UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Fakulta tělesné výchovy a sportu

Internetové stránky FTVS jako nástroj marketingové komunikace:

analýza obsahu anglické verze z pohledu cílové skupiny

Diplomová práce

Vedoucí bakalářské práce: **Zpracovala:**

PhDr. Eva Pokorná, Ph.D. **Martina Formánková**

Praha, duben 2011

Prohlašuji, že jsem závěrečnou diplomovou práci zpracovala samostatně, a že jsem uvedla všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze dne 12.4.2011 ……..

Martina Formánková

Evidenční list

Souhlasím se zapůjčením své diplomové práce ke studijním účelům. Uživatel svým podpisem stvrzuje, že tuto diplomovou práci použil ke studiu a prohlašuje, že ji uvede mezi použitými prameny.

Jméno a příjmení:	Fakulta / katedra:	Datum vypůjčení:	Podpis:

Chtěla bych poděkovat vedoucí mé práce PhDr. Evě Pokorné, Ph.D. za její vstřícnost a poskytování cenných rad a připomínek. Dále bych ráda poděkovala doc. Ing. Evě Čáslavové, CSc. a Mgr. Josefu Voráčkovi, se kterými jsem konzultovala některé části práce.

Abstrakt

Název:	Internetové stránky FTVS jako nástroj marketingové komunikace: analýza obsahu anglické verze z pohledu cílové skupiny
Cíle:	Zhodnotit stávající podobu webové stránky a navrhnout její vylepšení pro zvýšení účinnosti marketingové komunikace jejím prostřednictvím.
Metody:	Obsahová analýza, komparace
Výsledky:	Provedena zevrubná analýza internetových stránek, rozebrány nedostatky stávající podoby po stránce obsahové i formální a navrženy úpravy a vylepšení.
Klíčová slova:	Marketing, komunikace, internetové stránky, obsah webu, vysoká škola, FTVS

Abstract

Title: The FTVS Website as an Instrument of Marketing Communication: Content Analysis of the English Version from the Viewpoint of Target Audience.

Objectives: To asses the content of the English version of the website and suggest its improvements to increase the efficacy of marketing communication.

Methods: Content analysis, comparison

Results: Detailed analysis of the website has been carried out, drawbacks of current layout (both content and formal) have been described. Modifications and improvements have been proposed.

Keywords: Marketing, communication, website, web content, university, FPES

Obsah

1 Úvod 10

2 Cíle a úkoly práce 12

3 Stav řešené problematiky 13

4 Teoretická východiska 15

4.1 Marketing 15

4.1.1 Marketingový mix 15

4.1.2 Komunikace s veřejností (Public Relations) 16

4.1.3 Marketing na Internetu 16

4.2 Vymezení internetové terminologie 17

4.3 Internetové stránky 19

4.3.1 Přístupnost 19

4.3.2 Použitelnost 20

4.4 Obsah internetových stránek 21

4.5 Zásady tvorby webu 22

4.5.1 Výstižné nadpisy 23

4.5.2 Stručnost 23

4.5.3 Srozumitelnost 23

4.5.4 Gramatická správnost 24

4.5.5 Přehlednost 24

4.5.6 Aktuálnost 24

4.5.7 Domovská stránka (Homepage) 24

4.5.8 Navigace 25

4.5.9 Odkazy 26

4.5.10 Vzhled webu 27

5 Metodika výzkumu 28

5.1 Sběr dat....28
5.2 Studium odborné literatury....28
5.3 Analýza webu....28
6 Analýza anglické verze webových stránek FTVS....31
6.1 Cílové skupiny uživatelů webu....32
6.2 Věkové skupiny uživatelů....34
6.3 Popis anglické verze webu FTVS....35
6.3.1 Přístup na anglickou verzi webu FTVS....35
6.3.2 Vzhled webů FTVS....37
6.3.3 Domovská stránka (Homepage) anglické verze webu FTVS....38
6.3.4 Departments....40
6.3.5 International Students....50
6.3.6 Postgraduate Programs....58
6.3.7 Academic Calendar....58
6.4 Zhodnocení webových stránek FTVS podle stanovených kritérií....59
6.5 Nedostatky webu....67
7 Návrhy a doporučení pro internetové stránky FTVS....69
7.1 Corporate design....69
7.2 Domovská stránka (Homepage)....69
7.3 Struktura stránek....72
7.4 Odkazy na externí stránky....73
7.5 Soubory ke stažení....74
7.6 Fotografie areálu FTVS a jednotlivých pracovišť....74
7.7 Fotografie pracovníků fakulty....74
7.8 Zařazení dalších jazykových verzí webu....74
7.9 Další doporučení....75

8 Závěr 76

9 Zdroje.....77

1 Úvod

V dnešní době si většina z nás stěží dovede představit život bez internetu. Vyhledáváme na něm informace, pracujeme, bavíme se, komunikujeme se svými blízkými, nakupujeme a tento výčet není zdaleka konečný. Velkou výhodou a silnou stránkou internetových stránek je jejich velká flexibilita. Díky tomu se zákonitě staly i významným nástrojem marketingové komunikace. Se vzrůstající důležitostí internetu záhy vznikl samostatný obor marketingové komunikace – internetový marketing. Zabývá se tím, jak co nejlépe využít internet k dosažení marketingových cílů svých provozovatelů.

Dnes se již považuje za samozřejmost, že každý, kdo ve svém oboru něco znamená, má svou internetovou stránku. Mají ji obchodní společnosti, úřady, veřejné instituce, sportovní kluby a dokonce i jednotlivci.

Předmětem mé diplomové práce je zhodnocení internetových stránek Fakulty tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy, tedy fakulty, kde studuji.

Fakulta tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy (UK v Praze FTVS, dále jen FTVS) byla založena roku 1953 jako Institut tělesné výchovy a sportu. Za více než půl století své činnosti si vydobyla vynikající postavení. Nicméně není v České republice jedinou fakultou svého druhu. Studium tělesné výchovy a sportu je možné i na Fakultě sportovních studií Masarykovy univerzity v Brně, Pedagogické fakultě Technické univerzity Liberec, Fakultě tělesné kultury Palackého univerzity v Olomouci a dalších. Fyzioterapii je možno přímo v Praze studovat také na všech lékařských fakultách UK. Konkurence je velká, ale zájemců o studium spíše ubývá a v budoucnosti lze stěží očekávat zásadní obrat. Univerzity proto usilují o získání nových studentů nabídkou nových atraktivních oborů, zajímavě koncipovaných studijních plánů, popř. širokou nabídkou kurzů celoživotního vzdělávání. Klíčovým předpokladem úspěchu těchto aktivit je, že informace o nich se co nejrychleji dostanou do povědomí veřejnosti.

Na FTVS studují nejenom tuzemští studenti. Díky zahraničním výměnným programům (Erasmus, meziuniverzitní dohody aj.) je fakulta otevřená i zahraničním studentům.

Zkušenosti se studiem na zahraniční univerzitě jsem měla možnost získat v rámci studijního pobytu Erasmus ve Španělsku. Již ve fázi rozhodování, o jakou školu se budu ucházet, jsem se výrazně opírala o jejich internetové stránky. Na nich jsem se snažila

zjistit, jaké studijní obory škola nabízí, jaká je skladba předmětů, jak je organizován akademický rok, jaké jsou možnosti ubytování pro studenty a podobně. V okamžiku, kdy studenti narazí na obtíže a nenaleznou na internetových stránkách univerzity tyto základní informace, je velmi pravděpodobné, že si pro svůj pobyt vyberou jinou univerzitu. Rozhodnutí studovat v cizí zemi je pro studenta vždy trochu krokem do neznáma. Kvalitní internetové stránky jsou důležitým nástrojem při přesvědčování zájemce, že se zajímá o dobře organizovanou instituci s kvalitním studijním programem, a mohou rozptýlit případnou počáteční nedůvěru a váhání uchazečů.

Byla to právě moje vlastní zkušenost se studiem v zahraničí, při němž jsem pro zjišťování informací velmi často využívala internetové stránky hostitelské univerzity, která mě vedla k rozhodnutí provést analýzu anglické verze stránek FTVS.

2 Cíle a úkoly práce

Cílem této diplomové práce je provést analýzu obsahu anglické verze internetových stránek FTVS.

Jednotlivé části webu budou hodnoceny jak na základě obecných zásad pro tvorbu internetových stránek, tak s přihlédnutím k potřebám uživatelů vybraných cílových skupin.

Na základě provedené analýzy budou předloženy návrhy na vylepšení internetové prezentace FTVS.

3 Stav řešené problematiky

V České republice bylo již obhájeno několik bakalářských a diplomových prací na téma webů vysokých škol. Za nejzajímavější z hlediska svého vlastního zadání považuji práce Široké (2006) a Novotného (2009).

Široká (2006) vypracovala *Srovnání webových stránek českých vysokých škol*. Svou práci zaměřila na použitelnost a přístupnost webu. Došla k závěru, že: „*Kvalitu webové stránky určuje míra její použitelnosti. Tedy míra toho, jak se uživatelé na stránce orientují a jak snadno dokážou uspokojit svůj požadavek.*“ Pro srovnání stránek vytvořila vlastní metodiku, pomocí které je testovala s použitím bodově ohodnocených kritérií.

Novotný (2009) se ve své práci *Přístupnost webů českých ekonomicko-manažerských škol* zabýval přístupností webů pro handicapované uživatele. *„Pravidla přístupnosti jsou obecnými zásadami (směrnicemi) pro tvůrce webových stránek, které vycházejí ze spolupráce týmů expertů a samotných handicapovaných uživatelů. Cílem je stanovit takové zásady, jejichž dodržování by mělo zaručit tvůrci webu, že jeho web je v maximální míře přístupný pro jakéhokoli uživatele, s jakýmkoli postižením a na jakémkoli alternativním zařízení.“*

Jednotlivé weby hodnotil podle normy Web Content Accessibility Guidelines. Podobně jako autorka výše zmíněné práce použil autor kvantitativní metody hodnocení jednotlivých webů.

Předmětem mé vlastní práce je zhodnocení obsahu webu především z jazykového hlediska. Proto také volím jiný postup než autoři výše uvedených prací.

Americké autorky Hite a Railsback (2010) vypracovaly studii *Analýza obsahu a vlastností univerzitních internetových stránek s významem pro webdesignery a pedagogy*. Tato práce si kladla za cíl získat nové znalosti o tvorbě a analýze univerzitních internetových stránek a poskytnout návod jejich tvůrcům, jak je navrhovat uživatelsky co nejpřátelštější.

Daným tématem se zabývá celá řada odborných publikací, resp. i návodů, jak vytvářet internetové stránky. Přestože je většina z nich zaměřená na tvorbu internetových stránek pro obchodní společnosti, velká část jejich obsahu má obecnou platnost a je tedy

využitelná i pro účely mé práce. Patří mezi ně publikace Nielsen (2002), Plotěný (2005), Dvořáček, Stuchlík (2000), Krug (2006), McGovern (2006) aj.

4 Teoretická východiska

4.1 Marketing

Internetové stránky sledují určitý účel. Jejich tvůrce by tedy měl znát odpověď na řadu otázek, zejména pak:

- Jaký je účel stránek?
- Jaký přínos od stránek očekáváme?
- Jaké budou cílové skupiny jejich uživatelů?
- Co jim stránky přinesou?

Odpovědi na tyto otázky nám pomáhá nalézt *marketing.*

Marketing jako vědní obor se zabývá všemi aktivitami, které firmy podnikají s cílem uspokojení zákazníka. Východiskem k tomu je dobrá znalost potřeb zákazníka a tomu přizpůsobená nabídka. Jedna z největších autorit oboru, Philip Kotler (2006, s. 6) definuje marketing jako *„společenský a řídící proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných výrobků s ostatními.“*

4.1.1 Marketingový mix

Souhrn základních nástrojů, které organizace používá k dosažení svých cílů, představuje marketingový mix. Pro marketingový mix se často užívá zkratka 4P, kterou tvoří počáteční písmena anglických názvů jednotlivých kategorií.

- Výrobek (Product)
- Cena (Price)
- Distribuce (Placement)
- Propagace (Promotion)

Posledně zmíněná kategorie – propagace – je činností usilující o oslovení zákazníka. Obvykle se člení na:

- Komunikaci s veřejností (public relations)
- Přímý prodej

- Reklamu
- Podporu prodeje.

Internetové stránky představují jeden z klíčových komunikačních nástrojů, patří tedy do prvně zmíněné oblasti.

4.1.2 Komunikace s veřejností (Public Relations)

Dnešní uspěchaná doba upřednostňuje kratší anglický termín Public Relations před českým termínem komunikace s veřejností a vůbec nejčastěji se spokojí se zkratkou PR. Pod tento pojem se řadí veškeré aktivity a nástroje, pomocí kterých si organizace vytvářejí pozitivní obraz v očích veřejnosti a usilují o ovlivnění jejích postojů ve svůj vlastní prospěch.

Vymezení obsahu PR není jednoduché. Činnost v rámci vztahů s veřejností je obvykle definována jako nepřetržité plánované úsilí vedoucí k dosažení a udržení dobré vůle a vzájemného porozumění mezi organizací a její veřejností.

Podle Kotlera (2006, s. 536) představuje marketingová komunikace *„způsoby, pomocí kterých firma usiluje o informování, přesvědčování a upomínání spotřebitelům, přímo či nepřímo, o produktech a značkách, které prodávají.“*

Pro PR je charakteristická obousměrnost komunikace. Firmy informují veřejnost a zároveň získávají zpětnou vazbu. Sdělováním informací se snaží udržet stávající zákazníky, získat zákazníky nové a celkově podpořit dobrou pověst firmy. PR nástroje se rovněž používají v situacích, kdy je nutno uveřejnit nepříjemné informace anebo čelit negativní kampani založené na šíření nepravdivých informací o firmě nebo instituci.

4.1.3 Marketing na Internetu

Marketing již tradičně a dlouhodobě využívá osvědčené prostředky komunikace, mezi které patří mluvené slovo, distribuce tištěných podkladů, pošta, telefon, masmédia a další. Internet nabízí všechny výhody tradičních prostředků, ale je mnohem efektivnější. Jeho prostřednictvím lze oslovit jak konkrétního člověka, tak i desetitisíce lidí najednou.

Výhody a nevýhody komunikace na Internetu shrnula ve své práci Martina Blažková (2005).

Podle ní mezi výhody komunikace na Internetu patří:

- Celosvětový dosah: Mohu naráz sdělovat zprávu různým lidem po celém světě.
- Nepřetržitost: Internet funguje 24 hodin denně.
- Rychlost sdělení: V případě emailu obdrží každý zprávu ve velmi krátkém čase, v případě Webu si každý může ihned stáhnout informace z webových stránek.
- Zpětná vazba: Bezprostředně mohu získat odpověď od různých lidí.
- Nízké náklady: Vynaložené náklady na komunikaci jsou relativně nízké.
- Obsáhlost a selektivnost informací: V případě emailu lze použít příloh (zvuk, textové a grafické přílohy) a, jedná-li se o vyžádané emailové zprávy, zákazník si vybere, jaké informace chce dostávat.
- Snadná práce s informacemi: Veškeré údaje lze snadno a rychle aktualizovat, lze provázat různé informace, které spolu souvisejí, archivovat je.

Za nevýhody považuje především:

- Různá technická omezení: Mohou spolu komunikovat pouze lidé, kteří jsou připojeni na Internet, pomalá rychlost přenosu informací v případě pomalého připojení k Internetu a nevybaveného počítače.
- Neosobnost komunikace: Nehovoříme s člověkem přímo. Pokud se nepoužívá web kamera, nevidíme, jak se druhá strana tváří, reaguje.

4.2 Vymezení internetové terminologie

Ve své práci budu často používat některé pojmy, které jsou specifické pro oblast internetu, a proto je potřeba je vysvětlit.

WWW

World Wide Web, představuje systém vzájemně propojených hypertextových (HTML) dokumentů, které jsou přístupné přes Internet.

