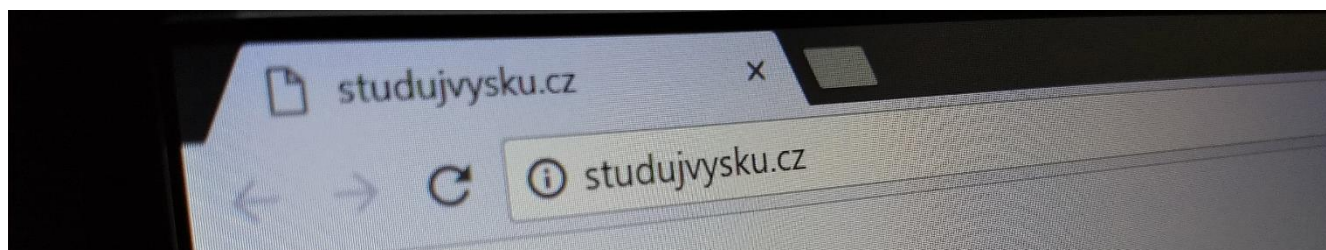




Obchodní akademie a VOŠ Valašské Meziříčí



StudujVýšku.cz

Webový portál pro zájemce o studium na Vysokých školách

Navrhni projekt 2017/2018

Autoři: Matěj Jenčke, Nela Čunková, Nikola Kovářová,
Petr Kuběja, Roman Štěrba

Pedagog: Mgr. Robert Sigmund

Region: Střední Morava

Shrnutí

Když jsme si se spolužáky dělali průzkum vysokých škol, narazili jsme na web www.vysokeskoly.cz, kde sice je katalog škol i jeden test pro pomoc s výběrem zaměření, ale stránky jsou komerční a školy si jednoduše mohou zaplatit reklamu, aby se umisťovaly na prvních pozicích.

Proto si myslíme, že se v tomto odvětví nachází jakási mezera, kterou by mohl vyplnit objektivní webový portál, který by byl vytvořený mnohem jednodušeji (důležité články přímo na očích), bez reklam (například jakožto nezisková společnost pod střechem Evropské Unie), bez propagace vlastních balíčků příprav na přijímací zkoušky, placených testů a podobně.

Naším projektem tedy jsou webové stránky zaměřené na porovnávání vysokých škol, klíčové články (o finanční stránce, studiu v zahraničí a podobně), psychologické/osobnostní testy typu „Na jaký obor VŠ se hodíte?“, další aktuality a novinky (dny otevřených dveří, stáže...).

Portál by sloužil hlavně studentům středních škol, kteří přemýšlí o studiu na vysoké škole a mají nejasnosti jak ohledně výběru, tak financí a celkové otázky, jestli se zde studium vůbec vyplatí (srovnání nezaměstnanosti apod.). Vhodný by samozřejmě byl i pro rodiče, dospělé a vlastně kohokoli, kdo je zvědavý (na webu by se dělaly různé statistiky, průzkumy a články/recenze absolventů jednotlivých škol).

Tento projekt by podle nás mohl pozitivně ovlivnit celkové vzdělání a povědomí o objektivních informacích a stavu vysokoškolského systému v České republice a sloužit tedy nejen informačně, ale i propagačně.

Slovníček pojmů

SEO = optimalizace pro internetové vyhledávače. Cílem je dostat se pro klíčové fráze (vysoké školy, vysokoškolské obory) na co nejvyšší, ideálně první, místo ve vyhledávání Google, Seznam atp.

Marketing = veškerá činnost směřující k dostání projektu na oči cílové skupiny - studentů (propagace, reklama)

Responzivita = webové stránky které jsou responzivní se dokáží přizpůsobit všem možným druhům obrazovek, jako jsou mobily, tablety, notebooky a další

UX = uživatelská přívětivost/zkušenost (user experience), snažíme se vytvořit co nejlepší prožitek pro uživatele při prvním načtení stránky, navigování po webu a podobně

Doména = adresa internetové stránky, například www.studujvysku.cz

Hosting = pronájem prostoru pro webové stránky na cizím serveru

Obsah

1	POPIS VÝCHOZÍHO STAVU	4
2	CÍLE PROJEKTU	6
3	PŘÍJEMCE PODPORY	7
4	SAMOTNÉ ŘEŠENÍ PROJEKTU A AKTIVITY	8
5	ZDROJ FINANCOVÁNÍ	12
6	ČASOVÝ HARMONOGRAM	13
7	ROZPOČET PROJEKTU	14
8	SWOT ANALÝZA	16
9	UDRŽITELNOST PROJEKTU	19
	Zdroje	21
	Příloha 1: Dotazník	22
	Výsledky dotazníku	23
	Příloha 2: Čestné prohlášení	25

1 Popis výchozího stavu

Je přirozené zajímat se o svou budoucnost. Pro mnohé z nás budoucnost představuje studium na vysoké škole.

