



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV INFORMATIKY**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF INFORMATICS

NÁVRH INTERNETOVÝCH STRÁNEK

WEB SITE PROPOSAL

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

JIŘÍ UJČÍK

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. DAGMAR ŘEŠETKOVÁ

BRNO 2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Ujčík Jiří

Manažerská informatika (6209R021)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Návrh internetových stránek

v anglickém jazyce:

Web Site Proposal

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému a cíle práce

Teoretická východiska práce

Analýza problému a současné situace

Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

KOSEK, J. HTML -- tvorba dokonalých WWW stránek -- podrobný průvodce. Praha: Grada Publishing, 1998. 296 s. ISBN 80-7169-608-0.

KUBÍČEK, M. Velký průvodce SEO. Brno: Computer Press, 2008. 318 s. ISBN 978-80-251-2195-5.

MIKEL, P. XDHTML, referenční příručka. Brno: Zoner Press, 2004. 206 s. ISBN 80-86815-01-3.

STANÍČEK, P. CSS Kaskádové styly. Brno: Computer Press, 2003. 178 s. ISBN 80-7226-872-4.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Dagmar Řešetková

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2012/2013.

L.S.

doc. RNDr. Bedřich Půža, CSc.
Ředitel ústavu

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
Děkan fakulty

V Brně, dne 16.05.2013

ABSTRAKT

Bakalářská práce pojednává o návrhu internetových stránek pro již existující firmu za účelem zviditelnění se na trhu a následnou expanzi na zahraniční trhy. Práce se zabývá po obsahové stránce postupy, které dávají formu celé internetové prezentaci, jmenovitě návrh grafického designu, programování, optimalizace pro vyhledávače a umístění stránek na internet. V závěru práce je k nalezení finanční zhodnocení celého projektu spolu s náklady a očekávanými přínosy.

ABSTRACT

The bachelor thesis deals with web design for an existing company to increase the visibility on the market and subsequent expansion into foreign markets. The work deals with the content of the procedures that give form to the whole Internet presentation, namely graphic design, programming, search engine optimization and placement of the pages on the internet. The conclusion brings a financial assessment of the project together with the costs and expected benefits.

KLÍČOVÁ SLOVA

Webové stránky, www, webdesign, html, xhtml, css, php, seo, internetový marketing.

KEYWORDS

Website, www, webdesign, html, xhtml, css, php, seo, internet marketing.

BIBLIOGRAFICKÁ CITACE

UJČÍK, J. *Návrh internetových stránek*. Brno, Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2013. 62 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Dagmar Řešetková.

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 16.5.2013

.....
Jiří Ujčík

PODĚKOVÁNÍ

Rád bych touto cestou poděkoval své vedoucí bakalářské práce, paní Ing. Dagmar Řešetkové za pomoc při tvorbě této práce.

OBSAH

Úvod.....	11
Cíl práce.....	12
1 Teoretická část.....	13
1.1 Historie internetu a webu.....	13
1.2 Internetové prohlížeče.....	13
1.3 Webdesign.....	13
1.3.1 Postup při tvorbě webových stránek.....	13
1.3.2 Nástroje používané pro tvorbu webových stránek.....	14
1.3.3 Základní dělení webových stránek.....	14
1.4 Technologie pro tvorbu webových stránek.....	15
1.4.1 HTML.....	15
1.4.2 XHTML.....	16
1.4.3 CSS.....	17
1.4.4 Javascript.....	19
1.4.5 jQuery.....	20
1.4.6 PHP.....	21
1.5 Vlastnosti webových stránek.....	22
1.5.1 Rozvržení prvků na stránce.....	22
1.5.2 Grafika a texty.....	22
1.5.3 Přístupnost.....	23
1.5.4 Použitelnost.....	23
1.5.5 Validita.....	24
1.5.6 Povinné údaje na webu.....	24
1.6 Optimalizace.....	25
1.6.1 Optimalizace pro vyhledávače (SEO).....	25
1.6.2 Optimalizace pro zobrazovací zařízení.....	27
1.6.3 Optimalizace pro prohlížeče.....	27
1.7 Webhosting.....	28
1.8 Propagace na internetu.....	28
1.8.1 Plošná reklama.....	29
1.8.2 Marketing v internetových vyhledávačích.....	29
1.8.3 Zápis do katalogů.....	29

1.8.4	Sociální síť.....	29
1.9	SWOT analýza.....	30
2	Analýza problému a současné situace	31
2.1	Základní informace o společnosti Ranch Babice, s.r.o.	31
2.2	SWOT analýza.....	31
2.3	Analýza současných webových stránek.....	32
2.4	Analýza konkurenčních webových stránek	34
2.5	Požadavky na nové webové stránky	35
3	Návrh vlastního řešení	37
3.1	Softwarové vybavení	37
3.1.1	Grafický editor.....	37
3.1.2	Editor zdrojového kódu	37
3.1.3	Internetové prohlížeče.....	38
3.1.4	FTP klient	38
3.2	Struktura webu.....	38
3.3	Skica webu	38
3.4	Grafický návrh	39
3.5	Kódování.....	40
3.5.1	HTML struktura.....	40
3.5.2	Káskádové styly.....	42
3.6	Využití Javascriptu	43
3.7	Využití PHP	44
3.7.1	Vytvoření šablony stránek	44
3.7.2	Hlavní navigace	44
3.7.3	Nadpis stránek.....	45
3.7.4	Kontaktní formulář	45
3.8	Plnění stránek obsahem	45
3.9	Vlastnosti webových stránek	46
3.9.1	Validita.....	46
3.9.2	Přístupnost	47
3.9.3	Použitelnost.....	47
3.10	Optimalizace pro vyhledávače.....	47
3.10.1	Optimalizace zdrojového kódu	47
3.10.2	Robots	48

3.10.3	Sitemap	48
3.10.4	Návrh klíčových slov	49
3.10.5	Optimalizace obsahu stránek	49
3.10.6	Analýza zdrojového kódu	50
3.11	Umístění stránek na internet	51
3.12	Propagace	52
3.12.1	Zápis do katalogů	52
3.12.2	Sociální sítě	52
3.13	Budoucí vývoj	53
3.14	Ekonomické zhodnocení	53
3.14.1	Přímé přínosy	55
3.14.2	Nepřímé přínosy	55
4	Závěr	56
	Seznam použitých zdrojů	57
	Seznam použitých zkratk	60
	Seznamy	61
	Seznam tabulek	61
	Seznam obrázků	61
	Seznam příloh	62
	Přílohy	I

ÚVOD

V současné době je kvalitní internetová prezentace účinným marketingovým nástrojem, jenž zajišťuje firemní komunikaci a vylepšuje její image. Jednou z vlastností webových stránek je schopnost oslovení velkého množství potenciálních zákazníků za relativně nízkou cenu. Z toho vyplývá, že v případě absence prezentace nebo její nesprávné formě se firma o tyto zákazníky dobrovolně připravuje a nepřímo dává výhodu své konkurenci.

Tato bakalářská práce pojednává o postupech a zásadách v oblasti tvorby úspěšných internetových prezentací a možnostech jak na tuto činnost navázat. Nastíněny budou způsoby, jakými lze webová řešení vytvářet s minimálními náklady za předpokladu znalosti problematiky a využití zdarma dostupných programů.

Za úvodem této práce následuje stručné vymezení problému a definice cílů, kterých má být dosaženo. První kapitola poskytne nezbytné poznatky z teoretického úhlu pohledu na problematiku vytváření internetové prezentace. Kapitola druhá nabídne analýzu současného stavu společnosti, zhodnocení současných webových stránek a jejich porovnání s konkurencí. Po vyhodnocení analýzy budou stanoveny požadavky na nové řešení, jehož návrh popíše třetí kapitola. Ta zprostředkuje pohled na vlastní řešení situace a výsledný vzhled stránek, doplněný o ekonomické zhodnocení celého projektu.

CÍL PRÁCE

Cílem této bakalářské práce je návrh nové internetové prezentace společnosti Ranch Babice, s.r.o., která by měla sloužit ke kvalitnější prezentaci na webu. Společnost provozuje penzion v obci Babice u Třebíče. K tomuto účelu sice svoje stránky mají, ale v zastaralé a nevyhovující podobě.

Penzion se v současné době snaží o získání zahraničních partnerů, kteří budou ubytovací komplex zastupovat. Předpokladem pro spolupráci je vytvoření moderních stránek ve více jazykových mutacích a poskytnutí dostatečného množství informací o ubytování a využití přílehlého okolí. Na nově navržených stránkách by se měli návštěvníci cítit příjemně a snadno se orientovat v jejich struktuře. Obsah by měl zaujmout jejich pozornost a následně přimět k navštívení penzionu za účelem využití nabízených služeb.

Dalším cílem je zviditelnění stránek na internetu pomocí optimalizace pro vyhledávače, sociálních sítí a dalších nástrojů, které internet nabízí. Předpokládá se i zajištění použitelnosti a přístupnosti uživatelům.

K naplnění stanovených cílů bude využito sumarizovaných teoretických poznatků potřebných k vytvoření konkurenceschopné prezentace a provedení analýzy, na jejímž základě bude vypracován návrh nové webové prezentace.

1 TEORETICKÁ ČÁST

1.1 Historie internetu a webu

Vznik internetu se datuje do období studené války, kdy na popud amerického ministerstva obrany byl založen projekt ARPA, psal se rok 1958. Výsledkem tohoto projektu byla armádní síť na sobě nezávislých počítačů zvaná ARPANET spuštěná roku 1969. Nezávislost jednotlivých uzlů měla zajistit chod sítě i v případě vojenského útoku a následného výpadku některého z uzlů. První civilní sítě začaly vznikat na univerzitách v USA a v roce 1973 byly připojeny i zahraniční univerzity. Internet v této době nabízel služby jako přenos souborů, elektronickou poštu a TELNET. Za zrodem webu, tak jak je dnes znám, stojí Tim Berners-Lee, který vytvořil v CERN se svým týmem první webový server. Hlavní myšlenkou bylo, že libovolný text mohl odkazovat na libovolný jiný text. Vznik webu se odhaduje na rok 1991. První dostupný webový prohlížeč však přišel až v roce 1993, nesl jméno Mosaic a byl všele přijat širokou veřejností. [1, s. 26]

1.2 Internetové prohlížeče

Internetový prohlížeč vytváří pro uživatele prostředí, které interpretuje kód HTML a CSS do podoby webové stránky. Zobrazení stránky předchází požadavek na webový server a následné ověření obdržené odpovědi. V případě, že je v jazyce HTML, obsah se promítne do okna prohlížeče a začne se vykreslovat rozložení prvků na stránce. [2, s. 91]

1.3 Webdesign

Webdesign je neustále se vyvíjející obor, který se zabývá tvorbou webových stránek. Sdružuje pod sebou činnosti jako je grafický design, kódování, programování a z marketingového pohledu optimalizaci spolu s psaním efektivních textů pro vyhledávače. Tyto rozmanité činnosti si kladou za cíl utvářet finální podobu webových stránek. [3]

1.3.1 Postup při tvorbě webových stránek

Přestože je potřeba ke každému projektu přistupovat individuálně, existuje posloupnost pracovních postupů, které zvyšují pravděpodobnost finanční návratnosti firemních webových stránek.

Pracovní postup lze popsat v následujících krocích: [4]

- Schůzka se zadavatelem a stanovení cílů
- Tvorba prototypu stránek
- Tvorba grafiky
- Kódování
- Plnění stránek obsahem
- Spuštění
- Propagace
- Údržba
- Zhodnocení

1.3.2 Nástroje používané pro tvorbu webových stránek

Při tvorbě webových stránek se využívá nejprve grafických editorů pro vytvoření grafiky na základě požadavků zadavatele. Pro tento účel se nejčastěji využívá programů jako je Adobe Photoshop nebo zdarma dostupný GIMP. Takto vytvořený návrh se následně rozřeže na větší počet malých obrázků, které poté jsou opět seskládány do původního vzhledu pomocí kódování. [5]

Kódování probíhá za pomoci značkovacích jazyků v textových editorech, např. PSPad nebo Notepad++. [6] Tato metoda zaručuje absolutní kontrolu nad zdrojovým kódem a přehlednost na rozdíl od tzv. WYSIWYG editace, která sice dovoluje vytvářet webové stránky téměř bez znalosti značkovacích jazyků, ale na druhou stranu vytváří často nepřehledný a zbytečně obsáhlý zdrojový kód. Mezi takovéto programy patří Microsoft Expression Web či Adobe Dreamweaver. [7]

1.3.3 Základní dělení webových stránek

Webové stránky se dělí dle použitých technologií, pomocí kterých byly vytvořeny, na **statické** a **dynamické**.

Stránky se nachází ve statickém stavu bezprostředně po nakódování a každou ze stránek tvoří samostatný dokument. Jak již z názvu vyplývá, jejich obsah nelze měnit bez ručního zásahu tvůrce stránek, statický web se proto vyplácí především firmám, které nepotřebují obsah webových stránek často aktualizovat. Výhodou statického webu jsou nízké náklady na webhosting a pořizovací cena.

Dynamické webové stránky jsou vhodné pro rozsáhlejší prezentace a mohou být doplněny o administrační systém, pomocí kterého je zadavatel schopen měnit jejich obsah. Pro jejich chod je zapotřebí skriptovacích jazyků a databáze, což s sebou nese potřebu zajištění dražšího webhostingu. Nevýhodou dynamických stránek je vyšší pořizovací cena oproti statickým a delší dobu nutná pro jejich vývoj.

Alternativou drahých dynamických stránek vyvíjených na míru mohou být tzv. open source redakční systémy, které disponují již po samotné instalaci na webový server základními funkcemi pro správu a lze je následně rozšířit o zásuvné moduly nebo nové šablony vzhledu. Jejich nevýhodou však může být postupem času nákladnost na programování chybějících funkcí na míru. Mezi nejpoužívanější redakční systémy tohoto typu patří Wordpress, Joomla! a Drupal.

