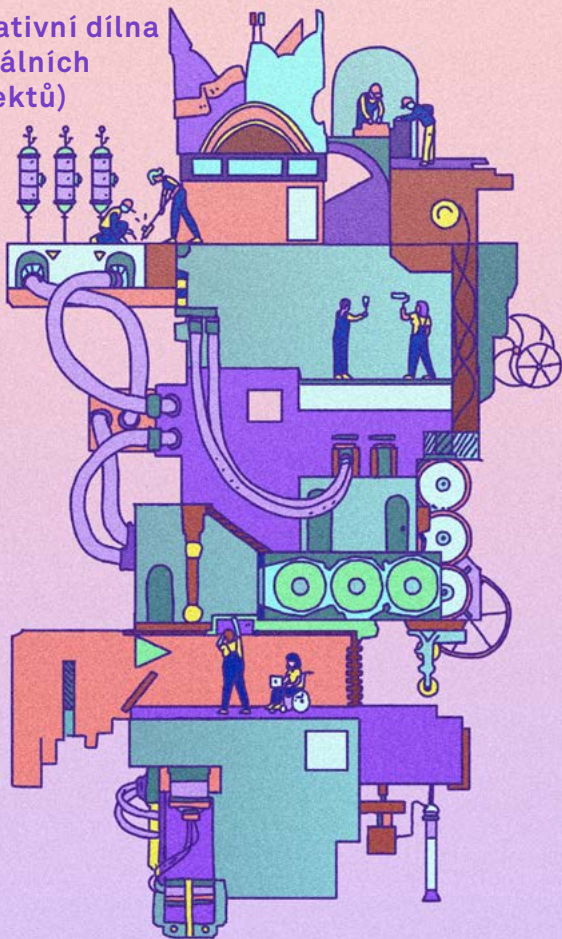


VPN  
(Kreativní dílna  
digitálních  
projektů)





**Vivier de Projets Numériques**



## **VPN (Kreativní dílna digitálních projektů)**

(1. vydání - únor 2023)

**Vedoucí publikace:** Christophe Gaydier

**Redakce:** Anne-Laure Michel and Yannis Pruvost

**Korektury:** Eglantine Braem, Katerina Moreira,  
Florian Sapey Triomphe, Maxime Verbesselt

**Koordinace:** Anne-Laure Michel

**Grafický design / Ilustrace:** Thomas Nicolas

*Text pod licencí cc-by-sa*

*Vytištěno na papíře PEFC xxxx / Digitální vydání*

*Financováno z programu Erasmus+*

## **4** Úvod:

- 4** Představení sítě VPN  
(z francouzského Vivier de Projets Numériques  
– Kreativní dílna digitálních projektů)

## **6** Část 1:

- 8** Vytváření digitálního projektu
- 18** Jak financovat svůj projekt
- 21** Prezentace různých digitálních profesí
- 27** Metody digitálních projektů
- 28** Životnost projektu po dodání
- 32** Hodnocení projektu

## **35** Část 2:


- 36** Úvod
- 37** Popularizace digitálních témat
- 40** Správa a kontrola záloh
- 42** IT zabezpečení projektu
- 46** Duševní vlastnictví zdrojového kódu a právní ochrana
- 48** Osvobodte svůj projekt!

# Představení sítě VPN

(z francouzského Vivier de Projets Numériques – Kreativní dílna digitálních projektů)

Cílem této příručky je pomoci při vytváření digitálních (on-line) nástrojů. Prostřednictvím webových stránek, hry nebo aplikace mohou mladí lidé prezentovat svou práci, zjednodušit management své organizace/sdružení anebo zvětšit okruh možných příjemců.

////////////////////// Digitální technologie a zejména internet se staly základním prostorem pro mnoho způsobů využití aktivními mladými lidmi: komunikace, zviditelnění, ukládání informací, společná práce, řízení, sdílení znalostí, hry atd. V rámci projektu VPN - Vivier de projets numériques (Kreativní dílna digitálních projektů) vyvíjejí AnimaFac, AMJ, EPMA a HelloAsso různé zdroje, které mají pomoci mládežnickým organizacím a vůbec všem zainteresovaným mladým lidem převzít kontrolu nad novými způsoby využití digitálních technologií, které jsou užitečné a používané v jejich projektech.

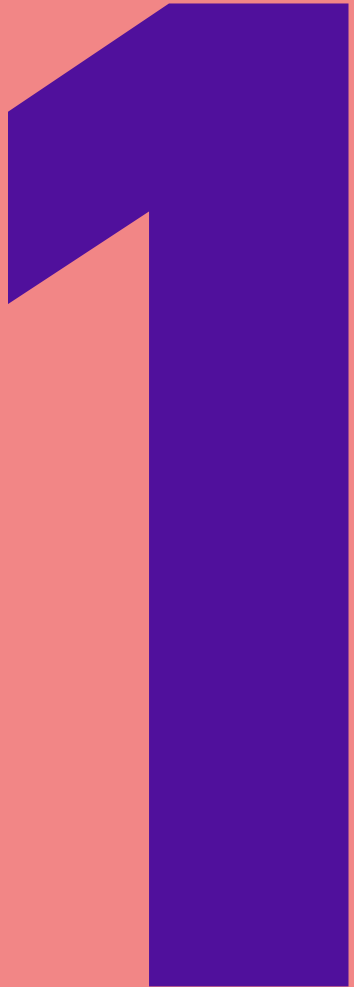


Výukové programy dostupné na adrese [vpn.animafac.net/tutorials](http://vpn.animafac.net/tutorials) ukazují, jak vytvořit vlastní digitální (on-line) projekt. Tato příručka je doplňkem, který hovoří o všem, co se nedělá přímo v projektu. S digitálními projekty je to jako s každým jiným projektem, vyžadují přípravu, výzkum, konzultace s budoucími příjemci a samozřejmě tým, který vše zrealizuje...

**Nezáleží na tom, jestli jste členy v nějaké organizaci/sdružení zabývající se digitálními záležitostmi, nebo jste jen mladí lidé, kteří chtějí rozvíjet digitální projekty. Tato příručka vám má pomoci vytvořit systém řízení digitálních projektů přizpůsobený kontextu kolektivů, sdružení a aktivních, angažovaných jednotlivců.**

V první části vás krok za krokem provedeme pochopením a integrací všeho, co budete potřebovat k nastavení projektu. Uvidíte projekt od počátku až po jeho uvedení do provozu a pomůžeme vám i předvídat jeho následné fáze. Ve druhé části pak půjdeme dál a budeme se zabývat technickými body, které jsou o něco přesnější, abyste otevřeli možnosti svých projektů, ale také například předvíдали počítačovou bezpečnost nebo pochopili, jak lidem ve vašem okolí vysvětlit princip vašeho projektu. ■





# Vytváření digitálního projektu

## Vycházení z potřeb příjemců: designové přemýšlení o digitálním projektu

Mít digitální projekt je dobré, ale mít projekt, který skutečně odpovídá potřebám lidí, na které se zaměřujete, je ještě lepší! Je škoda mít webové stránky nebo aplikaci, které nikdo nepoužívá... Proto byste od samého začátku projektu měli přemýšlet ne o tom, co chcete vy, ale o tom, co potřebují lidé, kteří budou váš projekt používat. U malých projektů může stačit neformální průzkum, ale pokud chcete jít dál a skutečně uspokojit potřebu související s vaší činností (prodej, diskuse, zpřístupnění informací atd.), můžete použít designové myšlení: jedná se o metodiku z oblasti marketingu, která vám umožní pomocí řady určitých kroků a technik zjistit výsledek projektu, který skutečně odpovídá potřebám budoucích uživatelů.

