



ŠTUDENTSKÁ SÚŤAŽ IAB 2015

Zadania

1. Vytvorenie nového webu pre H1Slovakia (www.h1slovakia.sk)

Cieľ projektu:

Návrh na zjednodušenie štruktúry web stránky a jej aktualizácia smerom k súčasným trendom – responzívny dizajn, scrollovania a pod. Pri návrhu treba zohľadniť zlepšenie pozície vo vyhľadávani, zjednodušiť dohľadanie jednotlivých produktov a zvýrazniť kontaktný formulár. Stránka by mala byť kompletne merateľná prostredníctvom Google Analytics s následnou implementáciou Google Tag Managera.

Budget: odporučí študent

Časový rozsah realizácie projektu na dosiahnutie cieľa: odporučí študent

Kritériá hodnotenia projektu: všeobecné kritériá

2. Analýza vplyvu reklamy na užívateľské správanie a skúsenosť (user experience)

Cieľ projektu:

Východisko: *Tvorcovia webových stránok zápasia s dvomi rozličnými záujmovými skupinami. Na jednej strane sú to užívatelia, ktorí by najradšej konzumovali iba obsah samotného webu a nechcú, aby ich otravovali rozličné reklamy. Trendy sú také, že väčšina užívateľov nie je ochotná za obsah platiť, resp. sú zvyknutí konzumovať obsah zadarmo. Na druhej strane sú obchodníci, manažéri a majitelia firiem, ktorí majú záujem produkt a jeho “traffic” čo najviac speňažiť, aby služba mohla fungovať aj ďalej a zároveň mohli byť prostriedky reinvestované do ďalšieho zlepšovania obsahu a zvyšovania návštevnosti.*

Cieľom tejto úlohy je pripraviť prípadovú štúdiu, alebo navrhnúť algorytmus či iný nástroj, ktorý by vyhodnotil, koľko reklamy je už na stránke veľa. Študent môže zobrať do úvahy množstvo obsahu (text, obrázky, video). Tento objem porovnať s existujúcou bannerovou plochou na stránke a s voľným priestorom webu (navigačné prvky, prázdny priestor), vyhodnotiť preklikovosť na bannery (CTR) a navrhnúť najoptimálnejší pomer reklamy ku množstvu obsahu na webe - “Tak, aby bol vlk sýty (maximalizácia výnosov), aj koza celá (užívateľa neodradí množstvo reklamy na stránke do takej miery, že ju zavrie a už sa nevráti).”.

Súčasťou práce môžu byť zároveň aj odporúčania napríklad v týchto oblastiach:

- ako agresivita reklamy (popup/rozbaľovacia reklama atď) jej rozmery a formy (textová, obrázková, video, audio) vplyvajú na CTR reklamných plôch, ako to ovplyvňuje celkový “user experience”,

- ako jednotlivé typy návštev (direct traffic / referral / social / search) tolerujú rozličné množstvo reklamy a jej agresivitu.

Cesta je cieľ = dôležitejšie ako samotný výsledok je postup, ako sa študent k výsledku dopracuje. Zohľadniť by sa preto mala hlavne stratégia prístupu k zadaniu a kreativita jeho riešenia.

Budget: odporučí študent, (0- 10 000 Eur)

Časový rozsah realizácie projektu na dosiahnutie cieľa: od 2 do 8 týždňov

Kritériá hodnotenia projektu: všeobecné kritériá

3. Zahraničná expanzia

Cieľ projektu:

Vybrať ľubovoľný produkt (webstránku/službu/aplikáciu/hru), vytvorený na Slovensku, propagovaný a predávaný na slovenskom online trhu a pripraviť návrh plánu, ako by ho prevádzkovateľ mohol spustiť a uspieť s ním v zahraničí. Nezáleží na akom trhu (či v Čechách alebo USA).

Podmienkou úlohy je, aby bola reálna šanca, že daná aktivita sa oplatí a projekt uspeje - t. j. či bude mať produkt dostatočný počet používateľov na to, aby mala jeho prevádzka a rozvoj ekonomický zmysel. Je na študentoch, či bude hlavným zdrojom príjmov výnos z reklamy (v takom prípade je potrebné mať dostatočný počet užívateľov) alebo výnos z predaja služby (v takom prípade je nutná unikátnosť projektu a dostatočná ochota za danú hodnotu produktu zaplatiť).

Obsahom práce by nemalo byť iba to, o aký produkt ide, ale aj ako tento produkt uviesť na zahraničný trh a prevádzkovať ho, aby ho ľudia používali a mal šancu sa uchytiť a prežiť.

