

Návrh konceptu nového webu Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy www.fsv.cuni.cz

Obsah

Zadání	3
Charakteristika společnosti	3
Cíle	4
Cíle pro vybrané cílové skupiny	4
Současný stav – hlavní nedostatky stávajícího webu	5
Požadavky na nový web	5
Nastavení metrik úspěšnosti - KPI's	5
Cílové skupiny	6
Uchazeči o studium	6
Odborná veřejnost	6
Média a veřejnost	6
Potenciální zaměstnanci	7
Sponzoři a partneři	7
Současní zaměstnanci	7
Současní studenti	7
Úvodní analýza	7
Analýza klíčových slov (xls soubor - odkaz)	7
Závěry – promítnutí do konceptu	7
Best practice	9
České fakultní weby	9
Weby zahraničních univerzit	12
Best practice – neuniverzitní weby	17
Evropská centrální banka (ECB) – konzervativnější design	18
The Bank of New York Mellon Corporation – modernější design	25
Jak nad návrhem přemýšlíme	31
Koncept – key messages	31
Struktura výchozí české mutace webu	32
Hlavní menu (6 položek)	32
Další odkazy v navigaci (layoutu / záhlaví webu)	37

Struktura anglické mutace webu	39
Návrh prototypu webu – typové stránky webu (wireframes)	42
Homepage (CZ)	42
Homepage (EN)	43
Hlavní navigace – megamenu	44
Landing page hlavní sekce	45
Navigace – 3. a 4. úroveň	46
Typové stránky – Telefonní seznam / Lidé na fakultě	47
Telefonní seznam / Lidé na fakultě – filtrování dle pracoviště abecedně	49
Typové stránky – Telefonní seznam / Lidé na fakultě – detail člověka	50
Hlavní směry redesignu – popis funkcionalit	52
Responzivita	52
Struktura, obsah, průchodnost webem	53
Navigace	53
Interaktivita, sociální sítě	53
Promo prostor v hlavní prezentační části webu na homepage	54
Layout - více prostoru, méně skrytého obsahu	54
Ne sloupce, ale dlaždice v řádcích	55
Více prostoru pro větší fotografie (image)	55
Začlenění mikrostránek do webu FSV UK	55
Videoobsah	56
Práce s redakčním obsahem	57
Popis page flow – průchod webem (navigace)	58
Záhlaví úvodní stránky	58
Mega menu	58
Třetí úroveň navigace	59
Hlavní prezentační promo prostor na homepage	60
Blok redakčního obsahu	60
Shortcuty na tematické landing pages	61
Rozšířené zápatí	62
Fulltextové vyhledávání	62
Aktuálně	65
Rozvoj webu do budoucna	68

Zadání

Předmětem zadání je redesign webu FSV UK na adrese www.fsv.cuni.cz. Projekt redesignu je rozdělen do dvou fází. V první fázi jde pouze o korporátní web, weby jednotlivých institutů budou předmětem realizace v druhé fázi projektu.

Charakteristika společnosti

Fakulta sociálních věd UK byla založena 1. června 1990 (po zrušení Fakulty žurnalistiky), první studenti začali studovat v akademickém roce 1990/1991.

Rok 1993 byl ve znamení přechodu na systém institutů jako zastřešujících organizačních jednotek a kateder jako jejich součástí garantujících realizaci a rozvoj jednotlivých akreditovaných oborů.

Přechod na systém institutů znamenal zrušení stávajících vědeckých pracovišť a současně zdůraznění pedagogického charakteru fakulty. Na FSV byly založeny: Institut ekonomických studií, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Institut politologických studií a Institut sociologických studií. V roce 1994 byl na FSV zřízen ještě Institut mezinárodních studií. V roce 1995 vzniklo při FSV Centrum pro mediální studia (CEMES) a v roce 2000 Centrum pro sociální a ekonomické strategie (CESES).

V roce 2017 dojde možná k organizačním změnám, přibude šestý institut – ze současného Kabinetu jazykové přípravy by měl být Institut jazykové přípravy a CEMES a CESES budou pod instituty.

V současné době je hlavním cílem fakulty rozvíjet pedagogickou a výzkumně-analytickou činnost a rozšiřovat profesní přípravu v klíčových sociálněvědních oborech: ekonomii, komunikačních studiích, mezinárodních teritoriálních studiích, politologii a sociologii.

V současné době studuje na FSV UK více než 4 000 studentů.

- FSV UK nabízí bakalářské, magisterské a doktorské obory.
- Převážná většina oborů je otevírána v prezenční podobě, některé obory v prezenční i kombinované, popř. pouze v kombinované formě. Většina oborů je otevírána v českém jazyce, některé magisterské a doktorské kurzy jsou akreditovány též v anglickém jazyce, resp. v německém jazyce. Cizojazyčné obory jsou placené.
- Fakulta provozuje jeden hlavní fakultní web - českou a anglickou verzi, nyní extranet/intranet. Jednotlivé součásti mají své weby - instituty, katedry. Existují i další dílčí weby podporující nábor uchazečů - např. studujpolitiku.cz, studujies.fsv.cuni.cz, apod. Některé studijní programy mají vlastní stránky. Další weby vznikají ke konkrétním akcím - letní školy, konference.

Cíle

Primárním cílem redesignu je vytvoření responzivního webu, který bude přístupný a zobrazitelný jak na desktopu, tak na mobilních zařízeních (tablety, mobilní telefony). Stěžejním cílem je změna struktury webu tak, aby zástupci cílových skupin snadno a rychle našli požadovanou informaci. A také aby logická struktura umožňovala do budoucna rozšiřování obsahu do nastavených logických sekcí. Tím zabráníme nekontrolovanému bujení v obsahově nelogických místech a orientace na webu zůstane neohrožena. Stejně jako konzistence SEO (pojmenování stránek, pretty URL, landing pages, parametrické stránky, SEO exponovaných stránek webu – title, description, texty apod.).

Jedním z cílů kromě informační architektury dle zásad user centred designu je i reprezentativní, nadčasový design, který reprezentuje FSV UK v ČR i zahraničí a buduje image moderní vysoké školy, která drží krok s dobou a vychází vstříc svým uživatelům.

Cíle pro vybrané cílové skupiny

Uchazeči

- Být pro kvalitní uchazeče o studium první volbou
- Získávat kvalitní uchazeče a rozvíjet celé spektrum oborů a typů studia
- Nabízet nejvyšší, ale i nejrozsáhlejší doktorské studium v oblasti společenských věd v ČR

Rozvoj mezinárodní spolupráce

- Podpora mezinárodní mobility prostřednictvím programu Erasmus+ a mezifakultních, meziuniverzitních i vládních dohod, prohlubování a rozšiřování spolupráce s prestižními univerzitami v zahraničí, nejen na úrovni studentských a akademických mobilit, ale také v oblasti výzkumu či výuky, podpora mezinárodní spolupráce a nabídky studia pro zahraniční studenty na FSV UK prostřednictvím letních škol, propagace značky FSV UK a jejích cizojazyčných programů a oblastí výzkumu v zahraničí, rozvoj propagace cizojazyčných placených programů

Zaměstnanci

- Zvyšovat prestiž zaměstnání na Fakultě sociálních věd UK a zlepšovat ohodnocení pracovníků. Být dobrým zaměstnavatelem se spokojenými zaměstnanci.

Veřejnost

- Působit jako aktivní činitel veřejného prostoru.

Absolventi, studenti

- Absolventi spokojení s absolvovaným studiem, kteří budou šířit dobré jméno fakulty.
- Studenti, kteří se k FSV rádi hlásí.

Současný stav – hlavní nedostatky stávajícího webu

- Nefunkčnost na mobilních zařízeních (neresponzivní/neadaptivní design, ani mobilní verze webu)
- Neexistence pretty URL dle zásad SEO
- Přecházení z extranetu na intranet - uživatel se snadno ztrácí, zmatenost obsahu v částech extranet/intranet
- Vyskakovací menu, které "ujíždí" – funguje jen na mouse over
- Přizpůsobování obsahu šablone (na extranetu šest sloupců, na intranetu čtyři) – brání rozvoji
- Přemíra informací, dublování informací a formulářů, zmatek, neaktuální stav informací, dokumentů, zmatený přístup k jednomu dokumentu více cestami. Nejasná navigace webem. Absence imagové dominanty webu (výrazný vizuál, carousel, dlaždice, atd.).
- Nevhodná struktura a navigace - uživatelé někdy nemohou dohledat dokumenty a další potřebné informace

Požadavky na nový web

- Funkčnost na mobilních zařízeních
- Zjednodušení. Co nejvýraznější. Redukce přemíry informací, osekání webu na dřev.
- Sloučení extranetu s intranetem
- Moderní vzhled
- Zlepšení struktury webu, lepší orientace webu.
- Pretty URL
- Redakční systém odpovídající roku 2017, nejlépe open source řešení: webová správa, jednoduché a komfortní ovládání CMS.

Nastavení metrik úspěšnosti - KPI's

- Návštěvnost webu v důležitých obdobích (přijímací řízení)
- Budování loajality – opakované návštěvy / přihlášení k odběru newsletteru
- Obsluha studentů při přijímacím řízení (testy nanečisto, informace k přijímacím zkouškám, podání přihlášky)
- Podání přihlášky
- Nástup ke studiu (u cizojazyčných programů zaplacení školného)
- "Like" FSV UK na Facebooku (anglické i české verze), sledování na Twitteru a Instagramu – přímo z webu (příp. asistované konverze), sdílení odkazů
-

Cílové skupiny

Uchazeči o studium

Uchazeči o studium v českých studijních oborech

Primární cílové skupiny:

- studenti SŠ
- studenti jiných VŠ a VOŠ
- současní studenti FSV UK
- studenti různých přípravných kurzů (pomaturitní studium jazyků, apod.)
- zájemci o VŠ vzdělání, momentálně nestudující
- uchazeči o studium kurzů U3V (Univerzita 3. věku)

Sekundární cílové skupiny:

- starší spolužáci, přátelé – naši studenti a absolventi
- rodiče
- učitelé SŠ
- pedagogové z jiných VŠ
- výchovní poradci
- média
- budoucí zaměstnavatelé/komerční sféra/oborově spřízněné instituce či organizace

Uchazeči o studium v cizojazyčných studijních oborech

Primární cílové skupiny:

- studenti zahraničních SŠ a VŠ
- studenti českých SŠ, VŠ a VOŠ
- současní studenti FSV UK
- studenti různých přípravných kurzů (př. na ÚJOP UK)
- potenciální uchazeči o VŠ vzdělání v zahraničí, momentálně nestudující

Sekundární cílové skupiny:

- starší spolužáci, přátelé – naši studenti a absolventi
- rodiče – zvláště ti s vazbou na ČR
- pedagogové z jiných českých a zahraničních SŠ a VŠ
- výchovní poradci
- studenti studující na FSV v rámci výměnných dohod
- ambasády, organizace, spolky aj. v daných zemích, které informaci o studiu poskytnou primární cílové skupině

Odborná veřejnost

Vědecká / pedagogická / akademická veřejnost v ČR i v zahraničí
Partnerské organizace našich akademických pracovníků a studentů

Média a veřejnost

Česká média

Anglicky psaný tisk a média v ČR

Zahraniční média

Široká veřejnost
Univerzitní/fakultní média
Média zaměřená na vzdělávání/vědu a výzkum

Potenciální zaměstnanci

Zájemci o zaměstnání – THP (technicko-hospodářský pracovník)
Zájemci o akademická místa z ČR
Zájemci o akademická místa ze zahraničí
Doktorandi

Sponzoři a partneři

Absolventi
Firmy, organizace

Současní zaměstnanci

THP
Akademičtí zaměstnanci

Současní studenti

Studenti českých studijních oborů
Studenti cizojazyčných studijních oborů
Zahranční studenti studující na FSV UK v rámci mezifakultních / meziuniverzitních dohod či během letních škol

Úvodní analýza

Struktura i informační architektura webu je přizpůsobena a optimalizována z hlediska SEO, indexování a robotů a typického chování uživatelů.

Pro sestavení finální struktury webu jsme standardně provedli úvodní analýzu, zejména analýzu klíčových slov, uživatelské testování (tree sorting), zohlednění dat z chování návštěvníků webu (Google Analytics).

Návrh tedy stojí na úvodní analýze uživatelského chování, který zahrnuje všechny tyto kroky:

- Data z Google Analytics
- Průzkumy u studentů
- Rozhovory s cílovými skupinami na fakultě (zaměstnanci – pedagogové, administrativa atd.)
- Analýza klíčových slov (podklad pro strukturu, SEO, kampaně)

Analýza klíčových slov (xls soubor - odkaz)

Analýza klíčových slov je dostupná zde:

https://drive.google.com/drive/folders/0B_V04QE8d6RoM1JERUxBLWRYT28?usp=sharing

Závěry – promítnutí do konceptu

Analýza klíčových slov naznačila, že hlavní problém je ve struktuře webu – mnoho informací se duplikuje a cesty vedoucí k cíli jsou nelogické, stejně jako kontextový obsah. Toto zjištění

vedlo k nové struktuře webu, která nepočítá s „intranetovou“ částí a servíruje informace cílovým skupinám rovnou z hlavního menu.

Z obecných frází doporučujeme používat spíše slovo „univerzita“ než „vysoká škola“, má totiž větší váhu, hledanost je skoro dvojnásobná.

Ukázalo se, že lidé povětšinou nehledají žádné konkrétnosti, potřebují dobře skórovat na základ (vyhledání školy, fakulty) a pak potřebují zajistit dobrou průchodnost webem/page flow (struktura, navigace).

Mezi nejčastěji hledané sekce patří ta pro současné studenty – o studiu (což vyplývá i z Google Analytics) a sezónně také sekce Příjímací zkoušky (přejmenováno ze současného Příjímacího řízení právě s přihlédnutím k analýze klíčových slov).

Kromě standardních informací, lidé kvitují nadstavbový obsah, jako jsou testy nanečisto, jak řízení probíhá, co na sebe, jak si vést u ústního pohovoru apod. Obdobně informace pro stávající studenty – Jak psát bakalářskou práci, citační normy, apod. Anebo např. informace pro veřejnost z akademického prostředí (např. používání titulů – jak oslovovat lidi s různými tituly, jak je psát apod.). Tyto informace pak zvyšují kvalitu webu pro uživatele a rating ve vyhledávačích. Doporučujeme při rozvoji webu s tímto obsahem počítat a do budoucna jej rozšiřovat.

Abychom nezapleveledovali základní strukturu tímto nadstandardním obsahem, který je ale pro uživatele stoprocentně přínosem, umístili jsme články na toto téma do redakční části pojmenované jako Aktuálně, kde se tyto články objevují zařazené do příslušné rubriky. Výhodou je, že jsou poutány na titulní stránce a landing pages relevantních sekcí, jsou otagované – tedy dobře dohledatelné pro uživatele a příznivě fungují v rámci SEO, zvyšují dostupnost webu z vyhledávačů.