---

Metoda se skládá z pěti kroků:

### Empatie:

Jejím cílem je klást uživatelům otázky, vžít se do jejich situace pomocí různých technik, jako je tzv. persona (srov. vytvořte si webové stránky), ale také pomocí průzkumů.

### Definice:

TCílem této fáze je na základě analýzy výsledů předchozí fáze určit prvky, na kterých je třeba pracovat, aby byl projekt užitečný. Identifikujeme tedy problémy, které se snažíme vyřešit, situace





situace kdy se produkt bude používat, přání potencionálních uživatelů a hlavní překážky. Výchozím bodem jsou potřeby uživatelů, nikoliv přání týmu. Počítejte s tím, že může být potřeba svolávat pravidelné schůzky a/nebo vytvořit pracovní skupinu v průběhu trvání projektu.

## Nápady:

Tento krok lze rozdělit do několika dílčích kroků, které stimulují tvůrčí proces, a to v malých i velkých skupinách, ve kterých mohou ale i nemusí být přítomni potenciální uživatelé:

- **Prolomení ledů, navázání vztahů** - různí lidé musí pracovat jako tým.
- **Brainstorming**, při kterém se shromáždí co nejvíce nápadů a prozkoumají se všechny možnosti, i ty nejnepravděpodobnější.
- **Třídění nápadů** pro vytvoření užšího výběru (2 nebo 3)
- **Prohlubte tyto 2-3 vybrané nápady** a v případě potřeby se vraťte do fáze brainstormingu.

## Prototyp:

Prototyp je velmi důležitým krokem, protože uživatelé si na něm mohou něco vyzkoušet. Jde o to, abyste použili všechny nástroje, které máte k dispozici (hraní rolí, karton, kresby, lístečky, modelínu, no-code atd.), a vytvořili tak velmi zjednodušený prototyp svého nápadu. V případě digitálního projektu to mohou být makety, tabule s příběhem (storyboard), poznámky na lístečky k simulaci rozhraní...

## Testování:

Zde lidé, kteří budou finální produkt používat, po dokončení projektu otestují váš první prototyp a poskytnou první zpětnou vazbu. Tato zpětná vazba vám umožní znovu zahájit proces vylepšování prototypu, dokud výsledek nebude přesně takový, jaký uživatelé potřebují.

**Jakmile jste našli správný nápad, je třeba mu dát formu takzvané «specifikace». Tato fáze je dostatečně obecná, aby se hodila pro všechny digitální projekty, ale můžete se podívat na různé výukové programy vytvořené pro jednotlivé typy projektů, které poskytují podrobnější informace o tomto kroku.** ■

# Sestavte si své «specifikace»

//////////////////// Specifikace jsou dokumentem, který stanoví očekávání a všechny nezbytné prvky projektu, ať už digitálního, nebo jiného. Je určena především poskytovatelům služeb, ale může poskytnout dobrou představu o projektu i ostatním lidem ve vaší organizaci, a dokonce i poskytovatelům finančních prostředků. Může mít několik různých podob a často se během rozhovorů s poskytovateli služeb zcela přepracovává na základě toho, co od nich zjistíte.

Nabízíme vám standardní formulář, který si můžete upravit podle svých potřeb:

## 1. Představení projektu

Tato část je velmi důležitá, protože díky ní získají lidé představu o vašich cílech a o tom, co vlastně chcete dělat. Zde je cílem, aby shrnutí bylo co nejstručnější a nejjednoznačnější. Neváhejte jej dát přečíst i lidem, kteří nejsou zvyklí na digitální technologie, abyste zjistili, co si o tom myslí.

## 2. Představení týmu a ostatních účastníků

Zosobněte svůj projekt, uveďte jména osob a jejich funkce, ale především se zmiňte o tom, kdo bude potvrzovat kterou část projektu, a o částech, které budou možná časově náročnější.

## 3. Technické souvislosti (starší verze, omezení)

V této části je třeba podrobně popsat všechna technická omezení související s projektem. Na jakých nosičích bude projekt prohlížen a konzultován, zda existuje stará verze projektu, další prvky, které je třeba obnovit, plánovaná archivace...

## 4. Vývoj projektu (popisy funkcí)

Tuto část můžete uspořádat různými způsoby, ale nejjednodušší je založit ji na různých typech uživatelů a pak rozvíjet to, co dělají, když projekt používají: co vidí, co potřebují najít, co dělají atd. Čím více bude tato část rozpracována, tím snadněji se budou moci poskytovatelé služeb zjistiť svojí pozici. Dávejte si však pozor, abyste této fázi nevěnovali příliš mnoho času, tento popis je jakýsi ideál, ale poskytovatelé mají často velmi dobré nápady a znalosti toho, co již existuje.

Neváhejte uvést příklady inspirace, projekty, které fungují tak, jak by měl fungovat ten váš.

## 5. Grafické zobrazení

V této části určíte barvy, které chcete použít, logo, písmo, zkratka vše, co tvoří identitu vašeho projektu. Pokud žádnou takovou vizi nemáte, měli byste uvést své inspirace, vyjádřit co chcete ukázat a jak se má cítit uživatel.

## 6. Body na které je potřeba zaměřit pozornost

Toto jsou obzvláště důležité body vašeho projektu: přístupnost, ekologická a ekonomická koncepce, soulad s konkrétními omezeními atd. Nezapomeňte uvést, kdo bude mít na starosti jeho správu, a také požádat o technickou dokumentaci a dokumentaci pro uživatele (později se podíváme, jak ji vypracovat). V opačném případě to budete muset dělat vy (což může také snížit náklady).

## 7. Harmonogram a rozpočet

Ideální časový plán projektu dá poskytovatelům představu o vašem harmonogramu. Pokud je to možné, stanovte takové milníky, které vám umožní dodat část projektu pro jeho testování. Pozor, digitální projekty mají často zpoždění. Je dobré s tím počítat a ponechat při stanovení harmonogramu mezi jednotlivými fázemi minimálně dvoutýdenní odstup.

