



**Expertní analýza na téma:**

## Smart City



Brno 2014

„Partnerství subjektů meziuniverzitní studentské sítě“

CZ.1.07/2.4.00/31.0157



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



# Smart City

Zpracovatelé expertní analýzy:

Jakub Matoušek,

ZdĚněk Dvořák,

Ondřej Šulík,

Nick Ollender,

Dominika Mořková,

Petra Lízalová,

Jana Vavrečková

Tato expertní analýza je výstupem projektu s názvem:  
Partnerství meziuniverzdní studentské sítě (CZ.1.07/2.4.00/31.0157)



# SMART CITY



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



### *Poděkování*

Na tomto místě bychom rádi poděkovali Mgr. Ing. Janu Žákovi a Bc. Jakobovi Rybářovi, DiS. za cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěli k vypracování tohoto projektu.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ





## Obsah

Úvod .....	12
1 SMART CITY .....	13
1.1 Pojetí SMART CITY dle IBM.....	13
1.2 Pojetí SMART CITY dle Evropské komise .....	15
1.3 Pojetí SMART CITY dle odborníka.....	16
1.4 Příklady SMART CITY z EU .....	17
1.5 SMART CITY podle našeho projektového týmu .....	19
2 MĚSTO STUDENTŮ.....	21
2.1 Strategické dokumenty města Brna.....	23
2.1.1 Strategie pro Brno .....	24
2.1.2 Strategie a koncepce rozvoje univerzitního školství v Brně a její evaluace.....	25
2.2 Dlouhodobá strategie VŠ v Brně.....	27
2.2.1 Masarykova univerzita (MU) .....	28
2.2.2 Vysoké učení technické (VUT).....	28
2.2.3 Mendelova univerzita (MENDELU).....	29
2.2.4 Veterinární a farmaceutická univerzita (VFU).....	29
2.2.5 Souhrn dlouhodobých záměrů univerzit.....	29
3 Studentský A Zábavný portál .....	31
3.1 StudujBrno.cz .....	31
3.2 Brnoman.cz .....	32
4 Struktura portálu .....	34
4.1 Enjoy Brno .....	34
4.1.1 Jak bude Enjoy Brno vypadat.....	35
4.1.2 Propojení s Brnomanem .....	35
4.1.3 Sekce Biografie .....	35
4.1.4 Divadla .....	36
4.1.5 Kluby.....	36
4.1.6 Výstavy.....	36
4.1.7 Sport .....	37
4.1.8 Do přírody .....	37
4.1.9 Ostatní .....	37



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

<b>4.2</b>	<b>Webový meeting point Na Čáře .....</b>	<b>38</b>
4.2.1	Zeptej se! .....	38
4.2.2	Doporuč! .....	39
4.2.3	Jdeme ven? .....	40
4.2.4	Inzeruj! .....	41
4.2.5	Vyfoť Brno! .....	44
4.2.6	Propojení s Brnomanem .....	45
<b>4.3</b>	<b>Eat &amp; Drink .....</b>	<b>45</b>
4.3.1	Propojení s Brnomanem .....	47
<b>4.4</b>	<b>SMART nákupy.....</b>	<b>47</b>
4.4.1	Spolupráce s podniky .....	47
4.4.2	Uživatelské prostředí .....	49
4.4.3	Propojení v rámci StudujBrno.cz a Brnoman.cz .....	50
<b>4.5</b>	<b>Studentské spolky – seznam a vzhled .....</b>	<b>51</b>
<b>4.6</b>	<b>TURBOŠALINA.....</b>	<b>51</b>
4.6.1	Jak bude hra vypadat .....	51
4.6.2	Stránka s Turbošalinou .....	52
<b>4.7</b>	<b>O nás a Kontakt – Naši partneři – Podmínky užití – O přihlášení .....</b>	<b>52</b>
<b>5</b>	<b>Analýza rizik.....</b>	<b>55</b>
<b>5.1</b>	<b>Srovnání s konkurencí .....</b>	<b>56</b>
5.1.1	Celkové hodnocení analýzy trhu .....	60
<b>5.2</b>	<b>Technické zajištění projektu .....</b>	<b>61</b>
5.2.1	Cíle technického zajištění.....	61
5.2.2	Fáze tvorby webu .....	62
<b>5.3</b>	<b>Rozpočet projektu .....</b>	<b>63</b>
5.3.1	Finanční dopad projektu .....	64
<b>6</b>	<b>přínosy portálu.....</b>	<b>65</b>
<b>6.1</b>	<b>SMART CITIES .....</b>	<b>65</b>
<b>6.2</b>	<b>Naplnění koncepcí města .....</b>	<b>65</b>
<b>6.3</b>	<b>Naplnění koncepce vybraných vysokých škol.....</b>	<b>71</b>
	Závěr.....	73
	Zdroje .....	74
	Seznam obrázků, tabulek a grafů .....	77
	Seznam zkratk.....	78

### *ANOTACE*

Cílem projektu SMART CITY je zapojení konceptů SMART CITY do života města Brna. Nejdříve budou definovány známé a informačně relevantní přístupy k této problematice. Následně bude přistoupeno k analýze strategických dokumentů města Brna a jeho čtyř veřejných univerzit. Na základě poznatků z uvedených oblastí bude vytvořen návrh řešení k dosažení hlavního cíle projektu SMART CITY. Ten bude spočívat v konstrukci nástroje pro aktivní zapojení subjektů města Brna, jež má mít podobu webového portálu StudujBrno.cz. Práce se věnuje analýze rizik a trhu, technickému a finančnímu zajištění projektu a konečně přejde k detailnímu popisu struktury webového portálu.

### *ANNOTATION*

An aim of the project SMART CITY is to involve SMART CITY concepts to Brno city life. Firstly, relevant and known approaches to the issue will be defined. Subsequently, the project will focus on analysis of strategic documents of Brno city and four public Brno universities. A solution draft to reach the main aim of the SMART CITY project will be designed on a basis of findings of the mentioned areas. Particularly, the solution will lie in creation of a tool for active participation of Brno entities in a form of a web portal StudujBrno.cz. The paper focuses on risk and market analysis, technical and financial background and finally, it proceeds to a detailed description of a structure of the web portal.

### **KLÍČOVÁ SLOVA**

SMART CITY – koncepty – IBM – Evropská komise – strategie města – strategie univerzit – město – Brno – univerzita – student – kvalita života – komunikace - webový portál

### **KEYWORDS**

SMART CITY – concepts – IBM – European Commission – city strategy – universities strategy – city – Brno – university – student – life quality – communication – web portal

Autoři této školní týmové práce, která je jedním z výstupů projektu Partnerství subjektů meziuniverzitní studentské sítě (reg. č. CZ.1.07/2.4.00/31.0157) a na kterou se vztahují pravidla Operačního programu Vzdělání pro konkurenceschopnost v platném znění, berou na vědomí, že tato práce bude v odevzdané podobě volně a zdarma dostupná veřejnosti na webu projektu (<http://www.muniss.cz>). A dále berou na vědomí, že obsah této práce bude plně k dispozici k využití pro potřeby zadavatele tématu, které tým zpracovával.

## Úvod

Se současným demografickým a technologickým vývojem dochází k velké spotřebě energie ve městech. Navíc tím, že dávají obyvatelé přednost čistějšímu ovzduší a prostředí před hlučným a znečištěným městem, zvyšují se nároky na infrastrukturu. Kvůli cestování z okolí měst do jejich center dochází k vyšším nárokům např. na bezpečnost dopravy a její ekologii. Kromě těchto faktorů se však koncepce SMART CITY soustředí i na obyvatele z pohledu jejich bezpečnosti, sociálních služeb, zdravotní péče nebo kvality vzdělání. Všechny tyto aspekty pak může menší či větší mírou ovlivňovat správa města, která tento kruh uzavírá.

Problematika SMART CITY (chytrého města) je velmi rozsáhlým tématem. V práci proto budou nejdříve definovány známé a informačně validní přístupy. Na základě těchto pojetí pak bude vytvořena originální koncepce pro tento projekt. Bude postupováno metodicky a budou dodržovány přístupy z oblasti SMART CITY.

Po stanovení koncepce přistoupíme k deskripci strategických dokumentů města Brna a čtyř veřejných univerzit nacházejících se na jeho území. Analýzou těchto dokumentů bude zjištěno, které oblasti jsou pro tyto subjekty podstatné.

Cílem projektu bude vytvoření návrhu takového nástroje, který propojí komunikaci aktivních subjektů města. Mezi tyto subjekty patří město Brno, univerzity a jejich stávající či budoucí studenti. Jedním z cílů projektu proto bude snaha ukázat studentům, jak živé Brno je a pomoci jim lépe se v Brně zorientovat v rámci života kulturního, společenského aj. Úmyslem je, aby si studenti město oblíbili a zůstali zde i po studiích. Důležitou součástí projektu by pak mělo být vytvoření nabídky vyžití ve městě Brně.

V rámci práce se na některých místech píše o portálu Brnoman.cz. Ten byl navržen a popsán v rámci projektu týmem č. 39. Na základě pokynů expertů jsme se měli pokusit na vhodných místech o integraci obou projektů. Kompletní popis projektu Brnoman lze najít v samostatné příloze k této práci.

## 1 SMART CITY

Problematika SMART CITY je velmi obsáhlým tématem, a proto bude v následujících podkapitolách charakterizována několika koncepcemi, které nastíní poznatky z této oblasti.

### 1.1 Pojetí SMART CITY dle IBM<sup>1</sup>

#### *Správa města*

Samosprávy moderních měst integrují své dodávky služeb, zakládají úřady, které podporují různé služby, a nejpotřebnější transakce umísťují na web. Řešení se zabývají různými zájmy od „nákupů pod jednou střechou“ dříve oddělených skupin služeb až po sdílení informací a spolupráci mezi jednotlivými odděleními a rezorty.

#### *Smart budovy a územní spravování*

Budovy disponující chytrými senzory a kontrolními systémy jsou schopny vidět, měřit a objevit prakticky všechno, co se v nich odehrává. Takové (chytré) budovy mají nižší spotřebu energie, jejich údržba je méně nákladná a jsou celkově spolehlivější a udržitelnější než budovy obyčejné.

#### *Bezpečnost obyvatel*

Města na celém světě již neřeší zločiny poté, až k nim dojde. Naopak je preventivně analyzují, předvídají a pracují na jejich omezení. Používají inteligentní systémy, které zaznamenávají data z množství procesů, zařízení a objektů, a pak na tuto spoustu informací aplikují inteligentní systémy, které zjišťují vzorce jejich chování a dokážou včas rozhodnout a jednat v reálném čase.

#### *Sociální služby a zdravotní péče*

Inteligentní systém sociální a zdravotní péče začíná lepším spojením, kvalitnějšími daty a rychlejší a podrobnější analýzou. To znamená integraci dat a jejich zaměření na pacienta/příjemce služeb, aby každý člověk měl své informace a mohl se s nimi obrátit na komplexní síť navzájem spolupracujících subjektů zdravotní a sociální péče. Což znamená opustit papírové záznamy, a tím snížit počet omylů a zlepšit efektivnost. To vede k uplatnění vyspělých analytických nástrojů pro obrovské množství dat, která jsou k dispozici, a tím zlepšit výsledky analýz. Stejně tak se využije plného potenciálu vzdálené péče a péče po telefonu.

#### *Kvalitní vzdělání*

Využívání inteligentních vzdělávacích systémů umožňuje lepší zaměření na individuální potřeby studentů. Znamená také lepší komunikaci s rodiči. Kromě toho podporuje speciální společné vzdělávací iniciativy, které umožňují zapojit do procesu vzdělávání různé podpůrné organizace a veřejnost.

---

<sup>1</sup> IBM. *Chytřejší města jako evropské téma* [online]. Praha, 2010. [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: [http://www-05.ibm.com/cz/public/pdf/Chytrejsi\\_mesta\\_jako\\_evropske\\_tema.pdf](http://www-05.ibm.com/cz/public/pdf/Chytrejsi_mesta_jako_evropske_tema.pdf)

### *Energie a vodní hospodářství*

Provoz infrastruktury je drahý – jak ve smyslu nákladů na výstavbu, tak na provoz nemovitostí. Nové technologie umožňují městům řídit energickou spotřebu, produkci a likvidaci odpadu, reagovat na nedostatky a snižovat spotřebu jednotlivých zdrojů a s tím související náklady.

Inteligentnější vodní hospodářství tvoří ucelený pohled na pitnou a odpadní vodu napříč odděleními, na systémy pomocí agregace, integrace a vizualizace klíčových dat jako jsou spotřeba, kvalita, průtok a tlak.

### *Ekologie*

Trvale udržitelný rozvoj má nový cíl: optimalizace provozu kvůli minimalizaci dopadu na životní prostředí a zlepšení sociálních výsledků způsobem, který maximalizuje výkon.

### *Bezpečnější doprava*

Inteligentnější dopravní systémy dokážou redukovat délku a četnost dopravních přetížení. Zlepšují dojíždění do práce, poskytují lepší informace městským plánovačům a zvyšují jak produktivitu podniků, tak kvalitu života občanů. Současně redukují dopravní zácpy, snižují spotřebu paliva a emise oxidu uhličitého.

Obrázek 1: Grafické znázornění pojetí SMART CITY dle IMB



Zdroj: vlastní zpracování (dle <http://www.ibm.com/smarterplanet>)

## 1.2 Pojetí SMART CITY dle Evropské komise

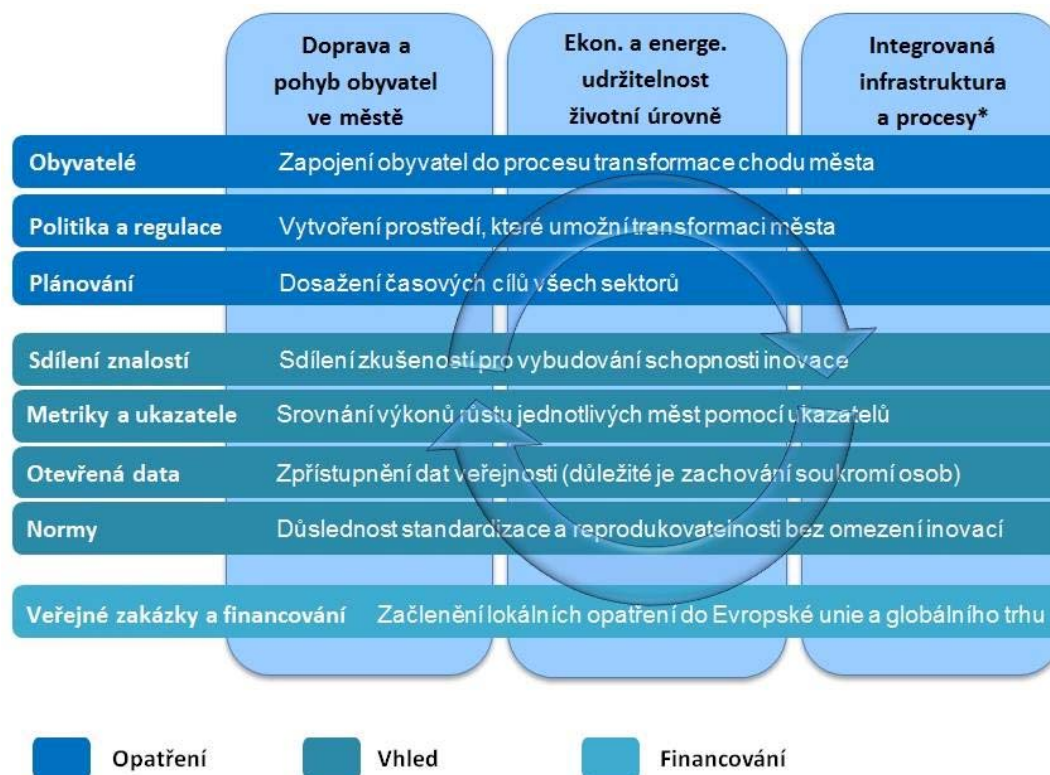
V červnu 2011 Evropská komise (dále EK) zahájila novou iniciativu – *Inteligentní města a obce*. Tato iniciativa se zabývá snížením spotřeby energie městských systémů a integrací chytrých technologií. EK tak spojuje koncept SMART CITY s energetickou politikou. Důvodem je, že až 70% energie spotřebované v EU se využije ve městech. Jsou to tedy města, která jsou považována za klíč k dosažení cílů EU - 20% úspory energie do roku 2020 a k rozvoji nízkouhlíkového hospodářství do roku 2050.

Doposud bylo dosaženo 10% snížení. V rámci Iniciativy byla prozatím identifikována čtyři témata: sektor stavebnictví (rekonstrukce a dovybavení budov), energetika, doprava a také co do rozsahu nižší management svozu odpadů a řízení spotřeby vody. Na základě strategického implementačního plánu byly definovány tři vertikální pilíře a osm horizontálních témat.<sup>2</sup>

<sup>2</sup>SMART CITIES. *Iniciativa Evropské Komise: Inteligentní města a obce snižující produkce CO2*. BEURDEN, Heidy [online]. *Smart Cities*. 2013 [cit. 2014-05-04]. Dostupné z: <http://www.scmagazine.cz/article/view/5>

Těchto dohromady jedenáct závislých prioritních oblastí je považováno za ty nejdůležitější v rámci SMART CITY, a to ve spojení s oblastmi energie, dopravy a ICT (information and communication technology).<sup>3</sup>

*Obrázek 2: Prioritní oblasti dle Evropské komise*



Zdroj: vlastní zpracování (dle [http://ec.europa.eu/eip/smartcities/files/sip\\_final\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/eip/smartcities/files/sip_final_en.pdf))

### 1.3 Pojetí SMART CITY dle odborníka

Názory na pojetí konceptu SMART CITY jsou různé. Dle jednoho z největších odborníků na SMART CITY v České republice, šéfredaktora časopisu Smart Cities Davida Bártý, je velmi důležité při přípravě a následné realizaci SMART koncepce propojit tři základní vrstvy. Jedná se o vrstvu politickou, společenskou a technickou. Pouze pokud se podaří tyto úrovně propojit a zaktivovat, lze projekt považovat za SMART.

Politická vrstva je důležitá hlavně z hlediska životaschopnosti samotného projektu. Pouze s podporou politické garnitury v daném státě, městě či menší obci může dojít k realizaci jakéhokoli projektu.

Druhým faktorem je dopad na společnost. v momentě, kdy se začíná na projektu pracovat, je důležité seznámit s ním občany daného území. v nejlepším případě je vhodné obyvatele města do projektu zapojit. Ti, jako „odborníci“ v oblasti potřeb obyvatel města, mohou přijít se zajímavými pohledy a

<sup>3</sup>EUROPEAN COMMISSION. *European Innovation Partnership on Smart Cities and Communities: Strategic Implementation Plan* [online]. 2013 [cit. 2014-05-04]. Dostupné z: [http://ec.europa.eu/eip/smartcities/files/sip\\_final\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/eip/smartcities/files/sip_final_en.pdf)

\* Informační a komunikační technologie, energie a doprava



nápady, které experty nemusí napadnout. Když lidé vidí, jak bude projekt přesně fungovat, lépe pochopí jeho smysl a záměr. Cílem tohoto přístupu je v podstatě ztotožnění obyvatel města s projektem.

Poslední důležitou součástí je samotné technické provedení projektu. V případě neexistence ochranných mechanismů může být značně ohrožena jeho funkčnost a životnost. Propojení těchto tří vrstev je z hlediska úspěšnosti projektu naprosto nezbytné.

## 1.4 Příklady SMART CITY z EU

Pro přesnější charakteristiku pojmu SMART v městském kontextu je vhodné uvést několik příkladů ze světa. Brno a vlastně i jiná česká a slovenská města by se mohla inspirovat u větších evropských měst, které se SMART tematikou zabývají. Těmito městy jsou např. Amsterdam, Helsinky a Barcelona.

### Amsterdam

Nizozemský Amsterdam byl donedávna turisty i místními brán jako město drog a prostituce. Radní tedy začali s dlouhodobou strategií, která by brand města (jak je město bráno ve světě, ale i samotnými rezidenty) posunula dál a udělala z Amsterdamu lepší město v očích lidí na celém světě.

Kromě marketingových plánů, kde město spolupracuje při formování budoucnosti města s občany a také místními a nadnárodními firmami, Amsterdam začal s dlouhodobým plánem, jak brand města posunout dál od drog a prostituce. Na začátku bylo hlavní uvědomit si, že výsledek, který by šel dlouho udržet, nezvládne utvořit zvolená skupina radních. Radní by měli podporovat nový směr, který je sestaven tak, aby fungoval dlouhodobě a jeho jednotná vize se promítla i do marketingové strategie.

Vznikl tak projekt **I amsterdam**, kde „I“ značí informace a barevně oddělené „I am“ identifikaci místních, podnikatelů nebo turistů s Amsterdamem. Na základě tohoto sloganu a jeho barevného řešení město nabízí informační služby všem třem skupinám (místním, turistům a podnikatelům). A to formou městských internetových stránek, mobilních aplikací, informačního centra, městské karty a dalších komponentů.

Obchodní a informační záležitosti se soustřeďují do jednoho jediného média, kterým je brand **I amsterdam**. Díky koncentraci místních institucí a firem na jednom místě dokážou místní a turisté využívat lokální služby a produkty ve vysoké míře. Lokální ekonomika a kulturní vyžití tak zažívá značný rozvoj, a to právě díky jasné vizi radních a jejich partnerů (specifický brand a dlouhodobý plán).<sup>4</sup>

### Helsinky

Severské hlavní město Helsinky a vlastně celé Finsko vsadilo na vyhlášení soutěže, která sdružuje nápady na využití veřejných dat pro rozvoj města. Každodenní problémy s dostupnými daty jsou komisí zadávány jako okruhy k řešení v soutěžích (Apps4Finland pro celé Finsko a Open Helsinki – Hack At Home pro Helsinky samotné). Odměnou pro vítěze je pak finanční odměna ve výši 20 000 Eur.

---

<sup>4</sup> SMART CITIES. *I amsterdam – Ukázkový příklad proměny města pramenící z dlouhodobé práce odborných týmů*[online]. *Smart Cities*. 2013 [cit. 2014-05-03]. Dostupné z: <http://www.scmagazine.cz/article/view/16>

Finsko tak chce světu ukázat svůj model práce s veřejnými daty. Zapojení občanů do dění ve městě přináší městským zastupitelům informace, díky kterým lze vytvořit taková opatření, která občany dále motivuje k spolupráci s městem. Právě to je jeden z důležitých SMART konceptů. Přitom náklady na takové proměny měst nejsou nijak vysoké. Kromě výhry se samozřejmě musí počítat s efektivní prací administrátorů a městských úředníků. Inovativní nápady ze soutěžních projektů jsou více než dobrým výsledkem vynaloženého úsilí. Přínos však mají i soukromé firmy, které jsou partnerem soutěží. Při vybírání vítězů zadaných kategorií hledají schopné kandidáty na volná místa ve svých podnicích.

Soutěže mají jasně daná pravidla a kompetentní porotu při posuzování návrhů. Hladké fungování Apps4Finland a Hack At Home je patrné i z toho, že minulý rok se konal již pátý ročník. Navíc výsledky soutěže je možné vidět i za hranicemi země tisíců jezer. Například jeden z vítězných návrhů BlindSquare, který pomocí otevřených dat pomáhá slepým osobám zorientovat se ve městě pomocí hlasových pokynů, je používán v dalších šedesáti zemích světa.

Zadání, jak již bylo řečeno výše, mají vyřešit problémy všedních dní ve Finsku a v Helsinkách samotných. Zaměřují se mimo jiné na plynulost dopravy, oživení města pro mladé lidi, snadnější vyjadřování občanů k záležitostem města nebo zlepšení služeb pro turisty. Všechny projekty jsou navrhovány jako webové stránky nebo mobilní aplikace.<sup>5</sup>

Za pomoci webových a mobilních nástrojů se město může občanům a světu více otevřít. Informace jsou schraňovány inteligentně a s jednoduchým přístupem. Česká města by se mohla nejen v tomto případě určitě inspirovat. Projekty vytvořené v rámci soutěží ve Finsku ukazují, jak jednoduše a efektně využít veřejná data pro své občany a samotné město, které si tímto způsobem vytváří brand SMART CITY.

## **Barcelona**

Posledním příkladem je katalánská metropole **Barcelona**. Gaudiho město je nejspíše nejpovolanejším příkladem SMART koncepce. Evropská komise jej dokonce vyhlásila jako „Evropské hlavní město inovací za zavedení nových technologií s cílem přivést občany blíže městu“.<sup>6</sup> Barcelona se snaží být městem pro lidi a nebojí se investovat do nových technologií. Ty ale musí nejdříve vyzkoušet, a proto ve městě vznikla Urban Lab (městská laboratoř).

Barcelona Urban Lab je část města, kde radní Barcelony nechávají firmy otestovat jejich produkty (vyrobené pro SMART využívání veřejného prostoru a jeho mapování) v reálném městském prostoru. Testované projekty musí řešit nějaký konkrétní urbánní problém, který je v Barceloně nevyřešený, a výsledkem projektu musí být zvýšení kvality života ve městě. Projekty pokrývají několik oblastí: od městského plánování přes mobilitu až po informační a komunikační technologie.

Z Urban Lab vzešlo několik dobrých nápadů, jak chod života v ulicích zlepšit. V Barceloně byl třeba vyzkoušen chytrý sběr odpadu se senzory v kontejnerech. Lampy veřejného osvětlení tam mají v sobě zabudován kupříkladu malý senzor hluku, který dokáže hlukové znečištění monitorovat za nízké náklady. Senzory byla např. vybavena i parkovací místa, aby tak motoristé jednoduše věděli, kam zajet se svým vozidlem.

---

<sup>5</sup>SMART CITIES. *Helsinki – Etalon přístupu k otevřeným datům*. MAJANIEMI, Sami [online]. *Smart Cities*. 2014 [cit. 2014-05-03]. Dostupné z: <http://www.scmagazine.cz/article/view/43>

<sup>6</sup>EUROPA.EU. *Barcelona is "iCapital" of Europe*. [online]. 2014 [cit. 2014-05-03]. Dostupné z: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-14-239\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-239_en.htm)

Barcelona nové chytré projekty nejen zkouší, ale i používá. Systém městského veřejného osvětlení s LED technologií má ve svých lampách přístup k WIFI a senzory, které zpracovávají přítomnost osob, aut, vlhkost vzduchu a hlukové znečištění města. Barcelona jednoduše a hlavně chytré využívá SMART technologie a nebojí se používat ty nové.<sup>7</sup>

## 1.5 SMART CITY podle našeho projektového týmu

Na základě popsaných pojetí problematiky SMART CITY vytvořil náš tým koncepci, která dle našeho názoru nejlépe vystihuje hybatele života města Brna. Na těch by mělo město svou strategii rozvíjet a jejím prostřednictvím vytvářet chytré město evropského nebo dokonce světového formátu.

