

Návrh a realizace www stránek pro ZŠ Křižná pomocí redakčního systému Joomla!

Gabriela Stejskalová

Bakalářská práce
2007



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav informatiky a statistiky

akademický rok: 2006/2007

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Gabriela STEJSKALOVÁ**

Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Management a ekonomika**

Téma práce: **Návrh a realizace www stránek pro ZŠ Křižná pomocí
redakčního systému Joomla**

Zásady pro vypracování:

1. **Prostudujte literaturu vtaahující se ke zvolenému tématu.**
2. **Analyzujte požadavky Základní školy Křižná na webovou prezentaci.**
3. **Na základě analýzy požadavků uvedené školy navrhnete obsahovou a formální strukturu prezentace.**

Rozsah práce: 40 stran

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

- [1] KOSEK, Jiří. HTML Tvorba dokonalých www stránek : Podrobný průvodce. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 1998. 296 s. ISBN 80-7169-608-0.
- [2] HLAVENKA, Jiří. Dělejte byznys na Internetu : Jak využít Internet k prospěchu firmy i jednotlivce. 1. vyd. Praha : Computer Press, 1999. 205 s. ISBN 80-7226-182-7.
- [3] PÍSEK, Slavoj. JavaScript : efektní nástroj oživení WWW stránek. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2001. 232 s. ISBN 80-247-0014-X.
- [4] PLECHÁČ, Vladimír. Databáze na webu : VisualFoxPro, Access, SQL Server. 1. vyd. Praha : GComp, 2000. 248 s. ISBN 80-85649-82-9.
- [5] ULLMAN, Larry. PHP : Pokročilé Programování Pro World Wide Web. Překlad: Martin Bartel. 1. vyd. Praha : SoftPress, 2003. 512 s. ISBN 80-86498-36-4.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Miroslava Komínková, Ph.D.

Ústav informatiky a statistiky


Datum zadání bakalářské práce: 16. března 2007

Termín odevzdání bakalářské práce: 18. května 2007

Ve Zlíně dne 16. března 2007


doc. PhDr. Vnislav Nováček, CSc.
děkan




doc. Ing. Rudolf Pomazal, CSc.
ředitel ústavu

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá návrhem a realizací webových stránek pro Základní školu Valašské Meziříčí, Křižná 167, okres Vsetín, příspěvkovou organizaci pomocí redakčního systému Joomla!. Webové stránky mají sloužit jako zdroj informací rodičům žáků, žákům a široké veřejnosti a zároveň umožnit vzájemnou komunikaci zainteresovaných stran.

V první části práce jsou uvedeny požadavky na internetovou prezentaci, technologie a design, který byl použit při vytváření projektu. V praktické části je popsán postup vytváření webových stránek.

Klíčová slova: www stránky, CMS Joomla!, školní web, webdesign

ABSTRACT

The bachelor thesis discusses the suggestion and the realization of www sites with the Joomla! CMS for the basic school Křižná in Valašské Meziříčí. The web presentation should be used as information source to pupil's parents, pupils and public and also allow mutual communication between this sides.

At the beginning of this thesis, there are mentioned the three important areas of marketing, technology and design, which were used to create the project. In practical part is described the procedure of the web designing.

Keywords: www sites, CMS Joomla!, school web, webdesign

Děkuji Ing. Miroslavě Komínkové, Ph.D, vedoucí bakalářské práce, za odborné vedení, cenné rady, připomínky a pomoc při zpracování bakalářské práce. Dále děkuji Mgr. Tomášovi Najmanovi, řediteli ZŠ Křižná Valašské Meziříčí za vstřícný přístup a Davidovi Palovi za pomoc s CMS Joomla!.

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 ŠKOLNÍ WEBOVÉ STRÁNKY	12
1.1 ŠKOLNÍ WEBOVÉ STRÁNKY	12
1.1.1 Internetová prezentace x funkční školní web	12
1.1.2 Účel školního webu.....	13
2 BUDOVÁNÍ ŠKOLNÍHO WEBU.....	14
2.1 INTERNETOVÁ STRATEGIE.....	15
2.1.1 Koncepce školního webu	15
2.1.2 Základní analýza	16
2.2 NÁVRH WEBU	18
2.2.1 Struktura webu	18
2.2.2 Navigace.....	20
2.2.3 Obsah	21
2.2.4 Vzhled.....	21
2.2.5 Efektivita webu.....	22
2.3 PUBLIKOVÁNÍ	23
2.3.1 Webhosting.....	24
2.3.2 Doména.....	24
2.3.3 Zveřejnění www stránek	24
2.4 PROVOZ A ÚDRŽBA	25
3 REDAKČNÍ SYSTÉM JOOMLA!	26
3.1 REDAKČNÍ SYSTÉM	26
3.2 CMS JOOMLA!.....	26
3.2.1 Vývoj	27
3.2.2 Licence GNU GPL	27
3.3 ČÁSTI JOOMLA!.....	28
3.3.1 Šablona.....	28
3.3.2 Komponenty.....	28
3.3.3 Moduly.....	28
3.3.4 Mamboti.....	29
3.4 OBSAH STRÁNEK.....	29
3.4.1 Organizace dat.....	29
3.4.2 Vkládání a editace obsahu.....	29
3.4.3 Přístupová práva.....	31
3.5 PROVOZ.....	32
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	34
4 ANALÝZA WWW STRÁNEK	35

4.1	CHARAKTERISTIKA ZŠ KŘIŽNÁ.....	35
4.1.1	Identifikační údaje.....	35
4.1.2	Historie a současnost	35
4.1.3	Profil školy	36
4.1.4	Vybavení školy se vztahem k webu	36
4.1.5	Přípravenost školy k provozu webu.....	37
4.2	POŽADAVKY NA WWW STRÁNKY	37
4.3	ZÁKLADNÍ ANALÝZA	38
4.3.1	Analýza trhu	38
4.3.2	Analýza cílové skupiny a potřeb zákazníků.....	39
4.3.3	Analýza webu konkurence	39
4.3.4	Analýza webu ZŠ Křižná.....	41
5	NÁVRH	42
5.1	INTERNETOVÝ MARKETING.....	42
5.1.1	Definice hlavních internetových cílů	42
5.1.2	Internetová strategie	42
5.1.3	Matanoia	43
5.2	INFORMAČNÍ STRUKTURA STRÁNEK.....	43
5.2.1	Struktura	43
5.2.2	Kostra stránek	44
5.2.3	Komponenty	44
5.2.4	Moduly.....	45
5.3	GRAFICKÝ NÁVRH.....	45
5.4	OBSAH.....	47
5.4.1	Publikování.....	47
5.4.2	Přístupová práva.....	47
5.4.3	Formát dokumentů	48
5.5	WEBHOSTING.....	48
5.6	PŘEDBĚŽNÝ ODHAD NÁKLADŮ	49
6	REALIZACE.....	51
6.1	PROVOZ WEBU	51
6.1.1	Příprava a zavedení webu.....	51
6.1.2	Testovací fáze.....	51
6.2	VYHODNOCENÍ REALIZOVANÝCH STRÁNEK.....	51
6.2.1	Metody hodnocení.....	51
6.2.2	Přímé sledování a rozhovory	51
6.2.3	Statistická data z Joomla!.....	52
6.2.4	Návrh na zlepšení stránek.....	52
	ZÁVĚR.....	54
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	56
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	59
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	60

SEZNAM TABULEK	61
SEZNAM PŘÍLOH.....	62

ÚVOD

Ačkoliv je to neuvěřitelné, historie internetu sahá až do roku 1957. Původně byl web vyvinut jako pomůcka pro sdílení výsledků vědeckého výzkumu po celém světě. Během rozvoje nastalo několik významných mezníků. Prvním z nich je zavedení pojmu Internet¹ v roce 1981. V této době síť disponovala více než dvěma sty uzly. Druhým mezníkem v rozvoji internetu byly roky 1989-90, kdy byl vytvořen celosvětový standard pro přenos hypertextových a multimediálních informací - World Wide Web (WWW). Tím byl učiněn významný krok ke komerčnímu využití internetu [11,13].

V posledních deseti letech došlo k prudkému rozšíření internetu. Díky technické i finanční dostupnosti se stal internet fenoménem dnešní doby. Webové stránky² už neslouží pouze k prezentaci dokumentů a jako zdroj informací, ale poskytují platformu, na které mohou běžet nejrůznější aplikace. Stále více se uplatňuje jako nový marketingový nástroj a prostředek komunikace.

Ve své práci se zabývám problematikou budování webových stránek základní školy. Školy jsou vystaveny konkurenčnímu tlaku jako kterákoliv jiná firma nabízející služby. Jejich zákazníci se však od běžných komerčních firem liší omezeným počtem (omezení místem) na relativně dlouhou dobu (9 let), proto i nároky na internetovou prezentaci vykazují jistá specifika.

Cílem bakalářské práce je navrhnout a realizovat www stránky pro ZŠ Křižná³, Valašské Meziříčí, které odpovídají požadavkům současné doby a byly snadno rozšiřitelné s ohledem na rostoucí nároky uživatelů.

Při práci jsem vycházela z teoretických poznatků z oblastí tvorby www stránek, osobních zkušeností s redakčním systémem Joomla! a ze zkušeností s chodem školy. Přes tyto znalosti se v testovacím provozu ukázalo, že některá rozhodnutí nebo předpoklady byly chybné. Proto jsem svou pozornost zaměřila na internetový marketing a začala jsem věnovat větší

¹ psaní velkého písmene ve slově Internet se již nepoužívá, původně vyjadřovalo jedinečnost této technologie

² webová stránka, www stránka je základní informační jednotka webu, web je označení pro WWW, velmi časté je zaměňování těchto pojmů [13]

³ plný název: Základní škola Valašské Meziříčí, Křižná 167, okres Vsetín, příspěvková organizace

pozornost potřebám uživatelů. Výsledkem bakalářské práce jsou tedy nejen realizované stránky, ale i doporučení pro jejich zlepšení a další rozvoj.

V práci nepopisují technické parametry a základy tvorby www stránek. Tato problematika je již dostatečně zpracována v mnoha dokumentech. Také se ukazuje, že kvalitně technicky zvládnuté stránky nezaručují návštěvnost stránek. Proto se ve své práci zaměřuji na marketingové aspekty, protože ty jsou pro úspěšnost webu rozhodující.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ŠKOLNÍ WEBOVÉ STRÁNKY

1.1 Školní webové stránky

WWW stránky firmy by měly být pro střední a větší firmy samozřejmostí a nevyplácí se jejich přípravu a realizaci podceňovat, ať už rozpočtem nebo důrazem kladeným na ně. Školy jakoby zapomínaly na to, že jsou také firmami, které nabízí služby a působí v konkurenčním prostředí. Z průzkumů oficiálních stránek škol bylo v Česku jen 20 % základních škol, které vlastní webovou prezentaci. U středních škol je to 85 % a u vyšších odborných škol, 89 % [16]. Z průzkumu J. Mareše [15] vyplývá, že stav prezentací není ideální. Na mnoha stránkách je zřejmá neprofesionálnost, bezobsažnost či neaktuálnost. Takové stránky vzbuzují nedůvěru a mohou i dobrou školu diskvalifikovat v „soutěži“ o nové žáky.

1.1.1 Internetová prezentace x funkční školní web

Většina škol chápe oficiální stránky jen jakousi „nástěnkou“, kde jsou zaznamenány stejné informace jako v tištěných materiálech a přidány fotografie. Tato skutečnost je dána chybným chápáním významu www stránek. Běžně se pro webové stránky firmy používá název Internetová prezentace, který byl převzat z původního anglického názvu je Internet presence⁴. Prezentace však znamená předvedení, ukázání něčeho, takže v případě firmy její předvedení. Proto mnoho českých škol vnímá internet jako prostředek prezentace a neuvažuje o webových stránkách jako o dalším komunikačním kanálu. Jak výstižně napsal Marek Prokop v Intervalu.cz [22] „pro většinu českých firem zatím stále zůstává jen jakousi nástěnkou na vrátech fabriky, nebo v lepším případě slouží jako firemní museum.“

Pokud je volba internetové prezentace pouze vstupním krokem pro existenci škol na internetu, nelze nic namítat, problém je, pokud je pro školy internetová prezentace konečným cílem.

⁴ přítomnost, existence, vyskytování se na internetu.

1.1.2 Účel školního webu

V současnosti jsou stránky škol vytvářeny spíše proto, že je to bontonem. Ale stejně jako u firemních webů se v nich může skrývat velký potenciál.

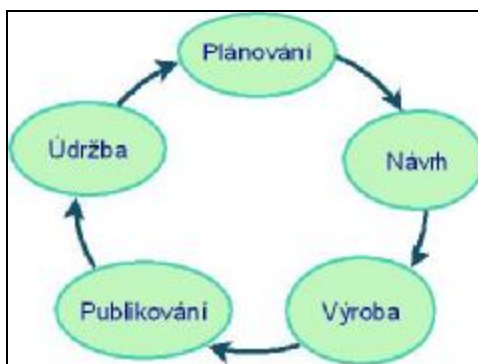
Existuje mnoho důvodů, proč používat internetovou prezentaci školy:

1. Jsou to obecné důvody pro použití internetu, tedy nepřetržitá přístupnost informací, velký objem dat, které lze pohodlně aktualizovat, zpětná vazba formou anket, kontaktních formulářů, jednoduché shromažďování cenných marketingových dat, aktuálnost a cena.
2. Skutečnost, že populace, která nejčastěji používá internet, je ve věku rodičů žáků ZŠ. Rodiče vystupují ve vztahu ke škole ve dvou rolích – jako zákazníci a jako partneři. Kromě možnosti nahlédnout do zákulisí školy a získávání aktuálních informací může být web vhodným prostředkem k rozšíření participace rodičů na chodu školy.
3. Vzhledem k omezeným prostředkům ve školství může web nahradit informační systém školy.
4. Může být klíčovým prvkem při rozhodování o umístění dítěte do dané školy. Rodiče, resp. zákonní zástupci si uvědomují nejistotu při rozhodování o volbě školy. Sice mají mnoho informací, ale v konečném kroku hledají zástupné vlastnosti, které jim pomohou získat důvěru. Webová prezentace může být jednou z nich.
5. Webové stránky školy jsou v dnešní době nedílnou součástí corporate identity každého moderního podnikatelského subjektu. Je něčím, co mimo jiné přiřazuje formu a kvalitu prezentaci školy vůči jejímu okolí [3].