1) Studenti plánují svou budoucnost

Obyčejní studenti SŠ se tak určitě, podobně jako my, ptají například na tyto otázky:

- Je pro mě vůbec studium na VŠ třeba?
- Jaké šance mám na to se (a kam) dostat?
- Jakou školu vybrat?
- Jak je studium vlastně drahé?
- Je to těžké? Zvládnou to vůbec?
- Jazyky mi celkem jdou, mám možnost studovat i v cizině?
- A další...

2) Kde hledat odpovědi?

Náš průzkum pomocí dotazníků ukázal, že přes 80 % studentů by jako první věc zvolilo průzkum na internetu. Předpokládáme, že by hledali něco jako „vysoké školy, vš, studium na výšce“. Celá třetina by hledala na svém mobilním telefonu. (viz Příloha 1).

První stránka, která se při vyhledávání objeví, je web „vysokeskoly.cz“, který má dle nás jisté nedostatky:

- Katalog vysokých škol je neobjektivní – školy si jednoduše zaplatí reklamu, aby se umisťovaly na prvních pozicích
- Portál všude možně propaguje vlastní produkty – kurzy na přijímačky, e-knihy, a další
- Nachází se zde pouze jediný bezplatný test na výběr oboru

- Web postrádá celkovou jednoduchost a je obtížné se zde orientovat a hledat informace na výše zmíněné otázky

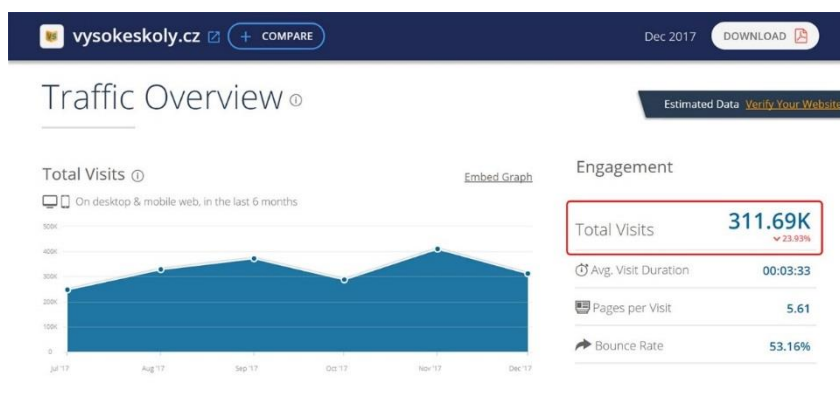
Dále jsou tu stránky jako „www.vysoke-skoly.com“ a další, ale většina je jich na tom podobně. Jestli přece jen kvalitně provedené stránky v tomto odvětví existují, tak je špatně, že jsme na ně nenarazili. Tudíž je velice důležitá propagace a umístování se ve vyhledávačích.

3) Návrh řešení

Proto si myslíme, že by se tahle „díra na trhu“ vyřešila jednoduchým, profesionálním a neziskovým webem, který by měl dobrý marketing a SEO a který by pomáhal studentům po celé republice. (viz Obrázek 1)

Tento portál by při správném provedení mohl dosahovat obrovské skupiny lidí za relativně malé peníze. Například postavit informační středisko pro zájemce o rady a tipy ohledně studia na vysoké škole by v našem kraji bylo pravděpodobně taky užitečné, ale sloužilo by pouze studentům u nás a okolí (navíc průzkum, jestli by vůbec lidé v našem kraji takovéto centrum ocenili, nemáme).

V porovnání s budovou by stránky dosahovaly mnohem většího počtu lidí a přitom neztrácely na důležitosti – můžeme se jen ptát, kolik studentů se nakonec rozhodne pro studium nebo ne, na základě jejich úrovně informovanosti, či pro jaký obor (tím pádem i zaměření a dráhu svého života).



Obr. č. 1 – Červeně je zvýrazněn počet návštěv (300 tisíc) za měsíc prosinec na stránkách www.vysokeskoly.cz – podle serveru www.similarweb.com

2 Cíle projektu

Konkrétní hlavní cíle:

- Pomáhat studentům a obecně lidem, kteří hledají informace o vysokých školách, vybírají obor/školu apod. – jinak řečeno zlepšit situaci informovanosti občanů (se zaměřením na studenty) o studiu, jeho možnostech a také samotných vysokých školách
- Vytvořit informační webový portál o studiu na VŠ, který je:
 - ✓ Jednoduchý a přehledný - (hlavní články ihned na očích návštěvníka)
 - ✓ Objektivní (nekomerční – bez reklam, proto jako neziskový projekt)
 - ✓ Dobře propagovaný – SEO (1. místo na Googlu), Sociální sítě
 - ✓ Technicky zvládnutý – rychlý, kvalitní design, logo a UX apod.
 - ✓ Aktuální – přidávají se nové články a informace o školách
- Sestavit kompetentní tým lidí
- Spolupracovat s vysokými/středními školami a dalšími projekty a organizacemi

Indikátory:

- umístění v Googlu na 1. až 3. místě v klíčových frázích
- 50 000 návštěv webu za měsíc (například po půl roce provozu)
- 8 000 lidí na Facebooku/počet like (znovu po ½ roku)
- Pozitivní výsledky dotazníků při otázce „Pomohl vám tento web?“