1.4 Technologie pro tvorbu webových stránek

1.4.1 HTML

Jazyk HTML je založený na značkách, které se uzavírají do ostrých závorek, takto vytvořené značky mohou obsahovat i další parametry, které upřesňují jejich význam. Za vznikem jazyka stojí Tim Berners-Lee, který se nechal inspirovat jazykem SGML z roku 1980, který se využíval především v nakladatelství. [1, s. 34]

Prvotní verze z roku 1991 umožňovala víceúrovňové členění textu, zvýrazňování textu, vytváření odkazů a vkládání obrázků. Dalším důležitým milníkem ve vývoji jazyka se stal rok 1997, kdy vyšla verze označená HTML 3.2, která se stala prvním standardem konsorcia W3C díky zpětné kompatibilitě a přelomovým novinkám. V této době HTML podporovalo vytváření tabulek, rámců a možnost změny typu písma spolu s určením jeho toku na stránce. Následoval standard v podobě HTML 4.01, kde se poprvé objevuje myšlenka oddělení obsahu od vzhledu pomocí jazyka CSS. Tato verze byla zároveň poslední založenou na SGML, další vývoj vycházel z modernějšího jazyka XML a novým standardem se stalo XHTML ve verzích 1.0 a 1.1. [8]

V jazyce HTML se značky rozlišují na tyto základní skupiny: [9]

- **Strukturální značky** – jsou značky, které dodávají dokumentu jeho formu, jmenovitě jde o značky nadpisů (<h1>, <h2>, <h3>...) a odstavce (<p>).
- **Popisné značky** – neboli sémantické značky rozšiřují obsah dokumentu o informace, které pomáhají procházet stránky robotům vyhledávačů (<title>), ale také jedincům se zhoršenými zrakovými schopnostmi (atribut alt u obrázků).
- **Stylistické značky** – byly dříve používány pro ovlivnění vzhledu prvků na stránce (, <i>), díky převažujícím nevýhodám byly nahrazeny kaskádovými styly.

Tabulka 1: Nejčastěji používané HTML značky

Značka	Popis
<h1> až <h6>	Nadpisy 1. až 6. úrovně
	Odkaz (do uvozovek uvádíme jeho cíl)
	Obrázek (do uvozovek uvádíme zdroj)
<p>	Odstavec textu
	Seznam
	Položka seznamu
<div>	Blokový element
	Řádkový element

Zdroj: vlastní

1.4.2 XHTML

Značkovací jazyk XHTML rozšiřuje původní koncepci HTML o další funkce, ale také omezení.

Pravidla pro zápis XHTML dokumentu: [1, s. 38]

- Vždy musí být specifikovaný DOCTYPE.
- Křížení značek není dovoleno.
- Značky vytvářející obsah musí být řádně zakončeny.
- Zakončení lomítkem vyžaduje i značka bez obsahu (nepárová).

```

<!DOCTYPE html PUBLIC "">
<html>

  <head>
    <title>Titulek stránky</title>
  </head>

  <body>
    <h1>Nadpis</h1>
    <p>Odstavec textu.</p>
  </body>

</html>

```

Obrázek 1: Základní struktura dokumentu XHTML

Zdroj: vlastní

První řádek dokumentu HTML tvoří deklarace dokumentu zvaná DOCTYPE, která bude určovat, podle jaké definice bude dokument zpracováván. Od deklarace se odvíjí, v jakém režimu bude prohlížeč stránku vykreslovat a hraje také roli v ověřování validity stránek.

```

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Strict//EN"
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-strict.dtd">

```

Obrázek 2: DOCTYPE pro XHTML 1.0 Strict

Zdroj: vlastní

Následuje pomyslný základní stavební kámen, značka `<html>`, která oznamuje začátek a konec HTML dokumentu. Bezprostředně po ní následuje značka `<head>`, jenž označuje hlavičku, do které se umísťují informace charakterizující dokument. Značka `<body>` oznamuje začátek vlastního těla webové stránky, její veškerý obsah bude promítnut do okna prohlížeče.

1.4.3 CSS

CSS vzniklo v roce 1996 z důvodu omezených možností HTML, které bylo původně určeno pouze k zobrazování informací. Hlavní myšlenkou kaskádových stylů je úplné oddělení obsahu stránek od formy. Díky CSS lze rozložit webové stránky do dvou vrstev a například vytvořit úplně nový vzhled prezentace bez jediného zásahu do vrstvy obsahové. [2, s. 27]

Propojení těchto dvou vrstev zajišťuje značka `<link>` umístěná v hlavičce HTML dokumentu spolu s atributy určujícími cestu k souboru kaskádových stylů a určením pro jaké zobrazovací zařízení bude tento soubor platit. [2, s. 40]

Pro přesnější určení prvků, na které má platit nové stylování se využívá zápisu identifikátorů (*id*="navez") a selektorů tříd (*class*="navez") do existujících značek. Jejich funkčnost je obdobná, pouze identifikátor by měl být unikátní v rámci celého dokumentu, na rozdíl od tříd, jenž je možné aplikovat na více prvků zároveň.

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01//EN" "http://www.w3.org/TR/html4/strict.dtd">
<html>

<head>
  <title>Titulek stránky</title>
  <link rel="stylesheet" type="text/css" href="css/styl.css" media="all" />
</head>

<body>
  <div id="blok">
    <h1>Nadpis</h1>
    <p>Odstavec textu.</p>
    <p class="modry">Druhý odstavec textu.</p>
  </div>
</body>

</html>
```

Obrázek 3: Zápis identifikátoru a třídy

Zdroj: vlastní

Soubor kaskádových stylů obsahuje informace o tom jaké prvky budou na stránce jeho přítomností ovlivněny. Zápis se vždy skládá ze selektoru a složených závorek, uvnitř kterých jsou uvedeny vlastnosti měnící vzhled. Selektor může být určen buď značkou (*<h1>*, *<p>*), identifikátorem či třídou nebo jejich kombinací pro přesnější zápis (*div#blok*, *p.modry*).

```
div#blok {margin-top:100px;}
h1 {color:red;}
p {font-size:1em;}
p.modry{color:blue;}
```

Obrázek 4: Příklad CSS dokumentu

Zdroj: vlastní

Na uvedeném příkladu lze sledovat u druhého odstavce vlastnost kaskádových stylů, která se nazývá dědičnost. Přestože má definovanou vlastní třídu, které mění jeho barvu na modrou, dědí zároveň vlastnost, která zvětšuje jeho velikost z předchozího zápisu.

Tabulka 2: Nejčastěji používané CSS vlastnosti

Vlastnost	Popis
font-family	Definuje použitý druh písma
font-size	Určuje velikost písma
font-weight	Tloušťka písma
color	Barva písma
background	Pozadí
width	Šířka
height	Výška
float	Nastavení pro plovoucí prvek
margin	Vnější okraj
padding	Vnitřní okraj
border	Ohraničení
position	Pozicování (absolutní, relativní)
display	Zobrazení (řádkové, blokové)

Zdroj: vlastní

1.4.4 Javascript

Javascript je technologie spouštěná na straně klienta a ke zpracování vyžaduje počítač uživatele, kde se spustí. Mezi jeho přednosti patří to, že se zapisuje přímo do jazyka HTML a tím umožňuje jeho rozšíření o dynamický obsah. Přímý zápis je zároveň i nevýhodou, protože je veřejně dostupný po zobrazení zdrojového kódu, neměl by proto být používán pro zpracování citlivých informací a pouze rozšiřovat funkčnost z estetického hlediska.

Nejčastěji se využívá pro úkony závislé na čase nebo k jeho zobrazování, práci s formuláři a jejich odesíláním, zobrazování nových dialogových oken či akcích závislých na aktuální pozici kurzoru myši. [10]

Samotné skripty se zapisují do párových značek `<script>` a `</script>` a obvykle se umísťují buď do hlavičky HTML dokumentu nebo těsně před zakončením části `</body>`.

```

<!DOCTYPE html>
<html>

  <head>
  <script>
function displayDate ()
{
document.getElementById("datum").innerHTML=Date ();
}
</script>
</head>

  <body>
    <p id="datum">Odstavec textu.</p>
    <button type="button" onclick="displayDate()">Zobrazit datum</button>
  </body>

</html>

```

Obrázek 5: Zobrazení aktuálního data pomocí Javascriptu

Zdroj: vlastní

Na uvedeném příkladu lze vidět zápis kódu Javascript do hlavičky dokumentu HTML a zápis funkce, která vloží do elementu s identifikátorem „datum“ aktuální datum spolu s časem a časovým pásmem. Tato funkce je následně vyvolána pomocí kliknutí na tlačítko s přiřazenou funkcí.

1.4.5 jQuery

Knihovna jQuery je založená na jazyce Javascript a je určena pro zjednodušení skriptování na straně klienta. Nabízí širokou škálu předpřipravených skriptů, které usnadňují tvorbu živých webových stránek spolu s možností instalace zásuvných modulů.

Mezi základní funkce jQuery patří:

- Manipulace s elementy dokumentu
- Upravování struktury dokumentu
- Vytváření vizuálních efektů a animací
- Ovládání a spouštění událostí na stránce

1.4.6 PHP

PHP je programovací jazyk, který na rozdíl od popsaného Javascriptu pracuje na straně serveru, jeho zkratka je rekurzivním akronymem slovního spojení hypertextový preprocesor. Jedná se o všeobecně využívaný jazyk pro skriptování na webu a práci s databázemi. [11, s. 13]

Díky provádění zdrojového kódu na straně serveru se jazyk vyznačuje snazším zajištěním bezpečnosti a nenáročností na vybavení klienta, vše zpracuje server a na výstupu se zobrazí pouze výsledek, který interpretuje prohlížeč. Klient tak není zatěžován přenosem skriptů na jeho stranu a zároveň je tak zamezeno nahlížení do zdrojových souborů. [12, s. 16]

Pomocí PHP lze měnit, mazat a ukládat data vyskytující se na webu. V praxi se využívá například pro vytvoření opakujících se prvků webu, jako je hlavička dokumentu, hlavní navigace nebo patička. Tvorbou šablony stránek v PHP odpadá nutnost upravování těchto opakujících se částí zvlášť na každé stránce a usnadňuje tak jejich tvůrci upravování celého webu pomocí několika vkládaných souborů. [13]

```
<!DOCTYPE html>
<html>

  <head>
    <title>Ukázka PHP v praxi</title>
  </head>
  <body>
    <?php
      echo="Text, který chceme zobrazit pomocí PHP.";
    ?>
  </body>