2 BUDOVÁNÍ ŠKOLNÍHO WEBU

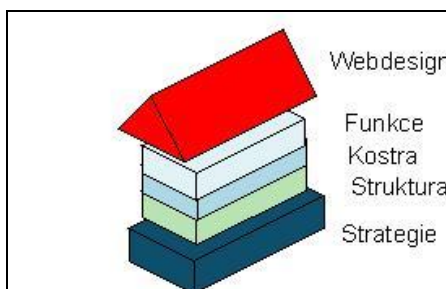
Vzhledem k omezeným prostředkům škol jsou většinou stránky vytvářeny svépomocí. Podle Neumajera [18] budování stránek není činnost intelektuálně obzvláště náročná. S tímto názorem nesouhlasím, bohužel je z většiny školních stránek patrné, že je to názor hodně rozšířený. Pokud mají webové stránky plnit víc funkcí, než jen prezentovat školu, musí mít člověk odpovědný za web znalosti z mnoha oblastí: např. marketingu, managementu, informatiky, informačních systémů atd.

Postup budování školního webu znázorňuje schéma na obrázku 1. Skládá se z pěti kroků. Plánování slouží především k vymezení cílů a strategie, návrh bývá označován jako webdesign – návrh vzhledu a celkové struktury webu, výroba je pak technickou realizací návrhu. Zpřístupnění webu na internetu je záležitost publikování. Posledním krokem je údržba, která se týká provozu a oprav.



Obr. 1 Kroky při budování webu

Častou chybou tvůrců webových stránek je vynechání nebo zanedbání prvních dvou kroků. Tvorbu webu začínají návrhem webdesignu. Vybudování úspěšného webu je však velmi podobné budování domu. Základy tvoří strategii, bez ní stránky nemohou být efektivní. Funkce, struktura a kostra tvoří opěrné zdi a webdesign tvoří až střechu (obr. 2).



Obr. 2 Postup při navrhování webu

Nikoho nenapadne začít stavět dům od střechy, u budování webu je tato praxe běžná. Je to dáno tím, že návštěvníci stránek si nejprve všimnou vzhledu, který je dán kostrou, ta určuje kde má být umístěn který prvek. Jak budou tyto prvky propojeny mezi sebou je dáno strukturou. Ta vychází z určení funkcí, které má stránka plnit. A tyto funkce vychází ze strategie pro danou webovou stránku. Budovat web se však musí v opačném pořadí.

2.1 Internetová strategie

Chápání pojmu „internetová strategie“ není jednoznačné. Podle Wikipedie [29] je strategie⁵ dlouhodobý plán činností zaměřený na dosažení nějakého cíle. Pod pojmem internetová strategie tedy budu chápat plán činností, který vede k efektivnímu využití webu jako konkurenční výhody. Určuje dlouhodobě směr a rozsah aktivit školy na internetu. Není to však posloupnost instrukcí, nebo detailní plán. Je to jednotné téma, které dává aktivitám a rozhodnutím jednotlivce soudržnost a směr [5].

Vytvoření internetové strategie musí předcházet tvorbě samotné internetové prezentace a plánování i realizaci.

2.1.1 Koncepce školního webu

Existuje celá řada možností, jak koncipovat web s ohledem na strategii. Může být pouze prezentací a poskytovat informace, nebo může pomáhat při studiu, popř. může mít podobu portálu – komunikačního nástroje.

Informační web poskytuje informace o

- charakteristice školy, jejího zaměření, profilu, prioritách,
- chodu školy, organizaci školního roku, pedagogickém zázemí včetně kontaktů,
- výsledcích a formách výchovně vzdělávacího procesu,
- doplňkové činnosti (pronájem tělocvičny, nabídka stravování),
- kurzech a seminářích pro odbornou i laickou veřejnost realizovaných školou,

⁵ z řec. strategos – generál, složené slovo ze stratos = vojsko, výprava a agein = vést, tedy vést vojsko

- soutěžích konaných na škole a výsledcích,
- nabídce volných míst pro žáky i zaměstnance.

Web jako nástroj vzdělávání

- může sloužit jako výkladní skříň prací žáků,
- být nástrojem e-learningu,
- poskytovat materiály ke samostudiu.

Web jako komunikační nástroj

- nabízí nový komunikační kanál mezi rodiči, resp. žáky a školou,
- poskytuje platformu pro spolupráci s partnerskými školami,
- zajišťuje výměnu pedagogických zkušeností,
- nabízí přístup ke klasifikaci a výsledkům,
- zprostředkovává administraci soutěží,
- může být prostředkem k prevenci a řešení negativních jevů ve škole (anonymní diskuze o aktuálních problémech např. drog či šikany).

2.1.2 Základní analýza

Při volbě internetové strategie jsou nutné podklady řady analýz. Již před 2 000 lety Sun Tzu ve svém „Umění války“ napsal: „*Poznejte ostatní a poznejte sebe sama: pak budete triumfovat bez pocitu ohrožení. Poznejte skutečnost a poznejte situaci: pak budete triumfovat úplně.*“ [15]

Analýza by měla odpovědět na otázku, zda se vyplatí investovat do webu. Není to jen finanční investice, ale čas, energie.

Základní analýzy:

1. *Analýza hlavních cílů:* Definováním hlavních internetových cílů získá škola jasnou představu, čeho chce na internetu dosáhnout a do jaké míry jsou její očekávání realistické. Také zjistí, kolik energie, času a peněz je schopna do projektu vložit. Z této analýzy pak vyplyne použitá technologie.

2. *Analýza konkurence:* Slouží k poznání největších konkurentů na internetu, jejich slabých stránek a předností. Stejně srovnání totiž dělá i potenciální zákazník. Proto musí škola použít takové nástroje, aby v porovnání s konkurencí vyšla vítězně.
3. *Analýza cílové skupiny:* Cílové skupiny školního webu jsou jasně definované. Primární skupinou jsou lidé, kterým jsou stránky určeny, tedy rodiče, žáci, rodiče potenciálních žáků. Sekundární skupinou mohou být lidé, kteří sice využít služeb školy nemíní, ale mohou mít vliv na budování pověsti školy, např. jiné školy, zřizovatel, veřejnost, MŠMT, ČŠI, kontrolní orgány, sponzoři. Lidé ze sekundární skupiny se mohou stát i potenciálními zákazníky.
4. *Analýza potřeb zákazníka:* Znalost návštěvníků stránek, jejich chování, vnímání, preferencí, zvyklostí a potřeb vede k účelnějšímu budování stránek. K provádění této analýzy poskytuje internet několik nástrojů. Jsou to aplikace ke sledování návštěvnosti stránek, ankety online, kontaktní formuláře aj.
5. *Analýza vlastní školy:* Tento krok je často při volbě internetové strategie opomíjený. Přitom důkladná analýza slabých a silných stránek školy může pomoci rozpoznat skryté rezervy, schopnosti vlastních zaměstnanců, ukázat nové příležitosti a přispět k rozvoji nové strategie.
6. *Analýza vlastních možností:* Nejde jen o finanční náklady spojené s realizací a provozem, ale o celkové objektivní zhodnocení vlastních možností. Výsledkem by mělo být rozhodnutí, kolik zaměstnanců se zapojí do provozu stránek, do jaké míry budou používány externí firmy, jaké nástroje budou použity.
7. *Analýza trhu:* pro naplnění cílů webu je nutná znalost trhu, jeho velikosti, potenciálu, rozpoznání zajímavých segmentů a zmapování všech entit, které se na trhu pohybují a ovlivňují podnikání firmy.
8. *Volba internetové strategie:* Škola si musí určit jakým způsobem bude web koncipován a propagován, jak bude měřena návratnost marketingových investic, jakou pozici bude zastávat v rámci celého marketingu. S ohledem na charakter činnosti školy je návratnost jen těžko měřitelná.

9. *Matanoia*⁶: Trh se vyvíjí, to nutí firmy k neustálé inovaci služeb, sledování změn chování zákazníků a konkurence a přizpůsobení se jim. Nezbytným předpokladem vyšší efektivity webu, nižších nákladů a lepších služeb zákazníkům je změna myšlení zaměstnanců, sledování vývoje školství a obecných trendů [3, 25, 17].

Uvedené kroky jsou základními východisky pro stanovení správné internetové strategie a korespondují s deseti příkázáními Kotlera [12]. Zkreslené a zjednodušené vnímání internetového marketingu může vést k řadě omylů, nesplnění očekávání a zbytečně vynaložených prostředků. Výsledkem pak může být rozčarování z neúspěšné investice. Jak řekl Marek Prokop [22]: „*Je-li někdo dnes rozčarován z neúspěšné investice do firemního webu, pak většinou právě proto, že zvolil špatnou, či spíše žádnou strategii a velmi často i nekvalitní realizaci.*“

2.2 Návrh webu

Úspěšná internetová prezentace je přehledná, srozumitelná a snadno ovladatelná. K tomu je nutné mít kvalitní a dobře strukturovaný obsah, nadčasové technické zpracování, dbát na uživatelskou přívětivost, přístupnost a optimalizaci pro vyhledávače.

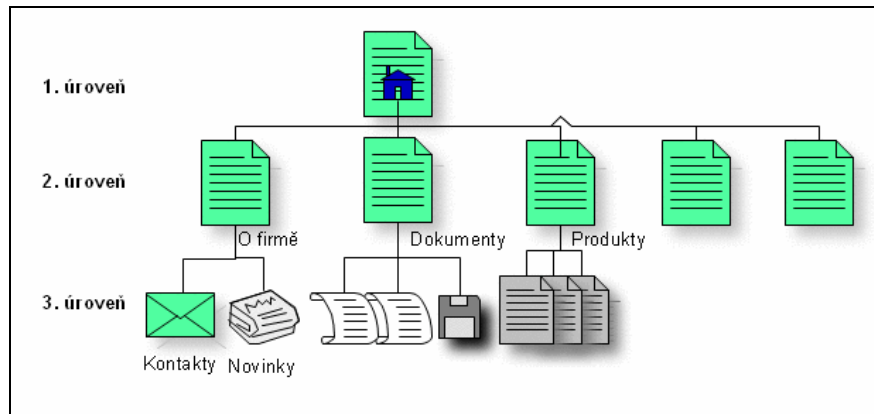
2.2.1 Struktura webu

Web se skládá z řady souborů. Aby bylo možné se v nich snadno orientovat, je potřeba navrhnout tzv. informační strukturu. Už při návrhu je nutné promyslet, jak budou stránky řazeny, jaké mezi nimi budou vazby, kde a jak se budou ukládat soubory a adresáře. Struktura musí být logická a umožňovat snadnou navigaci uvnitř souboru.

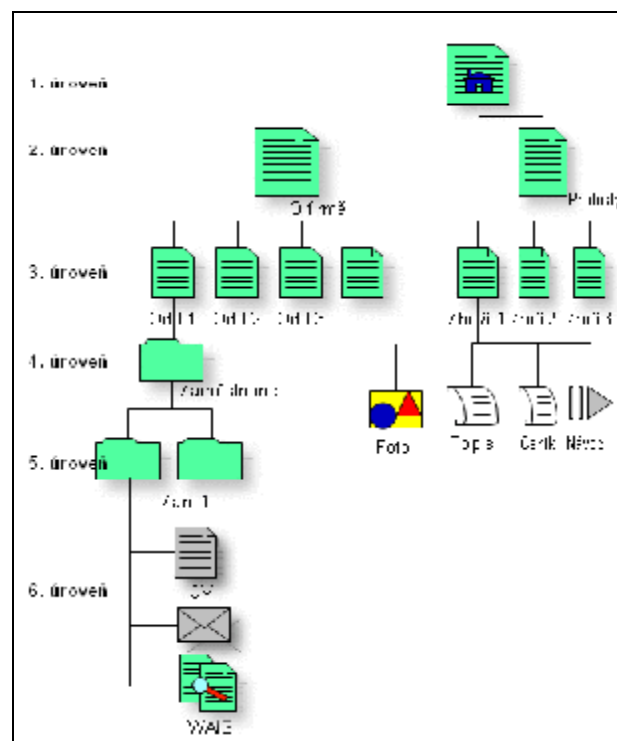
Soubory dělíme do několika úrovní. První úroveň reprezentují základní rubriky (sekce). Doporučuje se optimální počet 6 – 8. Tyto rubriky jsou dále členěny do podsekcí. Vzniká tak strom s větvemi, který reprezentuje základní informační architekturu stránky. U každé stránky je pak patrné, do které větve patří a co je její nadřazenou, resp. podřízenou stránkou.

⁶ z řečtiny - neustálá změna myslí, změna myšlení

Struktura může být vertikální (je členěna na mnoho sekcí a má jen 2 – 3 úrovně, obr. 3), nebo hierarchická (málo sekcí s mnoha úrovněmi, obr. 4). Při jejím vytváření se používají mapy webových stránek.



Obr. 3 Vertikální struktura stránek



Obr. 4 Hierarchická struktura stránek

Vedle mapy se doporučuje vytvořit panel akcí, který ukazuje, kterými cestami bude uživatel web procházet a schémata, která reprezentují uspořádání a obsah jednotlivých stránek [25].

2.2.2 Navigace

Se strukturou webu úzce souvisí navigace. Účelem navigace je poskytnout uživateli opěrné body, které mu pomohou najít, co hledá.