Cesta je cieľ = dôležitejšie ako samotný výsledok je postup, ako sa študent k výsledku dopracuje. Zohľadniť by sa preto mala hlavne stratégia prístupu k zadaniu a kreativita jeho riešenia.

Budget: od 5.000 do 100.000 Eur

Časový rozsah realizácie projektu na dosiahnutie cieľa: odporučí študent

Kritériá hodnotenia projektu: všeobecné kritériá

4. Online edukačný projekt

Cieľ projektu:

Východisko: *Segment vzdelávania cez internet je veľmi perspektívna záležitosť. Už dnes existujú rozličné formy online škôl (napr. Coursera), vzdelávania cez audio/video konferenčné hovory (napr. cudzie jazyky), služby zbierajúce vedomosti (všetko od Wikipedie až po služby typu referaty.sk) až po rozličné online fóra a poradne - porada.sk, modrykonik.sk, zdravie.sk atď.*

Cieľom tohto zadania je navrhnúť akýkoľvek projekt, či už web alebo aplikáciu, prostredníctvom ktorého by sa ľudia mohli vzdelávať. Typ produktu môže byť všeobecný (napr. vybudovať online encyklopédiu Wikipedia) alebo niečo špecifické (napr. spojazdniť poradňu pre účtovníkov). Formu, akou budú užívatelia využívať službu (napr. aplikácia na telefónoch, konferenčné hovory cez skype),



musia navrhnuť študenti samotní. Projekt musí mať jasný biznisový plán, t. j. musí dávať ekonomický zmysel službu prevádzkovať.

Budget: odporučí študent

Časový rozsah realizácie projektu na dosiahnutie cieľa: odporučí študent

Kritériá hodnotenia projektu: všeobecné kritériá

5. Posilnenie značky zlavysme.sk

Cieľ projektu:

Cieľom projektu je zvýšiť direct visits, t.j. priame návštevy na zlavysme.sk. Kľúčové je, aby riešením bolo dlhodobou udržateľné zvýšenie. Zároveň je však dôležité, aby zvolené riešenie zohľadňovalo pomer vložených nákladov vs. očakávaný výsledok. Ideálny nárast direct visits oproti súčasnému stavu je 20%. Sekundárne by návrh práce mal mať dopad na zvýšenie povedomia o samotnej značke. Študent zadefinuje svoj odhad výsledku ním navrhovaného riešenia. Aktuálnu úroveň direct visits poskytneme študentovi, ktorý si zvolí toto zadanie, na vyžiadanie mailom. Žiadosť je potrebné zaslať na sutaz@iabslovakia.sk.

Budget: odporučí študent

Časový rozsah realizácie projektu na dosiahnutie cieľa: odporučí študent

Kritériá hodnotenia projektu: všeobecné kritériá

6. Web stránka na porovnanie mobilných paušálov

Cieľ projektu:

Na Slovensku momentálne poskytuje mobilné služby niekoľko telekomunikačných spoločností. Cieľom práce je návrh webovej stránky, na ktorej si jej návštevník bude mať možnosť vybrať vhodný paušál. Stránka má poskytovať možnosť porovnať si výhodnosť paušálov jednotlivých telekomunikačných spoločností na základe zadaných dát. Tým pádom budú základom výberu správneho paušálu potrebné vstupy od návštevníka stránky, napr. aká je jeho aktuálna spotreba (finančná), koľko pretelefonuje, do akých sietí, koľko pošle SMS, aká je jeho spotreba dát cez mobilný internet a podobne. Pri tvorbe návrhu je potrebné sa sústrediť na jednoduchosť riešenia a užívateľský pohľad. „Keep it simple and stupid“ ☺

Budget: odporučí študent

Časový rozsah realizácie projektu na dosiahnutie cieľa: odporučí študent

Kritériá hodnotenia projektu: všeobecné kritériá



VŠEOBECNÉ KRITÉRIÁ:

Komisia hodnotí prácu na základe nasledujúcich kritérií (v škále 0 - 5bodov):

- 1,** Rozbor zadania
- 2,** Pohľad na problematiku
- 3,** Metodika - táto časť by sa mala venovať spôsobu, akým bola práca vypracovaná, aký výskum a technika bola využitá, z čoho vychádzala, predpoklady, mechanika, logické postupy ...
- 4,** Kreatívny prístup k riešeniu
- 5,** Naplnenie cieľov projektu
- 6,** Konkrétny prínos riešenia pre prax - aplikovateľnosť v praxi