HTTP server

Vzájemná komunikace a výměna dat (text, obrázky, zvuky atd.) mezi serverem a klientským počítačem probíhá pomocí přenosového protokolu HTTP (Hyper Text Transfer Protocol). Pro jeho podporu je zapotřebí počítačů, které mají nainstalovaný speciální software, ty nazýváme HTTP servery.

WWW server

Každý z HTTP serverů může obsahovat mnoho informací z nejrůznějších oblastí (zpravodajství, kultura, sport atd.). Tyto informace bývají rozděleny do částí, které nazýváme WWW servery a na Internetu mají svojí specifickou adresu (např. www.ftvs.cuni.cz).

WWW stránky

Po přihlášení na některý z WWW serverů je možné prohlížet si informace podobným způsobem, jako když otáčíme listy novin nebo listujeme v knize. WWW stránky představují oddíly nebo kapitoly, do kterých jsou uspořádané informace na WWW serveru.

Domovská stránka (Homepage)

Domovská stránka neboli homepage je výchozí stránka, která se zobrazí na monitoru počítače po zadání základní adresy příslušného WWW serveru. Můžeme ji tedy přirovnat k titulní straně knihy. Obvykle obsahuje základní informace o serveru a slouží jako rozcestník. Poskytuje odkazy na další stránky.

Odkazy (Hyperlinks)

Aby bylo možné přecházet mezi jednotlivými stránkami, je zapotřebí zvláštního mechanismu, který se nazývá hyperlink. Některé části textu jsou na WWW stránkách zvýrazněné a po najetí myši se nad nimi objeví symbol kurzoru. Po kliknutí na tato místa je uživatel přesměrován na další WWW stránku. Odkazem nemusí vycházet jen z textu, ale i z obrázku, symbolu nebo tlačítka. Cílem odkazů nemusí být pouze stránky příslušného serveru, ale i jiné zdroje kdekoliv na Internetu.

Prohlížeč WWW stránek (browser)

Pro zobrazení libovolné WWW stránky na monitoru počítače je zapotřebí mít nainstalovaný speciální software. Ten slouží jako uživatelské rozhraní mezi vámi a internetem. Často užívanými browsery jsou například Mozilla Firefox, Internet Explorer, Opera, Google Chrome a další.

Adresa WWW stránky

Počítače pracující jako WWW servery dnes obsahují stovky či tisíce WWW stránek. Pro lepší orientaci v tak velkém množství stránek má každá WWW stránka svou specifickou adresu.

4.3 Internetové stránky

Internetové stránky jsou základní formou internetového marketingu. Více či méně kvalitní web má dnes již skoro každá organizace nebo instituce, od drobných živnostníků až po velké mezinárodní korporace, úřady, soudy i neziskové organizace.

Při vytváření a správě internetových stránek je důležité definovat hned na počátku cíle, kterých chce organizace dosáhnout, a z nich potom důsledně vycházet. Jiné stránky jsou vhodné pro malou firmu s internetovým nebo kamenným obchodem, jinak budou vypadat stránky bankovní instituce, ministerstva, sportovního klubu nebo veřejné vysoké školy. Každá z těchto stránek má jiný cíl.

Vzhled a uspořádání internetových stránek mohou být velmi rozmanité. Do jisté míry jde o záležitost vkusu, nicméně existují určité zásady, jak by měl vypadat dobrý web. Tyto praxí ověřené kvalitativní faktory webu popíšu v následující části práce.

Za nejdůležitější kvalitativní faktory webových stránek jsou obecně považovány přístupnost (accessibility) a použitelnost (usability).

4.3.1 Přístupnost

Přístupností webu se ve své publikaci zabývá Plotěný (2005, s. 42): *„Přístupný web můžeme definovat jako web, který mohou stejným způsobem vnímat návštěvníci bez ohledu na jejich dočasná či trvalá zdravotní omezení, technické vybavení, znalosti a dovednosti.“*

Internetové stránky přitom nemusí vypadat pro každého návštěvníka stejně, ale veškeré informace musí být dobře dostupné.

Pravidla přístupného webu jsou dokonce součástí novely Zákona č. 365/2000 Sb. o informačních systémech veřejné správy. Úplný seznam těchto pravidel je k dispozici na webu: http://www.pravidla-pristupnosti.cz/. Pro účely této práce uvádím pouze pravidla týkající se přímo obsahu:

- Webové stránky musí sdělovat informace jednoduchým jazykem a srozumitelnou formou, pokud to charakter webové stránky nevylučuje.
- Rozsáhlé obsahové bloky musí být rozděleny do menších výstižně nadepsaných celků.
- Navigace musí být srozumitelná a konzistentní a na všech webových stránkách orgánu veřejné správy obdobná. Od ostatního obsahu webové stránky musí být zřetelně oddělena.
- Každá webová stránka (kromě úvodní webové stránky) musí obsahovat odkaz na vyšší úroveň v hierarchii webových stránek a odkaz na úvodní webovou stránku.
- Pokud se jedná o rozsáhlejší webové stránky, musí být kromě navigace k dispozici rovněž vyhledávání nebo odkaz na mapu webových stránek. Odkaz na mapu webových stránek nebo vyhledávací formulář musí být k dispozici na každé webové stránce.
- Každá webová stránka musí mít výstižný název odpovídající jejímu obsahu.
- Každý formulářový prvek musí mít popisek vystihující požadovaný obsah.
- Pokud uživatel učiní chybu při vyplňování webového formuláře, musí být k dispozici informace o tom, ve které položce je chyba. Pokud to charakter webového formuláře nevylučuje, musí být k dispozici rovněž informace, jak tuto chybu odstranit.
- Text odkazu nebo jeho přímo související text musí výstižně popisovat cíl odkazu. Jestliže odkaz vede na jiný typ souboru než je webová stránka, musí být odkaz doplněn sdělením o typu, případně o velikosti tohoto souboru.

4.3.2 Použitelnost

Autoři webu Adaptic (2010) vysvětlují Použitelnost webu jako *"soubor mnoha pravidel zlepšujících interakci návštěvníka s webovou stránkou. Zvyšuje srozumitelnost a přehlednost webu."*

V praxi to znamená, že web je tím použitelnější, čím rychleji je uživatel schopen se na něm zorientovat a naučit se s ním pracovat.

Pro použitelnost webu má velký význam intuitivnost ovládání. Díky tomu nový uživatel web rychle pochopí a bez problémů dosáhne svých cílů.

Podle Nielsena (2003) použitelnost webu určují následující faktory:

- Pochopitelnost: Jak snadno uživatel pochopí a dokáže používat web, na kterém je poprvé.
- Účinnost: Jak rychle je uživatel schopen plnit úkoly na webu, který dobře zná.
- Zapamatovatelnost: Za jak dlouho si uživatel vybaví uspořádání a ovládání webu, který delší dobu nepoužíval.
- Chybovost: Kolik chyb uživatelé dělají, jak jsou závažné a jak dlouho trvá, než se z nich vzpamatují?
- Spokojenost: Je používání webu příjemné?

Použitelnost webu negativně ovlivňuje například:

- Přílišná originalita ovládání webu nebo jeho vzhledu
- Nekonzistence hlavních ovládacích prvků a jejich funkčnosti
- Nefungující či nedostatečná navigace
- Špatná informační architektura – nelogické uspořádání, rozmístění a malá strukturovanost informací
- Neexistence tiskové verze
- Chybějící zpětná vazba
- Chybějící mapa stránek u větších webů

4.4 Obsah internetových stránek

Internetové stránky jsou spojením vzhledu a obsahu. Pro uživatele webu je důležitý především obsah stránek – na web obvykle přicházejí se záměrem získat určité informace.

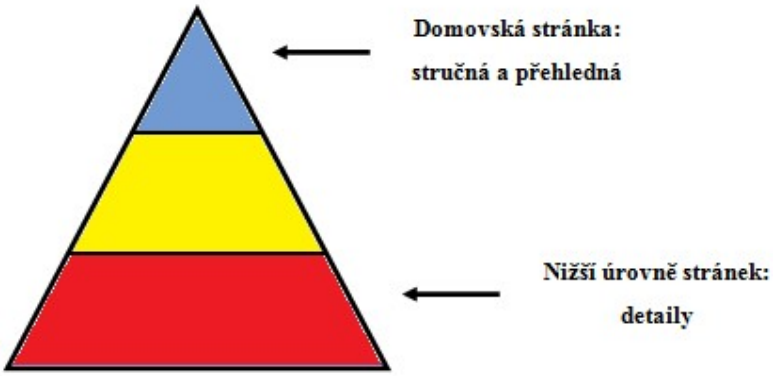
Formy zpracování obsahu:

- Text – články, hesla, informační sdělení
- Obrázky – ilustrativní obrázky v textu, fotografie ve fotogalerii, ikony
- Animace – jednoduchý animovaný GIF, flashová animace, videa
- Tabulky
- Zvuky – doprovodné zvuky, mluvené slovo
- Odkazy – nepředávají sice přímo informaci, ale odkazují na další informace a tím zvyšují komfort při jejich předávání

V této práci se budu věnovat hlavně obsahu ve formě psaného textu. Částečně se budu zabývat i vzhledem, a to v případech, kdy design nemá pouze estetickou funkci, ale ovlivňuje používání webu.

McGovern (2006) na následujícím obrázku ukazuje, jak by měl být uspořádaný obsah webu co do úrovně a podrobností informací – s nižšími úrovněmi stránek se zvyšuje podrobnost a rozsah informací.

Obrázek 1 – Pyramida webového obsahu



Zdroj: McGOVERN (2006)

4.5 Zásady tvorby webu

Informace na webu jsou dány jeho účelem. Nicméně existují určité zásady, které by měly být při tvorbě webu vždy respektovány a dodrženy. Mezi ně patří:

- Výstižné nadpisy
- Stručnost

- Srozumitelnost
- Gramatická správnost
- Přehlednost
- Aktuálnost

4.5.1 Výstižné nadpisy

Nadpisy jsou většinou prvními prvky stránky, kterých si návštěvník všimne. Měly by proto být jasné, výstižné a stručně popisovat to, co nadepisují. Dobrý nadpis usnadní návštěvníkovi vyhledávání pro něj relevantních informací.

4.5.2 Stručnost

Podle Nielsena (2002) je čtení na monitoru počítače o 25% pomalejší než čtení tištěného textu. Kromě toho je známo, že při čtení na webu bývají texty často jen zběžně prohlédnuty.

Proto by na webu měly být uvedeny pouze důležité informace, a to s použitím známých a konkrétních výrazů. Také je vhodné vyvarovat se příliš dlouhých vět. Pokud je třeba uvádět podrobnější informace, je lepší na ně odkázat z kratšího textu.

Jiný odborník na obsah webu, McGovern (2003) poskytuje ohledně délky obsahu následující doporučení:

- Nadpisy: 8 slov a méně.
- Věty: 15 – 20 slov.
- Odstavce: 40 – 70 slov.
- Dokumenty: 500 slov a méně.

4.5.3 Srozumitelnost

Text musí být srozumitelný všem návštěvníkům – bez ohledu na to, zda se jedná o laika či profesionála v dané oblasti. Je vhodné vyhnout se používání oborově specifických termínů, zkratek, které nejsou obecně známé, dvojsmyslným výrazům atd. Srozumitelnost webu může zvýšit využití obrázků a grafiky.

4.5.4 Gramatická správnost

Gramatické chyby významně snižují důvěryhodnost webu, a proto by všechny texty určené k publikaci na internetových stránkách měly být několikrát pečlivě zkontrolovány.

4.5.5 Přehlednost

Jak již bylo výše zmíněno, čtení na obrazovce počítače je únavné. Souvislý tok textu by měl být rozdělený nadpisy, odlišujícími jednotlivé úseky textu. To návštěvníkovi umožní lépe se v textu zorientovat a rychleji nalézt potřebné informace.

4.5.6 Aktuálnost

Aktuálnost informací je dalším důležitým faktorem určujícím důvěryhodnost stránek. Je důležité dbát na průběžnou aktualizaci stránek, zejména na uvedení data posledních úprav, aby si návštěvníci mohli být jisti, že se mohou na získané informace spolehnout.

Další zásady pro vytvoření kvalitního webu se týkají:

- Domovské stránky
- Navigace
- Odkazů
- Vzhledu webu

4.5.7 Domovská stránka (Homepage)

Domovská stránka představuje úvodní stránku webu. Právě na tomto místě návštěvník zjistí, co všechno internetové stránky nabízejí. Domovská stránka je obvykle nejnavštěvovanější stránkou celého webu, a proto by měla v přehledné formě obsahovat všechny nejdůležitější informace.

Podle Kruga (2006) mezi důležité části domovské stránky patří:

- Označení webu, vymezení jeho účelu a náplně
- Hierarchie webu s přehledem obsahu stránky
- Vyhledávací funkce
- Přímé odkazy na nejdůležitější části webu

- Novinky – část domovské stránky věnovaná přehledu posledních aktualit

4.5.8 Navigace

Navigace je důležitá součást webu. Tím, že reprezentuje strukturu webu, napovídá, na jaké další stránky se lze dostat. Kromě toho navigace ukazuje naše aktuální umístění a tím nám usnadňuje orientaci na webu.

Zeldman (2001) považuje za základní předpoklady kvalitní navigace:

- Snadnou pochopitelnost – používání výstižných a uživateli srozumitelných výrazů
- Konzistenci – navigace by se neměla v rámci webu neočekávaně měnit, opak může v návštěvníkovi vyvolat pochyby a nejistotu.
- Poskytování zpětné vazby – ideální je, když web dělá přesně to, co návštěvník očekává

Další užitečná pravidla pro tvorbu navigace uvádí web H1 (2006):

- Navigace je oddělená od obsahu

  Navigace by měla být zřetelně odlišena od vlastního obsahu stránky. Navigační panely se proto obvykle umísťují horizontálně nad obsahem nebo vertikálně vedle obsahu.

- Navigace se týká pouze daného webu

  Odkazy v hlavní navigaci by měly pokud možno odkazovat pouze do svého webu, nikoliv jinam. Uživatel může být zmatený, pokud se po kliknutí dostane na zcela jiný web s odlišnou grafikou, obsahem a chybějícím odkazem zpět na původní stránku.

- Navigační odkazy jsou srozumitelné

  Navigační odkaz musí jednoznačně reprezentovat stránku, na kterou vede. Proto musí být naprosto jednoduchý a srozumitelný. Je vhodné používat uživatelských zvyklostí pro pojmenování typických částí webu a vyhnout se odborné terminologii, která nemusí být všem známá.

- Navigace funguje i směrem vzhůru

  Návštěva našeho webu nemusí začínat vždy na domovské stránce. Proto by měla existovat možnost dostat se v rámci webové struktury vzhůru nebo rovnou na úvodní stránku. Jedním ze způsobů je takzvaná „drobečková navigace“, která se podobá cestě od dané stránky směrem vzhůru k domovské stránce.

- Navigace ukazuje umístění ve struktuře webu

  Graficky odlišená položka v navigaci usnadňuje uživateli zorientovat se, na jaké části webu se právě nachází. Použít se dá i výše zmíněná „drobečková navigace“.

- Navigace je přístupná pro každého

  Ne všichni uživatelé používají stejné zařízení a software. Proto je potřeba zajistit, aby byla navigace dobře přístupná pro všechny typy uživatelů a vyvarovat se například závislosti na javascriptu, kaskádových stylech nebo použití myši.

4.5.9 Odkazy

Navigace je tvořena jednotlivými odkazy, které nám umožňují pohybovat se po jednotlivých stránkách webu. Podle McGoverna (2006) představují odkazy dokonce nejdůležitější část jeho obsahu. Díky kvalitním odkazům se rychle dostaneme k požadované informaci, naproti tomu nejasné odkazy nás zdržují tím, že se často dostaneme na části webu, které nás vůbec nezajímají.

Označení odkazu by mělo výstižně popisovat jeho cíl, a to i bez okolního kontextu. Ne všechny odkazy jsou stejného druhu, některé odkazují na další informace, jiné vedou k rozšíření tématu nebo ke zdrojovému materiálu. Pokud odkaz vede na obsah jiného typu než je webová stránka (například pdf), uživatel by měl být předem jasně upozorněn na typ a velikost cílového souboru.