Stanovení rozpočtu ušetří všem čas, protože vám poskytovatelé služeb budou moci rovnou říci, zda je projekt možný, či nikoli. O tom, jak stanovit rozpočet, si povíme později.

Můžete přidávat tzv. obrazovky nebo makety, tj. snímky existujících obrazovek nebo více či méně pokročilé diagramy, vizualizace - modely toho, co si představujete. ■



Nejprve se vraťte ke svým «specifikacím» se seznamem funkcí podle typu uživatele (který jste mohli definovat výše díky technice «persona»). Pokud projekt rozdělíte na dostatečně malé části, budou pak sloužit jako základ pro vaše testování. Pokud například chcete, aby lidé mohli digitálně (on-line) nakupovat produkty, funkce k rozdělení jsou:

- Nabídka produktu (popis, obrázek, cena)
- Vytvoření nákupního košíku
- Placení
- Informace o doručení

Později lze přidat další věci, jako je management zásob, upozorňování na jednotlivé kroky, sledování objednávek atd., ale již u tak jednoduché činnosti jako je nákup produktu, je vidět, že je potřeba více funkcí.

Toto cvičení je užitečné zejména při tvorbě vlastního projektu, umožňuje vám také stanovit si malé dílčí cíle, kterých lze dosáhnout relativně rychle. Pokud spolupracujete s poskytovatelem služeb, provede přesné rozdělení on, ale neváhejte si projekt předem rozdělit na 3 nebo 4 různé části, abyste s ním mohli prodiskutovat termíny a stanovit milníky, které vám umožní postupovat efektivněji. ■

# Řízení rizik

Řízení rizik u digitálního projektu je zcela odlišné od řízení rizik například při pořádání akce, ale není o nic méně důležité. Přemýšlení o všech problémech, které by mohly nastat, a snaha mít připravené řešení často zajistí, že k těmto problémům vůbec nedojde. Navíc to přispívá ke klidu celého týmu i obchodních partnerů.

K efektivnímu řízení rizik můžete použít jeden, dva nebo více nástrojů, které vám představíme.

## Tabulka silných a slabých stránek (metodika SWOT)


	Pozitivní	Negativní
Interní	<b>Silné stránky:</b> např. dobrý grafik, zkušenosti s projekty	<b>Slabé stránky:</b> dlouhá doba ověřování
Externí	<b>Příležitosti:</b> výzva k předložení projektu	<b>Hrozby:</b> změna technologie

Tato tabulka se vyplňuje soupisem pozitivních a negativních organizačních prvků projektu. Tabulka by měla být co nejvíc podrobná, aby bylo možné předvídat co největší množství rizik a později najít řešení.



## Tabulka hodnocení rizik

Tato další technika byla původně používaná v průmyslu a jejím cílem je kvantifikovat rizika, aby bylo možné najít řešení. Každý prvek je klasifikován podle míry dopadu a míry pravděpodobnosti. Následující tabulka slouží jen jako příklad, ale můžete ji upravit například na stupnici 5 místo 3, v závislosti na vašich potřebách. První číslo představuje pravděpodobnost a druhé dopad. Problém s hodnotou 2,1 tedy bude mít střední pravděpodobnost výskytu a nízký dopad, takže nevyžaduje mnoho času.

	Nízký/velmi nízký dopad (1)	Střední dopad (2)	Silný/velmi silný dopad (3)
Vysoká/velmi vysoká pravděpodobnost (3)	3.1	3.2	3.3
Průměrná pravděpodobnost (2)	2.1	2.2	2.3
Nízká/velmi nízká pravděpodobnost (1)	1.1	1.2	1.3

Když správně definujete stupnici, můžete pomocí této tabulky podrobně popsat rizika a přiřadit k nim opatření k jejich minimalizaci!

Pracovní skupina	Zúčastněné osoby	Riziko	Pravděpodobnost	Dopad	Opatření k minimalizaci rizika
Com	vývojář + com tým + projektový manažer	nedorozumění	2	zpoždění a zhoršující se výsledky	2 příprava «specifikací»
	com team	demotivace	2	zpomalení tempa, členové týmu nevidí v projektu smysl	1 rozvoj a neustálé vylepšování

# Jak financovat svůj projekt

## Co potřebujete?

Váš digitální projekt potřebuje k realizaci finanční prostředky. Prvním krokem je zjistit, jaké jsou vaše skutečné potřeby:

- **materiál:** počítač, software atd.
- **dovednosti, lidské zdroje:** UX designér na volné noze (designér pro přístupnost) atd.
- **služby:** placené kampaně ve vyhledávání (nazývané také SEA) atd.

Jak už to tak bývá, vaše finanční prostředky jsou omezené, nebo alespoň chcete utratit co nejméně peněz. Musíte si tedy položit otázku, jak tohoto docílit: Je to skutečně financování, co potřebujete? K uspokojení materiálních potřeb, lidských zdrojů a služeb je přeci možné také využít sponzory:

- **finanční sponzoring** (poskytnutí financí), ale také...
- **sponzorství dovedností** (když dobrovolníci poskytnou odborné nebo osobní znalosti),
- **věcný sponzoring** (darování zboží nebo služeb).

Pokud to, co potřebujete, je finanční sponzoring nebo spíše financování v nejšířším slova smyslu, podívejte se na různé možnosti financování. ■



# Jaké financování vybrat?

Existuje mnoho způsobů financování, z nichž některé jsou inovativní a jiné jsou velmi tradiční. Zde jsou 2 hlavní skupiny:

## Financování z veřejných a soukromých struktur

Většina veřejných a soukromých subjektů, které chtějí financovat projekty, komunikuje prostřednictvím výzev k předkládání projektů. Konkrétně sdělují (často online, prostřednictvím konkrétního dokumentu), jaký typ projektu chtějí financovat, jaký je jeho cíl, termín realizace, kritéria atd. Zainteresované organizace pak mohou na výzvu k předkládání projektů (podle požadovaného rámce) reagovat návrhem, který pak prozkoumá poskytovatel finančních prostředků. Když je projekt vybrán, poskytovatel podpory může vyžadovat, aby byl o průběh projektu informován prostřednictvím různých zpráv.

Tato metoda je stále častější, protože nutí organizace, které o podporu žádají, aby se přizpůsobili cílům poskytovatelů podpory. Existují však i jiné způsoby financování: u veřejného sektoru mohou být řešením také dotace, zatímco soukromé subjekty častěji používají sponzoring, tj. financování výměnou za protihodnotu, např. propagaci/zviditelnění v komunikačních médiích. ■



## Financování od jednotlivců

K podpoře svého projektu můžete vyzvat i jednotlivce. Možností je několik:

- **Vklady nebo dary** (online, ale i offline),
- **specializované akce na podporu projektu** (prodej losů, nápojů atd., jejichž výtěžek bude věnován na financování projektu). Tato možnost je však omezena na maximálně 6 akcí na jednu organizaci/sdružení, pokud není pořádání tohoto typu akce ve stanovách sdružení. U neformálních skupin bude nutné předem určit, kdo peníze vybere a jak budou přerozděleny,
- **podílnické financování** (výběr financí doprovázený silnou komunikační kampaní na podporu vašeho projektu a zároveň jeho zviditelnění),
- **online reklama a další inovativní metody**, které vám umožní oslovit i daleké publikumt.