Z analýzy dále vyplynulo, že top obsahem jsou také informace nestudijního charakteru, které hrají rozhodující roli při výběru školy (konkurenčnost). Jde především o informace ze života na fakultě – od menzy, kolejí, po akce, spolky, restaurace pro studenty atd. Proto vznikla zcela nová sekce přístupná z hlavní navigace „Život na fakultě“, kam jsme tento obsah umístili.

Pojmenování stránek a struktura webu vychází z reálného vyhledávání podloženého uvedenou analýzou klíčových slov.

Doporučení pro anglickou mutaci webu

Doporučujeme ponechat web na CZ doméně fsv.cuni.cz jako výchozí URL a nastavit domény jako COM, CO.UK atd. jako alias pro ostatní země. K tomuto stačí použít kanonizaci (tag/odkaz do hlavičky na zdrojový web www.fsv.cuni.cz/en anebo www.fsv.cuni.cz/de apod.).

Struktura i layout webu bude pro anglickou mutaci téměř totožná, pouze vypustíme obsah, který je pro zahraniční studenty irelevantní – obsah budeme jen redukovat. Drobné změny zaznamenají odkazy v záhlaví, v anglické mutaci se objeví navíc button „Apply now“ pro online podání přihlášky. Jde o silný call to action prvek a z analýzy vyplývá, že tato akce patří k nejčastějším a patří k vytýčeným KPI'S (akvizice).

Best practice

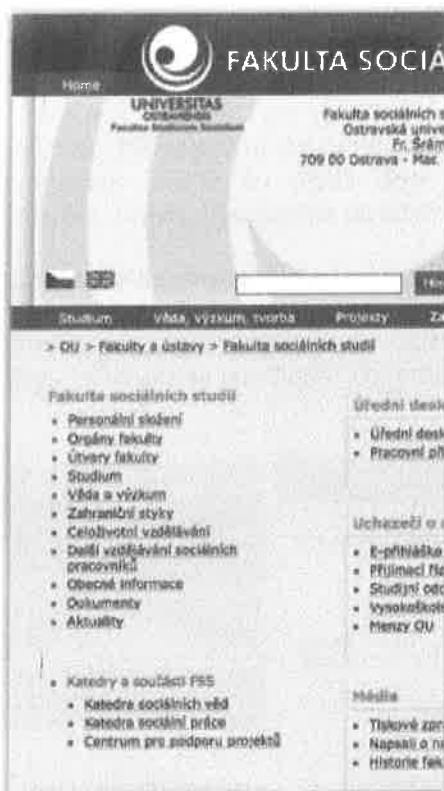
České fakultní weby

Většina českých fakultních webů je zastaralá, jak designem tak informační architekturou. Samotný univerzitní web často už prošel redesignem (smysluplným – je responzivní, s optimalizovanou strukturou a navigací), ale na fakultní weby ještě nedošlo.

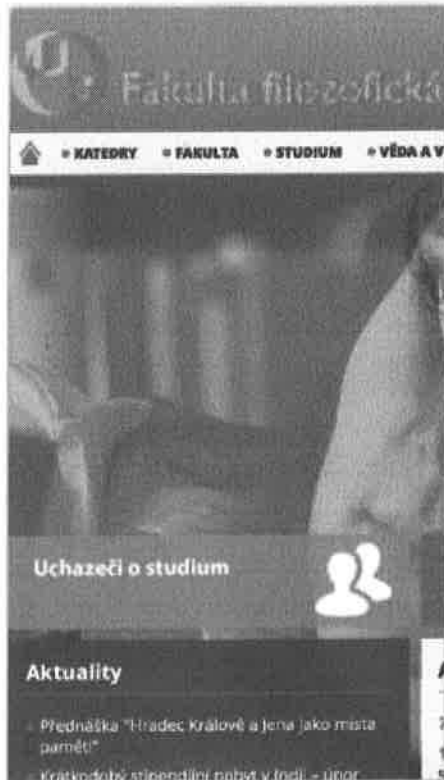
V případě, že ano, většinou bylo hlavním cílem zobrazení webu i na mobilních zařízeních, ale v mnoha případech ani k tomu nedošlo. Nemá proto tudíž smysl vyzobávat dobré příklady z praxe, protože ve většině případů tam žádné nelze najít. Jen na ukázkou uvádíme pár print screenů vybraných fakultních webů v ČR zobrazených v režimu mobilního telefonu pro doložení situace.



<http://www.mff.cuni.cz> | <http://www.prf.cuni.cz>



<http://www.ff.cuni.cz> | <http://fss.osu.cz>



<http://af.mendelu.cz> | <https://www.upce.cz/ff/index.html>



<http://www.ff.upol.cz> | <http://www.fss.muni.cz>



<https://www.uhk.cz/cs-CZ/FF> | <https://ff.zcu.cz>

Weby zahraničních univerzit

V zahraničí, kde je mnohem větší prostor ke zkoumání, je situace trochu lepší. Lze vybrat weby, které svým zpracováním inspirují k tvorbě nového webu FSV UK. Opět jen poznamenávám, že státní instituce či vysoké školy ve zpracování webu často pokulhávají za komerčními prezentacemi a velké množství z nich je opravdu uživatelsky nepřístupné pro dnešní uživatele, obzvláště pro generaci millenians (cílová skupina uchazečů).

Největší výzvou a neduhem je velké množství informací, které univerzitní weby obsahují, proto je nejdůležitějším bodem funkční struktura webu a navigace tak, aby se dotčené cílové skupiny dostaly k informacím, které jsou pro ně relevantní. Hlavní menu musí být dostatečně výstižné a stručné, aby přes něj bylo možné postupovat dále do nitra webu. Dobrým příkladem může být např. web Yale, jehož struktura informací v hlavní i sekundární navigaci, naprosto vystihuje základní logiku webu, třídění informací na míru cílovým skupinám.



<http://www.yale.edu>



<http://www.ox.ac.uk/#>



<http://www.uchicago.edu> využívá tzv. megamenu, které jsme v konceptu nového webu FSV UK použili i my. Více v návrhu konceptu webu níže.

V množství obsahu je potřeba se dokázat dobře orientovat nejen prostřednictvím navigace (menu), ale také dalšími pomocnými prvky. Proto nesmí chybět **drobečková navigace**, výborně zpracované **fulltextové vyhledávání (dynamic search)**, prolínání kontextového obsahu uvnitř webu, **odkazy v zápatí**, mapa webu.

HELPFUL LINKS

- Contact Us
- Privacy Policy
- Nondiscrimination & Title IX

Yale West Campus

- Emergency Info

Employment Opportunities

- More Inclusive Yale

VISITING YALE

- Campus Tours
- Museums & Galleries

Maps & Directions

- New Haven

Yale Visitor Center

- More Visit Resources



YALE ON INSTAGRAM

Copyright © 2016 Yale University • All Rights Reserved • Contact Web Editor








ALL SOCIAL MEDIA

Dalším faktorem, který úspěšné weby spojuje, je práce s redakčním obsahem. Protože univerzity a i samotné fakulty mají mnoho aktuálních informací, které musí na web pravidelně umisťovat. Je proto důležité, aby tento obsah byl snadno přístupný cílovým skupinám, dobře se v něm hledalo a byl umístěn vždy na místě, kde jej uživatel čeká a kde mu přináší informační hodnotu (kontextový obsah).

Příkladem budiž opět web univerzity Yale, který umožňuje hledání v rubrikách i prostřednictvím fulltextu. Aneb využijme příkladu webu Pensylvánské univerzity.

PROSPECTIVE STUDENTS

CURRENT STUDENTS

FACULTY

STAFF

ALUMNI & FRIENDS

College of Arts & Sciences

The Graduate Division

College of Liberal and Professional Studies

University of Pennsylvania

School of Arts and Sciences

SAS A-Z

Contact

Search SAS

GO

ABOUT US

NEWS & EVENTS

FACULTY & RESEARCH

DEGREES & PROGRAMS

SUPPORTING SAS

NEWS

Three Endowed Chairs Named in Penn Arts and Sciences' Department of History

December 9, 2015

Dean Steven J. Fluharty is pleased to name three faculty members to endowed chairs in Penn Arts and Sciences.

+

✕

📖

📧

Professor's Research on Mass Incarceration Informs Documentary, Museum Exhibit

November 26, 2015

After studying the origins and politics of mass incarceration, Marie Gottschalk has taken her research one step further by introducing the idea of a "carceral state" with millions of people in prison, on probation or on parole who are still "detained" through monitoring.

+

✕

📖

📧

Announcement from Dean Fluharty on the College Dean

November 22, 2015

During the spring semester of 2017, Dennis DeTurck will be on sabbatical leave from his roles as Stephen A. Levin Dean of the College of Arts and Sciences, Robert A. Fox Leadership Professor, and Professor of Mathematics.

+

✕

📖

📧

Chemists Uncover New Information About a Protein Linked to Alzheimer's

November 20, 2015

Although the protein tau, which is associated with Alzheimer's and other neurodegenerative diseases, has been heavily studied for decades, its role in maintaining cell function is poorly understood.

+

✕

📖

📧

Featured Events

All Events

News

Blogs

OMNIA

Search Public News

GO

15

NEWS RELEASES AND STORIES

The Center for Engineering Innovation and Design

Established this spring to joining a culture of engineering the Center for Engineering Innovation and Design (CEID) is Yale's official academic "entrepreneur."

Learn more »



Related Content

School of Engineering expands hands-on educational opportunities

Students gain valuable work experience at the Yale School of Engineering & Applied Sciences through the new Center for Engineering Innovation and Design.

A new wave of engineering innovation

We wanted to see what we could accomplish by just wishing full time to this new project. The CEID's mission is to provide a platform for innovation and design.

Yale starts up

The new Center for Engineering Innovation and Design is a new venture that will be a key part of the school's future.

The latest from YaleNews



Report outlines principles for remaking campus buildings

December 1, 2014

Yale News Service

By Yale News Service

How long has RFP process when used again requires

December 1, 2014

Clayton Kester: "This is my United Way

December 1, 2014

His and previous led to the new to new study

December 1, 2014

For city's biggest vintage films, in coming, books, films, and more

December 1, 2014

The Yale News Service

A closer look for the curious

Yale News Service

By Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

By Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

By Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

By Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

By Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

By Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

By Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Yale News Service

Inspirací může být i zpracování redakční části webu v prezentaci harvardské univerzity – Harvard Gazette.



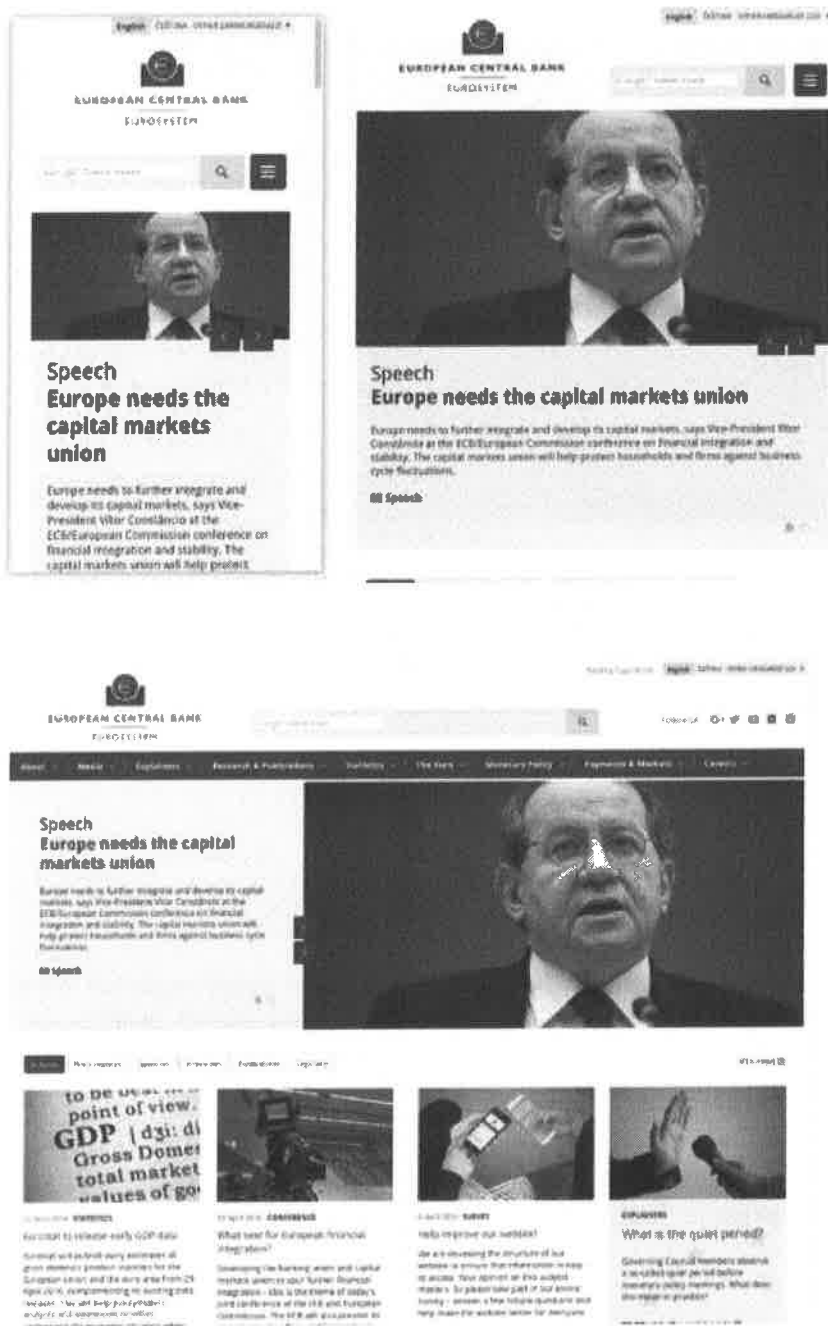
Best practice – neuniverzitní weby

Na ukázkou jsme připravili výběr těch nejlepších případů z praxe, sice neuniverzitních webů, ale inspirativních, pracujících s principy a prvky současného designu (nejen grafika, ale i UX). Na nich popíšeme, které prvky odpovídají současným trendům, jsou efektivní, a které by mohly být inspirací i pro nadcházející redesign webu FSV UK.

Jedná se o dva weby národních bank, které odpovídají současným požadavkům na moderní podobu webu – tzn. informační architekturu v souladu s user experience a grafickým designem. Liší se přístupem – jeden je konzervativnější, druhý více modernější.

Evropská centrální banka (ECB) – konzervativnější design

<https://www.ecb.europa.eu/home/html/index.en.html>



Responzivní především (+)

Samozřejmostí je responzivní design, důraz na korporátní identitu webu jako důvěryhodné státní instituce.