4.5.10 Vzhled webu

Pro příjemný dojem z používání internetových stránek hraje významnou roli i jejich vzhled. Kromě samotného vnímání internetových stránek navíc ovlivňuje image organizace. Web musí být v souladu s tzv. corporate design, tedy jednotným vizuálním stylem prezentace společnosti. Kromě plnění estetických nároků musí vzhled podporovat již zmiňovanou použitelnost webu. Grafický návrh musí být přehledný a intuitivní. Měla by být dodržena pravidla rozvržení. Důležitá je i volba barev, velikost písma, dostatečný kontrast (rozdíl mezi barvou písma a pozadí). Vzhled musí být jednotný na celém webu, pokud je tomu naopak, orientace je znesnadněná a web ztrácí důvěryhodnost.

Logo organizace by mělo být uvedené na každé stránce webového dokumentu, a to vždy na stejném místě. Díky tomu je udržena vizuální jednota všech stránek a návštěvníci získají při pohybu mezi jednotlivými stránkami dojem soudržnosti.

Obrázek 2 – Požadavky na webovou grafiku

Zdroj: ADAPTIC (2010)

5 Metodika výzkumu

5.1 Sběr dat

Internetové stránky plně vyhovují označení dokument, jak ho definuje Hendl (2005, s. 204): *„Za dokumenty se považují taková data, která vznikla v minulosti, byla pořízena někým jiným než výzkumníkem a pro jiný účel, než jaký má aktuální výzkum. Výzkumník se tedy zabývá tím, co je již k dispozici, ale musí to vyhledat.“*

Výhody dokumentů jako datového podkladu studie shrnuje Hendl (2005, s. 162):

- Umožňuje analyzovat jazyk a slova
- Je dosažitelný bez ohledu na dobu, nevtíravý
- Obsahuje pečlivě zpracované informace

5.2 Studium odborné literatury

Internetové stránky jsou jedním z prostředků marketingové komunikace. Proto pro úvod do problematiky marketingu a vymezení základních pojmů použiji odborné publikace zabývající se tímto tématem. Následně se zaměřím přímo na internetový marketing a provedu rešerši aktuální literatury.

5.3 Analýza webu

V analytické části práce jsem provedla analýzu získaných dokumentů. Podstatou analýzy je rozklad zkoumaného předmětu, jevu nebo situace na jednotlivé části, které dále zkoumáme. Takovým postupem jsme schopni lépe poznat jev jako celek. Analýza se používá jak v mnoha vědách, tak v běžném životě.
Naprostá většina odborných publikací hodnotících internetové stránky se soustřeďuje na obsah stránek obchodních společností. Stránky neziskových organizací, ke kterým patří i veřejné vysoké školy, zůstávají na okraji zájmu odborníků. Proto jsem navrhla vlastní postup.

Na základě poznatků, získaných z odborné literatury, jsem vytvořila kritéria, podle kterých jsem kvalitativně hodnotila jednotlivé stránky webu. Kritéria 1 – 4 se vztahují k domovské stránce, ostatní kritéria se uplatňují u všech stránek.

1. Je z domovské stránky jasné, k čemu je web určený a jaký je účel?

2. Obsahuje domovská stránka možnost fulltextového vyhledávání na celém webu?
3. Obsahuje domovská stránka přímé odkazy na často vyhledávané a důležité stránky webu?
4. Obsahuje domovská stránka sekci s novinkami v obsahu webu?
5. Jsou informace sdělovány jednoduchým jazykem, srozumitelnou formou? Je obsah stránky dostačující?
6. Má každá stránka výstižný název odpovídající obsahu jejímu obsahu?
7. Jsou informace logicky uspořádány?
8. Je délka odstavců omezena na nejvíce 70 slov?
9. Jsou informace formulovány stručně a výstižně?
10. Jsou všechny texty na webu gramaticky správné? Jsou všechny texty v anglickém jazyku?
11. Jsou stránky přehledné?
12. Je na stránce datum poslední aktualizace?
13. Je navigace srozumitelná a konzistentní?
14. Je navigace zřetelně odlišená od ostatního obsahu webové stránky?
15. Je navigace funkční?
16. Týká se navigace pouze daného webu?
17. Je uživatel upozorněn na odkaz směřující na jiný web?
18. Funguje navigace i směrem vzhůru?
19. Je k dispozici mapa webových stránek a vyhledávání?
20. Je k odkazu na soubor ke stažení připojena informace o typu souboru a jeho velikosti?

Použila jsem rovněž metodu komparace, kterou jsem uplatnila při srovnávání internetových stránek FTVS se stránkami partnerských zahraničních pracovišť. Podstatou této metody je zkoumání několika existujících objektů, při kterém zjišťujeme

jejich podobné či rozdílné aspekty. Výsledek komparace můžeme použít buď přímo k vyhodnocení, nebo k dalšímu zpracování.

V průběhu rozboru jednotlivých stránek identifikuji jejich nedostatky a následně navrhnu řešení, jak je odstranit.

6 Analýza anglické verze webových stránek FTVS

Fakulta tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy je podle zákona č. 111/1998 Sb. § 5, o vysokých školách veřejnou vysokou školou, čímž se začleňuje do neziskového sektoru. Problematikou neziskového sektoru a charakteristikami jednotlivých typů neziskových organizací se podrobně zabývala Čáslavová (2009).

Příjmy rozpočtu veřejné vysoké školy jsou zejména:

- Příspěvek ze státního rozpočtu na vzdělávací a vědeckou, výzkumnou, vývojovou, uměleckou nebo další tvůrčí činnost
- Dotace ze státního rozpočtu
- Poplatky spojené se studiem,
- Výnosy z majetku
- Jiné příjmy ze státního rozpočtu, ze státních fondů, z Národního fondu a z rozpočtů obcí a krajů
- Výnosy z doplňkové činnosti
- Příjmy z darů a dědictví

Z výše uvedeného vyplývá, že část příjmů veřejných vysokých škol závisí na počtu studentů. FTVS má tedy zájem na tom, aby měla co nejvíce studentů. Potřebuje intenzivní marketing. Vzhledem k tomu, že jako organizace veřejného sektoru nemá k dispozici neomezené finanční prostředky, je nucena hledat cenově dostupné způsoby propagace. Takovým způsobem je právě internet. Nabízí celosvětové pokrytí, neomezenou dobu přístupu k informacím, možnost zveřejnění i obsáhlých informací a jejich průběžné aktualizace. Je sice zapotřebí počítat s vyšší úvodní investicí do vytvoření kvalitního webu s využitím profesionálních služeb. Nicméně z dlouhodobého hlediska jsou celkové náklady na provoz webu relativně nízké ve srovnání s tradičními médii a jejich efektivitou. Inzerce v tisku nebo v dopravních prostředcích je ve srovnání s internetem velmi nákladná, přitom však nemá zdaleka takový účinek jako internet.

FTVS využívá pro svou prezentaci internetové stránky v českém a anglickém jazyce. Předmětem této analýzy je jejich anglická verze.

6.1 Cílové skupiny uživatelů webu

Před vlastní analýzou obsahu webu je zapotřebí vymezit cílové skupiny uživatelů webu. Jim je potom nutno přizpůsobit obsah webu.

FTVS poskytuje vzdělání v oblasti tělesné výchovy a sportu v různých studijních programech. Je tedy možno předpokládat, že především studující budou tvořit nejpočetnější cílovou skupinu uživatelů internetových stránek FTVS.

Ve studijním programu *Tělesná výchova a sport* lze studovat studijní obory:

Bakalářské studium:

- *Tělesná výchova a sport*, dělící se dále na směry: *Sportovní specializace, Aktivity podporující zdraví, Aktivity v přírodě, Ochrana obyvatelstva*
- *Tělesná výchova a sport se zaměřením na vzdělávání*
- *Tělesná výchova a sport osob se specifickými potřebami*
- *Vojenská tělovýchova*
- *Management tělesné výchovy a sportu*

Navazující magisterské studium:

- *Tělesná výchova a sport*, dělící se dále na směry: *Sportovní specializace, Aktivity podporující zdraví, Aktivity v přírodě, Ochrana obyvatelstva*
- *Učitelství pro střední školy – tělesná výchova*
- *Tělesná výchova a sport osob se specifickými potřebami*
- *Vojenská tělovýchova*
- *Management tělesné výchovy a sportu*

Ve studijním programu *Specializace ve zdravotnictví* je možné získat kvalifikaci ve studijních oborech:

Bakalářské studium:

- *Fyzioterapie*
- *Ortotik – protetik*

Navazující magisterské studium:

- *Fyzioterapie*

Dále má FTVS akreditovány dva programy postgraduálního studia:

- *Kinantropologie*
- *Biomechanika*

FTVS nabízí rovněž široké veřejnosti kurzy a školení v rámci Celoživotního vzdělávání, včetně Univerzity 3. věku. Nabídka těchto kurzů je velmi rozmanitá, například *Kurz instruktora fitness centra, Speciální fyzioterapeutické koncepty, Outdoor trénink pro manažery a firemní týmy, Sportovní marketing v praxi* a další.

FTVS dále nabízí i služby v oblasti testování a poradenství v *Biomedicínské laboratoři, Laboratoři sportovní motoriky, Psychologické sociální laboratoři nebo Laboratoři antropomotoriky.*

Dle mého názoru tedy mezi hlavní cílové skupiny uživatelů internetových stránek vysokých škol patří:

- Studenti
- Akademičtí pracovníci a ostatní zaměstnanci fakulty
- Uchazeči o studium
- Odborná i široká veřejnost
- Absolventi
- Sponzoři
- Média

Cílové skupiny uživatelů anglické verze jsou v zásadě obdobné, nicméně hlavní skupinou jsou zřejmě zahraniční studenti, resp. uchazeči o studium, a případně učitelé mající zájem o krátkodobé pracovní pobyty na bázi meziuniverzitní či mezifakultní spolupráce nebo zaměstnání na fakultě.

Zahraniční studenti mohou na FTVS studovat jako:

- Samoplátci
- Účastníci programu Erasmus

- Účastníci výměnných programů
- Postgraduální studenti

Studentů programu Erasmus bylo v akademickém roce 2008/2009 na FTVS 44, o rok později jich bylo 47. Nejvíce účastníků tohoto programu přijíždí z Portugalska, Španělska a Polska. Mezi další zastoupené země patří: Řecko, Finsko, Slovinsko, Slovensko, Litva, Lotyšsko, Francie, Německo, Itálie, Kanada, Švýcarsko, Švédsko a Bulharsko[1].

Zahraničních studentů samoplátců na FTVS studovalo v akademickém roce 2009/10 67, v roce 2010/11 jich bylo 64. Z hlediska původu studentů jsou nejpočetněji zastoupeny Řecko a Norsko, na seznamu jsou ovšem i Saúdská Arábie, USA, Zambie a Kypr[2].

6.2 Věkové skupiny uživatelů

Internetové stránky je třeba přizpůsobit i věku jejich uživatelů. Mladí lidé mají odlišné požadavky na obsah a formu sdělení než senioři. Zatímco mladí lidé jsou již zvyklí na stručné heslovité texty, pro starší návštěvníky webu mohou být takové informace málo srozumitelné. Uchazeči o studium uvítají texty psané jednoduchým jazykem, naproti tomu studenti postgraduálního studia ocení přesně formulovaná sdělení obsahující rovněž odborné výrazy.

Jednotlivé skupiny lze vymezit následovně:

- Uchazeči o studium 19 – 20 let
- Studenti pregraduálního studia 19 – 24 let
- Studenti postgraduálního studia 24 – 30 let / obtížně definovatelné
- Akademičtí pracovníci 24 – obtížně definovatelné
- Celoživotní vzdělávání obtížně definovatelné
- Univerzita 3. věku 60 – 75[3]

[1] Podle údajů od Ing. Dany Basařové z Oddělení vnějších vztahů a zahraničních záležitostí.

[2] Podle údajů od Mgr. Kateřiny Puchmertlové ze studijního oddělení.

[3] Podle údajů od PaedDr. Květy Prajerové,CSc., garanta kurzu.

6.3 Popis anglické verze webu FTVS

Následující část práce se zabývá popisem jednotlivých stránek webu FTVS. Jelikož je předmětem posouzení anglická verze, uvádím v textu anglické názvy jednotlivých stránek a ty slouží zároveň jako nadpisy jednotlivých částí popisu. Uvedeny jsou v pořadí podle hlavní navigace a navazujícího větvení. Z popisu jsem záměrně vynechala odkazy na externí stránky, např. web UK, jelikož se tato práce věnuje pouze webu FTVS. Některé stránky jsem z důvodu malého množství uvedeného textu pouze stručně popsala, jiné jsem naopak zevrubně rozebrala. Obzvláštní pozornost je věnována následujícím stránkám, resp. sekcím webu:

- Homepage FTVS
- Information from Departments
- International Students

6.3.1 Přístup na anglickou verzi webu FTVS

Uživatelé, kteří přesnou adresu FTVS neznají, mohou její adresu hledat pomocí některého z internetových vyhledávačů, jako je například Google nebo Yahoo. Internetové stránky se vyhledávají na základě klíčových slov zadaných do vyhledávače. Volba klíčových slov na jedné straně závisí na uživateli, na straně druhé může rozhodnout o úspěchu či neúspěchu vyhledávání. Pokud tedy bude zahraniční student hledat v České republice univerzitu zabývající se sportem, pravděpodobně zadá do vyhledávače klíčová slova sport, university a Czech Republic. V ideálním případě by se na předních místech výsledného seznamu měl objevit odkaz na domovskou stránku anglické verze webu FTVS. K mému překvapení však tento odkaz mezi výsledky vyhledávání vůbec nefiguroval. Takový stav je pro provozovatele webu nežádoucí. Lze ho do určité míry vyřešit optimalizací stránky pro vyhledávače, která souvisí s naprogramováním webu. Jedna z cest spočívá v použití tzv. meta tagů. Jedná se o součásti zdrojového kódu internetové stránky, obsahující popis webu či klíčová slova.

Jak můžeme vidět na následujícím obrázku, ve zdrojovém kódu *homepage* anglické verze webu FTVS není však tento meta tag vůbec obsažen.

Obrázek 3 – Část zdrojového kódu homepage anglické verze webu FTVS

```
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.0 Transitional//EN">
<HTML>
<HEAD>
<TITLE>Faculty of Physical Education and Sport</TITLE>
<link rel="stylesheet" href="/eng/images/style.css" type="text/css">
<meta http-equiv="Content-Language" content="cs"/>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=windows-
 1250"/>
<meta http-equiv="pragma" content="no-cache"/>
</HEAD>
```

Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Příklad vhodného použití meta tagů jsem nalezla na domovské stránce webu Norwegian School of Sport Sciences (Norsko).