These methods have the advantage of allowing you to be creative and give you a greater right to make mistakes than with public and private funding. However, the ideal is to diversify your resources in order to be sure to reach your goal.

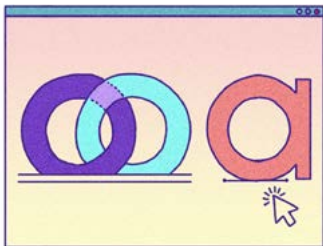


# Prezentace různých digitálních profesí

- ////////// V závislosti na typu projektu, který chcete vytvořit, budete k dosažení svých cílů potřebovat jeden nebo více konkrétních profilů. Pro nezasvěcené mohou různé digitální profese rychle působit mlhavě a snadno se v nich ztratíte. Pokusíme se objasnit kompetence jednotlivých profilů, abychom vás mohli nasměrovat k těm správným lidem podle potřeb vašeho projektu.

# Která pozice pro který cíl?

S nárůstem používání digitálních technologií se objevily různé specializace. Každá z nich reaguje na konkrétní potřeby, a umožňuje tak vypracovat digitální projekt v celé jeho šíři.



## Grafik pro vizuální ztvárnění projektu

Ať už se jedná o zavedení aplikace, webových stránek nebo softwaru, všichni uživatelé internetu budou přímo konfrontováni s vizuální stránkou vašeho projektu. Úkolem grafika je navrhovat nebo vytvářet vizuální prvky všeho druhu. Tento profil zahrnuje různé specializace (např. počítačový grafik nebo webdesignér) a může se postarat o takové vizuální ztvárnění vašeho projektu, které si přejete.

## Návrhář UX/UI pro přístupnost

Váš projekt může být pro příjemce více či méně intuitivní a snadno použitelný, záleží na tom, jaké jsou jeho cíle a ambice. Úkolem designéra UX / UI (User Experience / User Interface) je, aby vaše platforma byla pro konečné příjemce optimalizovaná a zlepšila jejich zkušenosti. Někteří grafičtí designéři mohou mít dovednosti v oblasti UX a mohou vám poradit již ve fázi návrhu projektu.





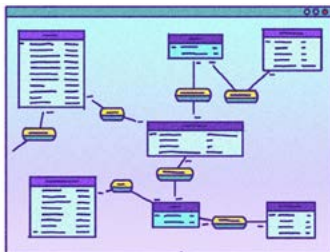
## Integrátor a front-end vývojář pro sestavení vašeho projektu

Po dokončení práce grafika by vám měly zůstat makety vašeho projektu. Jednotlivé prvky obsažené v maketě (texty, obrázky atd.) je nutné sestavit tak, aby byl váš projekt přístupný. Tyto dva profily – integrátor a front-end vývojář – splňují stejné obchodní potřeby, ale nejsou připojeny ke stejným větvím a ne vždy fungují stejným způsobem. Integrátor je více spjat s komunikačními profesemi a front-end developer s digitálním odvětvím.



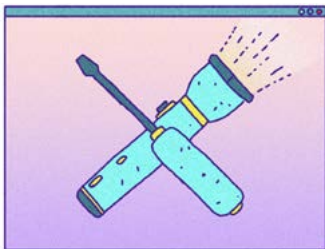
## Vývojář back-endu pro skrytou fázi vašeho projektu

Některé projekty vyžadují interakci s uživateli, správu dat a pokročilejší technické funkce, než je jednoduchá prezentační platforma. Zde přicházejí na řadu vývojáři back-endu. Ti jsou zodpovědní za funkční architekturu webu a zajišťují, aby byly požadované funkce přítomny ve finálním vykreslení.



## Datový vědec a datový inženýr pro data

Pokud váš digitální projekt zahrnuje správu dat, budete muset využít služeb dvou profilů: datových vědců, kteří analyzují data a řídí rozhodnutí organizace s cílem zlepšit nabízené služby, a datových inženýrů, kteří implementují nástroje umožňující datovým vědcům vykonávat jejich práci.



## Administrátor vašeho projektu

Jedná se o málo známou pozici, která je však v digitálním světě nezbytná. Jsou to lidé, kteří kontrolují, zda servery a hardware fungují, jak mají. Jejich úkolem je aktualizovat, opravovat, zálohovat a zlepšovat technickou infrastrukturu digitálního světa. Mají také velké slovo při zabezpečení dat a často se zabývají správou osobních údajů (GDPR).

Jedná se o poměrně technickou práci, kterou lze delegovat prostřednictvím platform, které samy hostují digitální projekty, nebo prostřednictvím správy zařízení, tj. poskytovatelů služeb, kteří všechny tyto technické operace provádějí za vás.



## Manažeři digitálních projektů a další zprostředkovatelé

Manažeři digitálních projektů a další zprostředkovatelé

O celkovou koordinaci projektu se tedy starají projektoví manažeři (mohou to být i vlastníci projektu). Zajišťují, aby byly funkce dobře přizpůsobeny potřebám všech zúčastněných stran, včetně koncových uživatelů.

Některé profese se specializují na realizaci digitálních projektů: vlastníci produktů jsou zodpovědní za koordinaci různých zúčastněných stran v projektu, zejména tím, že zajišťují, aby byly funkce dobře přizpůsobeny potřebám všech, včetně koncových uživatelů.



Kromě toho mohou ke zlepšení vašeho projektu přispět i různé marketingové triky a specializace. Pokud tedy chcete vylepšit odkazování na své nové webové stránky nebo obecněji jejich viditelnost na internetu, mohou vám pomoci práce související s digitálním marketingem. ■



# Na volné noze (freelancer) nebo ve vývojové agentuře?

//////////////////// Pokud nemáte vlastní zdroje pro digitální projekt, můžete si najmout externího pracovníka nebo agenturu.

Osoba na volné noze, neboli freelancer, je podle definice osobou samostatně výdělečně činnou. Může řídit několik projektů najednou a specializuje se na jednu oblast, často s některými souvisejícími dovednostmi (typicky grafici s dovednostmi v oblasti UX). Proto k zahájení projektu málokdy stačí jeden freelancer, aby vytvořil projekt jako celek. Využití freelancera však nabízí také mnoho příležitostí: máte k dispozici privilegovaného partnera, který je zcela autonomní (a tedy obecně flexibilnější).