Cílová skupina:

- Žáci středních škol
- Rodiče studentů
- Dospělí lidé se zájmem o studium na VŠ

3 Příjemce podpory

V úvahu jsou dva příjemci podpory:

1. *Nezisková organizace*

- První možností je projekt vést, jakožto neziskovou organizaci
- Výhodou této varianty je větší volnost, celková soběstačnost
- Tato nezisková organizace by měla potenciál se rozšířit do států Evropské unie a zlepšit podmínky výběru Vysokých škol

2. *Centrum vzdělávání*

- Druhou variantou je vybrat vhodné, již existující centrum vzdělávání, s týmem zodpovědným za realizaci nových projektů, v České republice
- Tento koncept má výhodu nekomerčnosti a dobrých (již rozběhnutých) předpokladů k vedení a rozvíjení projektu
- Centrum vzdělávání má mnoho různých kontaktů a partnerů potřebných k rozvíjení projektu a zajištění udržitelnosti

4 Samotné řešení projektu a aktivity

1) Rozdělení hlavních rubrik

- **Porovnání škol (katalog)** - Objektivní výpis škol (bez reklam) který je možno:
 - ✓ **filtrvat** (podle oboru, kraje, typu školy, formy studia apod.)
 - ✓ **řadit** (podle obtížnosti - procento úspěšnosti přihlášených, podle průměrného umístění v mezinárodních a tuzemských žebříčcích škol - *QS World University Ranking, FakultaRoku, apod.*, může se klidně udělat i vlastní škála hodnocení – například „prestižní body StudujVýšku.cz“)
- V katalogu bude také možnost zapnout různé grafy, například budou pomáhat vybrat obory s vysokým procentem úspěšnosti budoucího nalezení zaměstnání (poptávky o obor). Můžeme tak trochu regulovat aktuální problém v České republice (a asi i ve světě) kdy studenti a mladí lidé nemají zájem o studium řemeslných a technických oborů, takže hrozí že o ně bude v budoucnu nouze.
- **Testy** – zpracované psychologem, případně dalšími odborníky:
 - ✓ Jste připraveni na studium na vysoké škole?
 - ✓ Na jaký obor vysoké školy/zaměstnaní se hodíte?
 - ✓ Zvládli byste studium v zahraničí?
 - ✓ Máte na to studovat dvoj-obor?
 - ✓ Případně další osobnostní testy apod.
- **Články a aktuality**
 - ✓ „**Recenze**“ absolventů a klidně i stávajících studentů (nejlépe těch co mají zkušenost s vícero školami/obory a mohou porovnat).

Jakožto motivace pro psaní by se nabízela finanční odměna (například 500 Kč). Po nějaké době by se mohla vytvořit nová škála hodnocení škol právě podle těchto recenzí, to by znamenalo novou možnost řazení škol v katalogu podle „bodů hodnocení absolventů“.

✓ **„Hlavní stálé, důležité články“**

- O finančních stránkách studia
- O studiu v zahraničí
- O slevách, ERASMUS, typech studia apod.
- Tento typ článků by se aktualizoval vždy před začátkem nového školního roku. Přehled všech těchto článků by měl samostatnou stránku pro snadné zorientování a nalezení právě toho co návštěvník hledá (takový index). Na tento přehled by odkazovala, jako jeden z prvních prvků, přímo úvodní stránka webu.

✓ **„Aktuality – nestálé novinky, vedené spíše jako blog“**

- Dny otevřených dveří, změny v zákoně
- Projekty, videa, studie a celkové dění na vysokých školách
- Sdílené také na sociálních sítích (v podobě obrázků, reportáží, videí a případně i rozhovorů)

2) Tým – členové a rozdělení (ideální představa)

▪ **Vedoucí projektu a „více-vedoucí“ – Hlavní šéf a asistent**

- ✓ Rozhodují o směru, vizích a důležitých otázkách projektu
- ✓ Vybírají (eventuálně snižují) složení týmu a zaměstnanců

- ✓ Fungují jako hlavní komunikace a hlavní představitelé projektu – domlouvají spolupráce s vysokými školami, středními školami a jinými organizacemi/projekty
 - ✓ Průběžně kontrolují všechny aspekty a určené cíle (technické zvládnutí, marketing, ohlasy žáků a lidí atd.)
- **Hlavní technik** – programátor i grafický designér. Správce celkového IT aspektu (podle potřeby a zatížení i více techniků)
 - **Žurnalisté/copywriteři** (2x) – píší a aktualizují jak hlavní články tak i aktuality a souhrnný obsah webu/sociálních sítí
 - **Marketér** – stará se o propagaci a „osobnost/identitu organizace“ – jakým dojmem má projekt působit na veřejnost (vede reklamní kampaně, kontroluje SEO a také sociální sítě)
 - **Psychologové a další odborníci** – pomoc s testy/důležitými články (nemusí být zaměstnání stále/na plný úvazek)