Obrázek 4 – Část zdrojového kódu homepage anglické verze webu Norwegian School of Sport Sciences

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:lang="en">
        <head>
                <meta name="TITLE" content="The Norwegian School of
Sport Sciences - NIH" />
<meta name="DESCRIPTION" content="The official website for Norwegian
School of Sport Sciences - formal education and research in sports" />
<meta name="KEYWORDS" content="NSSS, sport, education, research,
science, health, studies, student, study, sports, physical, activity"
/>
<meta name="RATING" content="General" />
```

Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Meta tag pro popis (description) anglické verze webu FTVS by mohl být například: *The official website of The Faculty of Physical Education and Sport in Prague*. Jako klíčová slova (keywords) lze uvést: *sport, physical, education, physical, Prague, Czech Republic, studies* atd.

Přímo se na anglickou verzi webu FTVS uživatelé dostanou buď zadáním adresy http://www.ftvs.cuni.cz/eng/ nebo kliknutím na odkaz *English version*, který se nachází v pravém horním rohu záhlaví české verze webu.

6.3.2 Vzhled webů FTVS

Česká a anglická verze má na první pohled odlišný vzhled. Liší se jak rozložení webu, tak použité barvy a obrázky. Na české verzi je obsaženo logo FTVS, zatímco na anglické je uvedeno nepříliš zřetelné logo Univerzity Karlovy (dále jen UK).

Obrázek 5 – Porovnání české a anglické verze homepage webu FTVS

Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Takové řešení odporuje zásadě jednotnosti korporátního vzhledu (corporate design). Ta požaduje důsledné a jednotné použití firemního loga, barev, stylu, fontu apod. Cílem je charakteristická a jednotná grafická prezentace organizace. Uplatňuje se nejenom na vzhled internetových stránek, ale i na styl všech firemních dokumentů, reklamních předmětů atd.

Příkladem různých jazykových verzí webu zachovávajících stejný vzhled, a tudíž respektujících výše uvedená pravidla corporate design, jsou například internetové stránky Univerzity v Bayreuthu (SRN).

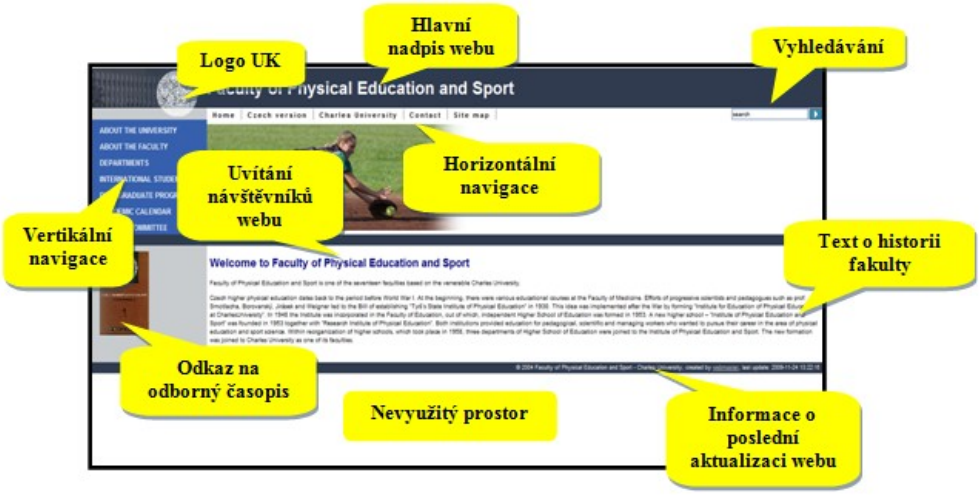
Obrázek 6 – Německá a anglická verze internetových stránek Univerzity v Bayreuthu (SRN)

Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

6.3.3 Domovská stránka (Homepage) anglické verze webu FTVS

Nadpis *domovské stránky Faculty of Physical Education and Sport* (dále jen *domovská stránka* či *homepage FTVS*) je umístěn na levé straně záhlaví stránky. Nalevo od něj je umístěno logo UK, které na dalších stránkách webu slouží i jako odkaz zpět na *homepage FTVS*. Navigace na webu je zajištěna pomocí horizontální a vertikální nabídky odkazů.

Obrázek 7 – Rozložení homepage FTVS



Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Hlavní část stránky tvoří:

- Fotografie sportovce, umístěná v horní polovině stránky
- Zvýrazněné uvítání
- Jednoodstavcový text stručně popisující historii FTVS

Spodní část stránky je nevyužitá.

Horizontální navigace obsahuje odkazy:

- Home — návrat zpět na domovskou stránku
- Czech version — odkaz na českou verzi webu FTVS
- Charles University — odkaz na českou verzi webu UK
- Contact — kontakt na kancelář FTVS pro zahraniční studenty
- Site Map — mapa webu s odkazy na všechny jeho stránky

Vertikální navigace je tvořena odkazy:

- About the University — externí odkaz na web UK v anglickém jazyce
- About the Faculty — informace o fakultě
- Departments — informace o katedrách a odděleních fakulty
- International Students — informace o studijních programech pro zahraniční studenty
- Postgraduate Programs — informace o postgraduálním studiu
- Academic Calendar — informace o organizaci akademického roku
- Ethical Committee — formulář žádosti o vyjádření etické komise ke stažení

Bezprostředně pod vertikální navigací je ve formě náhledu titulní stránky umístěn odkaz na odborný časopis *Acta Universitaris Carolinae – Kinantropologica*. Jeho provedení nepovažuji za příliš vhodné, protože neposkytuje informaci o cíli odkazu.

Odkaz vede na stránku obsahující informace o členech redakční rady, kontakt a pokyny pro zpracování zaslání příspěvku do časopisu. Dále jsou zde ke stažení abstrakty z jednotlivých čísel časopisu z let 2006 – 2010.

Doporučila bych zvážit vhodnost umístění tohoto odkazu přímo na *domovskou stránku.*

6.3.4 Departments

Po kliknutí na položku navigace *Departments* se dostaneme na stránku s popisem organizační struktury fakulty a jejím rozdělením na jednotlivé katedry a oddělení.

Obrázek 8 – Stránka Departments

Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Za nedostatek této stránky považuji skutečnost, že jednotlivé názvy pracovišť neslouží jako přímé odkazy na jejich stránky.

Pro informace z kateder je nutné kliknout na odkaz *Information from Departments,* umístěný pod základním vertikálním menu navigace. Tím se dostaneme na stránku s odkazy na anglické stránky kateder. Odkazy na stránky kateder jsou psané poměrně malým písmem, přestože je v dolní části stránky nevyužitý prostor.

Obrázek 9 – Stránka Information from Departments

Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Některé katedry mají pouze jednoduchou stránku se základními informacemi (např. *Department of Gymnastics*), jiné se naopak větví do podoby vlastního „webu“ příslušné katedry včetně samostatné domovské stránky (např. *Department of Anatomy and Biomechanics*). Z tohoto důvodu v dalším textu rozlišuji, zda se jedná o *stránku* či *web* katedry.

Anglickou stránku nemají:

- Katedra vojenské tělovýchovy
- Katedra sportovních her
- Katedra úpolových a technických sportů

Katedra atletiky stránku v angličtině má, ale přímý odkaz v seznamu chybí. Je sice možný přístup z české stránky, nicméně toto řešení není srozumitelné pro zahraničního uživatele.

Mezi odkazy na stránky pracovišť FTVS schází odborné laboratoře:

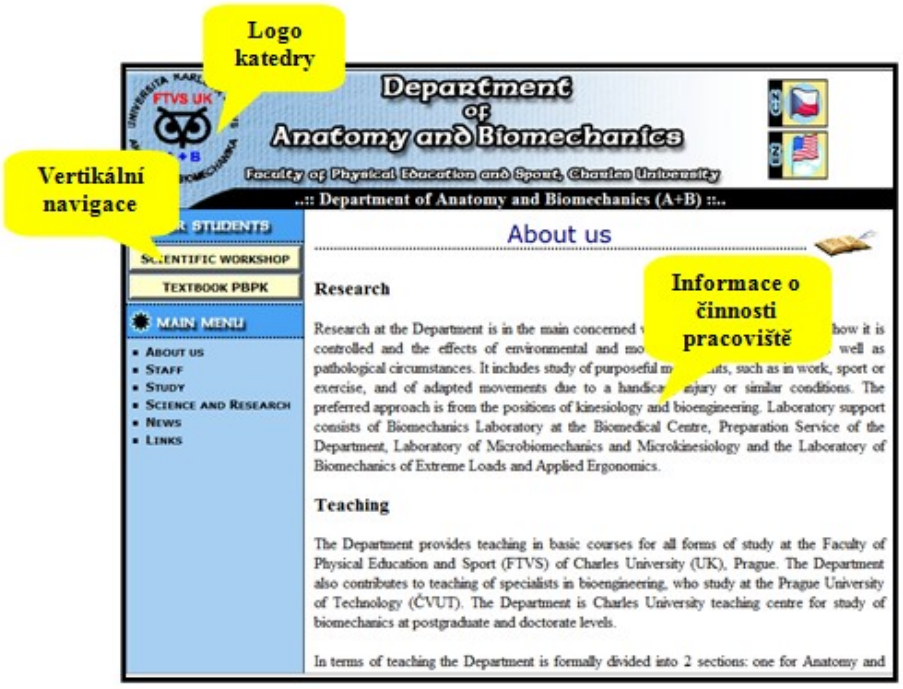
- Biomedicinská laboratoř
- Laboratoř sportovní motoriky
- Psychologická sociální laboratoř.

Jedná se o špičková pracoviště navštěvovaná řadou profesionálních sportovců, klubů i sportovních svazů. Je tedy chybou, že nenabízejí své služby i v anglickém jazyce.

Department of Anatomy and Biomechanics

Web katedry anatomie a biomechaniky se po kliknutí na příslušný odkaz otvírá v nové záložce prohlížeče. To znamená, že na původní záložce prohlížeče nám zůstane stránka *Information from Departments*. Celý web se na první pohled graficky i obsahově liší od webu fakulty. Jiné je rozložení stránky, použité barvy, logo i navigace. Za značný nedostatek považuji použití třech různých druhů písma, stránka kvůli tomu působí nesourodě. Chybí odkaz směrem vzhůru a zpět na *homepage FTVS*.

Obrázek10 – Web katedry anatomie a biomechaniky



Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

V hlavní navigaci, která je umístěná vertikálně v levé části stránky, jsou následující položky:

- About us — informace o zaměření katedry
- Staff — seznam zaměstnanců pracoviště, po kliknutí na jméno se zobrazí osobní stránka, která ovšem neobsahuje žádné informace
- Study — informace pro studenty podle druhu studia (pregraduální, postgraduální aj.)

- Science and research — informace o výzkumné práci katedry
- News — neobsahuje žádný text
- Links — obsahuje pouze oznámení, že tato sekce bude přidána později

Informace na těchto stránkách jsou obsahově velmi nedostatečné. Například po kliknutí na odkaz *Research seminars* se zahraniční studenti dostanou na český web katedry. Sekce *Postgraduate Study* obsahuje jen oznámení, že bude doplněna později. Stránka *News* neobsahuje vůbec žádný text.

Považuji za důležité zmínit také logo, použité na tomto webu. Jedná se o logo katedry, které vzniklo úpravou loga FTVS. Takové řešení se opět neslučuje s pravidly corporate design.

Department of Foreign Languages

U webu katedry jazyků zůstal zachován vizuální styl celého webu, ale změnila se horizontální i vertikální navigace. Ta se nyní týká pouze webu *Department of Foreign Languages*, původní navigace, jako je na *homepage FTVS*, chybí. Za hrubou chybu považuji zejména absenci odkazu zpět na stránku *Information from Departments*. Návštěvník se kvůli tomu ocitne ve virtuální slepé uličce, protože nemůže pokračovat v dalším prohlížení webu bez použití tlačítka zpět v prohlížeči.

Obrázek 11 – Web katedry jazyků

Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Hlavní navigace se skládá z položek:

- About us — informace o činnosti katedry
- Office — kontakt na sekretářku katedry
- Teachers — seznam vyučujících katedry, po kliknutí na jméno se zobrazí osobní stránka
- Research and Science — informace o odborném zaměření a realizovaných projektech
- Study — informace o předmětech vyučovaných na katedře
- Study Literature — seznam doporučené literatury podle vyučovaných jazyků a předmětů
- Publications — odborné publikace pracovníků katedry
- Doctoral Study — požadavky na získání kreditu pro studenty postgraduálního studia, včetně aktuálních zkouškových termínů a kontaktů

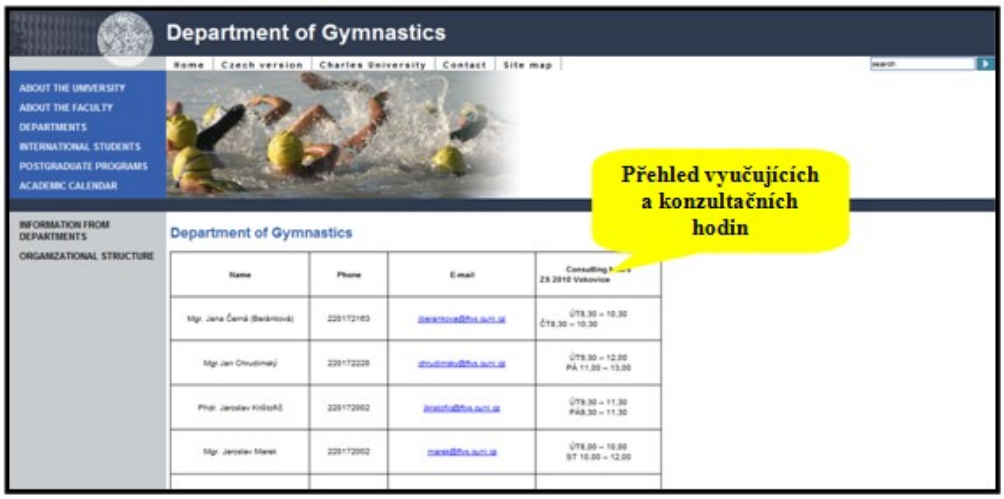
Web *Department of Foreign Languages* je kromě anglické verze v dispozici ještě v německém a francouzském jazyce. Pozitivní skutečností je, že všechny jazykové verze webu obsahují stejné množství informací jako české stránky.

Za nedostatek považuji skutečnost, že odkaz na katedru je nazvaný *Department of Foreign Languages*, zatímco vlastní stránka je nazvaná *Department of Languages*.

Department of Gymnastics

Stránka katedry gymnastiky zachovává grafické zpracování i horizontální a vertikální navigaci *homepage FTVS*. Informace o katedře se však omezují pouze na přehled vyučujících a jejich konzultačních hodin. Dny v týdnu jsou uvedeny v českém jazyce.

Obrázek 12 – Stránka katedry gymnastiky



Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Stejné informace, avšak v jiné grafické podobě, obsahují i stránky:

- *Department of Pedagogy, Psychology and Didactics of P. E. and Sports*
- *Department of Physiology and Biochemistry*
- *Department of Swimming Sports*

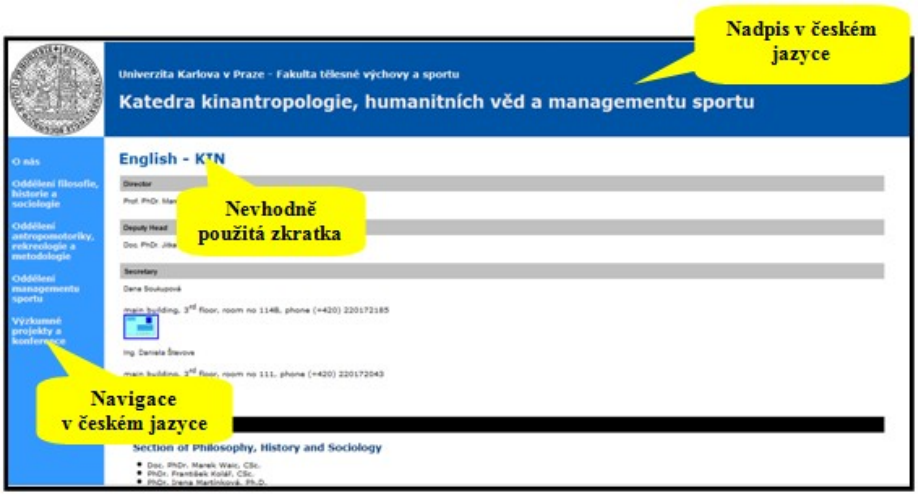
Obrázek 13 – Stránky katedry pedagogiky, psychologie a didaktiky tělesné výchovy a sportu, katedry fyziologie a biochemie a katedry plavání

Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Department of Kinanthropology, Humanities and Sport Management

Web katedry kinantropologie, humanitních věd a managementu sportu se otvírá v nové záložce prohlížeče. To je v tomto případě dobře, protože chybí odkaz zpět na stránku *Information from Departments*.

Obrázek 14 – Web katedry kinantropologie, humanitních věd a managementu sportu



Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Web *Department of Kinanthropology, Humanities and Sport Management* se od webu fakulty liší vzhledem, rozložením stránky, barvami i navigací. Velkým nedostatkem je nadpis stránky a navigace v českém jazyce. Nevhodné je i použití zkratky KIN v horní části stránky. Zkratka KIN se sice na fakultě běžně používá namísto kinantropologie, nicméně zahraniční uchazeči o studium ji nemohou znát.

Department of Physiotherapy

Web katedry fyzioterapie má stejný vzhled jako celý web, ale má svou vlastní navigaci stejně jako web *Department of Foreign Languages*. Obsah domovské stránky katedry se skládá ze stručného úvodního textu o činnosti katedry, seznamu vyučovaných předmětů a kontaktních údajů. Katedra fyzioterapie má nejzdařilejší web ze všech jednotlivých webů kateder. Pokud by se navíc sjednotila navigace se základní navigací webu tak jak je na *homepage FTVS*, mohl by tento web představovat vzor pro weby jiných kateder.

Obrázek 15 – Web katedry fyzioterapie

Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Hlavní menu tvoří odkazy:

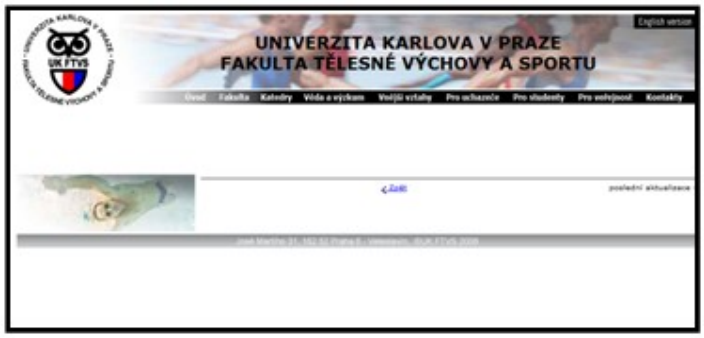
- About us — informace o činnosti katedry
- Office — kontaktní údaje katedry
- Teachers — seznam vyučujících katedry (jejich osobní stránky jsou pouze v českém jazyce)
- Research and Science — oblasti výzkumu na katedře
- Study — informace o studiu oboru
- Study Literature — seznam doporučené literatury
- Credit Requirements — požadavky pro získání kreditů
- Clinical Work Placement — informace o odborné praxi
- Clinical Practice — informace o předmětech vztahujících se ke klinické praxi
- Final Examinations — informace o státních závěrečných zkouškách
- News — tato stránka by měla obsahovat aktuality, ale informace jsou již zastaralé (rok 2006)

Department of Health Physical Education and Sport Medicine

Po kliknutí na odkaz *Department of Health Physical Education and Sport Medicine* se zobrazí prázdná stránka s navigací a nadpisem v češtině. Grafický styl odpovídá české verzi stránek FTVS. Zpět na anglický web FTVS, resp. jeho *homepage* se dostaneme kliknutím na odkaz *English version* v pravém horním rohu.

Je zřejmé, že jde o chybu. Stránka této katedry pravděpodobně nebyla vůbec vytvořena. Horizontální navigace je v českém jazyce.

