Strony internetowe: szkoły powinny odrobić lekcje, jak budować swoje www

**Pandemia koronawirusa trochę obnażyła sektor edukacyjny. Obecna sytuacja pokazuje, jak wiele tracą szkoły - zarówno publiczne jak i prywatne - bez nowoczesnej witryny i umiejętności organizacji pracy online. Czym powinna charakteryzować się funkcjonalna strona dla szkoły, aby określenie "e-nauka" nie było w niej tylko pustym hasłem?**

Pisząc o szkołach, mamy na myśli nie tylko podstawówki, gimnazja czy uczelnie wyższe. Branża edukacyjna to przecież także sektor prywatny ze szkołami językowymi, placówkami dla dorosłych i rozmaitymi ośrodkami kształcenia. Oczywiście, te drugie nastawione są na zysk, dlatego ich strony muszą przede wszystkim konwertować, ale mimo to i tak jest wiele obszarów, które łączą podwórko publiczne z prywatnym.

Warto przypomnieć, czym charakteryzują się nowoczesne strony dla szkół, bo kiedy wirus odpuści i placówki wrócą do normalnej pracy, część z nich powinna zrobić audyt witryn i systemów, z których korzystają (a raczej z których nie korzystają). Jak pokazują bowiem doniesienia medialne, wiele szkół było nieprzygotowanych do pracy online. Efektem tego były problemy z organizacją e-lekcji w szkołach publicznych i spadek liczby klientów w niektórych prywatnych. Nie wspominając już o ogólnym zamieszaniu w organizacji pracy.

**Elementy nowoczesnej strony szkoły**

- *Na wyższym poziomie projektowym na pewno znajdują się szkoły prywatne. Powód jest oczywisty: taka placówka musi przyciągać uczniów/klientów i zarabiać. Strony są więc często wyposażone w określone narzędzia wspierające pozyskiwanie leadów i naukę online* - mówi Łukasz Dudko, założyciel agencji interaktywnej Bloomnet.

Witryny zwykłych szkół pełnią naturalnie inną rolę, dlatego często są na niższym poziomie. Chociaż to nie znaczy, że się nie rozwijają. Strony szkół publicznych są coraz lepsze pod względem dostosowania do urządzeń mobilnych, designu czy UX/UI (user experience i user interface). Jednak jeśli chodzi o nowsze rozwiązania, wiele jest jeszcze do zrobienia. Wciąż nie brakuje nawet szkół z nieco archaicznymi stronami, gdzie jedynym elementem wpisującym się w "e-naukę" jest e-dziennik (który zresztą jest już powszechny).

Szkoła każdego typu może jednak czerpać z najnowszych rozwiązań. Wszystko zależy tylko od pomysłu na ich wykorzystanie. Oto najważniejsze elementy, z których branża edukacyjna może wybrać coś dla siebie:

**E-learning** - w ostatnich pandemicznych tygodniach ten skrót, określający naukę online, odmieniany był przez wszystkie przypadki. Naturalnymi korzyściami e-learningów są niższe koszty (nie trzeba wynajmować sali, drukować materiałów itd.), możliwość prowadzenia zajęć dla szerszej grupy uczniów oraz różnorodny tryb prowadzenia lekcji. W tym ostatnim chodzi o e-learning synchroniczny i asynchroniczny: pierwszy zakłada wspólne lekcje organizowane o określonej porze, drugie naukę we własnym tempie. Do tego dochodzi mnogość opcji takich jak testy, współdzielenie ekranu, prezentacje, czaty, wideo czy nagrywanie e-lekcji.

Rynek LMS (Learning Management System) oferujący rozwiązania do zarządzania szkoleniami, jest szeroki. Szkoły mogą integrować swoje strony zarówno z typowymi platformami e-learningowymi (takimi jak np. Moodle, Ideo czy Multikurs) lub narzędziami do wideokonferencji (np. GoToMeeting, Clickmeeting czy Zoom).