3) Technická stránka

- Název webu by měl být atraktivní pro studenty a dobře zapamatovatelný – jeden z nápadů ke kterému jsme dospěli je StudujVýšku.cz (www.studujvysku.cz)
- Samotné webové stránky by určitě měly být profesionálně designované a naprogramované:
 - ✓ Rychlý chod (krátká doba načítání)
 - ✓ Jednoduché a přehledné (důležité články ihned na očích = dobré UX)

- ✓ Reprezentativní logo – logo vnímáme jako velice důležitý (často přehlížený) aspekt v podvědomém vnímání organizace lidmi a proto je na něj vynaložen i přiměřený rozpočet
- ✓ Responzivní – optimalizované pro mobilní a tabletové obrazovky (náš dotazník ukázal že třetina lidí by informace hledala na mobilu)
- ✓ Vynikající SEO – Optimalizované pro internetové vyhledávače (Google, Seznam)
- ✓ Udržované – kontrolovat a opravovat chyby, kontrolovat také správný chod hostingu apod.

4) Marketing / propagace

- Mnohokrát zmíněné pořadí ve vyhledávačích – umisťovat se na Googlu a Seznamu v prvních příčkách, když uživatelé vyhledají fráze jako „vysoké školy“, „studium na výšce“, „jak vybrat obor na VŠ“ jelikož většina návštěvníků přichází právě z tohoto zdroje (viz Obrázek 2)
- Je všeobecně známá důležitost a vzrůstající popularita sociálních sítí (Facebook, Instagram, Youtube...) v životech mladých lidí. Proto by to určitě byl nevyužitý potenciál, kdyby se náš projekt těchto služeb distancoval – zvláště když právě největší skupina uživatelů je totožná s naší cílovou skupinou (studenti a teenageři)
- Spolupráce se středními školami, vysokými školami, dalšími projekty a webovými portály (např. umisťovat a vyměňovat si odkazy a loga na internetových stránkách)
- Na začátek, pro dostání se do povědomí, by bylo rozumné udělat reklamní kampaň. Soustředěnou hlavně na internet, případně i na letáky do škol apod.



Obr. č. 2 – Z více než 80 % je zdroj návštěvnosti portálu www.vysokeskoly.com tvořen návštěvníky z vyhledávačů – podle serveru www.similarweb.com

5 Zdroj financování

Číslo a název programu	OP VÝZKUM, VÝVOJ A VZDĚLÁVÁNÍ OBDOBÍ 2014-2020
Číslo a název prioritní osy	PO 2 – Rozvoj vysokých škol a lidských zdrojů pro výzkum a vývoj
Číslo a název investiční priority	IP 1 – Zlepšování kvality a účinnosti a přístupu k terciárnímu a rovnocennému vzdělávání

❖ Pozn.: Zde bychom chtěli poděkovat za pomoc a čas zaměstnancům Eurocentra Zlín.

6 Časový harmonogram

I. ETAPA

1-2. měsíc

- 1) Výběr vedoucích projektu
- 2) Výběrové řízení na další členy týmu
- 3) Důkladné promyšlení a ujasnění plánu – cíle a průzkum trhu
- 4) Výběrové řízení dodavatelů stránek, designu, hostingu a dalších technických hledisek

II. ETAPA

3-6. měsíc

- 5) Technické vypracování
 - a. Design
 - b. Programování
 - c. Testy, Kontrola
- 6) Naplnění obsahem
 - a. Katalog
 - b. Články
 - c. Testy



Průběžná kontrola

III. ETAPA

pokračuje/udržitelnost

- 7) Marketing
 - a. Reklama
 - b. Sociální sítě
- 8) Udržitelnost
 - a. Aktualizovat
 - b. Rozšiřovat spolupráce
 - c. Iniciovat další nápady a “pod-projekty”
(viz kapitola 9. Udržitelnost)

7 Rozpočet projektu

Poznámka k rozpočtu:

- Všechny mzdy jsou uvedeny i ve „superhrubé mzdě“ – tedy na kolik korun zaměstnanec celkově zaměstnavateli přijde i se zdravotním a sociálním pojištěním (koeficient 1,34 x hrubá mzda). Cena za rok je taktéž počítána ze superhrubé (SMH) mzdy.
- IT-specialista a dvojice žurnalistů jsou zde počítáni z pohledu varianty polovičního úvazku či jakožto živnostníci na volné noze – proto není třeba superhrubé mzdy.
- Částky jsou většinou stanoveny dle vlastního odhadu/průzkumu průměru cen. Ať už dle zprůměrování ceníků několika agentur a živnostníků či našeho pohledu a přehledu cen v daném odvětví – ve snaze o co největší zachování objektivitu a realistických cen zpravidla obojí (u mezd jsme například využili web www.platy.cz).
- Průměrná cena tvorby běžných webových stránek v ČR se pohybuje kolem 10 000 Kč. Pro tento projekt bychom ale určitě volili větší kvalitu (známější agenturu) jelikož na profesionálním designu a chodu závisí velké procento pravděpodobnosti splnění cílů.
- Stejně tak i na marketing klademe důraz, obdobně totiž web může být jakkoli perfektně technicky provedený, ale pokud se nedostane k lidem tak přijde veškeré úsilí vniveč.
- Jelikož zaměstnanci projektu pracují decentralizovaně (bez kanceláře) tzv. komunikují přes internet a další média, nemusí se platit žádný nájem prostor ani nic podobného. Měli by ale být podpořeni alespoň ve vybavení pro hladký průběh práce (notebook, mobil atd.)