Obrázek 16 – Stránka katedry zdravotní tělesné výchovy a tělovýchovného lékařství

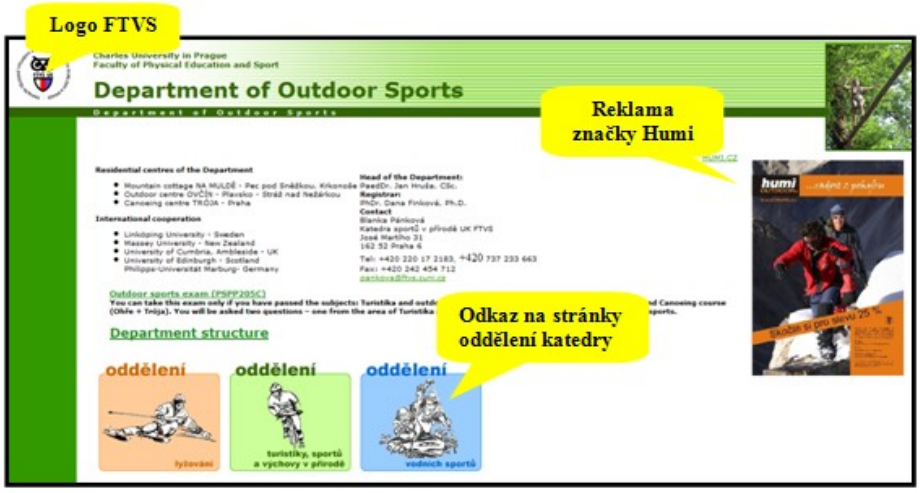


Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Department of Outdoor Sports

Web katedry sportů v přírodě je další stránkou, která se svým stylem zcela odlišuje od základního stylu webu FTVS, jehož příkladem je *homepage FTVS*. Jiné je rozložení stránky, použité barvy, typ písma i logo. Zde je použito logo FTVS, zatímco na *homepage FTVS* je použito logo UK. Navigace je také zcela odlišná, navíc chybí odkaz zpět na stránku *Information from Departments*.

Obrázek 17 – Web katedry sportů v přírodě



Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

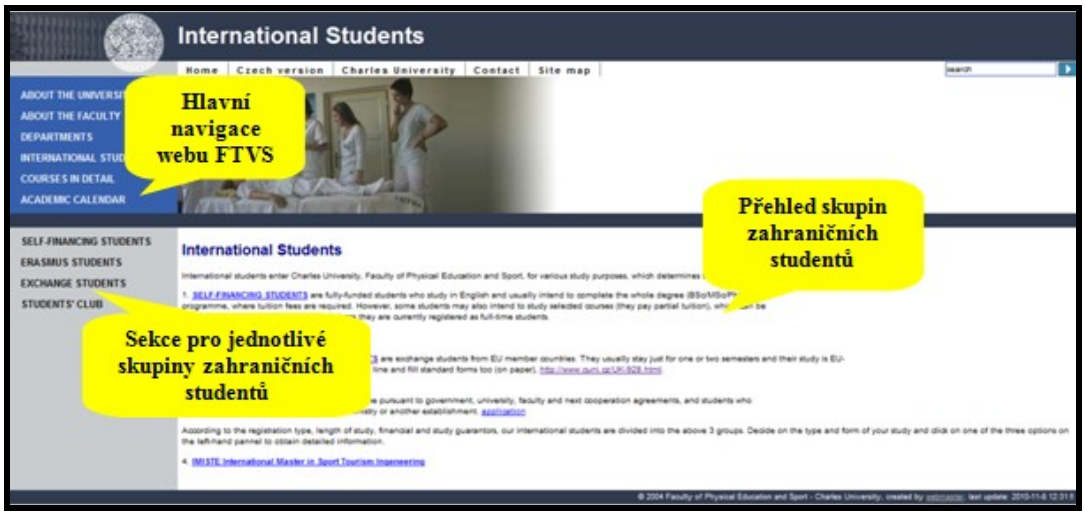
Informace na domovské stránce katedry jsou nelogicky uspořádané – je zde seznam sportovních středisek spravovaných FTVS (označených chybně jako střediska katedry), seznam zahraničních univerzit, se kterými fakulta spolupracuje, a kontakt na katedru. Následují informace o zkoušce z předmětu Outdoor sports. Ve spodní části stránky jsou odkazy na stránky *Oddělení lyžování, Oddělení turistiky, sportů a výchovy v přírodě a Oddělení vodních sportů*. Odkazy jsou ve formě grafiky znázorňující daný sport, text je ale bohužel v českém jazyce.

V pravé části homepage katedry sportů v přírodě je dále reklama s odkazem na web značky outdoorového oblečení Humi. Katedra sportů v přírodě jako jediná z anglického webu FTVS umístila na svůj web reklamu. Vzhledem k tomu, že reklama bývá zpravidla spojená s příjmem finančních prostředků, doporučila bych její zveřejnění konzultovat s obchodním, případně právním oddělením FTVS.

6.3.5 International Students

Jak je zřejmé již z názvu, stránka *International Students* se zaměřuje na zahraniční studenty, kterým poskytuje informace o možnostech studia na FTVS.

Obrázek 18 – Stránka International Students



Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Podle druhu zvoleného studia je tato sekce rozdělena na stránky s informacemi pro tyto skupiny studentů:

- Self-financing Students (studenti samoplátci)
- Erasmus Students (studenti programu Erasmus)
- Exchange Students (studenti výměnných programů)

Dále je zde odkaz na web *Students´club,* vytvořený českými studenty FTVS, kteří pomáhají zahraničním studentům při jejich pobytu na FTVS.

Self-financing students

- Degree Programmes — informace o studijních oborech a programech
- Study Rules — pravidla pro organizaci studia
- Admission — pokyny k přijímacímu řízení
- Application Form — přihlášky ke studiu ke stažení
- FAQ — často kladené dotazy

• Contact	kontaktní údaje
• Living in Prague	informace o životě v Praze
• Tuition Fees	informace o školném
• Student Information System	informace o studijním informačním systému
• Study Literature	doporučená studijní literatura
• Materials for Download	materiály ke stažení
• Academic Agencies	neobsahuje žádný text
• Eduroam	informace o projektu Eduroam, externí odkaz na web UK
• Info	nezařazené informace

Erasmus students

• Degree Programmes	informace o studijních oborech a programech
• Living in Prague	informace o životě v Praze
• Accommodation	informace o ubytování
• Contact	kontaktní údaje
• General Info	základní informace pro účastníky programu Erasmus na Karlově univerzitě, externí odkaz na web UK
• Student Information System	informace o studijním informačním systému
• FAQ	často kladené dotazy
• Eduroam	informace o projektu Eduroam, externí odkaz na web UK

Exchange students

- Degree Programmes — informace o studijních oborech a programech
- Living in Prague — informace o životě v Praze
- Accommodation — informace o ubytování
- Contact — kontaktní údaje
- Student Information System — informace o studijním informačním systému
- Eduroam — informace o projektu Eduroam, externí odkaz na web UK

Z výše uvedené nabídky odkazů v navigaci podle druhu studia je vidět, že různým skupinám studentů není k dispozici shodný rozsah informací. Dokumentuje to následující tabulka, v jejíž jednotlivých sloupcích jsou seskupeny položky navigace dostupné příslušným skupinám studentů.

Tabulka 1 – Přehled stránek určených jednotlivým skupinám mezinárodních studentů

Self-financing students	Erasmus students	Exchange students
Degree programmes	Degree programmes	Degree programmes
Contact	Contact	Contact
Living in Prague	Living in Prague	Living in Prague
Student Information System	Student Information System	Student Information System
Eduroam	Eduroam	Eduroam
FAQ	FAQ	-
-	Accommodation	Accommodation
-	General Info	-
Study Rules	-	-
Admission	-	-
Application Form	-	-
Tuition Fees	-	-
Study Literature	-	-
Materials for Download	-	-
Academic Agencies	-	-
Info	-	-

Z předchozí tabulky vyplývá, že stránky *Degree Programmes, Contact, Living in Prague, Student Information System* a *Eduroam* jsou v nabídce pro všechny zahraniční

studenty. Nejvíce stránek je z pochopitelných důvodů k dispozici studentům samoplátcům. Absolvují zde celé bakalářské či magisterské studium a získají diplom prestižní evropské univerzity. Z tohoto důvodu jsou na ně kladeny stejné studijní požadavky jako na domácí studenty. Proto by měli mít k dispozici i stejné informace. Nicméně tomu tak není a v anglickém jazyce je jim nabízen pouze zlomek informací dostupných na českém webu.

Stránka *Tuition Fees* zákonitě schází v navigaci pro studenty Erasmu a jiných výměnných programů, protože oni školné neplatí.

Není ale důvod, aby u studentů samoplátců scházela stránka *Accommodation*, neboť ubytování potřebují všichni. Totéž se vztahuje ke stránce *FAQ*, která chybí u studentů výměnných programů.

Self-financing Students

Následuje popis jednotlivých stránek sekce *Self-financing students*:

Degree Programmes

Na této stránce naleznou zájemci o placené studium informace o nabízených studijních programech. Podrobnější informace se návštěvníci stránky dozvědí po kliknutí na následující odkazy:

- About the Program — popis bakalářského a magisterského studia
- Bachelor and Master degree curriculum — přehled všech předmětů včetně rozsahu výuky, jmen vyučujících a způsobu klasifikace
- More about Departments — informace z kateder (stejný odkaz jako v hlavní navigaci)
- Study Plan — studijní plány ve formátu pdf na aktuální akademický rok

Study Rules

Stránka obsahuje dokument Pravidla pro organizaci studia na UK FTVS v anglickém jazyce, která jsou doplňkem Studijního a zkušebního řádu UK. Tento dokument zde ovšem obsažen není.

Na tuto stránku se nevztahují požadavky na délku odstavců a stručnost. Jedná se o oficiální dokument, a proto musí být v doslovném znění.

Admission

Uchazeči o studium zde naleznou pokyny k přijímacímu řízení. Členění textu na této stránce považuji za velmi zdařilé ve srovnání se zbytkem webu. Červené nadpisy usnadňují orientaci v textu a díky tomu lze rychle najít požadované informace.

Application Form

Na této stránce naleznou zájemci o studium přihlášky ke stažení. Vzhledem k tomu, že přihlášky jsou i součástí výše popsané stránky *Admission*, kde jsou pokyny pro přijímací řízení, nemá tato stránka žádný zvláštní přínos.

FAQ

Zde jsou zodpovězeny časté dotazy, týkající se studia na FTVS. Nedostatkem této stránky je, že některé informace jsou již neaktuální. Píše se tady například o nutnosti vyplnění indexu a přehledu konaných zkoušek při zápisu. Přitom od akademického roku 2010/2011 mají již studenti pouze index.

Contact

Na stránce *Contact* je uveden kontakt přímo na referentku, které má na starosti studenty samoplátce.

Living in Prague

Stránka poskytuje základní informace důležité pro život v Praze týkající se dopravy, ubytování, lékařské péče, životních nákladů atd. V horní části stránky je mapa s vyznačenou polohou FTVS.

Tato stránka je pro zahraniční studenty velmi důležitá. Obsahuje velké množství praktických informací z různých oblastí, které ovšem nejsou uspořádány dostatečně přehledně. Z obsahu stránky je ovšem zřejmé, že není průběžně aktualizována. V sekci věnované městské hromadné dopravě (dále jen MHD) uvádí ceny jízdného, které platily

v roce 2005. Neobsahuje žádnou zmínku o existenci karty Opencard, která je v současnosti jedinou možností pro pořízení časových jízdenek.

V daném případě by bylo vhodnější omezit rozsah informací o MHD přímo na dané stránce a nahradit je externím odkazem na anglickou stránku Dopravního podniku hlavního města Prahy (http://www.dpp.cz/en/), která obsahuje aktuální informace.

Stránka FTVS by se pak mohla soustředit na doplňující informace týkající se studentů. Např. u studentského jízdného je revizory MHD často vyžadováno předložení dokladu o studiu společně s Opencard. Zejména na tuto skutečnost by bylo účelné zahraniční studenty výslovně upozornit.

V sekci věnované zdravotní péči schází informace o placení poplatků ve zdravotnictví, což je na jedné straně informace zásadní důležitosti a na druhé straně další doklad o zastaralém obsahu stránky. Navíc odkaz na web Nemocnice Na Homolce je nefunkční.

Doporučuji stránku přepracovat. Bylo by účelné ji uspořádat do zřetelně označených tematických sekci. Současně by bylo vhodné použít větší velikost písma.

Tuition Fees

Informace o platbě školného včetně pokynů, jak platbu provést. Doplnila bych pouze jméno osoby a kontakt, na koho se obrátit v případě dalších dotazů.

Student Information System

Stránka obsahuje instrukce, jak se přihlásit do Studijního informačního systému. Jeho název je nesprávně přeložen do angličtiny. Namísto slova „student“ má být „study“, které je správným anglickým ekvivalentem adjektiva „studijní“.

Další nepřesnost v překladu jsem nalezla přímo v instrukcích. Pro označení velkých písmen se v angličtině nepoužívá výraz „big letters“, ale „capital letters“. Tento text obsahuje i jednu gramatickou chybu. Jedná se o špatný slovosled ve větě „To your filed email comes a note with the address, where you go to ratify your application by entering your password“. Věta rovněž obsahuje chybu v hláskování slova „filed“. Správně by mělo být uvedeno „filled“. Gramatická a pravopisná správnost je velmi důležitá. Je tedy zapotřebí věnovat velkou péči kontrole textového obsahu.

Poslední výhrada se týká odkazu pro vstup do Studijního informačního systému, který nekončí na anglické verzi webu, nýbrž na české, jejímž prostřednictvím se dostaneme na anglickou stránku (kliknutím na anglickou vlaječku v pravém horním rohu).

Study Literature

Na této stránce je seznam doporučené literatury pro studenty tělesné výchovy a sportu (dále jen TVS) a fyzioterapie. Stránka je dle mého názoru velmi nedostatečná. Ze všech pracovišť zabezpečujících obor TVS, zveřejnily seznam literatury pouze katedra sportů v přírodě a katedra atletiky. Seznam je velmi nepřehledný, rozčlenila bych ho podle ročníků studia a zvětšila bych řádkování pro lepší přehlednost. Dalším nedostatkem je poznámka v českém jazyce o absenci publikace v Ústřední tělovýchovné knihovně.

Materials for Download

Na této stránce jsou ke stažení studijní materiály *Special Pedagogy I. – VI.* a *Latin – English – Czech Dictionary for Physiotherapy students*. Schází stručný popis jednotlivých textů. Vhodnější by bylo zařadit je na stránky příslušných kateder.

Academic Agencies

Chybí jakýkoliv text. Proto je třeba stránku buď doplnit, nebo odstranit z webu.

Info

Směs informací nesourodé povahy – uznávání studijních požadavků, rozvrhy pro letní semestr, otevírací doba pokladny atd. Toto řešení je naprosto nevyhovující. Všechny informace je třeba zařadit na ty stránky webu, kam logicky patří – např. rozvrhy hodin pro studenty fyzioterapie bych zařadila přímo na web příslušné katedry.

Erasmus Students

Pro studenty programu Erasmus jsou určené následující stránky:

Degree Programmes

Tato stránka se dělí na dvě další stránky: *LLP – Erasmus – Incoming students a Intensive program – Erasmus*.

LLP – Erasmus – Incoming students obsahuje informace o předmětech, které lze na FTVS studovat v anglickém jazyce v rámci programu Erasmus. Této stránce bych vytkla zkratku *LLP* v nadpisu, na místo které bych použila celý název Lifelong Learning Programme.

Obsah stránky *Intensive program – Erasmus* je nedostatečný. Není tu žádná informace o tomto programu, ani informace o zapojení FTVS do něj. Je zde pouze odkaz na externí zabezpečený web ve finštině, což je stěží použitelné a srozumitelné pro jiné než finské studenty. Daný externí web není zřetelně identifikován a jeho provozovatel není zřejmý.

Living in Prague

Stránka poskytuje základní informace důležité pro život v Praze týkající se dopravy, ubytování, lékařské péče atd. Ve srovnání se obdobnou stránkou pro studenty samoplátce zde nejsou uvedeny všechny informace (např. o životních nákladech). Stránka obsahuje obrázky, které se ovšem kvůli vadným odkazům nezobrazují. Schází mapa města se zakreslenou polohou FTVS.

Accommodation