</html>
```

Obrázek 6: Příklad zobrazení textu pomocí PHP

Zdroj: vlastní

Jazyk se zapisuje spolu s HTML značkami do společného dokumentu s příponou *.php*, kde se každý z vnořených skriptů zahajuje značkou *<?php* a ukončuje značkou *?>*. Uvnitř PHP zápisu je nutné dodržovat ukončování zapsaných řádků znakem středníku. [11, s. 20]

1.5 Vlastnosti webových stránek

Tvorba webových stránek není pouze o dokonalé znalosti syntaxe jazyků, ve kterých se vytváří, ale také o základních pravidlech, jejichž dodržováním lze dosáhnout vyšší hodnoty stránek nejen z marketingového hlediska. Zároveň může návštěvníkům pobyt na stránkách zjednodušit a příjemnit.

1.5.1 Rozvržení prvků na stránce

Rozvržení prvků na webových stránkách se vyvíjelo spolu s verzemi HTML a jeho novými možnostmi. Z počátku se využívalo rámců, které okno prohlížeče rozdělovaly na více obdélníkových částí, ve kterých se zobrazovaly samostatné HTML dokumenty. Nevýhodou tohoto řešení byla nemožnost indexace zdrojových kódů, které byly obsaženy v rámcích, a proto se od tohoto způsobu upustilo.

Nástupcem rámců se stalo rozmístování prvků na stránce pomocí tabulek, což sice částečně vyřešilo problém s indexací obsahu, ale výrazně zpomalovalo vykreslování webových stránek při nadměrném vnořování tabulek do sebe.

V dnešní době se rozvržení stránek vytváří pomocí kaskádových stylů, které dosahují rychlejšího načítání stránek a umožňují vytvářet dobře čitelný strukturovaný kód pro indexaci do internetových vyhledávačů.

1.5.2 Grafika a texty

Webové stránky by měly působit na svého návštěvníka vizuálně příjemným dojmem a pokusit se najít kompromis mezi mírou použitých grafických prvků a množstvím textu. Design by měl působit profesionálně, aby zvyšoval v návštěvníkovi pocit důvěryhodnosti a sloužit rychlému zorientování se na stránkách. Uživatel by měl být schopen okamžitě identifikovat globální navigaci webu (menu), která by se neměla v rámci celého webu pohybovat ze svého místa a vyznačovat aktuální sekci, ve které se návštěvník nachází.

Texty na webu by se měli vyznačovat stručným a výstižným obsahem, který nebude nutit návštěvníka přemýšlet svojí komplikovaností. Samozřejmostí je také gramatická správnost psaného slova a jeho pravost.

1.5.3 Přístupnost

Dodržování přístupnosti lze na webových stránkách chápat jako tvorbu obsahu přihlédnutím na rozdílné možnosti uživatelů. Jmenovitě jde o návštěvníky, kteří mohou být nějakým způsobem fyzicky handicapováni, např. lidé s poruchou zraku nebo vozíčkáři. Způsob zobrazení webových stránek by také neměl přímo záviset na použitém zobrazovacím zařízení nebo rozdílné softwarové výbavě. [14, s. 13]

Pro stránky veřejné správy a samosprávy je přístupnost uzákoněna, což neznamená, že by měla být dodržována pouze na nich. Přístupné stránky dovolují oslovit širší spektrum uživatelů a tím vytvářet větší počet obchodních příležitostí. Správně vytvořený web s ohledem na přístupnost je také snáze čitelnější pro indexaci do internetových vyhledávačů a může se tak pozitivně projevit na celkové návštěvnosti. [15]

Základní pravidla přístupných webových stránek: [14, s. 55]

- Stránky jsou použitelné i bez zobrazených obrázků, každý obrázek nese alternativní textovou informaci o své povaze.
- Pro prvky stránek volíme barvy, které jsou vůči sobě dostatečně kontrastní, a snažíme se vyhnout rušivým elementům.
- Na stránkách lze libovolně měnit velikost písma, funkčnost je zaručena pomocí definování velikosti v relativních jednotkách.
- Stránky jsou čitelné i s vypnutými kaskádovými styly, Javascriptem či jinými technologiemi rozšiřujícími jejich funkčnost.
- Stránky prezentují obsah ve stejné formě bez ohledu na použitý internetový prohlížeč.

1.5.4 Použitelnost

Za předpokladu splnění přístupnosti lze zvyšovat i použitelnost webových stránek, která se zaměřuje na zvýšení přehlednosti a srozumitelnosti obsahu. Návštěvník by se měl po dobu pobytu na stránkách cítit příjemně a snadno se na nich orientovat, aby našel požadované informace. Při tvorbě stránek je nutné klást důraz na zachování zažitých zvyklostí, které panují mezi uživateli, příkladem je podtržení hypertextových odkazů nebo používání firemního loga pro návrat na úvodní stranu. [16]

Základní pravidla použitelných webových stránek:

- Forma by neměla být příliš výrazná a převyšovat tak informativní hodnotu obsahu.
- Globální navigace nemění svoji polohu, návštěvník vždy ví, na jaké stránce se právě nachází.
- Webové stránky zásadně nemění svoje rozvržení a rozmístění prvků zachovává logické uspořádání.
- Texty jsou na stránkách přehledně členěny do nadpisů a odstavců.
- Stránky se v prohlížeči rychle načítají a vykreslují.

1.5.5 Validita

Validita webových stránek vypovídá o správnosti zdrojového kódu a do určité míry zaručuje správnost jejich zobrazení v rozdílných internetových prohlížečích. Validní kód je také snazší pro zpracování internetovými vyhledávači a příznivě ovlivňuje použitelnost webových stránek. U větších projektů pomáhá validita při orientaci ve zdrojovém kódu a usnadňuje případné úpravy.

1.5.6 Povinné údaje na webu

Stránkám, které slouží jako prezentace podnikajících fyzických nebo podnikatelských osob je dle paragrafu § 13a obchodního zákoníku ukládána povinnost uvádět identifikační údaje. Jedná se o tytéž údaje, které podnikatel uvádí na svých fakturách nebo smlouvách v rámci obchodního styku. Povinnost uvádět identifikační údaje se týká i stránek nabízející obsah v cizím jazyce. [17]

Povinné identifikační údaje vyplývající z paragrafu § 13a obchodního zákoníku:

- Jméno nebo název
- Sídlo nebo místo podnikání
- Identifikační číslo
- Podnikatelé zapsaní v obchodním rejstříku musí uvést též údaj o tomto zápisu (včetně spisové značky)
- Podnikatelé, kteří v obchodním rejstříku nejsou, musí zveřejnit údaj o zápisu do jiné evidence, ve které jsou zapsáni (nejčastěji tedy živnostenský rejstřík)
- Údaj o výši základního kapitálu lze na stránkách mít pouze v případě, že již byl zcela splacen

1.6 Optimalizace

Při tvorbě webových stránek se lze zaměřit na mnoho aspektů, které je možné optimalizovat. Při kladení důrazu na kvalitně odvedenou optimalizaci se může tato snaha posléze proměnit v konkurenční výhodu.

1.6.1 Optimalizace pro vyhledávače (SEO)

SEO patří mezi nejznámější z disciplín optimalizace, zaměřuje se na tvorbu kvalitního obsahu. Soustředěním se na jeho vytvoření již od začátku si lze usnadnit práci s optimalizací za chodu a posléze stačí pouze analyzovat a ladit pomocí drobných změn. Cílem optimalizace by neměla být pouze přední pozice ve vyhledávačích, ale také záruka toho, že návštěvník na stránkách skutečně najde to, co hledal a posléze se přeměnil v zákazníka. [18, s. 83]

1.6.1.1 Klíčová slova

Klíčová slova jsou slova nebo sousloví, která uživatel zadává do internetového vyhledávače při vyhledávání informací o předmětu jeho zájmu. Volba vlastních klíčových slov by měla respektovat relevantnost k obsahu webových stránek, tak aby návštěvníci skutečně našli to, co hledali a frekvenci v jaké jsou uživateli vyhledávaná. Frekventovanost vyhledávání slov vypovídá o pojmech, které lidé využívají při hledání a lze ji určit například pomocí zdarma dostupných nástrojů Google Trends a statistiky hledanosti ve vyhledávači Seznam.cz. Do výběru vhodných slov je třeba zohlednit i synonyma, slangové výrazy a pojmy charakteristické pro danou lokalitu. [19]

Při vytváření webových stránek je správnou cestou výběr menšího počtu klíčových slov, které je budou reprezentovat a jejich úprava do prvního pádu. Využívání zvolených slov by nemělo překročit únosnou míru a nepůsobit příliš výrazně, prioritou by měla vždy zůstat čitelnost pro návštěvníka. Důležitost zvolených slov je možné vyzdvihnout jejich využitím v nadpisech a odkazech. [20]

Podrobnější výpis využití nabízí následující kapitola.

1.6.1.2 SEO faktory na stránkách (On-page)

SEO faktory na stránkách lze chápat jako prvky, které jsou obsaženy přímo ve zdrojovém kódu. Mezi tyto faktory se řadí především: [18, s. 97]

- URL stránky
- Titulek stránky
- Popis stránky
- Nadpisy h1-h4
- Zvýrazněná klíčová slova
- Popis obrázků
- Text stránky
- Validní kód

1.6.1.3 SEO faktory mimo stránky (Off-page)

Naopak SEO faktory mimo stránky se přímo na stránkách nenachází, jsou to vlivy z vnějšího prostředí na danou stránku. Do off-page faktorů spadá: [18, s. 101]

- Indexace
- Počet zpětných odkazů
- Pagerank

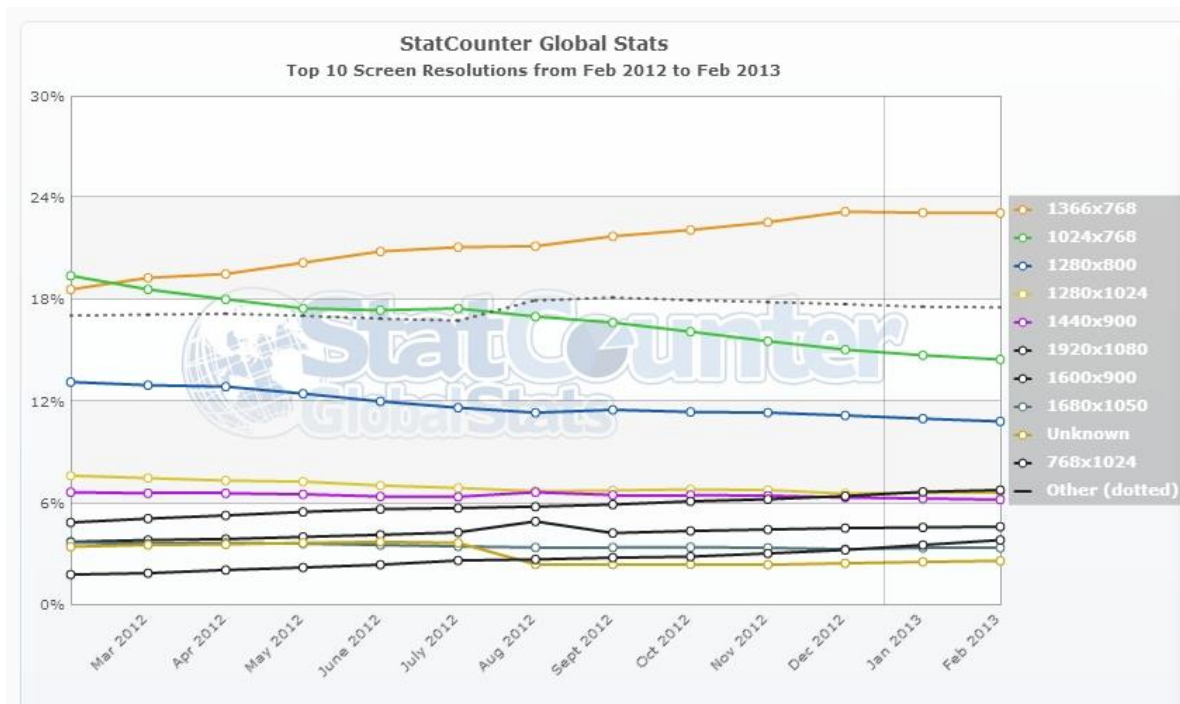
Indexace je proces zápisu dat do databáze vyhledávače a vyhodnocení důležitosti slov nacházejících se na stránkách a jejich vztahů.

Počet zpětných odkazů ovlivňuje vnímání stránky z pohledu internetového vyhledávače. Platí, že pokud jsou stránky doporučovány z vnějšího prostředí, tak se tím zvyšuje jejich hodnota.

Pagerank je algoritmus pro hodnocení důležitosti stránek na stupnici od 0 do 10. Kromě počtu odkazujících stránek se počítá i s hodnotou odkazujících.

1.6.2 Optimalizace pro zobrazovací zařízení

Napříč uživateli internetu není možné zajistit u každého z nich takové podmínky, které by zaručily, že se budou internetové stránky zobrazovat u všech tak, jak bylo zamýšleno při jejich tvorbě. Jednotliví uživatelé totiž využívají zobrazovacích zařízení s různým rozlišením obrazovky.



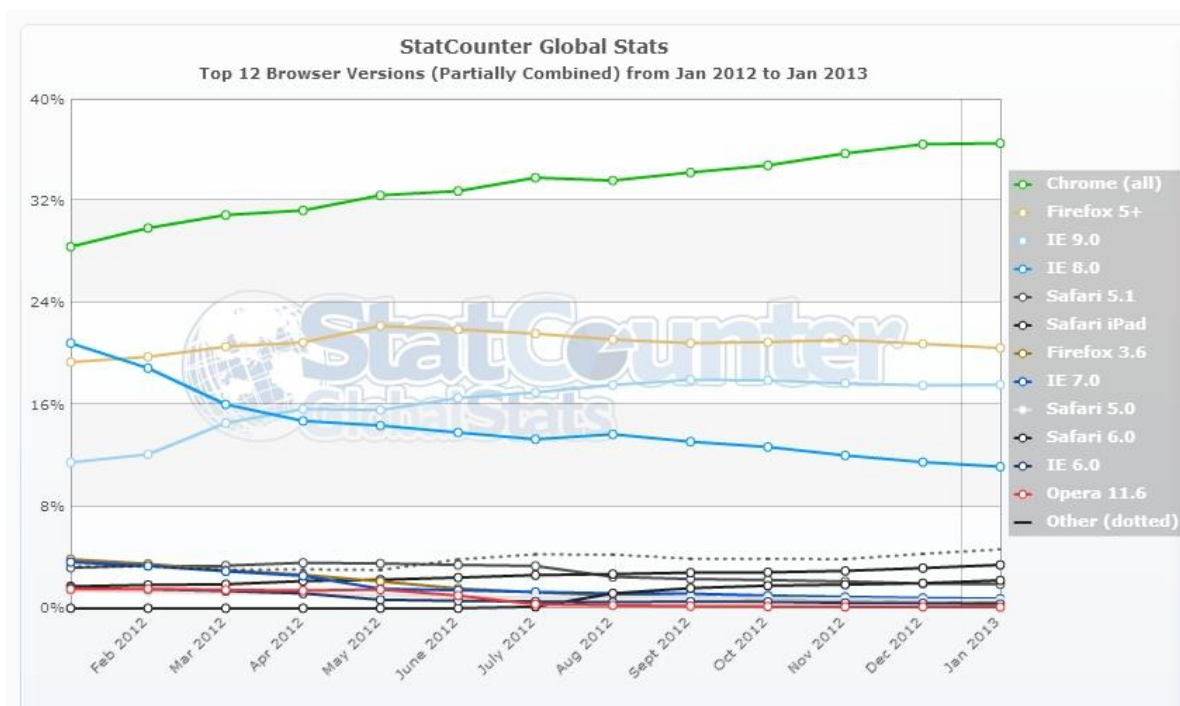
Obrázek 7: Rozlišení obrazovky uživatelů internetu

Zdroj: [21]

Z grafu, který sleduje období jednoho roku od února 2013 vyplývá, že rozlišení 1024x768, které bylo po dlouhou dobu nejpoužívanějším je aktuálně na ústupu před širokoúhlým rozlišením 1366x768.

1.6.3 Optimalizace pro prohlížeče

Vytvoření validních stránek samo o sobě nezaručuje, že se stránky budou zobrazovat ve všech prohlížečích stejně. Nesrovnalosti jsou způsobeny odlišnými vykreslovacími jádry prohlížečů.



Obrázek 8: Zastoupení prohlížečů u uživatelů internetu

Zdroj: [22]

V dnešní době se mezi nejpoužívanější prohlížeče řadí Google Chrome, Mozilla Firefox a Internet Explorer ve verzích 8.0 a 9.0. Optimalizace by se tedy měla soustředit na stejné uživatelské rozhraní právě v těchto prohlížečích.

1.7 Webhosting

Webhosting je pronájem diskového prostoru na serveru webhostingové společnosti za poplatek, jenž se odvíjí od velikosti využívaného prostoru a množství doplňkových služeb na serveru. Webhosting nabízí způsob umístění webových stránek na internet bez nutnosti pořizovat vlastní server čímž snižuje náklady na zlomek ceny. Hlavní nevýhodou je riziko poruchy serveru u poskytovatele a s ní spojená nedostupnost stránek po dobu trvání poruchy.

1.8 Propagace na internetu

Marketingové nástroje se na internetu se vyznačují především možností přesného zacílení na konkrétní skupinu lidí, měřitelností a relativní finanční nenáročností. [18, s. 141]

1.8.1 Plošná reklama

Jednou z možností reklamy je plošné umístění tzv. banneru, který má obvykle podobu nějakého reklamního proužku nebo tlačítka s poutavým vzhledem pro oko návštěvníka. Mezi plošnou reklamou se řadí i využívání vyskakovacích oken, velice neoblíbená metoda, která odporuje pravidlům přístupnosti. [18, s. 151]

1.8.2 Marketing v internetových vyhledávačích

Tento způsob se také označuje jako PPC reklama, marketér platí pouze za návštěvníky, kteří se kliknutím na odkaz dostali na propagované stránky. V porovnání s plošnou reklamou se tato reklama zobrazuje pouze lidem, kteří hledají související obsah a je tak lépe cílená. PPC reklama je vhodný nástroj pro efektivní a rychlé získání nových návštěvníků.

Nejpoužívanějšími PPC systémy jsou v našem prostředí Google Adwords a Sklik od společnosti seznam. Adwords je nejrozšířenějším na celém světě a reklamu zobrazuje i na několika dalších vyhledávačích a partnerské síti Adsense. Sklik nabízí víceméně srovnatelné prostředí a svoji reklamu zobrazuje na webech společnosti Seznam.

1.8.3 Zápis do katalogů

Registrací do katalogů lze snadno získat zpětné odkazy na stránky. Hodnota takto získaných odkazů se však může lišit, užitečné je proto volit pouze úspěšné katalogy a zařazovat zápis do správných kategorií.

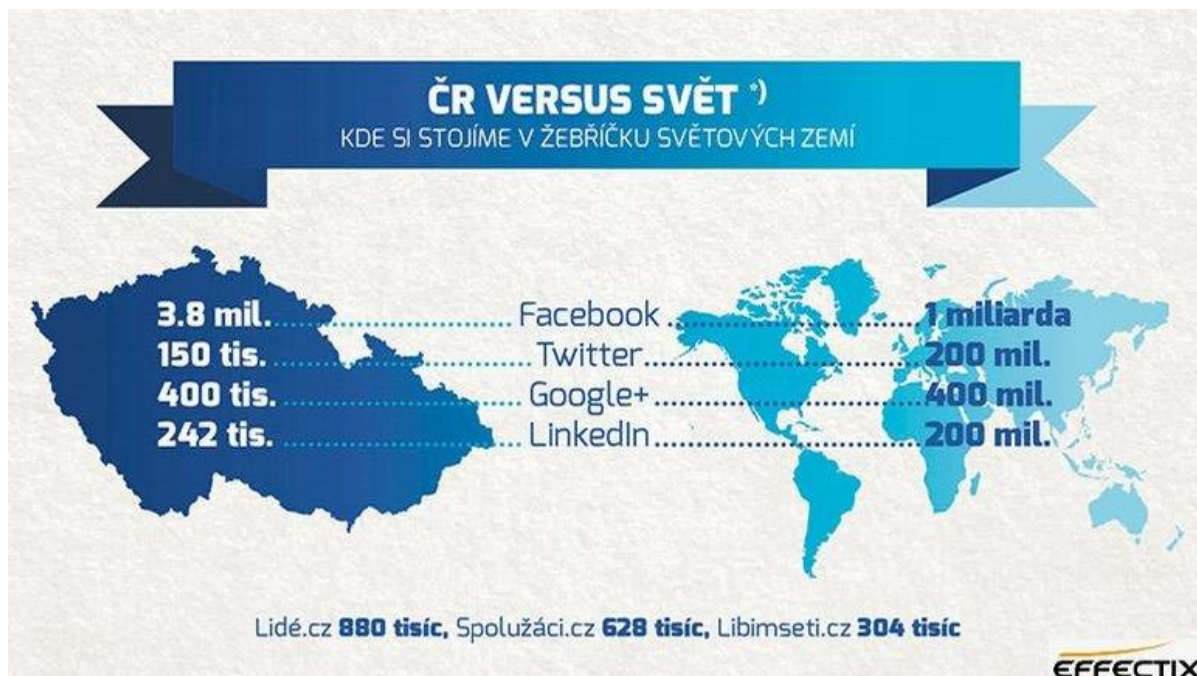
Mezi úspěšné katalogy, do kterých má smysl zapisovat patří:

- [Firmy.cz](#)
- [Adresář firem Google](#)
- [Najisto.cz](#)
- [Sluzby.cz](#)

1.8.4 Sociální sítě

Sociální sítě jsou internetová média, v nichž obsah vytvářejí jejich uživatelé a navzájem ho mezi sebou sdílejí. Jedná se dynamicky se vyvíjející oblast, jejíž obsah se neustále mění. V porovnání s tradičními médii však neslouží pouze k propagaci, ale také k oboustranné komunikaci se zákazníky. [18, s. 210]

