčný obsah nezobrazí.

Střední průmyslová škola, Přerov, Havlíčkova 2

Druhou hodnocenou internetovou prezentací byly oficiální stránky Střední průmyslové školy, Přerov, Havlíčkova 2, které najdeme na adrese www.sps.pr-net.cz.

Tabulka č. 4: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol

Střední průmyslová škola, Přerov, Havlíčkova 2

Položka č.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.
Počet bodů	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0
Celkem bodů: 9														

V oblasti hodnocení obsahových náležitostí bylo dosaženo 9 bodů. Na úvodní stránce jsou informace o názvu a adrese školy a široké spektrum informací o typu a zaměření školy. K představení jednotlivých oborů je použita fotoprezentace, která následně odkazuje na podrobnější informace. Na stránkách nenalezneme ŠVP. V odkazu provoz školy, je k dispozici dokument organizace školního roku, který je aktuální, stejně jako harmonogram školních akcí. Nenalezneme žádný přímý odkaz na elektronickou žákovskou knížku ani podobný, ale v horní části stránky se nachází odkaz s názvem Bakaláři, který po rozkliknutí zobrazí přihlašovací tabulku. Jak jsme zjistili z dalších internetových prezentací škol, tato aplikace je používána jako software pro školní administrativu a obsahuje klasifikaci žáků. Můžeme předpokládat, že žáci a rodiče obdrželi o tomto programu informace včetně přístupových hesel pro jeho používání.

Tabulka č. 5: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol

Střední průmyslová škola, Přerov, Havlíčkova 2

Položka č.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.
Počet bodů	1	1	1	1	0	0	1	1	0
Celkem bodů: 6									

V odkazu kontaktů jsou přehledné seznamy kontaktů jak na vedení školy a ústřednu, tak na jednotlivé pedagogy. Kontakty na provozní zaměstnance na těchto stránkách nejsou uvedeny. Rovněž stránky nenabízí obousměrný způsob komunikace. V pravé horní části úvodní stránky jsou nabídnuty odkazy na sociální síť Facebook a YouTube. Škola má vlastní profil na síti Facebook. Z hlediska určení typu komunikace školy na internetových stránkách podle Mareše a Lukase (2012) můžeme komunikaci označit jako typ částečně adresný, kdy zjistíme kontakty na sekretariát, vedení školy a jednotlivé pedagogy.

Tabulka č. 6: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol

Střední průmyslová škola, Přerov, Havlíčkova 2

Položka č.	24.	25.	26.	27.	28.	29.
Počet bodů	1	1	1	1	1	1
Celkem bodů: 6						

V hodnocení grafiky dopadly stránky výborně. Text je dobře čitelný a kontrastní

s pozadím. Rovněž z hlediska posuzování technických aspektů bylo dosaženo plného počtu bodů. Na úvodní stránce je přehledně uspořádané menu odkazů podle kterého lze jednoduše a rychle najít informace o škole. Vizuálně dobře působí sladění barev. Zdařilá je také použitá fotoprezentace z nabízených studijních oborů, která stránky “oživuje”. Nedostatkem je absence okénka pro vyhledávání.

Střední zemědělská škola, Přerov, Osmek 47

Jako třetí jsme hodnotili oficiální stránky Střední zemědělské školy, Přerov. Tyto stránky mají internetovou adresu www.szeprerov.cz.

Tabulka č. 7: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol

Střední zemědělská škola, Přerov, Osmek 47

Položka č.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.
Počet bodů	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
Celkem bodů: 11														

Při hodnocení obsahových náležitostí bylo dosaženo 11 bodů, což znamená, že stránky poskytují široké spektrum informací. Na úvodní stránce je uveden název a adresa školy, ale nejsou uvedeny kontakty. Stránky obsahují dokument ŠVP, který na předchozích hodnocených stránkách chyběl. K představení typu a zaměření školy je použita velmi rozsáhlá prezentace s fotografiemi. Hlavní stránka nabízí odkaz na film o škole, který představuje jednotlivé obory s ukázkami činnosti. Nevýhodou však je jeho dlouhé načítání.

Tabulka č. 8: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol

Střední zemědělská škola, Přerov, Osmek 47

Položka č.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.
Počet bodů	1	1	1	1	1	0	0	1	0
Celkem bodů: 6									

Úvodní stránka obsahuje v levé navigaci odkaz na kontakty. Po rozkliknutí se zobrazí přehledná tabulka kontaktů na všechny zaměstnance školy a školní organizace. Z hlediska určení typu komunikace školy na internetových stránkách podle Mareše

a Lukase (2012) můžeme komunikaci označit jako typ adresný, protože jsou zde uvedeny veškeré kontakty dle hodnotícího nástroje. Škola má sice zřízený profil na Facebooku, ale na první pohled je zřejmé, že se škola v této oblasti neangažuje, protože profil obsahuje pouze informace o názvu školy, e-mailovou adresu a lokalizaci školy.

Tabulka č. 9: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol

Střední zemědělská škola, Přerov, Osmek 47

Položka č.	24.	25.	26.	27.	28.	29.
Počet bodů	1	0	1	1	1	1
Celkem bodů: 5						

Stránky z hlediska designu působí neprofesionálně. Je použito velké množství barev což působí chaoticky. Čitelnost snižuje nevhodně zvolené barevné pozadí a barva písma, například světle zelené pozadí stránky, zelený rámeček a jiným odstínem zelené psaný text. V hodnocení technických aspektů bylo dosaženo plného počtu bodů. Stránky splňují kritéria nastaveného hodnotícího nástroje.

Celkový dojem ze stránek narušuje přílišná barevnost stránky. Pro písmo je na úvodní stránce použito 11 barev. Ve střední části stránky je tmavě zelené pozadí na kterém je použito modré zelené a sytě červené písmo, což při delším pročítání stránky působí velmi nepříjemně a unavuje oči. Z tohoto důvodu se přikláníme k negativnímu hodnocení, i když po obsahové stránce je prezentace zdařilá.