Kvalitní navigace pomáhá odpovědět na otázky:

- kde se uživatel nachází,
- kam může jít,
- jak se tam dostane,
- jak se dostane zpět, odkud přišel.

Podle Kruga [14] uživatelé internetu se pohybují na internetu způsobem – „nějak to uděláme“. Proto musí být ovládání intuitivní.

Druhy navigací:

- *Globální (perzistentní)* – je to sada navigačních prvků na každé stránce, umožňuje pohyb po hlavních částech stránky.
- *Paralelní* - vyskytuje se v každé kategorii hlavního členění stránek. Každá kategorie obsahuje podkategorie.
- *Lokální* – navigace je na konkrétních stránkách, např. seznam odkazů.
- *Drobnková* – navigace, která informuje o tom, kde se uživatel právě nachází.
- *Pomůcky* – odkaz na důležité prvky serveru – domů, hledej, FAQ aj.



Obr. 5 Druhy navigací

Navržení navigace webu je důležité, protože usnadňuje, resp. komplikuje uživateli orientaci na webu.

2.2.3 Obsah

Obsah je hlavním důvodem existence stránek. Web by měl poskytovat informace, které návštěvník požaduje a to v rozumné míře. Nedostatek informací vede návštěvníka ke konkurenci, přemíra informací k dezorientaci. Nejobvyklejší formou obsahu jsou samozřejmě texty, do obsahu se ale počítají i obrázky, videosekvence, schémata, diagramy, a dokonce i některé části navigace. Zvláštní pozornost zasluhuje psaní textů (web copywriting). Je zjištěno, že lidé text na internetu nečtou, ale „skenují“, takže platí pravidlo: vyhod' půlku textu a z té zbylé půlky ještě 50 % [14].

Obsah, struktura a navigace bývá označována souhrnně označována jako informační architektura webu.

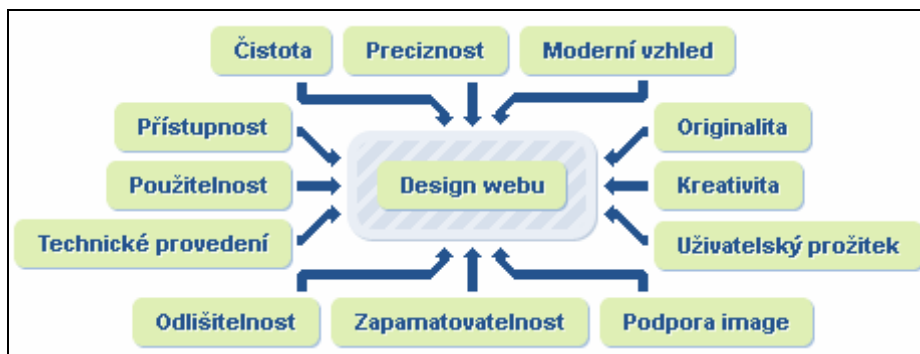
2.2.4 Vzhled

Vzhled (design) webu má největší vliv na pocity návštěvníka. Vzhled webových stránek je to první, s čím se potenciální zákazník setká a podle nich si pak dělá o škole úsudek. Podle výzkumu Stanfordské univerzity [14] rozhoduje v průměru ze 46,1% vzhled stránek o tom, zda se nový návštěvník stránek vrátí.

Design plní několik základních úkolů:

- vytváří první dojem a ovlivňuje tak ochotu uživatele web dále zkoumat,
- zvyšuje hodnověrnost prezentace,
- zvedá zapamatovatelnost a tím i pravděpodobnost další návštěvy (jen malé množství obchodů je uzavřeno při první návštěvě),
- podporuje image školy svou atraktivitou, celkovým vyzněním.

Nároky na správný design jsou vysoké. Na obrázku 6 jsou zřejmé základní požadavky na vhodný vzhled stránek. Ten by měl být kombinací originality, kreativity, preciznosti a technického provedení.



Obr. 6 Požadavky na webovou grafiku [1]

Obecně, ale platí, že by měl design stránek měl odpovídat již používaným grafickým prvkům firmy, tzn. používat firemní barvy a loga, které jsou použity na jiných propagačních materiálech [25].

2.2.5 Efektivita webu

Jde o schopnost vytěžit maximum z potenciálu, který internet pro firmu za daných podmínek poskytuje. Je to pomyslná špička celé hierarchie, hledisko, podle kterého je třeba hodnotit všechny plánované kroky i jejich výsledky.

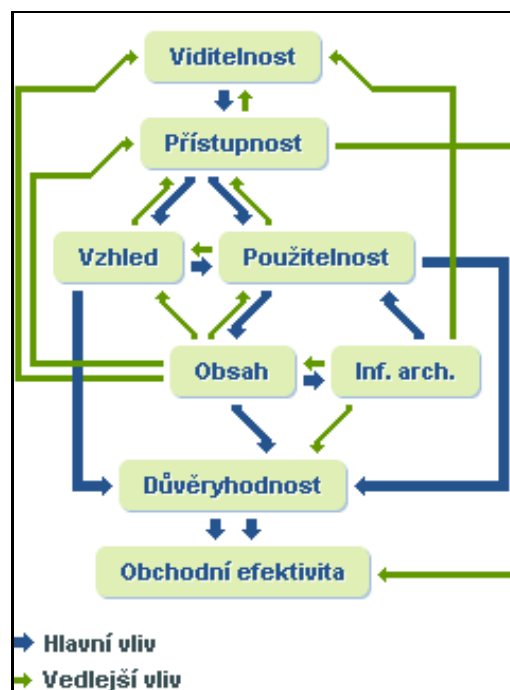
Efektivita webu zahrnuje:

1. *Viditelnost webu:* (*web visibility*) tím se rozumí vysoká pravděpodobnost, že bude stránka pomocí klíčových slov hledajícím nalezena.
2. *Přístupnost webu:* brání ohledů při tvorbě a správě www stránek na specifika uživatelů. Tato specifika vyplývají jednak z použití nestandardního softwaru uživatelem (málo běžné operační systémy a prohlížeče, nenainstalované doplňky typu JavaScript aj.), pomalého typu připojení k internetu nebo souvisí se zdravotním handicapem (zrakově a sluchově postižení, poruchy soustředění, hybnosti rukou atd.). Je nutné, aby pro tyto skupiny byl web snadno ovladatelný a každá informace byla snadno dostupná⁷ [1].

⁷ Pro instituce státní správy a samosprávy je povinnost přístupného webu dána novelou Zákona č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy. Pro účely této novely vznikla metodika Best Practices - Pravidla pro tvorbu přístupného webu obsahující doporučení pro tvorbu webových stránek ve veřejné správě.

3. *Použitelnost webu: (web usability)* je to soubor mnoha pravidel, které zajišťují přehlednost, ovladatelnost a snadnou orientaci na stránkách. Obecně platí, že web by měl být ovládán intuitivně. Použitelnost vystihuje dobře název knihy Kruga „Nenuťte mě přemýšlet“.
4. *Důvěryhodnost webu: (web credibility)* Jde o odstranění nedůvěry ze strany zákazníka, která vyplývá z neregulovaného internetového prostředí. Ke zvýšení důvěryhodnosti slouží poskytnutí dostatečného množství informací, především úplné údaje o firmě, dále reference, potvrzování objednávek e-mailem, pravidelná aktualizace stránek, rychlá reakce na podněty uživatele.

Vztahy mezi těmito prvky, webdesignem a obsahem jsou na obrázku 7 [1].



Obr. 7 Vztah mezi požadavky kladenými na obchodně úspěšný web [1]

2.3 Publikování

Aby stránky byly přístupné, umísťují se na servery. Použití vlastního serveru klade nároky na zajištění nepřetržitého provozu, proto je běžné používat cizí servery – tzv. webhosting. Každý server má vlastní adresu, která je reprezentována doménou.

2.3.1 Webhosting

Webhostingem je nazývána služba spočívající v pronajímání serveru připojeného k internetu pro účely umístění webové prezentace. Webhosting v sobě obvykle zahrnuje i související služby, např. bezpečnostní aktualizace daného serveru, správu DNS, emailový server, web-mail, konektivitu či statistiky přístupů [1].

Webhosting může být zdarma (tzv. freehosting) nebo placený. Freehosting je vhodný pro osobní stránky, nikdo neručí za jejich dostupnost a zákaznickou podporu. Je zde řada omezení (prostoru, služeb, nutnost použít reklamy). Proto je vhodnější použít placený hosting. Liší se v cenách, službách i technickém zázemí.

2.3.2 Doména

Doménou nazýváme základní adresní jednotku na internetu, která prezentuje konkrétní IP adresu. Každý server na Internetu má doménové jméno.

To je složeno ze tří částí:

1. jméno virtuálního serveru, nejčastěji www (doména třetí úrovně)
2. jméno domény druhé úrovně, většinou odpovídá názvu firmy
3. generická doména (doména nejvyššího řádu), nazývaná také top-level doména TDL nejčastěji cz, sk nebo com, určující příslušnost k zemi, resp. k oboru.

Je registrována u registrátora a zaplacením registrátorovi za doménu získává firma mezinárodní právo používat nějakou adresu.

Volba domény je klíčovým prvkem, neboť snadno zapamatovatelná doména je předpokladem k opakovaným návštěvám a snadnému nalezení webu. Proto většina firem považuje za prestižní záležitost mít vlastní doménu, tj. adresu, u které jméno domény druhé úrovně označuje firmu, které web patří. [8, 9, 11]

2.3.3 Zveřejnění www stránek

Aby se o stránkách dozvědělo co nejvíce lidí, je potřeba dát o stránkách vědět. Znamená to především zařazení adresy do vyhledávacích a oborových katalogů. V případě školního webu je nutné zveřejnit adresu na oficiálních stránkách města, ve vyhledávacích katalozích a ve specializovaných katalozích škol.

2.4 Provoz a údržba

Provoz webu zahrnuje aktualizaci a rozšiřování. Frekvence aktualizace vychází z celkové koncepce a volby typu webu. Jak napsal Krug [14] *„i server, který nepotřebuje pravidelné návštěvníky, by měl projevovat nějaké známky života – i kdyby to měl být jen odkaz na nedávnou tiskovou zprávu – a dávat tak najevo, že neumřel“*. Rozšiřováním se rozumí přidávání dalších funkcí, sekcí, kategorií do existujících stránek a souvisí s rozvojem stránek.

Údržba představuje kontrolu funkčnosti stránek a odkazů a odstranění chyb, které vznikají při používání. Z hlediska provozu a údržby je vhodné použít redakční systém, který dovoluje snadnou aktualizaci bez znalosti HTML, snadnou rozšiřitelnost pomocí přidavných modulů.

3 REDAKČNÍ SYSTÉM JOOMLA!

3.1 Redakční systém

Redakční, resp. publikační systém (RS) je aplikace pro vytváření a modifikaci obsahu webových stránek přes webové rozhraní bez znalosti HTML. Každý uživatel zastává z hlediska funkce redakčního systému určitou roli (bývají označováni jako redaktor, editor atd.), proto se vžil název redakční systém. Původní označení CMS (Content Management System) – systém pro správu obsahu více vystihuje podstatu programu. Jde o složitější datábázový systém, který umožňuje celému týmu lidí sdílet informace přesně definovaným způsobem. Zajišťuje správu dat a informací různého charakteru a stará se o efektivní využití a zobrazení na některém z předpřipravených výstupů [19].

Hlavní důvody, proč jsou redakční systémy používány pro firemní prezentace, jsou tři: automaticnost a efektivnost práce s daty, uživatelský komfort a rozsah funkčnosti.

Na trhu je celá řada redakčních systémů. Některé firmy nabízí své systémy spolu s návrhem a podporou, některé je prodávají jako samostatný software. Existují však i volně dostupné redakční systémy (open source). Výhodou proti komerčním aplikacím není v ceně, ale v tom, že se kolem open source systémů vytvořila komunita, díky které je vývoj těchto aplikací velmi dynamický.

Mezi nejznámější open source redakční systémy patří PHP Nuke, označovaný jako praotec redakčních systémů, jeho český klon United-Nuke, XOOPS, český redakční systém phpRS, Mambo a Joomla! Každý z těchto systémů má své klady i zápory. Jejich srovnáním v je zřejmé, že nejperspektivnější je Joomla! [32].

3.2 CMS Joomla!

Slovo joomla pochází z arabšiny⁸ a znamená to buď „shluk slov, které dávají smysl“ nebo „dohromady.“ Slovo se často používá ve významu „Součet“ nebo „Suma“. Název Joom-

⁸ čte se džumlá, někdy bývá uváděno, že pochází ze svahilštiny (dialekt arabštiny)

la! pro redakční systém má vyjadřovat společný zájem mnoha lidí vytvořit dobrou věc a podílet se na společném úspěchu [10].

Joomla! je vyspělým redakčním systémem, který je nabízen v mnoha mutacích. Výhodou je snadná instalace, minimální nutnost zásahu do HTML kódu a robustnost. Nevýhodou pro českého uživatele je anglický jazyk v administraci. Připravovaná Joomla! 1.5 má však tento nedostatek napravit.

3.2.1 Vývoj

Joomla! navazuje na CMS Mambo. Mambo vytvořila původně jako komerční redakční systém australská firma Miro International Pty., později uvolnila kód celého systému pod licencí GNU GPL. Vývojem se začali zabývat vývojáři a nadšenci na celém světě a CMS Mambo se stal velmi dynamickým systémem s řadou ocenění. V srpnu roku 2005 však došlo k neshodám mezi vlastníky autorských práv projektu Mambo a celý vývojářský tým se rozhodl založit si svůj vlastní projekt, který dostal jméno Joomla!. V minulém roce bylo Mambo z 95% kompatibilní s Joomla!, v budoucnu se však očekává se rozdílný vývoj. Joomla! je obecně považována za perspektivnější projekt a veřejností je daleko více podporována než Mambo.