V České republice je nejrozšířenější sociální sítí Facebook, který firmám umožňuje si vytvářet své profily, prostřednictvím nichž poté komunikují se svými fanoušky. Komunikovat lze sdílením příspěvků, fotek, videí nebo vytvářením událostí.



Obrázek 9: Sociální sítě v Česku

Zdroj: [23]

Druhou sítí s nejvyšším zastoupením je Google Plus, ta nabízí na první pohled srovnatelné funkce a profil je zde založen souběžně s registrací do adresáře firem Google. LinkedIn zaujímá třetí pozici a slouží především jako burza práce a prostor pro diskusi na odborné úrovni. Čtvrté místo v zastoupení zaujímá síť Twitter, ten slouží pro sdílení krátkých zpráv a vytváření mikroblogů.

1.9 SWOT analýza

SWOT analýza slouží k identifikaci vnitřních stránek podniku, pod které patří silné (Strengths) a slabé (Weaknesses) stránky a z vnějších vlivů příležitosti (Opportunities) spolu s riziky (Threats). Zpracovaná analýza naskýtá pohled na současné fungování firmy a umožňuje lepší pochopení souvislostí. Z nich lze vytvořit její hodnocení a následně určit strategii pro budoucí rozvoj. [24]

2 ANALÝZA PROBLÉMU A SOUČASNÉ SITUACE

2.1 Základní informace o společnosti Ranch Babice, s.r.o.

Název společnosti: RANCH BABICE, s.r.o.

Sídlo: Babice 27, 675 44

IČO: 28275055

DIČ: CZ28275055

Datum založení: 3. března 2008

Základní kapitál: 480000 Kč

Společnost byla založena v roce 2008 za účelem podnikání dvěma fyzickými osobami, jmenovitě Hanou Mastnou a Henrim Wilhelmem Johannesem Straubem. Hlavní podnikatelskou činností bylo provozování rodinného penzionu v klidné obci Babice u Třebíče. V současné době disponuje ubytovací komplex kapacitou pro 26 osob a celoročně nabízí konferenční místnost s vlastním barem. V letním období je návštěvníkům k dispozici velký bazén, jízda na koni nebo zprostředkování exkurzí po přílehlém okolí.



Obrázek 10: Logo společnosti Ranch Babice

Zdroj: [25]

2.2 SWOT analýza

Analýza společnosti Ranch Babice, s.r.o. byla sestavena na schůzce s jednatelem spolu se stanovováním cílů projektu.

Silné stránky

- klidné ubytování na venkově
- vysoká kvalita poskytovaných služeb
- velikost ubytovacích jednotek a přítomnost vlastní kuchyně
- přítomnost velkého bazénu
- vzdálenost od mezinárodní silnice
- mnoho turistických destinací v přílehlém okolí

Příležitosti

- možnost prezentovat penzion také jako ubytování v soukromí
- získání více obchodních partnerů v zahraničí

Slabé stránky

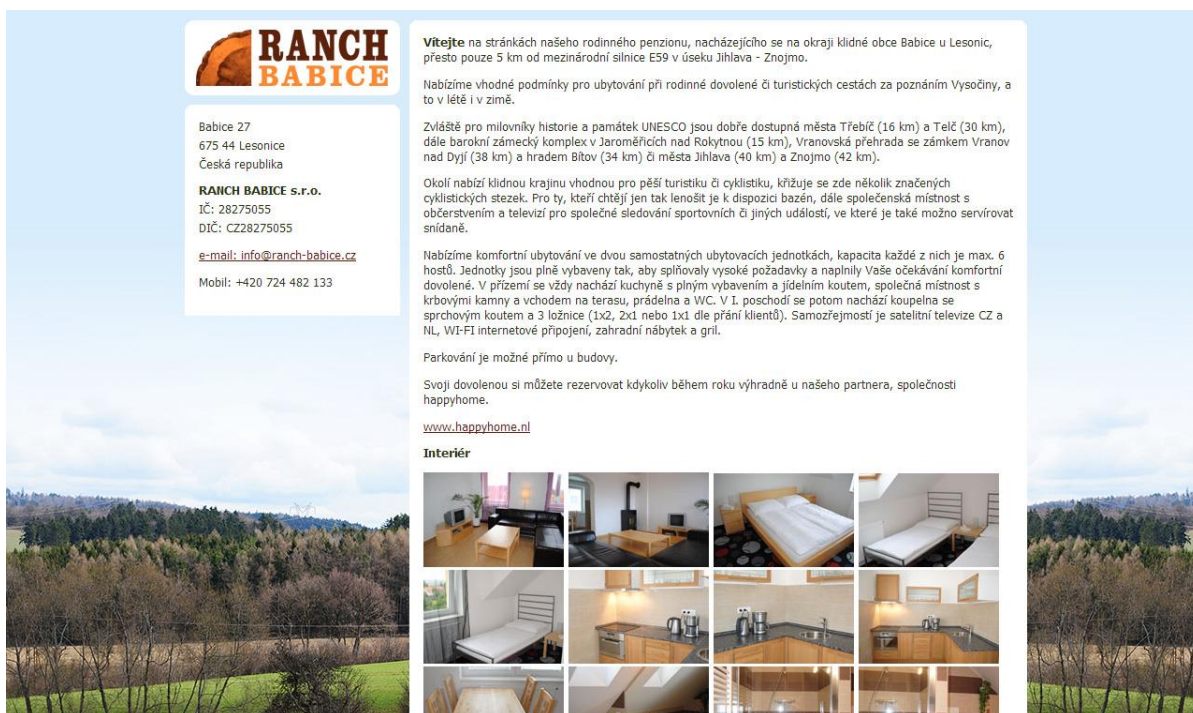
- nedostatečný rozsah webové prezentace
- absence restaurace
- výhradní zastoupení v Nizozemí pouze jednou společností
- vysoká zadluženost

Hrozby

- nízké tržby po čas zimní sezóny
- cena ubytování může být pro české návštěvníky příliš vysoká

2.3 Analýza současných webových stránek

Současné webové prezentace společnosti plní funkci pouhé vizitky, nachází se zde základní informace o společnosti, kontaktní údaje a několik odstavců nestrukturovaného textu, jež je doplněn o fotografie ubytovacích jednotek. Přestože současné stránky působí graficky příjemně především díky použitému pozadí, lze jim vytknout mnoho faktorů, které nejsou z pohledu návštěvníka patrné.



Obrázek 11: Stávající webová prezentace

Zdroj: [25]

Důkladná analýza webové prezentace odhalila větší množství nedostatků, které byly pravděpodobně způsobeny nedostatkem času na její zpracování nebo neznalostí postupů, které vedou ke zviditelnění se na internetu.

Výstup analýzy nedostatků současné webové prezentace:

- Absence deklarovaného DOCTYPE
- Nedostatečně obsáhlý titulek stránek
- Nevyplněná meta data v hlavičce webu
- Zápis in-line kaskádových stylů v dokumentu
- Nevyužití nadpisů h1,h2...
- Text je prezentován nezajímavou formou
- HTML dokument není validní
- Zákonné informace jsou na stránkách neúplné

Uvedený výčet pouze potvrzuje tvrzení, že stránky jsou pouhou vizitkou a mají tak co nabídnout pouze návštěvníkům, kterým je přístup na stránky zprostředkován třetí stranou. Z pohledu optimalizace pro internetové vyhledávače jsou tyto stránky jen stěží čitelné.

2.4 Analýza konkurenčních webových stránek

V přílehlém okolí se nachází několik penzionů a hotelů, převážně jsou však soustředěny do větších měst jako Třebíč, Moravské Budějovice nebo Jaroměřice nad Rokytnou. Ranch Babice se zaměřuje na ubytování v klidném prostředí venkova, z tohoto pohledu jsou nejbližším konkurentem Vinařské centrum Sádek, které mimo ubytování provozuje také restauraci a pořádá kulturní program. Další konkurent je penzion nesoucí jméno Privát Vysočina nabízející obdobné služby jako Ranch Babice avšak ne v takové míře.

První ze zmíněných konkurentů disponuje graficky poutavými stránkami, které počítají i se zahraničními návštěvníky. Stránky jako celek se však zabývají především problematikou vinařství a zmínka o ubytování není na první pohled vůbec zřetelná. Po technické stránce lze stránkám vytknout neúplnou validitu, nedostatečné využití nadpisů a přítomnost nějakého rozcestníku na úvodní stránce, který by informoval a nabízených službách.



Obrázek 12: Webová prezentace Vinařství Sádek

Zdroj: [26]

Druhý nejbližší konkurent, kterým je Privát Vysočina se prezentuje pomocí stránek vytvořených službou Webnode.cz. Na první pohled je zřejmé, že jde o obecnou šablonu, která neoplývá příliš grafickými prvky. Ze zdrojového kódu lze vyčíst mnoho nedostatků, jež

dokazují o správci neznalost zásad tvorby webových stránek, hlavním nedostatkem je úplné vynechání nadpisu h1 či přítomnost in-line kaskádových stylů.



Obrázek 13: Webová prezentace Privát Vysočina

Zdroj: [27]

Z provedené analýzy, která se zaměřila na webové stránky nejbližších konkurentů lze usoudit, že mají nedostatky, díky jimž lze získat po řádném dokončení nových webových stránek konkurenční výhodu.

2.5 Požadavky na nové webové stránky

Poznatky z předešlých analýz byly prezentovány na schůzce se zadavatelem a byl určen směr, jakým se bude vyvíjet budoucí tvorba vlastních webových stránek. Ty by se měly zaměřovat především na efektivní prezentaci poskytovaných služeb a vytvářet zázemí pro přeměnu návštěvníka na zákazníka.

Jednotlivé požadavky jsou vyjádřeny v následujících bodech:

- **Grafický design** – vytvoření návrhu, který bude respektovat barvy již existujícího loga a bude korespondovat s obsahem.
- **Struktura webu a navigace** – navržení optimální formy pro prezentovaný obsah a srozumitelné navigace.

- **Obsah stránek** – navržení srozumitelného členění dodaných textů a jejich doplnění o fotografie.
- **Vícejazyčný web** – stránky budou po dokončení dostupné minimálně ve dvou jazykových mutacích a připravené na rozšíření o další v budoucnosti.
- **Technické zpracování** – dodržení standardů v oblasti tvorby webových stránek a validity.
- **Přístupnost a použitelnost** – dodržení obecných pravidel pro udržení návštěvníků na stránkách.
- **Optimalizace** – efektivně využívat známých praktik pro zvýšení konkurenceschopnosti webových stránek.
- **Dlouhodobá spolupráce** – zadavatel požaduje navázání spolupráce, za účelem zkvalitňování a aktualizace webu.

3 NÁVRH VLASTNÍHO ŘEŠENÍ

Při vytváření návrhu vlastního řešení budu vycházet z teoretického zázemí popsaného v první kapitole a zohledním poznatky získané v provedené analýze, která je popsána v kapitole druhé.

Po zhodnocení požadavků jsem zadavatele zasvětil do možností jak vytvářet webové prezentace spolu s výhodami a nevýhodami jednotlivých řešení. Vzhledem k předpokládané dlouhodobé spolupráci neprojevil zájem o možnost si stránky upravovat sám a upřednostnil variantu, kdy budu za případné úpravy sám odpovědný.

Rozhodl jsem tak pro vytvoření návrhu dynamického webu, který sice bude návštěvníkovi prezentovat statické stránky, ale díky svému řešení ušetří při budoucích úpravách mnoho času, jež by zabralo upravování každé ze statických stránek zvlášť.

3.1 Softwarové vybavení

Webové stránky je možné vytvářet pomocí širokého spektra programů, které vyžadují po autorovi různou hloubku znalostí problematiky. Většinou platí, že software nákladnější na pořízení výrazně ulehčuje samotnou tvorbu, ale zároveň obsahuje mnoho funkcí, pro které ani nemusí tvůrce nalézt uplatnění. Právě z tohoto důvodu jsem volil zdarma dostupný software, přestože obvykle vyžaduje osvojení specifických postupů pro daný program.

3.1.1 Grafický editor

Tvorbu designu webových stránek jsem zahájil v grafickém editoru **GIMP**, jenž by se dal označit za zdarma dostupnou variantu profesionálního nástroje Adobe Photoshop. Při práci s editorem jsem hojně využíval možnosti umístění objektů do samostatných vrstev a nastavení různých úrovní krytí.

3.1.2 Editor zdrojového kódu

Zdrojový kód jsem se rozhodl vytvářet v textovém editoru **Notepad++**. Mezi jeho funkce patří zvýraznění syntaxe několika jazyků, automatické dokončování a nahrávání maker. Velice přínosné bylo při vývoji záložkové řešení právě otevřených dokumentů, což značně usnadňovalo práci s celým webem.

3.1.3 Internetové prohlížeče

Vytvořené webové stránky jsem podrobil testování v běžně používaných prohlížečích, kterými jsou **Google Chrome**, **Mozilla Firefox**, **Opera** a různé verze prohlížeče **Internet Explorer**. Poslední jmenovaný je nechvalně známý rozdíly ve vykreslování stránek napříč jeho verzemi, avšak v systému je možné mít nainstalovanou právě jednu. Tento problém jsem vyřešil pomocí programu **IE Tester**, který jednotlivé verze simuluje.

3.1.4 FTP klient

Dokončené webové stránky jsem umístil na internet prostřednictvím programu **WinSCP**, který zajistil bezpečné přenos mezi lokálním a vzdáleným počítačem.

3.2 Struktura webu

Spolu se zadavatelem byla po dodání textových podkladů konzultována optimální forma struktury webových stránek, kterou bylo potřeba teprve vybudovat, protože původní stránky žádnou neobsahovaly. Výstupem této schůzky bylo logické uspořádání informací do jednotlivých sekcí.

Návrh struktury navigace:

- **Úvod** – uvítání návštěvníka
- **Ubytování** – nabídka ubytování
- **Exkurze** – možnost navštívení přilehlých míst
- **Naši hosté** – zkušenosti hostů s penzionem
- **Kontakt** – kontaktní údaje

Takto navržená struktura bude dostupná minimálně ve dvou jazycích, jejichž přepnutí bude viditelně nabídnuto v rámci hlavní navigace.

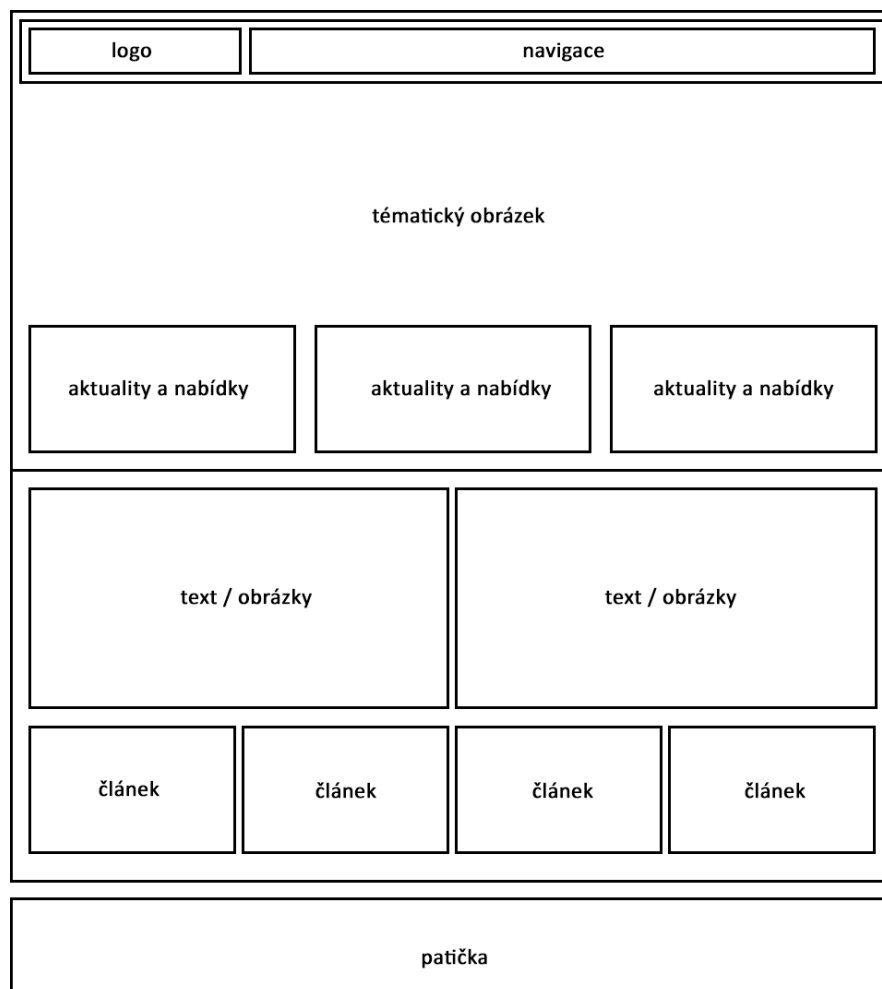
3.3 Skica webu

Pro urychlení budoucích grafických prací jsem se rozhodl realizovat blokové rozvržení prvků pomocí skici webu, díky které budu minimalizovat rozdíl mezi požadovaným zadáním a konečným výsledkem.

Webové stránky budou rozloženy takovým způsobem, aby si návštěvník okamžitě všiml loga společnosti, vedle kterého bude umístěno přepínání jazyků spolu s hlavní navigací.

Následovat bude tematický obrázek specifický pro aktuální polohu na stránkách a prostor pro zobrazení aktuálních nabídek. Za takto navrženým záhlavím bude část obsahová a patička.

Na obrázku uvádím skicu úvodní stránky, která byla vytvořena po konzultaci na schůzce se zadavatelem.



Obrázek 14: Skica úvodní stránky webu

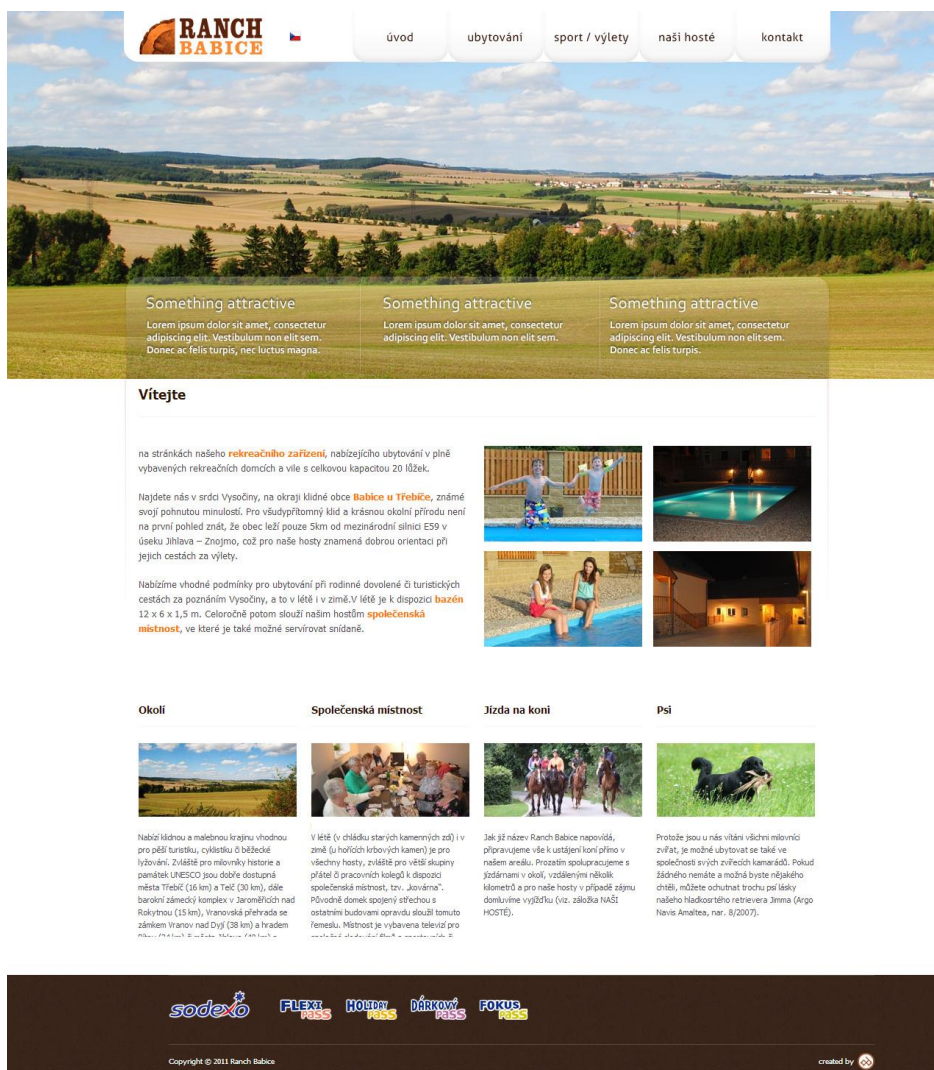
Zdroj: vlastní

3.4 Grafický návrh

Při tvorbě grafického návrhu webových stránek jsem se zaměřil především na čistotu designu a přehlednost. Pro jednotlivé prvky jsem se snažil využívat barev vycházejících z logotypu společnosti. Po umístění tematického obrázku spolu s těmi, které obohacují text jsem se rozhodl ponechat pozadí stránky bílé, abych předešel nadměrnému použití grafických prvků, jež by odváděly pozornost od obsahu, nebo ztěžovaly jeho čitelnost.

Díky malému počtu položek v hlavní navigaci jsem si mohl dovolit vytvořit dostatečně velké odkazy, jež jsou díky tomuto lépe čitelné. Pro zvýšení přehlednosti budou tyto odkazy po přejetí kurzorem myši měnit svoji barvu a oznamovat aktuální pozici na webu.

Po odsouhlasení se grafický návrh rozřeže na jednotlivé části, které se uloží ve formátu vhodném pro využití na webu.



Obrázek 15: Grafický návrh úvodní stránky

Zdroj: vlastní

3.5 Kódování

3.5.1 HTML struktura

Kódování webových stránek jsem zahájil tvorbou úvodní strany, která poté poslouží jako výchozí bod pro vytvoření dalších sekcí.

3.5.1.1 Hlavička dokumentu

Dokument jsem se rozhodl vytvořit v definici XHTML Strict 1.0, která zaručí čistotu vytvořeného kódu a kompatibilitu s dnes využívanými prohlížeči.

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Strict//EN"  
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-strict.dtd">
```