E-learningi, które w szkołach prywatnych powoli stają się standardem, w publicznych w dalszym ciągu są jeszcze w fazie rozwoju. Co teraz odbija się czkawką. Czy więc coraz bardziej zbliża się moment, kiedy e-learning będzie tam czymś więcej, niż tylko uzupełnieniem tradycyjnego nauczania i rozwiązaniem dla uczniów z dysfunkcjami?

**Zapisy online** - jeden z kluczowych elementów na stronach prywatnych szkół, ale pełni on też ważną rolę w tych publicznych (np. przy elektronicznej rekrutacji). Warto pamiętać, że tego typu formularze muszą być jednak maksymalnie uproszczone. Uczniowie muszą zapisać się na zajęcia dosłownie w kilku szybkich krokach. Struktura zakładki musi być dobrze przemyślana, bo w przypadku np. kursów językowych ma się do wyboru kilka, a czasami nawet kilkanaście poziomów trudności. Dużo o skuteczności zapisów online powiedzą testy użyteczności, o których warto pamiętać. Dzięki temu dowiemy się, czy sekcja jest wystarczająco prosta w obsłudze.

**Testy poziomujące** - stosowane są zarówno w typowych szkołach językowych, jak i na stronach szkół średnich i uczelni wyższych, które na tej podstawie mogą tworzyć grupy lektorskie. Samo stworzenie takiego modułu to jednak nie wszystko. Testy muszą być zaprojektowane w taki sposób, aby z jednej strony rzetelnie oceniały poziom językowy, ale z drugiej nie zasypywały ucznia setką pytań, bo to go zniechęci.

**Strefa ucznia/słuchacza** - coraz częściej spotykany moduł, który porządkuje kontent na stronie. Tego typu sekcja wykorzystywana bywa na różne sposoby. Czasami pełni rolę magazynu z ważnymi treściami (materiały pomocnicze, harmonogramy zjazdów, dyżury nauczycieli itp.), innym razem jest panelem przenoszącym ucznia do zewnętrznego narzędzia, z którego korzysta placówka.

**Odpowiednio dobrany CMS** - strona internetowa to często najważniejszy kanał informacji dla uczniów i rodziców, dlatego wiadomości muszą być tam publikowane na bieżąco. Placówka powinna więc dysponować funkcjonalnym CMS-em. Co ważne, nie jesteśmy tutaj skazani wyłącznie na WordPressa i kilka innych najpopularniejszych systemów zarządzania treścią. Na rynku funkcjonują też firmy zapewniające autorskie CMS-y skrojone m.in. pod branżę edukacyjną. Niektóre z nich, oprócz możliwości publikowania treści, pozwalają też chociażby na logowanie się bezpośrednio do e-dziennika czy szybką komunikację z uczniami/klientami.

Mówiąc o funkcjonalności systemu zarządzania treścią, mamy jednak na myśli nie tylko jego określone opcje. Ważny jest też jak najprostszy interfejs, ponieważ witrynami w wielu szkołach opiekują się nie tylko informatycy, ale też nauczyciele. Należy więc wybrać taki CMS, który obsłużą osoby z bardzo podstawową wiedzą informatyczną.

**Elementy interaktywne** - strony szkół (podobnie zresztą jak wielu innych branż) nie powinny przedstawiać swoich treści wyłącznie w formie tekstowej. Zdjęcia, grafiki, infografiki, wideo, podcasty, czasami nawet gry edukacyjne - to wszystko buduje wizerunek szkoły aktywnej i twórczej.

**Wybór metod płatności** - tutaj piszemy oczywiście w kontekście szkół komercyjnych. Oprócz wpłaty tradycyjnym przelewem lub przekazem pocztowym, warto zintegrować stronę z innymi metodami płatności. Na witrynie można zamieścić przekierowania umożliwiające dokonanie przelewów np. poprzez karty kredytowe/debetowe, PayPal czy inne portfele elektroniczne (na rynku można spotkać coraz więcej szkół akceptujących chociażby takie opcje jak Skrill czy Google Pay).