Během existence se Joomla! podařilo získat několik prestižních ocenění. Dvakrát získala první cenu v UK Linux and Open Source Awards 2006 v kategorii Best Linux/Open Source Project. Další cenou je cena nakladatelství PacktPub. Vítěz je vybrán na základě ankety mezi uživateli, do pořadí promlouvá i odborná porota. [26]

3.2.2 Licence GNU GPL

Licence⁹ je právní termín, který původně vyjadřoval udělení výjimečného povolení k provozování určité činnosti. Softwarová licence v podstatě autorskou licenci. Autor programu prostřednictvím licence určuje podmínky, za kterých mohou další subjekty používat jeho práci. Licence GNU GPL (GNU General Public Licence)¹⁰, pod kterou pracuje Joom-

⁹ z lat. licentia

¹⁰ česky - všeobecná veřejná licence GNU

la! je obecnou veřejnou licencí, vydávanou Free Software Foundation. Smyslem je zaručit svobodu ke sdílení a úpravám svobodného softwaru - pro zajištění svobodného přístupu k tomuto softwaru pro všechny jeho uživatele. Zdrojové kódy mohou být kopírovány, upravovány, používány a volně šířeny obvykle bezplatně. Odvozená díla musí být šířena jako GNU GPL. Z tohoto důvodu se někdy GPL hanlivě označuje jako virová licence [29].

3.3 Části Joomla!

Joomla! je velmi variabilní systém. Základem Joomla! je core, tedy jádro, které tvoří páteř celého systému. Je distribuována v poměrně jednoduché variantě. Systém lze rozšiřovat pomocí komponent a modulů tak, aby celkový redakční systém odpovídal požadavkům zadavatele. Komponenty a moduly dovolují přidávat další funkce tehdy, když je to zapotřebí. Vzhled zajišťují šablony.

3.3.1 Šablona

Šablona (layout, template) je předem vytvořená kostra stránek. Spolu s připojenými soubory zajišťuje celkový vizuální vzhled webových stránek. Joomla! nabízí řadu volně šiřitelných i placených šablon. Vytvořit šablonu není úplně triviální, je zapotřebí znát možnosti a omezení Joomla!. Většinou se používají existující šablony, které se pomocí grafických nástrojů upravují podle potřeby. Při změně šablony se automaticky mění obsah a struktura stránek.

3.3.2 Komponenty

Komponenty tvoří hlavní části chodu systému. Jsou to aplikace, které rozšiřují funkčnost www stránek. Zobrazují se v hlavní části webové stránky. Příkladem komponent jsou např. diskuzní fórum, kontakty, odkazy, galerie.

3.3.3 Moduly

Zobrazení komponent v šabloně zajišťují moduly. Např. zobrazení novinek na hlavní stránce, menu, statistiky, ankety. Zvyšují komfort při prohlížení na webu.

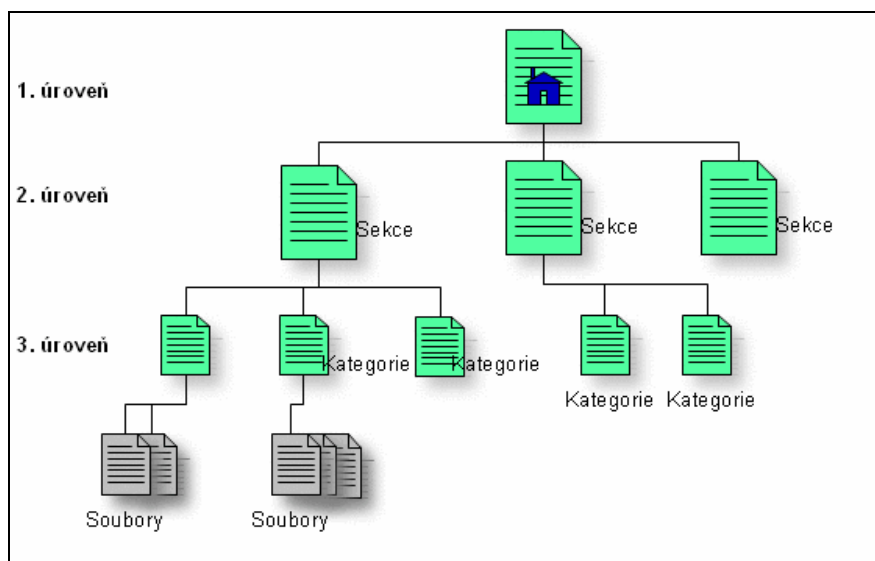
3.3.4 Mamboti

Protože název mambot je odvozen od CMS Mambo, jsou mamboti v současné době častěji označovány jako pluginy. Pomáhají při administraci a publikování. Jsou to úkolově orientované funkce, např. wysiwyg editor, funkce pro hledání [10].

3.4 Obsah stránek

3.4.1 Organizace dat

Řazení dat v CMS Joomla! má vertikální strukturu se třemi úrovněmi. První úroveň tvoří sekce, druhou kategorie, třetí úroveň jsou samotné články (obr. 8).



Obr. 8 Struktura stránek v Joomla!

V kategoriích jsou zařazeny články ke stejnému tématu. Kromě článků mohou obsahovat i vlastní text. Sekce jsou sbírkou kategorií, které k sobě mají vztah. Představují hlavní oddělení, oborově rozdělují obsah stránek. Každý článek může být zařazen pouze do jedné kategorie a jedna kategorie do jedné sekce. Tato skutečnost bývá často Joomla! vytýkána, stejně jako skutečnost, že kategorie nemůže mít podkategorii.

3.4.2 Vkládání a editace obsahu

Obsah stránek lze vkládat a měnit pomocí dvou rozhraní: administrátorského a uživatelského. Administrátorské rozhraní (backend) je používáno k obsluze systému a jeho konfigura-

ce, uživatelské rozhraní, označované také jako klientské (frontend) slouží pro zobrazování článků a funkčních součástí.

Administrátorské rozhraní slouží ke konfiguraci celého webu. Jak napovídá anglický název¹¹ je to ta část webu, kterou návštěvník nevidí. Zde se určuje a ovlivňuje obsah a struktura stránek a provádí jejich údržba. Backend Joomla! nabízí ovládání systému z hlavního panelu (control panel), kde jsou odkazy na jednotlivé části v nástrojové liště a ikony pro přechod na základní funkce (obr. 9).



Obr. 9 Backend

Funkce backendu:

1. *celkové nastavení vzhledu a funkcí webu:* šablony, navigace, sekce, základní nabídka, správa jednotlivých komponent a modulů,
2. *správa uživatelů:* nastavení přístupových práv, e-mailových schránek,
3. *nastavení struktury obsahu a obsahu:* řazení článků do sekcí, odkazy, editace článků.
4. *ovládání jednotlivých prvků frontendu:* výhodou je velmi jednoduché vypnutí a zapnutí funkcí webu, zneveřejnění komponent a článků, takže web neobsahuje hlášky typu „na stránce se pracuje“.

¹¹ back – záda, rub, backend – zadní strana

Uživatelské rozhraní je pak ta část webu, která je viditelná návštěvníkům. Slouží k interpretaci vzhledu, ovládání aplikace na straně uživatele. Kromě prohlížení stránek slouží ke vkládání obsahu. Obsahuje nástroje k psaní článků, vkládání fotografií, správě událostí (obr. 10).



Obr. 10 Frontend

Struktura frontendu je dána šablonou a moduly, pro vzhled se používá název frontpage.

3.4.3 Přístupová práva

Výhodou redakčních systémů je možnost řídit přístup k informacím a jejich správě souborů podle práv, které jsou jednotlivým uživatelům přiděleny. Joomla! rozděluje uživatele na tři skupiny podle práv přístupu a sedm skupin podle práv uživatelů.

Práva přístupu:

1. *Public:* nepřihlášený uživatel, jeho možnosti využívat web jsou omezené na prohlížení volně přístupných informací.
2. *Registered:* přihlášený uživatel, má přístup do frontendu. Jeho práva jsou nastaveny podle role, kterou zastává (autor, editor, publisher).
3. *Special:* uživatelé, kteří mají přístup do backendu (manager, admin a super-admin).

Práva uživatelů:

Přístupová práva určují rozsah pravomocí uživatelů při správě obsahu. V Joomla! jsou implementovány dvě hierarchické skupiny. Jedna má přístup na úrovni uživatelské (Public Frontend), druhá skupina do má přístup do administrátorského rozhraní (Public Backend).

Každá nadřazená skupina disponuje všemi právy skupiny podřízené, mluvíme o dědičnosti práv. Jednotlivá práva uživatelů jsou uvedena v tabulce 1 [10].

Tab. 1 Práva uživatelů Joomla!

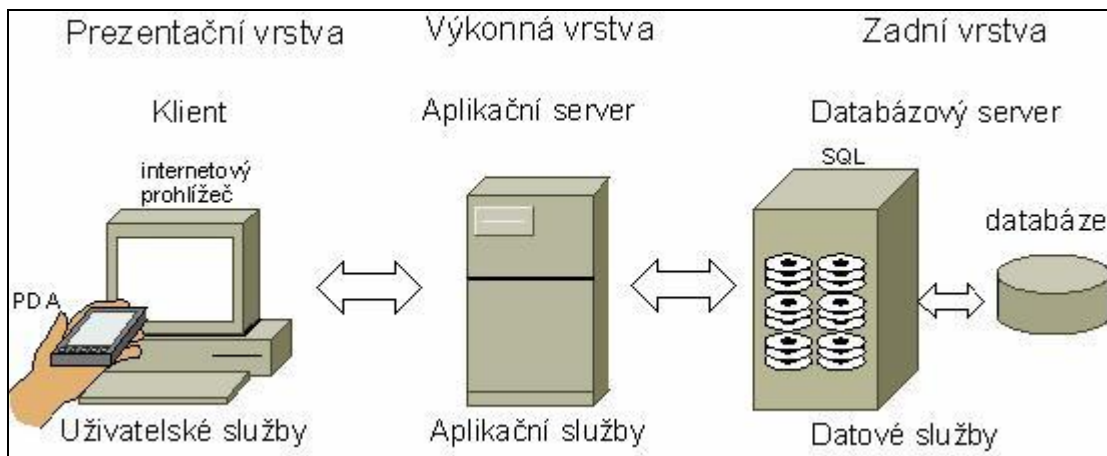
		<i>Public frontend</i>			<i>Public backend</i>		
		Autor	Editor	Publisher	Manager	Admin	Superadmin
Frontend	Přidávání nových článků	R	R	R	R	R	R
	Editace vlastních článků	R	R	R	R	R	R
	Editace všech článků	Q	R	R	R	R	R
	Zveřejnění článků	Q	Q	R	R	R	R
Backend	Úprava menu a článků	Q	Q	Q	R	R	R
	Instalace a správa	Q	Q	Q	Q	R	R
	Správa, lokalizace, šablony, koš	Q	Q	Q	Q	Q	R

Kromě uvedených práv je možné ještě nastavit přístup k dokumentům podle zvláštních skupin, např. skupina učitelé, vedení školy atd., nebo podle podmínky, např. potvrzení souhlasu s okolností, která dovolí soubor stáhnout.

3.5 Provoz

Zatímco u ostatních technik publikování na WWW je nutné používat na osobním počítači nějaký specializovaný editor pro vytvoření stránek a program pro přenos stránek na server, redakční systém funguje na principu klient - server [27].

Dnes je populární třívrstevná architektura klient-server obsahující prezentační, aplikační a datovou vrstvu (obr11). Klient pracuje pouze s uživatelským rozhraním, avšak datové a aplikační služby jsou od sebe odděleny do samostatných logických modelů, které mohou být umístěny buď na stejném serveru, nebo na dvou různých serverech. Oddělení aplikační logiky od prezentace má tu výhodu, že pokud se změní požadavky na prezentaci, není nutné aplikační logiku měnit. Třívrstvý model nám umožňuje získat vyšší úroveň stability, jelikož provozní zátěž může běžet na dvou serverech.



Obr. 11 Základní schéma třívrstvé architektury

CMS Joomla! je založen na skriptovacím jazyce PHP. Pro provoz je nutný aplikační (webový) server, databázový server a PHP server. Není důležité, jestli je server s Linuxem nebo Windows. Typická konfigurace obsahuje webový server Apache, databázový server MySQL a PHP server. Ve Windows je typická práce na webovém serveru IIS.

Při hledání vhodného umístění stránek vytvořených v Joomla! webhosting tyto servery nabízí [10].

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 ANALÝZA WWW STRÁNEK

4.1 Charakteristika ZŠ Křižná

Základní škola Valašské Meziříčí, Křižná 167, okres Vsetín, příspěvková organizace je plně organizovanou školou s právní subjektivitou, která má odloučené pracoviště s neúplnou školou, školní družinou a jídelnou na adrese Valašské Meziříčí, Podlesí 457.

Součástí školy je školní družina (4 oddělení), školní klub a školní jídelna.

Ve všech třídách se vyučuje podle vzdělávacího programu Základní škola. Pro žáky s výrazným matematickým talentem je v každém ročníku zajišťována výuka podle učebních osnov schválených výnosem MŠMT jako učební osnovy s rozšířenou výukou matematiky a přírodovědných předmětů na základní škole. Do těchto tříd jsou vybíráni žáci na základě přijímacích zkoušek. Mezi jednotlivými typy tříd je vzájemná propustnost.

4.1.1 Identifikační údaje

Název: Základní škola Valašské Meziříčí, Křižná 167, okres Vsetín, příspěvková organizace

Adresa: Křižná 167, 757 01 Valašské Meziříčí

IČO: 45211451

IZO: 600149595

Zřizovatel: Město Valašské Meziříčí, Náměstí 7, 757 38 Valašské Meziříčí

Ředitel: Mgr. Tomáš Najman

4.1.2 Historie a současnost

Plán na výstavbu sídlištní školy vznikl v 50. letech v souvislosti s výstavbou nového sídliště Křižná. Stavba školy byla zahájena v roce 1962 a v roce 1964 byla Základní škola Křižná otevřena. Škola byla projektována pro 24 – 28 tříd, měla 4 pavilony. V letech 1974 – 1976 byla rozšířena o další pavilon a jednotlivé pavilony byly propojeny chodbami.