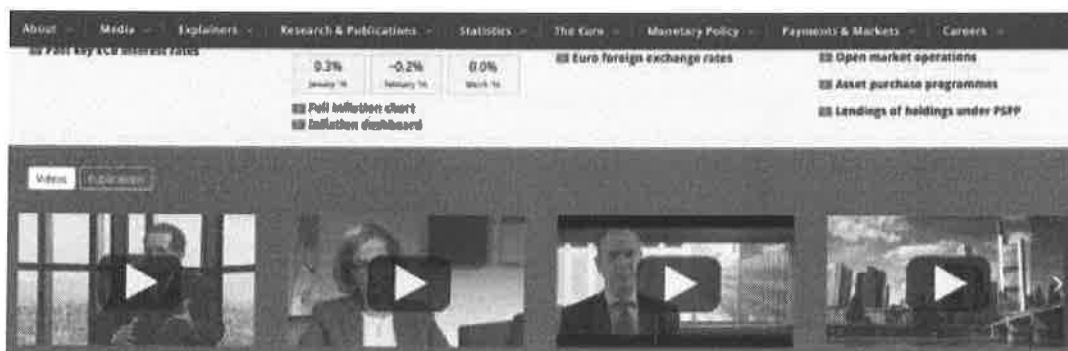
Navigace (+)

Navigace je řešena naprosto jednoduše, jedním hlavním menu – bez víceúrovňových menu na různých místech layoutu. Toto je možné zejména díky logické struktuře webu a seskupování témat do logických celků tak, aby uživatel intuitivně našel, co hledá. Druhá úroveň navigace je dostupná z hlavního menu, kde jsou umístěny odkazy druhé úrovně navigace a navíc je zde i prostor pro promo obsah sekce (obrázek, titulek, perex), což zatraktivňuje obsah webu, pomáhá SEO a vylepšuje image instituce.

Druhá úroveň navigace je pak přesunuta do levého menu, což je v desktop variantě webů s objemnějším obsahem a počtem a podstránek nejrozumnější řešení, ve kterém se uživatelé pohybují zcela jednoduše rychle, intuitivně.

Sticky menu (+)

Hlavní menu se při scrollování webem stává „přilepené“ v horní části webu (sticky menu). Opět jde o současný trend, který pomáhá uživateli mít navigaci stále při ruce, ač scrolluje webem, který je v současné době delší vzhledem k rozvolnění obsahu lépe konzumovatelném v mobilních zařízeních (extrémem jsou one page weby).



Práce s redakčním obsahem (+)

Bankovní instituce produkuje velké množství různého redakčního obsahu, proto je velice důležité strukturovat jej tak, aby se uživatel dostal k požadované informaci. Snadno si vyhledal typ obsahu, který potřebuje. Řešení na webu ECB, jak na titulní stránce, tak uvnitř webu v sekci Media, je velice přehledné, jednoduché. Obsah je strukturovaný do rubrik (Press releases, Speeches, Interviews, Publications, Legal acts).

Na titulní stránce si lze vyfiltrovat nejnovější zprávy z jednotlivých rubrik a navíc je zde i prostor na top články, které jsou pro banku důležité anebo mají delší platnost. Je jim věnován větší prostor (delší perex) plus fotografie.

- 27/04/2016

Statistical press release: Monetary developments in the euro area

[Read more](#)
- 23/04/2016

Financial re-integration trend moderates, but ambitious capital markets union will boost benefits of integration

[Read more](#)
- 22/04/2016

Decisions taken by the Governing Council of the ECB on addition to decisions setting interest rates

April 2016

[Policy](#) [Other](#) [Other LANGUAGES](#) [US](#)
- 22/04/2016

Results of the Q2 2016 ECB Survey of Professional Forecasters (SPF)

[Read more](#)
- 21/04/2016

ECB announces details of the corporate sector purchase programme (CSPP)

[Read more](#)

All press releases



22 April 2016 CONFERENCE

Macroeprudential policy in Europe and the world

The challenges, experiences and institutional structures of macroprudential policy are discussed in this policy panel. It is the final event of the first annual ECB macroprudential policy and research conference, jointly organised with the IMF.

Live webcast at 13:30 CET

Programme



EXPLAINERS

What is the quiet period?

Governing Council members observe a so-called quiet period before monetary policy meetings. What does this mean in practice?

What is the quiet period?

22/04/2016 12:00 PM LANGUAGES: 12/16 1

Media

Press releases

By date

2016

2015

2014 - 1997

By archives

Weekly financial statements

Statistical press releases

Governing Council decisions

Press conferences

Monetary policy accounts

Speeches

Press releases published in 2016

Filter the list below

- 23/04/2016

Financial re-integration trend moderates, but ambitious capital markets union will boost benefits of integration

[Read more](#)
- 22/04/2016

Results of the Q2 2016 ECB Survey of Professional Forecasters (SPF)

[Read more](#)
- 21/04/2016

ECB announces details of the corporate sector purchase programme (CSPP)

[Read more](#)
- 22/04/2016

Monetary policy decisions

Dlaždicový layout na titulní stránce, landing pages (+)

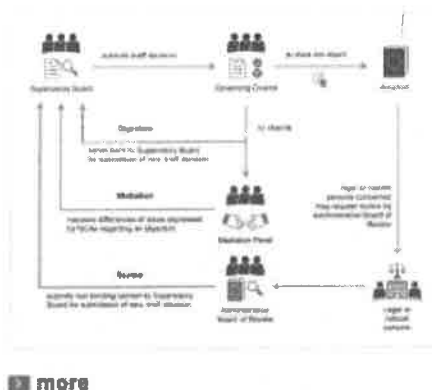
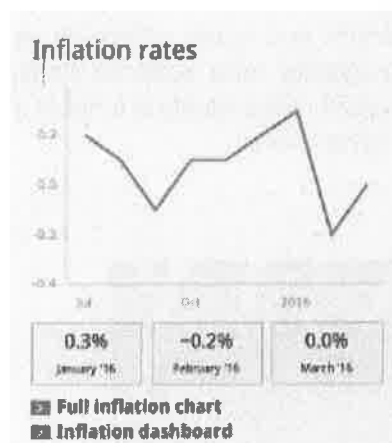
Strukturování obsahu homepage, landing pages a rozcestníkových stránek do dlaždic je trend, který je vstřícný jak k uživatelům, tak ve vztahu k responzivnímu designu (skládání dlaždic v menších rozlišeních pod sebe). Dlaždice ve složení obrázků (ikona) plus text je snadno uchopitelný a ve vysoké míře vede ke konverzi. Pro různé stavy dlaždic (hover, odkaz, proklik) lze navíc využít různé efekty a funkční mikroanimace, které uživatele zaujmou a atraktivně vybídnou ke kýžené akci.



Práce s ikonami, grafy, tabulkami, infografikami (+)

Současným trendem je i využívání grafických prvků jako jsou ikony, infografiky, které umožňují uživateli lépe konzumovat jinak obsáhlý či složitý obsah. I „suché“ informace jako jsou grafy, tabulky a jiná data lze zpracovat atraktivní, interaktivní formou a www prezentace ECB to jen dokazuje.

Interactive map of countries in the Single Euro Payments Area (SEPA)



4 November 2014

Learn how decisions on banking supervision are taken under the non-objection procedure.

Videoobsah se stává standardní součástí online komunikace, obliba konzumování obsahu v podobě videa neustále narůstá. Uživatelé jsou „líní“ brodit se dlouhými texty a raději se seznámí s problematikou prostřednictvím názorného videa, kde nemusí vyvíjet takové kognitivní schopnosti a aktivitu jako u psaného textu. Navíc je do videa možné propašovat i emoce, image značky, příběh, který má větší šanci ovlivnit postoje uživatele než prostý text. Prostřednictvím videa se lze dostat uživateli tak říkajíc pod kůži (hudba, sympatie s protagonistou videa, představení prostor uchazečům o zaměstnání apod.).



Home > Careers > Working at the ECB > Life in Frankfurt



Life in Frankfurt am Main



Promování dalšího obsahu – PR, microsites (+)

Dlaždicemi je poután i obsah dalších promovaných témat či projektů na webu ECB. Pro větší počet promovaných aktivit jsou dlaždice řešeny sliderem, ve kterém lze listovat/posouvat se šipkami. Opět se jedná o minimalistické zpracování – fotografie + nadpis. V podstatě jde o zcela minimalistické bannery v jednotném designu.



Interaktivní hovers (+)

Interaktivní hovers a mikroanimace patří k současným trendům. Nejedná se o samoučelné efekty, ale vždy by měly napomoci uživateli buď lépe rozeznat, co konkrétní prvek dělá, jak reaguje a povzbudit jej akci anebo vyzdvihnout vybraný obsah na úkor ostatního, méně důležitého. Často pomůže vzbudit i pozitivní emoce a udělat procházení webem příjemnější, stravitelnější. A to i v případě webů, které přinášejí spíše odborný či seriózní obsah. Na webu ECB jsme objevili drobnou „vychytávku“, kde v sekci Kariéra po najetí myši (mouse over) na

černobílé fotografie zaměstnanců se fotografie stane barevnou, živou. Je to milý detail, který naznačí pozitivní vztah banky ke svým zaměstnancům.



Sociální sítě (+)

Follow buttons

Odkazy na profily ECB na sociálních sítích jsou umístěny v layoutu webu formou ikon a jsou dostupné na všech podstránkách vždy na stejném místě – v záhlaví a zápatí webu. Zajímavé je, že ECB nemá profil na největší sociální síť na Facebooku. Primárně postuje na Google+ a Twitter.



Sticky share buttons

Pro sdílení obsahu webu ECB využívá na podstránkách web ECB plovoucí sdílecí tlačítka, která jsou dostupná v jakékoli části webu, kdekoliv uživatel scrolluje. Dle současných trendů není nutné u každého článku či jiného typu obsahu umisťovat extra ikonku, ale řešit sdílení obsahu na webu optimalizací webu pro sdílení obsahu těmito sticky share buttons.



The Bank of New York Mellon Corporation – modernější design

<https://www.bnymellon.com/us/en/our-thinking/index.jsp>

Tento web v sobě spojuje několik pozitiv a hodnotíme jej velice vysoko. Struktura informací i navigace je naprosto intuitivní – odpovídá současným trendům a zcela respektuje specifika responzivního designu.

Navíc má web i něco navíc co se týče grafického designu – v celé šíři naprosto přiléhavě respektuje korporátní identitu banky a je dotažen do nejmenších detailů. Celek pak působí kompaktně a velice příjemně a pozitivně.

Práce s typografií

<https://www.bnymellon.com/us/en/our-thinking/social-finance-at-scale-creating-value-for-investors.jsp>

Environmental, Social, and Governance (ESG) Factors Reshaping the Global Investment Landscape

Large global environmental and social shifts have rapidly gained recognition as factors that present significant risks and opportunities, particularly as we face the threat of global inequality. These shifts are part of what is addressed by the ESG risk analysis used by many professional investors.

The cumulative global cost of climate change related impacts on the environment, health, and food security will reach US\$2-4 trillion by 2030.¹

By 2050, the world population is expected to grow by more than 30 percent, with the majority of this growth happening in urban areas in the developing world. The resulting 9.5 billion people will face added challenges in an already resource constrained world.²

Without further financing, the gap is likely to grow. Funding will be required to meet growing needs related to issues like climate change and rapid population growth, for example in areas including low-carbon technologies and consumer industries. Notably, the annual global investment needed in developing countries in key sectors related to the proposed UN Sustainable Development Goals is estimated in range from US\$3.2 trillion to US\$4.5 trillion. Current investments in these sectors are around US\$1.4 trillion, leaving an investment gap of between US\$1.8 and US\$3.1 trillion per year.³ Industry-wide, greater effort is needed to mobilize the investment community and engage clients.⁴

Deployment of low-carbon technologies, including renewables, nuclear, and carbon capture and storage could lead to an additional investment opportunity of US\$4.7 trillion.⁵

Ignoring risks presented by the shifting global landscape has implications for investors' long-term returns. Natural resource constraints, global health threats, access inequality and demographic changes are already presenting business leaders with challenges, and are shaping decisions that will affect future business success and investment performance. These realities have been recognized and have resulted in policy shifts, for example, in some large US and non-US public investment funds.^{6, 8}

"For us, social finance refers to any investment activity that generates financial returns and includes social or environmental impact."

Share this quote: [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Email](#)

Infografiky, <https://www.bnymellon.com/us/en/who-we-are/invested-in-innovation.jsp>



Mikroanimace <https://www.bnymellon.com/us/en/who-we-are/index.jsp#leadership>

BNY MELLON

MEMO

OUR STORY | OUR PEOPLE | COMPANY PROFILE | INVESTMENT SOLUTIONS | BNY GLOBAL VISION | CONTACT US

Gerald Hassenet, Chairman and CEO

Leadership

Gerald became Chairman and Chief Executive Officer of BNY Mellon in 2011. Has served as an executive since 1984 and joined the company as a management trainee in 1973. During this time, he has helped transform BNY Mellon into the world's largest custodian and one of its largest investment managers. Gerald holds an MBA in finance from NYU Stern School of Business and a BA in economics from Duke University.

[VIEW OUR EXECUTIVE TEAM](#)




BNY MELLON


 UNITED STATES



WHO WE ARE
 WHAT WE DO
 WHO WE SERVE
 OUR THINKING

QUICK ACCESS
 CAREERS
 INVESTOR RELATIONS
 NEWS
 CONTACT

OUR STORY
 OUR PEOPLE
 COMPANY PRICING
 SUSTAINABILITY
 GLOBAL SOCIAL IMPACT
 INNOVATION

FIND THE LOCATION NEAREST YOU

North America
 Asia Pacific
 Europe, Middle East & Africa
 Latin America

Australia
China
Hong Kong
India
Indonesia
Japan
Malaysia
Philippines
Singapore
South Korea
Taiwan
Thailand



Newsroom, <https://www.bnymellon.com/us/en/newsroom/index.jsp?sort=0&page=1>

Newsroom

The screenshot shows the BNY Mellon Newsroom homepage. On the left is a dark sidebar with navigation links: Top Stories, News, Events, Social Media, Gallery, and Media Resources. Below these is a 'SUBSCRIBE FOR UPDATES' button and a section titled 'See more from BNY Mellon' featuring a grid of images and the text 'BNY Mellon's 2016 People Report Now Available'. The main content area has a filter bar with 'Type', 'Topic', 'Region', and 'Date' dropdowns. Below the filter bar are three featured news items: 1. 'Too Much Inward Focus Impedes Financial Industry Innovation' dated April 23, 2016, with a 'LUNCH ROOM' tag. 2. 'BNY Mellon Appoints John Weir Head of Application Platform and Services Group' dated April 22, 2016, with a 'FINANCIAL SERVICES' tag. 3. An image of a group of people with the date 'APRIL 23, 2016' below it.