Stránka by měla obsahovat informace o možnostech ubytování, nicméně se zde nachází jenom stejný text jako na výše popsané stránce *Living in Prague*. V této podobě je stránka neužitečná.

Contact

Stránka s kontakty na pracovníky FTVS zabývající se koordinací programu Erasmus. Doporučuji přehlednější rozčlenění textu.

FAQ

Stránka s často kladenými dotazy zahraničních studentů. Kromě nedostatečného odsazení otázek od nadpisu k ní nemám výhrady.

Exchange students

Poslední sekce je věnovaná studentům výměnných programů. Stránky *Living in Prague, Accommodation, Contact* a *Student Information System* jsou stejné jako pro studenty programu Erasmus. Liší se pouze stránka *Degree Programmes*.

Degree Programmes

Na této stránce naleznou studenti odkaz na studijní plán s nabídkou předmětů a doplňující informace. Stránka je kvůli špatnému členění textu velmi nepřehledná a samotný odkaz na studijní plán by měl být výrazněji odlišen od ostatního textu, aby ho nebylo možné přehlédnout.

6.3.6 Postgraduate Programs

Na stránce *Postgraduate Programs* naleznou návštěvníci webu informace o postgraduálním studiu na FTVS. Úvodní text o těchto studijních programech je poměrně rozsáhlý a pro malou velikost písma špatně čitelný. Základní navigace, která je stejná jako na *homepage FTVS,* je rozšířena o následující odkazy:

- Application Form přihláška ke studiu ke stažení
- Kinanthropology přehled školitelů studijního programu *Kinantropologie*
- Biomechanics přehled školitelů studijního programu *Biomechanika*

Informace na stránce *Postgraduate Programs* považuji obsahově za dostačující. Text bych ovšem graficky upravila za účelem zlepšení jeho čitelnosti.

6.3.7 Academic Calendar

Již z názvu stránky Academic Calendar je zřejmé, že jsou zde informace týkající se organizace akademického roku. Důležitá data jsou uvedena v přehledné tabulce, která je rozdělená na zimní a letní semestr. Pod touto tabulkou je drobným písmem zelené barvy uvedena poznámka o dnech, kdy z důvodu státního svátku v České republice odpadá výuka. V jeho současné podobě je text velmi nevýrazný a lze ho snadno přehlédnout, proto bych doporučila jeho zvýraznění použitím většího písma, zarámování textu, resp. umístění na barevné pozadí.

6.4 Zhodnocení webových stránek FTVS podle stanovených kritérií

Pro analýzu webových stránek jsem na základě poznatků z odborné literatury definovala dvacet kritérií, podle kterých budu stránky hodnotit. Kritéria 1 – 4 se týkají pouze *homepage FTVS*. Vzhledem k tomu, že se jedná o stránku, která se zobrazí jako první z celého webu, je na ni kladeno více požadavků než na další stránky webu FTVS. Dalších šestnáct kritérií se vztahuje již k celému webu, body 5 – 12 k obsahu a 13 – 20 k navigaci.

1. Je z domovské stránky jasné, k čemu je web určený a jaký je jeho účel?

Obsah úvodní stránky tvoří až na stručné přivítaní (*Welcome to Faculty of Physical Education and Sport*) pouze text o historii fakulty. Vzhled *domovské stránky* se neliší od jiných stránek webu. Stránka neobsahuje žádné zajímavé prvky, a tudíž žádným způsobem uživatele nezaujme. Není zmíněna možnost studia pro zahraniční studenty. Není vysvětleno v čem je FTVS výjimečná, v čem se liší od jiných pracovišť podobného zaměření a co nabízí svým studentům. Na *homepage FTVS* není nic, co by uživatele upoutalo a vzbudilo jeho zájem o studium na FTVS. Z tohoto hlediska je tedy *homepage FTVS* velmi nedostatečná.

2. Obsahuje domovská stránka možnost fulltextového vyhledávání na celém webu?

Pole pro fulltextové vyhledávání se na *homepage FTVS* nachází v pravém horním rohu. Při jeho testování jsem ale zjistila, že vyhledávací funkce je omezená. Když jsem do vyhledání zadala například heslo *anatomy*, mezi výsledky vyhledávání nebyl odkaz na katedru anatomie a biomechaniky (*Department of Anatomy and Biomechanics*).

3. Obsahuje domovská stránka přímé odkazy na často vyhledávané a důležité stránky webu?

Homepage FTVS nabízí pouze základní navigaci, žádné přímé odkazy. Pokud například zahraniční studenti chtějí získat podrobnější informace o mezinárodním programu Erasmus, musí kliknout v navigaci na *International Students* a teprve na této stránce naleznou odkaz *Erasmus Students*. Na domovské stránce je zbytečně mnoho volného prostoru, který by se dal využít právě na přímé odkazy.

4. Obsahuje domovská stránka sekci s novinkami o dění na FTVS?

Na domovské stránce naprosto schází sekce s novými informacemi, jakou nalezneme na české verzi webu (pravá lišta domovské stránky). V ní se studenti dozvědí o různých aktuálních událostech a akcích, např. o konání plesu fakulty, o konání mezinárodní studentské konference apod. Návštěvník české stránky má tedy důvod se na stránku znovu vrátit pro další čerstvé informace. Zahraniční student ovšem není oslovován stejným způsobem, i když by to bylo žádoucí. Pomáhalo by to překonat jazykovou bariéru i integraci do českého resp. fakultního prostředí. Kontakt s českými studenty je navíc spíše malý, takže může stěží pomoci překlenout tento informační nedostatek.

Následující kritéria se již týkají všech stránek webu, hodnoceny jsou z hlediska informací, které obsahují.

5. Jsou informace sdělovány jednoduchým jazykem, srozumitelnou formou? Je obsah stránky dostačující?

U tohoto kritéria jsem u každé stránky hodnotila, zda jsou informace jednoduše a srozumitelně podané a zda sdělují vše podstatné. Při tom jsem předpokládala, že řada uživatelů přistupuje ke stránkám FTVS naprosto poprvé. Takoví uživatelé budou mít zákonitě vyšší očekávání ohledně množství a kvality informací než studenti fakulty. Zájemci o studium nemají vždy možnost fakultu osobně navštívit a tak pro ně internetové stránky představují jediný zdroj informací a současně jsou prvním kontaktem s fakultou.

V průběhu podrobného pročítání stránek a jejich následném dílčím vyhodnocování jsem došla k závěru, že jsem jen na zhruba polovině stránek nalezla dostatek informací, a že tyto stránky jsou srozumitelné i pro návštěvníky, kteří jsou zde poprvé.

Na stránce *Ethical Committee* je ke stažení formulář Žádosti o vyjádření etické komise, scházejí však základní informace o činnosti komise a pokyny k odevzdání žádosti.

Stejně je tomu tak u stránky *Application Form*. Umožňuje stažení přihlášky ke studiu, scházejí však další pokyny, které lze nalézt na jiné stránce (*Admission*), ze které je možno tyto formuláře také stáhnout.

Stránka *Materials for Download*, na které jsou ke stažení 2 soubory bez jakéhokoli bližšího popisu, je obsahově naprosto nedostatečná.

Hrubé nedostatky jsem zjistila na stránkách *Department of Gymnastics* a *Department of Swimming Sports.* Na těchto stránkách jsou uvedena pouze jména vyučujících, scházejí ale základní informace o činnosti katedry a nabízených předmětech. Přitom studenti se při výběru studijního programu, sestavování studijních plánů a výběru předmětů rozhodují především podle obsahu předmětu.

Obsahově nedostatečná je rovněž stránka *Accommodation* v sekci *Erasmus students*. Na ní se studenti sice dozvědí o existenci koleje, ale konkrétní doporučení, jak se na ní ubytovat, zde uvedeno není.

Z hlediska daného kritéria je dále nutno hodnotit kriticky stránku *Self-financing Students*. Na zahraniční studenty samoplátce jsou totiž kladeny stejné požadavky jako na domácí studenty FTVS. Tito studenti proto potřebují mít přístup ke stejnému rozsahu informací jako studenti tuzemští. Ze srovnání obsahu české a anglické verze stránek je na první pohled zřejmé, že na anglických stránkách mnoho informací schází.

6. Má každá stránka výstižný název odpovídající jejímu obsahu?

Ne všechny stránky jsou opatřeny výstižným názvem. Na stránce pro studenty programu Erasmus nalezneme například odkaz na stránky *General Info* a *Info*. Tyto názvy jsou příliš obecné a lze si pod nimi představit téměř cokoliv. *General Info* představuje odkaz na externí web UK a poskytuje základní informace pro všechny zahraniční studenty studující na UK v rámci programu Erasmus. *Info* je stránka webu FTVS sdružující nezařazené informace.

Zřejmou chybou je, že název stránky *Department of Kinanthropology, Humanities and Sport Management* je v českém jazyce.

7. Jsou informace logicky uspořádány?

S plněním tohoto kritéria má největší problém stránka *Self-financing* S*tudents* v sekci sekce *International Students*. Odkazy v její levé navigaci jsou uspořádány v pořadí, které je nepřehledné a málo intuitivní. Vhodnější by bylo řazení odkazů ve stejném pořadí, v jakém následují úvodní kroky při zahájení studia. Stránka *Study Rules*, zařazená hned na druhém místě po *Degree Programmes*, by tedy měla být uvedena až za informací o přijetí ke studiu, na stránce *Admission* a kontaktní informací na stránce *Contact*. Naopak na stránce *Erasmus Students* odkaz na *Study Rules* zcela chybí, přestože tato informace je relevantní i pro studenty tohoto výměnného programu.

Uspořádání sekce *International Students* je podrobně popsáno v textu a tabulce na str. 52.

Jako nevhodné se jeví zařazení stránky *Ethical Committee* do hlavní navigace webu. Žádost o vyjádření etické komise podávají zejména studenti fyzioterapie za účelem zpracování závěrečné práce. Ze zahraničních studentů na FTVS závěrečnou práci píší jen studenti samoplátci, proto by bylo vhodnější tuto stránku zařadit do sekce *Self-financing Students*, kam logicky patří.

8. Je délka odstavců omezena na nejvíce 70 slov?

Je známo, že lidé texty na obrazovce spíše prohlížejí, než čtou. Pro lepší přehlednost se doporučuje, aby odstavce neměly více než 70 slov. Toto pravidlo je porušeno přímo na *homepage FTVS*. Zde uvedený odstavec o historii FTVS má 180 slov. Současně je napsaný velmi malým písmem. Dlouhé odstavce psané malým písmem jsou i na stránkách *About the Faculty* (odkaz v rámci hlavní navigace), *Department of Anatomy and Biomechanics, Department of Foreign Languages* (v sekci *Information from Departments*) a *Living in Prague* (sekce *International Students*).

9. Jsou informace formulovány stručně a výstižně?

Na některých stránkách se ve snaze poskytnout maximum informací nacházejí příliš dlouhé texty. Například text o historii fakulty na *homepage FTVS* je příliš obsáhlý. Na tomto místě by stačila stručnější informace a datu založení fakulty. Další podrobnosti o historii by pak patřily na stránku *About the Faculty*.

Rozsáhlé informace psané malým písmem jsou na monitoru špatně čitelné. Je proto vhodnější uvádět stručnější informace a použít větší velikost písma. V případě obzvláště rozsáhlých informací, jako například na stránce *Living in Prague,* by bylo vhodné k úvodnímu nahlédnutí poskytnout stručný výtah, resp. přehled v heslovité podobě a doplnit ho odkazem na podrobnou informaci, případně i v textové podobě ke stažení, resp. k vytištění.

10. Jsou všechny texty na webu gramaticky správné? Jsou všechny texty v anglickém jazyce?

Na stránce *Student Information System* (např. v sekci *Self-financing Students*) jsem identifikovala dva nepřesně přeložené výrazy, chybu ve slovosledu u jedné z vět a chybu v hláskování (viz str. 55).

Dále jsem narazila na lexikologický nedostatek související s odlišným hláskováním výrazu pro program v americké a britské angličtině. V hlavní navigaci webu FTVS je uvedeno slovní spojení *Postgraduate Programs* (americká angličtina), zatímco např. sekce *Self-financing Students* používá výraz *Degree Programmes* (britská angličtina). Ani jedna z forem hláskování není chybná, není ovšem žádoucí na jednom webu kombinovat americkou a britskou angličtinu.

Dalším problémem anglické verze webu FTVS je skutečnost, že se na něm kromě anglického textu vyskytují výrazy v českém jazyce, což působí rušivě a neprofesionálně. Na stránce *Department of Gymnastics* jsou v češtině uvedeny dny v týdnu, stránka *Department of Kinanthropology, Humanities and Sport Management* má v češtině nadpis a navigaci a na stránce *Department of Outdoor Sports* jsou česky odkazy na oddělení katedry (*Oddělení lyžování* místo *Department of Skiing* atd.). Některé odkazy na stránce *Department of Anatomy and Biomechanics* vedou na českou verzi stránek (např. *Research Seminars*).

11. Jsou stránky přehledné?

Převážná část stránek není příliš přehledná. Důvodem je nejčastěji nadměrné množství textu napsaného malým písmem. Texty nejsou členěné grafickými prostředky, tj. pomocí barev, zvýraznění, tabulek, obrázků, fotografií, grafů apod. Orientace na těchto stránkách je tak spíše obtížná.

Málo přehledné jsou zejména stránky *Department of Outdoor Sports* (sekce *Departments*), *Living in Prague, Study Literature, Info* a *Exchange Students* (sekce *International Students*). Ke zlepšení přehlednosti stránky *Contact* (odkaz v rámci hlavní navigace) by přispěla změna jejího uspořádání tak, aby veškeré informace byly přístupné bez posunování pomocí boční lišty.