Naproti tomu agentura je společnost s několika různými profily. Poskytne vám rozmanitost pohledů a všestrannost, která může freelancerovi chybět. Je schopna řídit velké projekty s mnoha výstupy, ale zpravidla stojí více.

Obě možnosti mají své výhody, ale v ideálním případě byste měli při výběru zohlednit svůj projekt. ■

# Metody digitálních projektů

Vedoucí digitálních projektů (zde v nejširším slova smyslu) nepracují v některých bodech zcela stejně jako lidé v jiných oblastech: mají svůj vlastní jazyk a také velmi specifické projektové metody.

Není nutné vyčerpávajícím způsobem vysvětlovat všechny existující metody. Dvě běžně používané metody vám však mohou umožnit nahlédnout do způsobu práce vedoucích digitálních projektů:

- **metoda Scrum**, spojená s posloupností sprintů. Sprint označuje kratší pracovní období (zpravidla 2 až 4 týdny), během něhož účastníci projektu pracují na vytvoření výstupu, ať už má jakoukoli podobu. Na konci prvního sprintu není finální výstup: cílem je propojit několik sprintů dohromady, aby bylo možné neustále zlepšování. Na konci každého sprintu jsou uvedena témata, která je třeba zlepšit, aby byl výsledek po konzultaci se všemi zúčastněnými stranami přizpůsoben potřebám všech.

- **Metoda Kanban** je prezentována formou tabule, která ukazuje, který úkol se nachází v jaké fázi. Klasická tabule Kanban se skládá ze tří sloupců – «to do» (je potřeba udělat), «in progress» (aktuálně se na nich dělá) a «completed» (dokončené), ale ve skutečnosti existuje mnoho variant. Například je možné přidat dny v týdnu (abyste věděli, který úkol bude kdy hotový) nebo podsloupce «k naplánování», «ke zlepšení» atd. Cílem je průběžně přesouvat úkoly z jednoho sloupce do druhého, aby je bylo možné sledovat v reálném čase. ■

# Životnost projektu po dodání

- ////////// Poté, co je projekt tzv. dodán (to znamená, že je online a pokud možno už v téměř konečné verzi) ale není ještě zcela dokončen, je třeba ještě zohlednit několik kroků, které zajistí jeho životnost/trvanlivost a usnadní jeho používání.

## Dokumentace

Dokumentace je obecné slovo pro více dokumentů. Dobrá dokumentace je totiž přizpůsobena cílům a úrovni přístupu lidí, pro které byla napsána. Je vhodné mít tzv. uživatelskou dokumentaci, která vysvětluje nejzákladnější funkce (obnovení hesla, změna e-mailu, provádění dostupných akcí atd.), a to například formou často kladených otázek. Další velmi doporučenou dokumentací je technická dokumentace. Zde

je možné vypracovat dva různé typy: jeden pro správu a instalaci webu a všechny operace, které mohou provádět pouze správci projektu (například údržba, aktualizace, zálohování atd.) a druhá technická dokumentace bude určena lidem, kteří do vašeho projektu vkládají obsah, spravují registrace, provádějí akce týkající se klasických uživatelů. Čím přesnější budou tyto dokumentace, a pokud budou obsahovat



i s obrázky a definovaným slovníkem, tím snazší bude pro vás podpora. Navzdory všeobecnému přesvědčení totiž dokumentace, jakkoli obsáhlá, málokdy stačí, protože většina lidí používajících digitální nástroje dává přednost kontaktu s člověkem. Nejlepší je kombinovat obojí - mít solidní, dobře strukturovanou dokumentaci a to vám pak umožní odkázat zákazníky na přesnou pasáž týkající se jejich konkrétního problému. To šetří čas všem: vám, protože nemusíte vysvětlovat problém každému zvlášť, ale i uživateli, který potřebuje poradit, protože nebude muset číst celou dokumentaci.

Chcete-li mít základní strukturu, můžete vzít svůj popis specifikací a popsat jednotlivé kroky pomocí snímku obrazovky. Chcete-li

mít originálnější dokumentaci, můžete ji také proměnit v krátké instruktážní video, které ukazuje, jak všechny operace provést. V takovém případě nezapomeňte opatřit všechny kroky titulky nebo popisem pro sluchově postižené.

Všimněte si, že v případě technické dokumentace a dokumentace pro interní použití je třeba popsat i zvláštní případy a chyby. Tomu můžete na konci věnovat jeden celý oddíl, který budete průběžně doplňovat. Ujistěte se, že hlavní testovací uživatelé mohou tuto část dokumentace doplňovat a upravovat. Ušetříte tak čas a přesnost všem. Na tuto část dokumentace musíte jednou za čas upozornit a uživatelům ji připomínat, a také ji pravidelně třídit a pročítat (alespoň jednou ročně). ■



# Údržba: vývoj a aktualizace



Váš projekt je online, funkční a dobře zdokumentovaný, takže by měl nějakou dobu fungovat. Ale to neznamená navždy. Digitální technologie se vyvíjejí velmi rychle a často je třeba je aktualizovat. Navíc se v prvním roce používání mohou vyskytnout nové situace, nebo chyby na vašem webu, které se objeví v průběhu jeho používání.

Některé aktualizace jsou volitelné, ale bezpečnostní aktualizace jsou nezbytné, aby se zabránilo úniku dat, napadení virem a hackerským útokům. Dále také pravidelně dochází ke změnám verzí počítačových jazyků (PHP, HTML, aplikační jazyk atd.): přibližně každé tři až čtyři roky v případě webu a každý rok v případě programovacích jazyků pro Android a iOS. Tyto nové verze mohou krátkodobě znemožnit použití vašeho projektu, proto je dobré být informován a v okamžiku, kdy zjistíte, že se chystá nějaká taková změna, začít hledat oso-

bu a/nebo zdroje, které umožní přechod na tento nový jazyk.

Z praktického hlediska byste proto měli se všemi těmito prvky počítat a již od počátku napláňovat malý rozpočet na údržbu a aktualizaci svých projektů. Odhadem je vhodné na toto vyčlenit 20 % hodnoty projektu v roce následujícím po jeho zahájení, pak 10 % v následujících 2 až 3 letech, a na čtvrtý a pátý rok opět poskytnout vyšší rozpočet (pokud bude projekt pokračovat). Projekt, který již není relevantní, není dostatečně aktuální nebo prostě již není užitečný, je třeba stáhnout a archivovat, abyste poplatky za aktualizace neplatili věčně.

Tyto investice se postarají o většinu problémů, se kterými se můžete v průběhu let setkat, ale jedná se o velmi obecné odhady, u aplikací, videoher a webových stránek/softwareových projektů je pravděpodobně budete muset zvýšit a aktualizovat častěji. ■

# Hodnocení projektu

Po skončení projektu je vhodné provést něco jako inventuru. Jak probíhala realizace projektu? Co by se dalo zlepšit? Ve střednědobém horizontu by měl být vyhodnocen také samotný digitální projekt.