Detail zprávy, <https://www.bnymellon.com/us/en/newsroom/news/company-news/bny-mellon-goes-carbon-neutral.jsp>

The screenshot shows the BNY Mellon website with the article 'BNY Mellon Goes Carbon Neutral' dated March 17, 2016. The article features a large graphic stating 'SINCE 2008 BNY MELLON REDUCED ITS DIRECT AND CLIMATE-RELATED GREENHOUSE GAS EMISSIONS BY 32%'. The text of the article reads: 'Building on its environmental performance leadership and delivering on the pledge it made as part of the White House's American Business Act on Climate Pledge, BNY Mellon has become carbon neutral for scope 1 and scope 2, as well as scope 3 business travel greenhouse gas (GHG) emissions for 2015. It has a strategy in place to continue this commitment and will remain carbon neutral in 2016. Carbon neutrality is reached when an organization's net GHG emissions are equal to zero.' Below the article is a quote: '2015 will be remembered as a milestone year for the global mission to'. On the left sidebar, there is a 'CDP CLIMATE DISCLOSURE LEADER 2015' badge and text stating 'BNY Mellon Continues CSR Leadership with Third Consecutive Perfect CDP Score'. On the right, there are 'Share' buttons for social media and 'Contacts' information for Colleen Krueger.

Práce s redakčním obsahem je obdobná jako v případě ECB. Tzn., že je seskupen na jednom místě, v tomto případě pojmenován Newsroom, kde je tříděný do rubrik, umožňuje snadné vyhledávání podle nastavených parametrů. Navíc je zde výrazná i designová složka, články jsou strukturovány do dlaždic, jsou doprovázené obrázky či grafikou rubriky, layout umožňuje zvýraznit důležité zprávy (top stories), dát jim výraznější podobu, prostor. Logicky je v této sekci dostupná možnost k přihlášení odběru novinek e-mailem. Je po ruce, v momentě, kdy uživatel čte zprávu a tím dokazuje, že má o obsah zájem (odběr není upozaděný v rámci nevýrazné patičky mimo relevantní obsah, jak bývá zvykem).

Tato „blogovací“ platforma je velice efektivní a uživatelsky přívětivá zejména pro čtenáře, ale i pro provozovatele webu – ten spravuje obsah na jednom místě a díky rubrikám dokáže filtrovat obsah do různých sekcí webu dle tématu/kontextu.

Další použité „best practice“ prvky:

- Videobsah (např. <https://www.bnymellon.com/us/en/who-we-are/invested-in-innovation.jsp>)
- Konzistentní výrazné, ale nerušivé hovers (mouse over efekty) – žlutý rámeček
- Začlenění sociálních sítí do komunikace na webu (snadné sdílení článků v Newsroom)
- Funkční landing pages (např. [Kariéra](#))
- Velké, nádherné a funkční fotografie (taktéž Kariéra např., ale i všude jinde na webu)
- Sticky menu navigace druhé úrovně – <https://www.bnymellon.com/us/en/who-we-are/invested-in-innovation.jsp>

Jak nad návrhem přemýšlíme

Obsahem zadání je redesign webu www.fsv.cuni.cz. Cílem je vybudovat současný, moderní, reprezentativní a efektivní portál, který bude splňovat požadavky stávajících i potenciálních zástupců cílových skupin. A bude akcentovat i nastupující trendy v oblasti online prezentace do budoucna. Jak v oblasti designu, UX, obsahu, tak technologické stránky projektu.

Nová grafická podoba hlavního webu by měla odrážet aktuální požadavky na ergonomii. Měla by podpořit transparentnost komunikace FSV UK a odrážet její postavení a image významné instituce - univerzity. Vzhledem k rozšiřující se možnosti přístupu k webu z různých mobilních zařízení by cílový stav měl umožňovat vedle stávajícího zobrazení také zobrazení optimalizované pro mobilní zařízení včetně použití odpovídajících ovládacích prvků typických pro dotyková zařízení.

Web by měl umožnit nalezení informace v co nejmenším počtu kroků pro různé skupiny uživatelů.

Zároveň by nová podoba měla odrážet použití novějších technologií v rámci webových prezentací – příkladem může být dynamické video/fotogalerie, dynamické vyhledávání, práce s videoobsahem či nové koncepční zpracování redakčního obsahu FSV UK.

Při tvorbě návrhu klademe důraz především na:

- Přehlednost a uživatelskou přívětivost
- Snadnou a rychlou cestu k informacím pro cílové skupiny
- Moderní grafický styl, který bude přehledný a použitelný jak na klasických desktopech, tak na mobilních zařízeních (web bude responzivní)

Koncept – key messages

Web je koncipovaný jako responzivní, tudíž informační architektura (struktura, wireframes) vychází z řešení „mobile first“ tak, aby bylo snadné použít fluidní design pro snadné scalování webu v různých zařízeních – od desktopu po mobilní telefony.

Design webu je přizpůsoben jedinému cíli, aby jednotlivé cílové skupiny našli co nejjednodušeji obsah sobě určený. Proto stojí na prvním místě jednoduchý layout s navigací konzistentní napříč webem se strukturou, která vychází ze zvyklostí cílových skupin uživatelů. Nová struktura prošla změnami tak, aby nebylo nutné hledat informace na více místech (současný intranet).

I počet typových stránek je omezený tak, aby jak na realizaci (náklady), správu a orientaci na webu byl web co nejjednodušší a vydržel v této podobě co nejlépe. I design webu je čistý, nadčasový v korporátních barvách tak, aby celkový pocit/design šel oživit vloženými fotografiemi, vizuály.

Hlavním navigačním prvkem je tzv. megamenu, které dovede snadno uživatele ke stránkám v první úrovni navigace. Na dalších úrovních je použito levé menu, vzhledem k obsáhlému obsahu webu. Je to nejpoužitelnější způsob, jak se dostat k cílové informaci v sekcích s větším množstvím stránek. A navíc umožňuje rozšiřování webu na těchto nižších úrovních tak, aby logika navigace a struktur obsahu zůstala neporušena.

Struktura výchozí české mutace webu

Hlavní menu (6 položek)

Fakulta

o Orgány fakulty

- Děkan
- Tajemnice
- Vědecká rada
- Akademický senát
- Disciplinární komise
- Kolegium děkana

o Děkanát

- Sekretariát děkana
- Podatelna, spisová služba, archiv
- Studijní oddělení
- Oddělení zahraničních styků
- Ekonomické oddělení
- Osobní oddělení
- Provozně-technické oddělení
- Oddělení vědy
- Oddělení vnějších vztahů

o O fakultě

- Úřední deska
- Veřejné zakázky
- Výroční zprávy
- Dlouhodobý záměr FSV UK
- Profil FSV UK | Historie FSV UK
- Partnerství
 - o Rozvoj knihovních a IT systémů
 - o Česká centra
 - o Člověk v tísni
 - o Knihovna Václava Havla

o Instituty a pracoviště

- Institut ekonomických studií
- Institut komunikačních studií a žurnalistiky

- Institut politologických studií
- Institut sociologických studií
- Institut mezinárodních studií
- Centrum pro sociální a ekonomické strategie
- Kabinet jazykové přípravy
- Knihovna
- Centrum informatiky a výpočetní techniky
- Weby institutů a pracovišť (mikrostránky spec. projektů)

○ **Absolventi** (odkaz na Alumni UK, odkaz na LinkedIn)

- Setkání absolventů – výpis novinek z rubriky ABSOLVENTI (součást layout – jen shortcut)
- Odkazy a kontakty
- Promoce

○ **Služby pro firmy**

- Rozhlasová a televizní laboratoř
- Expertní studie (Přenos poznatků)
- Pronájmy

○ **Kariéra**

- Volná místa (Výběrová řízení)

• **Přijímací zkoušky**

- **Studium na FSV UK** (Proč studovat na FSV UK)
 - Materiály ke stažení
 - Letáčky FSV UK (pdf)
 - Rozcestník - přehled institutů/kateder a oborů
- **Dny otevřených dveří**
- **Studijní obory a programy**
 - Bakalářské obory
 - Magisterské obory
 - Rigorózní řízení
 - Doktorské studium
 - Studium v cizím jazyce
 - Kombinované studium
 - Studijní pobyty/celoživotní vzdělávání
 - Univerzita třetího věku
 - Informace pro uchazeče se speciálními potřebami
- **Přijímací zkoušky** (součástí výpis novinek z Aktuálně, rubrika Přijímací zkoušky)
 - Podmínky přijímacích zkoušek

- Jak podat přihlášku?
- Elektronická přihláška
- Přijímací zkoušky z jazyků
- Ukázky přijímacích testů
- Nostrifikace
- **Studijní oddělení**
- **Často se ptáte** (ne jednotlivé stránky ke každé otázce, ale FAQ na jedné stránce – nejde o podstránky, jen strukturovaný obsah)
 - Výuka
 - Počty přijímaných
 - Statistika přijímacího řízení
 - Výsledky přijímacího řízení
 - Kde nás najdete

Studium

- **Studijní oddělení**
- **Harmonogram 2016/2017**
 - Rozvrh
- **Studijní plány (Karolinka)**
- **Stipendia a poplatky**
 - Stipendia
 - Zdravotní pojištění
 - Poplatky
- **Studium v zahraničí** (časově omezené nabídky v sekci Aktuálně, sem streamované)
 - Kontakt na OZS
 - ERASMUS+
 - ERASMUS+ praktické stáže
 - Mezifakultní dohody
 - Meziuniverzitní dohody
 - Mezivládní dohody
 - Fond mobility
 - CEEPUS
 - Individuální výjezd/Freemover
 - Užitečné odkazy ke studiu v zahraničí
- **Formuláře, návody, předpisy**
 - Formuláře (bc., mgr.)
 - Formuláře (Ph.D.)
 - Návody pro SIS a Moodle
 - Návody pro SIS UK
 - Návody pro Moodle
 - Studijní předpisy a opatření děkana

- Pravidla pro organizaci
- Stipendijní řád
- Opatření děkana

- **Zahájení studia**

- Základní informace ke studiu
- Zápisy do 1. ročníku
 - Harmonogram
 - Náhradní termín
- Průkaz studenta UK
- Imatrikulace
- Seznamovací kurzy
- Koleje a menzy
- Kombinované studium
- Přihlášení do počítačů v budovách FSV

- **Ukončení studia**

- Státní závěrečné zkoušky
- Rigorózní řízení
- Doktorské studium
- Promoce

- **Celoživotní vzdělávání/U3V**

- Univerzita 3. věku

- **Nabídky pro studenty FSV UK**

- Práce, stáže
- Konference/Sympozia/CFP – link do Aktuálně
 - Přednášky/Semináře/Diskuse
 - Projekty/Letní školy/Sport
 - Soutěže
- Informační, poradenské a sociální centrum Univerzity Karlovy (IPSC) – ext. link

- **FAQ (filtrace - jedny FAQ k sekci Studium - tematicky strukturované s fulltextovým vyhledáváním))**

- FAQ - pro vyšší ročník
- FAQ - pro 1. ročníky
- Výuka cizích jazyků na FSV UK
- FAQ - ukončování studia
- FAQ - hodnocení výuky

- **Věda a výzkum**

- **Habilitační a jmenovací řízení (Aktuálně)**

- Akreditované obory

- Habilitační řízení
 - Jmenovací řízení
- **Výzkumné a vědecké projekty**
 - PRVOUK
 - Grantové projekty
 - Výzkumný záměr
- **Publikační činnost**
 - Publikační novinky - Aktuálně
 - Publikační činnost
 - Fakultní časopisy
 - Ediční komise
 - Přidělování ISBN
- **Vědecká ocenění**
 - Cena Josefa Vavrouška
 - Vyhlašované ceny
 - Udělená ocenění
 - Čestné doktoráty
- **Vědecká rada**
 - Složení vědecké rady
 - Záписy
 - Termíny
 - Jednací řád
- **Postupy a návody**
 - Podávání a řešení projektu
 - Grantové agentury
- **Studentská věda**
 - Aktuality pro studenty
 - Vysokoškolský výzkum 2016
- **Evropské a operační programy**
 - HORIZONT 2020
 - 7. rámcový program
 - Operační programy
 - Erasmus+
 - Norské a EHP fondy
 - IVF Strategic Grant
- **Kontakty** (<http://intranet.fsv.cuni.cz/FSVINT-2103.html>)

● **Život na fakultě (potřeba připravit detailněji obsah pro plnění struktury)**

- Koleje UK
- Menzy UK
- Studentské aktivity
- Studentské peníze
- Spolky
- Kulturní akce
- Sociální sítě

- **Restaurace**
- **Kluby**
- **Fakultní oblečení – mikiny, trika ... Kolekce oblečení FSV**

Kontakty

- **Hlavní kontakt** (centrální kontakt, IČ, DIČ, datová schránka ...)
- **Telefonní seznam/ Lidé na fakultě** - kontakty na jednotlivá pracoviště (filtr dle abecedy/jména, dle pracoviště/fulltext)
- **Budovy** (přístup do budov, provoz, virtuální prohlídky, bezbariérový přístup)
 - Kontakt na PTO
 - Správa areálu UK Jinonice
 - Provozní pravidla
 - Pravidla pro studentské akce Hollar

Další odkazy v navigaci (layoutu / záhlaví webu)

Aktuálně (rubriky)

- **Studenti**
- **Přijímací zkoušky**
- **Aktuálně**
- **Tiskové zprávy**
- **Úřední deska**
- **Kalendář akcí**
- **Konference a semináře**
- **Život na fakultě**
- **Zahraniční styky**
- **Absolventi**
- **Věda a výzkum**
- **Napsali o nás**
- **Kariéra**
- **Pro veřejnost (akademické tituly ...)**

Pro média

- **Tiskové zprávy (rubrika Aktuálně)**
- **Kontakt pro média**
- **Press pack – ke stažení**
- **Zajímavá témata (rozcestník/odkazy na existující sekce webu - zejména Věda a výzkum)**
 - Habilitační a jmenovací řízení
 - Výzkumné a vědecké projekty
 - Publikační činnost
 - Vědecká ocenění