12. Je na stránce datum poslední aktualizace?

Průběžně udržované a aktualizované webové stránky by měly být opatřeny datem poslední aktualizace obsahu stránky. Na některých stránkách webu je ale toto datum více než rok staré (např. na *homepage FTVS* je uvedeno datum 24. 11. 2009). Vzhledem k tomu, že toto datum spadá do předchozího akademického roku, vzniká pochybnost, zda obsah stránky je stále aktuální.

Posledních osm kritérií se týká navigace, opět byly hodnoceny všechny stránky webu.

13. Je navigace srozumitelná a konzistentní?

Výrazy použité v navigaci jsou vesměs obecně známé a umožňují intuitivní ovládání. Výrazy jako *Contact, International Students* nebo *Academic Calendar* jsou dostatečně výstižné pro vytvoření představy, jaké informace obsahují stránky, na které navigace odkazuje.

Nevhodné je použití zkratky *SIS*, která je součástí navigace stránek *Self-financing Students, Erasmus Students a Exchange Students.* SIS zde označuje Study Information Systém (Studijní informační systém). I v mateřském jazyce je běžnou praxí, že se před prvním užití zkratky uvede její plné znění. U cizojazyčných textů by tato konvence měla být samozřejmostí. Zkratka *FAQ* (Frequently Asked Questions, česky Často kladené dotazy) jako název pro stránku s často kladenými dotazy je v pořádku, neboť tato zkratka je běžně užívaná nejen ve světě internetu.

Hlavním problémem navigace je její nekonzistentnost. Většina stránek používá stejnou navigaci jako *homepage FTVS*, nicméně stránky některých kateder mají navigaci odlišnou (např. *Department of Foreign Languages, Department of Physioterapy, Department of Anatomy and Biomechanics*).

V daném ohledu lze hodnotit kladně stránky v sekci *International Students*. Pracují se stejnou navigací jako převážná část webu. Navíc se v jejich dolní části zobrazují přídavné rozšiřující odkazy vztahující se pouze k dané sekci (např. *Self-financing Students, Erasmus Students, Exchange Students*).

14. Je navigace zřetelně odlišená od ostatního obsahu webové stránky?

Navigace je přehledná. Tvoří ji horizontální lišta, umístěná těsně pod nadpisem v horní části stránky, a vertikální lišta, která se nachází na levé straně. Toto umístění navigace je u internetových stránek velmi časté, takže ji uživatelé na tomto místě očekávají. Pro větší přehlednost je modrým pozadím odlišena od zbytku stránky, který má pozadí bílé.

15. Je navigace funkční?

Navigace je funkční na všech stránkách webu. Po kliknutí na jednotlivé položky navigace se zobrazí požadovaná stránka.

16. Týká se navigace pouze daného webu?

Ne všechny odkazy směřují na web FTVS. Konkrétně se jedná o stránky *About the University, General Info a Eduroam.* Uživatel se po kliknutí na tyto odkazy dostane na web UK bez možnosti dostat se zpět na web FTVS jinak než použitím tlačítka zpět v prohlížeči. Přitom *About the University* je hned první položkou hlavní navigace webu. Záměrem tvůrce webu by naopak měla být snaha udržet uživatele stránek na svém webu co nejdéle.

17. Je uživatel upozorněn na odkaz směřující na jiný web?

Ani v jednom případě, kdy odkaz směřuje na externí web, na to není uživatel upozorněn. Účelem takového upozornění je poskytnout uživateli možnost rozhodnout se, zda chce opustit web FTVS. Pokud by na něm chtěl zůstat, může externí odkaz otevřít v nové záložce, resp. v novém okně prohlížeče.

18. Funguje navigace i směrem vzhůru?

Jak bylo uvedeno výše, navigace není konzistentní na všech stránkách webu. To působí i problém v její funkčnosti směrem vzhůru. Například ze stránky *Department of Anatomy and Biomechanics* se nedostaneme zpět na stránku *Information from Departments*, ani na *domovskou stránku fakulty*, které jsou v hierarchii webu výše.

19. Je k dispozici mapa webových stránek a vyhledávání?

Odkaz na mapu stránek (*Site Map*) je k dispozici v horní části základní navigace. Kvůli výše zmíněné nekonzistenci navigace není mapa webu a vyhledávání k dispozici na všech stránkách, ale jen na cca 80% z nich.

Při bližším zkoumání stránky *Site Map* jsem zjistila, že seznam odkazů na jednotlivé stránky webu obsahuje chyby. Odkaz na stránku *Undergraduate Programs* je nefunkční. Některé stránky jsou v seznamu umístěné dvakrát, např. *Erasmus Students, Self-financing Students, Academic Calendar*. Navíc jsem ověřila, že stránky *Physical Education and Sport, Physical Education and Sport & Another Profile Subject, Sport Management, Physiotherapy, Physical and Occupational Education of the Disabled* jsou přístupné pouze ze stránky Site Map. Zůstávají tedy před návštěvníky webu FTVS spíše skryty, neboť na ně nesměřují žádné odkazy z jiných míst webu.

20. Je k odkazu na soubor ke stažení připojena informace o typu souboru a jeho velikosti?

Na webu FTVS jsou k dispozici ke stažení přihlášky ke studiu (odkazy na stránce *Application Form*), studijní plány (odkaz *Study Plan 2010 – 2011* v sekci *Self-financing Students*), studijní materiály (odkazy na stránce *Materials for Download* v sekci *Self-financing Students*) a další dokumenty. U odkazů schází zřetelné označení formátu (doc, pdf apod.) a informace o velikosti souboru. To může být problém pro uživatele prohlížející si web na mobilním telefonu nebo pracující s pomalým připojením k internetu.

6.5 Nedostatky webu

Na základě provedené analýzy se jeví jako nejzávažnější následující nedostatky webu:

- Malá atraktivita domovské stránky
- Nejednotné logo

  Homepage FTVS, *Department of Anatomy and Biomechanics, Department of Kinanthropology, Humanities and Sport Management, Department of Outdoor Sports*

- Nekonzistentní navigace

  Department of Anatomy and Biomechanics, Department of Foreign Languages, Department of Kinanthropology, Humanities and Sport Management, Department of Physioterapy, Department of Outdoor Sports

- Nepřehledný text

  Department of Outdoor Sports, Living in Prague, Study Literature, Info, *Exchange Students, Postgraduate Programs*

- Odkazy na neexistující stránky webu FTVS

  Department of Physical Education and Sport Medicine, Academic Agencies

- Chybějící stránky pracovišť

  Katedra sportovních her, katedra technických a úpolových sportů, katedra vojenské tělovýchovy, psychologická sociální laboratoř, laboratoř sportovní motoriky, biomedicinská laboratoř

- Málo informací z kateder v anglickém jazyce

  Department of Gymnastics, Department of Pedagogy, Psychology and Didactics of P. E. and Sports, Department of Physiology and Biochemistry, Department of Swimming Sports

- Neaktuální informace

  Living in Prague, FAQ (sekce *Self-financing Students*)

- Nejasné názvy stránek

  Info, General Info

- Nelogické uspořádání položek v navigaci

  Self-financing Students

- Nadměrně dlouhé odstavce

  About the Faculty, *Department of Anatomy and Biomechanics, Department of Foreign Languages*, *Living in Prague*

- Gramatické a pravopisné chyby

  Student Information System

- České výrazy v anglickém textu

  Department of Gymnastics, Department of Kinanthropology, Humanities and Sport Management, Department of Outdoor Sports, Study Literature

- Chybějící informace o formátu a velikosti souborů ke stažení

  Ethical Committee, Admission, Application Form, Materials for Download, Degree Programmes

7 Návrhy a doporučení pro internetové stránky FTVS

7.1 Corporate design

Web jako celek není graficky sjednocen. Již výše jsem popsala, že jak česká a anglická verze webu FTVS, tak i jednotlivé weby kateder, které jsou součástí webu FTVS v anglickém jazyce, mají různou grafickou podobu. Kromě rozdílného rozložení stránky, fontů, barev a jiných grafických prostředků jsou na jednotlivých stránkách použita i odlišná loga. Zejména tato naposledy uvedená nejednotnost je dle mého názoru obzvlášť závažná. Loga by měla být na všech stránkách důsledně používána ve stejné podobě. Na anglické verzi webu FTVS jsem narazila na logo UK (např. *Homepage FTVS*), logo UK s jinou ostrostí barev (*Department of Kinanthropology, Humanities and Sport Management*), logo FTVS (*Department of Outdoor Sports*), upravené logo FTVS představující logo katedry (*Department of Anatomy and Biomechanics*).

Obrázek 19 – Přehled všech druhů loga použitých na anglické verzi webu FTVS

Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Corporate design se ovšem nevztahuje pouze na internetové stránky, nýbrž i na všechny dokumenty (tištěné i elektronické) reprezentující FTVS jako jsou knihy, skripta a další publikace, formuláře, hlavičkové papíry, vizitky a také obálky, papírové desky, popř. i propagační předměty. Je důležité přistoupit k uplatňování corporate design komplexně a všude důsledně aplikovat jednotný grafický styl.

7.2 Domovská stránka (Homepage)

Homepage FTVS nabízí mnoho prostoru pro vylepšení. Ve své stávající podobě je spíše nezajímavá, neobsahuje nic, co by návštěvníky upoutalo. *Domovská stránka* by měla reprezentovat FTVS jako moderní fakultu. Měla by působit atraktivně a živě, aby návštěvníky webu upoutala a motivovala je k prohlížení dalších stránek webu podle předmětu jejich zájmu a účelu, za kterým na web přišli.

Možností, jak zvýšit atraktivitu domovské stránky, a tím i celého webu, je celá řada.

Navrhuji vynechat dlouhý text o historii fakulty, případně ho výrazně zestručnit. Úplný text je již k dispozici na stránce *About the Faculty*. Na *homepage FTVS* bych doplnila pole s aktualitami obsahujícími informace o akcích konaných na fakultě a důležitých termínech (začátek zkouškového období, konečný termín odeslání přihlášek ke studiu atd.). Stránka musí uživatele přesvědčit, že je průběžně aktualizována a že se tudíž vyplatí ji opakovaně navštěvovat a sledovat její obsah.

Dále navrhuji doplnit přímé odkazy, tzv. shortcuts, na důležité stránky, na které se lze zatím dostat jenom přes jiné stránky. Takovou stránkou je například *Information from Departments,* která je důležitá pro všechny studenty nezávisle na druhu studia. Využití shortcuts lze doporučit tím spíše, že je na *homepage FTVS* mnoho nevyužitého místa. Tento prostor by se dal rovněž využít pro umístění kontaktních údajů přímo na domovské stránce. Tím by fakulta zdůraznila, že je otevřená široké veřejnosti. Například Univerzita v Jyväskylä (Finsko), uvádí kontaktní e-mail i telefonní číslo na všech stránkách svého webu.

Přímo na *domovské stránce FTVS* by mohl být umístěný odkaz na web *International Club* UK. Tato studentská organizace pomáhá zahraničním studentům při jejich pobytu v Praze. Kromě asistence studentům po příjezdu pořádá i různé akce jako například party, výlety a filmový seminář.

V horní části domovské stránky je umístěna ilustrační fotografie s motivem různých sportů měnící se při každém načtení stránky. Zabírá velkou část stránky, ale její informační hodnota je nulová. Dala by se nahradit fotografií budovy FTVS. Dále by se tam daly umístit portréty slavných českých sportovců, absolventů fakulty. Mezi nejznámější patří kajakářka Štěpánka Hilgertová, kanoista Martin Doktor, plavkyně Ilona Hlaváčová, gymnastka Věra Čáslavská.

Zajímavé příklady, jak ozvláštnit nebo vylepšit domovskou stránku webu, jsem nalezla na anglických webech zahraničních univerzit, které mají s FTVS uzavřenou dohodu o meziuniverzitní spolupráci:

Web studijního směru Ekonomie sportu Univerzity v Bayreuthu cituje na domovské stránce Martina Badera, sportovního ředitele fotbalového klubu 1. FC Nürnberg, který vyzdvihuje unikátní koncepci studia Ekonomie sportu na této univerzitě.

Obrázek 20 – Domovská stránka webu Univerzity v Bayreuthu

Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

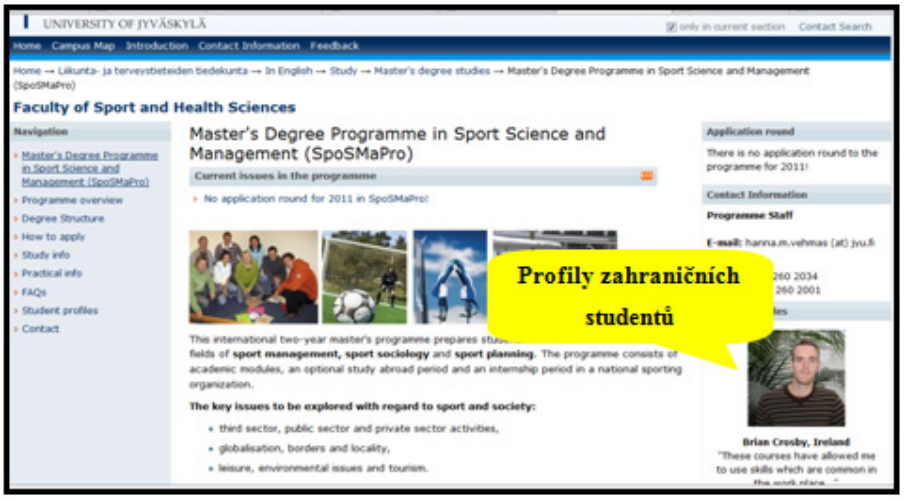
Domovské stránce webu Norwegian School of Sport Sciences (Norsko) dominuje červené pole s nápisem Exchange student. Tento těžko přehlédnutelný odkaz jakoby ukazoval, že mezinárodní studenti jsou na této škole vřele vítáni.

Obrázek 21 - Domovská stránka webu Norwegian School of Sport Sciences

Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Univerzita v Jyväskylä (Finsko) umístila na domovskou stránku kromě obvyklých informací i odkaz na profily zahraničních studentů, kteří navštívili místní univerzitu v rámci mezinárodních programů a popisují, co takovouto zkušeností získali.

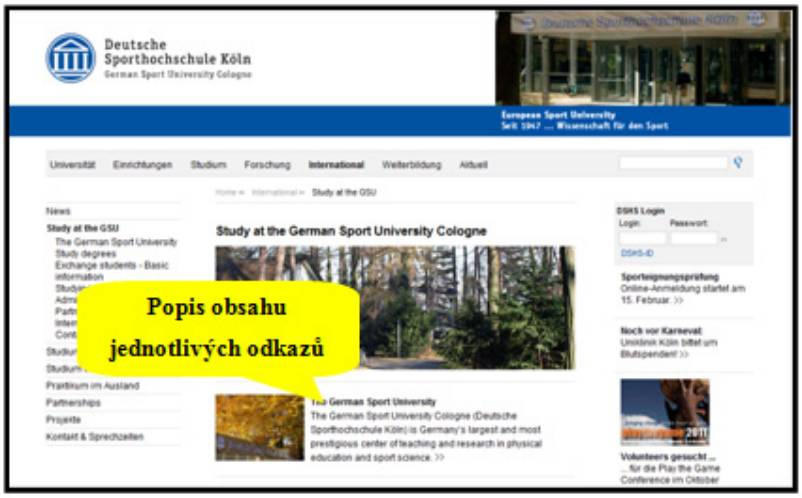
Obrázek 22 – Domovská stránka Fakulty sportu a zdravovědy Univerzity v Jyväskylä



Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

Na domovské stránce univerzity Deutsche Sporthochschule Köln (Německo) mě zaujaly nejdůležitější odkazy umístěné uprostřed stránky i se stručným popisem, jaké informace poskytují.

Obrázek 23 - Domovská stránka Deutsche Sporthochschule Köln



Zdroj: FORMÁNKOVÁ (2011)

7.3 Struktura stránek

Velkým problémem anglické verze internetových stránek FTVS je jejich nejednotnost. Jednotlivé stránky se od sebe liší barvou pozadí, použitým logem (na stejném místě různých stránek bylo použito logo UK, FTVS i katedry), stylem písma, podobou