V prvním roce působení začínala s 27 třídami, z toho 12 tříd patřilo do I. stupně a 15 tříd do II. stupně. Celkem navštěvovalo školu 917 žáků. Družina se skládala ze 4 oddělení. Už tehdy dojížděli do zdejší školy i žáci z přilehlých obcí: Branky, Police, Oznice a Podlesí.

I přes nepříznivý demografický vývoj a stárnutí obyvatel sídliště Křižná v posledních letech si škola zachovala původní počet tříd. Průměrně navštěvuje školu 700 žáků. Do školy dojíždějí i žáci z okolních obcí: Malá Lhota, Velká Lhota, Brňov, Jarcová, Branky, Police, Kunovice a Loučka. Pravidelně je přijímáno průměrně 50 žáků do prvních tříd, což je dvakrát tolik, než je spádových¹². Škola má 57 zaměstnanců. [2]

4.1.3 Profil školy

Prioritou školy je výchova žáků k sebevědomí a toleranci. Důraz je kladen na výuku cizích jazyků a počítačovou gramotnost. Konkurenční výhodou je zavedení tříd s rozšířenou výukou přírodovědných předmětů v 80. letech, jejímž cílem je rozvíjení matematického talentu u nadaných žáků. Škola každoročně pořádá matematické soutěže na okresní a krajské úrovni. Žáci pravidelně obsazují přední místa v matematických, chemických, dějepisných olympiádách a sportovních soutěžích. Schopnosti a dovednosti žáků jsou rozvíjeny v řadě kroužků a nepovinných předmětů. Velká pozornost je věnována také integraci handicapovaných žáků s poruchami hybnosti a disfuncemi.

4.1.4 Vybavení školy se vztahem k webu

Technické zázemí: vybavování školy výpočetní technikou začalo v 90. letech minulého století, kdy byla zřízena jedna učebna výpočetní techniky. Připojení k internetu bylo zavedeno v roce 2003. Nyní škola disponuje dvěma učebnami s přibližně 50 počítači, na prvním stupni je každá třída vybavena vlastním počítačem, na druhém stupni probíhá zavádění počítačů do jednotlivých kabinetů. Další počítače jsou ve sborovně, ve školní družině a kanceláři jídelny. Všechny počítače jsou připojeny k internetu. Každý ze zaměstnanců a žáků má volný přístup k počítačům a internetu. Škola je vybavena dvěma multimediálními tabulemi, má

¹² školské obvody spádových základních škol jsou dány obecnou vyhláškou, v níž jsou vymezeny územní celky města v blízkosti dané školy, odkud jsou přijímáni žáci [x21]

speciální místnost, ve které je umístěna moderní výpočetní technika určená pro individuální práci s multimedií, především pro tvorbu školního časopisu, přípravu školních akcí a zpracování videozáznamů z aktivit školy.

Personální zázemí: všichni zaměstnanci absolvovali kurz Informační gramotnosti, který byl realizován v rámci SIPVZ¹³. Ovládají textový a tabulkový editor, grafický program Zoner Callisto a znají základy práce s internetem.

4.1.5 Přípravenost školy k provozu webu

ZŠ Křižná je technicky i personálně připravená k realizaci projektu www stránek. Z omezeného výčtu aktivit je zřejmé, že má zákazníkům co nabídnout. Slabou stránkou je nízké přesvědčení vyučujících o nutnosti publikování na webu, domnívají se, že rodičům poskytují informace v požadovaném rozsahu adekvátní formou a v případě komunikace dávají přednost osobnímu kontaktu. Mají však potřebné znalosti i technické vybavení k práci s webem školy. Z uvedené charakteristiky je zřejmé, ZŠ Křižná má potřebné předpoklady k úspěšné realizaci projektu.

4.2 Požadavky na www stránky

Základním požadavkem je důvěryhodnost webu. Je tedy nutné najít vhodnou firmu, která nabízí kvalitní webhosting s odpovídající technickou podporou. Dalším požadavkem je kvalita webových stránek z hlediska dostupnosti, přístupnosti a vzhledu. Má být použit redakční systém pro snadné vkládání a editaci příspěvků tak, aby se mohli na provozu stránek podílet všichni vyučující, rodiče a vybraní žáci. S tím souvisí také oddělení přístupových práv. Struktura stránek musí korespondovat s aktivitami školy, tzn. musí být zařazeny oddělené sekce např. pro školní jídelnu, školní klub atd. Web musí být snadno rozšiřitelný. Samozřejmým požadavkem jsou nízké náklady na pořízení a provoz.

¹³ SIVZP - Státní informační politika ve vzdělávání, zajišťuje MŠMT ČR a MK ČR

4.3 Základní analýza

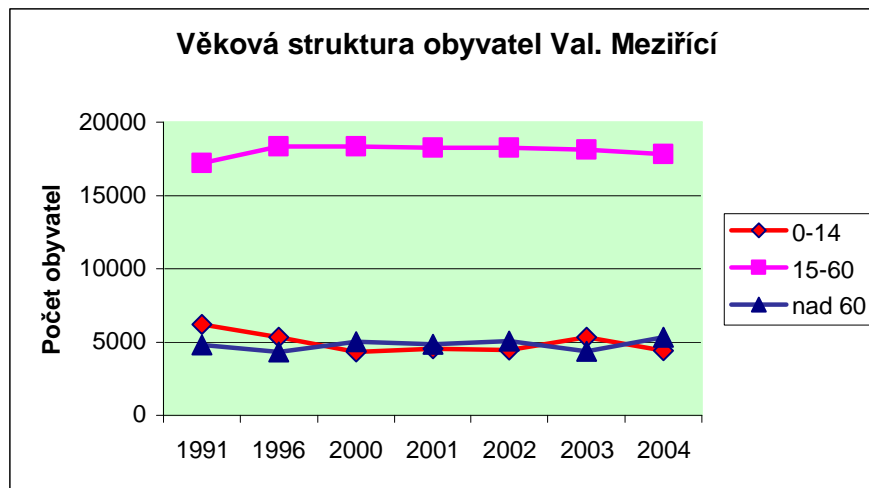
4.3.1 Analýza trhu

Demografie: Ve Valašském Meziříčí žije 27 544 obyvatel¹⁴, průměrný věk obyvatel je 39,1. Z toho 4248 obyvatel je ve věku 0 – 14 let, tedy ve věku potenciálních zákazníků. Jak ukazuje graf 1 a tabulka 2, průměrný počet dětí ve věku 0 – 14 let se v posledních letech ustálil na počtu kolem 4,5 tisíce.

Tab. 2 Vývoj počtu obyvatel Val. Meziříčí v letech 1991 - 2004

Věk/Rok	1991	1996	2000	2001	2002	2003	2004
0-14	6198	5309	4329	4555	4448	5339	4409
15-60	17187	18330	18339	18256	18239	18117	17832
nad 60	4789	4324	5028	4845	5050	4345	5318
<i>Celkem</i>	<i>28174</i>	<i>27963</i>	<i>27696</i>	<i>27656</i>	<i>27737</i>	<i>27801</i>	<i>27559</i>

Graf 1 Věková struktura obyvatel Val. Meziříčí v letech 1991-2004



Mění se však věková struktura obyvatel jednotlivých částí Valašského Meziříčí. Ve spádové oblasti ZŠ Křižná dochází k snižování počtu dětí předškolního a školního věku z důvodů

¹⁴ údaj z roku 2006

stárnutí obyvatelstva. Z tohoto důvodu je nutné věnovat vysokou pozornost propagaci školy, aby přicházeli i žáci z mimospádových oblastí.

Připojení k internetu: V současné době je ve výstavbě metropolitní síť, která má umožnit občanům vysokorychlostní připojení optickým kabelem nebo bezdrátovým připojením technologií Wifi. Předpokládá se také zřízení 20 informačních kiosků ve školách a na úřadech. Původně měla být síť v provozu již v srpnu 2006, výstavba se však zpomaluje a v současnosti není projekt dokončen [21].

4.3.2 Analýza cílové skupiny a potřeb zákazníků

V přípravné fázi nebyl k analýze použit žádný z marketingových nástrojů. Při určování potřeb zákazníka - rodiče jsem použila jsem metodu tzv. persony. Persona [4] je fiktivní návštěvník webu, který by měl odpovídat reálnému představiteli cílové skupiny. Typickým reprezentantem cílové skupiny je žena se středoškolským vzděláním, 35 let. Internet navštěvuje z domova nebo z práce, používá jej ke komunikaci (e-mail) a k vyhledávání informací o zboží a službách. Web školy navštěvuje z důvodů vyhledání aktuálních informací o změnách ve výuce, chystaných akcích, prohlížení fotografií a hledání kontaktů. Stránky navštěvuje jednou týdně. Používá PC s operačním systémem Windows XP, prohlížeč Internet Explorer, wifi připojení s rychlostí připojení 512 kb/s [16].

4.3.3 Analýza webu konkurence

Ve Valašském Meziříčí a okolí se nachází 11 základních a speciálních škol. Konkurenci vzhledem k zaměření představuje 5 z nich. Funkční webové stránky mají pouze 3, dvě další nebyly za posledních 6 měsíců aktualizovány. Podrobná analýza je uvedena v příloze P I.

Sledovanými hledisky byla použitelnost a přístupnost, grafické řešení webu, informační hodnota webu a marketingové hledisko. Hlediska byla zvolena na základě kritérií Soutěže o nejlepší školní web pořádané v rámci projektu Indoš [8], Soutěže o nejlepší web WebTop100 [28] a podle kritérií uvedených v [20].

Hodnocení:

Základní škola Valašské Meziříčí, Šafaříkova 726: má stránku, která vznikla pravděpodobně ve školním roce 2001/2002 (nejsou k dispozici data aktualizací ani vzniku webu), poslední aktualizace na začátku školního roku 2003/2004. Je to velmi zajímavý projekt,

problémem je jeho nedokončení. Ze sledovaných hledisek má nízkou hodnotu použitelnosti dānu především nepřehlednou navigací, grafika je na průměrné úrovni, informační hodnota webu je velmi nízkā, z marketingového hlediska je na velmi slabé úrovni [23].

Základní škola, Masarykova 291: působí dojmem nedodělaného torza s poslední aktualizací 6. 11. 2006. Nízkā hodnota použitelnosti a informační hodnota vyplývá z nedostatečné aktualizace. Je velmi problematické stránky vyhledat, protože odkaz na hlavní stránku není funkční, takže i když je zařazena do vyhledávačů, nezobrazí se [34].

Základní škola Valašské Meziříčí, Žerotínova 376: webová prezentace odpovídā úrovni běžné pro školní web, tzn. statické stránky obsahující základní informace o provozu školy. Je přehledný, aktualizovaný průměrně jednou měsíčně, lze snadno nalézt [31].

Základní škola Valašské Meziříčí, Poličná 276: statické stránky poskytující základní informace. Ve všech sledovaných hlediscích dosahuje web velmi nízkých hodnot. Nevýhodou může být chybějící vlastní doména. Nedostatečně aktualizované [30].

Základní škola Valašské Meziříčí, Vyhlídka 380: statické stránky s pravidelnou aktualizací. Slabinou stránek je zmatečná navigace, zbytečné prvky a nesoulad mezi vzhledem stránek a úřední desky. Ačkoliv obsahuje na první pohled mnoho informací, ve oblasti informační hodnoty webu dosāhla nízkého počtu bodů. Je to dáno především nepřehledným strukturováním stránek i textů [35].

Analýza konkurenčních stránek ukázala, že stránky základních škol ve Valašském Meziříčí jsou na nižší úrovni, všechny jsou statické, některé jsou nedostatečně aktualizované. Ani jedna nevykazuje známky nápaditosti, s výjimkou stránek ZŠ Šafaříkova, které jsou webovou mrtvolkou.¹⁵ Problém je i s přístupností. Většinou chybí zařazení stránek ve vyhledávacích a katalogích škol. Některé lze jen velmi těžce nalézt. Z tab. v příloze P II je také vidět, že většina škol se zaměřila na design stránek, vážné nedostatky jsou v použitelnosti a přístupnosti.

¹⁵ označení pro stránky, které nejsou dlouhodobě aktualizovány

4.3.4 Analýza webu ZŠ Křižná

ZŠ Křižná dosáhla nejvyššího množství bodů (82 % z celkového možného počtu bodů) ze všech sledovaných webů. Tato skutečnost je dána tím, že jako jediná ze sledovaných škol používá redakční systém. Vyšší hodnoty použitelnosti a přístupnosti jsou odrazem možností Joomla!, informační hodnota webu vyplývá z možnosti publikování většího množství lidí. Hodnocení grafiky ukázalo, že je nutné se zaměřit na tuto oblast. V oblasti marketingu chybí zařazení do katalogů škol a na stránky města. Nápadně vyšší celkové hodnocení je způsobeno i velmi nízkou úrovní konkurenčních webů [33].

5 NÁVRH

5.1 Internetový marketing

5.1.1 Definice hlavních internetových cílů

Prvotním cílem webu je prezentace školy, informování o aktuálním dění ve škole, o aktivitách, které škola vyvíjí. Má poskytovat informace o plánovaných akcích, hodnocení proběhlých aktivit, výsledky soutěží, fotografie.

Strategickým cílem webové prezentace ZŠ Křižná je vytvořit nový prostor pro komunikaci mezi rodiči, žáky a školou a na základě zpětné vazby zkvalitňovat služby, které nabízí.

Marketingovým cílem webu je zajistit návštěvnost stránek a poskytnout návštěvníkům adekvátní obsah [24]. Web má podpořit známost školy, budování důvěry k ZŠ Křižná a zdůraznit odlišnost naší školy od ostatních škol a tím získat více žáků.