- Konference a semináře

Pro zaměstnance

- Práce na fakultě
 - Zaměstnanecké benefity
 - Benefitní program pro zaměstnance UK (odkaz v rámci stránky)
 - Průkazy zaměstnance
 - Odborová organizace
 - Užitečné odkazy
 - Dětský koutek a hlídání dětí
 - Manuál pro vstup do Hollaru
- Prezentace fakulty
 - Nabídka služeb PR FSV UK
 - Šablony ke stažení
 - Prezentace zaměstnanců v médiích
 - Logo, design manuál
 - Vizitky
- Vnitřní předpisy a dokumenty
 - Statut fakulty
 - Volební a jednací řád akademického senátu
 - Jednací řád Vědecké rady
 - Pravidla pro organizaci studia
 - Pravidla pro přiznávání stipendií
 - Rigorózní řád
 - Disciplinární řád
 - Ediční řád
- Ekonomika a provoz
 - Kontakt na ekonomické odd.
 - Osobní oddělení
 - Fakturační údaje
 - Účetní střediska
 - Tenký klient - manuál
 - Elektronické výplatnice - manuál
 - Formuláře
 - Pokladna
 - Nákup služeb a materiálu
 - Užitečné odkazy
- Pro guaranty
- Zápisy (ne podstránky, jen filtry)
 - Zápisy ze schůzí orgánů fakulty
 - Vedení FSV
 - Ediční komise
 - Akademický senát
 - Vědecká rada
 - Disciplinární komise UK FSV

- Svobodný přístup k informacím
 - Zápisy ze schůzí vedení institutů (odkazy na weby institutů)
- Formuláře
 - Ekonomické oddělení
 - Správa majetku
 - Oddělení zahr. styků
 - BOZP a PO

Struktura anglické mutace webu

- **About faculty**
 - Charles University
 - Faculty of Social Sciences (+ Facts and figures + Downloads)
 - Central Administration
 - Faculty Institutes
 - Other Parts of FSV UK
 - Alumni
 - Meet Us at Student Fairs (prolinkováno i ze sekce Admissions, prostor i v News)
- **Admissions (+Apply now)**
 - Why Study with Us? (How to apply + Testimonials)
 - Bachelor's Degree
 - Master's Degrees
 - PhD Programmes
 - Tuition Fees
 - Scholarships and Funding
 - Recognition of Previous Secondary Education
 - Study in Czech
 - Exchange students
 - International Mobility
 - Partner Universities
 - Spring and Summer Programmes
 - Other Options of Study
- **Academics / Current students**
 - **Degree Students**
 - All in one - Student manual 2016/2017 (pdf) – nutno převést i do html
 - Course Book ("Karolinka")
 - Degree recognition
 - English language courses
 - Your final exam / Your thesis
 - Transferring credit (+Discount in school fees)

- Getting Czech apostille
- **PhD Students**
 - Study rules and duties
 - Study plans, guidelines and obligations
 - Forms
- **Exchange & Visiting Students**
 - Conditions of Study for Visiting Students
 - Practical Arrangements
 - Student Manuals
 - Erasmus Arrival Sheet
 - Czech as Foreign Language
 - Erasmus Coordinators
 - Contacts
- **Practical Information**
 - Academic calendar 2016/2017
 - Arrival and getting around (Contacts)
 - Student ID cards
 - Housing and catering
 - Health care
 - Visa information and renewals
 - Students with special education needs
 - Information and Advisory Centre
- **Guides and manuals**
 - Student Information System (SIS)
 - Computers
 - Moodle
 - Forms and regulations
- **Research**
 - Habilitation and Appointment Procedures
 - Scientific Research
 - Projects of the Faculty
 - Scientific Publications
 - Awards
 - Scientific Council
- **Life at faculty**
 - Arrival and getting around (prolink do Contacts)
 - Housing and catering / Rooms for Lease
 - Health care

- Student activities
- FSV UK Apparel and Accessories Collection
- Sports
- Photos (photo gallery)
- Offers for students
- International Club
- Prague (city guide)

- **Contacts**

- Central Administration - Arrival and Getting Around - Maps and Directions / Virtual Tour
- Faculty Phonebook – people (filtr podle jména – AZ, podle oddělení/pracoviště)
- Emergency Numbers

Odkazy mimo hlavní menu

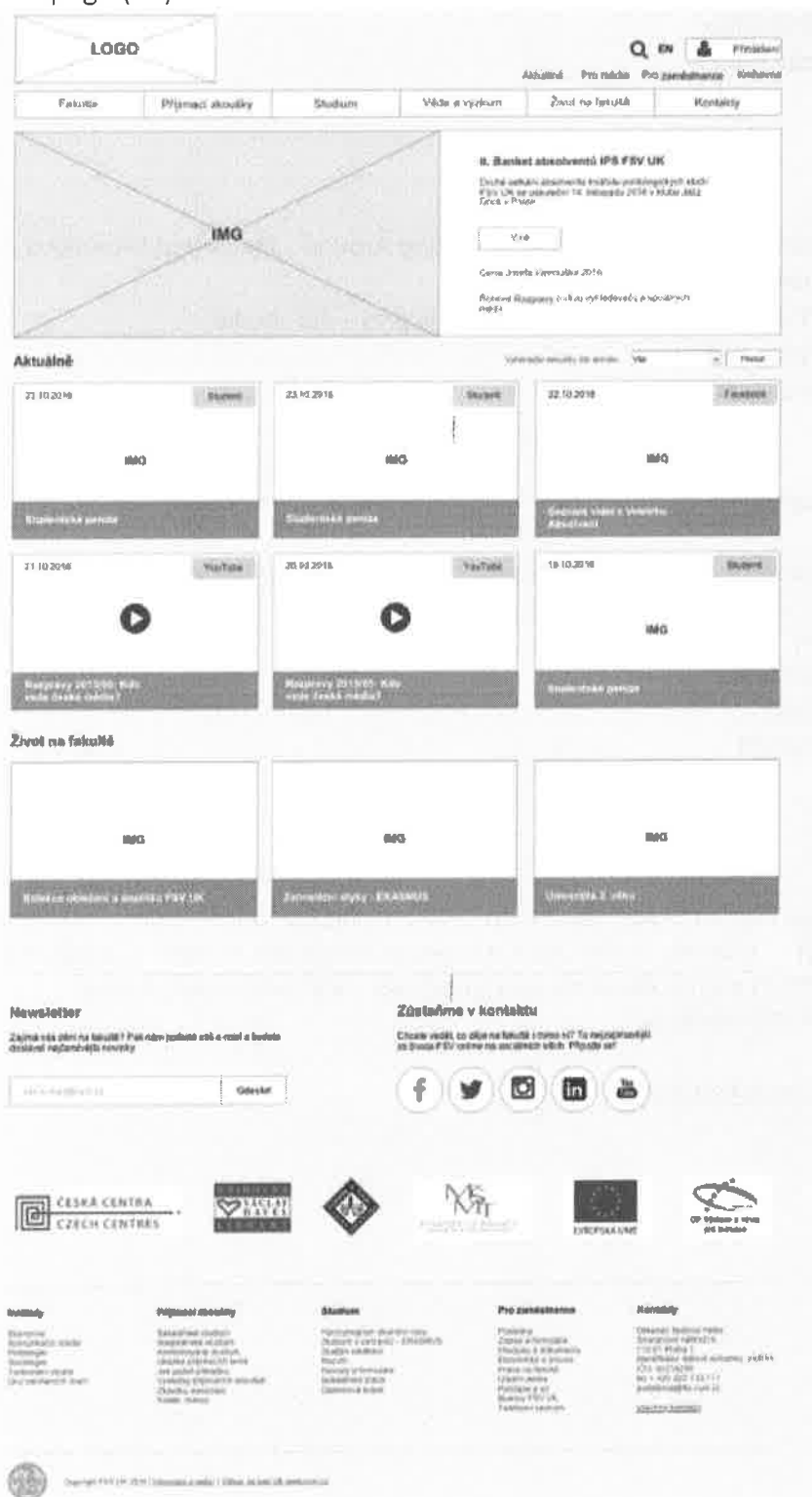
- News (strukturované do rubrik obdobně jako na české verzi webu – jen osekané množství rubrik)
 - Admission
 - Current students
 - Life at faculty
 - Press releases
 - Events
 - Research
 - Hot news
- Support / Help
 - Knowledge base: Do you need help? FAQ, Kontakty, online chat ... profily na soc. sítích ... tutorialy, downloads, guides and manuals, forms ... (uzpůsobit dle aktuálních potřeb studentů ze zkušenosti – statistiky o tom žádné relevantní info nedávají)
- Library
- Apply now – [Call to action button](#)

Návrh prototypu webu – typové stránky webu (wireframes)

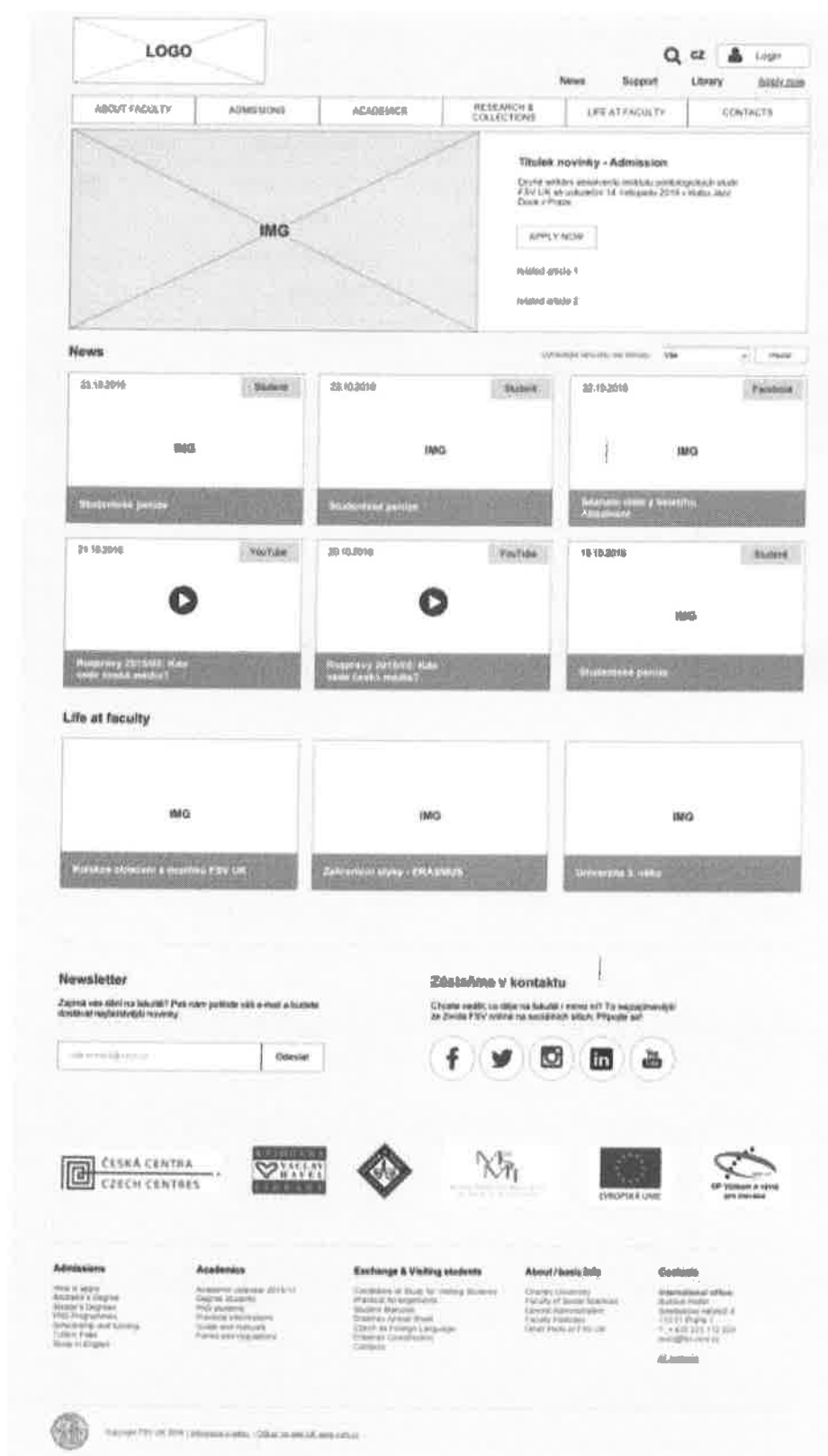
Dále uvedené wireframy jsou jednotlivě dostupné zde:

https://drive.google.com/drive/folders/0B_V04QE8d6RoM1JERUxBLWRYT28?usp=sharing

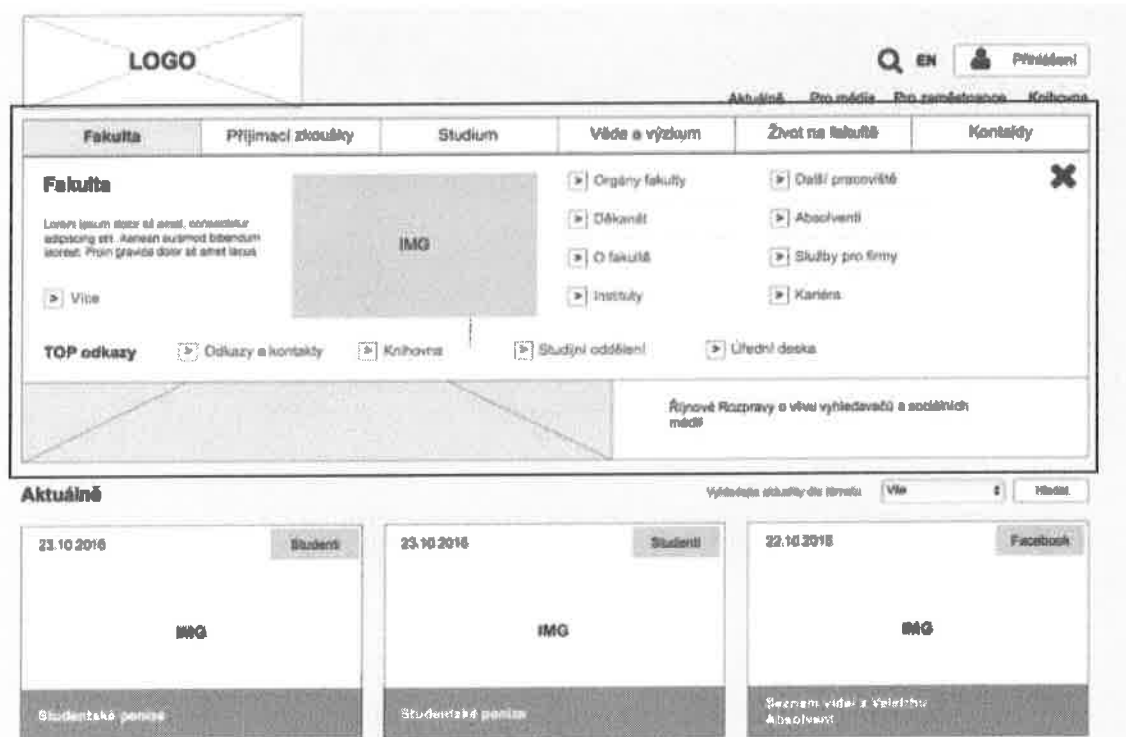
Homepage (CZ)



Homepage (EN)



Hlavní navigace – megamenu



Landing page hlavní sekce



Typové stránky – Telefonní seznam / Lidé na fakultě – filtrování dle jména abecedně



Q EN

Přihlášení

Aktuálně
Pro média
Pro zaměstnance
Knihovna

Fakulta
Přijímací zkoušky
Studium
Věda a výzkum
Život na fakultě
Kontakty

Úvodní stránka

Kontakty

Lidé na fakultě

Budovy fakulty

Lidé na fakultě

Podle jména (A-Z)

Podle příjmení

Společné filtrování

VYBRAT

a b c d e f g h i j k l m n

o p q r s t u v w x y z



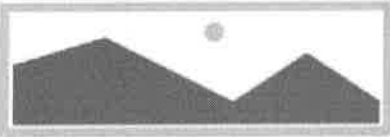
Jméno Příjmení

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor.