## Vyhodnocení vývoje projektu

Vývoj projektu často vyžaduje mobilizaci několika lidí v rámci organizace, kteří někdy nejsou zvyklí spolupracovat. To může vést k třenicím nebo nedorozuměním.

Vyhodnocení vám umožní identifikovat body, které proběhly dobře, a ty, kde se vyskytly větší potíže, abyste se jim příště mohli vyhnout. Hodnocení lze provést několika způsoby.

Jedním z řešení může být provedení analýzy podle hlavních témat projektu: komunikace, vztahy s externími poskytovateli služeb, koordinace týmu atd. Je vhodné zapojit všechny členy projektu, aby se zajistilo, že budou zmíněny všechny kritické body. Nejlepší je zapojit všechny členy projektu, aby se zajistilo, že se všechny kritické body zmíní.

Jako příklad můžete jednotlivé body roztřídit do 4 hlavních kategorií: Zachovat, Zvýšit, Spustit a Zastavit. Kategorie Zachovat odpovídá postupům, které byly použity během vývoje projektu a které se osvědčily. Zvýšit se týká nápadů, které již byly







realizovány a které by měly být posíleny, aby se zlepšilo řízení projektu. Začít se týká toho, co nebylo zavedeno, ale co by mohlo v budoucnu celkové řízení zpřehlednit nebo dokonce zlepšit.

A konečně Zastavit se týká postupů, které se neosvědčily a které by bylo dobré opustit.

Je důležité sdílet tuto zpětnou vazbu se všemi, aby se zlepšila celková praxe. ■

# Vyhodnocení digitálního projektu ve střednědobém horizontu

Abyste mohli vyhodnotit dopad svého digitálního projektu, je třeba nechat uplynout určitý čas, abyste mohli získat první zpětnou vazbu o využití konečného produktu.

Hodnocení bude do značné míry záviset na typu produktu. V ideálním případě byste měli průběžně sledovat kvantitativní výkonnost projektu a předvídat ji nastavením měřicích nástrojů: sledování počtu návštěv webových stránek za měsíc, počtu stažených aplikací, průměrné doby strávené na platformě atd. Při spuštění možná nebudete mít srovnávací bod a bude obtížné zjistit, zda jsou výsledky pozitivní, či nikoli. Sledování v průběhu času pomáhá tento nedostatek znalostí překonat. Všimněte si, že je nutné vybrat údaje, které vás zajímají, podle povahy projektu.

Kvalitativní zpětná vazba doplňuje hodnocení a je často nezbytná pro zlepšení produktu. Je vaše aplikace snadno použitelná? Jsou informace na vašich webových stránkách srozumitelné a přístupné? Splňuje váš software stanovenou potřebu? Pro zodpovězení těchto otázek je nutné hovořit přímo s příjemci vašeho projektu. Za tímto účelem můžete uspořádat sezení na téma «zpětná vazba od uživatelů», a to formou individuálních rozhovorů nebo skupin po 3-4 osobách. To vám umožní učinit správná rozhodnutí s cílem zvýšit úspěch vašeho produktu. ■



////////////////////// Tato druhá část je určena k dalšímu postupu při realizaci digitálních projektů. Je určena spíše lidem, kteří se chtějí specializovat na digitální technologie nebo kteří chtějí rozvíjet své dovednosti v této oblasti. Bude tedy o něco techničtější, ale jistě obohatí vaši osobní kulturu o nové poznatky z oblasti digitálních technologií.

# Popularizace digitálních témat

Jedním z klíčů k práci v technickém oboru je umět předat své znalosti a vysvětlit ostatním problematiku, která se za nimi skrývá (managementu organizace, dobrovolníkům nebo lidem ve vašem týmu), kteří o ní vědí jen málo nebo vůbec nic. Často budete slyšet věty typu «já tomu vůbec nerozumím» nebo «počítače mě stejně nebaví» a spoustu dalších podobných věcí. Nenechte se odradit, právě proto, že lidé nemají čas ani energii rozumět digitálnímu jazyku, budete pro ně velmi užiteční. K překonání tohoto strachu z technologií existuje několik tipů:



- Používejte co nejméně odborných výrazů, a když je to nutné, řekněte to jasně a srozumitelně hned, nečekejte na dodatečné otázky. Někteří lidé nechtějí přiznat neznalost, tak se raději nezeptají a nepochopí část toho, co chcete sdělit.

- Kdykoli je to možné, použijte mnoho konkrétních příkladů z každodenního života dané osoby. Můžete také použít metafory, ale předem si je promyslete, abyste posluchače nezmátli.



- Požádejte dotyčnou osobu, aby zopakovala, čemu porozuměla, vlastními slovy, a tím si ověřte, zda vše pochopila.

- Pokud potřebujete, aby někdo učinil konkrétní rozhodnutí, například ohledně rozpočtu nebo mně představit výhody a nevýhody jednotlivých řešení. Máte-li si například vybrat mezi dvěma vývojáři, řekněte: «Tenhle je levnější a reagoval rychle, ale tenhle už vytvořil příklady stránek, které vypadají tak, jak chceme. Z technického hlediska se oba zdají být dobrou volbou a udělali na mě dobrý dojem. Tak co si o tom myslíte?» Pokud však dáváte přednost jednomu nebo druhému řešení, vysvětlíte svému protějšku proč.

- Kdykoli je to možné, používejte diagramy nebo vizuální pomůcky, protože pomocí různých demonstračních technik se vždy snáze dorozumíte.

- Klidně přiznejte, když sami plně nerozumíte nějakému prvku projektu, který se netýká digitálního aspektu (např. rozpočet, komunikace...) a který vám mohou ostatní lidé v týmu osvětlit. Ostatní se pak nebudou cítit tak špatně, když nebudou vědět všechno o svém tématu.





- Také klidně přiznejte, pokud nemáte 100% kontrolu nad digitálním prvkem projektu, který zpracovává poskytovatel služeb nebo který podléhá nejistotě: nikdo nemůže kontrolovat všechny technické problémy a chyby, které mohou vzniknout, to je zcela normální.

- Vysvětlujte co nejstručněji a nejjasněji. Pokud to nedokážete, neváhejte se zeptat osoby, se kterou hovoříte, zda chce o vašem tématu vědět opravdu všechno, nebo zda jí stačí stručná verze. Často totiž máme tendenci chtít druhé osobě předat všechny informace, ale není to nezbytně nutné, pokud druhá osoba neposlouchá, nemá potřebu nebo chuť vědět všechny detaily. ■

# Správa a kontrola záloh

////////// Nikdo není imunní vůči požáru, rozbitému serveru nebo závažné provozní chybě. A to je bohužel okamžik, kdy zjistíte, že vaše zálohy nefungovaly a/nebo nevíte, jak je obnovit. Řešení je poměrně jednoduché: musíte se o ně postarat už při spuštění svých webových stránek a pokusit se je alespoň jednou ročně, v lepším případě jednou za půl roku, obnovit a zkontrolovat.