Střední škola gastronomie a služeb, Přerov, Šířava 7

Další stránkou, která byla pomocí námi vytvořeného nástroje hodnocena je internetová prezentace Střední školy gastronomie a služeb, Přerov. Oficiální stránky školy najdeme na internetové adrese www.sirava.cz.

Tabulka č. 10: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol

Střední škola gastronomie a služeb, Přerov, Šířava 7

Položka č.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.
Počet bodů	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
Celkem bodů: 10														

Úvodní stránka obsahuje úplný název a adresu školy. Z hlediska typu a zaměření školy je dostatečně představena. U jednotlivých učebních oborů je uveden kód a název ŠVP, dokument v celém znění není uveden. Není zveřejněna aktuální výroční zpráva školy. Stránka obsahuje informace o organizaci školního roku a akcích pořádaných školou. Jsou zde prezentovány práce žáků včetně jejich úspěchů v soutěžích. Stránky obsahují podrobné informace o střediscích odborného výcviku a službách, které poskytují. Na úvodní stránce je uveden odkaz informace o studentovi (e-žakovská knížka).

Tabulka č. 11: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol

Střední škola gastronomie a služeb, Přerov, Šířava 7

Položka č.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.
Počet bodů	1	1	1	1	1	0	0	1	0
Celkem bodů: 6									

Z hlediska zveřejněných kontaktních údajů zařazujeme komunikaci jako typ adresný, jelikož stránky splnily kritéria pro hodnocení dle hodnotícího nástroje. Stránky neobsahují odkaz na interaktivní komunikační kanál, ani odkazy na sociální síť. Škola má vytvořený profil na síti facebook.

Tabulka č. 12: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol

Střední škola gastronomie a služeb, Přerov, Šířava 7

Položka č.	24.	25.	26.	27.	28.	29.
Počet bodů	1	1	1	1	1	1
Celkem bodů: 6						

V této oblasti hodnocení bylo dosaženo plného počtu bodů. Stránky jsou dobře čitelné a přehledné. Je odlišné barevné ladění záhlaví navigačního pruhu a vlastního

obsahu. V hodnocených technických aspektech byly splněny podmínky pro kladné hodnocení. Při zadání názvu školy do vyhledávače se nám ve výsledcích zobrazila adresa školy jako první. Informace o studijních výsledcích žáků jsou chráněny heslem.

Na úvodní stránce nás přivítá slogan pod názvem školy “Vaše správná trefa”. Horní navigace stránek je přehledná a po rozkliknutí jednotlivých odkazů nabízí rozsáhlé množství informací o chodu školy. Najdeme zde nabídku služeb, které škola poskytuje a informace o školní restauraci, která je střediskem odborné přípravy žáků. Nejvíce použitou barvou je modrá a její světlé odstíny, stránky tak působí studeně a neosobně.

Obchodní akademie a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky, Přerov, Bartošova 24

Oficiální stránky Obchodní akademie a Jazykové školy s právem státní jazykové zkoušky, Přerov, byly hodnoceny jako 5. Najdeme je na adrese www.oaeprerov.cz.

Tabulka č. 13: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol
Obchodní akademie a Jazyková škola s právem státní jazykové
zkoušky, Přerov, Bartošova 24

Položka č.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.
Počet bodů	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0
Celkem bodů: 7														

Z celkového možného počtu bodů 14 bylo při hodnocení této prezentace získáno pouze 7 bodů, což pouhá polovina. Na úvodní stránce nejsou uvedeny žádné kontakty na školu, na stránkách není zveřejněn ŠVP ani výroční zpráva. V nabídce navigace jsme nenalezli odkaz na elektronickou žákovskou knížku. U článků nejsou zveřejňováni autoři.

Tabulka č. 14: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol

Obchodní akademie a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky, Přerov, Bartošova 24

Položka č.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.
Počet bodů	1	1	1	1	1	0	1	1	0
Celkem bodů: 7									

Pro tyto stránky jsme určili adresný typ komunikace, protože jsou zde uvedeny informace jak na vedení školy, pedagogický sbor a také na ostatní provozní zaměstnance školy. Kontaktní informace o škole sice nejsou umístěny na úvodní stránce ale v odkazu kontaktů lze najít přehledné a detailní informace. Škola má vlastní profil na síti Facebook a na hlavní stránce v navigaci odkaz “Facebook”.

Tabulka č. 15: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol

Obchodní akademie a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky, Přerov, Bartošova 24

Položka č.	24.	25.	26.	27.	28.	29.
Počet bodů	1	1	1	1	1	1
Celkem bodů: 6						

V textu je použito bezpatkové písmo, které je dobře čitelné. Pro text je zvoleno bílé pozadí a je použito několika barev pro písmo. K fotoprezentaci umístěné na úvodní stránce je připojeno menu, u kterého je použito černé písmo na tmavomodrém pozadí. Tato kombinace barev je málo kontrastní a tudíž písmo špatně čitelné. Po zadání názvu školy do vyhledávače se oficiální stránky školy zobrazily na prvním místě ve výsledcích vyhledávání.

Z vizuálního hlediska je rušivé problikávání rolujícího menu u fotoprezentace. Celkově prezentace působí stroze a ničím nezaujme. V horní navigaci je uveden odkaz na intranet školy kde se žáci mohou přihlásit pomocí hesla do vnitřní sítě školy.

Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola, Přerov, Denisova 3

Další hodnocenou prezentací byly oficiální stránky Gymnázia Jana Blahoslava

a Střední pedagogické školy, Přerov. Tyto stránky školy najdeme na adrese www.gjb-spgs.cz.