Následuje kořen dokumentu, značka `<html>` s atributy nesoucími informace o tom, že stránka bude v českém jazyce a hlavička `<head>`. V hlavičce se nachází titulek stránky a definice znakové sady, pro kterou jsem se rozhodl použít UTF-8, což je aktuálně nejmodernější kódování určené pro všechny světové jazyky. Posledním prvkem, který se nachází v hlavičce je značka `<link>` pro připojení externího souboru s kaskádovými styly.

V této fázi hlavička obsahuje vše pro zaručení základní funkčnosti, avšak pro použití na internetu by byl tento zápis nedostatečný, a proto se k zápisu hlavičky ještě vrátím při optimalizaci webových stránek pro vyhledávače.

```
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" lang="cs" xml:lang="cs">  
<head>  
<title>Ranch Babice</title>  
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8"/>  
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="css/default.css" media="all"  
</head>
```

3.5.1.2 Tělo dokumentu

V samotném těle dokumentu jsem za značku `<body>` vytvořil *div* s identifikátorem *site*, který uzavírá celé stránky do bloku, tak aby bylo možné nastavit jejich šířku a umístění. Následuje *div* identifikovaný jako *header*, jež obsahuje nadpis `<h1>`, který je zároveň odkazem na úvodní stranu a samotný text je uzavřený do řádkových elementů ``, díky nimž bude možné efektivně nahradit text za logo nesoucí stejný význam a nepřijít zároveň o informační hodnotu pro roboty vyhledávačů. Po logu zápis pokračuje *divem flags*, jehož obsah bude sloužit pro přepínání mezi dostupnými jazyky pomocí odkazů tvořenými vlajkami. Posledním a neméně důležitým prvkem je neuspořádaný seznam vytvářející hlavní navigaci na stránkách.

Zdrojový kód pokračuje divem *bar*, v němž budou a aktuální nabídky, *main* pro zobrazení informací charakteristických pro sekci, ve které se návštěvník nachází a patička *bottom*.