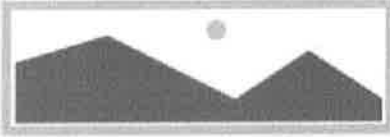
Jméno Příjmení

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor.



Jméno Příjmení

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor.



Jméno Příjmení

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor.



Jméno Příjmení

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor.



Jméno Příjmení

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor.

NACIT? DALŠÍ

Newsletter

Zajímá vás dění na fakultě? Pak nám pošlete veš e-mail a budete dostávat nejčerstvější novinky.

Zůstaňme v kontaktu

Chcete vědět, co děje na fakultě i mimo ni? To nejzajímavější ze života FSV online na sociálních sítích. Připojte se!

48

Typové stránky – Telefonní seznam / Lidé na fakultě – detail člověka

LOGO

EN

Přidání

Aktuálně

Pro média

Pro zaměstnance

Knihovna

Fakulta

Přijímací zkoušky

Studium

Věda a výzkum

Život na fakultě

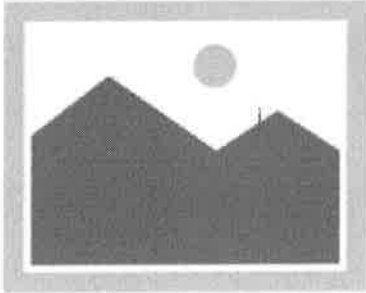
Kontakty

Úvodní stránka > Kontakty > Lidé na fakultě > Jedno Přijetí

Hlavní kontakty

Lidé na fakultě

Ilustrovy fakulty



PhDr. Jakub Končelík, Ph.D.

Oddělení: Institut komunikačních studií a žurnalistiky.

Katedra mediálních studií

Zařazení: odborný asistent

Funkce: děkan

Email: jakub.koncelik@fsv.cuni.cz

Telefon: 222 112 238

Místnost: č. 206, budova Holár

Publikace: [Vyučované předměty](#)

Konzultace: <http://terma.fsv.cuni.cz/>

Úřední hodiny: Pondělí 13:00-14:00

Sdílet

f

v

in

G+

Vybrané publikace

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, felis tellus mollis orci. sed rhoncus sapien nunc eget.

Vybrané publikace

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean euismod bibendum laoreet. Proin gravida dolor sit amet lacus accumsan et viverra justo commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, felis tellus mollis orci. sed rhoncus sapien nunc eget.

Zpět k profilu

Newsletter

Zůstaňme v kontaktu

50

Návrh grafického designu – homepage





Hlavní směry redesignu – popis funkcionalit

Responzivita

Web bude v první řadě responzivní, což je v současné době se stoupajícím podílem mobilních zařízení nutnost (v některých segmentech už více než 50 %, v případě FSV UK zatím okolo 22 %).

Kategorie návštěvníků	Desktop			Chrupavé		
	Návštěvníci	% z celkové návštěvnosti	Průměrná doba pobytu	Návštěvníci	% z celkové návštěvnosti	Průměrná doba pobytu
	339 023	31,82 %	107 868	56,77 %	2,51	00:02:57
1. desktop	285 584 (84,54 %)	29,00 %	77 015 (27,00 %)	55,15 %	2,50	00:03:15
2. mobilní	62 402 (18,61 %)	42,04 %	28 232 (45,37 %)	64,10 %	2,54	00:01:54
3. tablet	11 037 (3,26 %)	4,18 %	4 821 (43,60 %)	54,09 %	2,89	00:02:38

Neresponzivní web je a v blízké budoucnosti bude ještě větší bariéra v procházení webu všemi uživateli. Už nyní Google upřednostňuje vyhledávací index pro mobilní zařízení před indexem pro hledání z běžných počítačů. Design je tedy připraven dle pravidla „Mobile first“.

Struktura, obsah, průchodnost webem

Vzhledem ke stáří webu zaostává zejména struktura a rozložení informací, které se během času nabalovaly na www stránky a nebyl prostor, kam je do struktury či layout webu efektivně zařadit. Proto je nutná restrukturalizace webu, která umožňuje snadnější procházení webem a nalezení cílové informace.

A to zejména s přihlédnutím k responzivitě webu, která sama od podstaty vyžaduje co nejlepší informační architekturu v souladu s požadavky na user experience. Struktura obsahu a navigaci odpovídá i výběr prvků, které zejména v mobilních verzích odpovídají současným zvyklostem a specifikám právě mobilních zařízení. Tzn. strukturovanost textů, jejich rozsah, použití grafických prvků, které zjednodušují orientaci a konzumaci obsahu – dostatečně velké buttony s mikroanimacemi (hovery), které vybízejí k aktivitě, navigační prvky jako je burger menu, accordion menu, velké kvalitní fotografie, výrazná typografie apod.

Navigace

Další výzvou je také práce s redakčním obsahem, kde doporučujeme sjednotit aktuálně se měnící obsah na jednu platformu a filtrovat jeho charakter prostřednictvím kategorií/rubrik (např. Tiskové zprávy, Úřední deska, Zahraniční styky, Příjímání zkoušky apod.). Tímto způsobem lze lépe pracovat s kontextovým obsahem i v rámci webu, jak při zobrazování adekvátního obsahu v různých částech webu, tak při jeho správě – na jednom místě. Navíc se uživatel v rozsáhlejšímu obsahu lépe orientuje a mnohem lépe vyhledává relevantní informace. Doporučujeme tedy obsah sjednotit na jednu platformu jakéhosi zpravodajského média typu ve wireframech pojmenovaných jako „Aktuálně“, kde lze jednoduše jako na jakémkoli jiném zpravodajském portálu procházet a číst požadované informace v příslušných rubrikách.

A už na úvodní stránce lze tímto způsobem prostřednictvím rubrik poutat srozumitelně na více kategorií obsahu. A obsah nejenže „je king“, ale také tvoří podstatnou část důvodu, proč se uživatelé na web pravidelně vrací.



Interaktivita, sociální sítě

Důležitým prvkem na redesignovaném webu je větší propojenost se sociálními sítěmi, lepší spolupráce webu a soc. sítí tak, aby bylo možné většinu obsahu na webu sdílet na sociální sítě. A také přilákat více uživatelů na profily sociálních sítí FSV UK. Kromě dobře viditelných ikon soc. sítí, které vedou na profily (like buttons) doporučujeme pracovat také s obsahem sdíleným na sociálních sítích tak, aby automaticky byly aktuální informace streamované do news feedu redakční části webu (Aktuálně) – Facebook, Twitter, videa z YouTube, fotografie z Instagramu apod.

Oproti trendům z minulosti není vhodné vkládat share buttons ke každému článku či fotografii, ovšem tato funkcionality musí být dobře dostupná z každé stránky webu (např. typu sticky/plouvoucí butony apod.).

Promo prostor v hlavní prezentační části webu na homepage

Uživatelským testováním se ukázalo, že klasický slider na titulní stránce není příliš konverzní, proto doporučujeme upravit jeho funkcionality.

Buď si vybereme prostor jako prezentaci značky – imagový banner, kde neočekáváme žádnou vyšší konverzi, anebo jej využijeme jako poutání preferovaného obsahu anebo jako prostor pro navigaci na obsahově zajímavé landing page – např. formou 4 dlaždic. V případě, že půjde např. o redakční obsah s obrázkem je nutné, aby bylo vidět, jaké další konkrétní články se v slideshow nachází (jejich titulky jsou v miniaturách uvedeny přímo v slideru).

Layout - více prostoru, méně skrytého obsahu

Hlavní doporučenou změnou je adaptace layoutu webu ze současné skladby obsahových prvků na homepage i na podstránkách, umístěných v malých segmentech, malým písmem do současné volnější kompozice. Nyní se pro účel publikování co nejvíce obsahu na malé ploše hojně využívají záložky. V novém designu webu je potřeba zredukovat počty „schovaného“ obsahu, který uživatel musí složitěji hledat a v responzivní verzi s ním v této podobě nelze pracovat.

Pro tento krok doporučujeme zrevidovat požadavky různých oddělení na obsah publikovaný na webu a v rámci komunikační strategie na titulní stránce a landing pages zobrazovat jen top zprávy relevantní pro hlavní cílové skupiny (nelze vyhovět každému a znepřehledňovat web). Layout webu s vybraným počtem pozic zajistí pevný počet příspěvků a srozumitelnost a přehlednost webu i do budoucna (nelze nafukovat počet rubrik a pozic s novým obsahem). Struktura je nastavena dostatečně obecně a nadčasově, čímž se omezí nekontrolované bujení struktury a obsahu. Tím pádem hlavní navigace dokáže pojmut i nová témata, která v budoucnu na web přibudou.

Ne sloupce, ale dlaždice v řádcích

Tematické celky jako jsou novinky (zprávy, akce, tiskové zprávy) doporučujeme seskupovat v boxech na jednom řádku, aby bylo možné je v responzivním designu skládat pod sebe. Stejně tak tematické boxy typu Erasmus, U3V či kontextový obsah na cílové stránce situovat vedle sebe – ne pod sebe ve sloupci jako nyní (3 sloupcový layout je přežitek) – je to překážka pro responzivní design.

Více prostoru pro větší fotografie (image)

V případě TOP novinek či jiných TOP sdělení doporučujeme pracovat s většími fotografiemi, chytlavými titulky a perexy na větší ploše, aby upoutaly pozornost návštěvníka. Doporučujeme v hlavním promo prostoru upoutávat na maximálně 2-3 události anebo raději vždy jen jednu a pravidelně aktualizovat s poutavým vizuálem. Počítejme nejen s textovým obsahem, ale také s možností poutat i videoobsah – screen/titulní obrázek s playerem (v detailu příspěvku bude umístěno video).

Začlenění mikrostránek do webu FSV UK

Současným trendem v práci s obsahem je umístění specifického, tematického obsahu (současné mikrostránky na vlastní doméně jednotlivých institutů) přímo na stránky hlavního, korporátního webu včetně URL (www.fsv.cuni.cz/xxx, za lomítko). S tím, že obsah specifické sekce je formálně začleněn do layoutu korporátního webu (stejně záhlaví a zápatí) – neodvádí uživatele formálně (URL) ani opticky do jiného prostředí, ale má svůj specifický design.

Úvodní stránka (landing page) je graficky odlišná od podstránek standardní podoby webu (rozcestníkové stránky, detail stránky), navigace může být odlišná např. v případě one page layoutu (horizontální menu – odkazy formou kotev/hash) anebo v případě rozsáhlejšího obsahu může kopírovat standardní navigace korporátního webu (levé menu). Některé tematické okruhy lze koncipovat tak, že postavíme pouze úvodní landing page s vlastním layoutem a obsahem, který odkazuje na existující stránky ve struktuře webu v závislosti na povaze obsahu mikrostránky (parametrická stránka sdružující stávající obsah na webu dle společného jmenovatele).

Tyto mikrostránky jsou poutány na úvodní stránce formou bannerů ve spodní části webu, dále v případě důležitosti i textově v rozšířeném zápatí a také odkazem v hlavním menu/struktuře např. „Projekty FSV UK“ a lze jim poskytnout i prostor na úvodní stránce v boxech určeným k poutání redakčního obsahu, kde lze pro teaser využít větší plochu (titulek, perex, call to action button či speciální grafický banner, který opticky rozbije plochu s redakčním obsahem). Jde-li o TOP akci, lze umístit upoutávku i do hlavního slideru na titulní stránce. Prostoru, jak zpropagovat tyto projekty, je mnoho, záleží na prioritě a aktuálnosti obsahu.

Důležité je také zvážit, které mikrostránky jsou natolik specifické, žádané uživateli, odpovídající komunikační strategii FSV UK a naléhavá z hlediska prioritizace FSV UK a dle toho zredukovat počet takovýchto mikrostránek jen na ty, které mají smysl.

Videoobsah

Videoobsah se stává standardní součástí online komunikace. Obliba konzumování obsahu v podobě videa neustále narůstá. Jak již bylo řečeno v části Best practice.

Není nutné na každé video (reportáž, interview, vlog) chystat velkou drahou produkci, ale vybudovat si interně tým lidí, kteří mohou zajímavý obsah připravovat a točit. Podobně jako YouTubeři s kvalitním, ne příliš nákladným vybavením – zrcadlovka, směrové mikrofony, světla – základem je kvalitní zvuk. Profesionální střih a grafiku už lze outsourcovat či využít např. samotných studentů (podobně jako projekt Markething).

Doporučujeme s videoobsahem aktivně pracovat v rámci **redakční části webu (Aktuálně)** – interview, tutoriály – Jak vyplnit přihlášku, prezentace výsledků... formou video prezentací.

Prostor pro video nabízí i sekce webu **Fakulta**, kde lze prostřednictvím interview představit osobnosti FSV UK, prostory, historii – všechna tato témata k video zpracování zcela vybízí, protože jde o informace na text velice obsáhlé, ovšem pro veřejnost velice vizuálně zajímavé (nepřístupné prostory apod.).

Formálně navrhujeme komunikovat videoobsah na YouTube kanálu, kam budou všechna videa primárně umisťována a formou iframu publikována na webu FSV UK. Výhodou je jednoduchá správa, přístupnost pro všechna zařízení bez ohledu na operační systém, datová nenáročnost a zvýhodnění z hlediska SEO. Google indexuje videa a tím výrazně napomáhá viditelnosti ve vyhledávání i na YouTube jako takovém. YouTube pak může být dalším kanálem, který přivede uživatele na stránky FSV UK. Video lze otitulkovat i pro cizojazyčné návštěvníky webu. Do budoucna lze vybudovat **YouTube zpravodajský kanál FSV UK**, který bude mít pravidelné diváky (odběratele kanálu), se kterými lze aktivně komunikovat v komentářích, připravovat videa na přání o tématech, která uživatele zajímají a která by chtěli sami vidět. Video lze v rámci YouTube velice sofistikovaně promovat, cílit na vybrané skupiny uživatelů, remarketovat, a tím budovat image FSV UK a povědomí o jejích aktivitách u specifické i širší veřejnosti. Video na YouTube mají výrazný potenciál pro virální šíření (nejen ve vtipném slova smyslu, spíše jako užitečná, zajímavá, přínosná) a šanci uspět v online mediálním prostoru.