Možná vás zajímá, kde tyto zálohy najít nebo zda jsou k dispozici pro projekty vytvořené prostřednictvím autorových platform bez kódu.





**Pokud jste se rozhodli pro vlastní hosting, zálohování spravuje osoba, která hostuje vaše stránky (poskytovatel nebo hostitel), a v tomto případě byste se měli obrátit na jejich příslušné webové stránky. Důležité věci, které je třeba pochopit a zkontrolovat, jsou tyto:**

- **Umístění záloh:** abyste zachovali soulad se směrnicí GDPR, musí být vaše data, včetně záloh, v Evropě. Pokud se však rozhodnete za službu zaplatit, doporučujeme vám ověřit, že jsou zálohy umístěny v jiném místě, než je váš server, abyste se vyhnuli většímu rozsahu nehod (výpadky proudu, požár atd.).

- **Automatizace:** Pokud nezáleží na technologii používané hostitelem (alespoň na úrovni pro tento návod), důrazně doporučujeme zálohování automatizovat tak, aby se v ideálním případě provádělo každý den. Pokud tak neučiníte, budete muset pravidelné zálohování provádět ručně, což je mnohem složitější. Doporučujeme také provádět zálohování před každou významnou změnou (například aktualizací softwaru, spuštěním nové služby apod.).

- **Jak zprovoznit zálohování?** Neexistuje jen jeden způsob, který by byl společný pro všechny poskytovatele hostingů a všechny typy projektů. Musíte si přečíst dokumentaci a postupovat postupně po jednotlivých krocích. Pokud si nevíte rady, neváhejte se obrátit na zákaznický servis, který vám jistě pomůže. ■

# IT zabezpečení projektu

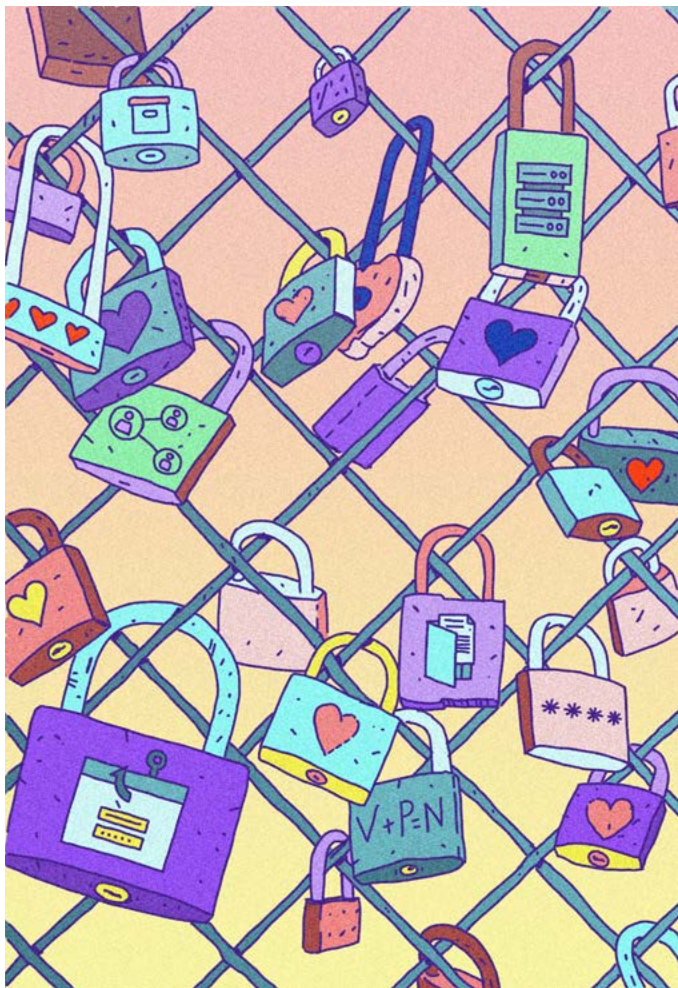


Počítačové zabezpečení vašeho projektu je často mnohem snazší předvídat, než by se mohlo zdát, protože většina problémů, které se vám mohou stát, není způsobena technickými chybami, ale lidskou chybou. V této části proto podrobně popíšeme řadu tipů, které vám pomohou těmto problémům předcházet:



- **Aktualizace softwaru a hardwaru:** Jediným technickým způsobem, jak se chránit před digitálními útoky, je pravidelně aktualizovat svá zařízení (počítač, tablet, konzoli a telefon) a software, který používáte k procházení a/nebo ukládání hesel. Samozřejmě byste měli aktualizovat také své servery, aplikace a projekty.

- **Vytvořte jeden účet pro každou osobu, která se podílí na projektu:** žádný sdílený účet a alespoň dva účty pro správu s povinným dvojitým ověřením. Tento systém, který je založen na ověřování heslem a zasílání ověřovacího kódu například na e-mail nebo telefonní číslo, je ve většině případů skutečnou zárukou bezpečnosti. Díky individuálním účtům mají přístup k informacím pouze ti, kteří ho potřebují. Dva oddělené účty správce umožňují obnovu v případě poškození jednoho z nich. Co se týče dvojího ověřování, mělo by být zavedeno alespoň pro administrátorské účty, které jsou nejcitlivější.





- **Digitální čistota vašich dat a projektů:** váš projekt je dokončen? To znamená, že je čas ho archivovat, vymazat z databází všechna citlivá data a zkontrolovat, zda jste nezapomněli na dotazníky nebo cokoli jiného, co se ho týká. Jakmile svůj projekt umístíte na internet, nezapomeňte také smazat všechny návrhy a testy provedené předtím, abyste zbytečně nezabírali paměť, je to šetrné k okolnímu prostředí a snižuje to možnost úniku informací.

- **Neshromažďujte více informací, než je nutné:** tomu se říká privacy by design. Jinými slovy, aby nedošlo k úniku informací, je nejlepší o ně nežádat, a už vůbec je neukládat. V mnoha případech stačí pár e-mailů a hesel jako informace. Nemá proto smysl žádat po lidech, kteří používají vaše stránky, další osobní údaje.

- **Zabezpečení hesel:** Jakmile má každá osoba svůj individuální účet, je důležité, aby byla hesla dostatečně silná. K tomuto účelu existují generátory náhodných hesel. Další účinnou možností je vytvoření takzvané přístupové fráze. Jedná se o frázi pro každý účet, která je delší, a tudíž obtížněji uhodnutelná, ale přesto snadno zapamatovatelná.