ROZPOČET – shrnutí	
PRVNÍ ROK	3 055 220 Kč
KAŽDÝ DALŠÍ ROK	2 329 220 Kč
CELKEM ZA 5 LET	12 372 100 Kč

ROZPOČET – konkrétní 1. rok

a) Mzdy	Hrubá mzda/měsíc	Superhrubá mzda/měsíc	Cena za rok (ze SMH)
Vedoucí	35 000 Kč	46 900 Kč	562 800 Kč
Více-vedoucí	29 000 Kč	38 860 Kč	466 320 Kč
Marketér (+ reklamy s kterými nakládá)	30 000 Kč (+20 000 Kč)	60 200 Kč	722 400 Kč
IT-specialista	20 000 Kč	>	240 000 Kč
Žurnalista 1	10 000 Kč	>	120 000 Kč
Žurnalista 2	10 000 Kč	>	120 000 Kč
Psycholog (testy)	>		35 000 Kč
Odborníci (příležitostná pomoc)	>		10 000 Kč
Motivace pro absolventy za psaní recenzí	>		8 000 Kč
CELKEM	144 000 Kč		2 284 520 Kč
b) "Stavba" webu	Cena jednotka/měsíc	Cena všechny jednotky	Cena za rok
Návrh designu (+ grafického stylu projektu)		150 000 Kč	
Logo design		15 000 Kč	
Naprogramování		200 000 Kč	
SEO optimalizace		100 000 Kč	
Doména	25 Kč		300 Kč
Hosting	1 000 Kč		12 000 Kč
CELKEM		465 000 Kč	12 300 Kč
c) Marketing / Propagace	Cena jednotka/měsíc	Cena všechny jednotky	Cena za rok
Internetová reklamní kampaň (se startem webu)		120 000 Kč	
Letáky do středních škol (se startem webu)		35 000 Kč	
CELKEM		155 000 Kč	
d) Vybavení projektového týmu	Cena jednotka/měsíc	Cena všechny jednotky	Cena za rok
Notebook (5x)	28 000 Kč	140 000 Kč	
Výkonnější notebook pro IT-specialistu	38 000 Kč	38 000 Kč	
Mobilní telefon (6x)	8 000 Kč	48 000 Kč	
Mobilní tarif (+ internet) - pro všechny členy	2 700 Kč		32 400 Kč
CELKEM		226 000 Kč	32 400 Kč
CENA CELKEM ZA JEDNORÁZOVÉ NÁKLADY	846 000 Kč		
CENA CELKEM ZA OPAKUJÍCÍ SE NÁKLADY (ZŮSTÁVÁ V DALŠÍCH LETECH)	2 329 220 Kč		

8 SWOT analýza

Silné stránky:

- Poměr „cena/výkon“ / Efektivita
 - Počet lidí, které projekt může oslovit je obrovský, například když porovnáváme se střediskem/budovou pro vzdělávání. (jen studentů SŠ bylo podle Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy ČR v roce 2016/2017 celkem 400 tisíc – viz <http://toiler.uiv.cz/roценка/roценка.asp>).
 - Přitom projekt sám o sobě není tak finančně ani pracovně/udržitelně náročný.
- Zlepšení informovanosti žáků/občanů
 - Pomocť s rozhodováním (jít/nejít studovat?) a zaměřením v životě lidí (jaký obor je pro mě vhodný?).
 - Celková úroveň vzdělanosti a rovnoměrného rozdělení oborů (částečné řešení problému nízkého počtu řemeslně a technicky zaměřených studentů) se důsledkem tohoto zvyšuje.
- Velká možnost se nadále rozšiřovat a expandovat
 - Rozšíření projektu o online fórum/poradenství.
 - Přednášky/prezentace na školách.
 - Spolupráce s VŠ, SŠ, organizacemi (včetně zahraničí).
 - Rozšíření jazykových podob portálu – pro zájemce o studium v ČR i z jiných zemí.
 - Mobilní aplikace.
- Moderní technologie jsou nadále čím dál větší součástí našeho života
 - I díky tomuto projektu bychom jako ČR byli jak z venku (státy EU) tak zevnitř (samotnými občany České republiky) vnímáni více moderněji.

Slabé stránky:

- Zaměstnanci (členové týmu) komunikují většinou pouze přes internet (Skype) a mobil
 - Chybí osobní kontakt.
 - Na druhou stranu je to i výhoda (ušetří se za kanceláře atp.).
- Cena internetových stránek a designu
 - Kvalita je ale třeba (ne-li nezbytná) k úspěšnosti projektu.
- Kolísavost pracovního vytížení zaměstnanců
 - Budou období vysoké potřeby pracovního nasazení (například při úvodních týdnech rozjezdu webu) a naopak někdy budou období větší „pohody“ kdy duševní kapacita týmu nebude využita.
- Nutnost starat se o aktuálnost stránek
 - Výběr vysoké školy je záležitostí nejméně na 1 rok. Studenti se většinou starají o výběr vysoké školy už mnohem dříve než jen před/po maturitě (například ve druhém ročníku). A proto je velice pravděpodobné že pokud se portál studentu zalíbí bude se k návštěvám vracet (například každý měsíc, nebo začne sledovat sociální síť).

