



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV INFORMATIKY**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF INFORMATICS

METODIKA TVORBY INTERNETOVÝCH STRÁNEK

METHODOLOGY OF WEBSITE DESIGN

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

BARBORA ZKOUMALOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

doc. Ing. MILOŠ KOCH, CSc.

BRNO 2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Zkoumalová Barbora

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:

Metodika tvorby internetových stránek

v anglickém jazyce:

Methodology of Website Design

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:

CEDERHOLM, Dan. Flexibilní webdesign. 1.vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2006.232 s. ISBN: 80-251-1018-4.

DOMES, Martin. Tvorba webových stránek. 1.vyd. Brno: Computer Press, a. s., 2006. 192 s. ISBN: 80-251-0920-8.

GUTMANS, Andi. Mistrovství v PHP 5 . 1.vyd. Brno: Computer Press, a.s.,2005. 520 s. ISBN 80-251-0799-X.

KRUG, Steve. Webdesign - Nenuťte uživatele přemýšlet. 2.vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2006. 168 s. ISBN: 80-7226-892-9.

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Miloš Koch, CSc.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2011/2012.

L.S.

Ing. Jirí Kříž, Ph.D.
Ředitel ústavu

doc. RNDr. Anna Putnová, Ph.D., MBA
Děkan fakulty

V Brně, dne 14.05.2012

Abstrakt

Předmětem bakalářské práce je vytvoření nové internetové stránky pro společnost ABB přívěsy s.r.o. Aktuální webové stránky firmy budou modernizovány především s ohledem na funkční zpracování a kvalitní SEO analýzu. Praktická část zahrnuje vytvoření grafického návrhu a postup zpracování finální internetové prezentace. Internetová stránka je vytvořena na základě poznatků majitele firmy.

Abstract

The object of my bachelor's thesis is realization of new web page for ABB přívěsy s.r.o company. Actual web page will be modernized especially with regard the functional processing and quality SEO analysis. Practical part includes creating of graphic design and processing procedure of final Internet presentation. Web page is create base on knowedge company owner.

Klíčová slova

Internetové stránky, webové stránky, WWW, (X)HTML, CSS, PHP, WordPress, SEO, realizace webu, webová grafika, tvorba webové stránky.

Keywords

Web page, websites, WWW, (X)HTML, CSS, PHP, WordPress, SEO, web implementation, web page graphic, web page creation.

Bibliografická citace

ZKOUMALOVÁ, B. *Metodika tvorby internetových stránek*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2012. 76 s. Vedoucí bakalářské práce doc. Ing. Miloš Koch, CSc.

Čestné prohlášení

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

V Brně dne

.....

podpis

Poděkování

Děkuji především vedoucímu své bakalářské práce doc. Ing. Miloši Kochovi, CSc., za odborné konzultace, cenné rady a vstřícný přístup, který přispěl ke zkvalitnění zpracování mé bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala své rodině a přátelům, kteří mě po celou dobu studia podporovali. Neposlední dík patří firmě ABB přívěsy, která mi umožnila přístup k potřebným informacím pro vytvoření úplných a funkčních webových stránek.

OBSAH

Úvod	11
Vymezení problému a cíl práce	12
Vymezení problému.....	12
Cíl práce.....	12
1. Teoretická východiska práce	13
1.1 Historie internetu.....	13
1.2 Historie vývoje webových standardů	14
1.3 Současné technologie používané pro tvorbu www stránek.....	15
1.3.1 HTML a XHTML	15
1.3.2 Kaskádové styly - CSS	15
1.3.3 PHP	16
1.3.4 JavaScript.....	17
1.3.5 MySQL	17
1.4 Internetové prohlížeče	18
1.5 Nástroje a programy vhodné pro tvorbu www stránek	19
1.5.1 Editory	19
1.5.2 Google Analytics	20
1.5.3 Web Developer Toolbar.....	20
1.5.4 Tredosoft Multiple IE	20
1.5.5 Validátor W3C.....	21
1.5.6 EasyPHP	21
1.5.7 CMS.....	21
1.5.8 FTP klient	22
1.6 Hosting	22
1.6.1 Druhy hostingu	23

1.6.2	Výběr hostingu.....	24
1.7	URL.....	25
1.8	Postup tvorby www stránek	25
1.9	Přístupnost stránek	26
1.10	Optimalizace stránek	27
1.10.1	SEM a SEO.....	27
1.10.2	Rozdíl mezi katalogem a vyhledávačem	28
1.10.3	Základní faktory správné optimalizaci pro vyhledávače	29
1.11	Mobilní webové stránky	30
2.	Analýza problému současné situace.....	32
2.1	Představení firmy ABB přívěsy s.r.o.	32
2.2	Marketingový mix.....	32
2.3	Současný stav webových stránek	34
2.4	SWOT analýza firmy	36
3.	Vlastní návrh řešení.....	38
3.1	Návrh architektury webu.....	38
3.1.1	Layout	38
3.1.2	Horizontální menu	39
3.2	Grafický návrh	41
3.3	Výběr CMS	42
3.4	Instalace a použití EasyPHP.....	44
3.5	Tvorba šablony.....	44
3.5.1	HTML kód	44
3.5.2	Styl CSS.....	45
3.6	Wordpress	49
3.6.1	Implementace šablony na Wordpress	50

3.6.2	Pluginy pro Wordpress	55
3.6.3	Práva uživatelů.....	58
3.7	Obsah a správa webu.....	59
3.8	Zabezpečení webu.....	60
3.9	Hosting	61
3.9.1	Výběr hostingu.....	61
3.9.2	Přesun stránek na novou doménu	62
3.10	Přístupnost	62
3.11	SEO optimalizace	65
3.12	Ekonomické zhodnocení a přínosy.....	66
	Závěr	68
	Seznam použité literatury	69
	Knihy	69
	Internetové zdroje	70
	Seznam obrázků, tabulek a příloh.....	72
	Seznam obrázků.....	72
	Seznam tabulek	72
	Seznam příloh	73

ÚVOD

Internetové stránky jsou v dnešní době velmi podstatnou součástí prezentace všech firem. Většina společností si tuto skutečnost uvědomuje, ale přesto se najdou tací, kteří kvalitním webovým stránkám a jejich vzhledu nepřikládají velkou váhu. Přitom každá druhá domácnost v České republice vlastní počítač s internetem, který denně využívá právě k vyhledávání produktů a služeb. Z vlastní zkušenosti vím, že první dojem z webové stránky značně ovlivňuje, zda se pro mě firma stane atraktivní. Pro moderní populaci obecně platí, že před fyzickou návštěvou nějaké firmy, o jejíž produkty mají zájem, prostudují její prezentaci na internetu.

Jednou z firem, která nepřikládá velký význam webovým stránkám je ABB přívěsy s.r.o. Mým úkolem bude vytvořit novou internetovou prezentaci pro tuto společnost. Oproti současným www stránkám se pokusím vytvořit nové přehledné a srozumitelné stránky, kde bude společnost prezentovat svoje služby a výrobky.

Budu se snažit vytvořit přehledné stránky se zajímavým designem a s ohledem na pravidla přístupnosti, které budou sloužit jako katalog nabízených produktů. Důraz budu klást také na kvalitní SEO analýzu. Aby mohl majitel web pohodlně spravovat a udržovat aktuální, implementuji jej na vhodně zvolený redakční systém.

VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍL PRÁCE

Vymezení problému

Internetové stránky, kterými se prezentuje firma ABB přívěsy s.r.o. nejsou vzhledově příliš povedené. Proto jsem majiteli společnosti navrhl, že mu v rámci své bakalářské práce vytvořím nové. Současné webové stránky jsou nedokončené a neodpovídají pravidlům přístupnosti. Dále postrádají prvky usnadňující návštěvníkům procházení webu jako je navigace, vyhledávání nebo mapa stránek. Posledním bodem, který se budu snažit vylepšit je grafika stránek, která je pro prezentaci firmy velmi nedostačující. Majitel nemá zvláštní požadavky na výsledný vzhled stránek, proto jejich ztvárnění závisí pouze na mně.

Budu tedy vytvářet web, který bude katalogem produktů firmy ABB přívěsy a jehož obsah bude moci majitel snadno měnit a aktualizovat.

Cíl práce

Cílem mé práce bude popsat metodiku tvorby internetových stránek a vytvoření nových internetových stránek pro společnost ABB přívěsy s.r.o. V první kapitole budou uvedeny veškeré teoretické poznatky, z kterých budu vycházet při tvorbě praktické části. Dále zde uvedu současné technologie využívané pro tvorbu webových stránek a několik poznatků z historie internetu a webových standardů.

Druhá kapitola bude věnována vymezení problémů, zhodnocení současného stavu stránek a vyhotovením návrhu podle získaných informací od majitele společnosti.

Třetí kapitola se bude zabývat vlastním návrhem řešení a výstavbou finálních webových stránek včetně implementace na redakční systém. V závěru provedu ekonomické zhodnocení zvoleného řešení a jeho přínosy pro firmu.

Chtěla bych vytvořit přehledné stránky s logickým uspořádáním prvků, které se budou vyznačovat snadnou orientací návštěvníka. Dále se chci zaměřit na grafické zpracování stránek a optimalizaci pro vyhledávače, která může při správné provedení nahradit i reklamu. Ráda bych, aby stránky byly kompatibilní s nejobvyklejšími internetovými prohlížeči.

1. TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

1.1 Historie internetu

Začátkem 60. let 20. století Spojené státy americké přišli s myšlenkou na vytvoření sítě, která by propojovala nejdůležitější vojenské, vládní a akademické počítače. Důležitou podmínkou bylo, aby tato síť dokázala přežít atomový útok a všeobecně zvládla překonat svoji nespolehlivost (11), (19).

Po určení všech podmínek, které by měla nová síť splňovat a za finanční podpory Pentagonu, respektive jeho agentury DARPA (Defence Advanced Research Project Agency) byly v roce 1969 zprovozněny první čtyři uzly této sítě s názvem ARPANET. Své jméno první historická síť získala od svého hlavního sponzora. Realizátory tohoto projektu bylo sdružení RAND a univerzity MIT a UCLA. Po třech letech své existence ARPANET propojoval již 37 počítačů. Díky decentralizované struktuře a možnosti připojení různých typů počítačů, které vyhovovaly paketově orientovanému protokolu ARPANETu, došlo k rychlému šíření nové přelomové sítě. Hlavním komunikačním kanálem byla překvapivě elektronická pošta a elektronické konference (11), (19).

Prvotní záměr, používání sítě k výměně vědeckých informací, posléze přerostl i v zábavu. První nevědeckou konferencí byla SF-LOVERS, které byla určená pro milovníky science fiction. Jak se ukazuje, již v rané historii internetu bylo jasné, že později bude sloužit jako hlavní zdroj komunikace a zábavy (11), (19).

V roce 1983 oficiálně přešel ARPANET z původního protokolu NCP k TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). Téhož roku se oddělil vojenský segment a vytvořil samostatnou síť MILNET. Protože software TCP/IP se stal volně dostupným, bylo prakticky nemožné zabránit obrovské expanzi sítě, která se do podvědomí lidí vžila pod názvem Internet. Vznikly například počítačové sítě jako EUNET (European UNIX Network), EARN (European Academic and Research Network), japonská síť JUNET a JANET a páteřní síť, která propojovala americká počítačová supercentra NSFNET (National Science Foundation Network) (11), (19).

1.2 Historie vývoje webových standardů

S první myšlenkou hypertextu, který by usnadnil sdílení informací mezi vědci, přišel v roce 1980 Tim Berners-Lee, výzkumník ze švýcarského institutu CERN. První prototyp WWW serveru pojmenovaný *httpd* s použitím specifikace HTML spatřil světlo světa v roce 1991. Následně byl vytvořen první webový prohlížeč, který umožňoval řádkové prohlížení dokumentů, s názvem WorldWideWeb, který byl posléze přejmenován na Nexus (15), (21).

V roce 1994 byla dokončena první verze grafického prohlížeče Mosaic a současně se objevil návrh nové specifikace jazyka HTML verze 2.0. S prvním opravdovým internetovým prohlížečem jménem Netscape přišla společnost Mosaic Communication Corporation (založena autorem Mosaic). Téhož roku byla založena organizace W3C, která v nynější době vytváří platnou verzi jazyka HTML (3), (14).

Po uvedení jazyka HTML nastal velký přelom ve vývoji internetu. Počet serverů zapojených do sítě se vyšplhal k číslu sto tisíc. V roce 1995 přišla specifikace HTML s oficiální verzí číslo dva a následně přispěl Netscape s neoficiální verzí jazyka 2.0, jež se považuje za verzi 3.0. Další inovací uvedenou v roce 1996, byla specifikace HTML 3.2, která byla dle odborníků o poznání chudší než verze 3.0. Společnost Microsoft v reakci na prudký rozvoj uvedla na trh svůj první internetový prohlížeč Internet Explorer 3.0, který je dosud nabízen zdarma. Explorer jako první podporoval specifikaci CSS level 1 (21).