- **Ukládání hesel:** pokud chcete mít bezpečná hesla, je často složitější je všechna zapamatovat. Na pomoc vám přicházejí správci hesel,



kteří vám umožní všechna hesla bezpečně uložit. Dejte si však pozor, abyste si vybrali takový, který odpovídá vašemu digitálnímu využití a který umožní snadné sdílení s dalšími osobami například v případě změny/převodu organizace.

- **Hoax a phishing:** pozor na ně! Neklikejte na zprávy, jejichž odesílatel si není jistý, a nikdy nedělujte své heslo nebo jakékoli důvěrné informace nikde jinde než v zabezpečené aplikaci/stránce. Dbáme také na to, abychom omylem neinstalovali sledovací software a další panely nástrojů, které se nekalým způsobem nabízejí při instalaci příliš mnoha programů. V případě mobilních telefonů čas od času kontrolujeme, jaká oprávnění jsou udělena jednotlivým aplikacím, a odmítáme instalovat aplikace, které nám neumožňují vyhnout se sdílení našich kontaktů, polohy nebo obsahu našich souborů.

- **Zabezpečení pracovních stanic:** Posledním doporučením k tomuto tématu je zajistit co největší zabezpečení vašeho technického zařízení. Za tímto účelem používejte heslo pro přístup k relaci (a nepište si ho na lísteček v blízkosti zařízení), používejte antivirový software, který vás ochrání před viry. A nezapomeňte uzamknout relaci, když zařízení nepoužíváte, nebo ji dokonce nastavte tak, aby se uzamkla automaticky například po 5 minutách. ■



# Duševní vlastnictví zdrojového kódu a právní ochrana

Kdo vlastní váš digitální projekt? Tuto otázku je dobré si položit ještě předtím, než se objeví skutečný problém, nebo dokonce ještě předtím, než vznikne váš projekt. Je zřejmé, že práva duševního vlastnictví závisí na zemi a jurisdikci, ve které se podepisuje smlouva. V každém případě je třeba rozlišovat několik prvků:

- **Obsah** (obrázky, texty, videa...), který patří jejich autorům.
- **Grafický design stránek** (barvy, prezentace atd.), který patří osobě, která je vytvořila, pokud není ve smlouvě uvedeno jinak.
- **URL doménového jména**, které patří osobě, která jej koupila.
- **Zdrojový kód webu**, který patří osobě, která jej vyvíjí, pokud není uzavřena zvláštní smlouva.

Jak jste již pochopili, je nezbytné předem projednat, ale také písemně formalizovat, co komu patří, a smlouva s poskytovateli služeb obvykle definuje různé situace. Pokud tomu tak není, můžete se vždy zeptat a nechat si doplnit doložky podle toho, jak se rozhodnete. Pokud si nejste jisti, ve vašem okolí obvykle existují právní poradny, kde můžete požádat o radu. V případě digitálního projektu se můžete obrátit na organizace, které podporují zakládání podniků, spolkové domy a například ve Francii na organizaci french tech. ■

# Osvobod'te svůj projekt!

//////////////////// Pokud vlastníte všechny prvky svého projektu, můžete se rozhodnout, že jej «uvolníte» – buď celý nebo jeho část. To umožní ostatním jej doplňovat, upravovat, sdílet a studovat. V tomto ohledu je třeba rozlišovat mezi obsahem, který lze volně licencovat pod licencemi Creative Commons, jako jsou CC-BY-SA nebo CC-BY, které uvádějí jednak možnost opětovného použití vašeho díla s uvedením autorů, a pak také možnost, která vás zavazuje použít stejnou licenci i na zdroje vytvořené z vašich vlastních zdrojů.



Uvolnění projektu po stránce kódu je proces, který prochází několika různými kroky v závislosti na vaší technické úrovni. Umístění pod volnou licenci, jak je uvedeno v předchozí části, je nejjednodušší, umožňuje ostatním znovu použít váš obsah a rozšířit ho. K tomu je vhodné použít licenci určenou pro tento účel, jako je GPL, BSD nebo MIT. Jako pomůcku můžete využít webové stránky <https://choosealicense.com/>.

Aby byl váš projekt zcela svobodný, nesmíte zanedbat technickou část, která kromě licence zahrnuje také zpřístupnění zdrojového kódu.

Pokud používáte poskytovatele, můžete ho požádat, aby váš kód umístil na takzvaný software forge (github, gitlab, framagit...), což jsou místa, kde můžete svůj kód zveřejnit a zpřístupnit ostatním. Většina z těchto «software forge» je založena na nástroji pro verzování kódu git, ale existují i jiné, například svn nebo mercurial. Mějte na paměti, že s touto možností je třeba počítat již na začátku projektu, aby

si toho byl poskytovatel vědom a mohl kód zpřístupnit lidem, kteří jej chtějí používat. Je na vás, abyste se rozhodli, zda jej chcete hostovat na svém účtu, nebo na účtu osoby, která jej vyvinula, v závislosti na vašich dovednostech a pohodlí s nástrojem pro verzování kódu, který upřímně řečeno není příliš jednoduchý pro lidi, kteří jej neznají a nepoužívají každý den.

Pokud si to chcete vyzkoušet sami nebo jen pochopit, jak tento nástroj používat, můžete si v *této malé hře* vytvořené k procvičení různých funkcí, vyzkoušet cvičení, která je třeba doplnit o MOOC, online kurz nebo výukové programy, například ty, které jsou uvedeny v *tomto článku*, tabyste pochopili teorii softwaru a k čemu přesně se používá.

Jakmile je váš kód online, můžete do projektu přidat odkaz, který umožní přístup k tomuto kódu, a budete muset pouze schválit všechny navrhované změny, které by mohli provést uživatelé s příslušnými dovednostmi. ■

# QR kód pro odkazy



Strana 2 :

Jak vytvořit webové stránky

<https://vpn.animafac.net/tutorials/website.html>



Strana 18 :

Představení licencí Creative Commons

<https://creativecommons.org/share-your-work/>



Pomoc při výběru licence přizpůsobené vašemu projektu

<https://choosealicense.com/>

# QR kód pro odkazy



Malá hra na učení a objevování Git  
[https://learngitbranching.js.org/  
?locale=fr\\_FR](https://learngitbranching.js.org/?locale=fr_FR)



Článek o «software forge»  
<https://cupnet.net/git-github/>



Vivier de Projets Numériques

[www.animafac.net](http://www.animafac.net)

Chcete pro svou organizaci vytvořit  
webové stránky, aplikaci nebo jiný  
digitální projekt?

Tento průvodce je určen právě vám!

Od vašich nápadů až po archivaci  
projektu vás budeme provázet krok  
za krokem při správě digitálních  
projektů, které dodají vaší organizaci  
ještě větší efekt a zviditelní ji!



Financé par  
l'Union européenne



EUROPEAN PROJECTS  
& MANAGEMENT