Příležitosti:

- Vytvoření konkurence pro další webové portály.
- Rozšíření se o pod-projekty, online poradny, workshopy, videa, prezentace na školách, fóra apod.
- Spolupráce se školami.
- Využití webu k různým druhům průzkumů a statistik (kupříkladu pro Český statistický úřad).
- Rozšiřování podobných projektů do cizích zemí + Spolupráce se státy a jejich školami.

Rizika:

- Nepodaří se dostat na první příčky v klíčových hledaných frázích na webových vyhledávačích.
- Nekvalitní design, logo, název a další aspekty.
- Nedostatečná míra veřejného povědomí o projektu (špatný marketing).
- Špatný dojem vyvolaný na veřejnost.
- Hackerské útoky či nedostatečná kapacita hostingu (kolik lidí může v jednu chvíli na portálu být, aniž by server spadl).
- Vysoké školy budou odkazovat spíše na komerční weby, na kterých si mohou propagaci zaplatit.
- Stránky se stanou nedůvěryhodné.

9 Udržitelnost projektu

Pětiletá doba udržitelnosti projektu, financovaná z dotace, by umožnila naplnění všech výše uvedených cílů. Portál StudujVýšku.cz by se měl dostat do povědomí všem středoškolákům a středním školám, jakožto základní kámen k cestě k informacím o vysokých školách a k rozhodnutí co dál po maturitě. Webový portál by si po pětiletém období měl zachovat stejné složení realizačního týmu a stejně tak i ideový záměr. Zdrojem financování by se mohli stát zájemci o reklamu (partneři), kteří nenaruší objektivitu webu a na stránkách budou mít exkluzivně umožněno umisťovat reklamu, například: nabídky ubytování studentů, slevy na jízdné, stravování, literaturu a cokoli dalšího pro studenty relevantního. Kromě zmíněných příjmů z reklamy by web umožnil firmám, zaměstnávajících vysoké procento vysoko-školsky vzdělaných lidí (jelikož sdílíme stejný cíl = vyšší vzdělanost) podílet se jakožto sponzoři.

Technické hledisko

Naším plánem není stavba střediska nebo budovy, kterou nelze rozšiřovat posunováním zdí. Nebojíme se říct, že by naše stránky mohly mít neomezenou možnost růstu a lidem (při udržování aktuálního obsahu) sloužit klidně i následujících několik let, či s nadsázkou dokonce říci že můžou být nesmrtelné. S udržováním projektu souvisí i rozvíjení internetu a s ním i našeho webu, který by měl být stále nápomocný. Prováděly by se zde všelijaké aktualizace a splňování přání/upomínek od uživatelů. Pravidelně by se aktualizovaly a doplňovaly informace o jednotlivých školách, nadále se přidávaly bezplatné testy, recenze od absolventů a aktuality. Mezi dalšími z hlavních cílů, v pozdějších letech, by bylo rozšíření se i do dalších zemí, jak je zdůrazněno v plánech do budoucna, viz níže.

Dotazníky

Napadlo nás, že by se na stránkách pravidelně tvořily dotazníky, které by obsahovaly otázky ohledně spokojenosti a případných nevýhod/nejasností. Tyto dotazníky by mohly sloužit i jako materiál pro nejrůznější statistiky a průzkumy. Neposledně jsou také součástí indikátorů. A hlavně by sloužily jako dobrá cesta k získání zpětné vazby.

Rozšíření do budoucna

Jak už jsme dříve naznačili, internet se den po dni vyvíjí a společně s ním by šly i naše stránky. Jako jedna z prvních věcí by mohla být úprava stránek také do angličtiny, pro potencionální zahraniční studenty a později, podle ohlasů, i do dalších jazykových verzí. S tím by souvisely i přednášky/prezentace v Čechách či v cizích zemích, kde by se společně s informacemi ohledně studia mohli propagovat jak naše vysoké školy, tak i naše stránky, které by k výběru studia byly jistě velmi užitečné. Později by se mohly vytvořit obdobné stránky pro výběr středních škol, např. „studujstredni.cz“, jelikož se pravděpodobně i většina studentů základních škol alespoň trochu trápí problémem výběru střední školy. Na začátek jsme si vybrali web ohledně vysokých škol, jelikož nám přijdou „důležitější“ pro budoucnost, výběr povolání a celkově vysoký počet získaných schopností/zkušeností, ale samozřejmě také proto že nám je aktuálně problematika výběru univerzit bližší. V neposlední řadě by také bylo velice výhodné vytvořit aplikaci na mobilní telefony. Mobilní telefony se v posledních pár letech staly velmi využívaným zařízením a byla by škoda toho nevyužít. Aplikace by měla být přístupná i bez připojení k internetu, aby měli lidé možnost zjistit co nejvíce informací o škole, co nejrychleji.