5.1.2 Internetová strategie

Webové stránky budou budovány postupně, od stránek informačního charakteru až po prostředek obousměrné komunikace škola – rodič – žák.

V první fázi bude web obsahovat pouze základní nabídku informací, informační tok bude probíhat směrem ze školy k cílové skupině. Adresa webu bude sdělena uživatelům prostřednictvím propagačního letáku, který škola připravuje na začátku každého roku. V této fázi se budou postupně zapojovat jednotliví vyučující do redakční činnosti, bude ověřena a upravena informační struktura webu.

Druhá fáze předpokládá zapojení žáků a rodičů z Rady rodičů a přidání částí, které umožní uživatelům částečnou komunikaci – ankety, internetové adresy na jednotlivé vyučující, formuláře. Stránka bude zařazena do katalogů (základniskoly.cz, zakladni_skoly.cz, firmy.cz a na oficiální stránky města).

V třetí fázi bude zavedena oboustranná komunikace např. formou FAQ a diskusního fóra.

Výsledky jednotlivých fází budou hodnoceny s ohledem na hlavní cíle a strategie bude upravena podle požadavků uživatelů.

5.1.3 Matanoia

Podle analýzy ČSÚ v posledních třech letech významně narostl počet domácností s počítačem připojeným i internetu, roste počet uživatelů, kteří využívají internet ke studiu, nově se začíná prosazovat e-Government. To jsou fakta, která je nutno brát v úvahu při budování webu a je nezbytné na tyto změny připravit zaměstnance školy. Učitelé si musí postupně zvyknout na to, že web školy bude v dohledné době samozřejmostí a bude se od nich očekávat spolupráce na vytváření obsahu. Pomoci by mělo být školení SIVP zaměřené na publikační a redakční systémy.

5.2 Informační struktura stránek

Při návrhu informační struktury stránek jsem vycházela z možností Joomla! , požadavků na web a z provedených analýz. Na základě analýz jsem se rozhodla volit web bez náročných grafických prvků a grafických efektů s levostrannou nabídkou. Webové stránky ZŠ Šafaříkova ukazuje, že přílišná originalita zhoršuje použitelnost a přístupnost stránek. Na stránkách bude umístěna fotogalerie jako samostatný prvek. Texty budou zařazeny na hlavní stránku ve zkrácené verzi. Dlouhé texty jsou nepřehledné. Jednotlivé články se budou zobrazovat v samostatných oddílech. Každý článek bude opatřen datem aktualizace a autorem. Aktuality budou na hlavní straně, stejně jako nabídka akcí. Nebude použita vstupní stránka, zbytečně zdržuje návštěvníka [18].

5.2.1 Struktura

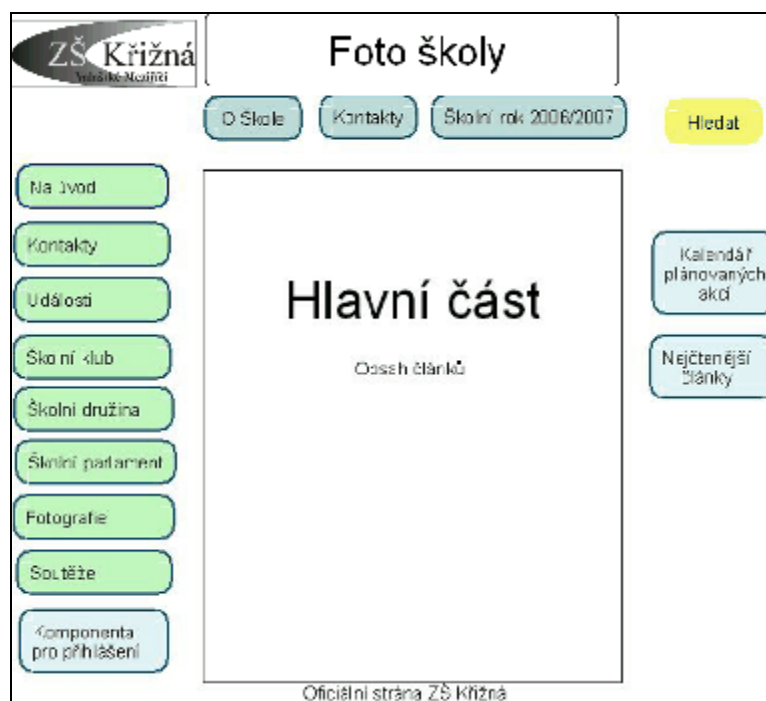
Obsahová struktura vychází z aktivit školy. Sekce jsou voleny podle oblastí působení školy: informace o škole, o školním klubu a družině, výchovné poradenství, soutěže. Sekce budou rozšiřovány podle potřeby. Jejich názvy odpovídají běžně užívaným termínům na ZŠ Křižná. V každé sekci jsou kategorie, které vyplývají ze specifík jednotlivých sekcí. Názvy kategorií byly voleny po konzultaci s osobami z redakčního týmu, kteří za jednotlivé sekce, resp. kategorie odpovídají. Většinou se název sekce shoduje s názvem odkazu. Přehled navržených sekcí a kategorií jsou uvedeny v příloze P II.

5.2.2 Kostra stránek

Základním odlišením je logo školy. Logo ZŠ Křižná je vytvořeno tak, aby je bylo možné barevně upravovat. Není dána konkrétní barva, pouze pravidlo, že použité barvy jsou inverzní. Pro návrh designu je to výhoda.

Foto školy bude může být složeno z fotografií žáků, nebo přímo budova školy, musí evokovat školní prostředí.

Stránka bude rozdělena na tři části (obr. 12). Je to standardní členění stránek, které velmi přehledně vymezuje části stránek a umožňuje snadnou navigaci. Logo a nejdůležitější odkazy jsou v levém rohu. Je známé, že lidé prohlížejí stránku z levého horního rohu do pravého dolního rohu [14].



Obr. 12 Návrh kostry stránek

5.2.3 Komponenty

Při volbě komponent jsem vycházela z požadovaných i předpokládaných funkcí, které má web plnit. Jednotlivé komponenty jsou uvedeny v tabulce 3.

Tab. 3 Návrh komponent pro školní webové stránky

<i>Komponenta</i>	<i>Funkce komponenty</i>
DocMan	správa článku, určení identifikačních prvků – datum, autor atd. nahrávání souborů, jejich zveřejňování, konfigurace, nastavení uživatelských skupin
Galerie obrázků	nahrávání obrázků, tvorba nových galerií, úprava, upgrade
Rozšířená správa kontaktů	přidávání uživatelů do skupin podle přístupových práv, přidělení uživatelům kategorie podle jejich pozice ve škole + link
Mapa webu	umožňuje zobrazit jednotlivá menu, vhodné pro orientaci na stránkách
Event List	prozatímní náhrada kalendáře, přehled plánovaných akcí, po uplynutí data akce položka v nabídce zmizí
My contents (moje články)	výpis všech článků napsaných daným uživatelem

Kromě komponent, které jsou použity od zveřejnění webu jsou nainstalovány i komponenty, které zatím využívány nejsou a s jejichž využitím se v budoucnu počítá. Např. RSS články, fórum, filtrace sprostých slov, hromadný e-mail.

5.2.4 Moduly

Moduly jsou rozděleny na moduly pro stránku (Site module) a moduly pro administraci. Určují, ve kterém místě bude zobrazena určitá komponenta, zda se bude zobrazovat na každé stránce, nebo jen na určitých stránkách. Nejdůležitějšími moduly stránky jsou user 1-4, které určují rozložení prvků na fronpage, dalšími jsou moduly pro vyhledávání informací, nástroje pro psaní článků, statistika stahování, naposledy staženo, přihlášení. Modul pro administraci určuje rozložení prvků v backendu, např. přihlášený uživatel.

5.3 Grafický návrh

Jak řekl známý marketingový konzultant Steve Rivkin, jádrem dnešního úspěšného marketingu je diferenciacce, umění odlišit se. A právě vhodný grafický návrh může být jedním z nástrojů, jež toto jednoduše umožní. Vzhled stránky by měl tento názor respektovat.

Při návrhu jsem hledala šablonu složenou ze tří oddílů, která mění velikost podle velikosti monitoru. Rozložení navigačních prvků má odpovídat návrhu kostry (obr. 12). První návrh stránek je na obr. 13 [16].



Obr. 13 První šablona

Tento návrh byl nejbližší původní představě o designu. Nesplňoval však požadavek na přizpůsobení velikosti rozlišení monitoru, a protože byl převzat z šablony Mambo, neprošel testem validity. V testovacím provozu jsem navíc zjistila, že zvolená barva se zobrazuje na každém počítači v jiném odstínu a nesplňovala nároky na přístupnost (text nebyl vždy čitelný). Druhá šablona byla proto vybírána s ohledem na tuto zkušenost a novou podmínkou bylo bílé pozadí. Vybraná šablona (obr. 14) sice představy a nároky splňuje, chybí v ní však horní nabídka, doprogramování horního menu by bylo časově velmi náročné.



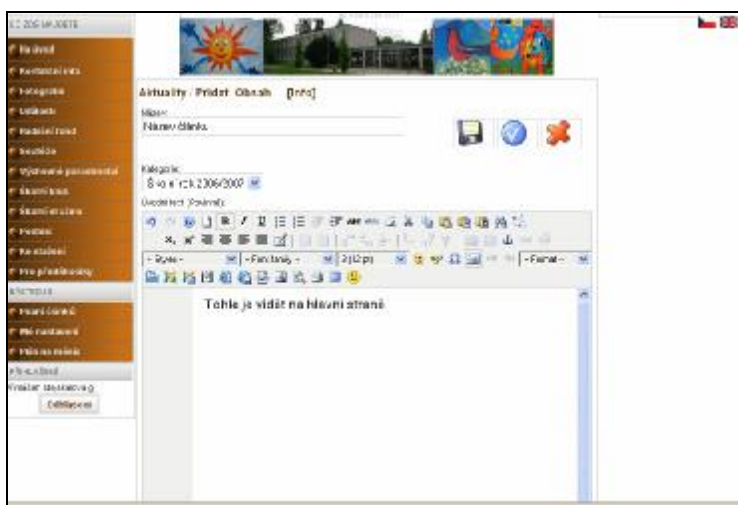
Obr. 14 Druhá šablona

Současná šablona (obr. 8) je kompromisem mezi původní představou, nároky na přístupnost a nabídkou volně dostupných šablon.

5.4 Obsah

5.4.1 Publikování

System je zvolen tak, aby se mohli na obsahu podílet všichni zaměstnanci školy. Prostředí pro psaní článků obsahuje podobné funkce, jako MS Word, ke vkládání slouží názorná ikona (obr. 15).



Obr. 15 Psaní článků v Joomla!

Za jednotlivé sekce odpovídají pracovníci zodpovědní za danou oblast. Uveřejňovat články o konkrétních událostech budou ti vyučující, kteří za danou akci odpovídají podle plánu práce na jednotlivé měsíce. Z řad žáků se budou zpočátku na obsahu podílet žáci z předmětu Mediální výchova, přizvání dalších žáků do redakce bude individuální podle potřeby.

5.4.2 Přístupová práva

Kvůli dostupnosti byla v první fázi zvolena varianta, kdy všechny články a informace jsou viditelné (public). Práva uživatelů byly zvoleny s ohledem na postavení ve školní hierarchii. (tab. 4).

Tab. 4 Práva uživatelů www.zskrizna.eu

<i>Uživatel</i>	<i>Uživatelské právo</i>	<i>Pozn.</i>
Ředitel školy	Administrator	vyučující výpočetní techniky; přístup do backendu je nutný pro to, aby stránky nebyly závislé na pouze na jednom člověku; po převedení webu na nový server a konečném nastavení funkčnosti stránek bude převedeno toto právo na Superadmina
Mgr. L. Partíková	Administrator	
Učitelé, vedoucí školní jídelny, vychovatelky	Publisher	právo publisher je dáno kvůli jazykovým korekcím a možnostem úprav kýmkoliv, kdo zjistí chybu
Žáci	Autor	tato možnost je zvolena s ohledem na nezkušenost s publikováním žáků, u žáků, kteří se osvědčí bude právo povýšeno na právo Editora

Publikovat články mohou po přihlášení buď vybráním odpovídající sekce, kde volí kategorii, nebo přes modul – Psaní článků, kde musí volit sekci i kategorii.

5.4.3 Formát dokumentů

Pro formát písma je zvoleno bezpatkové písmo Arial a patkové Times New Roman. Arial je dobře čitelný na monitoru, Times New Roman je zase lépe viditelný na tištěném dokumentu. Při volbě byl brán ohled i na to, že spolu s Verdanou a Courier New tvoří sadu písem, jejichž font je nainstalován na většině počítačů [16].

Formát článků a souborů ke stažení bude sjednocen později, podle potřeb a zvyklostí uživatelů.

5.5 Webhosting

Volba domény www.zskrizna.eu vychází z názvu školy, přípona eu má evokovat euroglobalizaci.

Pro webhosting byla zvolena společnost Ignum, přestože patří mezi dražší webhostingy. Její výhodou je dlouhá tradice, registrace a správa domén, nonstop technická podpora, podpora prostředí Joomla! a vlastní síťová infrastruktura. Roli při výběru hrála i zkušenost s webhostingem stránek www.vysoka.info.¹⁶ Existují názory, že je poskytované služby jsou drahé a že stejnou službu prokáží i levnější webhostingy. V případě stránek školy, které mají být důvěryhodné a posilovat jméno školy, je stabilita, bezpečnost a technická podpora prioritní.

5.6 Předběžný odhad nákladů

Náklady na pořízení softwaru jsou nulové. Je to dáno volbou softwaru v licenci GNU GPL. Ostatní licence na software, který bude použit, již škola vlastní (MS Office, Zoner Callisto). Vzhledem k vybavení školy potřebnou výpočetní technikou nevzniknou náklady na pořízení počítačů ani na zavedení internetu. Mzdové náklady se nezvýší, neboť nebude nutné přijmout nové pracovníky ani najmout externisty.