### *Evropská komise*

První složka, která vytváří základ celého systému, je Evropská komise, která zahájila iniciativu – *Inteligentní města a obce*. Jak již bylo popsáno, jedná se o záměr snížit spotřebu energie městských systémů i pomocí integrace chytrých technologií. Nejen tímto ujednáním, ale i finančními prostředky vytváří prostředí, které motivuje města ke SMART přístupům a řešením. Náplní práce EK jsou však i otázky vědy, výzkumu, vzdělání a kultury. Proto zde považujeme za velmi podstatné spojení mezi EK a univerzitami.

### *Město*

Města, budovy a občané jsou jen obecnou rovinou toho, co vše je zahrnuto do pojmu SMART CITY. Koncept zahrnuje řízení ekonomiky, dopravy, environmentálních infrastruktur (voda, odpady), energetiky. Přestože se řízení v těchto směrech po několik desítek let soustřeďuje na celostátní úrovni, poslední dobou bývá popisován nový trend, jenž spočívá podle odborníků v posilování role měst a městských aglomerací. Ty jsou totiž motorem ekonomického rozvoje a také místem socioekonomického a kulturního pokroku. Z těchto důvodů představují samotné město a jeho úředníci neopomenutelné prvky v této koncepci.<sup>8</sup>

### *Obyvatelé*

Tato skupina zahrnuje lidi, kteří ve městě žijí, pracují, studují nebo „jen“ přijíždí navštívit město. Obyvatelé chtějí žít ve městě, kde se jim dostane uspokojení v rámci aktivit a spokojenosti v oblasti kvality životního prostředí a celkově žití ve městě.

### *Univerzity*

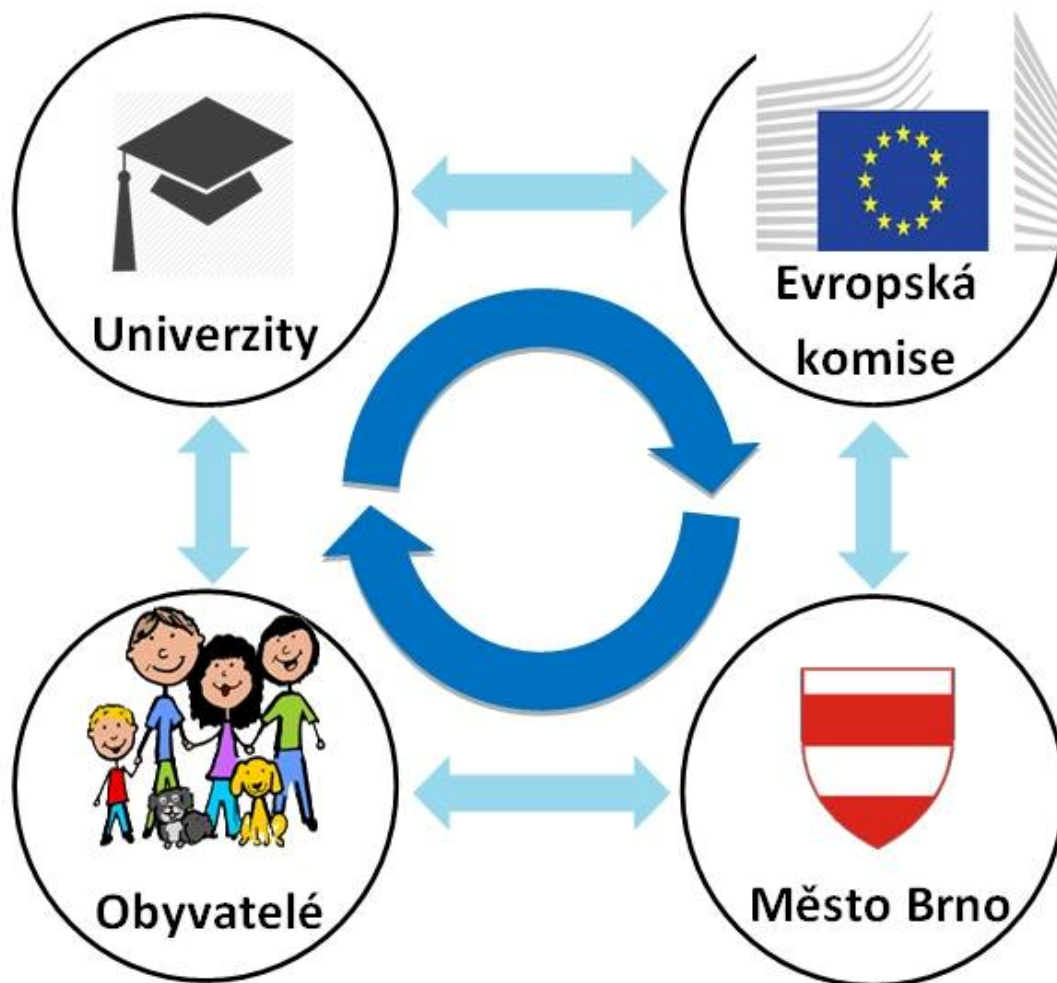
Posledním článkem tohoto „kruhu“ jsou univerzity. Obecně je město Brno považováno za město studentů. Na základě zpracovaných strategií města a čtyř veřejných vysokých škol byly univerzity určeny jako jeden ze čtyř základních prvků celé koncepce. Vytvářejí zde prostředí, které napomáhá novým technologiím, vědě a výzkumu. Vzhledem k relativně shodným cílům vysokých škol i města, tj. cíle univerzit udržet určitý počet studentů i přes demografický vývoj populace a cíle města udržet elitu v Brně, vznikla tato koncepce pro účely projektu *StudujBrno.cz*.

---

<sup>7</sup>SMART CITIES. *Barcelona je icapital Evropy*. BRUSEL, Evropská unie [online]. *Smart Cities*. 2014 [cit. 2014-05-03]. Dostupné z: <http://www.scmagazine.cz/article/view/67#>

<sup>8</sup> SMART CITIES. *SMART CITY - vize, koncept i značka* [online]. *Smart Cities*. 2013 [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.scmagazine.cz/article/view/2>

*Obrázek 3: Čtyři hlavní složky města Brna*



*Zdroj: vlastní zpracování*

Neexistují zde však pouze harmonické vztahy mezi jednotlivými skupinami. Proto je nutné často přistoupit ke kompromisům z více stran. Naše pojetí koncepce je však průnikem hlavních strategických cílů všech vrstev, a proto lze předpokládat, že bude úspěšná.

## 2 MĚSTO STUDENTŮ

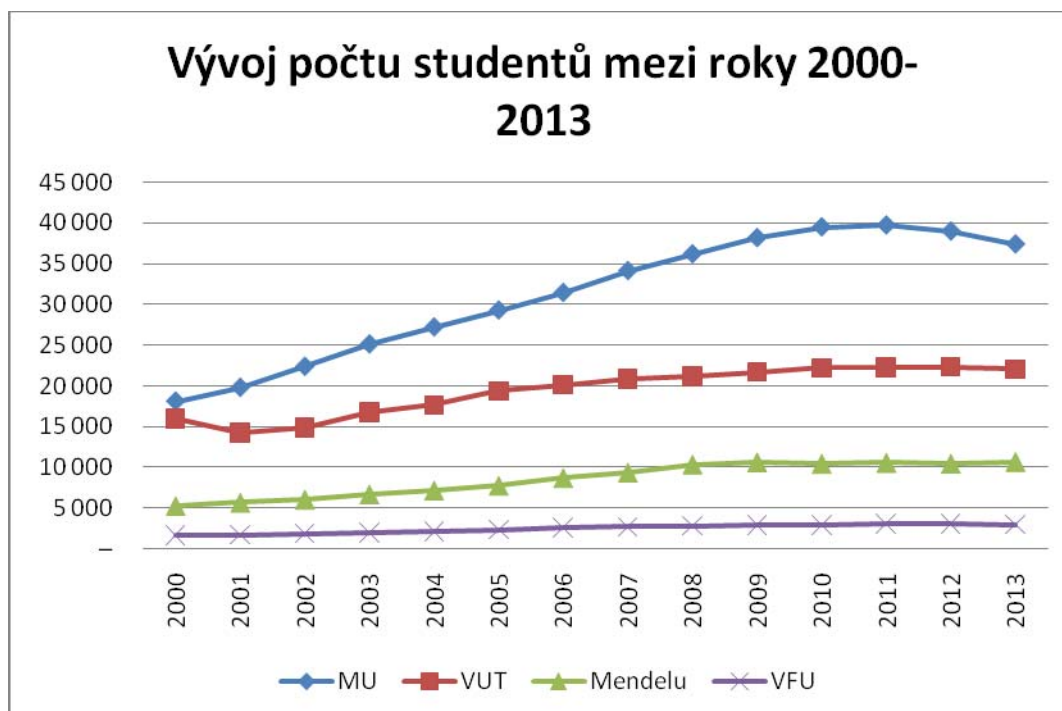
Jak již bylo v předchozí kapitole řečeno, Brno si ve své strategii pro město vytyčilo univerzity a potažmo studenty jako jeden ze čtyř základních prvků, na kterých staví svou koncepci SMART CITY. Proto bude tomuto stěžejnímu cíli města Brna věnována celá kapitola.

Brno, jihomoravská metropole, je druhým největším městem České republiky. Celkový počet obyvatel města se během kalendářního roku mění, což je ovlivněno hlavně mobilitou studentů. Díky nim se zvýší počet lidí v Brně téměř o jednu pětinu. Tento fenomén není nikde v České republice tak patrný jako v Brně. Město je označováno jako studentské město protože:

1. se zde nachází velké množství vysokých škol (seznam viz příloha). Celkem jich je 14 (z toho 1 je státní, 5 veřejných a 8 soukromých),
2. studenti tvoří ve městě během akademického roku nezanedbatelnou část populace.

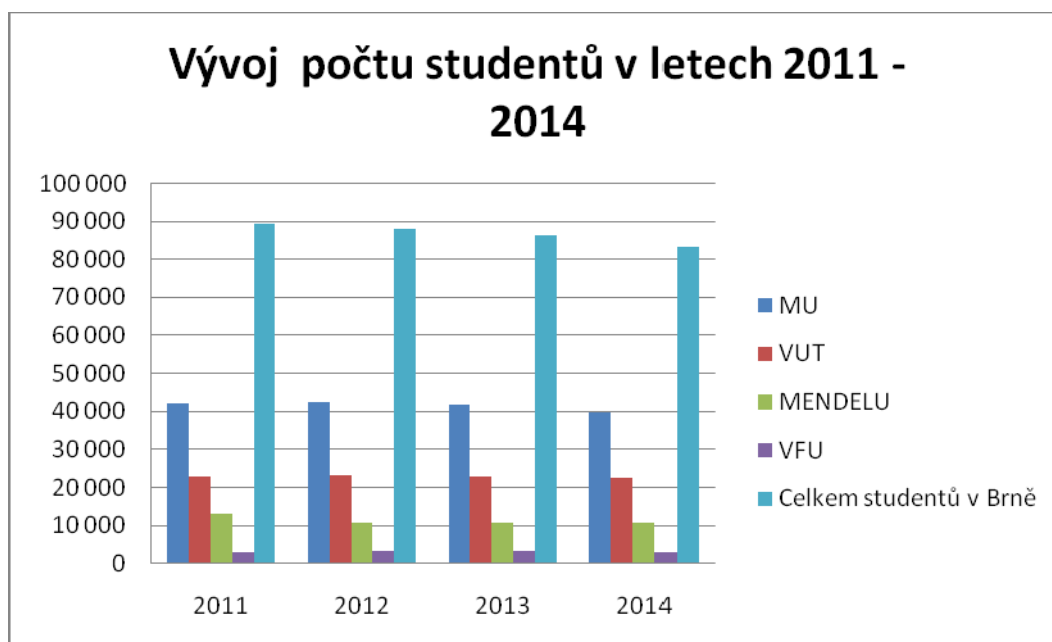
Mezi vysoké školy, které navštěvuje nejvíce studentů, patří v Brně Masarykova univerzita (MU), Vysoké učení technické v Brně (VUT), Mendlova univerzita (MENDELU) a Veterinárně a farmaceutická univerzita (VFU). Dle údajů získaných ze stránek Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT) je v grafu č. 1 vidět, že se počet studentů na vybraných vysokých školách od roku 2000 až po rok 2011 celkově zvyšoval. Do počtu studentů jsou zařazeni všichni studenti z prezenčního, kombinovaného a distančního studia. Data jsou aktuální vždy k 31. 12. příslušného roku. Z grafu je patrné, že, počet studentů od roku 2011 mírně klesá. Pro doplnění je přiložen graf č. 2 potvrzující výsledky vycházející z grafu č. 1 ohledně vývoje počtu studentů, jež byl zpracován Kanceláří strategie města Brna (dále jen KSM).

*Graf 1: Vývoj počtu studentů na vybraných VŠ mezi lety 2000 - 2013*



Zdroj: vlastní zpracování (dle údajů z MŠMT: [http://dsia.uiv.cz/vystupy/vu\\_vs\\_f2.html](http://dsia.uiv.cz/vystupy/vu_vs_f2.html))

**Graf 2:** Vývoj počtu studentů na vybraných VŠ mezi lety 2011 – 2014



Zdroj: vlastní zpracování (dle interního šetření Kanceláře strategie města)

Od roku 2001, kdy počet brněnských studentů byl 42 168, došlo k jejich více jak dvojnásobnému nárůstu.<sup>9</sup> Dle šetření Kanceláře strategie města Brna z roku 2014 je na brněnských VŠ celkem 83 121 studentů. Počty studentů jsou ovšem lehce nadhodnoceny vzhledem k souběžným studiím některých studentů.

Klesající trend v počtu studentů je podložen následujícím zjištěním. V letošním roce univerzity zaznamenaly pokles v množství přihlášek do bakalářského a nenavazujícího magisterského studia. Mluvčí Masarykovy univerzity Tereza Fojtová pokládá za hlavní příčinu tohoto propadu dlouhodobý pokles populace.<sup>10</sup> Je tedy nutné, aby budoucí vysokoškolští studenti měli potřebnou motivaci pro studium právě ve městě Brně. I tento aspekt lze považovat za jeden z důvodů, proč vytvořit takový projekt, který by podporoval vytváření vztahu studentů k městu Brnu a k samotnému životu v něm.

Zajímavé je podívat se také na to, kde studenti, kteří se rozhodli v Brně studovat, mají trvalé bydliště. Na základě těchto údajů byly vytvořeny kategorie pro jednotlivé kraje, pro studenty českého občanství mající trvalé bydliště mimo Českou republiku (kategorie – bydlící v zahraničí) a kategorie cizinců, tedy příslušníků jiného než českého státního občanství. Dle dostupných dat z webových stránek

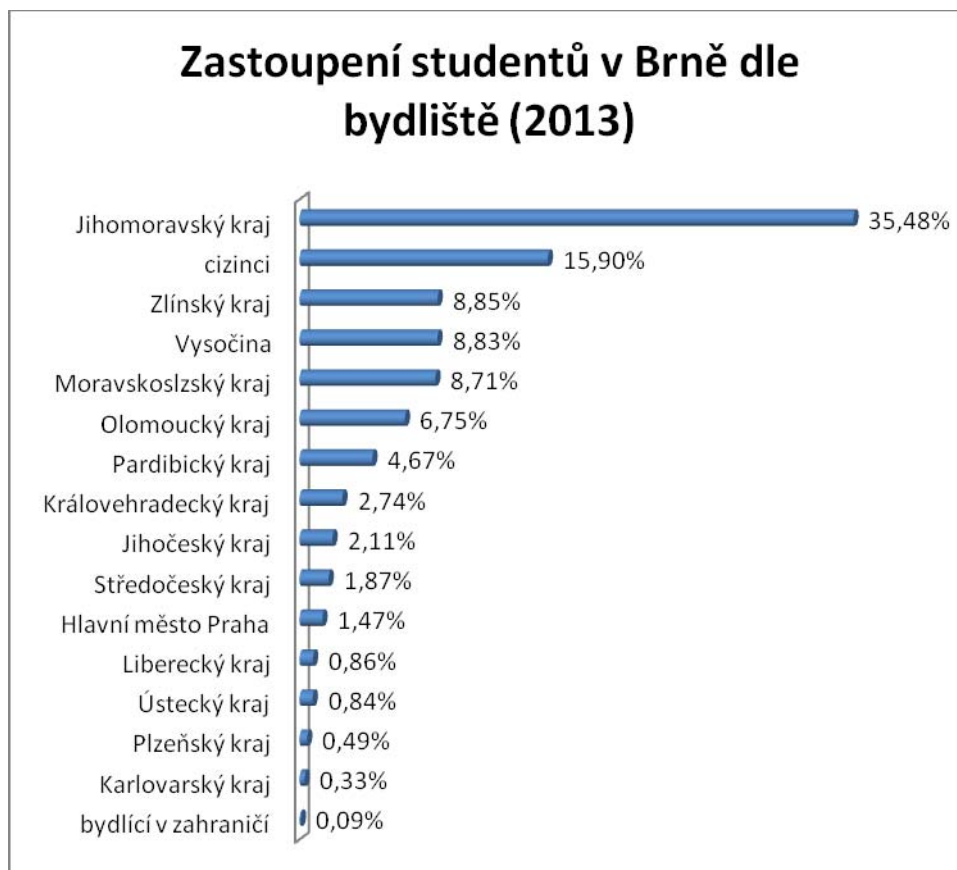
<sup>9</sup> BRNO.CZ. *Rozvojové dokumenty strategie pro Brno*[online]. 2014, str. 7 [cit. 2014-04-25], Dostupné z: [https://www.brno.cz/fileadmin/user\\_upload/sprava\\_mesta/magistrat\\_mesta\\_brna/KSM/Brozu ra - Strategie a koncepcie rozvoje univerzitního školství v Brne.pdf](https://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/magistrat_mesta_brna/KSM/Brozu_ra_-_Strategie_a_koncepce_rozvoje_univerzitniho_skolstvi_v_Brne.pdf)

<sup>10</sup>iREGIONY. *Vysokoškolských studentů ubývá. Pozvedne to výuku, věří stát* [online]. 2014 [cit. 2014-05-07]. Dostupné z: <http://regiony.impuls.cz/jihomoravsky-kraj/vysokoskolskych-studentu-ubyva-pozvedne-to-vyuku-veri-stat-20140411-6hyj-3h2x.html>



MŠMT byl vytvořen následující graf (jsou zde zahrnuty všechny vysoké školy s výjimkou Univerzity obrany, data k této škole MŠMT ve své databázi nemá).

*Graf 3: Zastoupení studentů v Brně dle bydliště*



Zdroj: Vlastní zpracování (dle údajů z MŠMT: [http://dsia.uiv.cz/vystupy/vu\\_vs\\_f2.html](http://dsia.uiv.cz/vystupy/vu_vs_f2.html))

Z grafu je patrné, že nejvíce studentů pochází z Jihomoravského kraje, následují cizinci, Zlínský kraj, Vysočina, Moravskoslezský kraj a pětiprocentní hranici pokořil ještě kraj Olomoucký. Výsledek není nikterak překvapivý. Dalo se předpokládat, že nejvíce dojíždějících studentů bude pocházet z geograficky blízkých regionů.

## 2.1 Strategické dokumenty města Brna

Stejně jako jiná města v České republice má i město Brno své strategické dokumenty. Jedná se o koncepční dokumenty, jejichž hlavním úkolem je stanovení priorit, které jsou v oblasti rozvoje města důležité. Samozřejmostí je pravidelná aktualizace samotných dokumentů v závislosti na dané situaci jak samotného města, tak i státní a globální úrovně. Naše práce bude vycházet ze dvou koncepčních dokumentů města Brna, kterými budou „Strategie pro Brno“ a „Strategie a koncepce rozvoje

univerzitního školství v Brně a její evaluace.“ Zbývající koncepční dokumenty lze nalézt na webových stránkách města Brna.<sup>11</sup>

### 2.1.1 Strategie pro Brno

Hlavním strategickým dokumentem města je dokument nesoucí název *Strategie pro Brno* obsahující tuto strategickou vizi:

*„Brno chce být městem s pozitivní image, místní ekonomickou základnou zaručující jeho konkurenceschopnost v evropském prostoru, s dobrou dopravní dostupností, kvalitními podmínkami pro život obyvatel a zdravým životním prostředím a také centrem inteligence, výzkumu a inovací. Brno chce být lepší.“<sup>12</sup>*

*Strategii pro Brno* lze rozdělit na analytickou a návrhovou část. Součástí analytické části je charakterizace profilu samotného města a SWOT analýza. Do návrhové části patří samotná strategická vize a strategický skelet, jehož součástí je 5 prioritních oblastí, 6 strategických cílů a 21 opatření.

Mezi prioritní oblasti patří:

1. Image města a vnitřní/vnější vztahy,
2. Místní ekonomický rozvoj,
3. Kvalita života,
4. Výzkum, vývoj, inovace a vzdělávání,
5. Doprava a technická infrastruktura,

příčemž Místní ekonomický rozvoj, Kvalita života a Výzkum, vývoj, inovace a vzdělávání jsou hlavními pilíři globálního cíle *Strategie pro Brno*. Součástí každé prioritní oblasti jsou vybrané strategické cíle a opatření.

*Strategie* zmiňuje, že nabídka vzdělávání, především u vysokého školství, dosahuje nadregionální úrovně (z hlediska dojíždění studentů z jiných regionů ČR).<sup>13</sup> z hlediska image města se Brno prezentuje ne jenom jako centrum justice, případně jako město s nabídkou kvalitního kulturního vyžití či historických památek, ale hlavně jako centrum inovací, vědy, výzkumu a vývoje, centra vysokého školství či znalostní ekonomiky.<sup>14</sup>

V prioritní oblasti *Místní ekonomický rozvoj* se hovoří o tržních službách (např. poradenství, finančnictví nebo auditorská či marketingová činnost), které vyžadují vyšší nároky na pracovníky z hlediska jejich znalostí a dovedností. Pracovník by tak měl nejlépe být absolventem vysoké školy.<sup>15</sup>

---

<sup>11</sup> BRNO.CZ. *Strategie pro Brno*[online]. 2014 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: <http://www.brno.cz/sprava-mesta/dokumenty-mesta/koncepcni-dokumenty/>

<sup>12</sup> BRNO.CZ. *Strategie pro Brno*[online]. 2014, str. 101[cit. 2014-04-25]. Dostupné z: [https://www.brno.cz/fileadmin/user\\_upload/sprava\\_mesta/Strategie\\_pro\\_Brno/dokumenty/Strategie\\_pro\\_Brno\\_-\\_aktualizace\\_2012.pdf](https://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/Strategie_pro_Brno/dokumenty/Strategie_pro_Brno_-_aktualizace_2012.pdf)

<sup>13</sup> BRNO.CZ. *Strategie pro Brno* [online]. 2014, str. 11 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: [https://www.brno.cz/fileadmin/user\\_upload/sprava\\_mesta/Strategie\\_pro\\_Brno/dokumenty/Strategie\\_pro\\_Brno\\_-\\_aktualizace\\_2012.pdf](https://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/Strategie_pro_Brno/dokumenty/Strategie_pro_Brno_-_aktualizace_2012.pdf)

<sup>14</sup>Tamtéž, str. 12.

<sup>15</sup>Tamtéž, str. 22.



Co se týká oblasti cestovního ruchu, tak zde by měl být důraz kladen např. na kongresovou nebo veletržní turistiku. Sem patří právě oblast vysokého školství k významným hybatelům.<sup>16</sup>

Další velmi důležitou prioritou *Strategie* je *Výzkum, vývoj, inovace a vzdělávání*. Je zde popsána struktura brněnského školství od mateřských škol až po vysoké školy, problematika celoživotního nebo environmentálního vzdělávání. Jak již bylo zmíněno, Brno je centrem vědy, výzkumu a inovací. Svá odloučená pracoviště zde má např. Akademie věd České republiky, nejružnější výzkumné ústavy z odvětví strojírenství a elektrotechniky (SVÚM Praha, s.r.o., VUES Brno, a. s., aj.), chemie (Polimer Institute Brno, s. r. o, aj.), stavebnictví (Výzkumný ústav stavebních hmot, aj.), textilu (Výzkumný ústav pletářský, a. s., aj.), dále např. z potravinářského průmyslu a zemědělství (Výzkumný ústav veterinárního lékařství, aj.) a mnoho dalších.

I vysoké školy se podílejí na rozvoji center výzkumu, vývoji a inovací, a to zejména MU, VUT, VFU a MENDELU.<sup>17</sup> Zmíněné školy patří v Brně co do počtu studentů mezi nejpočetnější, tudíž je velmi pravděpodobně, že se mezi studenty nachází budoucí kvalitní vědci, kteří přispívají k novým poznatkům v problematice vědy a výzkumu.

### 2.1.2 Strategie a koncepce rozvoje univerzitního školství v Brně a její evaluace

Jak již bylo zmíněno, hlavní neboli zastřešující strategický dokument je *Strategie pro Brno*. Není to ale jediný koncepční dokument města. Mezi ně lze například zahrnout tzv. rozvojové dokumenty doplňující Strategii v oblastech, které v ní nebyly zpracovány. Do problematiky rozvojových dokumentů spadá aktivní stárnutí ve městě Brně, oblast rozvoje příměstských lesů, kultury a rozvoj vzdělanosti. Důvod, proč nebyly zpracovány v rámci samotné Strategie, je jednoduchý - město v těchto oblastech nemá tak výraznou nebo vůbec žádnou kompetenci.