3.5.2 Kaskádové styly

Před zahájením stylování jsem na začátek souboru s kaskádovými styly umístil tzv. reset, díky kterému získám lepší kontrolu nad výsledným vzhledem v odlišných internetových prohlížečích. Zápis obsahuje především vynulování vnitřních a vnějších okrajů nejčastěji využívaných prvků, zrušení ohraničení obrázků a nastavení rodiny použitých písem. Viz Příloha 1: CSS reset.

3.5.2.1 Rozvržení stránek

Tvorbu rozvržení stránky pomocí kaskádových stylů jsem zahájil zarovnáním ohraničujícího divu na střed a určením jeho šířky na 960 pixelů, což je dostatečná hodnota pro zobrazení napříč různými zobrazovacími zařízeními a zároveň je dobře dělitelná při nutnosti rozdělení stránky na sloupce. Pro záhlaví jsem nastavil výšku a pozadí obrázku z nařezané grafiky. Z odkazu uvnitř nadpisu `<h1>` jsem vytvořil blokový element s definovanou šířkou a výškou, tak abych mu mohl nastavit pozadí, které bude zobrazovat logo společnosti. V této fázi se zobrazí před logem ještě text nadpisu, toho jsem se zbavil pomocí umístění textu do prvku `` a zrušením jeho viditelnosti. Hlavní navigace tvořená pomocí neuspořádaného seznamu má pro své položky nastavené plovoucí umístění na levou stranu, tak aby bylo dosaženo horizontálního uspořádání místo výchozího vertikálního. Obdobným způsobem je docíleno umístění bloku s vlajkami spolu s určením pozice mezi logo a navigací. Viz Příloha 2: CSS layout.

3.5.2.2 Verze pro tisk

Při kódování stránek jsem zohlednil i uživatele, kteří by si mohli chtít vytisknout webové stránky. Verzi pro tisk zajišťuje externí stylopis s atributem `media="print"`.

```
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="css/print.css" media="print" />
```

Do nově vytvořeného souboru kaskádových stylů jsem uvedl zápis, jenž zakazuje zobrazení navigačních prvků, které by na papíru postrádaly smysl. Naopak text hlavního nadpisu bylo třeba opět povolit. Tímto jednoduchým zápisem jsem docílil vytvoření tiskové verze, která obsahuje pouze podstatné informace. Viz Příloha 3: CSS verze pro tisk.

3.6 Využití Javascriptu

Javascript bude na stránkách sloužit návštěvníkům především pro zvětšování obrázků a to pomocí nástroje jménem FancyBox, který po kliknutí přenáší obrázek do popředí a překrývá tak webové stránky. FancyBox je nástroj postavený na knihovně jQuery a pro správnou funkčnost musí být deklarována spolu se soubory Fancyboxu v hlavičce dokumentu.

Efektu zvětšení se dosáhne uzavřením obrázku do značek s odkazem na jeho umístění a přidáním nadefinované třídy, v tomto případě jménem *fancybox*.

```
<a href="gfx/ranch.jpg" class="fancybox">

</a>
```

Z pohledu správce webových stránek bude Javascript sloužit pro sledování pohybu návštěvníků na stránkách a následné tvorbě statistik. Pro tento účel jsem zvolil nástroj Google Analytics, který sice pracuje na serverech Googlu, ale po registraci nabídne vygenerování sledovacího kódu, pomocí kterého bude odesílat na tyto servery získaná data o návštěvnosti. Tento kód je posléze nutné zařadit do všech stránek.

```
<script type="text/javascript">
var _gaq = _gaq || [];
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-22181415-1']);
_gaq.push(['_trackPageview']);
(function() {
var ga = document.createElement('script'); ga.type = 'text/javascript';
ga.async = true;
ga.src = ('https:' == document.location.protocol ? 'https://ssl' :
'http://www') + '.google-analytics.com/ga.js';
var s = document.getElementsByTagName('script')[0];
s.parentNode.insertBefore(ga, s);
})();
</script>
```

Abych usnadnil návštěvníkům procházení a především urychlil načítání ostatních stránek, umístil jsem do zdrojového kódu funkci, která po úspěšném načtení otevřené stránky začne stahovat obrázky pozadí ostatních stran.

3.7 Využití PHP

3.7.1 Vytvoření šablony stránek

S dokončenou úvodní stranou jsem analyzoval zdrojový kód a určil jeho části, které se budou opakovat na každé stránce v rámci celé prezentace. Jednotlivé úseky kódu jsem rozdělil na následující soubory:

- **head.php** – meta tagy, připojení externích stylů a deklarace skriptů
- **header.php** – logo stránek, hlavní navigace a aktuální nabídka
- **bottom.php** – patička webu
- **scripts.php** – pomocné skripty

Stránku rozdělenou na příslušné části jsem poté složil do původního stavu pomocí příkazu *include*, který slouží pro vložení obsahu ze souboru.

```
<head>
<?php include "include/head.php"; ?>
</head>

<body>
<div id="site">
<?php include "include/header.php" ?>
<div id="main"></div>
</div>
<?php include "include/bottom.php"; ?>
<?php include "include/scripts.php"; ?>
</body>
```

Soubor PHP šablony jsem následně duplikoval, dokud sem neměl počet souborů odpovídající sekcím a příslušně je pojmenoval. Obsahu, které bude unikátní pro každou sekci jsem v šabloně vyhradil *div* s identifikátorem *main*.

3.7.2 Hlavní navigace

Za účelem rozšíření funkčnosti stránek jsem vytvořil další soubor určený pro proměnné a umístil ho na úplný začátek dokumentů, před značku *<html>*.

```
<?php include "include/variables.php"; ?>
```

Do nového souboru jsem umístil proměnnou, která bude nabývat hodnoty rovnající se názvu aktuálně otevřeného souboru, pomocí níž bude možné ovlivňovat vzhled položky hlavní navigace za účelem vyznačení aktivní sekce webu.

```
$page = basename($_SERVER['SCRIPT_NAME']);
```

Každá z položek hlavní navigace obsahuje skript, který ověřuje rovnost proměnné se zapsaným názvem souboru, jež jí odpovídá. V případě rovnosti dojde k zapsání selektoru třídy, který zabezpečí změnu atributů na požadované hodnoty.

```
<li class="of"><a href="ubytovani.php" <?php if ($page == 'ubytovani.php')
{ ?>class="act"<?php } ?><span>Ubytování</span></a></li>
```

3.7.3 Nadpis stránek

Dále jsem pro PHP našel využití v nadpisu stránek `<title>`, kde se vyskytuje po názvu právě otevřené stránky vždy shodný obsah. Definoval jsem tak proměnnou, která obsahuje opakující se řetězec.

```
$title="Penzion Ranch Babice u Třebíče - Ubytování v srdci kraje Vysočina
";
```

A umístil do nadpisu příkaz `echo`, který tento řetězec z proměnné vypíše. Tímto řešením jsem si zároveň zajistil jednodušší úpravy související s optimalizací pro vyhledávače.

```
<head><title>Ubytování<?php echo $title; ?></title>
```

3.7.4 Kontaktní formulář

Kontaktní formulář slouží návštěvníkovi pro rychlé vytvoření zprávy bez nutnosti spouštění svého vlastního emailového klienta. Formulář je tvořen dvěma vstupními poli, oblastí pro text a tlačítkem pro odeslání zprávy. Proces odeslání zprávy předchází ověření vyplněných polí jazykem Javascript a PHP skriptem na zjištění přítomnosti znaků, které spamoví roboti vkládají do zpráv.

3.8 Plnění stránek obsahem

PHP šablona se mi stala základem pro vytvoření dalších stránek, na které povedou odkazy z hlavní navigace. Příslušné sekce jsem naplnil podklady, které poskytl zadavatel a navrhl pro ně optimální formu, tak aby text působil s použitými obrázky celistvě a vyvaroval se tak

přítomnosti nevyužitých oblastí. Při umístování obrázku jsem se snažil dbát na zachování jedné šířky v rámci celé stránky pro ucelenější vzhled.

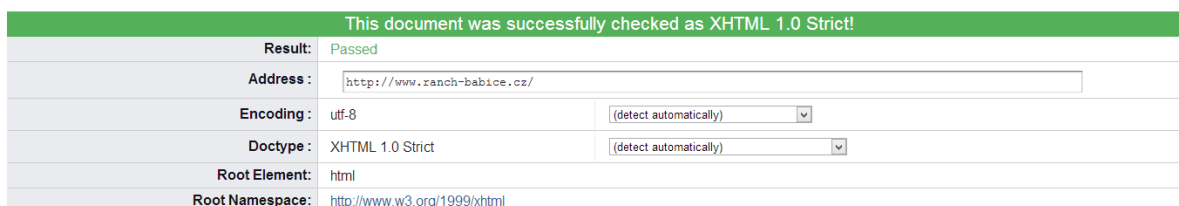
Na základě stránek s obsahovou částí jsem vytvořil druhou verzi pro anglický jazyk. Duplikovaný web jsem umístil do samostatného adresáře, zaměnil texty za přeložené a upravil jazykovou deklaraci na příslušnou hodnotu.

```
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" lang="en" xml:lang="en">
```

3.9 Vlastnosti webových stránek

3.9.1 Validita

Dodržení norem pro tvorbu XHTML dokumentu jsem ověřil pomocí oficiálního validátoru W3C konsorcia.



This document was successfully checked as XHTML 1.0 Strict!	
Result:	Passed
Address:	<input type="text" value="http://www.ranch-babice.cz/"/>
Encoding:	utf-8 <input type="button" value="(detect automatically)"/>
Doctype:	XHTML 1.0 Strict <input type="button" value="(detect automatically)"/>
Root Element:	html
Root Namespace:	http://www.w3.org/1999/xhtml

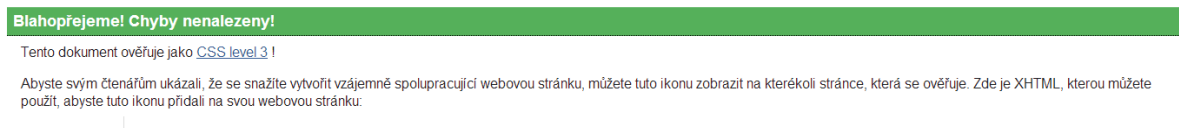
Obrázek 16: Validátor výsledků W3C XHTML

Zdroj: [28]

Výstupem validace bylo oznámení o úspěšném ověření dokumentu jako XHTML 1.0 Strict.

Správnost zápisu souboru s kaskádovými styly jsem ověřil za pomoci validátoru, jenž se specializuje na tento druh dokumentů.

Validátor výsledků W3C CSS <http://ranch-babice.cz/css/default.css> (CSS level 3)



Blahopřejeme! Chyby nenalezeny!	
Tento dokument ověřuje jako CSS level 3 !	
Abyste svým čtenářům ukázali, že se snažíte vytvořit vzájemně spolupracující webovou stránku, můžete tuto ikonu zobrazit na kterékoli stránce, která se ověřuje. Zde je XHTML, kterou můžete použít, abyste tuto ikonu přidali na svou webovou stránku:	

Obrázek 17: Validátor výsledků W3C CSS

Zdroj: [29]

I v tomto případě nebyla zjištěna přítomnost chyb v zápisu a dokument byl ověřen jako CSS úrovně 3.0.

3.9.2 Přístupnost

Během vytváření webové prezentace jsem dbal na dodržování obecných pravidel přístupnosti. V obsahu webu se nevyskytují informace, které by byly nerelevantní pro návštěvníka a přítomné jsou syntakticky správně zapsány. Texty na stránce je možné libovolně zvětšovat i zmenšovat díky definici jejich velikosti v relativních jednotkách. Úspěšně jsem otestoval i funkčnost zobrazení stránky bez zapnutých kaskádových stylů a Javascriptu.

Vzhled webové prezentace v rozdílných prohlížečích jsem otestoval programy popsány v kapitole Softwarové vybavení a v každém případě získal identický výsledek, což přisuzuji dodržení validity při vytváření těchto stránek.

3.9.3 Použitelnost

Použitelnost webové prezentace jsem se snažil zaručit pomocí přehledně řešeného grafického návrhu, díky kterému se návštěvník velice rychle zorientuje a zjistí, co může od stránek jako celku očekávat. Hlavní navigace se nachází po celou dobu na stejné pozici a vyznačuje návštěvníkovi, na jaké stránce se aktuálně nachází.

Rychlost načítání celé prezentace jsem optimalizoval pomocí uložení grafických prvků, z kterých se stránka skládá do formátu PNG a komprimováním JPEG obrázků. Abych předešel zdoluhavému načítání tematických obrázků v záhlaví, umístil jsem těsně před konec dokumentu funkci, která je v předstihu načte a uloží do mezipaměti prohlížeče pro budoucí využití.

3.10 Optimalizace pro vyhledávače

3.10.1 Optimalizace zdrojového kódu

Fázi optimalizace pro internetové vyhledávače jsem zahájil úpravou hlavičky stránek a rozšířením jejího obsahu o *meta* tagy, které slouží pro komunikaci s roboty internetových vyhledávačů. V jednoduchosti popisují charakter stránek a určují robotům jak se získanými informacemi naložit.

```
<meta name="description" lang="cs" content="Penzion Ranch Babice nabízí vhodné podmínky pro ubytování při rodinné dovolené či turistických cestách za kraje Vysočina, a to v létě i v zimě."/>
<meta name="keywords" lang="cs" content="ranch,babice,penzion,vysocina"/>
<meta name="author" content="Jiri Ujcik" />
<meta name="copyright" content="Copyright © 2013 Ranch Babice" />
<meta name="robots" content="all, follow" />
```

Důležitý je především tag *description* jehož obsah přebírají vyhledávače a katalogy, naopak *keywords* již nemá takovou váhu, protože vyhledávače hledí u stránek především na jejich obsah. Zápis *robots* zajistí projití všech stránek webu a jejich následnou indexaci do internetového vyhledávání.