Další platná specifikace jazyka HTML a to 4.0 přichází v roce 1997. Tato verze je obohacena o rámy, plovoucí rámy, jsou vylepšeny formuláře a tabulky, zavedena větší podpora skriptů a nové řádkové elementy. Mimo jiné Microsoft vydává Internet Explorer verzi 4.0 a poté v roce 1998 verzi 5.0. Novinkou byl také operační systém Windows 98 s integrovaným prohlížečem Internet Explorer. Rok 1998 zaznamenává také první pokusy o specifikaci XML 1.0 (Extensible Markup Language), který by měl lépe vyhovovat trendům vývoje celosvětové sítě (21).

V následujících letech byly uvedeny verze HTML 4.01, XHTML 1.1 a jako poslední v roce 2003 XHTML 2.0 současně s pracovním návrhem CSS level 3. XHTML jsou rozšířené verze značkovacího jazyka HTML s přísnějšími pravidly, které jsou odezvou na praktiky webdesignérů. Jejich cílem je jasně vymezit rozdíl mezi

strukturou stránky (značky) a jeho vzhledem (styly). XHTML je takovým křížencem, který si bere to nejlepší z HTML a XML (4), (19).

1.3 Současné technologie používané pro tvorbu www stránek

Nejvyužívanějšími technologiemi pro tvorbu internetových stránek jsou v současné době HTML/XHTML, CSS, PHP, JavaScript a MySQL. Co tvůrcům webů tyto technologie nabízí, popíši ve zkratce níže.

1.3.1 HTML a XHTML

Pomocí HTML, anglicky HyperText Markup Language lze vytvářet webové stránky. Jedná se o značkový jazyk, s jehož pomocí se vytváří logická struktura dokumentu, jako jsou nadpisy, odstavce a jiné textové prvky. Pomáhá zdůraznit jednotlivá slova nebo celé odstavce a celému obsahu internetových stránek dává smysl. Slovo hypertext z názvu značí provazování dokumentů v síti pomocí odkazů. Jeho pochopení a zvládnutí je důležité pro další používání složitějších skriptovacích jazyků jako je například PHP či ASP (3), (4).

Značkový jazyk XHTML (Extensible Hypertext Markup Language) je spojením nejlepších vlastností HTML a vyvíjejícího se jazyka XML. Toto spojení zavádí přísnější pravidla při tvorbě webových stránek a psaní kódů samotném. Cílem XHTML je jasně odlišit strukturu stránky od vzhledu stránky. Vytváření designu se přenechává na jiném stylovacím jazyce, nejčastěji kaskádových stylech CSS. Toto spojení má za úkol zjednodušit práci tvůrců stránek a jejich designerů (3), (4).

1.3.2 Kaskádové styly - CSS

Kaskádové styly (anglicky Cascading Style Sheets) jsou určeny k vytváření grafické podoby samotných HTML, XHTML a XML dokumentů. Umožňují každé značce nebo prvkům stránek nadefinovat specifický vzhled a vlastnosti jako je barva, velikost, styl písma, pozice nebo okraje. Význam slova kaskádový spočívá v tom, že všem elementům HTML lze přiřadit neomezené množství stylů a ty pak zle „přelévají“ z jednoho na druhý. Použitím CSS lze zcela oddělit dokument HTML od úprav finálního vzhledu stránky, což značně zvyšuje přehlednost zdrojového kódu a případné úpravy jsou daleko jednodušší (3), (4).

Jazyk CSS byl navržen společností W3C (World Wide Web Consortium). V současné době existují dvě dokončené verze CSS1 a CSS2. Konsorcium W3C aktuálně pracuje na nejnovější verzi CSS3, která by měla být plně dokončena v roce 2015. Verze CSS3 by měla přinést velké množství novinek jako je například modularizace – rozdělení stylů do více dokumentů pro snazší definování podpory od prohlížečů, dále například nové selektory, pseudotřídy a pseudoelementy včetně nových syntaxí (2).

1.3.3 PHP

PHP je programovací jazyk, který na serveru interpretuje stránky HTML s vlastními příkazy. Tento hypertextový procesor vznikl v roce 1996 pod názvem Personal Home Page, odtud zkratka PHP. V následujících letech se jazyk PHP vyvíjel, bylo vydáno několik verzí, až po současnou, PHP verzi 5. Používaná zkratka dostala nový význam a to Hypertext Preprocessor (1).

S PHP lze ukládat, mazat a měnit data webových stránek. Všechny operace jsou prováděny, oproti například JavaScriptu, na webovém serveru, kde jsou uloženy zdrojové kódy webových stránek. PHP skript provede veškeré výpočty a příkazy nejprve na serveru a následně odešle prohlížeči pouze výsledek. Výhodou tohoto způsobu provádění kódu je, že data není třeba přenášet po internetu, což zajišťuje vyšší bezpečnost systému. Dalšími výhodami je nenáročnost na hardware nebo software klienta, menší objem přenášených dat a výrazně vyšší ochrana zdrojových textů programů, což zajišťuje fakt, že zdrojový kód PHP na rozdíl od JavaScriptu a HTML nelze zobrazit (1).

Pomocí PHP je lze například vytvořit diskuzní fórum, knihu návštěv, počítadlo, anketu, graf nebo pomocí jednoduchého kódu vymazat úplný obsah webu. Navíc umožňuje propojit webové stránky s databázemi jako je třeba MySQL. Často se PHP využívá při tvorbě šablon pro webové stránky, pro zjednodušení práce s opakujícími se částmi webu jako jsou hlavička s odkazy, menu či patička. Příslušná část webu je tedy jen jednou zapsaná a do dalších stránek se pouze kopíruje. Toto využití je základním stavebním kamenem fungování redakčních systémů (14).

1.3.4 JavaScript

JavaScript je programovací jazyk vestavěný do webového prohlížeče, který umožňuje například vytvářet hodiny, hodnotit data ve formuláři, počítat, dynamizovat data a celkově oživit web použitím blikajících textů nebo jednoduchých her. Tento jazyk pracuje na straně klienta a přímo s prohlížečem, umožňuje tedy přímý přístup do obrázků, formulářů a do oken tvořících webové stránky. Je tedy vhodný pro použití k manipulaci s objekty uvnitř webové stránky. JavaScript je závislý na prohlížeči, což znamená, že uživatel si jej může vypnout. Pro práci s JavaScriptem je nutné, aby programátor znal alespoň základ jazyka HTML (9), (15).

Čtyři důležité prvky při tvorbě dynamických webových stránek pomocí JavaScriptu jsou (9):

- proměňování obrázků webové stránky,
- ovlivňování webových stránek v čase,
- náhodné chování webové stránky,
- dynamická změna chování stránky v závislosti na akci návštěvníka.

1.3.5 MySQL

SQL neboli Structured Query Language je dotazovací jazyk určený pro práci s databázemi. Jedná se o standard pro komunikaci s databázemi typu MS Access, MySQL, Oracle atd.

Jazyk vznikl v osmdesátých letech a zahrnuje nástroje pro tvorbu databází, a manipulace s daty. Jedná se tzv. deklarativní programovací jazyk, což znamená, že se nepíše v samostatném programu, ale vkládá se do jiného programovacího jazyka.

SQL se skládá ze čtyř částí. DDL – Data Definition Language (k vytváření databázových schémat a katalogů), SDL – Storage Definition Language (ukládání tabulek), VDL – View Definition Language (tvorba pohledů) a DML – Data Manipulation Language (zahrnuje základní příkazy) (6).

Na základě SQL vznikl švédský databázový server MySQL – My Structured Query Language, vyvinut firmou TxC v roce 1996. Díky svým vlastnostem se velmi hojně využívá právě při tvorbě www stránek. Architektura MySQL zvládá řešení mnoha různorodých úloh, vyniká skvělou kompatibilitou s programy jako je Apache¹ nebo

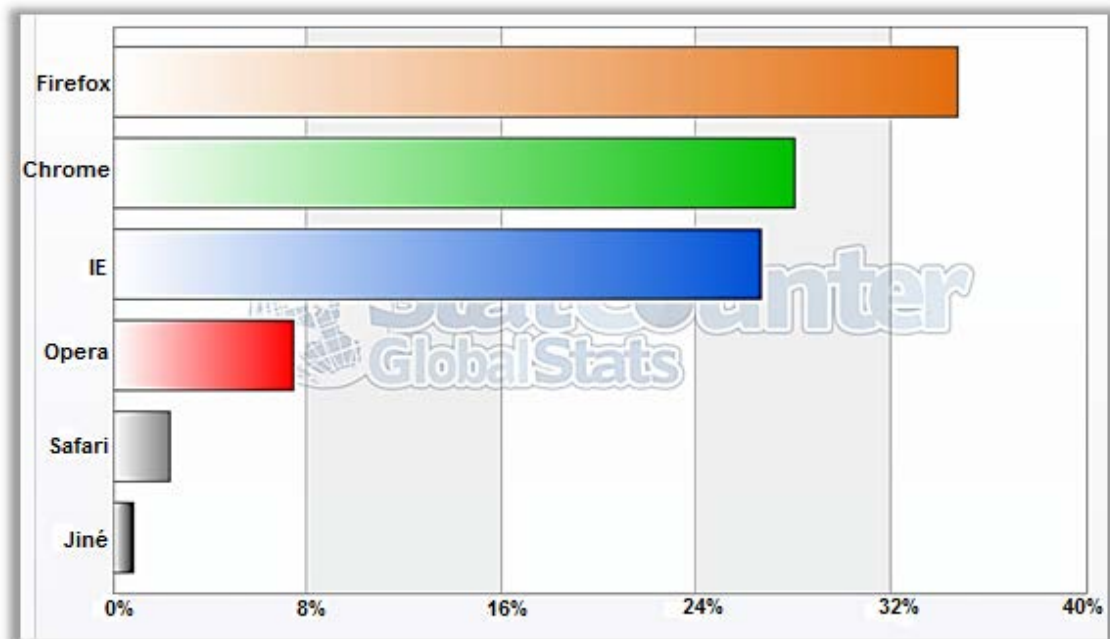
¹ Apache – multiplatformní HTTP (webový) server

skriptováním Php. Open source² databáze MySQL lze také pohodlně spravovat přes PhpMyAdmin³ (13).

1.4 Internetové prohlížeče

Internetové prohlížeče hrají při tvorbě WWW stránek důležitou roli, proto se jimi budu zabývat v samostatné kapitole. Webové prohlížeče interpretují (X)HTML a CSS na základě obecně přijatých standardů od společnosti W3C. Každý prohlížeč na trhu vykládá specifikace výše zmíněných standardů trochu odlišně a ne úplně správně.

Na trhu existuje velké množství webových prohlížečů. Na následujícím obrázku jsou zobrazeny podíly na trhu pěti nejvyužívanějších prohlížečů v České republice za rok 2012.



Obrázek 1: Nejpoužívanější internetové prohlížeče na českém trhu
(Zdroj: <http://gs.statcounter.com/#browser-CZ-yearly-2012-2012-bar>)

Mozilla Firefox se umístila na prvním místě, což značí jeho vysokou oblíbenost. Striktně dodržuje standardy a velmi dobře podporuje CSS, takže je vhodný jako hlavní

² Open Source – volně dostupný zdrojový kód

³ PhpMyAdmin - Open Source program napsaný v PHP pro kompletní spávu MySQL systému přes webové rozhraní

vývojový prohlížeč při tvorbě stránek. Předností je také velké množství doplňků, které Mozilla Firefox poskytuje. V době psaní této práce byla nejnovější verze 11.0 (4).

Druhé místo patří Google Chrome. Tento prohlížeč je dílem celosvětově úspěšného a známého vyhledávače Google.com. Standardy podporuje dobře, je čistý, účelný a přehledný. V dohledné době se může stát silnou konkurencí pro vítězný Mozilla Firefox. Verze Google Chrome 16 byla nejnovější v době vzniku této práce (4).

Třetí místo obsadil Internet Explorer - MSIE. Tento prohlížeč je součástí operačních systémů Windows a je nejrozšířenější po celém světě. Na druhou stranu starší verze nedodržovaly standardy především CSS2. Zlepšení se dostavilo až po vydání sedmé verze, která spoustu chyb opravila. Přesto však MSIE zůstává pro tvůrce webů velmi nepřívětivým. Zhodnocení odpovídá verzi MSIE 9 (4).

Prohlížeč Opera, který se umístil na čtvrtém místě, má poměrně malé zastoupení uživatelů. Nejlépe přijímá webové standardy společnosti W3C a CSS2 interpretuje přesně bez větších odchylek. Navíc má množství rozšíření, z nichž si vyberou i vývojáři. Pro příklad uvedu třeba nástroj Dragonfly nebo možnost rozšíření o webový server. Aktuální verze byla Opera 11.62 (4).

1.5 Nástroje a programy vhodné pro tvorbu www stránek

Vhodných nástrojů a programů pro tvorbu webových stránek existuje velké množství. V této kapitole se budu zabývat některými z nich, s nimiž pravděpodobně budu pracovat při zpracovávání vlastního návrhu řešení bakalářské práce.