Pro účely tohoto projektu je třeba se zabývat dokumentem *Strategie a koncepce rozvoje univerzitního školství v Brně a její evaluace* (dále jen „*Koncepce rozvoje*“). Právě do oblasti rozhodování jednotlivých vysokých škol město Brno nemůže nijak zasáhnout. Na vysokých školách se uplatňuje tzv. vysokoškolská samospráva – neúzemní, zájmová či profesní. „*Vysoké školy jsou právnícké osoby veřejného práva zřízené za účelem realizace veřejných potřeb, pročež jsou financované (z většinové části) z veřejných zdrojů. Těž státní vysoké školy jsou financované z veřejných zdrojů, nicméně jejich samosprávnému postavení brání jejich ekonomická a částečně i rozhodovací závislost na státu. Soukromé vysoké školy pak z pohledu organizačního vykonávají správu soukromou, při nejmenším v rozsahu typickém pro právníckou osobu, v jejíž formě byly zřízeny, nikoli veřejnou.*“

Zákon vyhrazuje (v § 6 odst. 1) samosprávné působnosti veřejné vysoké školy tyto činnosti:

*„Vnitřní organizaci, včetně určování počtu zaměstnanců a související pracovní právní vztahy, určování počtu přijímaných uchazečů a podmínek pro přijetí ke studiu, tvorbu a uskutečňování studijních programů (jde-li o studijní programy, které neuskutečňují fakulty), jako i organizaci studia, zaměření a organizaci vědeckovýzkumné činnosti, rozhodování o právech a povinnostech studentů a akademických pracovníků, spolupráci s jinými vysokými školami a právníckými osobami, a zahraniční styky,*

<sup>16</sup>Tamtéž, str. 32.

<sup>17</sup> Tamtéž, str. 66.

*ustavování samosprávných akademických orgánů, jako i hospodaření a nakládání s majetkem, a stanovení výše poplatků spojených se studiem.“*

Jediný subjekt, který může ovlivnit samosprávu vysokých škol je stát. Ovlivnit ji může ovšem jen na základě a v mezích zákona.<sup>18</sup>

Je nutné poznamenat, že celková spolupráce města Brna, vysokých škol a dalších aktérů majících vliv na univerzitní prostředí, je založena čistě na dobrovolné bázi a je pouze na aktérech samotných, jestli se jí budou řídit. Tento dokument tedy analyzuje současnou situaci vysokého školství v Brně. Jeho součástí jsou poznatky založené na rozhovorech s jednotlivými aktéry z této oblasti, SWOT analýza a návrhová část dokumentu. „*Cílem realizace aktivity je dosáhnout synergického efektu koordinací cílů a vizí budoucího rozvoje klíčových partnerů vytvořením platformy pro trvalou spolupráci univerzit a veřejného sektoru ve městě Brně.*“<sup>19</sup>

Samotná Koncepce rozvoje přináší celou řadu zajímavých poznatků. Např. dle názoru partnerů města a dalších aktérů (JMK, Akademie věd, Hospodářská komora, aj.) by město mělo být hlavním koordinátorem rozvojových aktivit VŠ a dalších vzdělávacích institucí, mělo by vytvářet prostředí pro VŠ a studenty, více s nimi komunikovat a zlepšovat celkově infrastrukturu a image města.<sup>20</sup>

Z grafu č. 4 lze vyčíst, že studenti jsou poměrně výrazně spokojeni s nabídkou služeb ve městě. Oceňují množství klubů, pohostinství a restaurací, poté nabídky knihoven či kulturního vyžití. Obecně by se však mohla zlepšit nabídka přivýdělků. Další problém je spojený s dopravou ve městě (dopravní zácpy, zpoždění MHD, málo parkovacích míst aj.). Líbilo by se jim i větší množství parků. Pozitivním zjištěním je, že velká část studentů se chce ve městě po skončení studií trvale usadit. To by v konečném důsledku mělo pozitivní dopad na daňové příjmy města Brna.

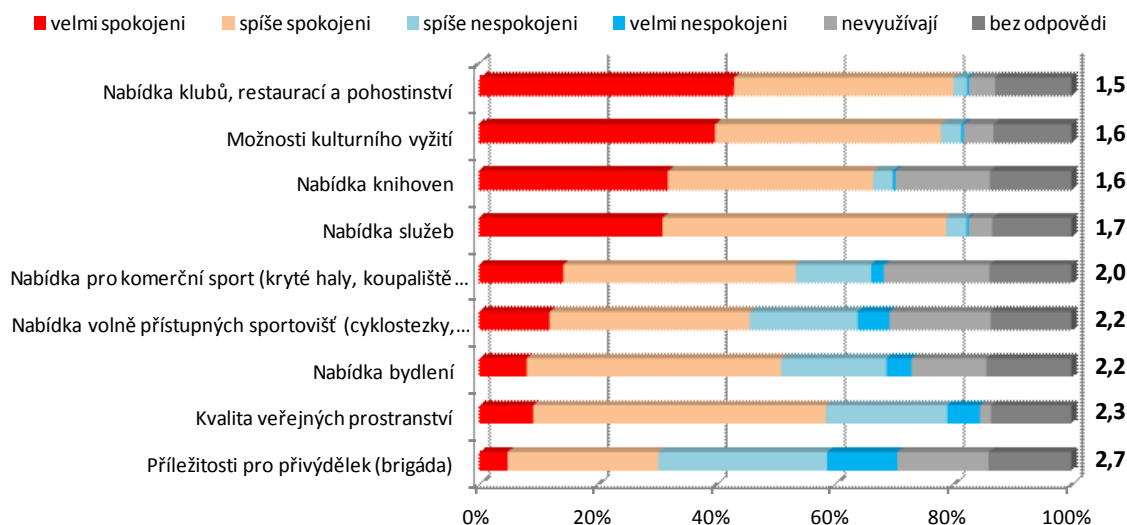
---

<sup>18</sup> MASARYKOVA UNIVERZITA. *Základy práva vysokých škol. Veřejná vysoká škola a její orgány* [online]. 2014 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: [http://is.muni.cz/do/rect/el/estud/praf/ps13/pravo\\_vs/web/05.html](http://is.muni.cz/do/rect/el/estud/praf/ps13/pravo_vs/web/05.html)

<sup>19</sup> BRNO.CZ. *Rozvojové dokumenty strategie pro Brno* [online]. 2014, str. 3 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: [https://www.brno.cz/fileadmin/user\\_upload/sprava\\_mesta/magistrat\\_mesta\\_brna/KSM/Brozu ra - Strategie a koncepce rozvoje univerzitniho skolstvi v Brne.pdf](https://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/magistrat_mesta_brna/KSM/Brozu_ra_-_Strategie_a_koncepce_rozvoje_univerzitniho_skolstvi_v_Brne.pdf)

<sup>20</sup> Tamtéž str. 21.

Graf 4: Spokojenost studentů se službami



Zdroj: Strategie a koncepce rozvoje univerzitního školství v Brně (souhrnná analytická zpráva, s. 18)

Studenti, stejně jako trvale žijící obyvatelé města Brna, mají zájem na kvalitě života ve městě Brno, proto se chtějí podílet na jejím zlepšování. V návrhové části se dokument zabývá vytvořením platformy spolupráce aktérů, kde klade důraz na komunikaci města s vysokými školami a zároveň města se studenty. Další částí je definice prioritních oblastí – *Marketing, Kvalitní vzdělávání a Brno – město studentů*.<sup>21</sup> k rozboru těchto oblastí projekt přistoupí v kapitole týkající se propojení strategií města s tímto projektem.

## 2.2 Dlouhodobá strategie VŠ v Brně

Dlouhodobé strategie všech veřejných vysokých škol v Brně vychází z Dlouhodobého záměru MŠMT (na roky 2011 – 2015<sup>22</sup>). Základní prioritní osy ministerstva jsou orientovány zejména na tyto oblasti:

- kvalita a relevance,
- otevřenost,
- efektivita a financování.

Dlouhodobé záměry jednotlivých univerzit nacházejících se na území města Brna vycházejí v hlavních bodech z výše uvedeného dokumentu, proto se koncepce dlouhodobé strategie jednotlivých školských subjektů příliš neliší.

<sup>21</sup> BRNO.CZ. *Rozvojové dokumenty strategie pro Brno*[online]. 2014, str. 32 [cit. 2014-04-25]. Dostupné z: [https://www.brno.cz/fileadmin/user\\_upload/sprava\\_mesta/magistrat\\_mesta\\_brna/KSM/Brozura - Strategie a koncepce rozvoje univerzitního školství v Brne.pdf](https://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/magistrat_mesta_brna/KSM/Brozura_-_Strategie_a_koncepce_rozvoje_univerzitniho_skolstvi_v_Brne.pdf)

<sup>22</sup> MŠMT. *Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy České republiky na období 2011 – 2015* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/dlouhodoby-zamer-vzdelavani-a-rozvoje-vzdelavaci-soustavy-1?highlightWords=dlouhodob%C3%BD+z%C3%A1m%C4%9B>

Následující oddíl je věnován základním bodům Dlouhodobých záměrů Masarykovy univerzity, Vysokého učení technického v Brně, Mendelovy univerzity v Brně a Veterinární a farmaceutické univerzity Brno.

### 2.2.1 Masarykova univerzita (MU)<sup>23</sup>

Masarykova univerzita je v dlouhém období druhou největší vysokoškolskou institucí v České republice, která svou širokou nabídkou studijních oborů přitahuje studenty nejen z ČR, ale z celé střední Evropy. Dlouhodobým cílem MU je v nadcházející době demografického poklesu udržet současné počty studentů. Na druhou stranu velký počet studentů připadající na učitele by mohl do budoucna ohrozit kvalitu vzdělávacího procesu, proto bude třeba věnovat pozornost i pedagogickým kompetencím akademických pracovníků a vývoji moderních výukových metod.

Za slabou stránku ve srovnání s úspěšnými zahraničními univerzitami považuje MU relativně úzkou nabídku programů realizovaných v angličtině. Pro odstranění této slabší stránky usiluje univerzita o podporu posílení jazykových kompetencí učitelů včetně zvýšení podílu zahraničních akademických pracovníků. Pro získání zahraničních studentů svědčí relativně nízké studijní a životní náklady v kontrastu s moderní infrastrukturou a kvalitou poskytovaného vzdělávání.

Jelikož by chtěla MU ještě více posílit svou pozici mezi univerzitami v republice, bude se snažit o rozvoj dlouhodobé spolupráce s partnerskými středními školami, ale také o podporu středoškolské odborné činnosti.

### 2.2.2 Vysoké učení technické (VUT)<sup>24</sup>

Jedním z cílů dlouhodobého záměru VUT je usilovat vzhledem k demografickému vývoji o udržení relativně stálého počtu studentů pohybujícího se kolem 25 tisíc studujících. Mezi hlavní cesty k dosažení cíle hodlá VUT rozšířit nabídku studijních oborů včetně zvýšení jejich atraktivnosti. V souladu s dlouhodobým záměrem MŠMT má VUT zájem podporovat růst kvality studia před úsilím získat co nejvíce studentů.

Dalším z cílů je posilování marketingu jak na úrovni rektorátu, tak i jednotlivých fakult. Pro těsnější spolupráci s odbornou sférou v regionu bude VUT vyhodnocovat údaje o praxi studentů. Cílem bude získat zpětnou vazbu o její smysluplnosti nejen pro potřeby studentů, ale také pro jednotlivé firmy v regionu. Smyslem těchto aktivit se stane zavádění odborné praxe, kterou mají dosud studenti ve velmi malé míře a která se stane nedílnou součástí studia.

Stejně tak bude neustále zkvalitňovat akreditované studijní programy včetně spolupráce s potenciálními zaměstnavateli. VUT bude dbát o zapojení talentovaných studentů všech studijních programů jak do výzkumné, tak i vědecké činnosti včetně začleňování do výzkumných týmů.

---

<sup>23</sup>MU. *Masarykova univerzita: Dlouhodobý záměr 2011 – 2015* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z: <http://strategie.rect.muni.cz/cs/strategie-planovani/dz-mu-2011-2015>

<sup>24</sup>VUT. *Dlouhodobý záměr vzdělávací a vědecké, výzkumné, vývojové a inovační, umělecké a další tvůrčí činnosti Vysokého učení technického v Brně na období 2011 – 2015* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z: <https://www.vutbr.cz/uredni-deska/dlouhodoby-zamer>

### 2.2.3 Mendelova univerzita (MENDELU)<sup>25</sup>

Vizi Mendelovy univerzity je stát se uznávanou evropskou univerzitou, která vyváženě kombinuje vzdělání, vědecko-výzkumné a profesně zaměřené aktivity na úrovni základního a aplikovaného výzkumu. Pro naplnění vize bude univerzita podporovat zapojení odborníků z profesní sféry a státní správy do výuky s cílem vysoké uplatnitelnosti na trhu práce. Uvedená skutečnost by měla přispět k udržení nezaměstnanosti absolventů pod hranicí průměrné nezaměstnanosti dle přehledu MPSV ČR.

Dále si klade za cíl usilovat o postupné snižování rozsahu přímé výuky především intenzivnějším zaváděním e-learningu a podporou moderních výukových metod. Pro dostatečnou otevřenost univerzity je důležitá podpora řízení odborných praxí studentů a zahraničních výměn. Univerzita hodlá navýšit počty studentů bakalářských a magisterských oborů vyjíždějících na studijní pobyty a praxe do zahraničí.

Mendelova univerzita rozvine mediální strategii na svou propagaci, která bude založena na vlastních vydavatelských aktivitách, ale také na intenzivní spolupráci s dalšími médii.

### 2.2.4 Veterinární a farmaceutická univerzita (VFU)<sup>26</sup>

VFU je z regionálního pohledu velmi významnou institucí, protože je jedinou univerzitou v ČR, která poskytuje veterinární vzdělání a jednou ze dvou univerzit v ČR poskytující farmaceutické vzdělání. Tímto velmi přispívá k jedinečnosti Jihomoravského regionu.

Jedním ze strategických cílů univerzity je rozvoj prostředí pro studium zahraničních studentů uskutečňováním vybraných studijních programů v anglickém jazyce. Stejným strategickým cílem jako pro ostatní univerzity je i pro VFU zkvalitnění výstupní vzdělanosti studentů a jejich následná uplatnitelnost v praxi v národním i mezinárodním měřítku. K dosažení tohoto cíle využívá VFU spolupráce s institucemi v ČR, ale také s evropskými asociacemi univerzit. Důležité je i zkvalitňování a rozšiřování poradenství na univerzitě jak pro zájemce a uchazeče VFU, tak i pro studenty se specifickými potřebami.

### 2.2.5 Souhrn dlouhodobých záměrů univerzit

Obecně lze z výše uvedeného konstatovat nedostatečnou specifikaci konkrétních cílů a prioritních oblastí. V dlouhodobých záměrech se často opakují cíle a priority DZ MŠMT a nejsou propojeny s cíli a specifikacemi konkrétní univerzity. Jednotlivé návrhy a opatření jsou většinou pouze obecné povahy.

Cílem všech univerzit je přinejmenším udržení, ale mnohem častěji zlepšení kvality poskytovaného vzdělávání. Ambice mnoha představitelů univerzit sahají nejen na české území, ale i za hranice (minimálně na středoevropskou úroveň). Pro většinu univerzit patří růst kvality vlastního výzkumu mezi nejvýznamnější cíle, a proto chtějí univerzity získat co nejvíce kvalitních a talentovaných studentů pro jeho podporu.

<sup>25</sup>MENDELOVA UNIVERZITA. *Dlouhodobý záměr vzdělávací a vědecké, výzkumné, vývojové a inovační, umělecké a další tvůrčí činnosti Mendelovy univerzity v Brně pro období 2011 – 2015* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z:

[http://www.mendelu.cz/cz/uredni\\_deska/dlouhodoby\\_zamer\\_uredni\\_deska/dlouhodoby\\_zamer](http://www.mendelu.cz/cz/uredni_deska/dlouhodoby_zamer_uredni_deska/dlouhodoby_zamer)

<sup>26</sup>VFU. *Dlouhodobý záměr vzdělávací a vědecké, výzkumné, vývojové a inovační a další tvůrčí činnosti Veterinární a farmaceutické univerzity Brno na období 2011 až 2015* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z: <http://www.vfu.cz/uredni-deska/dlouhodoby-zamer-2011-2015>

Dalším nejčastějším tématem je rozvoj spolupráce s firmami a komerční praxí. V současnosti se praxe na jednotlivých školách velmi liší a univerzity si kladou za cíl větší propojení výsledků výzkumů s praxí. Operační programy (především „Výzkum a Vývoj pro Inovace“) budou do budoucna pomáhat univerzitám upevňovat těsnější spolupráci s podnikatelskou sférou.

Jedním z cílů naplnění strategií všech brněnských univerzit bude vytvořit marketingový nástroj, který zvedne zájem o studium právě v Brně, pomůže se získáním kvalitních studentů a jejich následnou integrací ve městě.

### 3 Studentský A Zábavný portál

Jak bylo nastíněno v úvodu, smyslem projektu je navrhnout nástroje, který by pomohl v oblasti komunikace jednotlivých subjektů města (občané, univerzity, samotné město, aj.) Pro tento účel se nabízí vytvoření webového portálu, který díky své originalitě a možnostem pomůže jeho uživateli v nejrůznějších oblastech. Portál se bude skládat ze dvou základních částí. Těmi jsou **StudujBrno.cz** a **Brnoman.cz**. Ať už uživatel zadá do vyhledavače název jedné nebo druhé části portálu, je irelevantní, jelikož bude přeměřován na společnou webovou stránku, kde si vybere, zda-li chce pokračovat na **StudujBrno.cz** nebo na **Brnoman.cz**. Zde je nutné poznamenat, že i když se uživatel rozhodne pokračovat např. na část StudujBrno.cz, stále se mu bude zobrazovat u jednotlivých částí odkaz na myšlenku Brnomana. V následující části této práce budou čtenáři představeny informace o celém webovém portálu.

#### 3.1 StudujBrno.cz

**StudujBrno.cz** je webová stránka, kde se studenti mohou dozvědět prakticky cokoli o městu Brnu a přitom se i dobře zabavit, poznat nové lidi, vytvářet projekty, realizovat nápady a celkově se rozvíjet.

První částí webu je sekce *EnjoyBrno*, která nabídne ucelenou a přehlednou nabídku Brněnských kin, divadel, klubů, galerií, sportovních událostí a kam se vydat za přírodou. U jednotlivých míst bude přehledně uvedena otevírací doba, adresa, fotografie, hodnocení a také nadcházející akce.

Další částí je webový meeting point *Na Čáře*. Ten bude fungovat jako místo, kde mezi sebou mohou uživatelé komunikovat efektivním stylem. *Na Čáře* bude rozdělen do 5ti sekcí. První je *Zeptej se!*. Zde mohou uživatelé pokládat jakékoliv otázky, zároveň na jiné odpovídat a tím aktivně přispívat komunitě. V sekci *Doporuč!* mohou uživatelé sdílet s ostatními nějaké zajímavé novinky, akce nebo v podstatě cokoli, co může zlepšit život ostatních. *Jdeme Ven?* je zase nástroj, díky kterému se mohou uživatelé sdružovat, poznávat a domlouvat se na různé akce. *Inzeruj!* umožňuje vytvářet nabídky a poptávky po bydlení, práci i čemkoliv jiném. Nakonec *Vyfoť Brno!* je místem pro sdílení fotografií z města Brna. To může sloužit jak pro pobavení, tak i pro informování ostatních uživatelů a samotného města Brna.

Služba *Eat & Drink* nabídne v podstatě seznam brněnských restaurací s možností zobrazit si je přehledně na mapě, najít například ty nejbližší a přečíst si jejich jídelní lístek. Možností bude i daný podnik ohodnotit a pomoci tak ostatním s výběrem.

*Smart nákupy* pak nabídnou studentům a dalším návštěvníkům stránky spoustu dostupných slev, akcí a výhodných nákupů v Brně a okolí.

V příloze č. 1 k tomuto dokumentu jsou vysvětleny detailně základní stavební prvky projektu, které musí být stanoveny pro vytvoření obsahu samotného portálu.



## 3.2 Brnoman.cz

Brnoman představuje webovou stránku ([www.brnoman.cz](http://www.brnoman.cz)), kde budou moci uživatelé plnit úkoly týkající se Brna a jeho života v něm. Ty lze rozdělit do více kategorií a typů a získávat za ně body, za něž si budou moci nakupovat odměny, získat hodnost či příspěv na dobročinný účel. Samotná postava Brnomana vychází z typického brněnského krokodýla.

Kombinuje prostřednictvím svých webových stránek prvky sociálních sítí, online her i současných aplikací pro chytré telefony. Obyvatelé města Brna se tak zapojí do jeho správy hravou a zábavnou formou.

Prostřednictvím zadávání úkolů může město i soukromá sféra směřovat aktivitu obyvatel žádoucím směrem. Web bude nabízet prostor pro vytváření a prezentování vlastních projektů a nápadů s výhodou zpětné vazby od uživatelů, ale také možnost pro obyvatele na různé problémy poukazovat nebo navrhnout jejich vlastní řešení. Tím se zlepší komunikační vztah mezi městem a jeho obyvateli. Jednalo by se projekty jak od města, tak i od uživatelů sociální sítě. Díky sekci projektů město nebude muset vynakládat velké množství prostředků na zpracování navrhovaných změn odborníky.

Brnoman také pomůže městu zvýšit zdroj peněžních prostředků potenciálním zvyšováním počtu obyvatel s trvalým pobytem v Brně. Lidé, převážně z řad studentů, se totiž mohou prostřednictvím tohoto projektu s městem lépe seznámit a více se začlenit do komunity města Brna. Vzhledem k ojedinělosti tohoto projektu v České republice, mohou být i po skončení studií ochotnější přesunout se do města natrvalo a nadále využívat výhody, které portál nabízí. Může městu poskytovat cenná data pro budoucí analýzy.

Webová stránka bude ve třech jazykových verzích, a to v češtině, angličtině a „brněnštině“ (typický brněnský hantec). Jedním z úkolů bude také „test správného Brňáka“, kdy uživatel bude skládat test z toho, jak zná Brno včetně jeho nářečí.

Registrace pro uživatele nebude nijak náročná, bude propojena přes účet v jiných sociálních sítích, například Facebook či Google+, a tím bude částečně vyřešena otázka zabezpečení a kontroly.

Funguje zde tzv. achievement systém, tedy jakýsi „systém zásluh“, kdy hráč může plnit i úkoly, které přímo nesouvisí s hrou, avšak jsou zábavné a získá za ně body pro nákup speciálních a běžně ve hře nedostupných věcí. Po určitém splnění úkolů si bude moci uživatel individualizovat svého avatara, a to jak oděvem, tak i ostatními předměty, které by vyjadřovaly uživatelovy zájmy

Další možností odměn za splněné úkoly může být určitá škála výher poskytnutá přímo městem, ať už se jedná o slevy na dopravu nebo snížení poplatku za odvoz odpadu, ale také i hmotné odměny s logem daného avatara. Odměny může také poskytnout soukromá sféra, pro kterou se toto odměňování stane skrytou reklamou (př. slevy na lístky do divadla aj.)

Brnoman také může pomoci lidem v nouzi. Na webu budou vyhlašovány dobročinné sbírky, kdy uživatel dobrovolně věnuje své body na sbírku pro poskytnutí určitých služeb či hmotných věcí pro potřebné.

Součástí webu bude také fórum, jehož struktura by zrcadlila kategorie úkolů a jejich podsložky. Primárně totiž bude fórum sloužit ke komunikaci ohledně plnění úkolů. Nemělo by zde však chybět téma, kde by se uživatelé mohli vyjádřit k tomu, co se jim v Brně líbí nebo naopak. To by mohla být zpětná vazba, která by pomohla městu.



Jedním z klíčových bodů projektu je vypěstování základní skupiny aktivních uživatelů, s jejichž pomocí a aktivitou lze síť snadněji rozšířit o další uživatele. Očekává se, že hlavní část uživatelů budou tvořit studenti, věková kategorie 15 až 29 let, jelikož se jedná o nejaktivnější sociální skupinu, co se podobných aplikací týče. Současně je to skupina velká, protože studentů je v Brně až 90 000 a tvoří tedy téměř čtvrtinu obyvatel.

Propagace webu by měla hned několik podob. Jednou z nich je virální marketing, který spočívá ve vytvoření zajímavé kreativy (obrázku, videa, aplikace), jež si uživatelé internetu následně sami přeposílají, včetně sdílení na sociálních sítích. Další formou propagace jsou trendsetteri a figuranti. Takzvaný trendsetter je člověk (skupina lidí), který má výrazný vliv na své okolí, a kterého ostatní lidé následují.<sup>27</sup> Nabízí se zde tedy spolupráce se slavnými herci, sportovci a dalšími osobnostmi Brna. Další možností je komiks, který nabízí tradiční formu vyprávění o superhrdinech. Mohl by být šířen pomocí městských médií (časopis Šalina, webové stránky města Brna). Poslední podobou by mohla být propagace ve formě tzv. „placek“, na kterých by byl zobrazen současný uživatelův avatar, logo aplikace, případně uživatelovy získané hodnosti. Tato forma pak propojuje reálný svět s prostředím online aplikace a současně prezentuje projekt.

Webový portál Brnoman bude sloužit jako marketingový nástroj, který by zpropagoval web StudujBrno. StudujBrno by obsahoval tipy, kde a jak úkoly splnit, a informace, které by uživatel potřeboval.

Kompletní informace o webovém portálu Brnoman.cz se nacházejí v příloze tohoto dokumentu.

---

<sup>27</sup> Urban dictionary: trendsetter [online]. [cit. 18. 5. 2014].

## 4 Struktura portálu

V této kapitole se čtenář dozví konkrétní informace o jednotlivých částech portálu **StudujBrno.cz** a jejich možné navázání na **Brnoman.cz**.

### 4.1 Enjoy Brno

Důležitou součástí projektu *StudujBrno.cz* bude kulturní a volnočasový informační servis z jihomoravské metropole *Enjoy Brno* (dále jen „EB“). Na jednom místě se uživatel přehledně dozví, kam by mohl zajít dnes, nebo prohlížet programy kulturních a jiných institucí pro naplánování volného času v Brně. Služba *EB* bude tvořena jak interaktivními prvky, tak přinese i seznamy akcí přichystané pro studenty různými institucemi nebo samotnými studenty. Od muzeí přes kluby až po sportovní utkání. *EB* bude jednoduše členěným portálem, který nabídne programy, odkazy na oficiální stránky institucí, dopravní dostupnost s mapou a stručný popis každého místa v databázi (zpracovaná databáze v příloze). Místa budou zařazena do osmi sekcí:

- Biografie,
- Divadla,
- Kluby,
- Výstavy,
- Sport,
- Do přírody,
- Ostatní.

O tvoření obsahu *EB* se budou starat administrátoři. V určitém časovém úseku (záleží na druhu volnočasové aktivity) budou aktualizovat programy. Mnoho stránek na internetu totiž nedokonalými aktualizacemi zaniklo, a aby *EB* nepotkal stejný osud, je nutné opravdu trvat na včasném obnovování informací. Další povinnost administrátorů by obnášela zapojování nové akce nalezené aktivními uživateli, kteří by přes jednoduchý formulář odeslali administrátorům upozornění na novou společenskou událost. To bude vysvětleno později.