Další rich media formáty

Jednou z forem multimediální prezentace prostor/budov/aul/poslucháren FSV UK je i responzivní **virtuální prohlídka**, která dokáže názornou a „pěknou“ formou představit lokalitu i interiér způsobem, jako by tam návštěvník byl osobně. Příkladem pěkné responzivní virtuální prohlídky budiž např. [virtuální prohlídka Pražského hradu](#), kterou si lze pohodlně a efektivně prohlížet i z tabletů a mobilních telefonů. Pro nové studenty – tuzemské i zahraniční může být velkou přidanou hodnotou při orientaci v novém prostředí.

Práce s redakčním obsahem

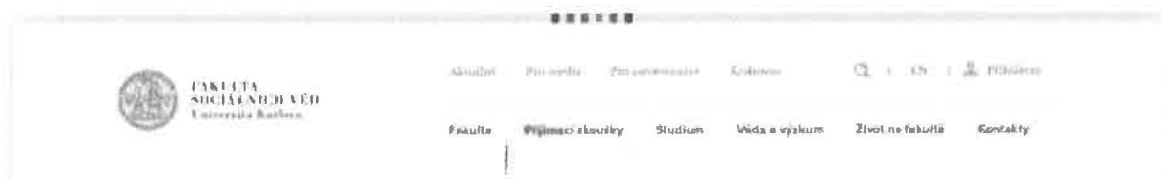
Výrazně jsme změnili systém publikování redakčního obsahu – novinek, tiskových zpráv, video zpráv tak, aby všechny příspěvky měly na webu jedno místo – jakýsi redakční portál pojmenovaný Aktuálně, kde si uživatel může pročitat příspěvky, sledovat videa, likovat, sdílet obsah zde seskupený. Detailní popis řešení je umístěn níže u konkrétního popisu drátěného modelu.

Příklad sekce News na webu BNY Mellon



Popis page flow – průchod webem (navigace)

Záhlaví úvodní stránky



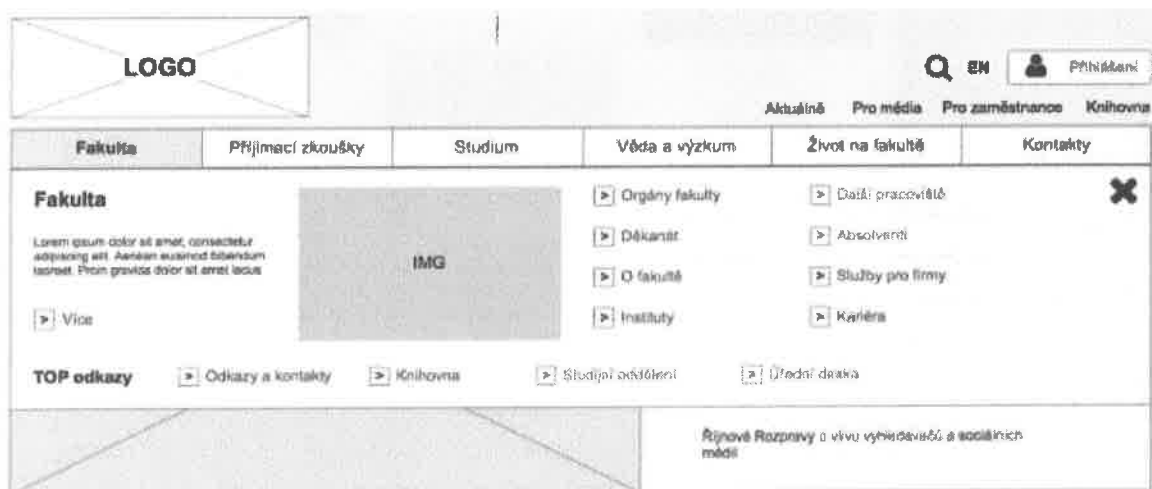
Záhlaví je vždy na stejném místě a je konzistentní napříč webem.

Vlevo je standardně umístěné Logo FSV pro návrat na HP.

Následuje servisní menu, které obsahuje tyto odkazy: Aktuálně (vstup do redakční části webu), Pro média, (sekce pro novináře), Pro zaměstnance, Knihovna, dále fulltextové vyhledávání napříč webem, přepínání webu do anglické mutace webu a button pro přihlášení (po kliknutí se objeví menu s možnostmi přihlášení do různých rozhraní – na prvním místě je SIS).

Nejvýraznější v záhlaví je hlavní navigace otevírající tzv. „mega menu“, které tvoří hlavní navigační cestu k obsahu webu do nižších úrovní.

Mega menu



Pro navigaci napříč webem jsme zvolili tzv. **mega menu**, které se v posledních průzkumech a uživatelských testováních (našich interních, ale i světových jako např. Nielsen Norman Group) ukazuje jako uživatelsky přívětivé a efektivní, ovšem je-li správně zpracováno. Což znamená, že je dostatečně velké, zobrazuje se na klik (nemizí po odjetí myši), používá grafické prvky, poutá i kontextový obsah či obsah jinak atraktivní. Navíc toto řešení uspoří jeden krok uživateli, který nemusí navštívit servisní rozcestníkovou stránku sekce, kde jsou umístěny jen dlaždice s názvy podkategorií. Aby toto řešení navigace bylo přátelské i pro vyhledávače, odkaz v menu (úvodní stránka sekce) je vždy i proklikávací a vede na úvodní

stránku sekce (landing page v drátěném modelu). Zde je již umístěno levé menu (2. úroveň navigace), jehož prostřednictvím se uživatel v sekci snadno pohybuje. Toto řešení je konzistentní napříč celým webem, aby uživatele pohodlně, intuitivně a srozumitelně provázelo k cílovým informacím.

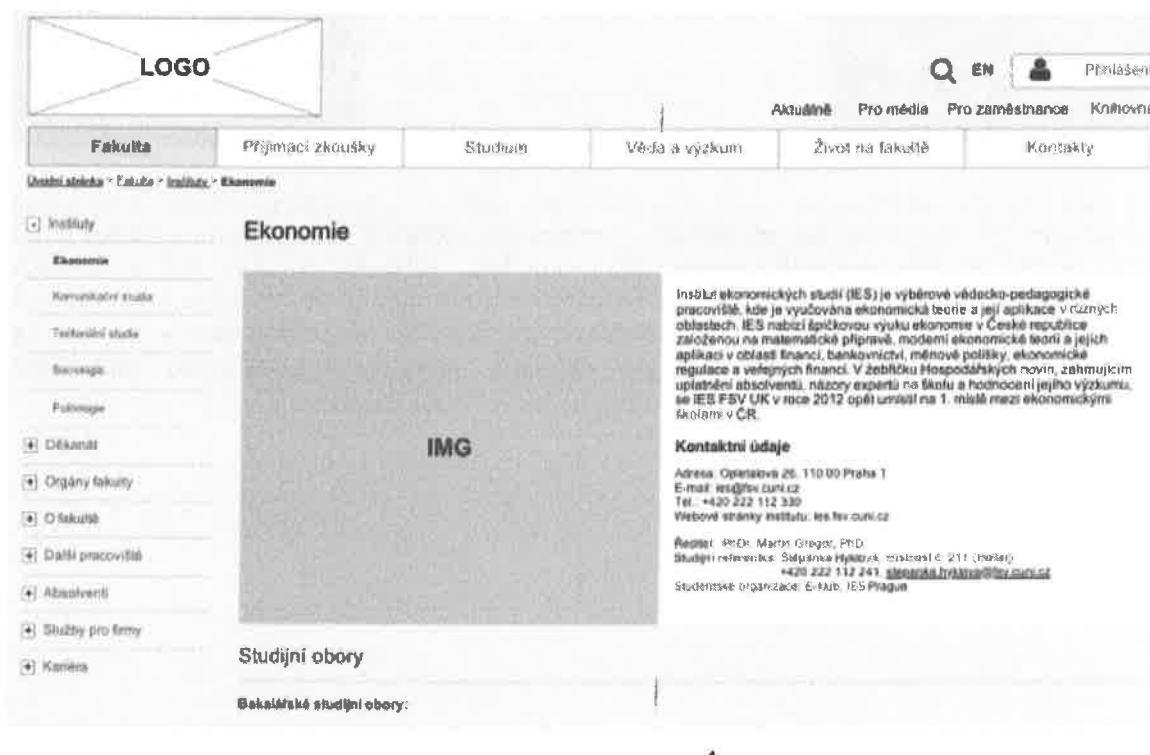
Toto řešení je opět v souladu s responzivním designem. Hlavní menu je na menších rozlišeních mobilních zařízení schované v „**hamburger**“ menu a druhá úroveň navigace se zobrazuje na témže místě prostřednictvím accordion menu (rozbalovací harmonika). Velké množství dlaždic na rozcestníkové stránce sekce je v mobilních telefonech s menším rozlišením zbytečnou bariérou v dostupnosti informací. Umístění v menu naopak čas průchodu webem zkracuje.

Další vlastností této navigace je „**sticky menu**“. V případě obsahově dlouhých stránek se při scrollu směrem nahoru objevuje „přilepené“ hlavní menu pro lepší orientaci v obsahu a dostupnost navigace pro snadný průchod webem (page flow).

Standardním řešením navigace webu je i **drobečková navigace**, která ukazuje, kde se uživatel ve struktuře nachází a je nedílnou součástí balíčku navigace společně s menu.

Po prokliku z mega menu se uživatel dostane na vybranou podstránku, kde se v této úrovni objevuje levé menu, jak je naznačeno v přiloženém wireframu.

Třetí úroveň navigace



Třetí úroveň navigace zobrazovaná prostřednictvím menu je poslední. Další potenciální krok (4. úroveň ve struktuře) je detekován drobečkovou navigací. V případě situací, kdy jsou použity filtry k práci s obsahem (např. FAQ, telefonní seznam) se tyto položky v menu nezobrazují. Mají samozřejmě své URL a v drobečkové navigaci jsou vypsané až po detail. Uživatel se v těchto případech dostává zpět buď prostřednictvím buttonu (Zpět ke všem

otázkám, zpět do rubriky) anebo je to řešeno accordion menu, kdy se obsah rozbálí a zabálí. Pouze v případě, že nejde o rozsáhlý blok textu.

Od třetí úrovně se uživatel může také pohybovat pomocí kotev, které jsou umístěny v nadpisech strukturovaného obsahu stránky. Opět doporučujeme zpracovat jako sticky. V případě opravdu dlouhých textů toto řešení výrazně napomáhá použitelnosti webu.

Do třetí úrovně tedy pracuje uživatel s megamenu a levým menu. K tomu má k dispozici drobečkovou navigaci, fulltext. Toto řešení zaručuje, že se na webu opravdu nikdo neztratí.

Hlavní prezentační promo prostor na homepage



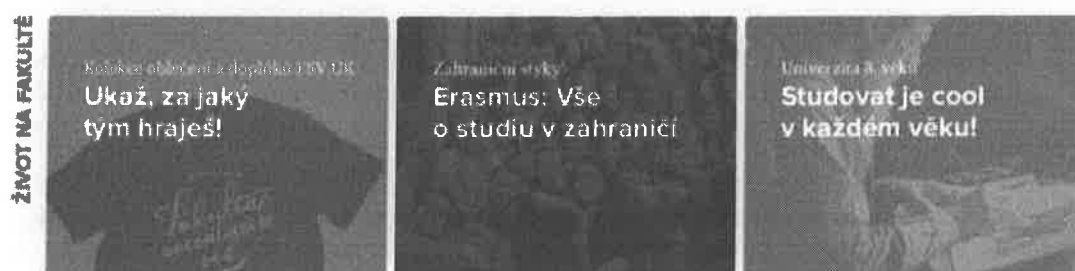
Tuto část tradičně věnovanou neefektivní slideshow claimů či množství novinek, jsme pojali jako prostor pro hlavní zprávu doplněnou o související obsah k tématu formou titulků dvou dalších zpráv. Prostor lze využít i na stávající promo typu: přijímací zkoušky, den otevřených dveří apod. Obsah lze v této části měnit nezávisle na chronologii a četnosti umísťovaných novinek v redakční části, přesně podle potřeb komunikace FSV. Počítáme vždy s mimořádně poutavým a hezky graficky zpracovaným vizuálem, který tvoří podstatnou část tváře webu/homepage.

Blok redakčního obsahu



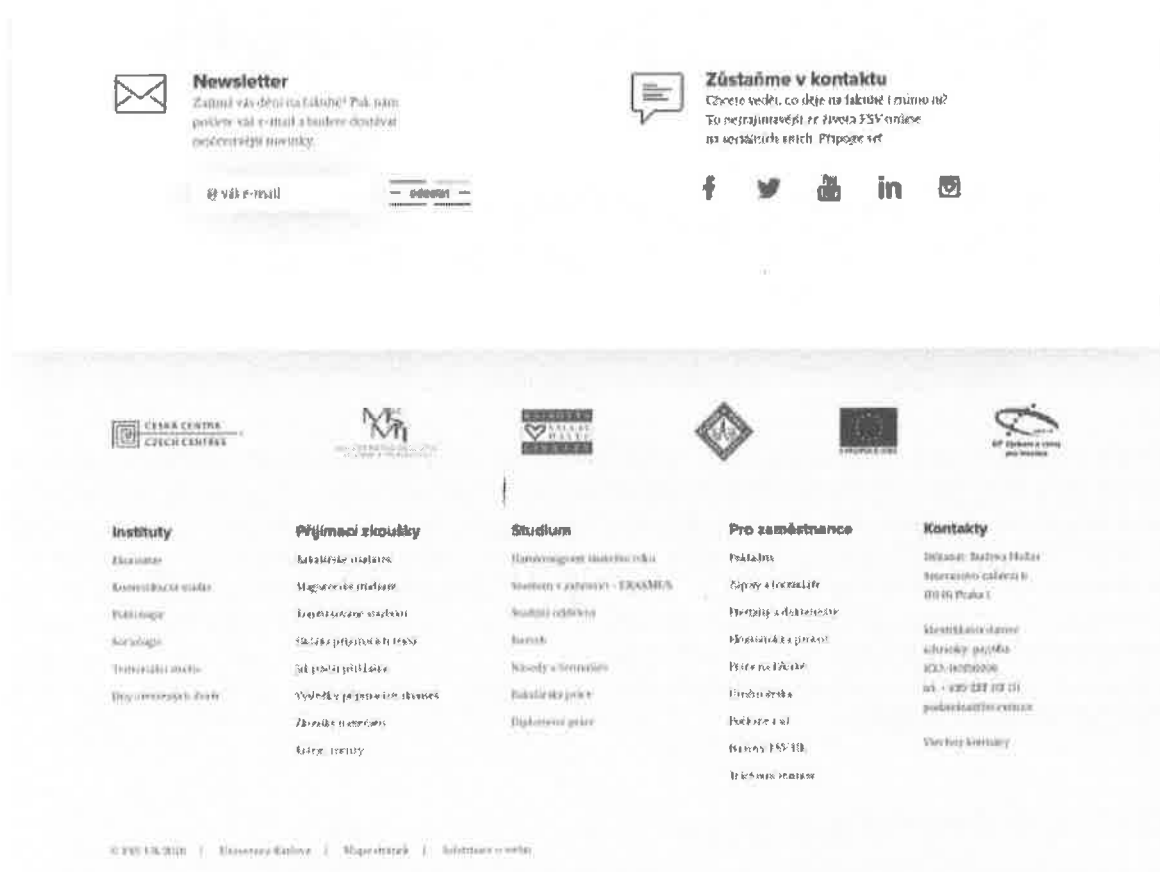
Formou dlaždic jsou zpracovány další redakční zprávy ze sekce Aktuálně – v návrhu jsou na desktopu 2 řady po 3 zprávách. Počet lze samozřejmě upravit, např. na jeden blok, nebude-li dost aktuálního obsahu, třeba o prázdninách. Zprávy jsou označené rubrikou, do které se lze prokliknout a prohlížet vyfiltrované zprávy ze zvolené rubriky a proklikem na článek se lze dostat na detail článku a přečíst jej celý. Výběr zobrazených článků a rubrik musí být podřízen uživatelským preferencím a prioritám FSV UK (co je potřeba aktuálně přednostně komunikovat). Rubriky lze opět modifikovat, je možné sem umístit i upoutávku na video obsah či nejnovější události z Kalendáře akcí. Opět se uživatel proklikává na detail článku/cílového příspěvku.