1.5.1 Editory

K usnadnění tvorby WWW stránek přímým psaním kódu slouží různé editory. Tyto programy lze rozdělit do dvou typů (3):

- **Editory WYSIWG** – tato zkratka je utvořena z anglického *What You See IS What You Get*, volně přeloženo *co vidíš, to dostaneš*. Tyto editory fungují na principu skládání prvků v grafickém rozhraní. Ihned se tedy zobrazuje výsledný vzhled stránek. Dále není nutná žádná znalost HTML, CSS ani jiného programovacího jazyka. Nevýhodou je velmi malá možnost kontroly kódu, proto se příliš editory WYSIWG nedoporučují. Mezi editory patřící do

této skupiny jsou například Adobe Dreamweaver, Microsoft FrontPage nebo Microsoft Expression Web.

- **Strukturní editory** – ve své podstatě jsou to textové editory poskytující různé nástroje, které vývojářům usnadňují a automatizují tvorbu kódu. Části kódu lze průběžně kontrolovat zobrazením v prohlížečích. Pro příklad uvedu několik strukturních editorů jako je PSPad, Notepad nebo Adobe Dreamweaver, který je v tomto případě placený.

1.5.2 Google Analytics

Nástroj Google Analytics nabízí vlastníkům webů množství různých statistik, přehledů a pohledů. Podle nároků uživatelů na statistiky dříve Google rozdělval přehledy do tří skupin: manažer, správce stránek a pracovník marketingu. Mezi nejzajímavější z více jak 80 různých statistik patří například počet zobrazení stránek, počet návštěvníků za dané období, mapa přístupů podle různých parametrů, zdroje přístupů a další (4).

Díky GA může majitel stránek sledovat účinnost marketingových kampaní. Lze také zjišťovat klíčová slova, která návštěvníci použili k vyhledání stránek nebo které reklamní texty jsou nejúčinnější. Možnosti Google Analytics jsou opravdu velmi široké a poskytují velmi užitečné informace nejen pro vlastníky webů a vývojáře (4).

1.5.3 Web Developer Toolbar

O tomto nástroji jsem se již zmiňovala v kapitole o prohlížečích. Jedná se o rozšíření Mozilla Firefox určené pro vývojáře www stránek. Prostřednictvím doplňkové lišty umístěné v prohlížeči umožňuje ladění kódu kaskádových stylů. Mezi užitečné funkce patří možnost prohlédnutí nebo vypnutí všech CSS, validace stránky či změna velikosti okna (2).

1.5.4 Tredosoft Multiple IE

V předchozí kapitole věnované internetovým prohlížečům konkrétně Internetu Exploreru, jsem se zmiňovala o rozdílném přístupu jednotlivých verzí k standardům společnosti W3C. Je tedy nutné zobrazení stylpisu kontrolovat i ve starších verzích.

K usnadnění této činnosti lze využít instalátoru všech starších verzí IE, Tredosoft Multiple IE. Vedle nejnovější verze je pak možné v počítači provozovat i ty předchozí méně zdařilé (2).

1.5.5 Validátor W3C

Spojení validní kód značí, že vývojářem psaný kód je bezchybný a plně se řídí vydanými standardy. Takovýto web má jistotu funkčnosti a alespoň relativní šanci na stejné zobrazení CSS ve většině prohlížečů.

Tzv. validátory, jak se těmto nástrojům říká, jsou umístěny i v některých editorech. Opravdovým je však jen online validátor společnosti W3C. Ten umožňuje kontrolu (X)HTML a CSS třemi způsoby:

- By URI (zadáním adresy) – pro dokumenty již umístěné na internetu.
- By File Upload (načtením souboru) – dokumenty stále umístěné v počítači.
- By Direct Input (přímým vložením kódu) – kód se zkopíruje přímo do schránky validátoru.

Následně se zobrazí výsledek kontroly s výpisem chyb a varování, s přesným označením řádků a buněk, kde se nedokonalosti nachází. Dále validátor nabídne vlastní správné řešení kontrolovaného kódu.

1.5.6 EasyPHP

EasyPHP je jednoduchý webserver umožňující zobrazení webu s php skripty přímo ve vlastním počítači. Výhodou užívání EasyPHP je možnost vývoje a testování webu bez nutnosti vlastnit doménu. Serverový balíček obsahuje základní nástroje pro instalaci PHP na Windows, a to Apache, PHP, MySQL a PHPMYAdmin. Web se zobrazuje na IP adrese počítače nebo na adrese localhost. V případě užití IP adresy vidí web i ostatní (16).

1.5.7 CMS

CMS je zkratka anglického Content Management System neboli český Redakčního systému. Tento software slouží nejen k publikování materiálů na webových stránkách a na internetu, ale také může ulehčovat například komunikaci ve firmách (12).

Jelikož tématem mé bakalářské práce je tvorba webových stránek zmíním se blíže o využití CMS v souvislosti se správou obsahu webu.

Implementace www stránek na redakční systém umožňuje především vlastníkovi webu měnit a přidávat obsah stránek přes administrační rozhraní bez nároku na jakékoliv technické a programátorské znalosti. Za zmínku stojí například tyto funkce, které podporuje většina redakčních systémů (12):

- vytváření webových stránek,
- vytváření položek menu,
- jednoduchá správa obsahu stránek (texty, obrázky atd.) bez nutné znalosti programování,
- editování textů online,
- WYSIWYG textový editor (What You See Is What You Get),
- import a následná prezentace textového a multimediálního materiálu (obrázky, videa, animace, atd.),
- registrace a administrace uživatelů,
- přidělení přístupu a „práv uživatelům prostřednictvím hesla“,
- e-mailová anebo jiná notifikace vybraných uživatelů v případě změny obsahu,
- oddělení obsahu od formy – předdefinované styly písma (velikost, typ písma, barva).

1.5.8 FTP klient

Jako FTP klienta jsem zvolila nejvíce uznávaný program FileZilla. Jedná se o multiplatformní open-source aplikaci. FTP klient je program určený ke zprostředkování spojení mezi počítačem a vzdáleným serverem. Používá se tedy k nahrání všech potřebných souborů z vlastního počítače na server hostingu a dále také pro následnou snadnou a rychlou správu webu (4).

1.6 Hosting

Hosting neboli hostování WWW stránek slouží k umístění webu na Internet. Jedná se o službu od tzv. poskytovatelů hostingu, která může být zdarma, v podobě freewebů nebo placená. Obecně se doporučuje placená verze hostingu s větším

prostorem a rozsahem služeb. Zaleží pouze na majiteli stránek, co od webhostingu vyžaduje. Hostingové služby se dají rozdělit, včetně již zmíněných, do více druhů, které uvedu v následující podkapitole (17).

1.6.1 Druhy hostingu

V této kapitole stručně popíši jednotlivé druhy hostingů, které firmy na českém trhu nabízejí (18):

- **Freehosting** – hosting zdarma je vhodný pro nenáročné webové prezentace nebo testovací stránky. Má omezen datový přenos, prostor na disku a technickou podporu. Některé freehostingy mají omezení v podobě vložené reklamy a odkazů na hostovaných stránkách.
- **Webhosting** – ideální řešení pro osobní prezentace, blogy, stránky malých či středních firem a obchodů. Postupně se stává samozřejmostí neomezený přenos dat a prostor na disku. Při výběru je tedy vhodné zaměřit se na kvalitu technické podpory, zabezpečení dat, podmínky fakturace apod.
- **Dedikovaný server** – jedná se serverhosting, kdy má zákazník k dispozici vlastní fyzický server, pod správou poskytovatele. Softwarová část je naopak pod plnou správou zákazníka, který si sám zvolí, jaký operační systém bude používat nebo jaké služby bude prostřednictvím pronajatého serveru poskytovat. Výhodou tohoto řešení je vysoký výkon. Na druhou stranu je nutné mít dostatek znalostí pro správu serveru nebo si najmout externího správce.
- **Managed server** – je dedikovaný server pod celkovou správou poskytovatele. Na rozdíl od předchozího typu odpadají náklady na externího správce v případě nedostatečných znalostí zákazníka. Nevýhodou je vyšší základní cena.
- **Server housing** – v případě tohoto hostingu poskytovatel nabízí pouze pronájem místa a konektivity v datovém centru k umístění zákaznickova serveru. Zákazník má plnou odpovědnost za provoz serveru, řešení výpadků, upgradů a dalších okolností.
- **Virtuální server** – je druhem moderního hostingu, který v poslední době nahrazuje fyzický server. Zákazník má k dispozici virtuální prostor na

fyzickém serveru, který se však tváří jako server vlastní. Je snadno rozšiřitelný a flexibilní. Opět je možné je možné využít externího správce, ale nyní už bývá správa VPS poměrně jednoduchá, takže ji zvládne i šikovný webmaster.

- **Cloud hosting** – jedná se o nejnovější formu hostingu určenou pro velmi pokročilé uživatele vlastníci zavedené weby s velmi vysokou a prudce kolísající návštěvností. Zákazník si pronajímá pouze výpočetní výkon, přenos dat, využitý prostor atd.

1.6.2 Výběr hostingu

Nyní se budu zabývat tím, co všechno hosting poskytuje, a která kritéria je vhodné posoudit při výběru hostingu. Jednou ze zásadních informací je prostor na disku, který by měl být dostatečně velký. Obvykle pro účely klasických stránek stačí okolo 10MB. Poskytovatelé samozřejmě nabízí i větší datové limity, ale weby využívající takovéto prostory se v případě pomalejšího připojení déle načítají, což většinu uživatelů Internetu odradí (17).

Dalším kritériem, o kterém se zmíním je doména, což je adresa webu ve formě WWW adresy, například *www.jmenostranky.cz*. Existují tři typy domén:

- **Domény 1. řádu** – dělí se na generické a geografické. Generické domény mohou být buď otevřeny pro volnou rezervaci, nebo jsou rezervovány například nějakými institucemi. Geografické domény jsou tvořeny zkratkami příslušných zemí, jimž jsou přiděleny.
- **Domény 2. řádu** – zahrnují tyto koncovky *.cz*, *.info*, *.net*, *.org* a další.
- **Domény 3. řádu** – jedná se o takzvané subdomény, které jsou většinou zcela zdarma. Adresy vypadají takto: *jmenostranky.hosting.cz*. Pokud má již vlastník koupenou doménu je možné si v rámci nich vytvořit subdoménu.

Při výběru hostingu je dále nutné soustředit pozornost na podporu databází a jejich omezení, velikost a počet emailových schránek, technická podpora nebo také garance kvality služeb.

1.7 URL

URL je zkratka anglického spojení Uniform Resource Locator, v překladu jednotný lokátor zdroje, nejčastěji využívaný prohlížečem. Slouží k přesné specifikaci umístění zdrojů na Internetu a definuje doménovou adresu serveru. Zjednodušeně řečeno se jedná o Internetovou adresu stránky (22).

Každá URL adresa je řetězec znaků s přesně definovanou strukturou. Absolutní adresy se vždy skládají z protokolu a doménového jména. Dále může obsahovat adresářovou cestu a jméno konkrétního souboru včetně přípony nebo i číslo portu a jméno záložky (22).

V HTML se URL využívá k zacílení odkazů, načítání obrázků a podpůrných souborů. Adresa URL se v HTML používá ve dvou podobách (3):

- **Absolutní adresa** – plná WWW adresa dokumentu na Internetu.
- **Relativní adresa** – cesta k dokumentu v rámci jednoho webového sídla.

1.8 Postup tvorby www stránek

Návodů a postupů jak vytvořit webové stránky lze nalézt na internetu i v odborných publikacích velké množství. Jednotlivé popsané kroky vytváření webu mohou být dobrým odrazovým můstkem začínajících webdesignerů. Zkušenější tvůrci webů mají zažité vlastní postupy, které jsou však v zásadě vždy podobné. Uvedu zde jeden z obecných návodů na tvorbu webových stránek (5):

- **vytvoření představy o budoucím webu** – cíl webu, charakterizovat cílovou skupinu uživatelů, zda bude obsah na stránkách přibývat nebo se jedná o statický web,
- **sběr informací pro počáteční obsah webu** – zjistit co uživatelé od webu očekávají, jaké informace by rád publikoval majitel webu,
- **utřídění těchto informací do podoby vhodné k publikaci na webu** – logické zpracování webu, roztřídění do jednotlivých kategorií a podkategorií, použití vhodnějších kratších textů,
- **promyšlení navigace (systému odkazů)** – vytvoření hierarchie informační architektury přidělením stupňů důležitosti, propojení bloků informací vzájemnými vztahy,

- **návrh grafického designu** – na papír a následně za použití grafického programu, zvolení vhodné kombinace barev, kontrasty pozadí a písma, efekty,
- **optimalizování grafiky na co nejmenší velikost,**
- **vytvoření zdrojového HTML kódu,**
- **zhodnocení a otestování funkčnosti stránek** – vyzkoušení zda jsou stránky správně navrženy a fungují podle potřeb majitele i uživatelů,
- **vytvoření příslušného CSS stylu dle grafického návrhu.**