Za hlavní pilíře služby *EB* lze tedy pokládat tři vlastnosti:

- jednoduchost – uživatelsky přátelský intuitivní systém procházení programů,
- ucelenost – vše bude na jednom místě,
- aktuálnost – lpění na neustálém obnovování databáze programů.

Ty *StudujBrno.cz* doplňuje ještě o prvky sociální sítě. Představení, výstavy nebo sportovní utkání budou moci uživatelé s unikátním účtem přidat na svůj profil jedním kliknutím vedle požadované volnočasové aktivity. Na stránce svého profilu se mu vybrané akce i s místem a časem konání shromáždí do jednoduchého kalendáře. A uživateli se dostane upozornění, kdykoli akci někdo okomentuje a kalendář mu také upozorněním hodinu před začátkem událost připomene. Upozornění však bude možné upravit podle vlastní potřeby v profilu.

Služba *EB* se tedy stane jednoduchou databází možností, jak se vyžít v Brně. O její chod se budou starat administrátoři, kteří budou obsah pro uživatele získávat od kulturních a sportovních institucí.

Akce si budou moci uživatelé jednoduše zapsat k sobě na profil. Díky upozorněním na vybrané události nezapomenou a dokonce se doví, koho jiného tam potká. Vše na jednom místě, přehledně a uživatelsky příjemně.

#### 4.1.1 Jak bude Enjoy Brno vypadat

Domovskou stránku *EB* bude tvořit jen minimum možností, kam se na ní vydat. Web nemá za cíl čtenáře zahltnout možnostmi, ale jasnými ukazateli ho navede, kam sám čtenář chce jít. Proto kromě sedmi sekcí k výběru trávení volného času (*Biografie, Divadla, Výstavy, Sport, Kluby, Do přírody a Ostatní*) zde bude ještě *Vyhledávání* a *Náhodné doporučení* ze sekce *Doporuč!* (ze služby *Na Čáře*). Pozornost návštěvníků by měla upoutat tlačítka výše uvedených sedmi sekcí, protože budou uprostřed stránky a větších rozměrů. Nad nimi bude k službám lišta pro vyhledávání preferencí návštěvníka *StudujBrno.cz*.

Vpravo pod tlačítka bude tlačítko s nápisem: „*VÍTE O AKCI, KTERÁ TU NENÍ A MĚLA BY TU BÝT?*“ Po jeho stisknutí se otevře okno, kam uživatel vloží odkaz na akci (pokud je ta událost evidována někde na internetu) a popíše ji. Administrátoři akci prověří, a pokud bude v pořádku, zařadí ji do příslušné sekce.

Podobně jako sužba *Na Čáře* i *EB* bude propagovat slevové akce z Brna ze sekce *Smart nákupy*. I se stejným principem sdílení. Pokud se na stránce *Smart nákupy* objeví slevový kupon instituce zanesené v seznamu kin, divadel apod., administrátoři takovou označí štítkem *Akční nabídka*, po jejíž stisknutí se uživateli otevře nové okno v prohlížeči se slevou daného podniku v sekci *Smart nákupy*. Jak sleva skončí, nebo je vyčerpána, štítek administrátoři odstraní.

#### 4.1.2 Propojení s Brnomanem

U každé akce je vedle data jejího konání v závorce umístěna postavička Brnomana s příslušným počtem bodů, které uživatel získá, když akci navštíví. Výše bodů závisí na konkrétním druhu akce. Jedná-li se např. o akci, která se během roku koná jednou, je bodové ohodnocení vyšší a uživatel tak postupuje žebříčkem na vyšší hodnoty. Tím získává nejrůznější slevy na další akce atd. V případě, že se uživatel při prohlížení *EB* přihlásí do svého profilu, uvidí u postavičky Brnomana případnou změnu jeho hodnoty v případě, že danou akci navštíví.

#### 4.1.3 Sekce Biografie

Sekce pro filmové fanoušky skýtá zejména seznam biografů a jejich programy. Důležitá ale bude i horní třetina stránky, kde uživatel bude moci používat posuvný banner s tím, co se promítá dnes, v kolik hodin a v jakém kině.

Příklad: Na banneru je nápis *Godzilla* s informacemi že ji hrají ve *Špalíčku* v sedm a devět hodin večer. Uživatel klikne na šipku nalevo nebo napravo, na banneru se objeví třeba *Pulp Fiction* s tím, že bude promítán v kině *Scala* od osmi a jindy již ne.

Uživatel si tak může rychle vybrat, na co se dnes večer vypraví. Když jej nějaký film osloví, stačí na něj na banneru kliknout a otevře se mu nové okno s nabídkou kina, kde se film promítá.

Kina budou seřazena podle abecedy v seznamu vlevo. Při kliknutí na název požadovaného biografu se objeví:

- V sloupci vlevo bude pod sebou: stručný popis kina, jeho fotografie, odkaz na oficiální stránky, adresa a kontakty.
- **V pravém sloupci bude program:** velký a přehledný seznam toho, jaký film se bude hrát, který den a v kolik hodin i s cenou za vstupenku. U každého řádku s filmem budou vpravo dvě tlačítka. První tlačítko ponese název *Jdu!*. Jakmile je na tlačítko kliknuto, akce se uloží uživateli na profilu do kalendáře. Druhé tlačítko se bude jmenovat *...Ale nemám s kým!* Po kliknutí na tuhle možnost, se otevře malé okno (které není povinné vyplňovat). Zde uživatel napíše komentář k danému filmu, kam by rád zašel, ale nemá s kým jít a zda by se někdo nepřidal. Na komentáře z *...Ale nemám s kým!* jsou upozorněni všichni, kdo jsou také přihlášení na tuto událost s tím, že nemají s kým jít.
- **Dole pod touto informační plochou bude:** přes celou šířku stránky zlomek mapy Brna s vyznačeným kinem a tlačítko s otázkou *Jak se tam dostat?* Po kliknutí se spustí další okno prohlížeče s velkou mapou a tlačítka chodce (jak se tam dostat pěšky), tramvaje (jak městskou hromadnou dopravou) a auta (cesta a kde blízko zaparkovat vozem).  
Po kliknutí na tlačítko chodce se objeví dvě pole, jedno bude prázdné: *Vaše výchozí adresa* a druhé bude již vyplněné adresou kina. Po vyhledání se objeví vyznačená trasa přímo na mapě i s výchozím a cílovým místem.  
V případě tlačítka tramvaje se objeví pole: *Zastávka nebo Vaše adresa*. Druhé pole již bude opět vyplněno adresou. Po stisknutí tlačítka vyhledat bude uživatel automaticky přesměrován na stránky *idos.cz*, kde budou zobrazena spojení, názvy nástupní a výstupní zastávky i mapa s vyznačenými zastávkami a cestami k nim.  
Tlačítko s autem pak bude fungovat stejně jako tlačítko chodce, kdy kromě výsledného vyznačení trasy bude u kina vyznačeno i nejbližší parkoviště.

Komunikace mezi uživateli, kteří nemají s kým jít, je odkázána na email, Facebook nebo jakýkoli kontaktní údaj, který mají viditelný na profilu. *StudujBrno.cz* totiž nebude disponovat interním systémem zpráv. Jakmile uživatel již najde někoho, s kým může na film jít, prostě jen z kalendáře na profilu událost odstraní, a přihlásí se na ni přes tlačítko *Jdu!*. Jeho příspěvek z *...Ale nemám s kým!* se tak smaže a ostatní mu na něj již nebudou odpovídat.

#### 4.1.4 Divadla

Fungují na stejném principu jako *Biografy*. I s bannerem nahoře a tlačítka *Jdu!* a *...Ale nemám s kým!*.

#### 4.1.5 Kluby

Fungují na stejném principu jako *Biografy*. I s bannerem nahoře a tlačítka *Jdu!* a *...Ale nemám s kým!*.

#### 4.1.6 Výstavy

Výstavy budou stejné jako předchozí sekce. Lišit se budou ale v programu. Ten u institucí, které pořádají výstavy, anebo mají stálé expozice, nebývá každý den jiný. Pravý sloupec by tak měl místo položek v programu na celý měsíc volné místo. Aby se problém vyřešil, na volném místě v pravém

sloupci bude v této sekci napsaná krátká anotace o dané výstavě. Banner a tlačítka *Jdu!* a *...Ale nemám s kým!* by i zde splňovaly svůj účel.

#### 4.1.7 Sport

Sekce o sportovním vyžití je oproti ostatním specifická. Sport si uživatelé mohou totiž užívat aktivně a pasivně. Pro pasivní diváky, by byl koncept stejný jako v sekcích předtím. Uživatel by si buď vybral v banneru z dnešních utkání, nebo by si rozklikl jeden z mnoha brněnských sportovních klubů v nabídce a v rozpisu zápasů (místo programu) by se k nějakému podle svého výběru zapsal a onen zápas by se mu odeslal do jeho kalendáře na profilu.

Aktivní sportovci mohou díky *StudujBrno.cz*, konkrétně zde v sekci *Sport*, nalézt spoluhráče pro své sportovní aktivity. Mezi bannerem a seznamem brněnských sportovních klubů uživatel v této sekci uvidí dvě nová velká tlačítka. Vlevo bude *Chci parťáka* a vpravo *Chci být parťák*. Stisknutím levého tlačítka se uživateli otevře okno, kam napíše, kolik lidí shání, na jaký sport, na kdy, kam a kontakt na sebe. Stlačením *Chci být parťák* si uživatel zobrazí inzeráty, které už lidé napsali do *Chci parťáka*. Takto domluvenou událost si uživatel bude moci zapsat do kalendáře sám.

Vedle vlastního obsahu sekce *Sport* zde návštěvníci spatří další banner (uvedený větou *Co doporučujete vy?*), kde budou náhodné příspěvky ze služby *Doporuč!* z kategorie *Sport*.

#### 4.1.8 Do přírody

Sekce *Do přírody* bude informační databáze parků, lesů, jezer a jiných relaxačních míst v Brně a blízkém okolí. Nahoře na stránce nebude posuvný banner, ale zájemci zde naleznou tlačítka *Chci parťáka* a *Chci být parťák* pro jednoduché plánování výletů.

Seznam míst bude mít stejné rozměry jako v jiných sekcích (třeba u divadel), jen v pravém sloupci samozřejmě nebude program. Místo něj bude detailnější popis rekreačního místa nebo výletního cíle. v levém sloupci ale budou informace jako fotografie místa, odkaz na oficiální stránky (pokud takové jsou), mapa Brna s vyznačeným cílem a otázka *Jak se tam dostat?* (po kliknutí na otázku se spustí další okno prohlížeče s informacemi, kudy se tam dostat pěšky, městskou hromadnou dopravou a kde blízko zaparkovat vozem).

#### 4.1.9 Ostatní

Tato kategorie zastřeší všechny ostatní události, které nepatří ani do jedné z kategorií předešlých. Budou zde tedy přednášky, demonstrace, akce studentských spolků, pikniky a jiné podobné happeningy. Jednoduše všechny události, na které narazí administrátoři při své práci a nebudou zařaditelné jinam. A také zde budou zařazeny akce, které přišly jako tipy od samotných uživatelů na hlavní stránce *EB*.

Tato sekce kvůli svému charakteru nespořodných akcí nenabídne čtenáři tolik přehledný seznam, jako všechny ostatní sekce. Ale onen posuvný banner s aktuálními událostmi tu místo mít bude.

Tělo stránky bude tvořit velký kalendář pro aktuální měsíc (nad nímž uživatel může přepnout na měsíc následující). Uživatel si bude zavedené akce procházet kliknutím na požadovaný den. Při jeho vybrání se objeví stránka se všemi akcemi s tímto datem. U každé bude možné přihlásit se pomocí tlačítek *Jdu!* a *...Ale nemám s kým!*, tedy stejně jako u sekcí předcházejících.

## 4.2 Webový meeting point Na Čáře

Na Čáře se v Brně studenti scházejí před tím, než vyrazí někam na jídlo a pití, vyměňují si tam poznatky a doporučují si, kam jít, nebo co si kde dát. Zjednodušeně by se brněnská Čára u hodin na ulici Česká dala popsat jako meeting point studentů z moravské metropole. *StudujBrno.cz* nabídne těmto studentům Čáru virtuální. Čáru, kde mohou sdílet své zkušenosti s Brnem, kde si vzájemně doporučí cokoli, co jim Brno nabízí. A vše z pohodlí domova, vysokoškolské koleje nebo studentského privátu.

Služba *Na Čáře* bude rozdělena na pět sekcí:

- *Zeptej se!*,
- *Doporuč!*,
- *Jdeme ven?*,
- *Inzeruj!*,
- *Vyfoť Brno!*.

### 4.2.1 Zeptej se!

Aby stránka *StudujBrno.cz* pracovala dobře a v co nejvyšší možné míře samostatně, budou obsah tvořit i její uživatelé – samotní studenti. Známostou formou, jak docílit participování uživatelů na internetovém prostoru, je vytvořit pro ně komunikační fórum, kde můžou klást otázky, odpovídat na ně nebo si jen tak pohovořit s ostatními a to vše za minimálního dozoru. Stránka *StudujBrno.cz* vyžaduje podobnou formu komunikace, aby studenti sdíleli svoje poznatky, zážitky a tvořili tak samotný obsah, který bude autentický a z první ruky.

#### 4.2.1.1 Fungování a provoz sekce *Zeptej se!*

Místo statického fóra se stejnou šablonou, které lze najít všude na internetu, nabízí *Zeptej se!* jednoduchou alternativu. Uživatel zde zadá do kolonky svou otázku, ve které se zeptá na cokoli o Brně, např. kam jít, kdy začíná nějaké představení či cokoli jiného. Ostatní uživatelé uvidí položené otázky a mohou na ně odpovídat. Odpovědi bude možné hodnotit (kladně nebo záporně) a také nahlásit, pokud je příspěvek nepřínosný nebo v rozporu s pravidly portálu. Aby se předešlo kladení stejných otázek, je nahoře přítomen vyhledávač. Pokud uživatel chce například zjistit, kolik stojí vstupenka do zoologické zahrady, zadá do vyhledávače zcela intuitivně slova „vstupné“ a „zoo“. Vyhledávač mu pak zobrazí všechny otázky a odpovědi, které v sobě tato slova obsahují.

Pokládat otázky, odpovídat, hodnotit, či nahlašovat příspěvky budou moci pouze osoby s aktivovaným univerzálním účtem. Nezodpovězené otázky budou vždy vyznačeny, aby k nim aktivní uživatelé mohli psát odpovědi. Uživatel bude upozorněn ve svém profilu v okamžiku reakce na jím položenou otázku, stejně tak v okamžiku ohodnocení jeho odpovědi. Upozornění si bude uživatel sám upravit v nastavení profilu.

Obsah této sekce bude plně v rukou uživatelů. Určitá forma kontroly však bude nutná, což bude práce administrátorů z řad studentských spolků. Administrátoři budou potřeba v sekci *Zeptej se!* zejména na začátku provozu webové stránky, kdy budou odpovídat sami, než si uživatelé na službu zvyknou a začnou ji sami aktivně využívat. Dále budou zajišťovat mazání nahlášených příspěvků a stejných dotazů. V porovnání s obyčejným diskusním fórem je *Zeptej se!* interaktivnější, rychlejší a méně náročné na údržbu.

Speciálním druhem otázek pak budou dotazy na brněnského primátora. Tyto otázky však nebudou spadat do stejné kategorie jako dotazy všeho druhu o Brně (viz. předchozí odstavce), protože bude tazatel prostřednictvím našich stránek přeměrován přímo na oficiální stránku pro dotazy na primátora.

#### 4.2.1.2 *Uživatelské prostředí sekce Zeptej se!*

Stránka sekce *Zeptej se!* vynikne svou jednoduchostí, tak jako celý web *StudujBrno.cz*. v horní polovině uživatele zaujme velká kolonka, kam vloží svůj dotaz, na který chce dostat odpověď. Nad prostorem pro otázku bude napsané: *Nevíš něco o Brně? Zeptej se!*. Pod ní budou k nahlédnutí tři sloupce s již položenými otázkami. První ukáže ty naposledy zodpovězené, prostřední dosud nezodpovězené (náhodně vybrané) a v posledním čtenář najde dotazy s nejlépe hodnocenými odpověďmi.

Jakmile uživatel zadá svou otázku, objeví se nová stránka s opakovaným zněním otázky s dotazem, zda chce opravdu tento příspěvek veřejně publikovat. Pod tímto dotazem bude seznam již dříve položených otázek (vygenerovaných na základě podobnosti s nově položenou otázkou dle stejných slov). Tento seznam uvedený pod názvem *Podobné otázky* zastává funkci regulace množství vložených dotazů, které jsou si obsahově podobné, jelikož je pravděpodobné, že se uživatelé budou ptát na stejné věci. Když tedy uživatel položí otázku a hned na to se dozví, že velmi podobná otázka zde již existuje, nebude ji pravděpodobně pokládat znovu. Tento systém výrazně usnadní práci administrátorů, kteří by jinak museli mazat opakující se příspěvky.

#### 4.2.2 Doporuč!

Služba *Doporuč!* zastává jinou funkci než služba *Zeptej se!*. Uživatelé s univerzálním účtem, konkrétně jen studenti (to z důvodu množství reklam v této sekci, pokud by takový nástroj mohly využívat i podniky), mohou cítit potřebu podělit se o zážitky v Brně a sdělit kladné reference na některý podnik či místo. Zatímco v *Zeptej se!* se student zeptá například na to, kde mají nejlepší marinovaná žebra, v *Doporuč!* se podělí uživatel o zážitek z restaurace, kde připravují nadstandardně chutná žebra apod. *Doporuč!* se tak stane prostorem se sdílenými doporučeními, kde každý podnik v Brně bude chtít být dobře hodnocen. Reference od lidí (studentů) s podobnými zájmy jsou cennými radami pro ostatní uživatele. Zároveň však slouží i jako reklama pro podniky a jako zpětná vazba od zákazníků.

##### 4.2.2.1 *Fungování a provoz sekce Doporuč!*

Služba *Doporuč!* bude představovat jakousi velkou nástěnkou, kde budou připíchnuté „lístečky“ s osobním doporučením restaurací, sportovišť, kadeřnictví, zkrátka všeho možného, co student může při svém pobytu v Brně využít. Každý student, který disponuje univerzálním účtem, může takový lísteček přidat. Aby zde byly příspěvky organizované, je nutné je při jejich tvorbě rozdělit do kategorií. Je tedy na uživateli, do které kategorie svoje doporučení například nejlepšího rychlého občerstvení uloží, avšak pokud jej nevloží do oddílu *Jídlo a pití*, jeho recenze se nikdy nedostane k cílové skupině a množství lidí. Tyto situace budou řešeny i případným nahlášením a následně přesunutím do správné kategorie administrátorem. Kategorie budou následující:

- *Jídlo a pití* (oblíbené restaurace a jim podobné podniky a jejich nabídka),
- *Škola* (kupříkladu burzy učebnic, slevy na knihy, doporučení školních akcí),
- *Sport* (sportoviště, vybavení atd.),



- *Eventy* (akce, kapely, vstupy atd.),
- *Cizinci v Brně* (doporučení míst, kam vzít přátele ze zahraničí, a cenné rady pro výměnné studenty),
- *Ostatní* (co se jinam nevešlo, ostatní služby).

Nejenže je možné doporučení vkládat na web, ale samozřejmostí bude i možnost komentovat, hodnotit a nahlašovat v případě, že by porušovaly podmínky užívání a pravidla webu. Administrátoři u *Doporuč!* budou mít tedy v podstatě stejnou práci, jako u předchozí služby, a to mazat tyto nevhodné příspěvky.

#### *4.2.2.2 Uživatelské prostředí sekce Doporuč!*

Vpravo nahoře bude jednoduché vyhledávání v doporučeních. Do kolonky s lupou napíše uživatel třeba klíčové slovo „hamburger“ a následně se mu zobrazí všechna doporučení, která obsahují toto slovo. Nejlépe hodnocená doporučení budou nahoře a nejnižší budou doporučení s horším hodnocením.

Uprostřed nahoře bude možnost *Vložit nové doporučení*. Když na něj uživatel klikne, zobrazí se mu jednoduchý formulář. Tam uživatel vloží svoji referenci z určitého místa (zde lze vložit odkaz na Google mapy pro lepší orientaci uživatelů) a vybere kategorii, do které jeho příspěvek spadá. Pokud se jedná o doporučení akce, která je časově omezená, uživatel vyplní příslušnou kolonku, do kdy je možné tuto doporučovanou akci využít. Jméno uživatele se připojí automaticky za každé doporučení (díky univerzálnímu účtu).

Dole pod *Vložit nové doporučení* budou vedle sebe uspořádány další sekce. Uživatelé zde naleznou tlačítka pro procházení nejoblíbenějších doporučení a tlačítka pro procházení těch nejnovějších. Vlevo nahoře upoutá pozornost čtenáře měnící se banner, kde se budou střídát *Náhodná doporučení*.

V profilu se uživateli budou zobrazovat upozornění, pokud bylo jeho doporučení okomentováno, ohodnoceno nebo nahlášeno. *Doporuč!* bude fungovat obdobně jako *Zeptej se!*. Obě služby nebudou nijak složité z důvodu rychlého pochopení a využitelnosti pro všechny uživatele.

#### *4.2.2.3 Propojení*

Služba *Doporuč!* bude propojená s ostatními sekcemi *StudujBrno.cz*. Například se službou *Eat & Drink*, kde se budou zobrazovat právě recenze ze sekce *Doporuč!* Nebo naopak například ze sekce *Smart nákupy* se zobrazí výhodné nákupy u doporučovaného podniku v *Doporuč!* Taková konektivita bude vyžadovat větší nasazení administrátorů, kteří shody vyhledají a mezi sekcemi spojí. Časem se však očekává vyšší zapojení samotných uživatelů, kteří v budoucnu budou vytvářet obsah z velké části sami.

### **4.2.3 Jdeme ven?**

*Jdeme ven?* bude službou s jednoduchým posláním: umožnit osobám, které užívají web *StudujBrno.cz*, domluvit se na společenských aktivitách a seznámit se s novými lidmi. Služba podporuje integraci nových studentů do kolektivu a podporuje i rozvoj podnikatelského prostředí v Brně (skupiny studentů, kteří navštěvují kulturní instituce a podniky).



#### 4.2.3.1 Fungování a provoz sekce *Jdeme ven?*

Pokud někdo touží po programu v určitý den a nechce jít sám, jednoduše napíše přes tuto službu jednoduchý inzerát. Aby služba nebyla zahlcená nezměrným množstvím inzerátů, každý uživatel bude muset při vkládání svého příspěvku vyplnit jeho expirační dobu. Tu nastaví v rozmezí od jedné hodiny do jednoho týdne a po uplynutí vybraného času inzerát sám zmizí.

V jiné sekci - v *Enjoy Brno* uživatelé budou moci také shánět jiné osoby na společně trávené aktivity. Aby se zamezilo zdvojování inzerátů (zde v *Jdeme ven?* a v *Enjoy Brno*), uživatele zde upozorní text s odkazy na potenciálně lepší místo na webu, kam vložit svou výzvu (pokud se bude jednat například o návštěvu biografu nebo o společné sportování).

Práce administrátorů bude obdobná jako u předchozích sekcí, tedy promazávání nevhodných příspěvků.

#### 4.2.3.2 Uživatelské prostředí sekce *Jdeme ven?*

Stejně jako u *Zeptej se!* a *Doporuč!* bude v horní části stránky tlačítko pro vložení nové výzvy. Formulář bude opět jednoduchý s místem pro slovní výzvu, expirační dobou inzerátu a vloženým kontaktem na svou osobu. Pod tlačítkem bude inzerent upozorněn následujícím textem:

*Chceš jít do kina, divadla, klubu, na výstavu, nebo sportovat? Vyber si v aktuálních programech brněnských podniků v Enjoy Brno a sežeň si parťáka tam!*

Text by měl každou osobu s unikátním účtem navést k tomu, aby více specifikoval, kam a kdy chce jít. Partnery pro kulturní a sportovní vyžití by měl uživatel tedy hledat ve službě *Enjoy Brno*. Pro všechno ostatní je tu *Jdeme ven?*

Níže na stránce uživatelé naleznou k nahlédnutí a případnému okomentování všechny inzeráty od ostatních osob. Příspěvky budou seřazené od těch, jejichž platnost vyprší nejdříve až po ty, které v systému budou déle. Na stránce bude vidět deset inzerátů. Pro další uživatel klikne na tlačítko *Další strana*, kde bude dalších deset. A tak bude seznam pokračovat až k inzerátu poslednímu.

Komentáře k inzerátům budou moci vkládat pouze osoby s unikátním účtem. Autor příspěvku bude vždy upozorněn, když mu jeho inzerát bude okomentován, a na nový komentář bude upozorněn každý, kdo pod daný příspěvek něco připsal.

#### 4.2.4 Inzeruj!

Snad každý student jednou za čas potřebuje něco prodat, nebo naopak levně koupit. Většina vysokoškolských studentů rovněž dojíždí do školy z míst vzdálenějších Brnu a mnozí z nich si zde hledají bydlení a práci. Služba *Inzeruj!* by měla usnadnit řešení těchto problémů.

##### 4.2.4.1 Uživatelské prostředí a funkce sekce *Inzeruj!*

Sekci *Inzeruj!* by měl mít možnost zobrazit každý návštěvník webu *StudujBrno.cz*. Nicméně aby mohl odpovídat nebo vkládat nové inzeráty, je potřeba, aby disponoval unikátním účtem. Po otevření tohoto oddílu uživatel uvidí následující strukturu:

- **Práce**
  - Chci brigádu
  - Chci praxi

- Chci práci
- **Bydlení**
  - Nabízím
  - Hledám
- **Bazar**
  - Nabízím
  - Poptávám

Cílem je zajistit co největší jednoduchost a zároveň přehlednost portálu. U každé podkategorie bude uprostřed nahoře možnost *Vložit nový inzerát*. Po kliknutí se zobrazí formulář, kde uživatel vyplní údaje o tom, co nabízí, popřípadě poptává. Vpravo vedle tohoto tlačítka se bude nacházet intuitivní vyhledávání v inzerátech. Pokud se například student stěhuje do nevybaveného bytu, jednoduše napíše do kolonky klíčové slovo „postel“ a následně se mu zobrazí všechny nabídky postelí, které byly vloženy jinými uživateli *StudujBrno.cz*. Student tak může například zjistit, že se někdo snaží postele co nejrychleji zbavit a požadovanou věc získá takzvaně „za odvoz“.