navigace atd. To je pravděpodobně způsobeno tím, že není stanoveno doporučení, jak by měl fakultní web vypadat. Jak jsem zjistila, je struktura a obsah textu, v některých případech i grafické zpracování stránek v kompetenci každého pracoviště. Důsledkem je, že stránky jsou obsahově i graficky roztříštěné. Některé katedry mají web s celkem kvalitním provedením (katedra fyzioterapie, katedra jazyků), jiné uvádějí jen zlomek důležitých informací (katedra plaveckých sportů) nebo se na webu vůbec neprezentují (katedra sportovních her).

Dalším problémem je logická struktura stránek a umístění některých informací. Zcela nevyhovující je dle mého názoru stránka *Info* v sekci *Self-financing Students*. Tato stránka obsahuje informace z různých oblastí, které by správně patřily na jiná místa webu. Otevírací doba pokladny nemá nic společného s rozvrhy hodin pro studenty fyzioterapie, přesto jsou na jedné stránce. Informace by se také neměly opakovat, jako je to u stránky *Accommodation*, která uvádí část textu o ubytování ze stránky *Living in Prague*. Každá stránka navíc ztěžuje orientaci. Duplicita informací komplikuje možnost jejich aktualizace a zvyšuje riziko, že na různých místech webu se mohou vyskytovat současně původní a aktualizované texty.

Řešením by dle mého názoru bylo zdokonalení webové struktury. Kvalitní struktura webu by umožnila přidávání nových informací bez nutnosti její změny. Všechny stránky by měly jednotnou grafickou podobu, včetně webů kateder. Mělo by být určeno, jaké informace musí být zveřejněny. V odpovědnosti pracovníků jednotlivých pracovišť by potom bylo, aby tyto informace průběžně doplňovali na příslušné stránky a pečovali o jejich aktuálnost.

Jednotná struktura webu by usnadnila činnost fulltextového vyhledávání, které zatím nedokáže prohledat všechny stránky webu.

7.4 Odkazy na externí stránky

Některé odkazy směřují na externí web (např. odkaz *About the University*). Pokud ale záměrem uživatele není opustit stávající stránky, je přesměrováním na jiný web ztížena jeho orientace. Proto by všechny takové odkazy měly být v rámci navigace zřetelně označené.

7.5 Soubory ke stažení

Všechny soubory ke stažení, jako např. přihlášky ke studiu a studijní materiály, je třeba označit formátem a velikostí souboru. V tomto ohledu je na tom česká verze webu FTVS lépe, neboť již uvádí alespoň údaj o formátu souboru.

7.6 Fotografie areálu FTVS a jednotlivých pracovišť

Na anglické verzi webu FTVS jsem nenalezla žádné fotografie budovy FTVS, atletického stadionu a dalších fakultních pracovišť. Na web by se daly umístit také fotografie středisek spravovaných fakultou: loděnice v Praze – Tróji, horské chaty Na Muldě a areálu Ovčín ve Stráži nad Nežárkou. Návštěvníky webu jistě zajímá prostředí studia a FTVS se tak může představit se jako atraktivní instituce.

V tomto směru mě opět zaujala webová prezentace Univerzity v Bayreuthu, kde je k dispozici krátké video zobrazující nejen univerzitní kampus a záběry z výuky, ale i snímky samotného města Bayreuth.

7.7 Fotografie pracovníků fakulty

Fotografie bych rovněž doplnila i k informacím o zaměstnancích fakulty uvedených na webu. Zahraniční studenti jsou především na začátku pobytu na FTVS vystaveni velkému množství nových informací. Vzhledem k větší obtížnosti zapamatování si českých jmen vyučujících by jim fotografie mohly usnadnit orientaci na fakultě.

7.8 Zařazení dalších jazykových verzí webu

Vzhledem ke skutečnosti, že většina uživatelů vítá informace přímo ve svém rodném jazyce, navrhovala bych vytvoření více jazykových verzí webu FTVS. Např. stránky katedry jazyků jsou k dispozici v anglickém, německém a francouzském jazyce. Správa několika jazykových mutací internetových stránek je obecně náročnější. Není proto nezbytně nutné, aby veškerý obsah webu byl k dispozici ve všech jazycích. Nicméně alespoň základní informace by bylo účelné nabízet na zjednodušené podobě stránek. Na základě údajů o původu zahraničních studentů, studujících v posledních letech na naší fakultě, bych uvažovala o vytvoření webu ve španělském, portugalském, řeckém a norském jazyce nebo alespoň některém z nich.

7.9 Další doporučení

- Vyvarovat se používání zkratek
- Pro lepší čitelnost použít větší písmo a zvětšit mezery mezi řádky
- Sjednotit grafický styl s českou verzí stránek
- Důsledně odstraňovat informace, které již nejsou aktuální
- Doplnit stránky všech pracovišť (katedry, laboratoře)
- Doplnit ke kontaktům FTVS i situační mapu a dopravní spojení

8 Závěr

Internetové stránky jsou bezesporu důležitým marketingovým nástrojem. Kvalitní a atraktivní stránky mohou významným způsobem ovlivnit vnímání organizace, kterou reprezentují. Cílem provedené analýzy anglické verze internetových stránek FTVS bylo ověřit, zda tyto stránky vyhovují svému účelu a zda plně využívají svůj marketingový potenciál.

Z analýzy webu vyplynulo několik nedostatků různé závažnosti. Některé z nich byly na první pohled zřejmé, jiné vyšly najevo až po bližším zkoumání jednotlivých stránek. Některé mají obecnou platnost a uplatňují se u libovolných internetových stránek. Týkají se vesměs bezproblémového užívání webu. Jiné souvisí s konkrétním obsahem webu a jeho informační hodnotou. Některá místa se jeví zdánlivě v pořádku, nicméně i zde existuje prostor pro vylepšení.

Na základě provedené obsahové analýzy jsem zformulovala doporučení, na co se zaměřit při úpravách existujícího webu, resp. čím se řídit při případné tvorbě zcela nového webu. Rozhodujícím kritériem je vždy co nejlepší plnění jeho funkce a spokojenost jeho uživatelů. Při analýze byly využity jednak teoretické znalosti a dále bylo provedeno i kontrolní srovnání s weby partnerských zahraničních univerzit s pracovišti podobného zaměření jako je FTVS.

Na závěr považuji za potřebné poznamenat, že uspořádání a podoba internetových stránek mohou být velmi rozmanité. Prostředí internetu poskytuje tvůrcům internetových stránek velkou volnost a nesvazuje je striktním pravidly. Poskytuje velký prostor pro kreativitu a nápaditost, přičemž jejich uplatnění nevyžaduje velké investice. Právě oblast tvorby webových stránek se navíc velmi dynamicky rozvíjí. Jejich tvůrci mohou využívat stále nové technologie a techniky.

Věřím, že moje mateřská fakulta využije poznatky a doporučení obsažené v této práci a zohlední je při úvahách o budoucí podobě své internetové prezentace.

9 Zdroje

Literatura

1. BLACK, Sam. *Nejúčinnější propagace : public relations*. Vyd. 1. Praha : Grada, 1994. 203 s. ISBN 80-7169-106-2.
2. BLAŽKOVÁ, Martina. *Jak využít internet v marketingu*. Praha : GRADA Publishing, 2005. 156 s. ISBN 80-247-1095-1.
3. ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management a marketing sportu*. Praha : Olympia, 2009. 225 s. ISBN 978-80-7376-150-9.
4. DVOŘÁČEK, Martin; STUCHLÍK, Petr. *Marketing na internetu*. Praha : Grada Publishing, 2000. 248 s. ISBN 8071699578.
5. FREY, Petr. *Marketingová komunikace*. Praha : Management Press, 2005. 111 s. ISBN 80-7261-129-1.
6. HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum : základní metody a aplikace.* Jan Hendl. Vyd. 1. Praha : Portál, 2005. 407 s. ISBN 8073670402.
7. GRAY, Daniel. *Profesionální design na webu*. Brno : Pro SoftPress, 2000. 223 s. ISBN 80-902824-1-5.
8. KOTLER, Philip. Marketing, management : Analýza, plánování, využití, kontrola. 9. přepracované vydání. Praha : Grada Publishing, 1998. 710 s. ISBN 80-7169-600-5.
9. KRUG, Steve. *Don't Make Me Think : A Common Sense Approach to Web Usability*. Berkeley : New Riders Publishing, 2006. 201 s. ISBN 0-321-34475-8.
10. MCGOVERN, Gerry. *Killer Web Content*. London : A&C Black, 2006. 224 s. ISBN 978-0713677041.
11. NIELSEN, J. WebDesign. Praha : SoftPress, 2002. ISBN 8086497275
12. NOVOTNÝ, Tomáš. *Přístupnost webů českých ekonomicko-manažerských škol*. Praha, 2009. 41 s. Bakalářská práce. VŠE.
13. PLOTĚNÝ, Luboš. *Budování úspěšného firemního webu*. Praha : BEN – technická literatura, 2005. 128 s. ISBN 80-7300-173-X.

14. ŠIROKÁ, Lenka. *Srovnání webových stránek českých vysokých škol*. Praha, 2006. 38 s. Bakalářská práce. VŠE.

15. ZELDMAN, J. *Taking Your Talent to the Web. A Guide for the Transitioning Designer*. Indianapolis: New Riders Publishing, 2001. ISBN 0-7357-1073-2.

Internetové zdroje

16. Corporate design. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, [cit. 2011-04-10]. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_design>.

17. *Design (vzhled) webu* [online]. 2010 [cit. 2011-02-16]. Adaptic. Dostupné z WWW: <http://www.adaptic.cz/znalosti/efektivni-web/design-vzhled-webu/>.

18. DIETER, Jörg. *Lesen und Schreiben im World Wide Web* [online]. Frankfurt am Mein, 2006. 186 s. Dizertační práce. Johann Wolfgang Goethe-Universität. Dostupné z WWW: <http://www.webrhetorik.de/Arbeit/Webliteralitat.pdf>.

19. *Faculty of Physical Education and Sport* [online]. 2004 [cit. 2011-02-16]. Dostupné z WWW: <www.ftvs.cuni.cz/eng>.

20. GRONEMAN HITE, Nancy; RAILSBACK, Barbara. Analysis of the content and characteristics of university websites with implications for webdesigners and educators. *Journal of Computer Information Systems* [online]. 2010, no. 1, [cit. 2011-02-16]. Dostupný z WWW: <http://findarticles.com/p/articles/mi_hb5785/is_201010/ai_n56444341/pg_11/?tag=content;col1>.

21. *German Sport University Cologne* [online]. 2011 [cit. 2011-04-04]. Deutsche Sporthochschule Köln. Dostupné z WWW: <https://www.dshs-koeln.de/wps/portal/de/home/international/studiescologne?WCM_PORTLET=PC_7_FJ40KI420O1V7029ET9NJF0OK4_WCM&WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/de/home/international/studiescologne>.

22. *GWD Webdesign* [online]. 2010 [cit. 2011-02-16]. Obsah webových stránek. Dostupné z WWW: <http://www.gwd.cz/seo-detail/obsah-webovych-stranek>.

23. *International Club* [online]. 2009 [cit. 2011-04-04]. International Club. Dostupné z WWW: <http://www.ic-cuni.cz/>.

24. *Jak psát web* [online]. 2011 [cit. 2011-04-04]. Časté formátovací chyby. Dostupné z WWW: <http://www.jakpsatweb.cz/formatovaci-chyby.html>.

25. *Jak psát web* [online]. 2011 [cit. 2011-04-10]. Meta tagy. Dostupné z WWW: <http://www.jakpsatweb.cz/meta-tagy.html>.

26. KUČEROVÁ, Karolína. *Aktualne.centrum.cz* [online]. 2005 [cit. 2011-04-10]. Za kolik se projedete po českých městech? Praha podražila!. Dostupné z WWW: <http://aktualne.centrum.cz/finance/clanek.phtml?id=137071>.

27. MCGOVERN, Gerry. *New Thinking by Gerry McGovern* [online]. 2003 [cit. 2011-02-16]. Writing for the Web: Part 1. Dostupné z WWW: <http://www.gerrymcgovern.com/nt/2003/nt_2003_04_28_writing_1.htm>.

28. NIELSEN, Jakob. *Use It* [online]. 2003 [cit. 2011-02-16]. Usability 101: Introduction to Usability. Dostupné z WWW: <http://www.useit.com/alertbox/20030825.html>.

29. NIELSEN, Jakob. *Use It* [online]. 2003 [cit. 2011-02-16]. The Ten Most Violated Homepage Design Guidelines. Dostupné z WWW: <http://www.useit.com/alertbox/20031110.html>.

30. *Norwegian School of Sport Sciences* [online]. 2011 [cit. 2011-04-04]. Norwegian School of Sport Sciences. Dostupné z WWW: <http://www.nih.no/default____567.aspx>.

31. PAVLÍČEK, Radek; ŠPINAR, David. *Pravidla tvorby přístupného webu* [online]. 2006 [cit. 2011-02-16]. Pravidla tvorby přístupného webu. Dostupné z WWW: <http://www.pravidla-pristupnosti.cz/>.

32. *Použitelnost webu* [online]. 2010 [cit. 2011-02-16]. Adaptic. Dostupné z WWW: <http://www.adaptic.cz/znalosti/efektivni-web/pouzitelnost-webu/>.

33. *Studijní plány Fakulty tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy v Praze v akademickém roce 2010/2011* [online]. Praha : Univerzita Karlova v Praze, 2010. 183 s. Dostupné z WWW: <http://www.ftvs.cuni.cz/ud/karolinka.pdf>. ISBN 978-80-86317-78-6.
34. SYNEK, M. - SEDLÁČKOVÁ, H. - VÁVROVÁ, H. *Jak psát diplomové a jiné písemné práce* [online]. [cit. 2009-08-19]. Dostupný z URL <http://fph.vse.cz/att/dp.pdf>.
35. ŠPINAR, David. *Přístupná navigace webu* [online]. 2006 [cit. 2011-02-16]. H1. Dostupné z WWW: <http://www.h1.cz/fol/2006/pristupna-navigace>.
36. *UK FTVS* [online]. 2008 [cit. 2011-02-16]. Dostupné z WWW: <www.ftvs.cuni.cz>.
37. *Universität Bayreuth* [online]. 2011 [cit. 2011-04-08]. Spöko-Portal Platform for Sport, Business & Law Studies. Dostupné z WWW: <http://www.spoeko.uni-bayreuth.de/en/index.html>.
38. *University of Jyväskylä* [online]. 2011 [cit. 2011-04-04]. Faculty of Sport and Health Sciences. Dostupné z WWW: <https://www.jyu.fi/sport/en/study/programmes/sposmapro>.
39. *Writing Web Content. Research-Based Web Design & Usability Guidelines* [online]. 2010, 1, [cit. 2010-11-27]. Dostupný z WWW: <http://www.usability.gov/pdfs/chapter15.pdf>.
40. *Zákon o vysokých školách* [online]. 2006 [cit. 2011-04-04]. Zákon o vysokých školách. Dostupné z WWW: <http://aplikace.msmt.cz/vysokeskoly/legislativa/Zakon111_uplne_zneni_552.htm>.