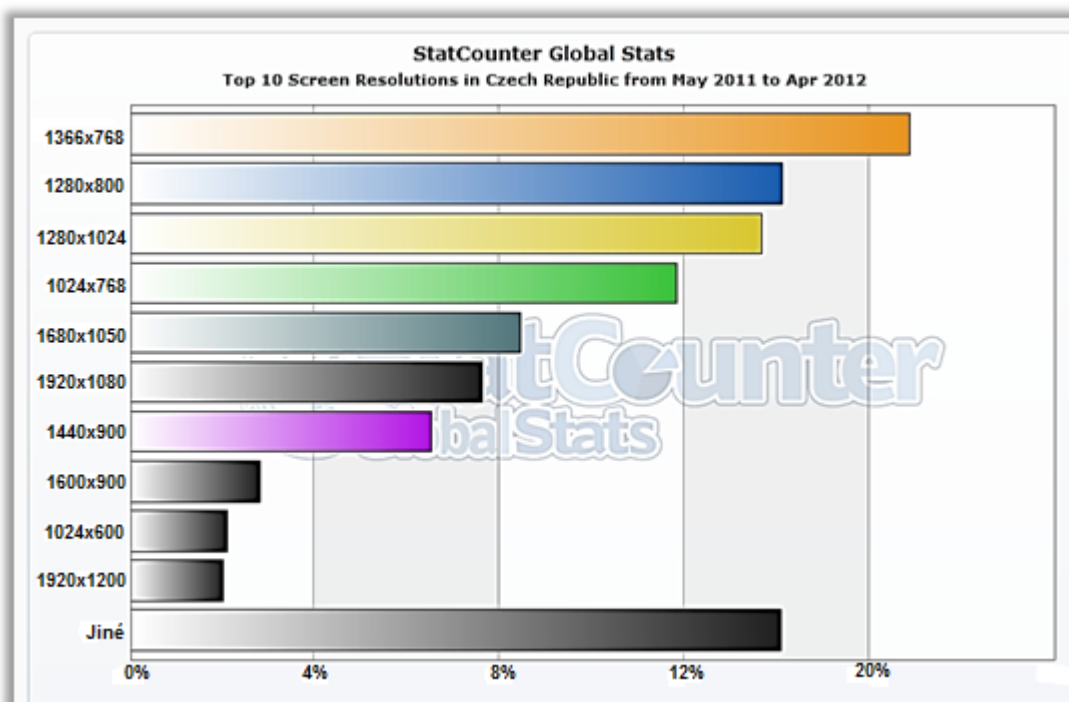
1.9 Přístupnost stránek

Web je přístupný v případě, že je vhodně upraven pro pohodlné procházení všemi uživateli bez ohledu na jejich omezení nebo specifika. Mezi nejčastější případy, které prokáží, jak jsou stránky přístupné, patří například návštěva krátkozrakého uživatele, zobrazení webu přes mobilní zařízení nebo pomocí čtečky obrazovky. Nyní uvedu několik základních pravidel, jak vytvořit web vhodný pro čtení nejen těmito uživateli (3):

- **Kontrast** – maximální kontrast mezi písmem a pozadím.
- **Možnost zvětšení písma** – zajišťuje procentní nastavení velikosti textů.
- **Obsah na prvním místě** – umístění obsahu dříve než navigace.
- **Správná navigace** – užití neuspořádaných seznamů.
- **Správné přiřazení významu** – použití elementů podle významu.
- **Alternativní text obrázků** – text u parametru `alt`.

Problematika přístupnosti webu úzce souvisí s optimalizací stránek pro vyhledávače, kterou se budu zabývat v následující kapitole.

Důležité je také věnovat pozornost různému rozlišení obrazovek uživatelů. Z následujícího obrázku vyplývá, že nejvíce používané rozlišení v České republice je 1366x768 pixelů, následuje 1280x800 a 1280x1024 pixelů. Z tohoto důvodu by se i grafický návrh stránek měl optimalizovat na rozlišení 1024x768 obrazových bodů a vyšší.



Obrázek 2: Zastoupení rozlišení monitorů v ČR
 (Zdroj: <http://gs.statcounter.com/#resolution-CZ-monthly-201105-201204-bar>)

1.10 Optimalizace stránek

Optimalizace stránek spočívá v tom, že webové stránky a reklamy jsou vytvořeny skutečně relevantní k vyhledávanému dotazu. Správná a přirozená optimalizace zvyšuje návštěvnost stránek mnohem více než například reklama prostřednictvím bannerů nebo prokliků a dokáže tak snížit náklady vynaložené právě na tyto formy propagace.

1.10.1 SEM a SEO

„Search Engine Marketing (SEM) - jinak také marketing ve vyhledávačích. Vychází z předpokladu, že nejdůležitější je být nalezen vyhledávačem a na dané klíčové slovo související s obsahem stránky se zobrazit hledajícímu uživateli (zákazníkovi) (7, s.16).“

Sem pracuje na základě *pull marketingu*⁴ a ukazuje zákazníkovi cestu k nabízenému produktu, výrobku či službě. Využívá toho, že většina zákazníků přichází na web se zájmem najít konkrétní výrobek a ten si koupit. Jednoduše řečeno úkolem SEM je, aby konkrétní webové stránky, byly co nejrychleji a nejsnáze, nalezeny právě těmi zákazníky, kteří hledají výrobky nebo služby nabízené těmito stránkami (7).

Search Engine Marketing se dělí na dvě části. První část se zabývá umístováním placených odkazů, takže pracuje především s *kontextovými odkazy*⁵ a *PPC systémy*⁶ a druhá část přizpůsobováním obsahu stránek, aby byla stránka vyhledávačem zobrazena ve výsledcích na co nejlepší pozici – technika SEO (7).

„Search engine Optimization (SEO) – optimalizace stránek pro vyhledávače. Zjednodušeně se jedná o konkrétní techniky zabývající se způsobem, jak umístit stránky na co nejlepší pozici ve vyhledávání (7, s.17).“

Jednoduše řečeno cílem SEO je nalezitelnost informací, k níž je potřebné určité uzpůsobení stránek. Doba než se výsledky optimalizace projeví je delší než například u bannerové reklamy, ale z dlouhodobého hlediska levnější a výhodnější.

1.10.2 Rozdíl mezi katalogem a vyhledávačem

Zhruba 95% uživatelů Internetu nerozlišuje, zda vyhledává v katalogu nebo ve fulltextových vyhledávačích. Ze statistik však vyplývá, že nejvíce návštěvníků stránek přichází právě přes vyhledávače (7).

Fulltextové vyhledávače používají tzv. *robota* nebo *pavouka*, což je program, který aktivně vyhledává a prohledává weby a jejich stránky. Z obsahu stránek si následně vytváří vlastní index (databázi) a každou stránku oznamkuje podle určitých pravidel. Na základě zadaného dotazu návštěvníka do vyhledávače nabídne výsledky stránek s nejlepší známkou ze svého fulltextového indexu, které se k danému klíčovému slovu vztahují (4), (7).

Oproti tomu katalog je v podstatě web rozdělený podle kategorií, které obsahují odkazy na jiné weby. Tyto odkazy jsou vkládány ručně. Katalogy mají také své vlastní

⁴ Pull marketing - marketingová strategie umožňující zákazníkovi větší interakci

⁵ Kontextové odkazy – textové nebo grafické odkazy zobrazující se v kontextu s obsahem dané stránky

⁶ PPC systémy – reklamní odkazy placené za proklik na dané stránky inzerenta

vyhledávače, které umí najít výsledek podle slov v titulku, v obecném popisu nebo třeba v klíčových slovech zadaných od majitelů stránek, kteří své odkazy do katalogu umístili. Tyto odpovědi jsou však předkládány pouze z databáze zaregistrovaných odkazů v katalogu (4).

1.10.3 Základní faktory správné optimalizaci pro vyhledávače

Existuje mnoho zásad a návodů pro dosažení nejlepších pozic ve vyhledávačích. Uvedu tu několik nejdůležitějších, které zajistí, že se stránky zobrazí ve výsledcích hledání výše (4):

Klíčová slova – slova, která zákazníci nejčastěji vyhledávají. Výběru klíčových slov je dobré věnovat pozornost. Výrazy na které optimalizujeme, by se pak měly vyskytnout na těchto místech (4):

- Název domény.
- Titulek stránky – konkrétně v elementu `title` u úvodní stránky.
- Nadpisy – konkrétně v elementech `h1`, `h2` apod. Titulek by se neměl shodovat s nadpisem, proto volíme například slovní spojení.
- Běžný text – vhodná hustota je pod 10% na stránku.
- Odkazy – text uzavřený v elementu `a`.
- Názvy – v názvech odkazů.
- Alternativní text obrázků – konkrétně v parametru `alt`.
- Titulky obrázků a odkazů - konkrétně v parametru `title`.

Zpětné odkazy na stránky - jde o odkazy na WWW stránky umístěné na jiných webech, například katalogy, partnerské weby a podobně. Nejvíce zpětných odkazů lze získat prostřednictvím katalogů, výměnou odkazů s partnerskými weby, diskuzních fór a vlastního blogu.

Struktura webu – jedná se o správnou strukturu zdrojového kódu. Je důležitá pro správnou činnost robota vyhledávače a ovlivňují ji zejména tyto zásady (4):

- Obsah nejdříve – obsah by měl být umístěn ve zdrojovém kódu před navigací, protože text na konci dokumentu má menší váhu než text na začátku.
- Oddělení významu a vzhledu – jednoduchý zdrojový kód bez informací o vzhledu.

- Správná struktura nadpisů – řazení nadpisů dle úrovně.
- Správná struktura navigace – odkazy na nejdůležitější stránky umístíme do hlavní navigace.

Copywriting – neboli text pro optimalizovaný web, je nejdůležitější informací, kterou web obsahuje. Jedná se o samostatnou disciplínu, avšak pro méně zkušené stačí několik základní pravidel pro tvorbu textů (4):

- Struktura textu – rozdělení textu do více bloků.
- Relevance textu – texty na jedné stránce by se neměli vztahovat k různým věcem.
- Nejdůležitější na začátek – první texty na stránce obsahují to nejdůležitější.
- Hustota klíčových slov – nutná je vhodná hustota klíčových slov, protože text je především určen pro čtenáře ne pro vyhledávače.
- Odkazy v textu – text doplněný o odkazy na jiné stránky na Internetu.

Umístění do vyhledávače – v případě, že majitel stránky nechce čekat, až vyhledávač automaticky uloží stránky do svého indexu, může vyplnit formulář, který vyhledávače poskytují. Tak o své existenci řekne vyhledávači ihned.

1.11 Mobilní webové stránky

V současné době velká část populace začíná využívat internet v mobilních telefonech. Tento rozmach je podnícen nejen boomem tzv. chytrých telefonů s větším displejem a lepším rozlišením, ale také příznivější cenou a vyšší rychlostí mobilního připojení. S tímto trendem přichází samozřejmě nutnost speciálních úprav internetových stránek do vhodné podoby pro tato zařízení. Takto upravené stránky pro mobilní prohlížení má však v České Republice velmi málo firem. Pokud tedy majitelé webů chtějí svým návštěvníkům dopřát možnost komfortního prohlížení obsahu stránek, musí si nechat vytvořit speciální verzi stránek univerzální pro všechny dostupné druhy telefonů (20).

Standartní webové stránky vytvořené pro procházení notebooky nebo pevnými PC lze zobrazit i v mobilu. Je ale nutné počítat s několika nepříjemnými skutečnostmi. V první řadě je to velmi pomalé načítání obsahu sestaveného z obrázků s vysokým rozlišením, videí nebo flashových animací. V druhé řadě mikroskopická velikost písma, která nutí uživatele neustále stránku střídatě přibližovat a oddalovat či malá tlačítka pro

navigační prvky. Dalším negativem je nutnost dodatečně instalovat nějaký software určený pro procházení webů v mobilu, který je alespoň dočasným usnadněním než bude většina starších telefonů nahrazena třeba takovými iPhony. Jedním takovým softwarem je například Opera Mini (20).

Pokud se tedy majitel webu rozhodne pro vytvoření „odlehčené“ verze stránek vhodné pro mobilní telefony má tedy dvě možnosti. Vytvořit mobilní stránky, která bude univerzální pro všechny telefony nebo verzi určenou pouze pro iPhone. Osobně se přikláním k první variantě, protože pokud iPhony v budoucnu zastíní a nahradí i ostatní konkurenční smartphony, bude to ještě pár let trvat (20).

Pro vytváření mobilních webových stránek existuje několik značkových jazyků. Jsou to například WML, XHTML Basic, XHTML MP a cHTML. I v případě stránek určených pro telefony je možné provádět validaci, která zajišťuje správné zobrazení ve více druzích zařízení. Takovými validátory jsou třeba Mobile-friendly XHTML Validátor od společnosti W3C nebo Mobile-readiness checker a další (20).

Testovat správné zobrazení obsahu je nutné na více displejích různých značek mobilních telefonů. K tomu, aby vývojáři nemuseli mít zakoupených několik desítek telefonů, slouží takzvané emulátory. V těch lze jednoduše kód otestovat (20).

2. ANALÝZA PROBLÉMU SOUČASNÉ SITUACE

2.1 Představení firmy ABB přívěsy s.r.o.

<i>Obchodní firma:</i>	ABB přívěsy s.r.o
<i>Právní forma:</i>	Společnost s ručením omezeným
<i>Sídlo:</i>	Karlov 221 594 01 Velké Meziříčí
<i>Předmět podnikání:</i>	Specializovaný maloobchod, velkoobchod

Po rozdělení tří společníků vlastnících firmu Vezeko s.r.o, došlo ke vzniku tří nových samostatných firem, které byly těmito společníky založeny. Jednalo se o firmy Agados s.r.o., Vezeko s.r.o, která si ponechala předchozí název a právě firmy ABB přívěsy s.r.o. Všechny společnosti vznikly a mají sídlo ve stejném městě, a to ve Velkém Meziříčí. Zatím co Vezeko si na trhu udrželo svoje renomé, Agados a ABB přívěsy byly nuceny si z většiny najít novou klientelu. Firma ABB přívěsy si po pár letech našla své stálé místo na trhu, a nejen tuzemskou, ale i zahraniční klientelu.