Zdroje

Informovanost studentů o studiu na vysokých školách [online]. In: . [cit. 2018-01-20].

Dostupné z:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd0WePvq67mtw3fD5jwpQukxH2SIearEse1QxMOfdjwqlktZw/viewform>

In: *SimilarWeb - Digital Market Intelligence* [online]. SimilarWeb [cit. 2018-01-20].

Dostupné z: <https://www.similarweb.com/>

Logo MMR. In: *Nemocnice Pelhřimov* [online]. [cit. 2018-01-20]. Dostupné z:

http://www.hospital-pe.cz/wp-content/uploads/2016/12/logo_MMR.jpg

Linka-NP. In: *DotaceEU.cz* [online]. [cit. 2018-01-20]. Dostupné z:

http://www.dotaceeu.cz/getmedia/d6445bec-56a5-430f-9451-1258f265e3b9/linka-NP_2.png?width=500&height=83

Final english logo. In: *Obchodní akademie a VOŠ Valašské Meziříčí* [online]. [cit. 2018-01-20]. Dostupné z: http://www.oavm.cz/erasmus/images/final_english_logo.gif

Příloha 1: Dotazník

Přemýšleli jste někdy nad možností studia na VŠ?

- Ano, o studiu na VŠ už jsem dříve uvažoval/a.
- Ne, moc mě to nezajímá.
- Jiné: _____

Jste spokojeni se svou úrovní informovanosti o studiu na VŠ?
Máte například jasno v otázkách typu: Vyplatí se mi jít na výšku?
Vím jaký obor/školu vybrat? Kolik to vlastně stojí? Mám možnost studovat v zahraničí? Jak moc je studium vlastně těžké?
Potřebuji dobré známky ze SŠ nebo se dělají pouze přijímačky?

	1	2	3	4	5	
Ne, o studiu na VŠ nevím skoro nic.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ano, mám v tom naprosto jasno.

Kde byste případné informace a odpovědi nejdříve hledali?

- Zeptal bych se okolí.
- Hledal bych na internetu.
- Jiné: _____

Pokud by jste k doplnění znalostí využili internet, na jakém zařízení byste informace pravděpodobně hledali jako první?

- Počítač/Notebook
- Mobil
- Jiné: _____

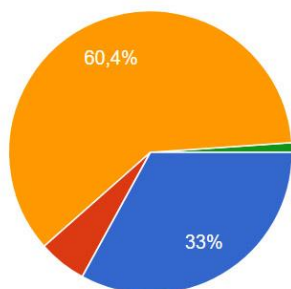
Uvítali by jste zdarma webový portál (např. studujvysku.cz) který by objektivně pomáhal s výběrem škol, informacích o studiu, financích a možnosti studia v cizině, zdarma testy pro pomoc s výběrem oborů/práce, "recenze" absolventů a další články a novinky z vysokých škol, sdílené také na sociálních sítích?

	1	2	3	4	5	
Ne, něco takového mi přijde zbytečné.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ano, to by bylo určitě fajn.

Výsledky dotazníku

Přemýšleli jste někdy nad možností studia na VŠ?

91 odpovědí

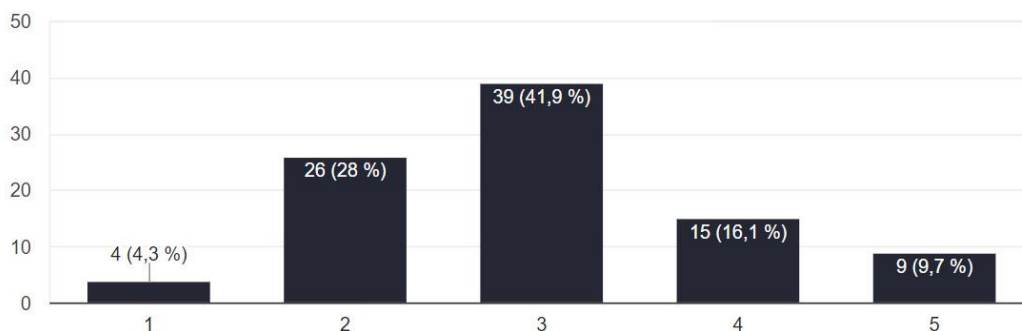


- Ano, o studiu na VŠ už jsem dříve uvažoval/a.
- Ne, moc mě to nezajímá.
- Ano, nad studiem na VŠ už jsem dříve uvažoval/přemýšlel.
- Jsem studentem VŠ

93,4 % respondentů uvažovalo o studiu na VŠ (součet odpovědí Modrá + Oranžová)

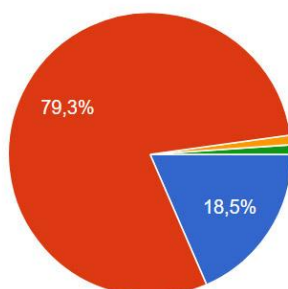
Jste spokojeni se svou úrovní informovanosti o studiu na VŠ? Máte například jasno v otázkách typu: Vyplatí se mi jít na výšku? Vím jaký obor/školu vybrat? Kolik to vlastně stojí? Mám možnost studovat v zahraničí? Jak moc je studium vlastně těžké? Potřebuji dobré známky ze SŠ nebo se dělají pouze přijímačky?