Tabulka č. 16: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol
Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola, Přerov, Denisova 3

Položka č.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.
Počet bodů	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0
Celkem bodů: 11														

Na úvodní stránce jsou zveřejněny nejdůležitější informace o škole v přehledné tabulce, a to včetně kontaktních údajů. Na stránkách není uveden ŠVP. Je zde umístěna aktuální výroční zpráva školy. Škola je dostatečně představena z hlediska typu a zaměření. Na stránkách je umístěn odkaz na školní časopis LITERO. Stránky mají okénko pro vyhledávání, což usnadňuje vyhledávání informací na stránkách.

Tabulka č. 17: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol
Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola, Přerov,
Denisova 3

Položka č.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.
Počet bodů	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Celkem bodů: 5									

Z hlediska určení typu komunikace školy na internetových stránkách podle Mareše a Lukase (2012) můžeme komunikaci označit jako typ adresný, protože jsou zde uvedeny kontakty na sekretariát, vedení školy, jednotlivé pedagogy, provozní zaměstnance školy, odloučená pracoviště a organizace školy. V nabídce nenajdeme žádný odkaz pro interaktivní komunikaci, ani na propojení se sociálními sítěmi. Škola nemá žádný profil na sociální síti Facebook.

Tabulka č. 18: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol
Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola, Přerov,
Denisova 3

Položka č.	24.	25.	26.	27.	28.	29.
Počet bodů	1	1	1	1	1	1
Celkem bodů: 6						

V tomto okruhu hodnocení bylo dosaženo plného počtu bodů. Text je dobře čitelný, kontrastní a barevné ladění je příjemné na pohled. Při vyhledání podle názvu školy se stránky zobrazily na prvním místě v seznamu. Pro dokumenty jsou používány volně dostupné formáty.

Prezentace školy působí profesionálně. Přehledné uspořádání horní a levé navigace nám usnadňuje vyhledávání. K tomu napomáhá i okénko pro vyhledávání. Stránky působí příjemným dojmem a lákají k dalšímu prohlížení. Tyto stránky můžeme zhodnotit jako velmi zdařilé.

Gymnázium Jakuba Škody, Přerov, Komenského 29

Jako sedmou jsme hodnotili internetovou prezentaci Gymnázia Jakuba Škody, Přerov. Adresa oficiální stránky školy je www.gjs.cz.

Tabulka č. 19: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol
Gymnázium Jakuba Škody, Přerov, Komenského 29

Položka č.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.
Počet bodů	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Celkem bodů: 13														

U této prezentace bylo při hodnocení obsahových náležitostí dosaženo největšího počtu bodů. U otázky číslo 12 je bodové hodnocení 0 z důvodu, že škola nemá smluvní pracoviště pro praktickou výuku žáků. Na úvodní stránce jsou uvedeny všechny základní informace o škole včetně základního kontaktu. Škola je dobře představena z hlediska typu a zaměření. V odkazu důležité dokumenty najdeme aktuální výroční zprávu a ŠVP. Na stránce nechybí ani aktuální harmonogram školního roku a kalendář akcí pořádaných

školou. Škola má svůj časopis “Rejnok”, který také zveřejňuje na svých stránkách. V hlavní nabídce je odkaz na síť intranet, kde žáci a rodiče po přihlášení naleznou údaje o klasifikaci. Po obsahové stránce je prezentace nejzdařilejší.

Tabulka č. 20: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol
Gymnázium Jakuba Škody, Přerov, Komenského 29

Položka č.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.
Počet bodů	1	1	1	1	1	1	0	0	0
Celkem bodů: 6									

Na stránkách nalezneme kontakty na vedení školy, sekretariát, pedagogická sbor a provozní zaměstnance školy. Na stránkách předmětů jsme našli odkaz na diskusní fórum a návštěvní knihu. Jedná se tedy o interaktivní typ komunikace, což je nejideálnější typ z hlediska obousměrné komunikace. Stránky nenabízejí odkaz na propojení se sociální sítí, škola nemá vytvořený profil na síti Facebook.

Tabulka č. 21: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol
Gymnázium Jakuba Škody, Přerov, Komenského 29

Položka č.	24.	25.	26.	27.	28.	29.
Počet bodů	1	1	1	1	1	1
Celkem bodů: 6						

V textu je použito bezpatkové písmo, avšak nedostatkem pro dobrou čitelnost je jeho malá velikost. Kontrast písma s pozadím je dobrý. Při vyhledání podle názvu školy ve vyhledávači se oficiální stránky zobrazí na prvním místě. Přístup ke klasifikačním údajům žáků je přes síť intranet a je chráněn heslem. U článků zveřejněných na webu jsou uvedeni jejich autoři.

Stránky působí velmi profesionálně a propracovaně. Mají příjemně sladěné barvy, jsou přehledné a lákají k dalšímu prohlížení. Na hlavní stránce nalezneme vyhledávací okénko usnadňující vyhledávání. Menu je přehledné a srozumitelné.

Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská Přerov,

s. r. o.

Jako poslední byly hodnoceny stránky Gymnázia Palackého a Střední odborné školy živnostenské Přerov, s. r. o., Přerov. Oficiální stránky školy najdeme na adrese www.ssosz.sszprerov.cz.

Tabulka č. 22: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol
Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská
Přerov, s. r. o.

Položka č.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.
Počet bodů	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Celkem bodů: 11														

Na úvodní stránce nalezneme informace o názvu školy a adresu školy. Škola je rozsáhle představena z hlediska svého typu a zaměření. Nebyl nalezen dokument ŠVP, aktuální výroční zpráva je zveřejněna. Stránky obsahují všechny informace které jsme vyhledávali podle evaluačního nástroje.

Tabulka č. 23: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol
Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská
Přerov, s. r. o.

Položka č.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.
Počet bodů	1	1	1	1	1	1	1	1	0
Celkem bodů: 8									

Při zkoumání informací v této oblasti byly nalezeny veškeré kontaktní údaje, včetně odkazu “on-line služby”, který po rozkliknutí nabízí 10 dalších odkazů na interaktivní komunikaci. Jedná se tedy o interaktivní typ komunikace. Stránky nabízí odkaz na sociální síť Facebook a na této síti mají vytvořený vlastní profil.