ABB přívěsy s.r.o. se specializuje na výrobu a montáží přívěsů, návěsů, přepravníků pro zvířata a servis. Tyto výrobky nabízí jednak ve standartním provedení, ale také se zabývá zakázkovou výrobou, přesně na míru dle požadavků zákazníků. Nedávno začala také s distribucí a prodejem spojovacích materiálů, především do výrobních firem, ale i koncovým zákazníkům.

Firma má ve svém oboru na českém trhu velkou konkurenci. Největší asi v místě podnikání, kde se nachází dobře prosperující firma Vezeko s.r.o. a také Agados s.r.o. Dalším konkurentem je například firma Kobras s.r.o. Zmíněné konkurenční firmy oproti ABB přívěsům daleko lépe zvládají svoji propagaci například propracovanými webovými stránkami, reklamou a některé nabízí svoje zboží prostřednictvím e-shopů.

2.2 Marketingový mix

Rozhodla jsem se do své práce zahrnout i vybrané údaje z hlediska marketingu, které o firmě vypoví důležité údaje. Marketingový mix popíši pomocí metody 4P. Tato

metoda zahrnuje zhodnocení produktu, který podnik vyrábí a jeho ceny. Dále místo, kde vykonává podnikatelskou činnost z hlediska dostupnosti a obtížnosti distribuce. A v neposlední řadě se zabývá propagací výrobků a společnosti jako celku. Můžeme se setkat třeba i s modelem, jenž přidává další P, jako je například personál a jiné.

Product (Produkt):

Produkty, které firma nabízí, jsou přívěsy, návěsy, náhradní díly a spojovací materiály. Jádrem produktu je převoz materiálu, různých automobilů, motorek či zvířat. Formálním produktem je tvar výrobku, použité materiály, konstrukce a montáž. V tomto se již může firma odlišovat od konkurence použitím kvalitnějších nebo neobvyklých materiálů. Výběr materiálů je na rozhodnutí zákazníka, nicméně firma používá velice kvalitní materiály pro výrobu. Jelikož má firma vlastního konstruktéra, který navrhuje jedinečné produkty na zakázkovou výrobu, jejich výchozí tvar je odlišný od konkurence.

Rozšířeným produktem je především doprava. Firma nabízí osobní odběr nebo je schopna objednané přívěsy dovézt na místo, které zákazník určí. Včetně zahraničí. Cena dopravy je přijatelná. Platby jsou prováděny většinou způsobem 20% zálohy a doplacením při převzetí. Úplným produktem jsou finální výrobky nesoucí značku ABB přívěsy. Podnik se také zabývá distribucí náhradních dílů a spojovacích materiálů jiných firem. Sortiment firmy je poměrně široký a hotové výrobky jsou kvalitně zpracované. Výhodou je, že s přívěsy z firmy ABB je možné jezdit 100 kilometrovou rychlostí, avšak v porovnání s konkurencí to již není ojedinělé naopak nutné.

Price (Cena):

Ceny jsou srovnatelné s konkurencí. Firma poskytuje obvykle každý měsíc nějaké akční slevy na určité druhy přívěsů. Dále nabízí možnost nákupu zboží na úvěr Essox s nulovou akontací. Ke každému přívěsu zákazníkům nabízí povinné ručení Kooperativa na rok zdarma.

Place (Místo):

Společnost ABB přívěsy má sídlo ve Velkém Meziříčí. Výhodou je, že tímto městem prochází hlavní dálniční tah mezi Brnem a Prahou. Pro potenciální zákazníky

to může být výhodou díky, které si mohou vybrat tuto firmu pro její dobrou dostupnost. Také distribuce je v tomto případě pro firmu bezproblémová. Avšak poloha v samém městě není již tak správně situována. Nachází se na okraji na opačném konci města než je sjezd dálnice a je jakoby „zastrčena“ za domy, kam vede poměrně úzká příjezdová cesta. Může se tedy stát, že případný zákazník ji nebude moci najít a vybere si konkurenční Vezeko, které je ve stejném městě a je vidět hned při příjezdu do Velkého Meziříčí u hlavní silnice.

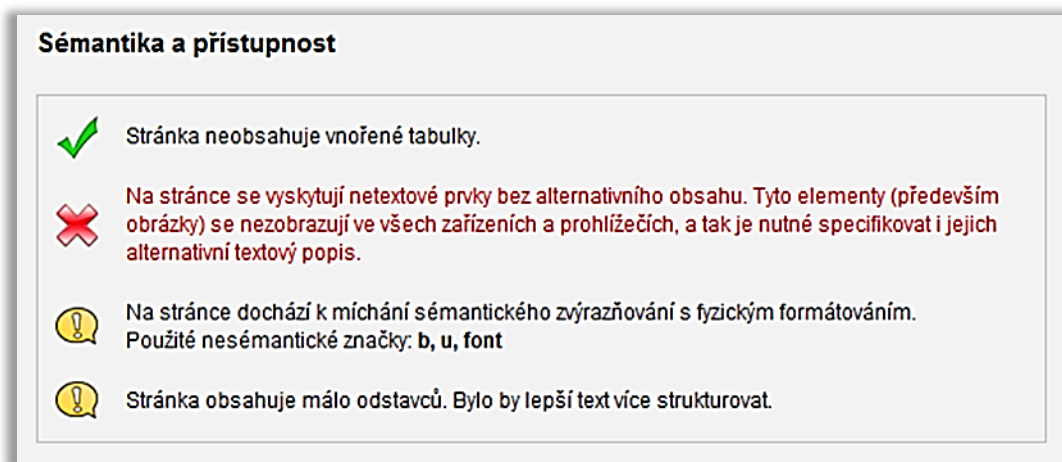
Promotion (Propagace):

Poslední P marketingového mixu je velice důležité pro udržení pozice na trhu a v obstání proti konkurenci. Firma ABB přívěsy v minulosti ani současnosti nevyužívala žádné reklamy. Nevlastní billboardy, neobjevuje se v rádiu ani televizi. Na akční nabídky a slevy upozorňuje na svých webových stránkách.

2.3 Současný stav webových stránek

Současné webové stránky jsou stále v režimu výstavby. Dostupné jsou na www.privesy.com (14.05.2012). Několik záložek neobsahuje žádné informace. Design je velmi neatraktivní s nevhodně zvolenou kombinací barev. Rozlišení stránek i jednotlivých elementů není zvoleno příliš správně. Při zvětšování a zmenšování zobrazení dochází k deformaci vzhledu. Neobvyklé je také zarovnání vlevo. V Internet Exploreru nejsou ošetřeny modré rámečky okolo obrázků. Ke tvorbě vzhledu není použit externí CSS soubor což způsobuje velké množství vložených inline stylů v kódu a jeho následnou nepřehlednost.

Dále jsem testovala přístupnost webu pomocí analýzy zdrojového kódu na www.seo-service.cz. Výsledek testu je vidět na obrázku níže.



Obrázek 3: Výsledek testu přístupnosti stávajících stránek firmy ABB přívěsy (Zdroj: <http://seo-servis.cz/source-zdrojovy-kod/>)

Stránky postrádají navigaci a provázanost. Špatné určení důležitých prvků stránky vytváří záporný první dojem. Na webu taktéž chybí možnost vyhledávání slov nebo slovních spojení, které usnadňují zákazníkům najít ihned, co potřebují. Za velkou chybu považují také to, že internetová prezentace není tvořena podle zvyklostí uživatelů. Logo firmy nefunguje jako zpětný odkaz na úvodní stránku nebo nadpisy novinek se pouze tváří jako odkazy, ale ve skutečnosti jimi nejsou.

Za pozitivní považují, že kód HTML je validní, je vyplněn titulek a popisek stránky včetně klíčových slov. Nechybí ani sitemap a informace pro roboty vyhledávačů. Firma má na stránkách také umístěnou statistiku návštěvnosti.

ABB přívěsy
výroba • prodej • servis • leasing

Přívěsy pro každého, pro každý den.

Novinky
Akční nabídka
Přívěsy
Nástavby
Náhradní díly
Ke stažení
Kontakt

Listopadové slevy 10 - 15% na naše přívěsy.

Sleva 10-15%

Pro měsíc listopad Vám můžeme nabídnout přívěsy s 10-15% slevou (viz [Akční nabídka](#))

Sleva se netýká přívěsných vozíků UNI.

Sleva platí i pro příslušenství objednané spolu s přívěsem.

Potřebujete přívěs? Nemáte hotovost? Kupte si přívěs na splátky s 0% akontací!

Nově Vám můžeme nabídnout přívěsy na splátky začínající již s 0% akontací. Nepotřebujete tedy ani korunu a přívěs si můžete od nás odvézt. Stačí si s sebou vzít občanský průkaz a druhý doklad totožnosti.

Pro další informace klikněte [SEM](#) nebo nás neváhejte kontaktovat.

Spolupracujeme s:

ESSOX

ČSOB Leasing

Kooperativa VIENNA INSURANCE GROUP

NOVINKA v našem sortimentu - přívěsné vozíky UNI!

Nově v našem sortimentu naleznete řadu přívěsných vozíků UNI, které Vám za příjemnou cenu poskytnou všestranné využití.

Ceny od 9.000,- Kč bez DPH / 10.800,- Kč s DPH

Návštěvy
Celkem 36297

Obrázek 4: Současné internetové stránky společnosti ABB přívěsy (Zdroj: vlastní)

2.4 SWOT analýza firmy

Tuto analýzu lze rozdělit na interní analýzu silných a slabých stránek a externí analýzu příležitostí a hrozeb. Interní analýzu jsem provedla pomocí metod 4P a 7S a externí pomocí Porterova modelu pěti konkurenčních sil. Výsledky jednotlivých analýz jsem shrnula do tabulky číslo 1.

Tabulka 1: SWOT analýza firmy ABB přívěsy (Zdroj: vlastní)

S – silné stránky	W – slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> ▪ dobrá dostupnost, distribuce ▪ kvalitní produkt ▪ výroba na zakázku ▪ možnost nákupu na úvěr, povinné ručení na rok zdarma ▪ kvalifikovaní zaměstnanci ▪ rekvalifikační kurzy 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nedostatečná propagace ▪ špatná morálka některých zaměstnanců ▪ nedostatečný zájem vedení ▪ neexistence strategického plánování ▪ nedostatečný systém řízení ▪ špatný stav kanceláří ▪ ustrnutí vývoje ▪ manažerské chyby ▪ nedostatečná komunikace mezi vedoucími pracovníky
O - příležitosti	T - hrozby
<ul style="list-style-type: none"> ▪ rozšíření okruhu odběratelů ▪ zahraniční zakázky ▪ rozšíření sortimentu 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vysoká konkurence v místě podnikání ▪ neschopnost konkurovat větším firmám ▪ nemožnost vyhotovení početnějších zakázek ▪ splývání produktů s konkurencí

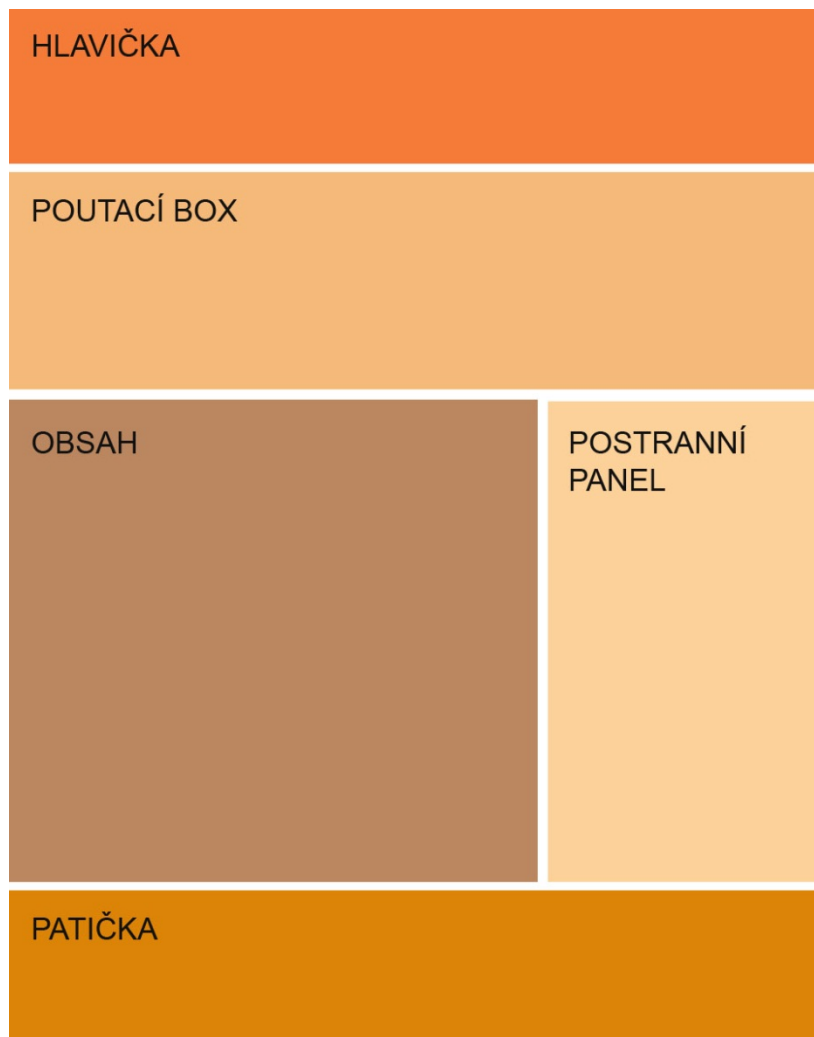
3. VLASTNÍ NÁVRH ŘEŠENÍ

3.1 Návrh architektury webu

V této kapitole se zmíním o rozmístění prvků v layoutu a o obsahu webových stránek.