Seznam inzerátů by měl být standardně uspořádán od toho nejnovějšího ke staršímu s možností seřazení například podle ceny či jiných atributů. v přehledu se zobrazí pouze titulek (předmět inzerce), a až po kliknutí na konkrétní položku se zobrazí detailní informace. U každého inzerátu bude umístěno tlačítko *Odpovědět na inzerát*. Většina uživatelů si pravděpodobně nebude přát zveřejňovat své osobní informace, proto by komunikace měla probíhat zasíláním odpovědi na osobní e-mail.

Důležité je také u každého inzerátu vložit datum expirace, aby nedošlo k zahlcení stránek a hromadění zastaralých nabídek či poptávek. Maximální délka vystavení by tak mohla být například jeden měsíc, poté by byl inzerát automaticky smazán, na což by byl uživatel upozorněn a měl by možnost vystavit nabízenou či poptávanou věc opakovaně.

#### 4.2.4.2 *Práce*

Mezi studenty existuje několik pomyslných skupin. Někteří touží po praxi v oboru, která je v dnešní době většinou nezbytná při hledání perspektivního zaměstnání po absolvování školy. Některým naopak nezáleží na konkrétní pozici, ale chtějí si pouze přivydělat. Pak jsou zde tací, kteří se studiem končí, a hledají plnohodnotné zaměstnání.

V sekci inzerce *Práce* budou na jednom místě k nalezení nabídky brigád, stáží (jak placených, tak neplacených), případně i prací na hlavní pracovní poměr pro absolventy středních či vysokých škol. Záměrem je pomoci studentům najít si práci již při studiu. Pro zaměstnavatele a zadavatele nabídek práce může být atraktivní vysoká koncentrace studentů jakožto potenciálních budoucích odborníků v dané oblasti.

Každá nabídka práce by měla obsahovat tyto základní náležitosti:

- typ práce (zda se jedná o brigádu, stáž, nebo práci pro absolventy),
- název pracovní pozice,
- zařazení do oboru,
- požadavky na uchazeče (vzdělání, jazykové znalosti a jiné schopnosti),
- popis pracovní náplně,
- typ pracovního úvazku (plný, částečný),

- lokalita, datum nástupu,
- délka trvání,
- peněžní ohodnocení (s výjimkou neplacených stáží).

Pokud chce zaměstnavatel působit seriózně a plánuje vkládat nabídek více, popřípadě využít dalších možností a výhod webu určené podnikům, založí si na webu svůj unikátní účet, který bude ověřen administrátorem. Je ale vhodné umožnit zadávat nabídky práce také osobám, které nemají zájem registrovat se na webu například kvůli vložení jednorázové nabídky. Avšak takové inzeráty se nezobrazí na webu hned, ale až po pečlivém ověření a schválení administrátorem.

Při zobrazení celé sekce *Práce* bude mít uživatel na výběr ze tří hlavních podkategorií, a to *Chci brigádu*, *Chci praxi* nebo *Chci práci*. Po kliknutí na *Chci práci* nebo *Chci praxi* bude hned na úvod dostupný základní výběr nabídek podle oborů (ekonomické, IT atd.). U brigád tato funkce postrádá smysl, zde by mělo jít především o přivýdělek bez oborového zaměření. Standardně budou nabídky seřazeny od těch nejaktuálnějších a u všech kategorií bude samozřejmě dostupné filtrování dle typu práce, městské části Brna a podobně. Filtry budou umístěny nahoře pod tlačítkem *Vložit novou nabídku práce*.

#### 4.2.4.3 Bydlení

Do sekce *Bydlení* mohou uživatelé s unikátním účtem jednoduše vkládat nabídky bydlení nebo poptávky po něm. Inzeráty se mohou týkat jak sdíleného bydlení, tak samostatných pokojů či bytů. Dostupné bude taktéž filtrování například dle lokality, počtu spolubydlících, pohlaví nebo vybavenosti bytu.

Formulář pro vložení nabídky bydlení by měl obsahovat:

- zda se jedná o spolubydlení či pronájem celého bytu,
- kolik míst je nabízeno,
- lokalita (nejlépe konkrétní adresa),
- dispozice,
- vybavenost,
- cena,
- datum možného nastěhování,
- zda se jedná o samostatný nebo sdílený pokoj (v případě spolubydlení),
- zda je upřednostňován muž či žena.

Vhodné je také nahrát fotografie bytu. Vložení poptávky bude obdobné, ale pochopitelně volnější formou (namísto konkrétní lokality stačí zadat oblast nebo městská část, namísto přesné ceny cenové rozpětí apod.).

Cílem je zpřístupnit nabídku bydlení pro studenty, a to vkládáním nabídek od samotných vlastníků bytů či studentů, nikoli však realitních kanceláří. To z důvodu omezení nadbytečných nákladů v podobě provizí za zprostředkování.

#### 4.2.4.4 Bazar

Poslední podkategorie nabízí inzerci v pravém slova smyslu. Zde se mohou studenti především efektivně zbavit nepotřebných věcí, nebo koupit levnější věci „z druhé ruky“ například při vybavování bydlení. Další možností využití a zároveň propojení s kulturní částí webu je prodej již zakoupených lístků na koncerty, festivaly či jiné akce. Záměrem tohoto opatření je umožnit studentům nabídnout k prodeji nepotřebný lístek např. z důvodu nemožnosti zúčastnit se té konkrétní události.

Podoba bude korespondovat s částmi *Bydlení a Práce*. Po kliknutí na tlačítko *Vložit nový inzerát* se zobrazí formulář s kolonkami pro předmět, popis, cenu a ostatní informace. Podobně by i zde fungovalo prohledávání inzerátů pomocí klíčových slov.

#### 4.2.5 Vyfoť Brno!

Informační web je sice přínosný a mnoha studentům se bude hodit, ale aby jej používali rádi a rádi se tam vraceli, je nutné poskytnout jim i nějaké jiné vyžití. Nějakou zábavu. To jim poskytne služba *Vyfoť Brno!*. Co bude jednu skupinu (uživatelé – studenti) bavit, může být druhé skupině přínosem a cennou zpětnou vazbou (magistrát, brněnské podniky).

Kdyby se *Vyfoť Brno!* mělo popsat jednou větou, bylo by to sdílení zajímavých a zábavných fotografií z Brna. Uživatelé své momentky z ulic, párty, průvodů nebo přírody budou moci posílat do velké galerie *StudujBrno.cz*. Uživatelům by se nekladly žádné hranice, jediná podmínka by byla, že fotografie musí být pořízena v Brně a vložit ji může (pouze a jedině) uživatel s vlastním UÚ. Samozřejmostí je dodržování pravidel a podmínek portálu.

Přínos městu a místním podnikům by spočíval ve zpětné vazbě od studentů. Tu by motivovaly fotosoutěže. Pro příklad můžeme uvést soutěž *Téma měsíce*. Tím může být cokoli, ale pro pomoc městu zvolíme například „Nejošklivější místo v Brně“. Celý měsíc by se k tomuto tématu přidávaly fotky a ta s nejvyšším kladným hodnocením vyhraje. Pro město z toho plyne vlastně nová databáze míst, která by se měla zlepšit nebo opravit. A tato databáze by byla ještě k tomu zadarmo (snad jen cena pro vítěze by byla nákladem pro město nebo sponzora). Studenti jsou mladí lidé, kteří si všimají detailů v místě, kde žijí. Je příhodné využít jejich všímavosti a kritického pohledu k tomu, aby město bylo lepší jak pro ně, tak pro všechny obyvatele.

#### *Jak by to mělo vypadat:*

Skladba stránky se nebude výrazně odlišovat od služby *Doporuč!* nebo *Zepřej se!*. Vkládání příspěvků bude obdobné, pouze místo textového obsahu budou stránce vévodit fotografie. Při vložení fotky bude mít uživatel za úkol vyplnit krátký popis. Volitelně také může doplnit několik klíčových slov vztahujících se k fotce (tzv. tagů) a informace o tom, kde byla pořízena.

Tagy slouží k pomyslnému shlukování obrázků s podobnou tematikou. Pokud například uživatel vyfotí Petrov, může vložit fotografii na web s tagem "Petrov" a "procházka". Jiný uživatel, který si pak bude chtít najít fotky Petrova, zadá do vyhledávání slovo "Petrov" a nechá si tak zobrazit všechny fotky označené tímto tagem. Takové označování má i další využití. Na okraji stránky zamýšlíme zobrazení nejpobulárnějších tagů měsíce.

Fotografie budou standardně seřazeny tak, že nahoře budou aktuální a pod nimi ty starší. Pohyb na stránce bude pouze vertikální, tedy rolováním níže se budou zobrazovat čím dál starší fotky. Vlevo bude zobrazena jednoduchá interaktivní časová osa (dle roků a měsíců, nahoře opět aktuální rok a měsíc). Uživatel se tak jednoduše může přesouvat klikáním z jednoho měsíce na jiný. Kromě vyhledávání klíčových slov zde nemá cenu žádné filtrování ani jiné seřazování. Služba *Vyfoť Brno!*

totiž nemá sloužit jako sbírka tematických fotoalb, ale spíše jako náhled do aktuálního dění v Brně očima studentů.

Po kliknutí na obrázek se zobrazí náhled a pod ním komentáře a hodnocení. Šipkami (ať už na stránce pomocí kliknutí nebo na klávesnici) se pak uživatel může pohybovat mezi jednotlivými fotografiemi. Všechny fotografie mohou být ostatními uživateli (s Unikátním účtem) komentovány, hodnoceny (viz níže) a nahlašovány pro nevhodný obsah.

#### *Tematické foto-soutěže*

Vpravo nahoře na stránce *Vyfoť Brno!* bude umístěný banner s upoutávkou a odkazem na zrovna probíhající soutěž (společně s krátkým nastíněním principu soutěže a aktuálního tématu), přičemž ve spodní části napravo se budou zobrazovat vítězné fotografie soutěží minulých. Po kliknutí na kteroukoliv z těchto dvou částí se zobrazí obrazovka s náhodně seřazenými soutěžními fotografiemi a s možností vložit novou.

Soutěžní fotky bude možno stejně jako ostatní hodnotit, komentovat nebo nahlásit. Seřazení od nejlépe hodnocených bude možné až u uzavřených soutěží. Náhodné řazení u aktuálně probíhajících soutěží je vhodné zachovat kvůli ovlivňování hodnotících uživatelů. Pakliže se fotka s nejlepším hodnocením (nebo ta s nejvíce hodnoceními) zobrazí hned na začátku, mnohdy se s hodnocením nedostane na ty, kteří vložili fotografii později.

Hodnocení by mělo zůstat co nejjednodušší, například klasicky pomocí hvězdiček pod fotkou. Pro větší přesnost by znamenalo maximum (100%) deset hvězdiček, minimum pak jedna (10%). Výsledné hodnocení pak snadno vznikne zprůměrováním. Pokud by se stalo, že je fotografie nevhodná, urážející nebo porušuje jiná pravidla a podmínky webu, má vždy uživatel možnost nahlásit ji administrátorům. Z toho vyplývá minimální administrátorská práce. Lidé si nevhodných příspěvků všimnou sami, administrátorovi tak stačí prohlédnout podezřelý obsah a nemusí se zabývat hromadou fotografií.

#### 4.2.6 Propojení s Brnomanem

Webový meeting point *Na Čáře* je z hlediska našeho projektu velmi užitečnou částí portálu. Je tedy důležité na něj dobře navázat myšlenku Brnomanu. Nejvíce se nabízí využití možnosti udělování bodů do žebříčku v rámci profilu daného uživatele podle toho, jak je aktivní, jak jej ostatní uživatelé hodnotí. Např. v sekci *Zepřej se!* by body dostávali ti uživatelé, kteří by v daném měsíci byli mezi deseti nejlépe hodnocenými rádci. Podobně by to bylo řešeno v části *Doporuč!*, kde by body dostávali uživatelé, jejichž rady a doporučení by byly nejlépe hodnoceny. V případě sekce *Vyfoť Brno* by opět uživatelé dostávali body do žebříčku podle celkového umístění v daných soutěžích. Pro všechny části platí, že počet bodů do žebříčku by se odvíjel podle celkového umístění v měsíci, resp. v dané soutěži.

### 4.3 Eat & Drink

Studenti mají různorodé požadavky na vlastnosti stravovacích zařízení. Pro některé je nejdůležitější cena, pro některé kvalita jídla a někteří upřednostňují příjemnou atmosféru a vstřícnou obsluhu. Tato sekce by jim měla přehledně představit brněnské restaurace, hospody, bary, kavárny a v neposlední řadě také menzy.

Služba *Eat & Drink* nabídne v podstatě seznam brněnských restaurací s možností zobrazit si je přehledně na mapě, najít například ty nejbližší a přečíst si jejich jídelní lístek. Po návštěvě restaurace

nebo baru se může uživatel podělit s hodnocením a dát tak dalším lidem pobídku k návštěvě či naopak dát podniku podnět ke zlepšení svých služeb. Takto hodnocená databáze poslouží dalším návštěvníkům webu při rozhodování kam zajít na oběd, večeři nebo jen na pivo.

*Jak by to mělo vypadat:*

Po zobrazení hlavní stránky *Eat & Drink* uvidí uživatel kompletní seznam podniků nabízejících jídlo a pití v Brně. Tento seznam bude uměle vytvořen administrátory, nicméně každý uživatel by měl mít možnost upozornit na chybějící (případně nový či zrušený) podnik, který by pak byl dodatečně do databáze doplněn. Podniky budou rozděleny do následujících kategorií: restaurace, pivnice, kavárny, vinárny, bary a ostatní (například čajovny). Samostatnou větší kategorií budou tvořit vysokoškolské menzy.

V pravé části stránky se bude zobrazovat interaktivní mapa Brna a na ní zaznačené barevné body, které budou označovat jednotlivé podniky a jejich polohu. Samozřejmostí je možnost kliknout na jednu z kategorií a nechat si tak zobrazit na mapě například pouze pivnice. Pod mapou pak uvidí uživatel vypsaný seznam všech položek nacházejících se na mapě. Vpravo nahoře může uživatel stejně jako u ostatních kategorií vyhledávat pomocí klíčových slov. Pokud tedy například napíše heslo "pizza", měly by se mu zobrazit pouze restaurace, které mají ve své nabídce pizzu, a to jak na mapě, tak v podobě vypsaného seznamu.

V zobrazeném seznamu by se mělo u každého podniku zobrazit celkové uživatelské hodnocení (současně s údajem o tom, kolik uživatelů již hodnotilo), což následně například umožní uživateli v horní části stránky zvolit možnost "seřadit podniky podle hodnocení".

Po kliknutí na vybraný podnik (ať už v seznamu nebo přímo na bod na mapě) se objeví uživateli podobná stránka jako např. v sekci *Biografie*. V levém sloupci uvidí podrobnosti, a to konkrétně: přesnou adresu, provozní dobu, základní informace o nabídce, popis, kontakty, webové stránky a volitelně i jídelní lístek. Ten se po kliknutí na odkaz objeví v pravém sloupci. Vedle těchto informací se také v levém sloupci zobrazí celkové hodnocení restaurace v procentech jako souhrn hodnocení následujících oblastí: cena, kvalita, obsluha a atmosféra. Detailní recenze se zobrazí po kliknutí na tlačítko recenze. Ve zmíněných oblastech hodnocení bude mít uživatel možnost hodnotit podnik jednoduše pomocí počtu hvězdiček (například stoprocentní spokojenost s kvalitou jídla bude vyjádřena pěti hvězdičkami v kolonce "kvalita"). K hodnocení bude samozřejmě možnost přidat slovní komentář, na který budou moci podniky (vlastníci Unikátní účet) a další návštěvníci reagovat.

Pod touto informační plochou bude stejně jako v případě kategorie *Biografie* dole přes celou šířku zlomek mapy Brna např. s vyznačenou restaurací a tlačítko s otázkou *Jak se tam dostat?* Po kliknutí na otázku se spustí další okno prohlížeče s velkou mapou a tlačítka chodce, tramvaje a auta, které budou mít stejnou funkci jako v sekci *Enjoy Brno*.

V levé části stránky se pak díky propojení se službou *Doporuč!* budou zobrazovat náhodné doporučení z kategorie "Jídlo a pití".

U *Doporuč!* propojení s ostatními částmi webu *StudujBrno.cz* nekončí. Služba *Smart nákupy* (viz kapitola 4.4) prostřednictvím administrátorů dodá své slevy pro podniky zanesené v seznamu restaurací a barů. Práce administrátorů by spočívala ve vyznačení podniku s akční nabídkou příhodným barevným štítkem, který upoutá pozornost (s názvem *AKČNÍ NABÍDKA*). Jakmile na štítek klikne uživatel, stránka jej odkáže na službu *Smart nákupy* a přesně na stránku se slevami a výhodnými akcemi daného podniku. Uživatelé se na základě takového propojení mohou snadno rozhodnout, kam na jídlo zajdou a ti aktivnější z nich třeba takovou slevu či podnik doporučí.



## Menzy

Samostatnou podkategorii tvoří brněnské menzy, které jsou v rámci stravování běžného studenta mnohdy zásadní a nenahraditelné. Každý student tak bude mít povědomí o kvalitě menz, může se podívat aktualizovanou denní nabídku jídel a vybrat si podle svých preferencí.

### 4.3.1 Propojení s Brnomanem

Napojení na Brnoman.cz je téměř identické jako v sekci *Enjoy Brno*. U každého podniku bude opět postavička Brnomana a vedle ní počet bodů za návštěvu vybraného zařízení. Aby ale lidé nezískávali body jen díky tomu, že jdou s přáteli na skleničku, budou muset do daného zařízení zajít minimálně 5x, aby dostali body do svého soukromého Brnomana.

## 4.4 SMART nákupy

Část *Smart nákupy* má za úkol nabídnout studentům a dalším návštěvníkům stránky spoustu dostupných slev, akcí a výhodných nákupů v Brně.

Studenti rádi často navštěvují kina, restaurace, bary apod. Určitě by proto ocenili mít rychle a přehledně k dispozici výhodné nákupy a akce pro Brno a okolí. To je jeden z důvodů, proč je účelné tuto část do webové stránky *StudujBrno.cz* zakomponovat.

Druhý důvod je ekonomický. Spolupráce s podniky, jež budou zadávat výhodné nákupy na naši webovou stránku, zajistí financování provozu webové stránky a její propagaci. Nejedná se však jen o tyto zadavatele slev. Důležitým sponzorem bude také GTS ALIVE s.r.o. (oficiální vydavatel průkazů ISIC, IYTC a ITIC v ČR).

*Smart nákupy* však nebudou sloužit jako nový slevový portál ani zde nebude probíhat prodej. Nebude možné zde ani nic komentovat či hodnotit. Tato část si klade za cíl pouze informovat o výhodných nákupech v Brně a okolí přehledně a na jednom místě. Obrázky slev a dalších výhodných akcí budou sloužit jako odkaz na webovou stránku zadavatele slevy (tedy po kliknutí na obrázek nějaké slevy se uživateli v prohlížeči otevře nové okno s webovou stránkou zadavatele).

Tato část práce se nejdříve věnuje popisu spolupráce a jejího fungování s těmito podniky, poté přistoupí k samotnému uživatelskému prostředí na webové stránce.

### 4.4.1 Spolupráce s podniky

Část *Smart nákupy* bude aktivně řízena podniky typu: slevové agregátory, obchody s různým zbožím, restaurace, bary, diskotéky, kina, divadla, služby atd. Ty budou pravidelně zadávat svoji nabídku akcí a slev a budou financovat provoz webové stránky.

#### *Slevové agregátory*

Slevové agregátory sdružují nabídky z různých slevových portálů. Z důvodu velkého množství různých slev mají pro naši stránku význam spíše než samostatné slevové portály (např. Slevomat.cz, Vykupto.cz apod.), které nenabízí takové množství slev. Navíc spousta těchto portálů s agregátory spolupracuje a slevy nabízené na jejich webových stránkách se zobrazují právě na webových stránkách agregátorů.

Tento podnik tedy bude pravidelně zadávat výběr slev pro Brno a okolí včetně slev nezávislých na daném místě (např. cestování). Spolupráce bude probíhat s jedním z těchto slevových agregátorů: Slevin.cz, Sleviste.cz, Skrz.cz, Slevomol.cz. Uvedené agregátory jsou jedny z nejvýznamnějších na českém trhu a nabízejí velké množství slev. Do doby odevzdání projektu se projektovému týmu nepodařilo s žádným z těchto podniků navázat kontakt a získat předběžnou reakci na spolupráci. S vypracovaným řešením projektu bude však větší šance zaujmout potenciálního obchodního partnera.

Motivace pro slevové agregátory k tomu, aby přistoupily ke spolupráci a zadávaly svou nabídku na *StudujBrno.cz*, je následující:

- přímý přístup k zákazníkům, tedy studentům, turistům, obyvatelům Brna a dalším návštěvníkům stránky, což vede ke zvýšení zisku,
- reklama na webové stránce *StudujBrno.cz*,
- přilákání nových zákazníků, tedy navštívení webové stránky zadavatele slev a nákup slevových kuponů s využitím v dalších městech než v Brně,
- časová, technická a finanční nenáročnost,
- dobrá image firmy jako spojení s městem Brnem a studenty.

Tato spolupráce by probíhala tak, že slevový agregát jako protislužbu poskytuje sponzoring projektu *StudujBrno.cz*.

#### *Ostatní obchodníci*

Do této sekce patří celá řada podniků: obchody (např. oblečení, technika, knihy), restaurace, bary, kavárny, kina, divadla, sportovní zařízení, služby (např. masáže, kosmetika) a další. Spolupráce bude probíhat stejně jako se slevovým agregátorem. Tedy tak, že obchodníci budou taktéž pravidelně zadávat na webovou stránku svoje akce a slevy a za to budou poskytovat sponzoring. Do doby odevzdání projektu jsme některé brněnské obchodníky kontaktovali. Ve většině případů nám oznámili, že chtějí vidět ucelenou podobu projektu a žádají o osobní schůzku.

Motivace pro spolupráci je obdobná jako u slevových agregátů. Přistupuje však navíc další motivace, a to skrze spolupráci s GTS ALIVE s.r.o., o tom více v následujícím odstavci.

#### *GTS ALIVE s.r.o.*

GTS ALIVE s.r.o. (dále jen „GTS ALIVE“) je oficiální vydavatel průkazů ISIC, IYTC a ITIC v ČR. Spolupracuje s celou řadou obchodníků a zajišťuje tak na uvedené průkazy slevy na nákup a další akce. Velmi rozšířený průkaz mezi studenty je právě ISIC a na tom je postaven záměr spolupráce se společností GTS ALIVE.

Důvody pro spolupráci jsou dva. Již zmíněné výhodné nákupy pro držitele průkazů ISIC, tedy pro studenty, u celé řady obchodníků. Dále je to ekonomický důvod, konkrétně sponzoring a větší motivace pro podniky ke spolupráci s webem *Studujbrno.cz*. Zde se tedy propojují dvě roviny třetích stran, které s námi budou spolupracovat, a to obchodníci uvedení v předchozí podkapitole a společnost GTS ALIVE. Na základě emailové korespondence s Davidem Hanušem (Marketing Executive v GTS ALIVE s.r.o) se podařilo domluvit na případné spolupráci s tímto subjektem. Tato spolupráce by zajistila projektu **StudujBrno.cz** prostor v PR článkách na webu *isic.cz*, sdílení našich stránek na *FB.com/ISICPOINT* a umístění adresy našeho portálu na ISIC newsletter (zasílaný emaily). Díky těmto službám by se projekt dostal k více jak 220 tis. potenciálních návštěvníků **StudujBrno.cz**.



Zde bude kooperace založena na následujícím řetězci, který taktéž znázorňuje motivaci pro GTS ALIVE a další obchodníky:

- GTS ALIVE bude propagovat web *Studujbrno.cz*.
- Nazpět získá reklamu.
- Spoluprací s webovou stránkou GTS ALIVE zkvalitní a rozšíří své služby pro své zákazníky (podniky a studenty) – zajistí další prostor pro propagaci a přímý přístup k cílové skupině zákazníků, tedy ke studentům jakožto držitelům průkazů ISIC.
- Zajištění nových služeb implikuje příchod nových zákazníků pro GTS ALIVE.
- Potenciální zákazníci společnosti GTS ALIVE získají větší motivaci rozhodnout se pro spolupráci s GTS ALIVE. To z důvodu již uvedeného, tedy poskytnutí nové služby cestou propagace na webové stránce *StudujBrno.cz*, která míří na cílovou skupinu – na studenty.
- Podniky uzavřou obchod s GTS ALIVE, z čehož plynou následující výhody:
  - Držitelé průkazů ISIC získají ještě více výhodných nákupů s tímto průkazem, navíc budou všechny sdruženy na jednom místě na webové stránce *StudujBrno.cz*.
  - Poté studenti navštíví daného obchodníka (např. kavárnu, sportovní zařízení), z čehož plyne pro obchodníka zisk.
- Konečně díky pozitivním zkušenostem se spoluprací s GTS ALIVE skrze poskytování výhodných nákupů pro držitele průkazů ISIC GTS ALIVE získá nové klienty.
- Tito noví klienti se tak zobrazí na stránce *StudujBrno.cz* a studenti získají další možnosti výhodnějších nákupů na průkaz ISIC.
- Jak je patné, zde se již navázal další řetězec procesu fungování spolupráce.

#### 4.4.2 Uživatelské prostředí

Tato kapitola se zaměří na navigaci na webové stránce, design, rozvržení stránky a funkce.

Z domovské *StudujBrno.cz* se návštěvník dostane do sekce *Smart nákupy* přes jedno z hlavních tlačítek. Otevře se stránka se samotným obsahem Smart nákupů. Stránka bude rozvržena do tří sloupců, zákazník tak najednou uvidí všechny tři roviny Smart nákupů. Z důvodů propagace zadavatelů slev se jeví tato možnost nejlépe, protože návštěvník uvidí všechny typy slev najednou. To napomáhá také samotnému zákazníkovi k lepší představě o výhodných nákupech, taktéž mu zajistí okamžitý přístup ke konkrétním slevám bez zbytečně delší cesty k výsledku přes několik dalších navigačních tlačítek. Ovšem bude také možné rozkliknout si jeden ze sloupců na samostatnou stránku, pokud bude návštěvník požadovat větší přehlednost či jej další slevy nezajímají. Ve sloupci se návštěvník bude moci pohybovat dolů („srolovat“ stránku) až na úplně poslední slevu v daném sloupci. Každý sloupec bude představovat jednu rovinu: 1. Slevový agregátor, 2. ISIC, 3. Ostatní obchodníci.