Tabulka č. 24: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol
Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská Přerov,
s. r. o.

Položka č.	24.	25.	26.	27.	28.	29.
Počet bodů	1	1	1	1	1	1
Celkem bodů: 6						

Kontrast použitých barev a styl písma umožňují dobrou čitelnost textu. I když je na stránce použito větší množství grafických prvků, je prezentace přehledná a dobře použitelná. Ve výsledcích vyhledávání se po zadání názvu školy zobrazí jako první. Dokumenty jsou zveřejňovány ve volně dostupných formátech dokumentů.

Vzhledově působí stránky příjemně a seriózně. Profesionální zpracování láká k dalšímu prohlížení. Vyvážené použití barev a grafiky stránky oživuje. Výhodou je stručné a jasné menu, které usnadňuje prohlížení a vyhledávání informací.

9.2 Shrnutí výsledků hodnocení

Tabulka č. 25 - Porovnání výsledků hodnocení dle jednotlivých škol

Počet získaných bodů	Název školy
25	Gymnázium Jakuba Škody, Přerov
25	Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská, Přerov
22	Střední škola Zemědělská, Přerov
22	Střední škola gastronomie a služeb, Přerov
21	Střední průmyslová škola, Přerov
21	Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola, Přerov
20	Střední škola Technická, Přerov
20	Obchodní akademie, Přerov

Nejlepšího bodového ohodnocení v počtu 25 bodů z možných 29 dosáhly 2 školy, které mají interaktivní typ komunikace. Tyto stránky byly vytvořeny profesionálně a přehledně. Pouze jedna škola, a to Střední průmyslová škola Přerov nabízí omezené kontaktní informace a je zařazena do částečně adresného typu komunikace. Zbývající školy mají adresný typ komunikace. Z hlediska obsahových informací dosáhlo nejvyššího počtu bodů Gymnázium Jakuba Škody, Přerov, které na svých stránkách zveřejňuje široké spektrum informací o škole a jejím chodu. V okruhu položek komunikace získalo největší počet bodů Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská Přerov. V okruhu položek grafiky a technických aspektů byly výsledky hodnocení jednotlivých škol na stejné úrovni s výjimkou internetové prezentace Střední zemědělské školy Přerov, která získala pouze 5 bodů a to pro špatnou grafiku stránek.

Z porovnání hodnocení jednotlivých stránek škol vyplynulo, že nejlépe zpracované přehledné a obsažné stránky mají školy typu gymnázií.

Závěr

Vývoj v oblasti internetových technologií je velmi rychlý a tyto technologie se rozvíjí v mnoha směrech. Jením z těchto směrů je i rozvoj internetových prezentací. Tato oblast přináší stále další nové možnosti jak prezentovat organizaci, ale také umožňuje široký okruh komunikace. Funkční a pravidelně aktualizované internetová prezentace školy plní mnoho cílů. Nejen že představují školu a informují o organizaci školního roku, ale také podávají informace o přijmacím řízení pro nové žáky. Prohlubují komunikaci nejen s vlastními žáky ale i s jejich rodiči, umožňují přístup ke klasifikaci v uzavřených aplikacích. Své webové prezentace školy často využívají k nabízení doplňkových činností a služeb.

V první kapitole teoretické části byly vymezeny základní pojmy vztahující se k internetovým prezentacím středních škol, objasněny pojmy marketing a hodnocení a dále byl v druhé kapitole vytvořen obecný rámec hodnocení internetových stránek. Následně byly v třetí kapitole vymezeny konkrétní aspekty vztahující se k hodnocení internetových prezentací škol. Ve čtvrté kapitole byla popsána legislativa vztahující se k internetovým prezentacím středních škol. Pojem internetová prezentace jako komunikační nástroj, byl vymezen v páté kapitole a následně v šesté kapitole byla vymezena potřeba marketingu pro školy. Tímto byly splněny stanovené cíle pro teoretickou část práce.

Na teoretickou část navazovala část praktická, pro kterou bylo stanoveno pět dílčích cílů. V praktické části byl v sedmé kapitole popsán současný stav zkoumané problematiky. V osmé kapitole byl charakterizován způsob provedení průzkumu, stanoveny výzkumné cíle, stanoven vzorek průzkumu výběrem středních škol, které byly hodnoceny, a dále je v této kapitole popsána výzkumná metoda a technika, kterou byla provedena evaluace školních internetových stránek. Devátá kapitola se věnuje hodnocení vybraných internetových stránek, zpracování a shrnutí výsledků hodnocení.

Průzkum byl zaměřen na hodnocení vybraných obsahových náležitostí, rozsahu komunikace, grafických a technických aspektů internetových prezentací vybraných přerovských středních škol. Pro průzkum byl vytvořen evaluační nástroj obsahující 29

položek rozdělených do 3 okruhů. Za splnění kritéria u každé otázky bylo možné získat 1 bod. Z výsledků průzkumu vyplývá, že cíl této práce byl splněn. Pomocí evaluačního nástroje se podařilo zjistit, způsob zabezpečení ochrany osobních údajů žáků a zveřejnění základních dokumentů školy na internetových stránkách. Dále bylo zhodnoceno zda internetové prezentace splňují jednotlivé obsahové náležitosti dle stanovených kritérií. Prohlížením a uživatelským testováním byly zhodnoceny formální náležitosti stránek jako je grafika a vybrané technické aspekty. Byl stanoven typ komunikace jednotlivých internetových prezentací a prověřeno propojení webu s vybranými sociálními sítěmi. Tímto byly v této kapitole splněny dílčí cíle praktické části bakalářské práce. Dále z hodnocení vyplynulo, že školy na svých internetových stránkách zveřejňují dostatečné množství informací z hlediska typu a zaměření školy a rozsáhle prezentují jednotlivé studijní obory tak aby zaujaly budoucí žáky. Na základě výsledků hodnocení kontaktních údajů byl stanoven typ komunikace školy. Dobrým zjištěním je fakt, že žádná škola nebyla zařazena do kategorie s uzavřeným, nebo omezeným typem komunikace. Uživatelským testováním byla prověřena optimalizace pro vyhledávače internetových stránek. Součástí hodnocení byl i popis celkového dojmu z jednotlivých prezentací škol. Hodnocené prezentace působily až na jednu výjimku profesionálně. Kvalitní design působí příjemně a profesionální zpracování láká k dalšímu prohlížení stránek.