3.10.2 Robots

S roboty je možné komunikovat prostřednictvím souboru *robots.txt*, ten určuje, do jaké míry může prozkoumávat adresářovou strukturu webových stránek. Pro vytvářené stránky jsem příchozímu robotovi dovolil uvedením hvězdičky prozkoumat celý obsah až na adresáře *css* a *fancybox*, které neobsahují nic podstatného k indexaci.

```
User-agent: *
Disallow: /css/
Disallow: /fancybox/
```

3.10.3 Sitemap

Po bok *robots.txt* se řadí soubor *sitemap.xml*, který pomáhá robotům procházet web uvedením odkazů na všechny stránky. Strukturu souboru demonstruji na zkráceném příkladu, který obsahuje jeden odkaz a dobu po jaké se má robot na stránku vrátit.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  <url>
    <loc>http://www.ranch-babice.cz/</loc>
    <changefreq>monthly</changefreq>
  </url>
</urlset>
```

3.10.4 Návrh klíčových slov

Návrh klíčových slov charakterizující webové stránky jsem realizoval pomocí slov a slovních spojení, které nejlépe vystihují povahu internetové prezentace. Pokračoval jsem úvahou nad dotazy, pod kterými by mohl vyhledávat naopak uživatel a následně tyto dotazy ověřil pomocí služby Google Trends a statistik hledanosti dotazů na Seznam.cz, jenž poskytují informace o objemu vyhledání dotazů za uplynulé období. Nástroj Keyword Tool, též od společnosti Google mi doporučil podobná slova a synonyma, avšak objem vyhledávání nebyl dostatečně velký, abych pro tyto slova stránky optimalizoval.

Kombinací těchto přístupů jsem stanovil klíčová slova, na které se budu zaměřovat v rámci tvorby obsahu prezentace.

Zvolená klíčová slova:

- Ubytování
- Penzion
- Vysočina

Zadáním zvolených slov do nástroje pro analýzu klíčových slov jsem posléze obdržel doporučení pro slovní spojení s vysokým objemem vyhledávání.

Tabulka 3: Průměrný objem vyhledávání klíčových slov za rok

Slovo	Četnost hledání
ubytování vysočina	2781
ubytování na vysočině	1179
penzion vysočina	742

Zdroj: [30]

3.10.5 Optimalizace obsahu stránek

Mezi viditelné prvky optimalizace pro vyhledávače jsem zařadil upravování titulku s ohledem na výskyt klíčových slov na stránce a pojmenování URL adres tak, aby korespondovaly s obsahem. Obsah stránek jsem obohatil o správně strukturované nadpisy, text strukturovaný do odstavců a o zvýraznění klíčových slov v textu pomocí párových značek **. U obrázků jsem dodržel vyplňování alternativního textového popisu a využil k tomu klíčových slov, pokud to bylo možné.

✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.

✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.

Přehled nadpisů stránky.

<h1>Ranch Babice

<h2>ZVÝHODNĚNÉ UBYTOVÁNÍ

<h2>SLEVA NA UBYTOVÁNÍ

<h2>REZERVOVAT PENZION

<h2>Ranch Babice nabízí klidné ubytování na Vysočině

<h3>Kraj Vysočina

<h3>Společenská místnost

<h3>Ubytování s jízdou na koni

<h3>Penzion s retrieverem

✓ Stránka obsahuje dostatek textu.

ℹ Počet odkazů na stránce: 16

ℹ Počet odkazů na externí zdroje: 0

Obrázek 18: Analýza obsahu stránek

Zdroj: [31]

3.10.6 Analýza zdrojového kódu

Vytvořený zdrojový kód jsem poté podrobil bezplatné analýze službou Seo Servis, z které vyplynulo, že na stránkách byly správně dodrženy On-page faktory.

Analýza zdrojového kódu

Adresa: ranch-babice.cz/

- Datum testování: 10. 05. 2013
- Celkové hodnocení: 100 %

Popisné informace

Titulek	Penzion Ranch Babice u Třebíče - Ubytování v srdci kraje Vysočina
Popis	Penzion Ranch Babice nabízí vhodné podmínky pro ubytování při rodinné dovolené či turistických cestách za poznáním Vysočiny, a to v létě i v zimě.
Klíčová slova	ranch, babice, penzion, ubytovani, vysocina
Info pro roboty	all,follow
Autor	Jiri Ujcik; email: jiri.ujcik@gmail.com
robots.txt	Existuje
Sitemap	ranch-babice.cz/sitemap.xml

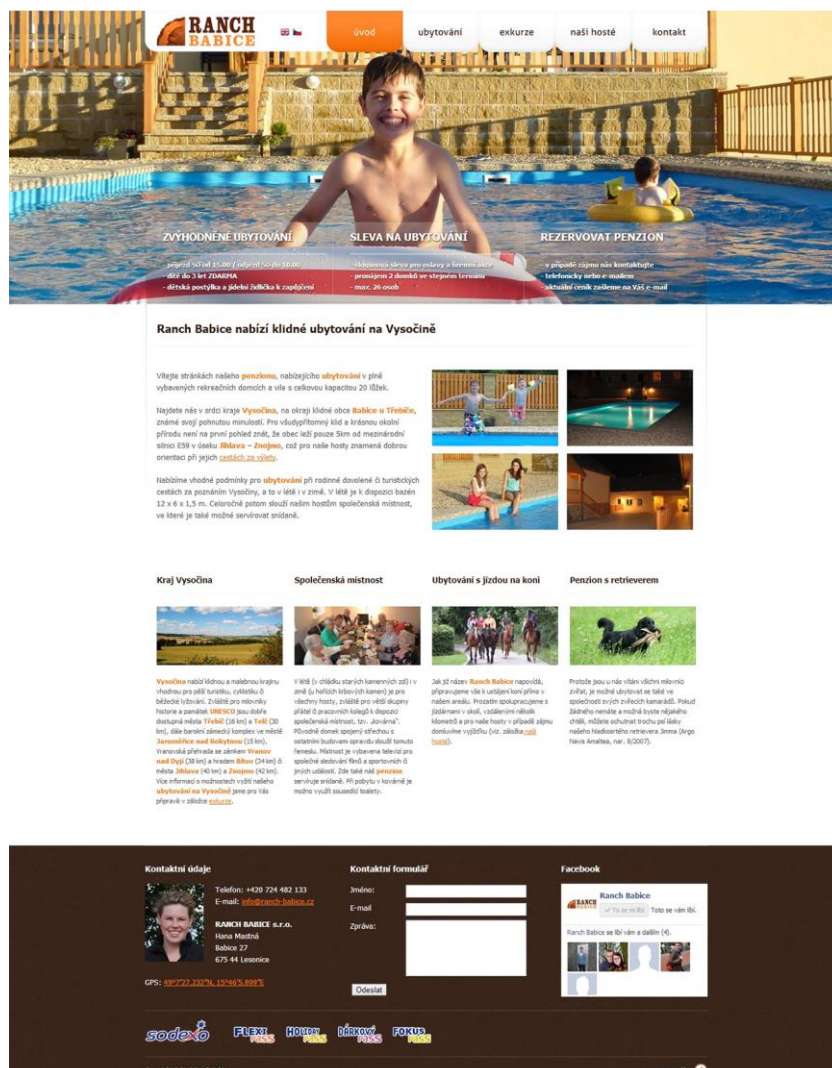
Obrázek 19: Analýza zdrojového kódu

Zdroj: [31]

3.11 Umístění stránek na internet

Dokončenou webovou prezentaci jsem po optimalizaci připravil pro spuštění do ostrého provozu. Již existující doménu ranch-babice.cz nebylo nutné měnit a proto jsem ověřil, zda je dosud využívaný webhosting dostatečný pro umístění nové prezentace. Z pohledu volného prostoru na disku vyhovoval, ale bohužel nepodporoval využití PHP skriptů, které bylo nutné u poskytovatele doobjednat.

Po spuštění podpory skriptovacího jazyka jsem odeslal prostřednictvím FTP protokolu soubory webové prezentace na vzdálený počítač. Následovalo zařazení nově vytvořených stránek do fulltextového vyhledávání nejpoužívanějších internetových vyhledávačů jako je Google a Seznam pomocí příslušných odkazů k pozvání indexovacího robota.



Obrázek 20: Finální podoba internetové prezentace

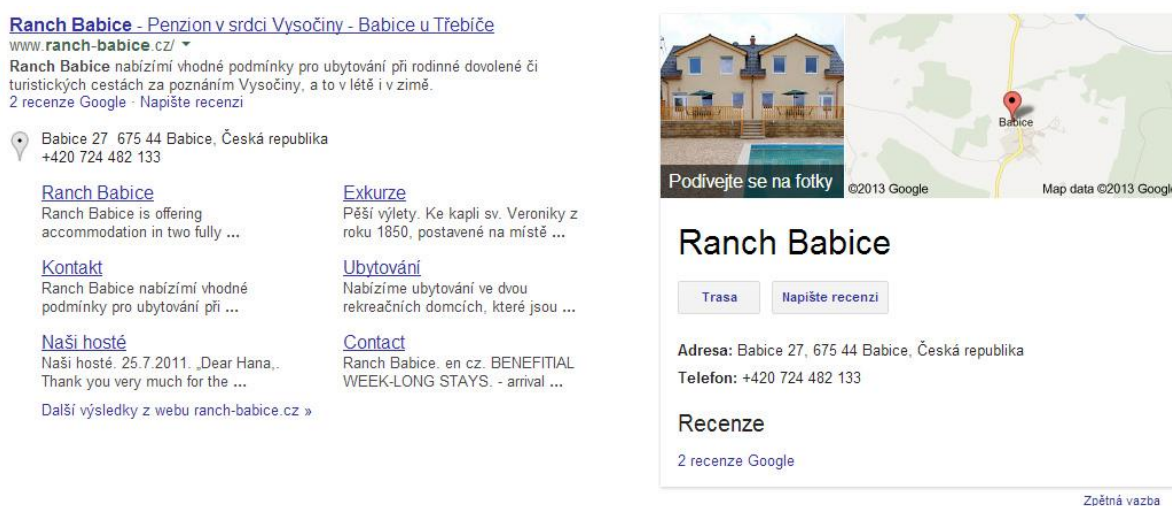
Zdroj: vlastní

3.12 Propagace

Práce na nových stránkách by neměla končit jejich umístěním na internet, a proto jsem se snažil za pomoci zdarma dostupných nástrojů zlepšit jejich propagaci.

3.12.1 Zápis do katalogů

Začal jsem vytvořením firemního zápisu na portálu Firmy.cz od společnosti Seznam, který vložené informace využívá také na stránkách Mapy.cz a pokračoval adresářem firem od společnosti Google, jenž nabízí obdobné služby. K shodným funkcím přidává možnosti recenzování dané lokality, její umístění do Google Maps a propojení se sociální sítí Google Plus. Při zadání dotazu „ranch babice“ do vyhledávače Google se poté mimo výsledků zobrazí zmíněný firemní zápis a umístění na mapě.



Obrázek 21: Výsledek vyhledávání s mapou

Zdroj: vlastní

V budoucnosti by bylo možné tento způsob propagace rozšířit vytvořením více firemních zápisů a registrací do specializovaných katalogů, které se zabývají ubytováním.

3.12.2 Sociální sítě

Na sociální síti Facebook byl založen firemní profil Ranch Babice a naplněn informacemi o společnosti. Nově vytvořenou stránku jsem obohatil o alba zachycující ubytovací jednotky penzionu a jeho okolí. Po dokončení úprav bylo přiděleno správcovství majiteli, tak aby mohl sám spravovat obsah stránky. Do internetové prezentace penzionu jsem vložil sociální plugin Facebooku, kde návštěvníci mohou kliknout na „to se mi líbí“.

Již existující profil na síti Google Plus nebylo nutné výrazně měnit, informace se načetly ze zápisu v adresářích firem Google. Doplnil jsem tak pouze fotografie, aby byla stránka kompletní.

3.13 Budoucí vývoj

Vyjma smluvených úprav v rámci dlouhodobé spolupráce bude majiteli penzionu automaticky zaslána zpráva poskytující informace o týdenní návštěvnosti stránek z Google Analytics a získaná data čtvrtletně vyhodnocovány za účelem budování optimalizace pro vyhledávače. Prvořadým cílem tak bude upevňování pozice v internetových vyhledávačích.

Jednou z možností rozšíření stávajících stránek by mohlo být umístění kalendáře, který by zobrazoval aktuální vytížení penzionu a šetřil tak majiteli čas při odpovídání na dotazy návštěvníků stránek. Záměrně nezmiňuji rezervační systém, protože ten byl zadavatelem odmítnut. Informativní přehled obsazenosti ubytování by bylo možné realizovat pomocí zdarma dostupného nástroje Google Kalendář, který umožňuje zobrazení výstupu do libovolných webových stránek vložím příslušného kódu.

Současné řešení je dobře připraveno na vkládání dalších světových jazyků, a tak nic nebrání tomu, aby byl v budoucnu nějaký implementován.

3.14 Ekonomické zhodnocení

Při návrhu nových internetových stránek jsem postupoval, tak abych minimalizoval potřebné náklady pro jejich realizaci. Zvolil jsem zdarma dostupné softwarové nástroje, které se staly plnohodnotnou náhradou profesionálních programů využívaných v této sféře.

K současným nákladům na roční provoz webhostingu poskytovaný společností ACTIVE 24, s.r.o. byla přičtena částka 216 Kč bez DPH, z důvodu nutnosti objednání podpory PHP skriptů. Za další služby nebylo nutné vynakládat peníze, protože stránky již zaregistrovanou doménu měly a stávající prostor webhostingu plně vyhovoval i pro nově navržené řešení.

Tabulka 4: Roční náklady na provoz stránek

Služba	Cena bez DPH 21% (Kč)
Údržba domény	239
Webhosting basic	228
PHP Standard	216
Celkem	638

Zdroj: vlastní

Časovou náročnost na vyhotovení jednotlivých částí, z nichž se prezentace skládá jsem vyjádřil v následující tabulce. Každá z činností je doplněna o hodinovou sazbu, která se odvíjí od znalostí nutných na její provedení. V případě budoucích úprav stránek se budou ceny odvíjet od uvedeného sazebníku.

Nízká částka za propagaci pokrývá pouze vytvoření firemních zápisů v katalogích a založení profilů na sociálních sítích. V budoucnu by mohla být navýšena o navrhnutí kontextové reklamy v internetových vyhledávacích či sociálních sítích.

Tabulka 5: Náklady na vytvoření prezentace

Činnost	Počet hodin	Cena (Kč)	Celkem za úkon (Kč)
Webová grafika	7	500	3500
Vytvoření šablony	5	400	2000
Plnění stránek obsahem	11	200	2200
Optimalizace	6	300	1800
Propagace	2	200	400
Celkem	24	-	9900

Zdroj: vlastní

Pokud by se společnost rozhodla k realizaci tohoto návrhu profesionální firmou, zaplatila by pravděpodobně částku v řádu desítek tisíc. Přesnou částku nelze vyčíslit, protože ceny jednotlivých firem se mohou lišit podle jejich velikosti a přístupu k zákazníkovi. Neznamená to však, že lze získat stejně odvedenou práci za různé ceny. U renomovaných firem signalizuje vyšší cena přístup k tvorbě webu jako k marketingovému nástroji a s ním spojenými aktivitami, kdežto u levnějších řešení může jít o pouze vytvoření stránek.

3.14.1 Přímé přínosy

- Zvýšení návštěvnosti stránek
- Zvýšení počtu ubytovaných zákazníků
- Úspora času při komunikaci se zákazníky nasměrováním je na stránky obsahující potřebné informace
- Úspora výdajů na reklamu přijdou-li návštěvníci díky kvalitní optimalizaci pro vyhledávače

3.14.2 Nepřímé přínosy

- Získání nové moderní prezentace
- Grafická poutavost prezentace
- Rozšíření o cizí jazyky
- Zlepšení povědomí o společnosti
- Vztah se zákazníky na sociálních sítích
- Bezplatná firemní komunikace prostřednictvím stránek
- Širší rozsah poskytnutých informací na stránkách
- Založení profilů na sociálních sítích

4 ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo navržení internetové prezentace pro společnost Ranch Babice, s.r.o. Ta si je dobře vědoma příležitostí, které internet v současné době nabízí, a proto se rozhodla si nechat vypracovat návrh na jejich modernizaci. Zadavatele k tomuto kroku vedl především nedostatečný rozsah současné prezentace a absence více jazykových verzí.

Před zahájením samotné tvorby návrhu byly současné a konkurenční stránky podrobeny analýze a získané poznatky předloženy zadavateli spolu s možnými řešeními aktuální situace.

Činnost navrhování byla zahájena tvorbou optimální struktury pro prezentovaný obsah a vytvořením grafického designu, který se stal podkladem pro novou šablonu stránek vytvořenou ve zdrojovém kódu. Ten po naplnění stránek obsahem podstoupil optimalizaci jak pro internetové vyhledávače, tak i pro široké spektrum možných návštěvníků dodržením pravidel přístupnosti a použitelnosti. Společnost tak získala moderní prezentaci na internetu, čímž byly naplněny její požadavky a hlavní cíl této práce.

Vedlejší cíle spojené s propagací byly splněny z pohledu vytvoření základních firemních zápisů a profilů na sociálních sítích. Spolupráce týkající se tohoto bodu se bude i nadále rozvíjet.

Po umístění stránek na internet byla provedena základní propagace a nastíněny možnosti pro přivedení více návštěvníků na novou prezentaci. Vytvořené stránky se nachází na adrese www.ranch-babice.cz.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

1. HAUSER, M., T. HAUSER a C. WENZ. *HTML a CSS: velká kniha řešení*. Brno: Computer Press, 2006. ISBN 80-251-1117-2.
2. CROFT, J., I. LLOYD a D. RUBIN. *Mistrovství v CSS: pokročilé techniky pro webové designéry a vývojáře*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1705-7.
3. IMAGIC. Webdesign www stránek. *iMagic.cz* [online]. 1998-2010 [cit. 2013-04-12]. Dostupné z: <http://www.imagic.cz/cs/nase-reseni/webdesign-www-stranek/>
4. REVISTA. Postup při tvorbě webových stránek. *Revista.cz* [online]. 2012 [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: <http://www.revista.cz/tvorba-webovych-stranek>
5. WEBDESIGN BRNO. Grafické návrhy. *webdesign-brno.cz* [online]. 2006, verze 12.11.2012 [cit. 2013-04-21]. Dostupné z: <http://www.webdesign-brno.cz/grafika.php>
6. KRAUS, J. Nejlepší programy pro tvorbu webových stránek. In: *Živě.cz* [online]. 5. 12. 2010 [cit. 2013-04-27]. Dostupné z: <http://www.zive.cz/clanky/nejlepsi-programy-pro-tvorbu-webovych-stranek/sc-3-a-154889/default.aspx>
7. ADAPTIC. Wysiwyg. *Adaptic.cz* [online]. 2005-2013 [cit. 2013-04-20]. Dostupné z: <http://www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/wysiwyg/>
8. KOSEK, J. Historie a vývoj HTML. *Htmlguru.cz* [online]. 2010 [cit. 2013-04-25]. Dostupné z: <http://htmlguru.cz/uvod-historie.html>
9. HANYÁŠ, P. Tutoriál XHTML. *hanyas.net* [online]. 2007 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z: <http://www.hanyas.net/seweb/tutorial.php?article=117>
10. PĚSTUJEME WEB. Úvod do JavaScriptu. *pestujemeweb.cz* [online]. 2008-2010 [cit. 2013-04-16]. Dostupné z: <http://www.pestujemeweb.cz/obsah/javascript/javascript-uvod.php>
11. LEISS, O. *PHP v praxi*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3060-8.
12. BRÁZA, J. *PHP 5: začínáme programovat*. Praha: Grada, 2005. ISRC 80-247-1146-X.
13. TVORBA WEBU. PHP /základy/. *tvorba-webu.cz* [online]. 2003-2008 [cit. 2013-04-14]. Dostupné z: <http://www.tvorba-webu.cz/php/>
14. ŠPINAR, D. *Tvoříme přístupné webové stránky*. Brno: Zoner Press, 2004. ISBN 80-86815-11-0.
15. PRISTUPNOST.CZ. Přístupnost webů státní správy. *pristupnost.cz* [online]. 2009 [cit.

- 2013-04-11]. Dostupné z: <http://www.pristupnost.cz/pristupnost-webu-statni-spravy/>
16. KOLDASOFT. Použitelnost a přístupnost webových stránek. *koldasoft.cz* [online]. 2007-2013 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.koldasoft.cz/pouzitelnost-pristupnost/>
 17. MORÁVEK, D. Zákon přikazuje na webu uvádět identifikační údaje. Víme, které vám chybí. In: *podnikatel.cz* [online]. 1. 9. 2010 [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <http://www.podnikatel.cz/clanky/povinne-identifikacni-udaje-na-firemni-webu/>
 18. JANOUC, V. *Internetový marketing: prosad'te se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-2795-7.
 19. SEO WEBMASTER. Klíčová slova - jak vybrat slova pro optimalizaci ? <http://seowebmaster.cz/> [online]. 2012 [cit. 2013-05-02]. Dostupné z: <http://seowebmaster.cz/klicova-slova-SEO>
 20. TVORBA WEBU. SEO - Klíčová slova. *tvorba-webu.cz* [online]. 2003-2008 [cit. 2013-05-03]. Dostupné z: http://www.tvorba-webu.cz/seo/klicova_slova.php
 21. STATCOUNTER. Top 10 Screen Resolutions from Feb 2012 to Feb 2013. *statcounter.com* [online]. 2013 [cit. 2013-03-15]. Dostupné z: <http://gs.statcounter.com/#resolution-ww-monthly-201202-201302>
 22. STATCOUNTER. Top 12 Browser Versions (Partially Combined) from Jan 2012 to Jan 2013. *gs.statcounter.com* [online]. 2013 [cit. 2013-05-16]. Dostupné z: http://gs.statcounter.com/#browser_version_partially_combined-ww-monthly-201201-201301
 23. E15.CZ. Sociální sítě v Česku: Facebook stále vede, firmy objevily Youtube. In: *E15* [online]. 9. 4. 2013 [cit. 2013-05-05]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/socialni-site-v-cesku-facebook-stale-vede-firmy-objevily-youtube-972707>
 24. BRAIN TOOLS. SWOT analýza. *braintools.cz* [online]. 2011-2013 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://www.braintools.cz/swot-analyza.htm>
 25. RANCH BABICE. Ranch Babice u Třebíče. *ranch-babice.cz* [online]. 2009 [cit. 2013-03-12]. Dostupné z: www.ranch-babice.cz
 26. VINAŘSTVÍ SÁDEK. Vinařství Sádek, s.r.o. *vinarstvi-sadek.cz* [online]. 2013 [cit. 2013-04-01]. Dostupné z: <http://www.vinarstvi-sadek.cz/>
 27. PRIVÁT VYSOČINA. Dovolena na Vysočině. *privatvysocina.cz* [online]. 2013 [cit.

- 2013-04-03]. Dostupné z: <http://www.privatvysocina.cz/>
28. W3C. Markup Validation Service. *w3.org* [online]. 1994-2012 [cit. 2013-04-30]. Dostupné z: <http://validator.w3.org/>
29. W3C. CSS Validation Service. *w3.org* [online]. 1994-2009 [cit. 2013-04-30]. Dostupné z: <http://jigsaw.w3.org/css-validator/>
30. SEO SERVIS. Analýza klíčových slov a textu. *seo-servis.cz* [online]. 2005-2008 [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <http://seo-servis.cz/keywords-test-klicovych-slov/9310827>
31. SEO SERVIS. Analýza zdrojového kódu. *seo-servis.cz* [online]. 2005-2008 [cit. 2013-05-02]. Dostupné z: <http://seo-servis.cz/source-zdrojovy-kod/9310648>

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

ARPA	Advanced Research Projects Agency
ARPANET	Advanced Research Projects Agency Network
CERN	Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire
CSS	Cascading Style Sheet
GIMP	GNU Image Manipulation Program
HTML	HyperText Markup Language
PHP	Hypertext Preprocessor,
PPC	Pay per click
SEO	Search Engine Optimization
SGML	Standard Generalized Markup Language
TELNET	Telecommunication Network
URL	Uniform Resource Locator
W3C	World Wide Web Consortium
WYSIWYG	What You See Is What You Get
XHTML	eXtensible HyperText Markup Language
XML	eXtensible Markup Language

SEZNAMY

Seznam tabulek

Tabulka 1: Nejčastěji používané HTML značky	16
Tabulka 2: Nejčastěji používané CSS vlastnosti	19
Tabulka 3: Průměrný objem vyhledávání klíčových slov za rok.....	49
Tabulka 4: Roční náklady na provoz stánek	54
Tabulka 5: Náklady na vytvoření prezentace	54

Seznam obrázků

Obrázek 1: Základní struktura dokumentu XHTML	17
Obrázek 2: DOCTYPE pro XHTML 1.0 Strict	17
Obrázek 3: Zápis identifikátoru a třídy	18
Obrázek 4: Příklad CSS dokumentu	18
Obrázek 5: Zobrazení aktuálního data pomocí Javascriptu	20
Obrázek 6: Příklad zobrazení textu pomocí PHP	21
Obrázek 7: Rozlišení obrazovky uživatelů internetu	27
Obrázek 8: Zastoupení prohlížečů u uživatelů internetu	28
Obrázek 9: Sociální síť v Česku	30
Obrázek 10: Logo společnosti Ranch Babice	31
Obrázek 11: Stávající webová prezentace	33
Obrázek 12: Webová prezentace Vinařství Sádek	34
Obrázek 13: Webová prezentace Privát Vysočina.....	35
Obrázek 14: Skica úvodní stránky webu	39
Obrázek 15: Grafický návrh úvodní stránky.....	40
Obrázek 16: Validátor výsledků W3C XHTML.....	46
Obrázek 17: Validátor výsledků W3C CSS.....	46
Obrázek 18: Analýza obsahu stránek.....	50
Obrázek 19: Analýza zdrojového kódu.....	50
Obrázek 20: Finální podoba internetové prezentace.....	51
Obrázek 21: Výsledek vyhledávání s mapou.....	52

Seznam příloh

Příloha 1: CSS reset	I
Příloha 2: CSS layout.....	I
Příloha 3: CSS verze pro tisk.....	I

PŘÍLOHY

Příloha 1: CSS reset

