

JAK ŠKOLY VYUŽÍVAJÍ INTERNET PRO KOMUNIKACI S VEŘEJNOSTÍ?

Ludvík Eger

Klíčová slova: ICT, komunikace s veřejností, webové stránky školy, Facebook školy, heuristická analýza, analýza dat

Cílem příspěvku je zhodnotit komunikaci škol s veřejností na internetu, využít heuristickou analýzu pro zhodnocení toho, do jaké míry webové stránky zvolených gymnázií splňují požadavky přístupnosti pro uživatele a generovat seznam vyskytujících se problémů v použitelnosti webových stránek škol.

Ačkoliv je důležité využívat webové stránky škol, bylo v literatuře nalezeno jen několik studií, které hodnotí použitelnost takových stránek, zejména v kontextu České republiky. Je evidentní, že webové stránky škol hrají důležitou roli při poskytování různých informací žákům, rodičům a dalším zájemcům. Ty jsou komunikovány textem, obrázky, interaktivními linkami, videem atd. Výzkum využívá tzv. nepřímého měření. To nám umožňuje získávat data bez přímého kontaktu se sledovaným subjektem a dokonce i bez jeho vědomí (škola nemá informaci, že je hodnocena). Výzkumné šetření využívá hodnotící kritériální metodu (podle Nielsen, 1995 a metodiky WebTop 100), jež je používána pro evaluaci webových stránek podnikatelských subjektů i neziskového sektoru. Navíc jsou zde aplikována specifická kritéria pro evaluaci kvality webových stránek škol. Internet a World Wide Web mají vliv na to, jak jsou www stránky hodnocené. Gray (2009) analýzu těchto dat zařazuje do tzv. nepřímých měření.

Heuristická evaluace je v oblasti marketingu na internetu vhodnou technikou pro evaluaci www stránek. Je realizovaná v kontextu uživatelského pohledu a poskytuje zpětnou vazbu o užitečnosti www stránek nejenom pro vývojáře stránek, ale i pro management škol. Power BI je dostupný nástroj, který umožňuje expertům porovnávat komunikace na Facebooku dle stanovených ukazatelů. Obě metody, heuristická analýza a analýza existujících dat jsou využity pro evaluaci komunikace škol s veřejností na internetu. Výzkumnými cíli jsou: analyzovat webové stránky školy a vytvořit seznam obvyklých uživatelských problémů, které byly na stránkách škol zjištěny. Aplikace marketingu ve vzdělávání se již stala běžnou záležitostí a je zřejmé, že školy věnují pozornost zejména marketingu na internetu. Pro hodnocení webových stránek školy a jejich stránek na Facebooku byly použity metody heuristické analýzy www stránek a analýzy dat z Facebooku. Průzkum byl zaměřen na gymnázia v Karlovarském kraji.

Marketing na internetu musí vycházet z konceptu marketingu školy a musí také respektovat doporučení pro webdesign a principy vizuálního stylu.

Bibliografie

Eger, L. (2015). Jak se mění komunikace škol na internetu?. In *Management vzdělávání v současném diskurzu aneb jednota v různosti*. (41-52) Praha: Centrum školského managementu PedF UK v Praze.

Gray, D. (2009). *Doing research in the real world*. London: SAGE.

Janouch, V. (2014). *Internetový marketing*. Brno: Computer Press.

Mareš, J., Lukas, J. (2007). Internetové prezentace základních škol jako možný indikátor jejich vnitřního sociálního prostředí. *Pedagogika*, 57 (1), 4-20.

Nielsen, J. (1995). *How to Conduct a Heuristic Evaluation*. Nielsen Norman Group. Dostupné z: <https://www.nngroup.com/articles/how-to-conduct-a-heuristic-evaluation/>

Světlík, J. (2009). *Marketingové řízení školy*. Praha: Wolters Kluwer.

Strauss, J, Frost, R. (2012). *E-marketing*. New Jersey: Pearson Education.

Trojanová, I. (2014). *Ředitel a střední management školy*. Praha: Portál.

WebTop100, (2014). *Metodika hodnocení soutěže WebTop100*. Dostupné z: <http://www.webtop100.cz/soutez/kriteriia>