Tato práce může být podnětem pro správce školních internetových stránek k odstranění nedostatků na jejich portálu. Kritéria stanovená v teoretické části pro hodnocení webových stránek mohou použít i další správci stránek pro posouzení svých webů.

Z důvodu neustále zvyšujícího se počtu lidí, kteří komunikují a vyhledávají informace na sociálních sítích, bych doporučila rozšíření evaluačního nástroje o položky týkající se profilu škol na sociálních sítích, a také o položky vztahující se k interaktivní komunikaci škol.

Při zpracování této práce jsem si významně rozšířila okruh znalostí týkajících se internetu a tvorby internetových stránek. Po provedení průzkumu a hodnocení internetových stránek škol se změnil můj pohled na kvalitu webových stránek z pohledu uživatele.

Seznam pramenů

Citace vychází z nejnovější metodiky citační normy ČSN ISO 690 a současně harvardského způsobu citování.

COHENOVÁ, Julia. *Neobyčejně užitečná kniha o webu*. Praha: SoftPress, 2004, 371 s. ISBN 80-864-9763-1.

EGER, Ludvík. *Komunikace vzdělávacích organizací s veřejností na internetu*. Praha: Česká andragogická společnost, 2010, 116 s. Česká a slovenská andragogika, sv. 5. ISBN 978-808-7306-079.

Gymnázium Jakuba Škody, Přerov, Komenského 29 [online]. 2014 [cit. 2014-06-25]. Dostupné z: <http://www.gjs.cz/rs/>

Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola, Přerov, Denisova 3 [online]. 2014 [cit. 2014-06-25]. Dostupné z: <http://www.gjb-spgs.cz/>

Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská Přerov, s. r. o., Přerov, Palackého 19 [online]. 2014 [cit. 2014-06-25]. Dostupné z: <http://ssosz.sszprerov.cz/>

HOLČÍK, Tomáš. *1001 tipů a triků pro WWW stránky*. Brno: Computer Press, 2003, 402 s. ISBN 80-722-6756-6.

HLAVENKA, Jiří. *Tvorba webových stránek: jednoduše, srozumitelně, názorně*. Brno: Computer Press, 2006, 192 s. ISBN 80-251-0920-8.

CHROMÝ, Jan. *Tvorba webových stránek*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2005, 49 s. ISBN 80-865-7822-4.

JANOUC, Viktor. *333 tipů a triků pro internetový marketing: [sbírka nejužitečnějších informací, postupů a technik]*. Brno: Computer Press, 2011, 278 s. ISBN 978-80-251-3402-3.

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

KUBRICKÝ, Jan. *Tvorba a správa www stránek: (cvičení)*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2011, 80 s. ISBN 978-80-244-2833-8.

LUKAS, Josef a Jan MAREŠ. *Internetová prezentace školy: posuzovací arch.* Praha: Národní ústav pro vzdělávání, 2012, 27 s. Evaluační nástroje. ISBN 978-80-87063-58-3.

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

Obchodní akademie a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky, Přerov, Bartošova 24 [online]. 2014 [cit. 2014-06-25]. Dostupné z: <http://www.oaprperov.cz/>

POWELL, Thomas A. *Web design: kompletní průvodce.* Překlad Petr Matějů. Brno: Computer Press, 2004, 818 s. ISBN 80-722-6949-6.

PŘIKRYLOVÁ, Jana a Hana JAHODOVÁ. *Marketingová komunikace: pro kombinovanou formu studia.* Mladá Boleslav: Škoda Auto Vysoká škola, 2010, 292 s. ISBN 978-80-87042-33-5.

Střední průmyslová škola, Přerov, Havlíčkova 2 [online]. 2014 [cit. 2014-06-25]. Dostupné z: <http://sps-prerov.cz/>

Střední škola gastronomie a služeb, Přerov, Šířava 7 [online]. 2014 [cit. 2014-06-25]. Dostupné z: <http://www.sirava.cz/>

Střední škola technická, Přerov, Kourilkova 8 [online]. 2014 [cit. 2014-06-25]. Dostupné z: <http://www.kourilkova8.cz/>

Střední škola zemědělská, Přerov, Osmek 47 [online]. 2014 [cit. 2014-06-25]. Dostupné z: <http://www.szesprerov.cz/>

STUHLÍK, Petr. *Marketing a reklama na internetu.* Praha: Grada Publishing, 1998, 198 s. ISBN 80-716-9630-7.

STUHLÍK, Petr. *Marketing na Internetu.* Praha: Grada, 2000, 247 s. ISBN 80-716-9957-8.