3.1.1 Layout

Layout je název pro návrh rozmístění základních prvků na stránce. Jeho tvorba je velmi důležitou součástí přípravy webu. Jak jsem se zmiňovala v teoretické části, vhodné rozvržení obsahu stránky je základem pro správnou SEO analýzu, protože vyhledávače zobrazují výsledky podle toho, co je nejbližší začátku stránky.



Obrázek 5: Návrh layoutu stránek (Zdroj: vlastní)

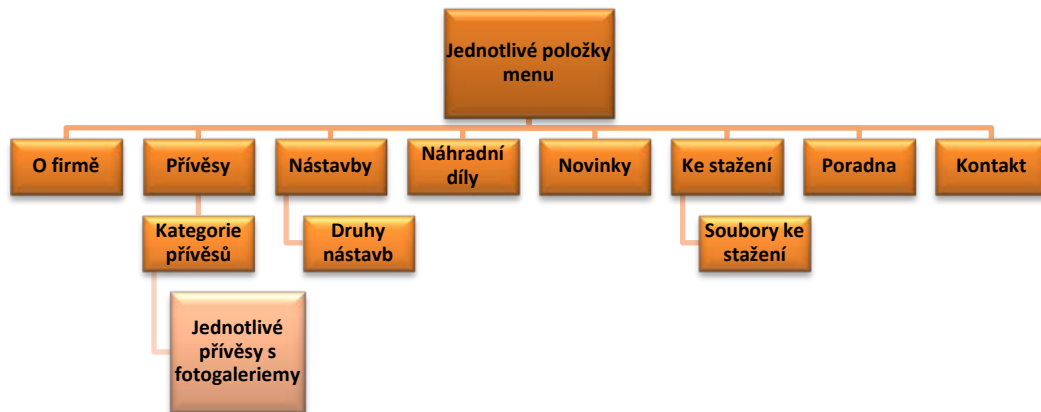
Při tvorbě layoutu jsem dbala na použitelnost a zvyklosti uživatelů, kteří mají zažité přibližné umístění některých prvků. Na druhou stranu jsem chtěla do stránky zakomponovat nějaký kreativní grafický prvek, abych web trochu ozvláštnila, ale zároveň neomezila nijak jeho funkčnost. Tuto část jsem v layoutu nazvala „poutací box“.

V layoutu jsem homepage rozdělila celkem na 5 částí – hlavičku, poutací box, obsah, postranní panel a patičku. Nyní popíši, co budou jednotlivé části obsahovat:

- **Hlavička** – zde bude tradičně umístěné logo firmy odkazující na hlavní stránku, vyhledávací formulář a hlavní menu, které bude přístupné ze všech záložek na webu.
- **Poutací box** – tato část, jak jsem již psala, slouží především jako grafický prvek. Bude obsahovat moto firmy, jednoduchou obrázkovou prezentaci a výrazné odkazy na tři hlavní kategorie nabízených produktů. V obrázkové prezentaci se budou animovaným přechodem proměňovat fotografie zvolených výrobků.
- **Obsah** – bude zobrazovat náhledy tří nejnovějších událostí ve firmě, jako jsou novinky, slevy, akční nabídky, a další. Pod výpisem událostí bude umístěna galerie vybraných skladových produktů z různých kategorií. Pokud návštěvník zahlédne přesně ten produkt, který potřebuje, klikne na fotografii a dostane se přímo na popis produkt. Tato funkce se mi jeví jako velmi efektivní.
- **Postranní panel** – v tomto panelu budou umístěny odkazy na důležité statické informace, jako je například ceník přívěsů, maximální konstrukční rychlost, možnosti pojištění nebo úvěru.
- **Patička** – nejnižší část stránky bude klasicky obsahovat zkrácený kontakt, email, mapu webu a informace o stránkách, CMS a webmasterovi.

3.1.2 Horizontální menu

Jednotlivé položky menu s podstránkami jsou zobrazeny na schématu v obrázku číslo 6.



Obrázek 6: Struktura horizontálního menu (Zdroj: vlastní)

Nyní blíže specifikuji, co budou jednotlivé položky menu obsahovat:

- **O firmě** – základní informace o firmě, její představení a obchodní náležitosti.
- **Přívěsy** – po rozkliknutí této záložky se objeví na levé straně menu s jednotlivými kategoriemi přívěsů rozdělených podle technických specifikací. Po zvolení příslušné kategorie se zobrazí jednotlivé přívěsy s popisem, základními informacemi a fotogalerií.
- **Nástavby** – tato položka bude vytvořena na stejném principu jako výše zmíněné přívěsy. Majitel firmy ještě nemá ucelenou představu, které nástavby bude v dané sekci představovat. Bude tedy nutné je dodělat později, dle představy majitele.
- **Náhradní díly** – obsah tohoto odkazu bude doplněn později, ze stejného důvodu jako u předchozích nástaveb.
- **Novinky** – v záložce novinky zákazník najde výpis všech novinek včetně tří nejaktuálnějších, které se zobrazují na úvodní stránce webu. Do této sekce bude správce webu přidávat veškeré akční nabídky výrobků s odkazy na konkrétní místa.
- **Ke stažení** – zde zákazník nalezne jednotlivé kompletní soubory ke stažení jako je ceník přívěsů, vzorníky, technické návody a další.
- **Poradna** – v této sekci se budou nacházet odpovědi na nejčastější dotazy zákazníků.

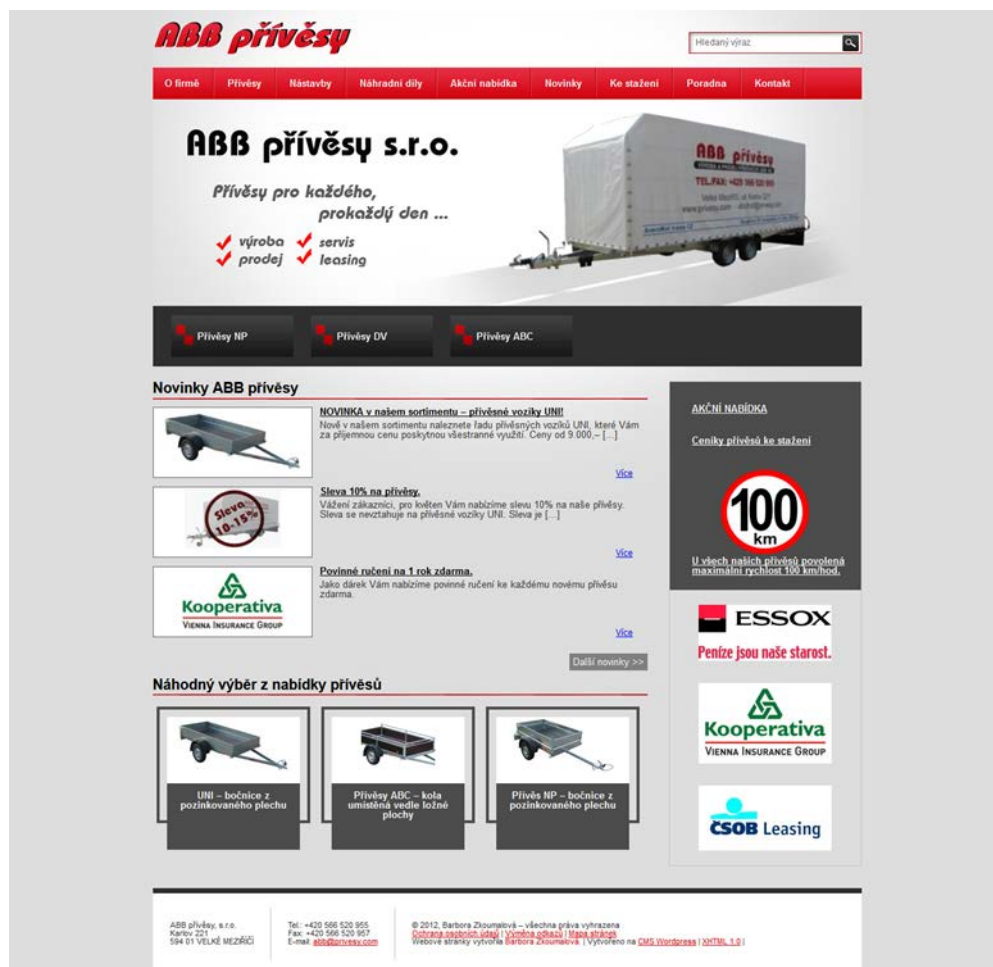
- **Kontakt** – standartní záložka s telefonními čísly, adresou a mapou.

3.2 Grafický návrh

Při tvorbě grafického návrhu jsem ladila barevnost stránek vzhledem k logu ABB přívěsů. Firma používá několik variant loga vždy ale v odstínech červené a v některých případech s černým okrajem. Jelikož firma nemá ustálenou podobu loga, vytvořila jsem si vlastní s použitím výchozího písma pro jejich logo Bahamas.

Grafické prvky a pozadí jsem tvořila ve Photoshopu CS3. Celková barevnost je v tónech červené a šedé. Snažila jsem se, aby stránky byly „vzdušné“ a nebyly zatíženy přílišným množstvím prvků. Obrázky jsou použity z vlastních zdrojů majitele a jsou zmenšeny na vhodnou velikost kvůli rychlému načítání. Z externích zdrojů jsou pouze loga partnerů, při jejichž umístování je nutné brát v potaz, že podléhají autorským právům. Nelze jim tedy měnit barvy, poměr stran ani je jinak deformovat.

Jednotlivé sekce stránek jsou barevně odlišeny. Obsah poutacího boxu je vytvořen ve Photoshopu opět s použitím fontu Bahamas. Pozadí jsem zvolila světle šedivé kvůli kontrastu s písmem. Výsledný grafický návrh je vidět na obrázku níže.



Obrázek 7: Grafický návrh stránek (Zdroj: vlastní)

3.3 Výběr CMS

Vzhledem k rozsahu a účelu současných stránek ABB přívěsů, které slouží jako katalog produktů firmy, je nutné využít ke správě obsahu nějakého redakčního systému. Protože v budoucnu majitel chce rozšiřovat nabídku výše zmíněného katalogu o další přívěsy, výběr vhodného CMS je důležitý k usnadnění této činnosti a pohodlnému přidávání produktů.

Rozhodla jsem se využít jednoho ze tří nejoblíbenějších veřejně dostupných redakčních systémů. V následující tabulce jsou shrnuty důležité vlastnosti CMS Wordpress, Joomla a Drupal na základě nichž se rozhodnu, kterého systému využiji. Využila jsem stručného srovnání z webu www.presio.cz.

Tabulka 2: Porovnání open source CMS (Zdroj: <http://www.pressio.cz/nejlepsi-redakcni-system-zdarma/>)

Vlastnost	WordPress	Joomla!	Drupal
Instalace redakčního systému	velmi snadné	snadné	náročné
Instalace šablony vzhledu	velmi snadné	náročné	náročné
Instalace pluginu (funkce)	velmi snadné	snadné, časté chyby	náročné
Počet pluginů	cca 15 000	cca 6 000	cca 7 000
Obsluhu zvládne	Začátečník	Mírně pokročilý	Pokročilý
Množství chybových hlášek	zcela minimální	značné	zcela minimální
Více jazykových verzí	ANO	ANO	ANO
Počet stažení za rok 2010 (celosvětově)	983 625	113 836	33 671
Na kolika procentech webů běží	12,9%	2,5 %	1,4%
Cena	Zdarma	Zdarma	Zdarma
WYSIWYG Editor	ANO	ANO	možnost přidání

Podstatnou vlastností je snadnost obsluhy, protože potřebuji, aby web dokázal spravovat i méně zkušený člověk, což vyžaduje existenci dobrého WISIWYG editoru. V těchto požadavcích vychází nejlépe Wordpress oproti Drupalu, který je tvořen spíše, jak jsem slyšela, „programátory pro programátory“. Proto jsem Drupal vyloučila. Nevýhodou Wordpresu je do jisté míry právě jeho jednoduchost, díky které není vždy vhodný pro rozsáhlejší weby. Pročetla jsem mnoho článků a dle mého názoru lze v CMS Wordpress postavit opravdu vše. Je navíc vhodný i pro začínající programátory, v čemž vidím pro mě jako začátečníka velikou výhodu.