```
html, body, th, td, form, fieldset { margin: 0; padding: 0; font: 100% tahoma, arial, helvetica, sans-serif; }
h1, h2, h3, h4, h5, h6, p, pre, ul, ol, adress, blockquote { margin: 0; padding: 0; }
li, dd, blockquote { margin: 0; }
img, fieldset { border: 0; }
```

Příloha 2: CSS layout

```
body { background: #ffffff; color: #4c4c4c; }
body.home { background:url(..gfx/bg14.jpg) top center no-repeat; }
body.accomodation { background:url(..gfx/bg11.jpg) top center no-repeat; }
body.area { background:url(..gfx/bg22.jpg) top center no-repeat; }
body.guests { background:url(..gfx/bg19.jpg) top center no-repeat; }
body.contact { background:url(..gfx/bg1.jpg) top center no-repeat; }

div#site { margin: 0 auto 0 auto; width: 960px; position: relative; }
div#header { height: 70px; margin: 0 0 0 0; background: url(..gfx/nav.png) no-repeat; }

div#header h1 a { float: left; display: block; width: 167px; height: 49px; background: url(..gfx/logo.png) no-repeat; position: relative; left: 20px; top: 10px; }
div#header h1 a span { display: none; }
div#header ul { margin: 0 0 0 83px; list-style: none; float: left; }
div#header ul li { float: left; }
div#header ul li span { display: none; }

div#flags { float: left; width: 60px; position: relative; top: 28px; left: 64px; }
div#bar { background: url(..gfx/bar.png); height: 106px; margin: 289px 0 0 0; padding: 15px 30px 20px 30px; }
div#main { background: url(..gfx/shade.png) no-repeat; min-height: 300px; _height: 300px; padding: 30px 20px 0 20px; }

div#bottom { height: 140px; background: url(..gfx/bottom.png) #121212; color:#3b251c; margin: 50px 0 0 0; }
```

Příloha 3: CSS verze pro tisk

```
div#bar, div#bottom, div#flags, div#header ul { display: none }
div#header h1 a { width: 400px; }
div#header h1 a span { display: block; }
div#main { padding: 10px 20px 0 20px; }
```