WebTop100 [online]. [cit. 2014-06-24]. Dostupné z: <http://www.webtop100.cz>

Seznam zkratek

WWW – world wide web

URL – Uniform Resource Locator

HTML – HyperText Markup Language

HTTP – HyperText transfer protocol

SEO – Search Engine Optimization

TCP/IP – Transmission Control Protocol/Internet Protocol

FTP – File Transfer Protocol

ICQ – I Seek You

URL – Uniform Resource Locator

ŠVP – Školní vzdělávací program

WCAG – Web Content Accessibility Guidelines

EU – Evropská unie

OSN – Organizace spojených národů

MŠMT – Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

ICT – Information and Communication Technologies

ČŠI – Česká školní inspekce

WCAG – Web Content Accessibility Guidelines

Seznam tabulek

- Tabulka č. 1: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol
Střední škola technická, Přerov, Kouřilkova 8
- Tabulka č. 2: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol
Střední škola technická, Přerov, Kouřilkova 8
- Tabulka č. 3: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol
Střední škola technická, Přerov, Kouřilkova 8
- Tabulka č. 4: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol
Střední průmyslová škola, Přerov, Havlíčkova 2
- Tabulka č. 5: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol
Střední průmyslová škola, Přerov, Havlíčkova 2
- Tabulka č. 6: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol
Střední průmyslová škola, Přerov, Havlíčkova 2
- Tabulka č. 7: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol
Střední zemědělská škola, Přerov, Osmek 47
- Tabulka č. 8: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol
Střední zemědělská škola, Přerov, Osmek 47
- Tabulka č. 9: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol
Střední zemědělská škola, Přerov, Osmek 47
- Tabulka č. 10: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol
Střední škola gastronomie a služeb, Přerov, Šířava 7
- Tabulka č. 11: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol
Střední škola gastronomie a služeb, Přerov, Šířava 7
- Tabulka č. 12: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol
Střední škola gastronomie a služeb, Přerov, Šířava 7
- Tabulka č. 13: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol
Obchodní akademie a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky,
Přerov, Bartošova 24
- Tabulka č. 14: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol
Obchodní akademie a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky,
Přerov, Bartošova 24

- Tabulka č. 15: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol
Obchodní akademie a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky,
Přerov, Bartošova 24
- Tabulka č. 16: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol
Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola,
Přerov, Denisova 3
- Tabulka č. 17: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol
Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola,
Přerov, Denisova 3
- Tabulka č. 18: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol
Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola, Přerov,
- Tabulka č. 19: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol
Gymnázium Jakuba Škody, Přerov, Komenského 29
- Tabulka č. 20: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol
Gymnázium Jakuba Škody, Přerov, Komenského 29
- Tabulka č. 21: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol
Gymnázium Jakuba Škody, Přerov, Komenského 29
- Tabulka č. 22: Hodnocení obsahových náležitostí internetových stránek škol
Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská Přerov, s.r.o.
- Tabulka č. 23: Hodnocení komunikace na internetových stránkách škol
Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská Přerov, s.r.o.
- Tabulka č. 24: Hodnocení grafiky a technických aspektů internetových stránek škol
Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská Přerov, s.r.o.
- Tabulka č. 25: Porovnání výsledků hodnocení dle jednotlivých škol

Seznam příloh

Příloha č. 1: Evaluační dotazník

Příloha č. 2: Screenshoty úvodních oficiálních internetových stránek středních škol města
Přerova

Příloha č. 1

Evaluační nástroj

Obsahové otázky

1. Obsahuje úvodní stránka informaci o celém názvu školy?
ano
ne
2. Obsahuje úvodní stránka informaci o úplné adrese školy?
ano
ne
3. Obsahuje úvodní stránka telefonické kontaktní údaje na školu (sekretariát nebo přímo vedení školy)?
ano
ne
4. Obsahuje úvodní stránka základní e-mailový kontakt na školu?
ano
ne
5. Je škola na webu prezentována z hlediska svého typu a zaměření?
ano
ne
6. Je na stránkách školy umístěno plné znění Školního vzdělávacího programu?
ano
ne
7. Je na stránkách školy umístěna aktuální výroční zpráva školy?
ano
ne
8. Je na stránkách školy umístěn aktuální harmonogram školního roku?
ano
ne
9. Je na stránkách školy umístěn aktuální harmonogram akcí, které škola pořádá (dny otevřených dveří, exkurze...)?
ano
ne
10. Jsou na stránkách školy umístěny práce žáků (např. Školní časopis, referáty žáků)?
ano
ne
11. Jsou na stránkách školy prezentovány výsledky žáků ze soutěží a projektů?
ano
ne

12. Jsou na stránkách školy uvedena smluvní pracoviště, ve kterých probíhá praktická výuka žáků?
ano
ne

13. Je na stránkách k dispozici elektronická Žákovská knížka?

ano
ne

14. Jsou u zveřejněných článků a zpráv na stránkách školy uvedeni jejich autoři?

ano
ne

Rozsah a forma komunikace

15. Obsahuje stránka telefonní číslo, případně e-mail na sekretariát školy?

ano
ne

16. Obsahuje stránka telefonní číslo, případně e-mail na vedení školy?

ano
ne

17. Obsahuje stránka kontakty na jednotlivé členy pedagogického sboru školy?

ano
ne

18. Obsahuje stránka kontakty na jednotlivá pracoviště školy?

ano
ne

19. Obsahuje stránka kontakty na ostatní provozní zaměstnance školy?

ano
ne

20. Funguje na stránkách školy obousměrný způsob komunikace např. Diskusní fórum, anketa, návštěvní kniha apod.?

ano
ne

21. Nabízí stránky školy odkazy na sociální sítě se kterými jsou propojeny (Spolužáci.cz, Facebook, Twitter apod.)?

ano
ne

22. Má škola vlastní profil na sociální síti Facebook?

ano
ne

23. Má škola vlastní profil na sociální síti Twitter?

ano
ne

Grafika a technické aspekty

24. Je pro informace ve formě textu použito bezpatkové písmo?

ano

ne

25. Je barva písma a pozadí kontrastní?

ano

ne

26. Při zadání názvu školy do internetového vyhledávače se zobrazí odkaz internetové stránky školy na první stránce výsledků vyhledávání?