Po zhodnocení získaných informací jsem se rozhodla využít redakčního systému Wordpress verze 3.3.1.

3.4 Instalace a použití EasyPHP

K nasazení šablony na CMS Wordpress jsem se rozhodla využít nástroje EasyPHP, o kterém jsem se zmiňovala v teoretické části práce. Balíček jsem stáhla z <http://www.easyphp.org> a nainstalovala ve zvoleném jazyce čeština.

Po instalaci jsem si do kořenového adresáře *C:\Program Files\EasyPHP 2.0b1\www* nahrála veškeré soubory Wordpressu. V této fázi již byl program připraven k použití.

3.5 Tvorba šablony

Nyní již přistoupím k samotné tvorbě šablony webu. Zvolila jsem postup, ve kterém si nejprve vytvořím HTML dokument se stylovisem a následně jej budu implementovat do redakčního systému. V této části jsem využila znalosti HTML, CSS a základů PHP. Kód HTML jsem vytvářela zároveň s CSS stylem v editoru PSPad, o němž jsem se zmiňovala výše.

3.5.1 HTML kód

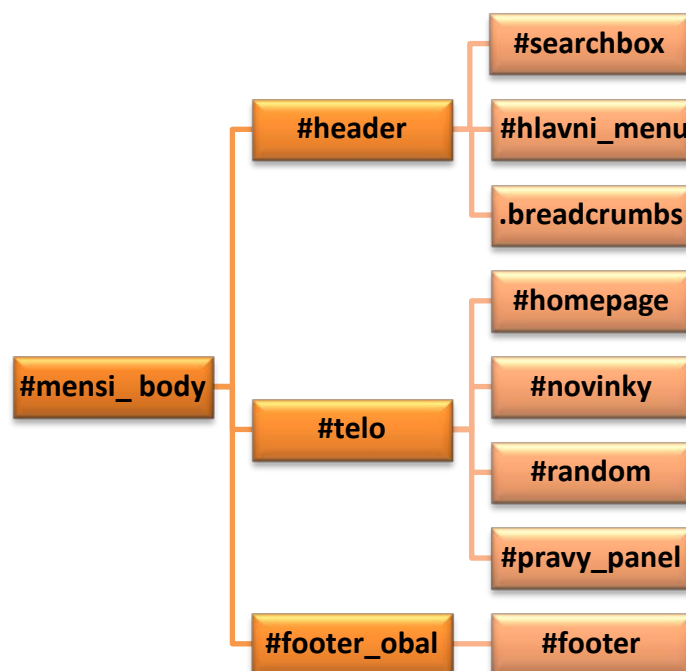
Tuto část popíšu jen velmi ve zkratce. Obsahem jednotlivých částí kódu se budu zabývat v kapitole o implementaci šablony na redakční systém Wordpress.

Na začátku dokumentu se nachází deklarace `<!doctype`, která určuje typ dokumentu a zajišťuje přepínání vykreslovacích režimů – CSS módu. Zvolila jsem standardní mód *XHTML 1.0 Transitional*. Existuje ještě druhý typ vykreslovacího režimu, tzv. *quirk* mód, který CSS zobrazuje jinak v IE oproti ostatním prohlížečům. Z tohoto důvodu jsem se rozhodla pro standardní typ dokumentu.

Další částí v HTML kódu stránek je *head* - hlavička. Tento úsek dokumentu se v prohlížečích nezobrazuje a slouží převážně k deklaraci javascriptu, stylovisu a meta tagů. Do kódu jsem zahrnula mimo jiné meta tag robots, který pomáhá robotům vyhledávačů nalézt stránky. Tag má nastavené hodnoty `index` – povolení indexování stránky a `follow` – indexování stránek, na které vedou odkazy stránky. V hlavičce mám připojený CSS styl, tiskovou verzi CSS a pomocí `<link rel="shortcut icon" href="favicon.ico">` připojenou oblíbenou ikonu. Jedná se o obrázek, který se nachází před adresou v prohlížeči. Je nutné, aby se ikona jmenovala *favicon.ico* jinak

by ji prohlížeče nenalezli. Já jsem ji vytvořila pomocí online nástroje, který se nachází na stránkách www.convertico.com.

Pod hlavičkou již následuje element *body*, v němž se nachází vlastní obsah stránky. Základní struktura těla je zachycena na následujícím obrázku.



Obrázek 8: Struktura HTML elementu body (Zdroj: vlastní)

Obalový element *#mensi_body* je rozdělen na tři části, dle toho zda se budou načítat pouze na hlavní stránce nebo i na dalších podstránkách. Div *#header* dále obsahuje *#searchbox*, *#hlavni_menu* a třídu *.breadcrumbs*, což je drobečková navigace. Tato část body se načítá v každé podstránce stejně jako obsah tagu *#footer_obal*. Zbývá poslední část a to *#telo*, která zahrnuje části webu zobrazující se pouze na domovské stránce. V elementu *#homepage* se skrývá box s obrázkovou prezentací, v tagu *#novinky* výpis tří posledních novinek, v *#random* náhodný výpis tří nabízených produktů a *#pravý_panel* obsahuje informace o půjčkách a další různé odkazy.

3.5.2 Styl CSS

Vzhled stránek je tvořen pomocí kaskádových stylů. V této kapitole se budu tedy podrobněji zabývat stylovisem některých důležitých elementů.

```

/* CSS Reset*/

html, body, div, span, applet, object, iframe,
h1, h2, h3, h4, h5, h6, p, blockquote, pre,
a, abbr, acronym, address, big, cite, code,
del, dfn, em, img, ins, kbd, q, s, samp,
small, strike, strong, sub, sup, tt, var,
b, u, i, center,
dl, dt, dd, ol, ul, li,
fieldset, form, label, legend,
table, caption, tbody, tfoot, thead, tr, th, td,
article, aside, canvas, details, embed,
figure, figcaption, footer, header, hgroup,
menu, nav, output, ruby, section, summary,
time, mark, audio, video {
    margin: 0;
    padding: 0;
    border: 0;
    font-size: 100%;
    font: inherit;
    vertical-align: baseline;
}

article, aside, details, figcaption, figure,
footer, header, hgroup, menu, nav, section {
    display: block;
}
body {
    line-height: 1;
}
ol, ul {
    list-style: none;
}

blockquote, q {
    quotes: none;
}
blockquote:before, blockquote:after,
q:before, q:after {
    content: '';
    content: none;
}
table {
    border-collapse: collapse;
    border-spacing: 0;
}

```

Obrázek 9: CSS reset (Zdroj: vlastní)

Na začátku CSS dokumentu je umístěn tzv. CSS Reset. Jedná se vynulování všech hodnot a vlastností zobrazení v různých prohlížečích. Použitím CSS Reset předcházím komplikacím se stylováním webu a sjednocením interpretace kaskádových stylů různými prohlížeči, především Internet Explorerem.

V elementu body je nadefinována rodina fontů, nastavena výchozí velikost a zarovnání písma a šedá barva pozadí stránky.

```

body {
    margin-left: auto;
    margin-right: auto;
    padding-top: 0;
    font-family: Arial, Helvetica, sans-serif;
    font-size: small;
    text-align: center;
    background: #ddd;
}

```

Div „menší body“ je obalový element celých stránek. Je v něm nastaveno zarovnání stránky do středu, nulový padding, obrázek na pozadí slideru a výchozí šířka stránek, kterou jsem zvolila 960px.

```
#mensi_body {
  z-index: 100;
  margin-left: auto;
  margin-right: auto;
  padding: 0;
  text-align: center;
  width: 960px;
  background-image: url('../images/textura/bg.png') no-repet top;
}
```

Níže je napsán styl hlavních nadpisů šablony. H2 je nadpis novinek a jednotlivých rubrik a h3 stránek. Zápis obrázku je nahrazen závorkami.

```
h2 {
  background-image: url('');
  color: black;
  font-size: 150%;
  font-weight: bold;
  margin-bottom: 10px;
  padding-bottom: 5px;
  margin-top: 10px;
}

h3 {
  color: black;
  font-weight: bold;
  margin-bottom: 12px;
  font-size: 150%;
}
```

Další částí stylopisu, o kterém se zmíním je vzhed a uspořádání výpisu tří novinek na úvodní stránce. Obalovacímu elementu *#novinky* je nastavena pevná šířka a obtekání vlevo. Dále je pak novinka rozdělena na jednotlivé dílčí části. Obrázek novinky má nastavenou pevnou výšku i šířku. Aby tvořila každá novinka zarovnaný blok je zbývajícím částem nastavena pevná výška.

```
#novinky {
  position: relative;
  text-align: left;
}

#novinky .telo_novinky {
  position: relative;
  margin-bottom: 30px;
}
```

```
float: left;                height: 90px;
width: 670px ;}            }
```

Postranní pravý panel je rozdělen na dvě části odlišné pouze barvou pozadí a vnitřními a vnějšími okraji. Šířka elementu je 259px a obtékání nastaveno vlevo, aby se umístil vedle výpisu novinek. Styl pravého panelu je stejný i na jednotlivých podstránkách webu s tím rozdílem, že je pomocí obtékání přesunut na levou stranu.

```
#pravy_panel{
  padding-bottom: 20px;
  position: relative;
  margin-right: 0px;
  display: block;
  float: right;
  width: 259px;
  background-color:rgb(76, 76, 76);
  margin-bottom: 20px;
}
```

Styl patičky je poměrně jednoduchý. Obsah je po částech rozdělen do tří divů, které jsou odděleny pravým okrajem rámečku. Poslednímu divu, kde již rámeček není žádoucí, jsem hranici odebrala použitím pseudo třídy *last-child*, která pracuje s posledním prvkem rodičovského elementu. Jak je vidět z výňatku kódu, patička má nastavena dvě obrázková pozadí, která pomocí vnitřního okraje prvků vytváří přechodový pruh mezi obsahy stránky. Dlouhé části kódu níže jsou nahrazeny závorkami.

```
#footer_obal {
  background: ();
  margin-top: 20px;
  clear: both;
  width: 100%;
  position: relative;
  top: 30px;
  padding-top: 7px;
  text-align: left;
}

#footer div{
  float: left;
  border-right: 1px solid rgb(194,
194, 194);
  padding: 17px 23px 20px 23px;
  margin-bottom: 20px;
}

#footer div:last-child{
  border-right: none;
}
```

CSS podstránky je krátké, protože obsah bude stylován přímo majitelem při vkládání přes editor WYSIWG. Jsou zde nastaveny pouze základní vlastnosti a šířka elementu.

```
#main{
  margin-top: 10px;
  width: 669px;
  float: right;
  text-align: left;
  color: rgb(51, 51, 51);
  padding-left: 30px;
}
```

Poslední částí stylopisu, kterou zde popíši je vertikální menu nabízených kategorií. Jelikož je tvořeno widgetem, jeho CSS styl vznikl až po implementaci na Wordpress. Abych mohla původní vzhled widgetu přetvořit podle své potřeby, zjistila jsem si, jak je widget tvořen, a které divy a třídy budu muset ostylovat. Výsledný styl je vidět níže.

```
#taxonomy-3.widget.widget_taxonomy ul{ #taxonomy-3.widget.widget_taxonomy li{
  list-style-type: none;                padding-top: 10px;
  text-align: left;                    padding-bottom: 10px;
  font-size: 120%;                    border-bottom: 1px solid rgb(112,
  padding-left: 0px;                  112, 112);
  margin-bottom: 0px;                padding-left: 15px;
  margin-top: 0px;                    }
}
```

3.6 Wordpress

Pro úspěšnou výstavbu stránek na CMS Wordpress je nutné dobře pochopit fungování šablonovacího systému. Velké množství obrázků s rozkreslenými hierarchiemi lze nalézt na www.wordpress.org. Při implementaci jsem čerpala znalosti ze zdroje (8).

3.6.1 Implementace šablony na Wordpress

Šablony v redakčním systému Wordpress se skládají z jednotlivých souborů, které jsou doplněny o funkce jazyka PHP. Před samotným doplněním PHP funkcí do vlastního HTML dokumentu, které budou zajišťovat celé propojení a fungování webu v redakčním systému, je nutné si jej rozdělit na logické části. Tyto části budu nyní vkládat do vytvořených PHP souborů a vhodně je doplním o funkce Wordpressu.

Abych mohla průběžně testovat funkčnost zobrazení a kooperaci nové šablony s administračním rozhraním redakčního systému, vytvořila jsem novou složku motivu vzhledu v adresáři *wp-content/themes*. Poté jsem ji aktivovala v administraci. Teď již mohu přistoupit k další fázi tvorby šablony, a to k úpravě jednotlivých souborů.

Header.php

Prvním ze souborů, který popíši je *header.php*. Zde se nachází celý obsah html elementu *head* plus část elementu *body*, která se bude zobrazovat na všech podstránkách webu. V této části se nachází pole *hledej*, které pomocí funkce *get_search_form(\$echo)* volá soubor *searchform.php* obsahující vyhledávací formulář. Samozřejmostí je logo firmy odkazující na úvodní stránku. K tomuto účelu jsem použila příkazy *get_option('home')* a *bloginfo('name')* Další položkou je plně editovatelné menu prostřednictvím administrace. Funkčnost je zajištěna php značkou *wp_nav_menu()* Velmi důležitá funkce je také *wp_head()*, kterou využívají pluginy jako hook.