### *Slevový agregátor*

Sloupec se bude jmenovat dle názvu slevového agregátu, např. Slevin.cz. v tomto sloupci návštěvník nalezne veškeré slevy pro Brno a okolí a také slevy bez místního omezení (typicky cestování). Zde bude mít návštěvník možnost nastavit si podle svých požadavků obsah, který bude konzumovat, podobně jako na webových stránkách slevových agregátorů. Bude tudíž možné nastavit si například oblast výhodných nákupů, které konkrétní uživatel hledá, např. cestování, jídlo, kosmetika apod. Dále bude možnost vyfiltrovat slevy dnes přidané či dnes končící. Také bude možné slevy seřadit podle oblíbenosti, ceny, data (od nejdříve končících po nejpozději končící), prodejnosti. Samozřejmostí je vyhledávací lišta, kde návštěvník zadá klíčové slovo, které chce mezi slevami najít. Základ, který návštěvník uvidí jako první a bude z něj moci vycházet při vyhledávání a filtrování, bude podle data zadání slevy, tedy od nejnovějších slev nahoře ve sloupci až po nejstarší slevy na spodu sloupce.

### *ISIC*

Slevy a akce s využitím průkazu ISIC bude druhý sloupec s názvem „ISIC“. Zde se budou zobrazovat výhodné nákupy zejména pro držitele průkazů ISIC, avšak propagační efekt má tento sloupec i pro návštěvníky bez tohoto průkazu. Opět bude možné vyfiltrovat oblast nákupů, např. kavárny, sportovní zařízení, knihkupectví. Slevy na ISIC se nemění v čase tak moc jako u slevových agregátorů, ale přesto bude možné nastavit filtr slev podle data na dnes přidané a brzy končící. Taktéž bude možné slevy seřadit podle oblíbenosti, ceny, prodejnosti. Stejně tak zde bude vyhledávací lišta pro vyhledávání mezi slevami.

### *Ostatní obchodníci*

Třetí sloupec bude sloužit dalším obchodníkům, kteří primárně nespádají do předchozích dvou sloupců. Taktéž zde bude důležitý filtr podle oblastí nákupů (jídlo, sport, elektronika atd.) a filtr pro slevy dnes přidané či dnes končící. Slevy půjde seřadit podle oblíbenosti, ceny, data, prodejnosti. Nebude chybět vyhledávací lišta.

#### 4.4.3 Propojení v rámci StudujBrno.cz a Brnoman.cz

Mimo zmíněné je třeba ještě doplnit výklad o propojení s dalšími sekcemi webové stránky *StudujBrno.cz*. To se bude týkat sekcí *Enjoy Brno* a *Eat & Drink*. Jakmile se ve službě *Smart nákupy* ocitne nová sleva od podniku, který je evidován v seznamech v *Eat & Drink* a *Enjoy Brno* (seznamy kin, divadel, klubů...), administrátoři odkaz na tuto akční nabídku zanesou právě do těchto seznamů. Jednoduchým štítkem **AKČNÍ NABÍDKA** označí daný podnik v seznamu. Uživatel klikne na štítek a stránka jej už sama odkáže do *Smart nákupů*. Přesněji k dotyčné slevě.

Pro příklad: Kino Scala vytvořilo pro návštěvníky nabídku, že když si koupí dva lístky, dostanou třetí zdarma. Administrátoři tuto akci zaevidují ve *Smart nákupech* způsobem popsáným výše. Dále v sekci *Biografie* (služba *Enjoy Brno*) přidají štítek **AKČNÍ NABÍDKA** ke kinu Scala v seznamu brněnských biografů. Uživatel při vybírání programu na dnešní večer klikne na slevový štítek a přes něj se dostane do *Smart nákupů*, kde si už slevu mohou objednat.

Propojování se sekcemi je důležité kvůli většímu komfortu návštěvníků stránky. Pro zadavatele slev je „štítkové“ odkazování na akční nabídky další možností, jak získat nové potenciální zákazníky.

Za každý provedený *Smart nákup* se uživateli připiše na konto i určitý počet bodů, který bude záviset na tom, jak daný nákup bude nákladný. Vedle ceny uvidí uživatel vždy postavičku Brnomana a příslušný počet bodů, který se mu za transakci přičte na konto.

## 4.5 Studentské spolky – seznam a vzhled

Protože není lehké spolky jednoznačně kategorizovat, rozhodli jsme se pro prostý abecedně řazený seznam. Na této úvodní stránce bude spolek zobrazen s názvem, nad kterým bude umístěno jeho logo.

*Obrázek 4: Názorné zobrazení ikon jednotlivých spolků*



*Zdroj: vlastní zpracování (loga převzaty z webových stránek jednotlivých institucí)*

Po kliknutí na název spolku nebo jeho logo bude uživatel přesměrován na informační stránku. Zde bude kompletní popis a informace, které spolky vyplnily v rámci registrace svého Unikátního účtu. Na tomto profilu se taktéž zobrazí „eventy“ (s krátkou anotací) pořádané daným spolkem, které budou fungovat jako odkaz do sekce *Enjoy Brno*. Součástí samostatné stránky spolku bude kromě popisu také kontakt a místo působení.

## 4.6 TURBOŠALINA

Na to, aby se na portál **StudujBrno.cz** návštěvníci vraceli a stále vyhledávali aktuální informace a doporučení, by měl stačit široký obsah s jednoduchou a přátelskou formou užívání. Protože je web určen zejména pro studenty, kteří kromě informací vyhledávají na internetu i zábavu, dostanou ke krácení chvíle drobnou hru. Zahrát si ji může kdokoli, avšak skóre se bude evidovat jen u uživatelů s univerzálním účtem.

Ať se uživatel nachází na kterékoli stránce tohoto studentského portálu, nalevo nahoře může kliknout na menší tlačítko s malou tramvají. Po stisknutí tlačítka se překryje dosavadní obsah stránky velmi známou hrou *Had*, kterou zná asi každý, kdo kdy měl v ruce starší telefon Nokia. Po kliknutí na křížek v pravém horním rohu se pak uživatel vrátí na původní stránku, odkud *Turbošalinu* spustil.

### 4.6.1 Jak bude hra vypadat

Hrací pole bude světlé a na jeho pozadí bude lehce (aby hráči nevadila) vidět síť brněnského dopravního podniku, kterou známe z nákrešů v hromadných dopravních prostředcích. Místo hada hracím polem pojede graficky velmi jednoduše vyhotovená tramvaj. Ta bude sbírat blikající políčka. Jakmile nějaké vezme, prodlouží se její „vozová souprava“. Ovládat se bude šipkami na klávesnici a hru uživatel spustí stisknutím tlačítka „Vyjed’ z depa“. Obtížnost (rychlost *Turbošaliny*) bude od začátku trochu nižší a během hry se bude mírně zvyšovat. Body se hráči přičítají stejně, jako v klasické hře *Had*.

Jakmile hráč s tramvají narazí do kraje pole nebo sám do sebe, hra končí. Po konci se ukáže tabulka deseti nejlepších hráčů za tento měsíc. Pokud uživatel nahrál dostatek bodů, bude v této tabulce vyznačen. Pokud ne, bude jeho umístění pod tabulkou i s jeho počtem bodů. Každý hráč může hrát tolikrát, kolikrát chce, ale v tabulce bude zapsán jen jeho nejlepší výsledek. Tabulka se vymaže vždy o půlnoci poslední den v měsíci a začne se nanovo.

#### 4.6.2 Stránka s Turbošalinou

Na stránce uvidí uživatel obdélníkové hrací pole přes celou šíři webu. Uprostřed tohoto pole pak bude tlačítko „Vyjed’ z depa“, kterým se hra spustí.

Po ukončení hry se návštěvníkovi objeví tabulka *nejlepších výsledků měsíce*. Tu bude moct následně po kliknutí na možnosti změnit na tyto tabulky:

- *Nejlepší výsledky EVER*
- *Moje nejlepší výsledky* (jen pro uživatele s UÚ)

Nad tabulkami nejlepších výsledků se bude objevovat banner s náhodným doporučením ze sekce *Doporuč!*, abychom tak uživatele navedli i k dalším funkcím portálu **StudujBrno.cz**.

Tabulka *nejlepší výsledky měsíce* se bude každý měsíc obměňovat, aby uživatelé stále měli motivaci vyhrát. Výherce každého měsíce totiž bude odměněn reklamními předměty od partnerů **StudujBrno.cz**. O své výhře bude nejlepší hráč měsíce informován pomocí kontaktu na jeho profilu. Alespoň malá výhra může motivovat jakéhokoli uživatele nebo jen návštěvníka. Stránka by díky této jednoduché hře a malé motivaci mohla získat desítky a možná i stovky nových uživatelů.

### 4.7 O nás a Kontakt – Naši partneři – Podmínky užití – O přihlášení

Tato část práce se věnuje sekci webu, která zahrnuje vše ostatní, co nepatří do samotného obsahu stránek. Na webu budou tato tlačítka umístěna ve spodní části, tedy nezasahující do obsahu stránky, který převážně návštěvník konzumuje, a budou psána menším písmem.

#### *O nás a Kontakt*

Zde budou informace o projektovém týmu, konkrétně kdo je členem a co je vlastně web *StudujBrno.cz*. Bude to sekce, která nebude přehlcená informacemi, naopak půjde spíše o jednoduché a efektivní představení portálu, projektového týmu a kontakt.

Nejdříve tedy představíme web *StudujBrno.cz* pár větami:

*StudujBrno.cz je Váš osobní průvodce Brnem a okolím. Najděte si program divadel na dnešní večer a okamžitě si kupte lístek. Vyberte si restauraci podle hodnocení uživatelů a sami přispějte svou zkušeností s podnikem. Přihlaste se do zajímavého projektu a propagujte svůj projekt či přednášku. Nebo si jděte zahrát squash či si k sobě najděte lidi stejného zaměření. Aktivity si ukládejte do svého osobního kalendáře a spravujte svůj účet z mobilního telefonu. To vše propojené s gamifikací Brnomanem, který Vás bude provázet celým webem a celým Brnem.*

*... a to všechno a ještě víc přehledně na jednom místě. To je StudujBrno.cz!*

Poté se návštěvník bude moci zběžně seznámit se členy projektového týmu za pomoci fotek. Po najetí myši na fotku fotka zmizí a místo ní se zobrazí drobný popis každé osoby.

Na konci této stránky bude uveden kontakt, a to: firma, adresa a mapa. Mapa bude zajištěna od společnosti Google a bude možné s ní pohybovat přímo na stránce.

*O nás* a *Kontakty* budou tlačítka zvlášť na stránce. Nicméně po zmáčknutí tlačítka *Kontakty* bude uživatel přeměřován do sekce *O nás* na spodní část stránky, kde jsou kontakty uvedeny. Tedy tlačítko *Kontakty* bude využívat obsahu, který je pod tlačítkem *O nás*.

### *Naši partneři*

Zde budou jmenovitě s logem uvedeni všichni partneři, kteří spolupracují se *StudujBrno.cz*. Budou rozdělení do skupin *Hlavní partneři* (GTS ALIVE s.r.o., slevový agregátor, případně další) a *Další partneři* (všichni ostatní). v případě zájmu města Brna na spolupráci bude město Brno uvedeno jistě jako primární partner. Po kliknutí na jejich loga se uživateli otevře nová webová stránka s webem partnera.

### *Podmínky užití*

Pod tlačítkem *Podmínky užití* uživatel stránky nalezne všeobecné podmínky pro používání webu *StudujBrno.cz*.

#### *1. Úvodní ustanovení*

*Vlastníkem a provozovatelem domény StudujBrno.cz je ....., se sídlem ..... (dále jen „Provozovatel“). Uživatel se vstupem na webové stránky StudujBrno.cz zavazuje dodržovat tyto všeobecné podmínky užití. Uživatelé mají povinnost jednat při používání webu StudujBrno.cz v souladu se zákony a dalšími obecně závaznými právními předpisy České republiky. Zejména jsou povinni nepoškozovat dobré jméno a pověst Provozovatele, jakož i webu StudujBrno.cz.*

#### *2. Autorská a licenční práva*

*Design a obsah webových stránek StudujBrno.cz je autorským dílem ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon. Provozovateli svědčí práva z autorskoprávní licence k celému obsahu stránek. Bez souhlasu Provozovatele lze obsah a design webové stránky StudujBrno.cz užít jen pro soukromé účely. v dalších případech nelze obsah a design užívat, zejména nelze jakkoli šířit, kopírovat, užívat pro komerční účely či jinak užívat bez souhlasu Poskytovatele.*

#### *3. Způsob užívání*

*Uživatel je povinen zdržet se jakéhokoli neoprávněného zasahování do webové stránky StudujBrno.cz. Zejména je povinen zdržet se protiprávního jednání jako je zasahování do obsahu, bezpečnosti, technického zajištění webové stránky StudujBrno.cz, jakož i zasílání virů na web StudujBrno.cz, využívat StudujBrno.cz pro posílání nevyžádaných zpráv či jinak zneužívat StudujBrno.cz.*

#### *4. Odpovědnost provozovatele*

*Provozovatel neručí za správnost a úplnost obsahu na webové stránce StudujBrno.cz. Provozovatel neodpovídá za škodu způsobenou chybnou či neúplnou informací zveřejněnou na této webové stránce. Provozovatel si vyhrazuje právo kdykoli a bez předchozího upozornění činit změny v informacích uvedených na těchto stránkách. Provozovatel taktéž neručí za obsah, který na webovou stránku StudujBrno.cz vloží třetí strany.*

#### *5. Závěrečná ustanovení*

*Tyto všeobecné podmínky užití jsou platné a účinné dnem jejich zveřejnění na webové stránce StudujBrno.cz. Provozovatel si vyhrazuje právo kdykoli činit změny v informacích uvedených v těchto všeobecných podmínkách.*

#### *O přihlášení*

V této části návštěvníci naleznou veškeré informace o zakládání účtu na webu *StudujBrno.cz*. Seznámí se se všemi funkcemi, které získají založením účtu a ty budou názorně vysvětleny. Tato sekce má za úkol rychle a efektivně zaujmout návštěvníka a odstranit jeho či její zábrany k vytvoření účtu. Na konci této stránky bude tlačítko *Registruj se*, které po stisknutí přesměruje uživatele na registrační formulář.

Podpůrnou funkci zde bude zastávat také vysvětlení sběru osobních údajů a jejich ochrany. Uživatel bude seznámen s prohlášením *StudujBrno.cz* o ochraně osobních údajů ve smyslu zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, jakožto s účelem a zajištěním sběru a zpracování osobních údajů a s účelem poskytování souhlasu se zpracováním osobních údajů. To vše bude napsáno menším písmem a bude umístěno pod tlačítkem *Registruj se*. Se všemi těmito informacemi se uživatel bude moci podrobněji seznámit během registračního procesu.

## 5 Analýza rizik

V této části se projekt věnuje analyzování rizik hrozících našemu projektu. Jednotlivá rizika jsou zohledňována při tvorbě dalšího textu a detailněji specifikována v tabulce níže.

### *Lidský faktor*

Je nutno počítat s možností, že se projekt *StudujBrno.cz* setká s problémem nedostatečného zájmu lidí, čemuž se však snaží zabránit propojení s **Brnoman.cz**. Dále bude web jistě čelit kritice jednotlivců jak po stránce vizuální, tak obsahové. Na tomto místě je nutno si přiznat, že není možné vytvořit projekt, který se zavděčí každému jedinci.

Je také potřeba zamyslet se během tvoření projektu nad tím, že ne všichni návštěvníci stránky budou natolik uvědomělí, že se při tvoření aktivního obsahu vyhnou vulgárním, urážejícím a jinak nevhodným výrazům (či fotografiím). Stejně tak není možné vyhnout se riziku spamování (vkládání reklam, nevyžádaného obsahu či opakované vkládání stejného příspěvku).

### *Finanční faktor*

Na realizaci projektu se nemusí podařit získat dostatečné množství finančních prostředků. Z toho vyplývá i celková snaha o nízkonákladovost projektu a zefektivnění správy webu.

### *Konkurence*

Webové stránky se často přirozeně setkávají s rizikem konkurence a přesycení trhu. Průzkum trhu a přehled a analýza hlavních konkurentů následuje v další kapitole.

### *Technický faktor, informační technologie*

Web může být náročný na technické zpracování. Zejména z počátku může čelit výpadkům, nedokonalostem a jiným technickým potížím, a tím pádem i kritice z vnějšího prostředí.

### *Černý trh*

V rámci inzerce na našem webu se může vyskytnout něco, co vzdáleně připomíná černý trh. Zboží zde nepodléhá zdanění a je mimo kontrolu státu.

### *Eliminace rizik*

Výše popsaná rizika byla zohledňována při tvorbě celého projektu. Na tomto základě byly přizpůsobeny jednotlivé sekce našeho portálu tak, aby došlo k částečné nebo úplné eliminaci rizikových faktorů.



Analýza rizik		Odhad pravděpodobnosti	Závažnost následků (1 - nejnižší, 5 - nejvyšší)	Plánovaná opatření
Lidský faktor	Nedostatečný zájem	18 %	4	Propojení s Brnoman.cz, propagace
	Kritika vizuální a obsahové stránky	13 %	2	Kvalitní a uživatelsky příjemné zpracování
	Vulgarita ze strany přispívatelů	18 %	2	Kontrola ze strany administrátorů i ze strany uživatelů (možnost nahlásit nevhodný příspěvek administrátorům)
	Spam	26 %	1	Kontrola ze strany administrátorů i ze strany uživatelů (možnost nahlásit nevhodný příspěvek administrátorům)
Finanční faktor	Nedostatek finančních prostředků pro realizaci projektu	23 %	5	Snaha o nízkonákladovost, efektivní správa webu
Konkurence	Konkurent ohrožující životaschopnost webu	11 %	4	Jedinečnost webu
Technický faktor	Technické potíže a výpadky	34 %	1	Profesionální správa webu, důkladné a průběžné testování

## 5.1 Srovnání s konkurencí

Web *StudujBrno.cz* je svým způsobem jedinečný, nicméně je nutno si přiznat, že v jednotlivých částech se může podobat již existujícím webovým stránkám. Na základě analýzy nejvýznamnějších konkurentů budou po jejich popisu v krátkosti definovány odlišnosti od našeho projektu.

Hodnocení konkurenčních webů je produktem celého týmu, což má za úkol zajistit určitou úroveň objektivnosti. Kvůli srovnání tohoto projektu s ostatními jsou v následujícím textu zmíněny sekce webu *StudujBrno.cz*, které jsou blíže definovány v kapitole 3.3.

### *GOtoBRNO.cz*

*GOtoBRNO.cz* je nově vzniklá webová stránka pod záštitou Turistického informačního centra města Brno. Na stránce lze najít přehled památek, kulturních akcí, zajímavých míst k navštívení v Brně (ale i v okolí Brna). Náš tým se shodl na tom, že je stránka velmi pěkně vizuálně i technicky zpracovaná a uživatelsky příjemná. V rámci testovacího provozu nejsou prozatím dostupné všechny její funkce a



některé nefungují tak, jak je definován jejich účel. V plánu je také (stejně jako u *StudujBrno.cz*) v současné době připravovaná mobilní aplikace.<sup>28</sup>

Z našeho pohledu nejdůležitější částí webu je takzvaný *Kalendář akcí*, který se může zdát podobný sekci *Enjoy Brno* na webu *StudujBrno.cz*. Je zde seznam všech kulturních, gastronomických, hudebních, sportovních a další akcí pořádaných jak městem, tak studenty, spolky či podnikatelskými subjekty.

Hlavním rozdílem mezi *StudujBrno.cz* a *GOtoBRNO* je cílová skupina lidí. Náš projekt se soustředí především na studenty, kdežto *GOtoBRNO*, jakožto výtvar Turistického informačního centra, je zaměřen zejména na turisty. Zájmy turistů a studentů se v některých oblastech přirozeně prolínají. Není tedy překvapivé, že jsou si stránky v některých sekcích podobné.

Lidé se zde ale nedočtou, jaké jsou například večer akce v brněnských klubech nebo kam se mohou jít levně a dobře najíst. Není tady velký prostor ani pro komunikaci, protože veškerý obsah je informativního charakteru. Na *StudujBrno.cz* se klade naopak velký důraz na aktivní obsah (viz například kategorie Studentský webový meeting point *Na Čáře*). Nevýhodou tohoto webu je také nedostatečná propagace a tím pádem i nízká návštěvnost.<sup>29</sup> Tento portál je však ve fázi veřejného testovacího provozu, a proto tato nevýhoda nemůže být považována za dlouhodobý problém webu.

Jelikož je web produktem města Brna, nabízí se zde vzájemná spolupráce například formou sdílení informací o akcích.

#### *GoOut.cz*

*GoOut.cz* je portál pro Prahu a Brno, který nabízí přehled kulturních akcí, míst a umělců. Na tomto webu lze najít uměle vytvořené profily umělců z celého světa. Je to jakýsi osobní kulturní průvodce s možností personalizace, s každodenně aktualizovaným přehledem akcí. Projektu *GoOut.cz* se věnuje tým šestnácti lidí.<sup>30</sup> Na svých Facebookových stránkách mají více než dvanáct tisíc *označení* „To se mi líbí“.<sup>31</sup>

Podobnost s webem *StudujBrno.cz* je zřejmá opět v rámci kategorie *Enjoy Brno*. Akce jsou zde členěné do kategorií koncerty, divadlo, výstavy, kina, párty a festivaly. U konkrétní akce se zobrazí mapa s místem konání, základní informace a možnost koupit lístky. Každou akci si člověk může přidat do svého osobního kalendáře. U filmů v kinech je například vidět, ve kterém kině a kdy se hrají.

---

<sup>28</sup> GOTOBRNO.CZ. Mobilní aplikace. *GOtoBRNO* [online]. [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.gotobrno.cz/mobilni-aplikace/t536>

<sup>29</sup> Zpracováno podle: <http://www.alexa.com/siteinfo/gotobrno.cz>

<sup>30</sup> GOOUT.CZ [online]. [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://goout.cz/cs/o-nas/>

<sup>31</sup> FACEBOOK.CZ [online]. [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.facebook.com/gooutcz>

Vhodně zpracován je zde i seznam míst, mezi něž se řadí kluby, divadla, galerie, kina, muzea a koncertní sály. v těchto aspektech je web *GoOut.cz* téměř totožný se *StudujBrno.cz*.

I přesto, že cílová skupina je zde podobná, *StudujBrno.cz* nabízí mnohem více. Na stránce *GoOut.cz* nenalezneme například vzdělávací přednášky nebo seznam restaurací či kaváren. Uživatel zde nemá ani po registraci možnost vytvářet akce vlastní, ani jinak se podílet na tvoření či hodnocení obsahu. Taktéž zde není prostor pro vzájemnou komunikaci mezi uživateli.

I přes pozitivní aspekty stránky je například seznam umělců z celého světa dle názoru našeho týmu zbytečný a nepřiliš používaný. Profily umělců totiž dnes nabízí již velké množství různých webů včetně Wikipedie, Facebooku nebo mnoha hudebních portálů. Naším cílem je naopak objevovat nové talenty a dát prostor spíše začínajícím brněnským umělcům.

Kromě vizuální kvality webu zaujme také množství sponzorů, kterými se portál pyšní. Kromě několika malých firem, klubů, divadel a barů zde figuruje i mezinárodní firma H&M. z této oblasti by si mohl vzít náš web příklad.

#### *Facebook.com*

V oblasti analyzování trhu nesmí chybět zmínka o největší světové sociální síti.<sup>32</sup> *Facebook* je v dnešní době sociologicko-kulturním centrem pro studenty, kde mohou sdílet své zážitky, vzájemně komunikovat, vytvářet události, propagovat svou činnost a podílet se aktivně na obsahu stránek.

Náš tým si je vědom, že v některých oblastech nemá cenu sociální síť příliš napodobovat, a proto se snažil upustit od klasických funkcí *Facebooku* jako je chat, fotoalba, sdílení statusů, podrobný profil uživatelu či uzavírání „přátelství“ a vytváření skupin. *StudujBrno.cz* dává uživatelům možnost vyjádřit se jinak, novým a neokoukaným způsobem.

Proč by měli studenti navštívit náš web i přes existenci *Facebooku*? Na *StudujBrno.cz* najdou programy brněnských kulturních akcí přehledně na jednom místě, stejně jako seznam hodnocených restaurací, barů a jiných podniků. Dostanou zde například možnost zeptat se tisíců jiných studentů na jejich názor a na stejném místě najdou i praxi v oboru nebo jen práci pro přivýdělek.

Idea, která staví *StudujBrno.cz* proti *Facebooku*, je velice jednoduchá. Pokud chce mladý člověk vědět, co může dnes večer dělat, podívá se do sekce *Enjoy Brno*. Najde si tam program kin a vybere si film, který chce v kině vidět. Díky našim stránkám okamžitě ví, jak se dostane do kina a je přímo přesměrován do rezervačního systému. Nemá však s kým jít, a tak hledá další nadšence v kategorii *Jdeme ven?*. *StudujBrno.cz* je projekt vytvořený pro zábavu, vzdělání, budování nových kontaktů a poznávání Brna. Díky zaměření zejména na studenty Brna se stává náš portál osobnější, interaktivnější a informačně hodnotnější, než je *Facebook*.

#### *Foursquare.com*

Foursquare je služba rozšířená téměř po celém světě. Má za úkol najít restaurace, bary, kavárny, obchody a památky v okolí zadaného místa. Součástí služby je mobilní aplikace. Uživatel se může přihlásit k návštěvě daného podniku (či jiného místa), číst si komentáře ostatních návštěvníků nebo sám komentovat a hodnotit. Vlastníci či manažeři firem mohou sami spravovat a aktualizovat profil svých restaurací, barů či obchodů. Uživatelskou základnu tvoří podle aktuálních údajů (květen 2014)

---

<sup>32</sup> CNEWS.CZ. *Facebook rekordně vydělal a má už 1,23 miliardy uživatelů* [online]. 2014 [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.cnews.cz/facebook-rekordne-vydelal-ma-uz-123-miliardy-uzivatele>

více než 50 milionů lidí a 1,7 milionů podniků a počet zaměstnanců spravujících tento projekt přesahuje 170.<sup>33</sup>

Tento koncept se velmi podobá připravované službě *Eat & Drink* na webu *StudujBrno.cz*. Naše stránka však nabídne víc. Jelikož se specializuje na úzkou oblast, nabídne propracovanější profily podniků včetně například jídelních lístků. Výhodou *StudujBrno.cz* je také zaměření na studenty - hodnocení restaurací bude více odpovídat jejich potřebám a preferencím.