ano

ne

27. Jsou osobní údaje žáků a jejich studijní výsledky, pokud jsou uvedeny, zabezpečeny přístupovým heslem?

ano

ne

28. Jsou u zveřejněných informací na stránkách školy používány volně dostupné formáty dokumentů (.pdf, .rtf, .odt)?

ano

ne

29. Zobrazí se v průběhu prohlížení stránek informace Stránky v rekonstrukci?

ano

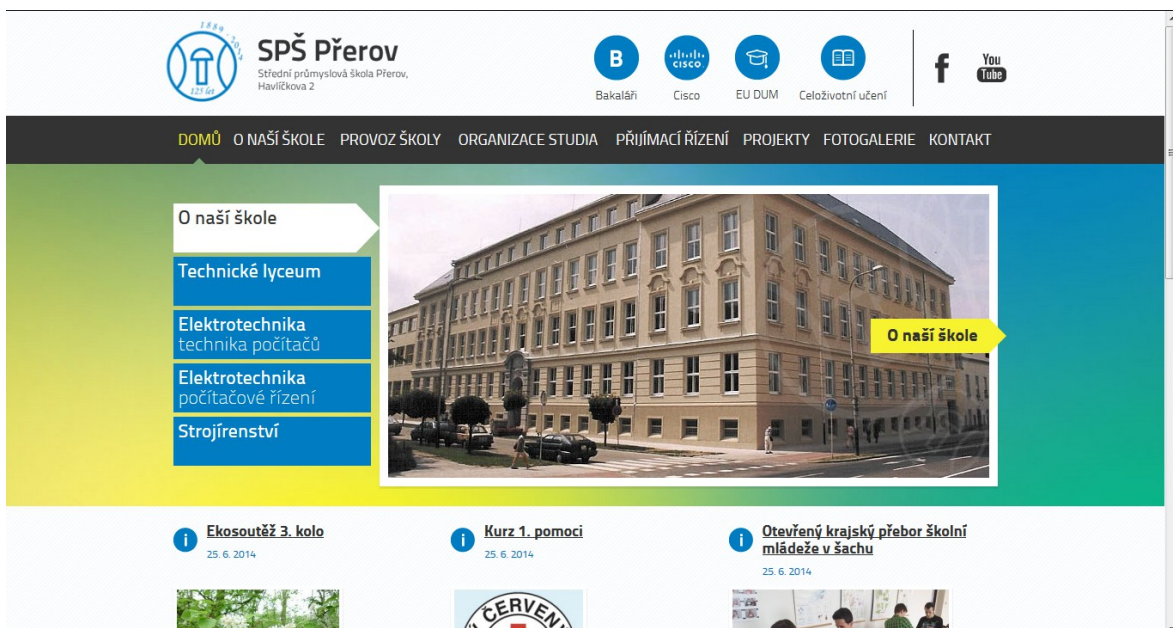
ne

Příloha č. 2: Screenshoty úvodních oficiálních internetových stránek středních škol města Přerova

Střední škola technická, Přerov, Kouřilkova 8



Střední průmyslová škola, Přerov, Havlíčkova 2



Střední škola zemědělská, Přerov, Osmek 47

Střední škola gastronomie a služeb, Přerov, Šířava 7

Obchodní akademie a Jazyková škola s právem státní jazykové zkoušky, Přerov,
Bartošova 24

ÚVOD OBCHODNÍ AKADEMIE JAZYKOVÁ ŠKOLA GALERIE PROJEKTY ŠKOLY INTRANET KONTAKTY NOVINKY FACEBOOK

OBCHODNÍ AKADEMIE PŘEROV **VAŠE ŠKOLA**

Obchodní akademie a Jazyková škola s právem SJZ, Přerov, Bartošova 24

flashmi European Business Game.
Vicemistři European Business Game.
Stužkovací ples 4.B
Den otevřených dveří
Den otevřených dveří
Scholaris 2013

Jste zde: Úvod ZAVŘÍT

OBCHODNÍ AKADEMIE

- » Přijímací řízení
- » Studijní obory
- » Učební plány
- » Maturitní zkoušky

Úvod

PŘIJÍMACÍ ŘÍZENÍ na šk. rok 2014/2015 - 5. kolo

Přihlášky do 25. 8. 2014
Kritéria přijímacího řízení 5. kola: [ZDE](#)
Přihláška: [ZDE](#)

NOVINKY

- » MZ 2014 - přehled výsledků
- » Dotazník pro absolventy
- » Soutěž Diversity 2014
- » NOVINKA od ledna 2014
- » Psaní na klávesnici všemi deseti
- » Uplatnění absolventů

Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola, Přerov, Denisova 3

HOME **ROZVRH HODIN** **DOKUMENTY** **AKTUALITY**

Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola
Denisova 3, 751 52 Přerov

Hledat

Aleš Zatloukal (kvarta) - 3. místo krajské kolo Soutěže dětí a mládeže v programování

Hlavní menu

- Základní informace
- Studijní obory
- Přijímací řízení 2014/2015
- Dokumenty školy
- Předmětové komise
- Výchovné poradenství
- Environmentální výchova
- Akce školy
- Maturitní zkouška
- Dálkové studium
- Pro rodiče a žáky
- Spolupráce s rodiči
- Projekty
- Projektový týmový

Základní informace o škole

Název Gymnázium Jana Blahoslava a Střední pedagogická škola, Přerov, Denisova 3
Sídlo Denisova 3, 751 52 Přerov
Právní forma příspěvková organizace Olomouckého kraje
Zřizovatel Olomoucký kraj
IČO 619 857 59
IZO 000 842 818
REDIZO 600 017 842
Bankovní spojení KB Přerov, číslo účtu: 19-4214880267/0100
Ředitelka školy Mgr. Romana Studýnková
Telefon / Fax +420 581 291 203 / +420 581 291 204
E-mail info@gb-spgs.cz
Datová schránka vsxj9e

Ukázkový obrázek
UKÁZAT NA MAPĚ »

Důležité dokumenty

- Zřizovací listina
- Informace k povolení vzdělávání podle individuálního vzdělávacího plánu a odlišné úprave organizace vzdělávání

Gymnázium Jakuba Škody, Přerov, Komenského 29

Gymnázium Jakuba Škody

Úvodní stránka Škola Informace Studium Lidé Stránky předmětů a aktivit Fotogalerie Intranet Hledat na stránkách...