Wydaje się, że to najważniejsze elementy szkolnej strony zbudowanej na miarę e-czasów. Chociaż oczywiście nie można przy tym zapominać też o tak oczywistych kwestiach jak atrakcyjny projekt graficzny, skomunikowanie witryny z mediami społecznościowymi oraz responsywność (pamiętajmy, część uczniów i rodziców dysponuje dostępem do internetu tylko przez telefon).

**Strona szkoły jak centrum zarządzania**

Nowoczesna strona pozwala jednak nie tylko sprawniej kształcić, ale też efektywniej zarządzać szkołą pod kątem typowo organizacyjnym. Takie placówki to jak wiadomo dziesiątki arkuszy kalkulacyjnych, e-dzienniki, kalendarze, raporty i czasami każdy z tych obszarów obsługiwany jest przez inny program.

O ile małe szkoły są jeszcze w stanie poradzić sobie z zarządzaniem, tak większe placówki coraz częściej potrzebują wsparcia zewnętrznych, zintegrowanych platform.

- *Czas pandemii pokazuje, jak wielkie znaczenie zaczyna odgrywać zdalne zarządzanie i jak ważny jest dostęp do sekretariatu z każdego miejsca i o każdej porze. Chodzi o koordynację wszystkich procesów zachodzących w szkole: od zapisów online, testów poziomujących i automatycznego przydzielania do grup, przez tworzenie i zarządzanie planem zajęć, podpisywanie umów online, aż po kontrolę płatności i listę dłużników. Przy szkołach, które mają kilkuset kursantów istotne jest, żeby te procesy były zautomatyzowane, a dokumentacja łatwo dostępna dla wszystkich pracowników administracji. Ułatwia to proces komunikacji i przekazywania danych pomiędzy właścicielem, administracją, lektorami i kursantami. A to właśnie brak odpowiedniej komunikacji jest najczęstszą przyczyną problemów z jakimi zmagają się prywatne szkoły* *-* komentuje Patryk Chmielewski, prezes firmy Primeon, do której należy Platforma do zarządzania szkołami językowymi LangLion (korzystają z niej placówki już w 20 krajach). Narzędzie umożliwia też nauczanie online i jest zintegrowane z zewnętrznymi dostawcami takimi jak Zoom czy ClickMeeting.

Przykładów platform, które można połączyć ze stroną szkoły, jest oczywiście więcej. Takie narzędzie ma w swoim portfolio chociażby Asseco - chodzi o Platformę Zarządzania Oświatą skierowaną właśnie do placówek oświatowych. Tworzą ją aplikacje obsługujące m.in.: rekrutację na różnych poziomach szkół (nawet przedszkolną), e-dzienniki, zarządzanie informacją o uczniu, analizę frekwencji, naliczanie i wypłacanie stypendiów, inwentaryzację sprzętu, a nawet wystawianie świadectw i legitymacji.

**Strona dla szkoły to dziś edukacyjny kombajn**

Jak widać, strony internetowe dla szkół w ostatnich latach mocno się zmieniły.

Kiedyś były to najczęściej wizytówki z podstawowymi informacjami, teraz coraz częściej to rozbudowane witryny umożliwiające nie tylko kształcenie online. Strony stały się w pewnym sensie przedłużeniem sekretariatów, biorąc na siebie część procesów. Można spotkać się ze szkołami inwestującymi w strony, które uzbrojone w różne systemy pozwalają w jednym miejscu zarządzać całą "papierkową" robotą.

Co za tym idzie, w wielu przypadkach zmienił się też model administrowania. Kiedy szkolne witryny pełniły tylko rolę tablic informacyjnych, do ich obsługi z reguły nie potrzeba było zewnętrznej pomocy. Stronę raz na jakiś czas mógł przecież uzupełnić informatyk. Obecnie jednak przybywa szkół, które mają za sobą już kompleksowe wsparcie techniczne.

*- Software house odpowiada wówczas nie tylko za aktualizację treści, ale przede wszystkim za optymalizację oprogramowania, konfigurację określonych narzędzi analitycznych oraz kwestie bezpieczeństwa. Ktoś przecież musi reagować na awarie, które przy bardziej rozbudowanych systemach zawsze są możliwe* - dodaje Łukasz Dudko z agencji Bloomnet.