Shortcuty na tematické landing pages



Tento prostor je vyčleněn pro poutání tematických sekcí či jiného promovaného obsahu na webu. Je zobrazovaný jako filmový pás – bloky sem lze přidávat a listovat jimi přímo na titulní stránce. Šipky pro listování se objeví po najetí kurzorem na obrázek. Zvolená forma jsou bannery, které ve stručnosti popisují, co se v dané sekci skrývá.

Rozšířené zápatí



Tato část webu je součástí zápatí, které se zobrazuje na všech podstránkách webu. Obsahuje prostor pro přihlášení k odběru novinek a odkazy na profily FSV UK na sociálních sítích. Jde o komunikační část webu, která sdružuje nástroje pro těsnější kontakt uživatelů s FSV.

Další částí zápatí jsou vybrané nejčastější odkazy, opět zvolené na základě analýzy chování návštěvníků a prioritizace ze strany FSV (Instituty, Přijímací zkoušky, Studium, Pro zaměstnance), dále odkaz na hlavní web UK, základní kontakty a servisní odkazy webu (copyright, mapa webu, informace o webu – cookies, přístupnost atd.).

Fulltextové vyhledávání



Fulltextové vyhledávání je dostupné z každé stránky, ze záhlaví přes ikonu lupy a v aktivním módu, po prokliku, nabízí velké pole pro vložení hledané fráze, a to přes celou šíři

obrazovky. Po zadání klíčového slova nebo fráze se dynamicky zobrazují výsledky, našeptávač pomáhá s vyhledáváním relevantního obsahu.

Výsledky vyhledávání se defaultně řadí dle relevance, ale lze je také seřadit dle data chronologicky od nejnovějších. Navíc lze výsledky vyhledávání zúžit výběrem rubriky/tematické sekce na webu pro přesnější doručení výsledku.



Výsledek vyhledávání obsahuje aktivní titulek (proklik na detail), datum a perex. Případně i nadřazenou sekci, ve které se hledaný obsah nachází.

Mobilní verze fulltextového vyhledávání funguje zcela obdobně – výchozím řazením výsledků je relevance, ovšem lze to změnit na pořadí od nejnovějších. Stejně tak lze vybrat i tematickou rubriku, která výsledky vyfiltruje.



Banket absolventů

25 výsledků

Nejrelevantnější

Rubriky

Nadpis novinky
10. 09. 2014 02:52

Perex novinky ...

Nadpis novinky
05. 12. 2014 09:05

Perex novinky ...

Nadpis novinky
16. 02. 2016 11:30

Perex novinky ...

Nadpis novinky
24. 04. 2014 04:37

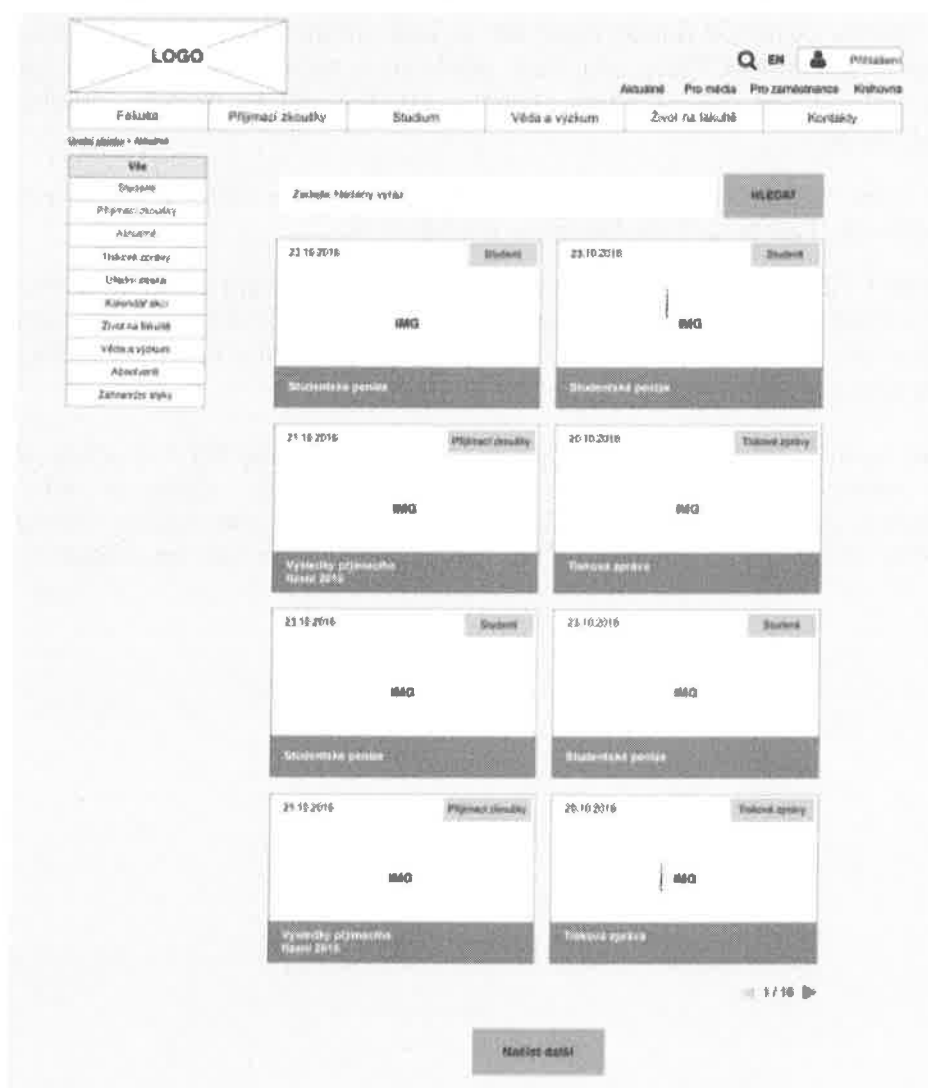
Perex novinky ...

Dalších 5 výsledků

Aktuálně

Následující wireframe názorně naznačuje koncept uspořádání redakčního obsahu nastíněného v úvodu. Levé menu představuje rubriky a v pravé části vidíme výpis článků řazený chronologicky – nejnovější nahoře. Při přepnutí rubriky se pouze vyfiltrují články z vybrané rubriky – jinak stránka vypadá stejně.

Vyhledávání v této části probíhá standardně přes fulltextové vyhledávání (lupa v záhlaví), kde lze filtrovat výsledky dle zvolených rubrik. Zde je jen předsazeno před články dostatečně viditelně, ale jde o stejný fulltext, jen hledá pouze v sekci Aktuálně. Články z jednotlivých rubrik doporučujeme oštitkovat a umožnit i vyhledávání dle označených štítků (další podtémata – tagy). V layoutu také můžeme vytvořit pozici „HOT NEWS“, jeden hlavní článek ve větším formátu přes celou šířku layoutu a sem umisťovat aktuální zprávy s vyšší prioritou či delší platností (takové Nepřehlédněte). Wireframe není závazný, co do počtu článků ve výpisu vedle sebe (nyní 2) – toto bude až předmětem grafického návrhu.



Veškerý redakční obsah bude umístěn v samostatné sekci Aktuálně, kde se budou podobě jako na blogovací platformě agregovat všechny příspěvky ve formě novinek, tiskových zpráv, video zpráv. Vznikne redakční portál, kde si uživatel může pročítat příspěvky, sledovat videa, líkovat, sdílet obsah na sociálních sítích zde seskupený.

Všechny redakční příspěvky budou rozděleny do hlavních rubrik - Tiskové zprávy, Přijímací zkoušky, Zahraniční pobyty, Studium a další rubriky dle typu obsahu zveřejňovaném na webu FSV UK, vytvořené na základě analýzy redakčního obsahu a potřeb oddělení komunikace (základní doporučený výčet viz Struktura webu).

Na homepage je umístěno několik pozic pro tyto příspěvky ve formátu: titulek, perex (vyjede po najetí myši – mikroanimace) a rubrika a povedou na detail článku umístěný v sekci Aktuálně.

V samotné sekci budou příspěvky řazeny chronologicky s pozicemi pro TOP články, které mají delší platnost či jinou prioritu. Bude zde možnost hledat fulltextem, podle rubrik a podle štítků/témat. V případě osobností redaktorů lze nastavit i hledání příspěvků dle autorů. Navíc bude možné umístit i články z vybrané rubriky jako blok do sekcí informační části webu, které kontextově odpovídají tématu sekce. Tento blok např. posledních dvou/tří novinek může být fakultativní – lze jej buď zobrazit, jsou-li z této oblasti v Aktuálně nějaké zprávy – anebo nezobrazovat, chybí-li obsah.

Jednotlivé příspěvky bude možné prostřednictvím share buttons snadno sdílet na vybraných sociálních sítích (Facebook, Twitter, Linked, Google+, e-mail).

Jednou z rubrik budou i Tiskové zprávy, kam budou novináři odkazováni ze stránky Pro média. Na stránce Pro média bude umístěn jen teaser např. na poslední 2-3 tiskové zprávy a po prokliku se novinář dostane do sekce Aktuálně buď na detail článku nebo do rubriky Tiskové zprávy podle toho, na co klikne.

V neposlední řadě je tento systém velice přívětivý na správu ze strany FSV, k publikaci příspěvku přiřazuje redaktor vedle samotného textu jen titulek, perex, rubriku a štítky. Zobrazuje-li se novinka jinde na webu, zařazení do rubriky to automaticky vyřeší v publikačním systému samo. Není potřeba ručně nastavovat, kde a jak se příspěvek zobrazí.

Aktuálně – detail článku

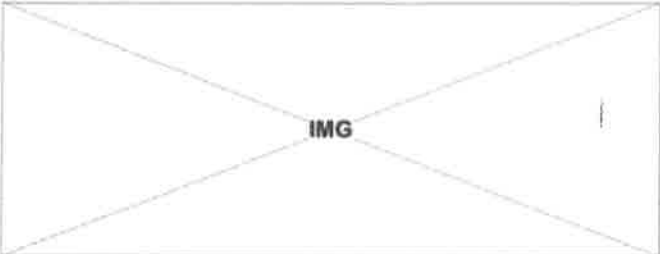


[EN](#) [Přihlášení](#)

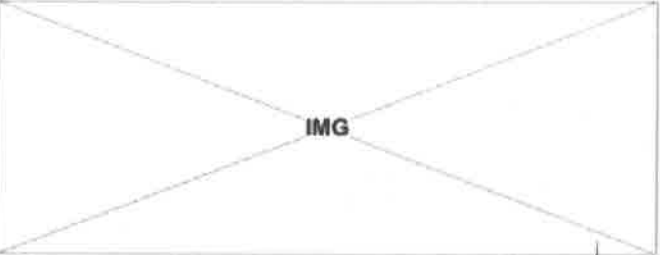
[Aktuálně](#) [Pro média](#) [Pro zaměstnance](#) [Knihovna](#)

Fakulta	Přijímací zkoušky	Studium	Věda a výzkum	Život na fakultě	Kontakt
-------------------------	-----------------------------------	-------------------------	-------------------------------	----------------------------------	-------------------------

[Úvodní strana](#) > [Aktuálně](#) > [Výsledky přijímacího řízení 2016](#)



PŘIJÍMACÍ ZKOUŠKY | 23.10.2016
VÝSLEDKY PŘIJÍMACÍHO ŘÍZENÍ 2016
commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, feis tellus mollis orci, sed rhoncus sapien nunc eget.



commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, feis tellus mollis orci, sed rhoncus sapien nunc eget.commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, feis tellus mollis orci, sed rhoncus sapien nunc eget.

Fotogalerie

[Líbí se vám článek? Sdílejte jej!](#) [G+](#)

SOUVISEJÍCÍ ČLÁNKY | HOT NEWS
STUDENTI
STIPENDIUM PRO ROK 2016
commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, feis tellus mollis orci, sed rhoncus sapien nunc eget. [Více](#)

STUDENTI
STIPENDIUM PRO ROK 2016
commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, feis tellus mollis orci, sed rhoncus sapien nunc eget. [Více](#)

STUDENTI
STIPENDIUM PRO ROK 2016
commodo. Proin sodales pulvinar tempor. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nam fermentum, nulla luctus pharetra vulputate, feis tellus mollis orci, sed rhoncus sapien nunc eget. [Více](#)

SLEDUJTE NÁS NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH


FSV NA FACEBOOKU
banner


FSV NA YOUTUBE
banner

Rozvoj webu do budoucna

Web je navržený tak, aby plnil zadané cíle i do budoucna. Na základě tohoto konceptu bude web rozšiřitelný, bude možné přidávat nové sekce a widgety bez toho, aby byla narušena konzistentnost navigace a orientace v předloženém obsahu pro jednotlivé cílové skupiny.

Hlavním principem designu webu a navržené informační architektury je důraz na přístupnost z různých mobilních zařízení. Tento trend bude pokračovat i v blízké budoucnosti a navržený prototyp umožňuje variabilitu v použití nových modulů, které lze bez omezení do struktury webu logicky přidávat.