Celkově tedy náš tým nepovažuje stránku *foursquare.com* za soupeře, nýbrž za jakýsi vzor, z kterého je možné vzít si příklad při realizaci projektu.

#### *wwwbrno.cz*

Původní záměr stránky *wwwbrno.cz* byl jistě dobrý, a to cílit na brněnské kulturní dění a propagovat město Brno a podnikatele města Brna.<sup>34</sup> Bohužel byl však projekt založen pouze na dobrovolné aktivitě přispěvatelů. Stránka tak postupně zastarala, její design odpovídá roku založení (2000) a jednotlivé sekce zejí prázdnotou.

Stránka nabízí kromě programů divadel, klubů a kin také například výluky MHD, inzerci, seznamku, překladač brněnského "hantecu" a podobně. Prospěšný může být z obsahu stránky například seznam lékařů v Brně, nicméně opět se zde nabízí otázka, kdy (a jestli vůbec) byl tento seznam aktualizovaný. Náš tým tedy tuto webovou stránku za velkého konkurenta nepovažuje.

#### *CentrumBrna.cz*

*CentrumBrna.cz* je moderní městský navigátor, který prezentuje srdce města jako největší centrum zábavy, kultury, gastronomie, obchodů a služeb.<sup>35</sup> Takto se představuje web *CentrumBrna.cz* svým návštěvníkům. Z vizuálně příjemných, nicméně obsahově poměrně chaotických stránek se dozvíme informace o specifických akcích a událostech. Například po kliknutí na sekci kultura můžeme vidět události s názvem „Dětské křtící soupravy“ nebo „Krajinou Koncernovaného designu“.

Na první pohled tedy web působí sympaticky pro většinu návštěvníků, nicméně po bližším prozkoumání zde objeví hledané informace pravděpodobně pouze malá část z nich. Částečně je zde v jednotlivých sekcích (kultura, zábava, gastronomie, obchody, služby, sport) prezentován chaotický seznam neobvyklých akcí a událostí, částečně slouží jako zpravodaj (například v sekci sport).

Ve světle propojení **StudujBrno.cz** s **Brnoman.cz** může být konkurencí BrnoCityCard<sup>36</sup> od společnosti CentrumBrna.cz, jež je moderní městský navigátor, který prezentuje srdce města Brna jako největší centrum zábavy, kultury, gastronomie, obchodů a služeb. Tato karta nabízí slevy v oblasti ve výše zmíněných kategoriích. Na webu se vyskytují články z daných kategorií a pozvánky na nadcházející akce.

Web CentrumBrna.cz však nemá dostatečný marketing a občané města jej nemají v podvědomí a mnohdy jej ani neznají. Hlavním rozdílem mezi StudujBrno.cz a CentrumBrna.cz je cílová skupina

<sup>33</sup> FOURSQUARE.COM [online]. [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://foursquare.com/about>

<sup>34</sup> WWWBRNO.CZ [online]. [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://wwwbrno.cz/onas/>

<sup>35</sup> CENTRUMBRNA.CZ [online]. [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://info.centrumbrna.cz/centrum-brna/kdo-jsme>

<sup>36</sup> CENTRUMBRNA.CZ Víte, co se děje v Brně? [online]. [cit. 2014-09-25]. Dostupné z: <http://www.centrumbrna.cz/>

lidí. Náš projekt se soustředí především na studenty, zato CentrumBrna.cz se zaměřuje na všechny obyvatele a návštěvníky města. Zájmy občanů a studentů se pochopitelně prolínají, proto je možná vzájemná podobnost. Tento web, ač se navenek tváří podobně jako *StudujBrno.cz*, by však rovněž neměl v rámci konkurence ohrozit náš projekt.

#### *kudyznudy.cz*

Portál *kudyznudy.cz* se orientuje na celou Českou republiku. Najdeme zde kalendář akcí a tipy na výlety za kulturou, památkami, přírodou a další. V oblasti kulturních akcí je zde zřetelné zaměření na déle trvající projekty, jako jsou výstavy, festivaly nebo akce pro děti. Web je poměrně přehledný s možností vložení nové aktivity či akce.

Cílová skupina u tohoto portálu je odlišná od cílové skupiny našeho webu. Díky tomu, že má *kudyznudy.cz* celorepublikovou působnost, je zřejmé zaměření spíše na turisty a rodiny s dětmi. Na základě těchto faktorů se náš tým shodl, že *kudyznudy.cz* taktéž nepředstavuje velkou konkurenci.

#### *HospodyvBrne.cz*

Webová stránka *HospodyvBrne.cz* nabízí, jak je již patrné z názvu, seznam hospod, pivnic, restaurací, kaváren, vináren a dalších gastronomických podniků v Brně, čímž je téměř totožný s kategoriemi v sekci *Eat & Drink* na webu *StudujBrno.cz*. Co zde chybí, je uživatelské hodnocení podniků. Web působí moderně, přátelsky, a interaktivně, jednotlivé podniky zobrazí přímo na mapě. Bohužel je vidět, že se o aktualizaci informací nikdo nestará a tudíž stránka zastarává.

#### **Karta Brňana**

Dalším možným konkurentem je Karta Brňana<sup>37</sup>, která má být pod Turistickým informačním centrem. Ze začátku má nabízet slevy u většiny brněnských příspěvkových organizací jako jsou divadla, koupaliště či hvězdárna, ale do budoucna má sloužit také jako elektronická peněženka. Bude k dispozici pro všechny zájemce, ne jen pro Brňany. Dle starosty městské části Brno-střed by měla karta vyjít na konci roku 2014 nebo na začátku roku 2015. Stejně jako u společnosti CentrumBrna.cz je hlavní rozdíl mezi Kartou Brňana a StudujBrno.cz v cílové skupině lidí.

### 5.1.1 Celkové hodnocení analýzy trhu

Dva z výše uvedených potenciálních konkurentů, *GOtoBRNO.cz* a *GoOut.cz*, by výhledově mohli snižovat návštěvnost webu *StudujBrno.cz*. U prvního zmíněného (*GOtoBRNO.cz*) je však i přes podobnost odlišná cílová skupina uživatelů a druhý (*GoOut.cz*) tvoří pomyslně pouze malou podmnožinu funkcí našeho webu. Není zde téměř nic, co by uživatel nenašel na *StudujBrno.cz*.

*Facebook* tvoří jakousi samostatnou část analýzy. Náš projekt má oproti němu spoustu výhod popsaných výše v samostatném oddílu. Je pravděpodobné, že budoucí uživatelé našeho portálu budou přemýšlet, v čem je *StudujBrno.cz* lepší než *Facebook* a proč by měli trávit čas na další sociální síti. Argumentujeme však tím, že náš portál nebude sociální síť. Tento web bude prezentován jako informační meeting point studentů brněnských univerzit (jejich absolventů nebo budoucích studentů), na kterém se dozví vše, co ke studentskému životu potřebují.

---

<sup>37</sup>Karta Brňana: po slevách přijde elektronická peněženka [online]. [cit. 2014-09-25]. Dostupné z: [http://brnensky.denik.cz/zpravy\\_region/karta-brnana-po-slevach-prijde-elektronicka-penezenka-20131203.html](http://brnensky.denik.cz/zpravy_region/karta-brnana-po-slevach-prijde-elektronicka-penezenka-20131203.html)

Další z uvedených webů už nepředstavují pro náš projekt téměř žádné riziko, jelikož jsou buď zastaralé s neaktuálními informacemi, nepřehledné, nebo zaměřené na jinou cílovou skupinu lidí. Většina z nich je také poměrně málo propagovaná.

Co se týče portálu **Brnoman.cz**, projektový tým má za to, že tento nemá srovnatelnou konkurenci. To z důvodu specifického geografického a demografického zaměření portálu na město Brno a jeho občany spolu se stejně specifickým účelem a obsahem.

## 5.2 Technické zajištění projektu

Tvorba webu není snadnou záležitostí, a proto je třeba se na ni dobře připravit. Všechny podklady mohou být kvalitně zpracované a promyšlené, ale bez perfektního technického zpracování nemá projekt smysl. Pro samotnou tvorbu webu projektový tým již kontaktoval dvě firmy (3IT a Webtoad), které již mají mnoho zkušeností a úspěchů.

### 5.2.1 Cíle technického zajištění

Ještě než započne samotná tvorba webu, je třeba si stanovit jasné cíle, kterých chceme dosáhnout.

#### *Provedení*

*StudujBrno.cz* musí být technicky zvládnutá stránka bez chyb s kvalitní stavbou a dobrým týmem správců.

#### *Marketing*

Web musí mít zvládnutý marketing. Nesmí být jen dobře zpracovaný, musí být i dobře vidět a dostat se k cílovým skupinám.

#### *Přístupnost*

V dnešní době, kdy existuje mnoho druhů zařízení, je třeba, aby bylo možno web používat na kterémkoliv z nich. Proto mimo samotného webu je třeba vytvořit i mobilní verzi a také samostatnou aplikaci pro tablety.

#### *Použitelnost*

Grafická úprava musí být přehledná a jednoduchá. Návštěvník musí lehce najít to, co hledá, a intuitivně web používat.

#### *Důvěryhodnost*

Stránka by měla být také důvěryhodná. Proto už teď oslovujeme velké firmy, univerzity a studentské spolky, které pomohou vylepšit image a důvěryhodnost stránky.

#### *Přesvědčivost*

Pokud už návštěvník zavítá na náš web, je třeba se snažit o to, aby se opět vrátil. K dosažení tohoto cíle je nutné vytvořit web, jehož funkce nemají nikde konkurenci. Záměrně proto vypouštíme některé nástroje, které by nemělo smysl dělat, jelikož jsou už dlouho a dobře zaběhnuté u velkých konkurentů.

### *Emoce*

Posledním a snad nejdůležitějším bodem je zanechat v návštěvníkovi dobrý pocit. Náš cíl je, aby se web *StudujBrno.cz spolu s Brnoman.cz* nešířil jen reklamou, ale také referencemi samotných lidí. Chceme, aby se o webu mluvilo na univerzitách, v kampusech či hospodách. Pokud toto web splní, návštěvník se vždy rád vrátí a ještě se o tuto zkušenost podělí s přáteli.

### 5.2.2 Fáze tvorby webu

Pro vytvoření kvalitního webu slouží následující postup.

#### *Analýza*

Nejdříve je třeba vytvořit analýzu současného stavu. To zahrnuje například zjištění, jaká klíčová slova studenti zadávají do vyhledávačů, pokud hledají informace v souvislosti se studiem a univerzitami. Dle výsledků je vhodné upravit obsah i doménu webu, aby bylo možno jej snadno vyhledat. Kromě **StudujBrno.cz** by tak mohly být vytvořeny i další domény, které by přeměrovaly návštěvníky webu na portál. V české verzi by to mohl být např. StudyBrno.cz a v anglické StudyBrno.com. Samozřejmostí je, že by se na tento web dostal návštěvník i přes domény jako Brnoman.cz nebo Brnoman.cz, abychom tak „zachytili“ každého zájemce o informace tohoto typu. Dále je například potřeba zjistit, jak různé cílové skupiny reagují na různé typy zpracování webu (zda se víc ztotožňují s neformálním zpracováním, či upřednostňují profesionální, formální úpravu).

#### *Tvorba obsahu*

Po zjištění konkrétních dat je třeba podle nich upravit i samotný obsah webu. Je proto možné, že některé názvy, které jsou v tomto projektu uvedeny, bude nutné upravit nebo změnit. Řešit se bude i optimalizace umístění jednotlivých sekcí na webu (přihlášení, vyhledávače, menu apod.).

#### *Grafická úprava*

Po vytvoření „kostry“ webu dojde na spolupráci s grafiky. Pro tuto práci je projektový tým v kontaktu se společností REMEMBERSHIP\_, jejíž pracovníci jsou také současně studenti. Věříme, že takovou cestou vznikne web, který bude pro samotné studenty opravdu atraktivní.

#### *Testování*

Až bude web graficky doveden do cíle, bude třeba jej otestovat, aby se mohly opravit případné chyby. Web nebude spuštěn jako beta verze, která by se postupně vylepšovala z podnětů návštěvníků. Cílem je vytvořit již hotovou platformu s minimem chyb, které by mohly potencionální uživatele odradit.

#### *Správa a monitoring*

Po spuštění webu je dobré začít monitorovat chování návštěvníků, kdy se budou testovat různé postupy, upravovat detaily a další, což povede k postupnému dovedení webové stránky k dokonalosti. v této fázi bude nutná větší aktivita administrátorů, která se bude postupně snižovat v souvislosti s procesem začleňování jednotlivých členů administrátorského týmu do provozu webu a jeho ustálením. Samozřejmostí je však nepřetržité udržování obsahu, tvorba nového, či změna nefungujícího obsahu.



## 5.3 Rozpočet projektu

### Prvotní investice a provoz

Cena za vytvoření webu byla na základě rozhovoru se zástupcem firmy zajišťující tvorbu webu stanovena zhruba na 900 000 Kč. Na provoz stránky se počítá s náklady v hodnotě 10 000 Kč za měsíc. Za doménu je stanovena cena 200 Kč ročně. Protože však počítáme s vlastnictvím více domén, byl rozpočet této položky stanoven na 1 200 Kč. Na rok 2015 je představa týmu v počtu 8 lidí. V roce 2016 by byl tento počet snížen na 6 lidí. Odměna administrátorů bude činit 2500 Kč měsíčně na osobu a také to, že jejich spolek bude vidět.

### Propagace

Z hlediska nákladů variabilnější část rozpočtu tvoří propagace webové stránky. K propagaci se budou využívat především internetové kanály, které jsou z našeho pohledu ve většině případů efektivnější v rámci návratnosti investic.

- **SEO**

Poměrně dokonalým příkladem této návratnosti je SEO, neboli optimalizace pro internetové vyhledávače. Částky za toto řešení se pohybují mezi 2 500 Kč až 6 900 Kč. SEO analýza bude použita hlavně první rokem pro optimalizaci obsahu webové stránky. Po samotném vytvoření pak následuje fáze testování a zkoušení různých variant. Během druhého roku by měla být optimalizace hotová. Do budoucna lze SEO použít například při vytváření nových sekcí, se kterými se prozatím nepočítá.

- **PPC**

Další z efektivních nástrojů internetové propagace je PPC. Jeho rysem a výhodou je, že se platí pouze za uživatele, který se přes odkaz dostane na webovou stránku. Platba za kliknutí se v současnosti pohybuje průměrně v rozmezí 3 - 8 Kč za klik, přičemž při vhodném cílení se může postupně snižovat. V rámci rozpočtu jsme k této metodě zvolili trochu konzervativnější přístup a myslíme, že částka v intervalu 12 000 – 24 000 Kč představuje dobrý základ pro vytvoření povědomí o novém portálu *StudujBrno.cz*. v závislosti na investované částce pak mluvíme odhadem o 1 500 až 8 000 nových návštěvnících v rámci prvního roku.

Tabulka 1: Rozpočet projektu *StudujBrno.cz* pro období let 2015 - 2020

V tis. Kč	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Vytvoření	900	/	/	/	/	/
Správa a vývoj	120	120	120	120	120	120
Doména	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
Web celkově	1020,2	121,2	121,2	121,2	121,2	121,2
Odměna administrátorů	240	180	180	180	180	180
SEO analýza	3,9	3,9	/	/	/	/

<b>AdWords (PPC)</b>	7	7	7	7	7	7
<b>Facebook (PPC)</b>	7	7	7	7	7	7
<b>CELKEM</b>	<b>1278,1</b>	<b>319,1</b>	<b>315,2</b>	<b>315,2</b>	<b>315,2</b>	<b>315,2</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

### 5.3.1 Finanční dopad projektu

V kapitole 2.1.2 bylo uvedeno, že více než polovina studentů se chce v Brně po studiích trvale usadit. Tento fakt by měl pozitivní dopad na daňové příjmy města. Jedním z kritérií, podle kterého se daňové příjmy státu přerozdělují mezi jednotlivé obce, je počet obyvatel. Ten byl 377 508 (k 31. 12. 2013).<sup>38</sup> Dle kalkulačky rozpočtového určení daní 2014 na webových stránkách Svazu měst a obcí České republiky město na daňových výnosech získá 6 664 896 273 Kč<sup>39</sup> (jedná se pouze o odhad vzhledem k očekávaným příjmům státního rozpočtu). Na jednoho obyvatele města tedy připadá částka 17 654,98 Kč. v případě, že by se velká část studentů do Brna přestěhovala, mohl by se výrazně navýšit příjem z daňových příjmů. Následující výpočet je pouze odhadem založeným na aktuálních datech uvedených v tomto odstavci. Za předpokladu, že by se k trvalému bydlišti v Brně přihlásilo 500 nových obyvatel (zhruba 1/150 aktuálního počtu studentů brněnských VŠ), získalo by město na daních o zhruba 8 827 490 Kč více, v případě 700 nových obyvatel 12 358 486 Kč a při nárůstu obyvatel o 1000 by zvýšení příjmu na daních činilo 17 654 980 Kč. Toto případné navýšení příjmů města několikanásobně pokrývá náklady na portál **StudujBrno.cz** i při nižším možném nárůstu počtu obyvatel. Komplementárním cílem navíc je, aby si studenti vytvořili k městu vztah a následně se tak stali občany Brna.

---

<sup>38</sup> CZSO. *Obyvatelstvo v obcích jihomoravského kraje* [online]. 2014 [cit. 2014-05-01]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/obyvatelstvo\\_v\\_obcich\\_jihomoravskeho\\_kraje\\_v\\_roce\\_2013](https://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/obyvatelstvo_v_obcich_jihomoravskeho_kraje_v_roce_2013)

<sup>39</sup> SMO ČR. *Předpokládané daňové výnosy obce v roce 2014* [online]. 2014 [cit. 2014-05-01]. Dostupné z: <http://www.smocr.cz/kalkulacka-rud/>



## 6 přínosy portálu

Nyní, po detailním seznámení se s webovým portálem *StudujBrno.cz a Brnoman.cz*, bude představeno, jak je dle našeho týmu celý projekt propojený s konceptem SMART CITY. Součástí této kapitoly bude i analýza vlivu jednotlivých strategických dokumentů.

### 6.1 SMART CITIES

Problematika SMART CITY (chytrého města) je velmi rozsáhlým tématem. Bylo proto velmi důležité, aby byly nejdříve definovány známé a informačně validní koncepty. Na základě těchto pojetí pak byla vytvořena vlastní koncepce pro tento projekt. Díky tomu bylo v rámci projektu postupováno metodicky a byly dodržovány přístupy z oblasti SMART CITY.

Projekt *StudujBrno.cz* dbal na propojení všech faktorů a vrstev působících ve městě Brno. Byly tedy brány v úvahu úzké vztahy Evropské komise k městu, ale i ke vzdělání a tudíž vysokým školám působících na území Brna. Zastřešující vrstvou této skupiny jsou pak obyvatelé. Spojení těchto faktorů vedlo náš tým k vytvoření portálu, který se stane webovým meeting pointem zmíněných skupin. Jak již bylo popsáno v tomto projektu, dojde prostřednictvím *StudujBrno.cz* ke spolupráci a komunikaci univerzit, magistrátu města a hlavně studentů v Brně prostřednictvím kvalitní a uživatelsky dobře přístupné formy. K tomu všemu dopomůže i webový portál **Brnoman.cz**, který bude se **StudujBrno.cz** úzce propojen. Tato forma a její obsah podle našeho názoru povede k důležitému propojení, které vyústí k naplnění strategií univerzit, města Brna a samotných studentů. Jakými prostředky?

„*Na Čáře*“ – služba, jež je meeting pointem vysokoškolských studentů z celého Brna, místních firem a města (možnost reakce zástupců města) je jedinečný komunikační kanál, který usnadňuje spolupráci mezi těmito třemi skupinami na základě zpětných vazeb od uživatelů (služba *Doporuč!*, hodnocení restaurací, sledování zájmů uživatelů v otázkách služby *Zeptej se!*). Nepřímo (přes *Vyfoť Brno!*) může početný zástup studentů zlepšovat město poukazováním na jeho nedostatky (nebo naopak na povedené věci hodné inspirace) pomocí fotografií a komentářů.

„*Enjoy Brno*“ – tato služba informačního charakteru se dá považovat za SMART zejména z toho důvodu, že schraňuje všechna data na jednom místě. Obyvatelům města, kteří budou web *StudujBrno.cz* používat, šetří čas při hledání informací. A městu, které pod sebou má kulturní instituce (divadla a muzea), stránka dává možnost oslovovat platící návštěvníky v příjemnějším a uživatelsky přátelštějším prostředí. A navíc díky studentským spolkům, které pořádají přednášky se zaměřením na nejrůznější obory, podporujeme záměry Evropské komise v oblasti vědy, vzdělání a výzkumu.

**Brnoman.cz** kombinuje prostřednictvím webových stránek prvky sociálních sítí, online her i současných aplikací pro chytré telefony. Hlavním záměrem tohoto projektu má být zapojení obyvatel města Brna do jeho správy hravou, zábavnou formou. Zároveň má poskytovat městu cenná data pro budoucí analýzy

### 6.2 Naplnění koncepcí města

K naplnění koncepcí města byly provedeny analýzy jednotlivých koncepčních dokumentů. Dopad našeho projektu na celkovou strategii města Brna je z hlediska jeho budoucího rozvoje velmi důležitý.

Přínosy, které náš projekt má, ocení širší část populace a ne jenom studenti, na které je náš portál především zaměřen.

*Tabulka 2: Analýza strategie pro Brno*

<b>Analýza Strategie pro Brno</b>		Vliv projektu
Priorita	<b>IMAGE MĚSTA A VNITŘNÍ / VNĚJŠÍ VZTAHY</b>	
Strategický cíl	<b>1.1 Získat pozitivní a dynamický profil města</b>	<b>A</b>
	1.1.1 Zlepšení vnitřní komunikace	A
	1.1.2 Efektivní vnější komunikace	A
	1.1.3 Propagace strategického profilu města jako centra vzdělávání, výzkumu, vývoje, inovací a podnikání ve vyspělých technologiích	A
Priorita	<b>MÍSTNÍ EKONOMICKÝ ROZVOJ</b>	
Strategický cíl	<b>2.1 Připravit Brno k rozvoji podnikání</b>	<b>B</b>
	2.1.1 Zlepšení prostorových a technických podmínek pro přímé investice do Brna	B
	2.1.2 Příprava brownfields k rozvoji podnikání včetně odstranění starých ekologických zátěží	B
	2.1.3 Podpora rozvoje cestovního ruchu s důrazem na kongresovou turistiku	A
	2.1.4 Využití ekonomického potenciálu letiště	B
Priorita	<b>KVALITA ŽIVOTA</b>	
Strategický cíl	<b>3.1 Dosáhnout vyšší atraktivity života ve městě</b>	<b>A</b>
	3.1.1 Rozvoj variabilní nabídky bydlení	A
	3.1.2 Podpora nabídky volnočasových aktivit, rekreace a sportu	A
	3.1.3 Podpora rozvoje kulturního vyžití a zachování kulturního dědictví	A

	3.1.4 Zajištění bezpečnosti obyvatel města	B
	3.1.5 Zlepšení kvality veřejných prostranství a vybraných složek životního prostředí	A
	3.1.6 Účinná politika města v sociální a zdravotní oblasti	C
Priorita	<b>VÝZKUM, VÝVOJ, INOVACE A VZDĚLÁVÁNÍ</b>	
Strategický cíl	4.1 Vytvořit podmínky pro příchod a udržení elit ve městě	A
	4.1.1 Zajištění infrastruktury pro výzkum, vývoj a tvorbu inovací	B
	4.1.2 Účinná politika města v oblasti rozvoje lidských zdrojů	A
Priorita	<b>DOPRAVA A TECHNICKÁ INFRASTRUKTURA</b>	
Strategický cíl	5.1 Zlepšit kvalitu vnitřní a vnější dostupnosti města	B
	5.1.1 Zajištění komfortní MHD, IDS	B
	5.1.2 Řešení dopravy, ochrana centra před nadměrnou dopravou, parkování	B
	5.1.3 Realizace projektu Europoint Brno v návaznosti na dobudování městské infrastruktury	C
Strategický cíl	5.2 Zajistit komplexní hospodaření s energiemi, s povrchovými a odpadními vodami	C
	5.2.1 Nakládání s povrchovými a odpadními vodami	B
	5.2.2 Koncepce protipovodňové ochrany a revitalizace vodních toků a nádrží	C
	5.2.3 Optimalizace zásobování města energiemi a městského odpadového hospodářství	C

Zdroj: vlastní zpracování

V první části týkající se naplnění koncepcí města byla provedena analýza dokumentu *Strategie pro Brno*. Pro jeho lepší uchopení byla vytvořena tabulka (viz Tabulka 2) skládající se z jednotlivých prioritních oblastí, strategických cílů a následných opatření. Prioritní oblasti jsou v tabulce znázorněny oranžovou a zelenou barvou. Zeleně jsou v tabulce znázorněny ty oblasti, které jsou zároveň pilíři

samotné Strategie pro Brno a jsou tudíž z hlediska dosažení globálního cíle Strategie nejdůležitější. v pravé části tabulky se nachází kolonka „vliv projektu“. To znamená, jak náš projekt ovlivňuje jednotlivé cíle a opatření. V případě, že se v řádku nachází písmeno A, pak má projekt přímý vliv na daný cíl či strategii, B znamená vliv nepřímý a poslední písmenko C značí to, že náš projekt na danou oblast nemá žádný.