Jste zde: Home

Přijímací zkoušky VÝLEDKY **Výsledky přijímacích zkoušek najdete v sekci Studium-Přijímací řízení, nebo klikněte přímo na tento banner...**

Základní informace

Gymnázium Jakuba Škody
Komenského 29, Přerov, 750 11
tel: +420 581 217790
fax: +420 581 259 800
e-mail: gjs@gjs.cz

Reditel školy: Mgr. Jan RAŠKA
e-mail: raska@gjs.cz
tel: 581 210 486

studijní obory: >> Informace o studiu

IZO: 000842966
IČ: 00942966
DIČ: CZ00842966
číslo účtu: 9330831 / 0100
ID datové schránky: 3wvdmqtg
Stravování: >> www.zsspreov.cz
Přihlášky/odhlášky: 581 701 554

Informace vedení školy

Aktualizováno 18. 6. 2014 20:59 | Zveřejněno 24. 3. 2014 19:45 | Napsal webmaster

Pro rodiče žáků nových tříd pro školní rok 2014/2015

Seznam tříd: [prima a](#), [prima b](#), [1. a](#), [1. b](#), prezentace ze schůzky rodičů: [Pro primy](#), [pro první ročníky](#).

Informace ze školní jídelny

V pátek 27. 6. bude výdej obědů na horní jídelně od 9:30 do 12:30 a na dolní jídelně od 11:30 do 14:00. Poslední přihlášky a odhlášky a jakékoliv změny pro dny 26. a 27.6. budou přijímány pouze do středy 25.6. do 14. hodin.

Výstava výtvarných prací SVĚT KOLEM NÁS

Aktualizováno 20. 6. 2014 7:46 | Zveřejněno 20. 6. 2014 7:46 | Napsal Dan Borůvka

Zveme všechny vyučující, studenty i jejich rodiče a další příbuzné na výstavu studentských výtvarných prací s názvem Svět kolem nás.

www.gjs.cz/rs/index.php/component/banners/click/46

Kalendář

červen 2014

po	út	st	čt	pá	so	ne
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15

Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská Přerov, s. r. o., Přerov, Palackého 19

Gymnázium Palackého a Střední odborná škola živnostenská Přerov, s.r.o.

1. VŠLG 2. VOŠŽ Přerov 3. PPŠ

ÚVOD
STUDIUM
PŘIJÍMACÍ ŘÍZENÍ
PROVOZ ŠKOLY
ŽÁCI
AKCE
FOTOGALERIE
KONTAKTY
PROJEKTY
GYMNÁZIUM
FAQ

Se znalostí logistiky
vstoupíte mezi odborníky

Držitel certifikátu kvality ISO 9001 a ISO 14001

ON-LINE SLUŽBY

facebook přidej se!

Proč studovat právě u nás?

- Nabízíme odborné i všeobecné vzdělávání
- Sportuješ? Vydeme ti vstříc!
- Zvýhodněný postup na Vysokou školu logistiky o.p.s.
- Vynikající uplatnění absolventů
- Moderní a kvalitně vybavená škola

Další výhody...

Gymnázium Palackého
detašované pracoviště Olomouc

- Kvalitní vzdělání bez přijímaček
- Vysoká úspěšnost u státních maturit
- Flexibilní studium pro sportovně nadané
- Tablet pro žáky 1. ročníku zdarma
- Individuální plán vzdělávání

Více informací zde...

třebuje prostor, když chce růst.

...dělávání bez přijímaček
...pro nejlepší žáky
...studium pro sportovně nadané
...zplatnění absoltentu
...postup na vysokou školu
...kvalitně vybavená škola

Lukáš Rosol

Střední odborná škola živnostenská Přerov, s.r.o.

Anotace

Jméno a příjmení:	Jana Suchánková
Katedra:	Ústav pedagogiky a sociálních studií
Vedoucí práce:	PhDr. René Szotkowski, Ph. D.
Rok obhajoby:	2014

Název práce:	Hodnocení internetových prezentací přerovských středních škol
Název v angličtině:	Rating internet presentations secondary schools of Přerov
Anotace práce:	Cílem této práce je zhodnotit stav internetových prezentací jednotlivých přerovských středních škol z hlediska obsahových náležitostí, komunikační hodnoty, grafiky a technických aspektů. Bakalářská práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou. V teoretické části jsou objasněny pojmy vztahující se k internetovým prezentacím škol, vymezena obecná hodnotící kritéria internetových stránek a stanovena hodnotící kritéria pro školní internetové prezentace. Praktická část je zaměřena na hodnocení internetových prezentací jednotlivých přerovských středních škol podle předem stanovených kritérií a následné porovnání výsledků škol.
Klíčová slova:	Hodnocení, internet, internetová prezentace, školní internetová prezentace, typy komunikace.
Anotace v angličtině:	The aim of this study is to assess the status of Internet presentations by Přerov secondary schools in terms of content, requirements, the value of communication, graphics and technical aspects. The Bachelor's thesis is divided into two parts, theoretical and practical. In the theoretical part are explained concepts related to internet presentations by schools, defined a general evaluation criteria of internet websites and establish assessment criteria for the school internet presentations. The practical part is focused on the evaluation of internet presentations by Přerov secondary schools accordingly to predetermined criteria and then comparison of the results of schools.
Klíčová slova v angličtině:	Rating, Internet, Internet presentation, school internet presentation, type of communication.
Přílohy vázané v práci:	Evaluační nástroj, screenshoty úvodních stránek škol
Rozsah práce:	70 stran
Jazyk práce:	Český