Provozní náklady budou zahrnovat pouze náklady na nákup domény a placení webhostingu. Mzdové náklady nevzrostou, protože správa webu i obsahu, vkládání příspěvků a pod. je součástí komunikace s rodiči a propagace školy, tedy běžné náplně práce zaměstnanců. Režijní náklady související s provozem (spotřeba elektrické energie, připojení i internetu) zavedením webu nevzrostou. Katalogy škol poskytují registraci zdarma, stejně jako město Valašské Meziříčí. Náklady na propagaci webu jsou také nulové.

Tab. 5 Předběžný odhad nákladů

<i>Náklad</i>	<i>Cena</i>	<i>Pozn.</i>
Nákup domény	282,-	
Webhosting	5 569,-	Varianta Complet 390,- Kč měsíčně
<i>Celkem ročně</i>	<i>5 851,-</i>	<i>488,- Kč měsíčně</i>

¹⁶ web, který vznikl díky Davidovi Palovi na podporu studentů kombinované formy studia FAME – UTB

Předběžný odhad nákladů je přibližně 500 ,- Kč měsíčně. Návratnost této investice je neměřitelná.

6 REALIZACE

6.1 Provoz webu

6.1.1 Příprava a zavedení webu

V přípravné fázi jsem provedla analýzy, uvedené v kapitole 4. 3. Na základě teoretických poznatků, analýz a konzultací s ředitelem školy Mgr. T. Najmanem byla navržena internetová strategie. Stránky byly zveřejněny na začátku školního roku 2006/2007. Od září jednotlivé zaměstnanci školy postupně seznamují s možnostmi publikování v pořadí podle priority sdělovaných informací.

6.1.2 Testovací fáze

Od zavedení webu probíhá testovací fáze, jejímž cílem je upravit web s ohledem na zkušenosti a chování uživatelů, nalezení optimální formy obsahu, přivyknutí uživatelů i návštěvníků na existenci webu.

6.2 Vyhodnocení realizovaných stránek

6.2.1 Metody hodnocení

Metoda, kterou jsem při hodnocení nejvíce používala, byla a je metoda přímého sledování chování uživatele. Druhým významným nástrojem je sledování vybraných statistických údajů přímo systémem Joomla!

6.2.2 Přímé sledování a rozhovory

Přímé sledování chování uživatelů probíhá neustále. Při vytváření kategorií a jejich obsahu jsem spolupracovala s členy redakčního týmu, měla jsem možnost pozorovat, které kroky jim dělají potíže, jak se chovají při procházení stránkami. Nejprve jsem dávala uživatelům návody a ukazovala jim postup, po prostudování Kruga [14] nechávám uživatele, aby přišli na fungování webu sami, je to důležitý zdroj informací o použitelnosti webu. Návod jim dávám teprve později, aby byli schopni publikovat sami.

Rozhovory s uživateli vedly k ujasnění struktury a obsahu webu. Cenné připomínky vzešly i od Ing. T. Klinkovského, který se informačními technologiemi zabývá, a zahrnovaly tak pohled rodiče i odborníka.

Na základě sledování a rozhovorů jsou stránky průběžně upravovány.

6.2.3 Statistická data z Joomla!

Joomla! zaznamenává data týkající se používaného prohlížeče, operačního systému, vyhledávání slov a sleduje statistiku stahování¹⁷. Z těchto údajů vyplývá, že převážná většina uživatelů používá prohlížeče Mozilla a Internet Explorer. 90,89% uživatelů používá Mozillu 5.0, 5% Internet Explorer 6, Operu používá 0,15% návštěvníků. Operační systém, používaný návštěvníky je v 91,28% neznámý, 7% používá Windows XP. Zastoupení ostatních operačních systémů je zanedbatelné.

Důležitým údajem je statistika návštěvnosti stránek. Nejnavštěvovanější je seznam žáků II. stupně (415 přístupů), návod k užití fotogalerie (358 přístupů), provozní řád školní družiny (318 přístupů) a termíny prázdnin (247 přístupů).

Zajímavé údaje dává statistika vyhledávaných slov. Nejčastěji vyhledávaná slova souvisí s obědy a školním mlékem, velmi často se objevují jména konkrétních žáků a učitelů, často vyhledávaným slovem je „registrace“. Kromě slova „drc“ měly všechny souvislost s provozem školy.

Tyto statistiky jsou velmi cenným zdrojem pro poznání chování a zájmů uživatelů a pomohou tak k cílenějšímu obsahu stránek.

6.2.4 Návrh na zlepšení stránek

Testovací provoz a analýza stránek ZŠ Křižná ukázaly, že je nutné v dohledné době upravit především vzhled stránek a doplnit údaje, které uživatelé vyhledávají ve vyhledávači. Pozornost musí být zaměřena na nejčastěji navštěvované stránky a ty často aktualizovat, aby návštěvníci měli dostatek informací.

¹⁷ Údaje z 13. 5. 2007

Do následujícího školního roku je potřeba provést následující kroky:

Struktura a design

- upravit šablonu tak, aby obsahovala logo školy,
- sjednotit formu obsahu a způsob publikování článků,
- doplnit anglickou verzi stránek,
- nahradit současný Event List přehlednějším kalendářem
- zvážit možnost zařazení RSS.

Obsah stránek

- doplnit soubory ke stažení (formuláře, výroční zprávy),
- upravit kategorie, moduly, vymazat položky, které nejsou používány,
- motivovat zaměstnance k pravidelné publikace na webu.

Viditelnost

- zařadit stránky katalogů škol, na oficiální stránky města.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo navrhnout a realizovat www stránky pro Základní školu Křižná pomocí redakčního systému Joomla! Za uplynulý rok, během kterého jsem se tvorbě webových stránek věnovala, jsem dospěla k několika závěrům, které mohou být inspirací pro lidi, kteří se navrhováním školního webu budou zabývat.

Už ze samotného definování cíle je zřejmé, že můj pohled na problematiku školního webu byl chybný. Po roční zkušenosti bych navrhovala stránku pro uživatele, ne pro školu. Také pojem webová prezentace neodráží strategický cíl a možnosti webových stránek. Představa, že během roku bude web plně funkční, byla značně naivní. Měla jsem v úmyslu vytvořit web, ale skutečně životaschopný web musí být budován, ne vytvořen. O tom, že účastníky bych měla „zajímat“, jsem původně také nepřemýšlela. Během prvních tří měsíců provozu webu jsem zjistila, že se mé představy neplní a začala jsem hledat příčiny.

Zásadní chybou bylo, že při navrhování webu jsem vynechala tu nejdůležitější část – strategii. Vycházela jsem ze zdrojů, které se zabývají webdesignem, ale opomíjí marketingovou podstatu webu. Začínají návrhem struktury, a pokud je v nich uvedeno něco o strategii, jde většinou o okrajovou zmínku. Proto jsem v mnoha případech vycházela z chybných předpokladů a výsledek práce neodpovídal očekávání. Například nabídku výběru šablony uživatelem jsem považovala za komfort, z názorů uživatelů však vyplynulo, že tato nabídka působí dojmem nerozhodnosti. Výhodou Joomla! je modularita, takže chyby plynoucí z nedodatečného vymezení strategie lze snadno napravit. Zarážející je, že tímto způsobem postupují mnohé profesionální agentury a firmy nabízející tvorbu www stránek. V případě takového postupu při tvorbě firemních stránek firma pravděpodobně přijde o zákazníky.

Závažnější chybou byla představa, že vytvořím stránky, nabídnu je uživatelům a ti budou rádi, že mohou publikovat. Byl to omyl, který napravit nelze. Díky tomuto přístupu mnoho kolegů vnímá web školy jako moji soukromou záležitost a bude trvat dlouho, než jej přijmou za vlastní. Jestliže má být školní web týmovou prací, musí se na jeho návrhu podílet všichni. Doporučuji použít už při hledání strategie brainstormingu a při návrhu spolupracovat se všemi uživateli, kteří budou tvořit redakční radu a tím uživatele zajímat.

Dalším omylem byla představa rychlého vybudování funkčního webu. Jak jsem napsala v úvodu, jde o dlouhodobý proces. Ale na tento fakt upozorňují spíše knihy o internetové strategii, ne o tvorbě webu. Výsledkem byla netrpělivost a nespokojenost s postupem

a v jistém okamžiku i ztráta zájmu o projekt. Teprve když jsem si uvědomila, že podstatná je změna myšlení uživatelů, vrátilo se mi původní nadšení.

Vedlejším cílem bakalářské práce bylo inspirovat a poskytnout návod jiným školám, které mají omezené finanční prostředky a chtějí vybudovat web svépomocí. Teoretická část, analýza konkurenčních stránek a uvedené chyby, jichž jsem se dopustila, by měly čtenářům této práce při budování webu pomoci.

Každý, kdo se rozhodne podobný projekt realizovat, by měl prostudovat knihy O. Neumajera *Budujeme školní web* [19] a Kruga *Nenuťte mě přemýšlet* [14]. Informace z nich jsou velmi užitečné při rozhodování o podobě webu a jejich prostudováním je možné vyhnout se mnoha zbytečným krokům.

Ačkoliv se můj pohled na celou problematiku tvorby webu během roku značně změnil, cíl zůstává i do budoucna stejný – vybudovat životaschopný web, který bude součástí marketingové strategie ZŠ Křižná.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] *Adaptic.cz* [online]. 2005-2007 [cit. 2007-04-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.adaptic.cz/>>.
- [2] Almanach ke 40. výroční založení ZŠ Křižná. [CD-rom]. 2004 [cit. 2007-05-15].
- [3] CELER, Čeněk. I české školy začínají s marketingem. *Makretingové noviny* [online]. 2006 [cit. 2007-05-01]. Dostupný z WWW: <http://www.marketingovenoviny.cz/index.php3?Action=View&ARTICLE_ID=4243>.
- [4] *Firemní web*. Digiweb.cz. 2006, roč. 2007, 0 1-16. Dostupný z WWW: <http://digiweb.ihned.cz/c4-10122300-20764420-i00000_d-firemni-web-vyber-dodavatele>. Marek Prokop
- [5] FRIEDEL, Libor. *Tvorba a řízení strategie : Databáze nejlepších praktik*. 2003. [online 2007-5-12] . Dostupný z WWW: <www.bestpractices.cz/praktiky/obecne_dokumenty/dnp_koncept_excelence.doc>
- [6] HASALÍK, Radim. Proč je důležitý internetový marketing. *RobertNemec.com* [online]. 2006, [cit. 2007-03-12]. Dostupný z WWW: <<http://marketing.robertnemec.com/internetovy-marketing-strategie/>>.
- [7] HLAVENKA, Jiří. *Dělejte byznys na Internetu : Jak využít Internet k prospěchu firmy i jednotlivce*. 1. vyd. Praha : Computer Press, 1999. 205 s. ISBN 80-7226-182-7.
- [8] *Indoš.cz* [online]. 2003 [cit. 2007-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.indos.cz/>>.
- [9] JANOVSÝ, Dušan. *Jak psát web* [online]. 2007 [cit. 2007-04-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.jakpsatweb.cz/>>.
- [10] *Joomlaportal.cz* [online]. 2006 [cit. 2007-04-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.joomla.cz/>>.
- [11] KOSEK, Jiří. *Téměř vše o WWW* [online]. 1999-2006. [cit. 2007-02-02]. Dostupný z WWW: <<http://www.kosek.cz/>>.
- [12] KOTLER, Philip. *10 smrtelných marketingových hříchů : Jak je rozpoznat a nespáchat*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, a.s., 2005. 135 s. ISBN 80-247-0969-4.

- [13] KRAS, Pavel. *Internet v kostce*. 2. vyd. Praha : Fragment, 2002. 144 s. ISBN 80-7200-510-3.
- [14] KRUG, Steve. *Web design : nenuťte uživatele přemýšlet!* 1. vyd. Brno : Computer Press, 2003. 144 s. Obsahuje rejstřík. ISBN 80-7226-892-9.
- [15] MAREŠ, Jan, et al. Do jaké míry lze využít internetovou prezentaci jako zrcadlo sociálního klimatu školy?. In *Psychosociální klima školy III*. 1. vyd. Brno : MSD Copy, 2005. s. 130-153. Dostupný z WWW: <http://klima.pedagogika.cz/skola/doc/05_7.pdf>. ISBN 80-86633-45-4.
- [16] MINDŽÁK, Robert. *Dokonalý WebDesign*. 1. vyd. Praha : Computer Press, 2002. 170 s. ISBN 80-7226-576-8.
- [17] NĚMEC, Robert. Internet marketing jako podvod na klienta. RobertNemec.com [online]. 2005 [cit. 2007-03-18]. Dostupný z WWW: <<http://marketing.robertnemec.com/internet-marketing-podvod/>>.
- [18] NEUMAJER, Ondřej. *Budujeme školní web*. 1. vyd. Brno : CP Books, 2005. 133 s. ISBN 80-251-0612-8.
- [19] NEUMAJER, Ondřej. Publikování na WWW : Redakční a publikační systémy. 1. vyd. Praha : X, 2004. 21 s. Dostupný z WWW: <<http://www.jsi.cz/stranky/download/cms.pdf>>.
- [20] NONDEK, Lubomír, ŘENČOVÁ, Lenka. *Internet a jeho komerční využití*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2000. 120 s. ISBN 80-7169-933-0.
- [21] Oficiální stránky města Valašské Meziříčí [online]. 2007 [cit. 2007-04-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.valmez-city.cz/>>.
- [22] PROKOP, Marek. Strategie pro firemní web - proč strategie, aneb čím začít. Interval.cz [online]. 2001. [cit. 2007-04-27]. Dostupný z WWW: <<http://interval.cz/clanky/strategie-pro-firemni-web-proc-strategie-aneb-cim-zacit/>>.
- [23] Šafík - ZŠ Šafaříkova [online]. 2001-2002 [cit. 2007-05-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.inext.cz/zssafarikova/>>.