93 odpovědí



Kde byste případné informace a odpovědi nejdříve hledali?

92 odpovědí

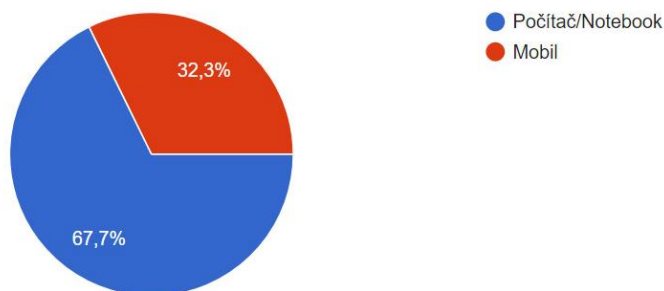


- Zeptal bych se okolí.
- Hledal bych na internetu.
- Veletrh vysokých škol Gaudeamus
- zeptala bych se svého vyučujícího nebo bych se obrátila na jiného kantora, kterému věřím nebo na kamaráda co vysokou studuje

Výsledky dotazníku

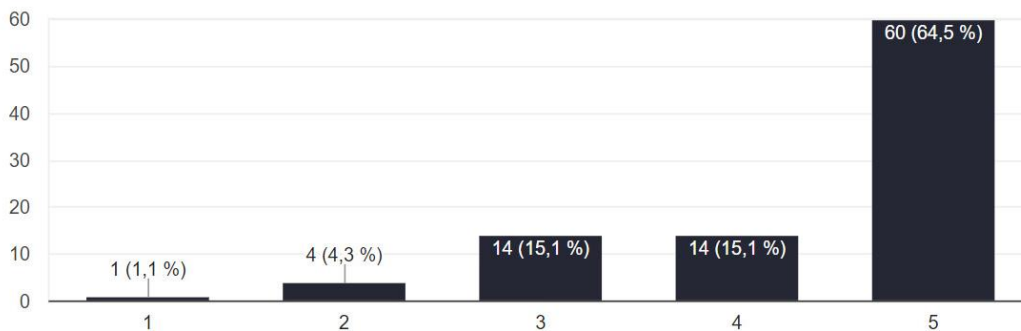
Pokud by jste k doplnění znalostí využili internet, na jakém zařízení byste informace pravděpodobně hledali jako první?

93 odpovědí



Uvítali by jste zdarma webový portál (např. studujvysku.cz) který by objektivně pomáhal s výběrem škol, informacích o studiu, financích a možnosti studia v cizině, zdarma testy pro pomoc s výběrem oboru/práce, "recenze" absolventů a další články a novinky z vysokých škol, sdílené také na sociálních sítích?

93 odpovědí



Příloha 2: Čestné prohlášení



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

My, níže podepsaní studenti střední školy

Obchodní akademie a VOŠ Valašské Meziříčí, Masarykova 101, 757 01 Valašské Meziříčí

tímto čestně prohlašujeme, že jsme autory návrhu projektu

StudujVýšku.cz

Webový portál pro zájemce o studium na Vysokých školách

Projekt jsme vypracovali samostatně za pomoci pedagoga pro účely soutěže Navrhni projekt.
Veškeré další zdroje uvádíme v projektovém návrhu.

Ve Valašském Meziříčí, dne 30. ledna 2018

Kontaktní e-mail: r.sterb@gmail.com

JMÉNA A PODPISY ČLENŮ TÝMU

Jméno a příjmení: Roman Šterba

+420 739 438 318, r.sterb@gmail.com
Pod Oborou 21, Valašské Meziříčí, 75701

Podpis: *Roman Šterba*

Jméno a příjmení: Nela Čunková

+420 731 467 886, cunkovan@seznam.cz
Štěpánská 1514, Vsetín, 755 01

Podpis: *Nela Čunková*

Jméno a příjmení: Nikola Kovářová

+420 737 965 340, nikolakovarova15@seznam.cz
Lužná u Vsetína 258, 756 11

Podpis: *Nikola Kovářová*

Jméno a příjmení: Petr Kuběja

+420 731 264 989, petr.kubeja@seznam.cz
Vidče 555, 756 53

Podpis: *Petr Kuběja*

Jméno a příjmení: Matěj Jenčke

+420 602 006 064, matejjencke@seznam.cz
Frenšát pod Radhoštěm 895, 744 01

Podpis: *Matěj Jenčke*

Jméno a příjmení pedagoga: Mgr. Robert Sigmund

Podpis: *Robert Sigmund*
+420 777 636 274, robert.sigmund@oavm.cz
Smetanova 1151, Valašské Meziříčí, 757 01