Nyní následuje rozbor analýzy. Strategickým cílem první prioritní oblasti „*Image města a vnitřní a vnější vztahy*“ je získat pozitivní a dynamický profil města. V tomto ohledu náš projekt přesně daný cíl splňuje. Jedním z cílů naší práce je ukázat studentům, jak živé Brno je, pomoci jim lépe se v Brně zorientovat, poradit v případě nouze. Jelikož na našem portálu budou mít svůj vlastní účet zřízeny jednotlivé vysoké školy, které samy budou moc přidávat svůj vlastní obsah, dojde tím k propagaci strategického profilu města jako centra vzdělání, výzkumu, vývoje, inovací a podnikání ve vyspělých technologiích (1.1.3). Jak bylo popsáno v jedné z předchozích kapitol, součástí portálu bude tzv. *Na Čáře*, kde budou moci registrovaní uživatelé přidávat nejrůznější rady, klást otázky a zjišťovat důležité informace. Součástí této sekce bude také možnost kontaktovat primátora města Brna. Zcela jistě tak náš portál pomůže ke zlepšení vnitřní komunikace (1.1.1). Co se opatření „efektivní vnější komunikace“ (1.1.2) týká, náš portál bude město Brno reprezentovat pomocí jeho živého obsahu, který bude jasně ukazovat, jak je Brno atraktivní město. Tomu také dopomůže druhá část webových stránek, která je věnovaná konceptu **Brnomana**, kde pomocí nejrůznějších úkolů budou prezentovány nejrůznější akce probíhající na území města. Uživatel této služby si tak lépe uvědomí, co se v Brně děje. Následně tyto nové poznatky bude šířit mezi své přátele a image města se tak dostane do podvědomí více lidem.

Druhá prioritní oblast „*Místní ekonomický rozvoj*“ si klade za cíl „Připravit Brno k rozvoji podnikání.“ Dle naší analýzy bude mít náš projekt na tento cíl spíše vliv nepřímý, pouze opatření 2.1.3 bude naším projektem ovlivněno přímo. Toto vše bude zpracováno ve výše popsané kategorii *Enjoy Brno*. Další důležitou součástí našeho portálu bude sekce *Vyfoť Brno!*, kam budou jednotliví uživatelé posílat nejrůznější fotky. Může se ovšem jednat i o fotky rozbořených domů, starých výrobních hal, které, v případě že si jich všimne kompetentní osoba, mohou být odstraněny, případně využity. Aby byly informace o těchto objektech co nejkompexnější a aktuální, budou z důvodu motivace uživatelů portálu probíhat pravidelné soutěže. Ty mohou být pořádány představiteli města, studentskými spolky, případně podnikatelskými subjekty. Ceny a podoba soutěže budou záviset na pořadateli fotosoutěže. To by mohlo mít nepřímý vliv na kategorii 2.1.2. Obecně z hlediska problematiky místního ekonomického rozvoje města lze konstatovat, že studenti tvoří ve městě Brně značnou část kupní síly. Dle Strategie a koncepce rozvoje univerzitního školství v Brně činí měsíční náklady (bydlení, strava, zábava, doprava) pro více jak polovinu brněnských studentů 5 000 až 7 500 Kč. Je tedy zcela evidentní, že z hlediska ekonomického rozvoje města jsou studenti jeho velmi důležitou součástí. Představují zdroj příjmů pro místní podnikatelské subjekty či majitele nemovitostí.

Třetí prioritní oblast „*Kvalitu života*“ je z hlediska stanovených cílů našeho projektu jednou z nejdůležitějších. Vliv naší webové stránky bude mít na kvalitu života ve městě značný dopad. Část portálu řeší problematiku bydlení – jeho nabídku a poptávku, zcela jistě tím projekt naplňuje opatření 3.1.1 zaměřené právě na variabilní nabídku bydlení. Opatření 3.1.2 a 3.1.3 náš projekt zajistí neustálou aktualizací obsahu týkající se práce, volnočasových aktivit, rekreace či kulturního vyžití. Díky druhé části portálu **Brnoman.cz** budou jednotlivé aktivity prezentovány zábavnou formou a existuje vysoká pravděpodobnost, že se díky popularitě sbírání „achievementů“,lepší nabízené služby ve městě. Jak již bylo zmíněno v textu výše, uživatelé budou mít možnost vytvořit nejrůznější návrhy týkající se právě těchto opatření, ať prostřednictvím **StudujBrno.cz** nebo přes **Brnomana** a jeho sekci týkající se

projektů. Základní myšlenkou je to, aby web tvořili sami uživatelé a kompetentní lidé z jejich nápadů čerpali a zlepšovali tak samotnou kvalitu života ve městě.

*„Výzkum, vývoj, inovace a vzdělávání“* – čtvrtá prioritní oblast, která si za cíl klade „Vytvořit podmínky pro příchod a udržení elit ve městě.“ Naším záměrem je, aby si student Brno oblíbil, ztotožnil se s ním a zabydlel se zde. V tom se projekt zcela shoduje se zmíněným cílem tohoto třetího pilíře Strategie pro Brno. Vzdělání lidí jsou velkou přidanou hodnotou každého města. A právě to může zaujmout investory, kteří chtějí své peníze investovat tam, kde to má nějaký smysl (což může pomoci k zajištění infrastruktury pro výzkum, vývoj a tvorbu inovací – 4.1.1). Samozřejmý je také ekonomický potenciál nově nastěhovaných obyvatel města (již popsán v předchozích kapitolách).

Poslední prioritní oblast *„Doprava a technická infrastruktura“* je oblastí, na kterou náš projekt nemá přímý vliv. Obsah webu ukazuje jeho uživatelům velké množství míst, které lze ve městě navštívit. Je tedy pravděpodobné, že se zde uživatelé dozvědí o místech, které před návštěvou **StudujBrno.cz** a **Brnoman.cz** neznali. Náš portál tedy může nepřímo ovlivnit způsob, jak se po městě pohybovat. Následkem případných změn, může být např. to, že nebudou tolik přeplněné prostředky městské hromadné dopravy, případně dojde k menšímu využívání soukromých vozidel. Tento dopad nepřímo splňuje opatření 5.1.1 a 5.1.2. Druhý nepřímý dopad by mohl spočívat v následující logice – důležité je, aby se zde studentům co možná nejvíce líbilo, a ti, co dojíždějí, aby ve městě zůstávali a domů se vraceli co možná nejméně. Vzhledem k počtu studentů totiž dochází k nárazovému využívání odpadních cest. Kdyby studenti přijížděli a odjížděli ve více rozložených vlnách, mohlo by dojít ke zlepšení nárazového využívání v oblasti „nakládání s povrchovými a odpadními vodami“ (5.2.1).

#### *Strategie a koncepce rozvoje univerzitního školství v Brně*

Jak bylo zmíněno v samostatné podkapitole o tomto koncepčním dokumentu, v návrhové části se řeší platforma spolupráce jednotlivých aktérů. Zmiňuje se zde komunikace mezi městem a studenty a městem s vysokými školami. Studenti, vysoké školy a i město na stránkách svůj profil mít určitě budou. Do budoucna by se mohlo podařit zprostředkovat tuto komunikaci v rámci našeho portálu *StudujBrno.cz*. V současné době jsou ale nastaveny jiné formy komunikace s občany (např. webový portál primátora města), které město nemá, dle informací z Magistrátu města Brna, v plánu měnit.

Dále se v návrhové části řeší jednotlivé prioritní oblasti Koncepce rozvoje, které vycházejí z priorit Strategie pro Brno. Mezi tyto priority patří:

- **Marketing** – rozpracovává „Image města a vnitřní/vnější vztahy“
- **Kvalitní vzdělávání** – „Místní ekonomický rozvoj“ a „Výzkum, vývoj, inovace a vzdělávání“
- **Brno – město studentů** – „Kvalita života“ a „Doprava a technická infrastruktura“

Tyto prioritní oblasti byly opět podrobeny analýze. Písmeno A – přímý vliv, písmeno B – nepřímý vliv, písmeno C – žádný vliv.

Tabulka 3: Strategie a koncepce rozvoje univerzitního školství v Brně

Strategie a koncepce rozvoje univerzitního školství v Brně		Vliv projektu
Prioritní oblast	<b>1. Marketing</b>	A
Záměry	1.1 Posílit obraz Brna jako centra vědy, výzkumu a vzdělávání	A
	1.2 Zvýšit povědomí o brněnských univerzitách / akademických institucích	A
Prioritní oblast	<b>2. Kvalitní vzdělávání</b>	A
Záměry	2.1 Zlepšit propojení výuky s praxí s cílem připravit studenty lépe pro potřeby pracovního trhu.	A
	2.2 Zkvalitnit přípravu středoškolských studentů	B
	2.3 Vytvořit podmínky pro přilákání kvalitních doktorandů a post-doktorandů	B
	2.4 Zlepšit nabídku atraktivních pracovních příležitostí pro absolventy brněnských univerzit	A
Prioritní oblast	<b>3. Brno – město studentů</b>	A
Záměry	3.1 Společně vytvářet Brno jako město, kde se dobře žije, které je pro studenty a akademické pracovníky přitažlivé	A
	3.2 Využít potenciálu vysokoškolských studentů pro rozvoj města a zároveň studentům nabídnout atraktivní využití volného času	A
	3.3 v dalším programu spolupráce veřejného a akademického sektoru zvážit možnosti města řešit problémy a návrhy na zlepšení situace studentů a akademických pracovníků na život v Brně	A

Zdroj: vlastní zpracování

Z výše uvedené analýzy je zřejmé, že náš projekt má na všechny záměry přímý nebo nepřímý vliv.

V rámci „Marketingu“ platí to stejné, bylo uvedeno u oblasti „Image města a vnitřní a vnější vztahy.“ Je cílem naší snahy zvýšit povědomí o brněnských vysokých školách pomocí propagace brněnských univerzit, studentských spolků, jednotlivých úspěchů univerzit, aj. Na našem portálu by se všechny

tyto informace objevily. Tvůrcem obsahu webu jsou totiž všichni uživatelé, kteří si zde vytvoří profil. Tím, že je našim projektem webová stránka pro studenty (jakožto např. potenciální vědce) bude posílen obraz Brna jako centra vědy, výzkumu a vzdělávání. Zcela evidentní je pak přínos druhé části webu (**Brnoman.cz**), kde prostřednictvím jednotlivých úkolů se může uživatel webu se studentským životem seznámit a vytvořit si tak představu o tom, jak to v těchto zařízeních funguje.

„Kvalitu vzdělání“ náš webový portál ovlivní zejména zveřejňováním různých přednášek studentských organizací, v sekci *Na Čáře* bude podpořena nabídka praxí, stáží, přivýdělků či prací na plný úvazek. Vzhledem k tomu, že náš web mohou navštěvovat všichni internetoví uživatelé, je velmi pravděpodobné, že pomůže při rozhodování i studentům středních škol. Ti se zde dozvědí velké množství informací o vysokých školách, budou se moci zajímat o to, co musí udělat, aby se na školu dostali. Touto činností se může zlepšit jejich celková připravenost. V případě realizace projektu se v obou částech webu využijí znalosti studentů, kteří mohou své vědomosti uplatnit v praxi a tato zkušenost se jim promítne do jejich životopisu a potažmo do vyšší konkurenceschopnosti na trhu práce.

A konečně oblast „*Brno – město studentů*“ – kdo jiný než samotní studenti by se měl podílet na obrazu města Brna? Ano, samotní studenti. A to je zároveň hlavní myšlenka toho, proč je nezbytné, aby v Brně existoval webový portál, který všechny záměry z *Koncepce rozvoje* může naplnit. Pokud budou spolu komunikovat studenti, zástupci veřejné správy a zástupci jednotlivých vysokých škol, je velmi pravděpodobné, že se podaří v Brně vytvořit prostředí, které bude příjemné pro všechny obyvatele.

### 6.3 Naplnění koncepce vybraných vysokých škol

Vzhledem ke shodě v podstatných bodech dlouhodobých záměrů výše zmíněných brněnských univerzit bude definován přínos webu *StudujBrno.cz* a *Brnoman.cz* pro všechny subjekty současně.

Jedním z cílů univerzit je získat pro studium v Brně co nejvíce kvalitních studentů, a to jak tuzemských, tak i zahraničních. Stejný záměr má i náš web *StudujBrno.cz*. Jak již bylo popsáno výše, studenti představují velký potenciál (ať už znalostní, tak ekonomický). Web *StudujBrno.cz* poskytne studentům informace týkající se nejen zábavy a volného času, ale také jim poskytne spoustu důležitých informací týkajících se pobytu v Brně. Všechny potřebné informace naleznou přehledně na jednom místě.

Vysoké školy chtějí obecně zlepšit svoji propagaci. Jelikož si náš projekt klade za cíl zlepšit povědomí o brněnském prostředí (vč. povědomí o vysokých školách), je evidentní, že vysoké školy budou, co do obsahu našeho portálu, hrát významnou roli. Budou zde moci zveřejňovat informace o nadcházejících seminářích, zajímavých přednáškách, ale také o nejrůznějších volnočasových aktivitách.

Dalším z cílů, o které vysoké školy usilují, je větší propojení studia s praxí. Jednou z cest je pomoci studentům s uplatněním na trhu práce. I tento cíl vysokých škol bude náš portál podporovat. V této oblasti je smyslem projektu působit na studenty tak, aby si Brno nejen oblíbili, ale aby zde rovněž získali např. prostřednictvím odborné praxe budoucí zaměstnání. V konečném důsledku by se tak podíleli na zlepšování ekonomického rozvoje města. Na webu *StudujBrno.cz* bude v sekci *Inzeruj!* vyhrazen prostor pro firmy a jiné instituce k nabídce nejen odborné praxe, ale také pracovních míst, která studenti v současné době poměrně obtížně hledají. Jak již bylo zmíněno, u samotné tvorby a

následného provozu webových stránek **StudujBrno.cz** a **Brnoman.cz** budou potřeba lidé, kteří zajistí udržitelnost a funkčnost webu. A právě v tomto bodě dojde k propojení studia s praxí.

Web *StudujBrno.cz* a **Brnoman.cz** bude mít i svou verzi v anglickém jazyce, aby i zahraniční uživatelé portálu mohli využít jeho předností. Součástí webu bude také spolupráce se studentskými spolky, např. s AIESEC podílejícími se na organizaci pobytů i volnočasových aktivit zejména zahraničních studentů. Zahraniční studenti si budou moci na webu v sekci *Inzeruj!* zajistit například pomoc s doučováním češtiny nebo se v sekci *Zeptej se!* zeptat na cokoli ho zajímá nebo potřebuje poradit.



## Závěr

V první kapitole byly podrobně popsány koncepty SMART CITY, a to z pohledu několika subjektů. Prvním z nich je pohled Evropské komise, druhým pana Davida Bárty, dále pak světové společnosti IBM a v neposlední řadě pohled tvůrců tohoto projektu. Náš koncept SMART CITY spojuje a harmonizuje vztahy a cíle čtyř skupin, a to města Brna, jeho obyvatel, univerzit a v neposlední řadě Evropské komise.

Druhá kapitola popisuje a analyzuje strategické dokumenty města Brna a jednotlivých brněnských univerzit, a to z důvodu úzké souvislosti našeho projektu s vysokoškolskými studenty.

Obsahem kapitoly 3 je popis samotného studentského portálu. Nejdříve byla zanalyzována jednotlivá rizika a vytvořen průzkum trhu. Následně byla rozebrána registrace uživatelů, fungování profilu a jeho funkce. Dále byl vysvětlen systém tvorby akcí a odměňování uživatelů ve formě získávání bodů a umísťování se na žebříčku. Kapitola dále pokračuje vysvětlením zapojení studentských spolků. Na konci je rozebráno technické zajištění projektu a rozpočet.

Kapitola 4 je zaměřena na strukturu portálu. Byly představeny jednotlivé sekce, které budou tvořit hlavní obsah webu. Konkrétně jde o *Enjoy Brno*, *Na Čáře* „webový meeting point studentů“, *Eat & Drink* a *Smart nákupy*.

V poslední kapitole dokumentu je představeno, jak je dle projektového týmu celý projekt propojený s konceptem SMART CITY. Součástí této kapitoly je i analýza vlivu projektu na jednotlivé strategické dokumenty.

Projekt si kládł za cíl vytvoření návrhu takového nástroje, který by propojil komunikaci aktivních subjektů města (konkrétně město Brno, univerzity a jejich stávající a budoucí studenty). Toho bylo dosaženo vytvořením návrhu portálu určeného primárně pro studenty a projektem Brnoman, který má za cíl přilákat studenty na tento portál. Lze konstatovat, že tento cíl byl naplněn. Portál bude místem, kde lze získat veškeré informace o aktuálním dění, o možnostech studia a fakticky o všem, co bude studenty zajímat. Web je nejen komunikačním a informačním kanálem, ale také prostředkem seberealizace a prezentace inovativních nápadů. V případě realizace projektu dojde k naplňování jednotlivých cílů města a univerzit. **StudujBrno.cz** tak v konečném důsledku napomůže naplnit globální cíl Strategie pro Brno – Brno se stane lepším.

## Zdroje

### *Použité zdroje*

- [1] IBM. *Chytřejší města jako evropské téma*[online]. Praha, 2010. Dostupné z: [http://www-05.ibm.com/cz/public/pdf/Chytrejsi\\_mesta\\_jako\\_evropske\\_tema.pdf](http://www-05.ibm.com/cz/public/pdf/Chytrejsi_mesta_jako_evropske_tema.pdf)
- [2] SMART CITIES. Iniciativa Evropské Komise: Inteligentní města a obce snižující produkce CO2. BEURDEN, Heidy[online]. *Smart Cities*. 2013. Dostupné z: <http://www.scmagazine.cz/article/view/5>
- [3] EUROPEAN COMMISSION. *European Innovation Partnership on Smart Cities and Communities: Strategic Implementation Plan*[online]. 2013. Dostupné z: [http://ec.europa.eu/eip/smartcities/files/sip\\_final\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/eip/smartcities/files/sip_final_en.pdf)
- [4] SMART CITIES. I amsterdam – *Ukázkový příklad proměny města pramenící z dlouhodobé práce odborných týmů*[online]. *Smart Cities*. 2013. Dostupné z: <http://www.scmagazine.cz/article/view/16>
- [5] SMART CITIES. *Helsinki – Etalon přístupu k otevřeným datům*. MAJANIEMI, Sami[online]. *Smart Cities*. 2014. Dostupné z: <http://www.scmagazine.cz/article/view/43>
- [6] EUROPA.EU. *Barcelona is "iCapital" of Europe*[online]. 2014. Dostupné z: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-14-239\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-239_en.htm)
- [7] SMART CITIES. *Barcelona je icapital Evropy*. BRUSEL, Evropská unie[online]. *Smart Cities*. 2014. Dostupné z: <http://www.scmagazine.cz/article/view/67#>
- [8] SMART CITIES. *SMART CITY - vize, koncept i značka*[online]. *Smart Cities*. 2013. Dostupné z: <http://www.scmagazine.cz/article/view/2>
- [9] BRNO.CZ. *Strategie a koncepce rozvoje univerzitního školství v Brně*[online]. 2014, str. 7. Dostupné z: [https://www.brno.cz/fileadmin/user\\_upload/sprava\\_mesta/magistrat\\_mesta\\_brna/KSM/Brozura\\_-\\_Strategie\\_a\\_koncepce\\_rozvoje\\_univerzitniho\\_skolstvi\\_v\\_Brne.pdf](https://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/magistrat_mesta_brna/KSM/Brozura_-_Strategie_a_koncepce_rozvoje_univerzitniho_skolstvi_v_Brne.pdf)
- [10] iREGIONY. *Vysokoškolských studentů ubývá. Pozvedne to výuku, věří stát* [online]. 2014. Dostupné z: <http://regiony.impuls.cz/jihomoravsky-kraj/vysokoskolskych-studentu-ubyva-pozvedne-to-vyuku-veri-stat-20140411-6hyj-3h2x.html>
- [11] BRNO.CZ. *Strategie pro Brno* [online]. 2014, str. 11, 12, 22, 32, 66, 101. Dostupné z: [https://www.brno.cz/fileadmin/user\\_upload/sprava\\_mesta/Strategie\\_pro\\_Brno/dokumenty/Strategie\\_pro\\_Brno\\_-\\_aktualizace\\_2012.pdf](https://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/Strategie_pro_Brno/dokumenty/Strategie_pro_Brno_-_aktualizace_2012.pdf)

- [12] MASARYKOVA UNIVERZITA. *Základy práva vysokých škol. Veřejná vysoká škola a její orgány* [online]. 2014. Dostupné z: [http://is.muni.cz/do/rect/el/estud/praf/ps13/pravo\\_vs/web/05.html](http://is.muni.cz/do/rect/el/estud/praf/ps13/pravo_vs/web/05.html)
- [13] BRNO.CZ. *Rozvojové dokumenty strategie pro Brno* [online]. 2014, str. 3, 21, 32. Dostupné z: [https://www.brno.cz/fileadmin/user\\_upload/sprava\\_mesta/magistrat\\_mesta\\_brna/KSM/Brozura\\_-\\_Strategie\\_a\\_koncepce\\_rozvoje\\_univerzitniho\\_skolstvi\\_v\\_Brne.pdf](https://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/magistrat_mesta_brna/KSM/Brozura_-_Strategie_a_koncepce_rozvoje_univerzitniho_skolstvi_v_Brne.pdf)
- [14] KSM BRNO. *Strategie a koncepce rozvoje univerzitního školství v Brně* (souhrnná analytická zpráva, s. 18), Kancelář strategie města Brna
- [15] MŠMT. *Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy České republiky na období 2011 – 2015* [online]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/skolstvi-v-cr/dlouhodoby-zamer-vzdelavani-a-rozvoje-vzdelavaci-soustavy-1?highlightWords=dlouhodob%C3%BD+z%C3%A1m%C4%9Br>
- [16] MU. *Masarykova univerzita: Dlouhodobý záměr 2011 – 2015* [online]. Dostupné z: <http://strategie.rect.muni.cz/cs/strategie-planovani/dz-mu-2011-2015>
- [17] VUT. *Dlouhodobý záměr vzdělávací a vědecké, výzkumné, vývojové a inovační, umělecké a další tvůrčí činnosti Vysokého učení technického v Brně na období 2011 – 2015* [online]. Dostupné z: <https://www.vutbr.cz/uredni-deska/dlouhodoby-zamer>
- [18] MENDELOVA UNIVERZITA. *Dlouhodobý záměr vzdělávací a vědecké, výzkumné, vývojové a inovační, umělecké a další tvůrčí činnosti Mendelovy univerzity v Brně pro období 2011 – 2015* [online]. Dostupné z: [http://www.mendelu.cz/cz/uredni\\_deska/dlouhodoby\\_zameruredni\\_deska/dlouhodoby\\_zamer](http://www.mendelu.cz/cz/uredni_deska/dlouhodoby_zameruredni_deska/dlouhodoby_zamer)
- [19] VFU. *Dlouhodobý záměr vzdělávací a vědecké, výzkumné, vývojové a inovační a další tvůrčí činnosti Veterinární a farmaceutické univerzity Brno na období 2011 až 2015* [online]. Dostupné z: <http://www.vfu.cz/uredni-deska/dlouhodoby-zamer-2011-2015>
- [20] GOTOBRNO.CZ. Mobilní aplikace. *GOtoBRNO* [online]. Dostupné z: <http://www.gotobrnno.cz/mobilni-aplikace/t536>
- [21] GOOUT.CZ [online]. Dostupné z: <http://goout.cz/cs/o-nas/>
- [22] FACEBOOK.CZ [online]. Dostupné z: <http://www.facebook.com/gooutcz>
- [23] CNEWS.CZ. *Facebook rekordně vydělal a má už 1,23 miliardy uživatelů* [online]. 2014. Dostupné z: <http://www.cnews.cz/facebook-rekordne-vydelal-ma-uz-123-miliardy-uzivatelu>
- [24] FOURSQUARE.COM [online]. Dostupné z: <http://foursquare.com/about>

- [25] WWWBRNO.CZ [online]. Dostupné z: <http://wwwbrno.cz/onas/>
- [26] CENTRUMBRNA.CZ[online]. Dostupné z: <http://info.centrumbrna.cz/centrum-brna/kdo-jsme>
- [27] CZSO. *Obyvatelstvo v obcích jihomoravského kraje* [online]. 2014. Dostupné z:  
[https://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/obyvatelstvo\\_v\\_obcich\\_jihomoravskeho\\_kraje\\_v\\_roce\\_2013](https://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/obyvatelstvo_v_obcich_jihomoravskeho_kraje_v_roce_2013)
- [28] SMO ČR. *Předpokládané daňové výnosy obce v roce 2014* [online]. 2014. Dostupné z:  
<http://www.smocr.cz/kalkulacka-rud/>

## Seznam obrázků, tabulek a grafů

<b>Obrázek 2:</b> Grafické znázornění pojetí SMART CITY dle IMB.....	15
<b>Obrázek 3:</b> Prioritní oblasti dle Evropské komise .....	16
<b>Obrázek 4:</b> Čtyři hlavní složky města Brna .....	20
<b>Obrázek 5:</b> Názorné zobrazení ikon jednotlivých spolků .....	51
<b>Tabulka 1:</b> Rozpočet projektu <b>StudujBrno.cz</b> pro období let 2015 - 2020 .....	63
<b>Tabulka 2:</b> Analýza strategie pro Brno .....	66
<b>Tabulka 3:</b> Strategie a koncepce rozvoje univerzitního školství v Brně.....	70
<b>Graf 1:</b> Vývoj počtu studentů na vybraných VŠ mezi lety 2000 - 2013 .....	21
<b>Graf 2:</b> Vývoj počtu studentů na vybraných VŠ mezi lety 2011 – 2014.....	22
<b>Graf 3:</b> Zastoupení studentů v Brně dle bydliště.....	23
<b>Graf 4:</b> Spokojenost studentů se službami .....	27

## **Seznam zkratek**

*AIESEC* - Association Internationale des Étudiants en Sciences Économiques et Commerciales

DZ - Dlouhodobý záměr

FF - Filozofická fakulta

IASTE - The International Association for the Exchange of Students for Technical Experience

IBM - International Business Machines

ICT - Information and communication technology

IČ - Identifikační číslo

IDS - Integrovaný dopravní systém

JMK - Jihomoravský kraj

KSM - Kancelář strategie města

MHD - Městská hromadná doprava

MŠMT - Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

MU - Masarykova univerzita

PPC - Pay per click

QMU - Queer Masarykovy Univerzity

SEO - Search Engine Optimization

SWOT - Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

UÚ - Unikátní účet

VFU - Veterinární a farmaceutická univerzita

VŠ - Vysoká škola

VUT - Vysoké učení technické





Expertní analýza je výstupem projektu OP VK s názvem:

**„Partnerství subjektů meziuniverzitní studentské sítě“**

**CZ.1.07/2.4.00/31.0157**

Hlavní řešitel projektu:

**Masarykova univerzita**

Partneři projektu:

**Krajská hospodářská komora jižní Moravy  
Mendelova univerzita v Brně  
Statutární město Brno  
Vysoké učení technické v Brně**

Brno 2014

Text nebyl podroben jazykové korektuře.

**myniss**  
Meziuniverzitní studentská soutěž

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a Státním rozpočtem České republiky.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