- [24] ŠPINAR, David. WWW stránky a marketing : přednášky. *Www.h1.cz* [online]. 2007?, [cit. 2007-05-11], s. x-x. Dostupný z WWW: <<http://www.h1.cz/prezentace>>.
- [25] VAN DUYNÉ, Douglas K., LANDAY, James A., HONG, Jaosn I. *Návrh a tvorba webů : Vytváříme zákaznický orientovaný web*. 1. vyd. Brno : CP Books, 2005. 672 s. ISBN 80-251-0508-3.
- [26] VÍT, Svatopluk. Joomla! sbírá ocenění. *Joomlaportal.cz* [online]. 2006, [cit. 2007-04-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.joomlaportal.cz/content/view/219/>>.
- [27] VÍT, Svatopluk. Obecné dotazy. *Joomlaportal* [online]. 2004. [cit. 2007-02-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.joomlaportal.cz/content/view/25/43/>>.
- [28] *Web Top 100* [online]. 2001-2007 [cit. 2007-04-18]. Dostupný z WWW: <<http://www.webtop100.cz/>>.
- [29] *Wikipedie : Otevřená encyklopedie* [online]. 2002. [cit. 2007-01-29]. Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org>>.
- [30] *Základní škola a Mateřská škola Valašské Meziříčí - Poličná* [online]. 2006 , 15. 1. 2007 [cit. 2007-05-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.muweb.cz/skolstvi/zspolicna/>>.
- [31] *Základní škola Žerotínova Valašské Meziříčí* [online]. 2006-2007 , 30. 3. 2007 [cit. 2007-05-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.zszerotinovala.cz/>>.
- [32] ZICHA, Vojtěch. Joomla! Úvod do redakčních systémů. *Programujte.cz* [online]. 2006. [cit. 2007-04-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.programujte.cz/view.php?cislocclanku=2006073001>>.
- [33] *ZŠ Křižná příspěvková organizace* [online]. 2006 [cit. 2007-05-15]. Dostupný z WWW: <www.zskrizna.eu>.
- [34] *ZŠ Masarykova Valašské Meziříčí* [online]. 2006 , 6. 11. 2006 [cit. 2007-05-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.zsmasarykova.cz/akce.htm>>.
- [35] *ZŠ Vyhlička - Valašské Meziříčí* [online]. 2006 [cit. 2007-05-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.volny.cz/zs.vyhlicka/index.htm>>.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CMS	Content Management System.
ČSÚ	Český statistický úřad.
ČŠI	Česká školní inspekce.
FAQ	Frequently Asked Questions
GNU GPL	GNU General Public Licence.
HTML	HyperText Markup Language.
MK	Ministerstvo kultury.
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy.
PHP	Hypertext Preprocessor.
RS	Redakční systém.
SIVZP	Státní informační politika ve vzdělávání
SQL	Structured Query Language.
WWW	World wide web
ZŠ	Základní škola.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Kroky při budování webu.....	14
Obr. 2 Postup při navrhování webu.....	14
Obr. 3 Vertikální struktura stránek.....	19
Obr. 4 Hierarchická struktura stránek	19
Obr. 5 Druhy navigací	20
Obr. 6 Požadavky na webovou grafiku [1]	22
Obr. 7 Vztah mezi požadavky kladenými	23
Obr. 8 Struktura stránek v Joomla!	29
Obr. 9 Backend	30
Obr. 10 Frontend	31
Obr. 11 Základní schéma třívrstvé architektury	33
Obr. 12 Návrh kostry stránek.....	44
Obr. 13 První šablona	46
Obr. 14 Druhá šablona.....	46
Obr. 15 Psaní článků v Joomla!.....	47

SEZNAM TABULEK

Tab. 1 Práva uživatelů Joomla!	32
Tab. 2 Vývoj počtu obyvatel Val. Meziříčí v letech 1991 - 2004	38
Tab. 3 Návrh komponent pro školní webové stránky.....	45
Tab. 4 Práva uživatelů <u>www.zskrizna.eu</u>	47
Tab. 5 Předběžný odhad nákladů	49

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha I Analýza konkurence

Příloha II Návrh obsahové struktury www stránek

PŘÍLOHA P I: ANALÝZA KONKURENČNÍCH WWW STRÁNEK

Hodnoticí kritéria pro analýzu konkurence

Použitelnost a přístupnost

<i>Vlastnost</i>	<i>Bodové ohodnocení</i>
1. Celková informační architektura	2 = jasná, přehledná struktura, menu na každé stránce, odkaz na hlavní stranu 1 = jasná, přehledná struktura webu 0 = nejasná, nepřehledná struktura
2. Navigace	2 = je zřejmé, kde v rámci celého webu se uživatel právě nachází, výstižně pojmenované odkazy 1 = chybí některé navigační prvky 0 = odkazy jsou nefunkční nebo zavádějící
3. Vyhledávání	2 = funkční 1 = vyhledávání vede na vyhledávače 0 = vyhledávání chybí
4. Aktuálnost obsahu	2 = aktuální obsah, u každého článku je uvedeno datum zveřejnění nebo alespoň uvedeno datum poslední aktualizace webu 1 = aktualizace alespoň jednou měsíčně 0 = občasná nebo žádná aktualizace
5. Kontakty	2 = web obsahuje úplné kontakty včetně odkazů na e-mail 1 = web obsahuje kontakty 0 = tyto informace chybí
6. Tisková verze	1 = stránky obsahují možnost tiskové verze článků 0 = stránky neobsahují tiskovou verzi
7. Funkčnost odkazů	2 = odkazy jsou plně funkční

zů	1 = odkazy jsou většinou funkční 0 = chybné odkazy, neexistující odkazy
8. Struktura stránky	2 = stránky jsou vizuálně rozděleny do logických bloků, rozlišení na důležité a méně důležité prvky 1 = vizuální rozdělení do logických bloků, drobné nedostatky 0 = chybějící vizuální rozdělení

Grafické řešení webu

<i>Vlastnost</i>	<i>Bodové ohodnocení</i>
9. Celkový dojem	2 = nápaditý web 1 = dobrý dojem, ladnost, vkus 0 = nudný
10. Účelnost grafiky (loga aj.)	2 = grafické prvky jsou účelné, podporují image firmy 1 = grafické prvky jsou účelně a vhodně zařazeny 0 = zbytečné prvky, samoučelné prvky
11. Čitelnost, barvy	2 = vhodná volba barev, čitelné písmo 1 = některé prvky nečitelné, nebo špatně rozlišitelné 0 = nevhodné barvy, nekонтastní, nečitelné písmo
12. Strukturování textů	1 = texty obsahují vhodné nadpisy, podnadpisy atd. 0 = jednoduché texty
13. Vstupní stránka	1 = bez vstupní stránky typu „Vstupte“ 0 = vstupní stránka typu „Vstupte“ (zdržuje, přežitek z doby začátků webu) [7]
14. Logo	1 = stránka obsahuje logo školy 0 = stránka neobsahuje logo školy

Informační hodnota webu

Vlastnost	Bodové ohodnocení
15. Strukturování textů	2 = přehledné členění, doplnění obrázky, údaji o autorech, aktualizaci, vhodný nadpis 1 = texty jsou přehledné 0 = texty jsou nepřehledné, bez struktury
16. Výpovědní hodnota textů	1 = výstižné, věcné, stručné texty 0 = bezobsažné, zbytečné texty
17. Nabídka akcí	2 = web obsahuje aktuální nabídku 1 = výpis pravidelných akcí 0 = akce nejsou nabízeny
18. Školní život	2 = pravidelné informace o chystaných i proběhlých akcích 1 = nepravidelné, občasné informace 0 = neobsahuje články o dění ve škole
19. Aktuality	2 = na hlavní stránce 1 = aktuality jsou jinde 0 = aktuality chybí
20. Práce žáků	2 = výsledky soutěží, časopis a další práce žáků 1 = zařazení prací žáků na stránky 0 = práce žáků nejsou představeny

Marketing

<i>Vlastnost</i>	<i>Bodové ohodnocení</i>
21. Volba domény	2 = vlastní doména 1 = adresa obsahuje poddoménu př. www.volny.cz/zs.cz 0 = těžko zapamatovatelná adresa
22. Zařazení do katalogů	2 = odkaz na stránkách města 1 = alespoň v jednom z katalogů zakladni.skoly.cz
23. Vyhledávání při hledání výrazu „ZŠ xxx“	2 = stránky se zobrazí mezi prvními 10 výsledky v katalogích Seznam, Centrum, Firmy, Google 1 = stránky lze nalézt s obtížemi 0 = velmi obtížné vyhledání stránek
24. Zařazení komunikačních prvků	1 = stránky obsahují kontaktní formulář 1 = stránky obsahují FAQ 1 = stránky obsahují anketu 0 = stránky neumožňují
25. Statistika návštěv	1 = je zařazena na stránky 0 = není zařazena na stránky

Domény hodnocených škol:

Šafík - ZŠ Šafaříkova	http://www.zssafarikova.cz/
ZŠ Masarykova	http://www.zsmasarykova.cz/akce.htm
ZŠ Poličná	http://www.mujweb.cz/skolstvi/zspolicna
ZŠ Vyhlídka Valašské Meziříčí	http://www.volny.cz/zs.vyhliodka/index.htm
ZŠ Křížná příspěvková organizace	www.zskrizna.eu
Základní škola Žerotínova Valašské Meziříčí	http://www.zszerotinovala.cz

Hodnocení konkurenčních škol

<i>Škola</i>	<i>ZŠ Křižná</i>	<i>ZŠ Masa-rykova</i>	<i>ZŠ Šafa-říkova</i>	<i>ZŠ Vy-hlídka</i>	<i>ZŠ Že-rotínova</i>	<i>ZŠ Po-ličná</i>
<i>1</i>	2	2	1	1	2	2
<i>2</i>	2	2	2	2	2	2
<i>3</i>	2	0	0	0	1	0
<i>4</i>	2	0	0	2	1	0
<i>5</i>	1	0	1	2	1	2
<i>6</i>	1	0	0	0	0	0
<i>7</i>	1	1	0	2	1	1
<i>8</i>	1	2	1	2	2	2
<i>9</i>	1	2	2	1	2	1
<i>10</i>	2	0	1	0	2	0
<i>11</i>	1	1	2	1	0	2
<i>12</i>	2	2	2	0	1	2
<i>13</i>	1	1	0	1	0	0
<i>14</i>	0	0	1	0	1	0
<i>15</i>	2	0	2	0	1	0
<i>16</i>	1	1	1	0	1	0
<i>17</i>	2	0	0	0	1	0
<i>18</i>	2	1	1	1	2	0
<i>19</i>	2	0	0	0	1	0
<i>20</i>	2	0	1	2	2	0
<i>21</i>	2	2	2	1	2	0
<i>22</i>	0	2	1	1	2	0
<i>23</i>	2	2	2	0	2	0
<i>24</i>	2	0	0	0	2	0
<i>25</i>	0	0	1	1	1	0
<i>Použitelost</i>	36	19	5	11	10	14
<i>Grafika</i>	7	14	8	3	6	5
<i>Informace</i>	11	2	5	3	8	0
<i>Marketing</i>	6	6	6	3	9	0
<i>Celkem</i>	36	19	24	20	33	14
	81,82%	43,18%	54,55%	45,45%	75,00%	31,82%

PŘÍLOHA P II: OBSAHOVÁ STRUKTURA WWW STRÁNEK

<i>Sekce</i>	<i>Kategorie</i>		<i>Menu odkaz</i>
Informace o škole	Kontakty	Komponenta	Kontakty
	Obecné in- formace	články: historie, charakteristika školy , školní řád	O škole
		statický článek: kontaktní informace	O škole
	Dokumenty - škola	Soubor ke stažení	Ke stažení - škola
	Organizace školního roku	články: seznam tříd, nabídka kroužků, nepovinných předmětů, termíny prázdniny a třídních schůzek	2006/2007
Aktuality	Plán práce	článek: plán práce na měsíc	Události
	Stalo se	články: události během roku	
	Pro předško- láky	články: připravované akce, pokyny, zápis	Pro před- školáky
Jídelna	Provoz	články: provozní řád, odhlašování obědů, přihlášky	Provoz
		statický článek: kontaktní informace	
	Jídelní lístky	články: jídelní lístky	Jídelní lístky
Nadační fond	Aktivity NF	statický článek: základní informace	
		články: o proběhlých i připravovaných akcích	
	Základní informace		
	Dokumenty - NF	Soubor ke stažení	Ke stažení - NF

Výchovné poradenství	VP I.	statický článek: kontaktní informace, konzultační hodiny	Výchovné poradenství
		články: informace o disfunkcích atd.	
	VP II.	statický článek: kontaktní informace, konzultační hodiny	
		články: informace pro žáky 8. a 9. roč.	
	Dokumenty - VP	Soubor ke stažení	
Školní družina (ŠD)	Obecné informace	statický článek: kontaktní informace, provoz	Školní družina
		články: provozní řád, oddělení, přihlášky	
	Pro rodiče s dětmi	články	
	Z minulých let	články	
Školní klub (ŠK)	Obecné informace	statický článek: kontaktní informace, informace o provozu	Školní klub
		články: plán práce - ŠD	
		články: nabídka kroužků, provozní řád	
	Aktivity ŠK	články: o akcích	
Soutěže	Matematické	články: výsledkové listiny, pokyny	Soutěže
	Športovní		
	Ostatní		
Školní parlament (ŠP)	Obecné informace	články: účel ŠP, historie	Školní parlament
	schůzky ŠP	články: zápisy ze schůzek, připravované akce	

Podlesí	Obecné informace	statický článek: kontaktní informace	Podlesí
		články: provozní a organizační informace	
	Události	články:	
	Školní časopis	Ke stažení	Ke stažení - čas.