Searchform.php a Search.php

Toto jsou v podstatě soubory, které zajišťují vyhledávání a zobrazení výsledků, po zadání zvoleného pojmu uživatelem do políčka *hledej*. Níže je vidět php kód vyhledávacího formuláře.

```

<form method="get" id="searchform" action="<?php echo esc_url( home_url( '/' ) )
; ?>">
  <label for="s" class="assistive-text">
    <?php _e( 'Search', 'abbprivesy1' ); ?>
  </label>
  <input type="text" class="field" name="s" id="s" title="Hledaný výraz" onblur="
javascript:if(this.value=='')this.value='Hledaný výraz'" onfocus="javascript:
if(this.value=='Hledaný výraz')this.value='' value="Hledaný výraz" />
  <input type="image" class="submit" name="submit" id="searchsubmit" value="<?
php esc_attr_e( 'Search', 'abbprivesy1' ); ?>" src="<?php bloginfo('
template_url'); ?>/images/search_submit.jpg"/ alt="Hledej" title="Hledej">
</form>

```

Obrázek 10: PHP kód souboru searchform.php (Zdroj: vlastní)

Index.php

Tělo úvodní stránky je vloženo v souboru *index.php*. Hned na začátku kódu je umístěna funkce *get_header()*, která zajišťuje zobrazení obsahu souboru *header.php* a na konci *get_footer()*, zobrazující patičku. Tyto dvě značky jsou zakomponovány do všech souborů, v kterých je vyžadováno, aby zobrazovaly obsah hlavičky a patičky. V divu *#img_slider* je umístěna značka volající Wordpress plugin Content Slide. Opět zde užívám funkci *wp_nav_menu()* k vytvoření druhého menšího editovatelného menu.

Stěžejním obsahem domovské stránky je výpis nejaktuálnější novinek, které tvoří samostatnou rubriku, prostřednictvím článků. K tomuto účelu jsem použila podmínku *if* a obvyklý cyklus určený k výpisu článků *if (have_posts())* a *while (have_posts()): the_post()*. Náhledový obrázek novinky vkládá značka *the_post_thumbnail()*, název novinky a proklik „více“ odkazující na celou novinku *the_permalink()* a zkrácený text novinky *the_excerpt()*. Na konci bloku se ještě nachází poslední dvě funkce *next_posts_link()* a *previous_post_link()*, které odkazují na stránku s následujícími a předchozími články dané rubriky.

Úryvek kódu na obrázku číslo 11 jsem speciálně vytvořila, aby zobrazil při každém novém načtení stránek náhodně vybrané přívěsy. Použila jsem php smyčku *loop* a *WP_Query()* pro zobrazení příspěvků jen z Custom post type „Přívěsy“, o kterém se budu zmiňovat níže. Počet vypsaných přívěsů je omezen na tři.

```

<div id="random"> <h2>Náhodný výběr z nabídky přívěsů</h2>
  <div>
    <?php $loop = new WP_Query( array( 'post_type' => 'privesy', '
posts_per_page' => 3, 'orderby' => 'rand' ) ); ?>

    <?php while ( $loop->have_posts() ) : $loop->the_post(); ?>
    <div class="random_prives">
      <div class="obrazek_random">
        <?php the_post_thumbnail(); ?>
      </div>
      <div class="nazev_random">
        <?php the_title( ' <a href="' . get_permalink() . '" title="' .
the_title_attribute( 'echo=0' ) . '" rel="bookmark">', '</a>' ); ?>
      </div>
      <div class="cleaner">
      </div>
      <!-- div#cleaner -->
    </div>
    <!-- div#popis_novinky -->
    <?php endwhile; ?>

  </div>
</div>

```

Obrázek 11: Kód zobrazující náhodné přívěsy (Zdroj: vlastní)

Sidebar.php

Sidebar.php je většinou postranní panel určený ke vkládání převážně widgetů. Pro stránky ABB přívěsů jsem vytvořila navíc ještě druhý sidebar s názvem *sidebar-2.php*. Oba mají rozdílný obsah. V standartním sidebaru se zobrazuje výpis kategorií přívěsů, sloužící jako menu, který je vytvořen widgetem Custom Taxonomy. Pomlčku s 2 ve jméne druhého sidebaru jsem zvolila z důvodu, že tato syntaxe umožňuje snadno volat nový soubor pomocí drobné úpravy funkce. Standartní postranní panel se volá funkcí *get_sidebar()* a pro zobrazení druhého stačí do závorek vložit číslo 2 - *get_sidebar('2')*. Následně se vygeneruje obsah *sidebar-2* a to panel s odkazy na půjčky a další prokliky.

Single.php

Nyní se vrátím ještě k výpisu článků. Celý článek se zobrazuje za pomoci *single.php*. Princip výpisu článku je stejný jako v *index.php* s tím rozdílem, že obsah článku je vypsán ne zkrácený, ale celý a to funkcí *the_content()*. S celým článkem se vždy načte postranní panel ze *sidebar-2*.

Page.php a Category.php

Další součástí šablony stránek je soubor *page.php*. Je tvořen obdobně jako kód v souboru *single*. Jediný rozdíl je, v použití podmínky *if (is_page())*, které vyhodnocuje na základě id stránky jaký sidebar má zobrazit. Tuto část kódu jsem zvolila, protože pomocí *page.php* budou zobrazeny podstránky z menu jako je například „O firmě“, kde chci mít umístěn panel s odkazy, ale také katalog „Přívěsy“ s widgetem tvořící menu z kategorií nabízených přívěsů.

Php soubor *Category* se odlišuje od *Page* pouze zobrazením jiného sidebaru. Ve výpisu článků je také zahrnuta podmínka zobrazení pouze kategorie příspěvků s *id=3*, což zajišťuje zobrazení pouze novinek.

```
<?php
if ( is_page('186') ) :
    get_sidebar();
else :
    get_sidebar('2');
endif;
?>

<?php get_footer(); ?>
```

Obrázek 12: Podmínky zobrazení sidebaru v *page.php* (Zdroj: vlastní)

Functions.php

Velmi důležitým souborem mojí nové šablony je *functions.php*. Do tohoto souboru se vkládají nové funkce, které lze následně ve Wordpressu využívat. První funkce, kterou mám v souboru vloženou je *new_excerpt_lenght()*. Tato funkce mění původní délku textu zobrazeného při náhledu na článek na hodnotu 20-ti slov. Další dvě funkce, které jsem zde použila, jsou *register_nav_menus()* a *register_sidebar()*. Register nav menus vytváří dvě pole, generující dvě editovatelná menu a register sidebar dva postranní panely určené ke vkládání widgetů.

Od verze 3.0 je možné ve Wordpressu vytvářet vlastní typy obsahu (Custom types) a vlastní taxonomie (Custom taxonomies). Využila jsem této inovace k vytvoření nového místa v administraci pro katalog přívěsů s jednotlivými kategoriemi. Vše je realizováno funkcí *create_post_type()* s vnořenými funkcemi

`register_post_type('privesy')` a `register_taxonomy('kategorie')`, které mají nastaveny určité parametry a názvy. Pro představu příkládám PHP script tvořící vlastní typ obsahu a taxonomie.

```
<?php

//Funkce, která vytváří nový custom post type, přivěsy
add_action( 'init', 'create_post_type' );
function create_post_type() {
    register_post_type( 'privesy',
        array(
            'labels' => array(
                'name' => __( 'Přivěsy' ),
                'singular_name' => __( 'Přivěs' ),
                'add_new' => __( 'Přidat přivěs' ),
                'add_new_item' => __( 'Přidat přivěs' ),
                'edit_item' => __( 'Upravit přivěs' ),
                'new_item' => __( 'Nový přivěs' ),
                'view_item' => __( 'Zobrazit přivěs' )
            ),
            'public' => true,
            'supports' => array( 'title', 'editor', 'excerpt', 'thumbnail', ),
            'menu_position' => 4,
        )
    );
}

//Funkce vytvářející novou taxonomii
register_taxonomy( 'kategorie', 'privesy', array( 'hierarchical' => true, '
sort' => true, 'labels' => array( 'singular_name' => 'Kategorie', 'name' => '
Kategorie', 'add_new_item' => 'Přidat novou kategorii' ), 'query_var' => true, '
rewrite' => array( 'slug' => 'kategorie' ) ) );
}

?>
```

Obrázek 13: PHP script funkce Create post type (Zdroj: vlastní)

Protože po vytvoření Custom post type a Custom taxonomy vzniká úplně nový samostatný oddíl pro jiné příspěvky, je nutné jim vytvořit také vlastní php soubory, pomocí kterých se na stránkách zobrazí. Vytvořila jsem tedy soubory *single-privesy.php* a *taxonomy-kategorie.php*.

Footer.php

Posledním souborem, o němž se blíže zmíním je *footer.php* zobrazující obsah patičky. Zde jsem použila pouze php příkaz `get_permalink()`, protože se v něm odkazuje pouze na určité články a jeho obsah se nebude nijak měnit.

3.6.2 Pluginy pro Wordpress

Pluginy pro WordPress jsem vybírala pečlivě s ohledem na hodnocení tvůrců, abych neohrozila zabezpečení webových stránek.

All in One SEO Pack

SEO optimalizace, jak jsem psala, je pro webové stránky velmi důležitá. Jednou z možností, jak snáze vylepšit pozici ve vyhledávání je plugin All in SEO Pack. Plugin obsahuje formuláře, kde je možné vyplnit především různé *meta popisky* a obsahy *tagu title*.

Google XML Sitemaps

Jedná se o plugin, který vygeneruje sitemap – mapu webu, čímž usnadňuje robotům vyhledávačů procházení stránek. Je tedy velmi vhodný ke zlepšení SEO optimalizace. V konfiguraci je spousta možností nastavení pluginu. Pro můj web však stačilo výchozí nastavení.

Breadcrumb NavXT

Pomocí tohoto pluginu jsem do webu vložila takzvanou „drobečkovou navigaci“. Ta ukazuje návštěvníkovi jeho současnou pozici. Plugin je v angličtině, ale je snadno nastavitelný a pomocí css lze navigaci lehce nastavit styl.

Content slide

Plugin, který vytváří slideshow v poutacím boxu na úvodní stránce. Má poměrně rozmanité možnosti nastavení při vytváření prezentace. Lze zvolit velikost obrázků, efekty, animace a rychlost prolínání, přidání textu a mnoho dalšího. K promítaným obrázkům je možné nastavit zdroj a odkazy. Administrační rozhraní je sice v angličtině, ale je přehledné a snadno se v něm orientuje.

Custom Post Type UI

Tento plugin velmi usnadňuje vytváření vlastních typů obsahu a vlastních taxonomií. Překlad pluginu není dostupný. Je určený hlavně k usnadnění práce webmasterů, protože díky formulářům se pouze vyplní všechny náležitosti a WordPress vytvoří obsah nebo taxonomii sám. Mimo jiné také plugin nabízí možnost vygenerovat kód php, který lze vložit přímo do *functions.php*.

WP-PageNavi

Stránková navigace skrývající se v pluginu PageNavi umožňuje zákazníkovi pohodlnější procházení většího množství článků. Uživatel snadno přejde na stránku s konkrétním pořadím. Po aktivaci stačí přidat příslušný kód přidat do stránek, kde chceme navigaci využít.

NextGEN Gallery

NextGEN je velmi dobrá galerie s množstvím užitečných funkcí. Podporuje flashové a javascriptové efekty, sidebar widget nebo přidávání galerií do příspěvků a stránek. Galerie je možné seskupovat do alb. Na webu ABB přívěsy je využívána především k přidávání galerií k jednotlivým popisům produktů. Je dostupný český překlad administračního prostředí.

TinyMCE

Tento plugin umožňuje přidání různých nástrojů k editaci při vkládání příspěvků. Administrátor si sám může navolit, která tlačítka do panelu nástrojů přidá a jak je seřadí. Vzhledem k tomu jaký obsah článků hodlá majitel vkládat, rozhodla jsem se přidat tyto nástroje: vkládání a editace tabulek, fonty a kontrolu pravopisu.

Post Tabs

Post Tabs slouží ke snadnému rozdělení stránek nebo příspěvků, pro lepší přehlednost a orientaci zákazníků.

• povolená rychlost 100 km/h



Ceník Příslušenství k přívěsům Fotogalerie NP přívěsů

Typ	Celková hmotnost	Provozní hmotnost	Rozměry ložné plochy	Cena bez DPH	Cena s DPH
NP 15 nebrzděný	750 kg	150		12 940	15 528
- NP 15 B brzděný	750 – 1 300 kg	205		25 940	31 128

Obrázek 14: Post Tabs (Zdroj: vlastní)

Taxonomy Widget

Protože jsem při tvorbě internetových stránek pro ABB přívěsy použila vlastní taxonomii kategorií přívěsů, rozhodla jsem se využít tohoto widgetu k vytvoření postranního menu do katalogu přívěsů. Nastavení je v angličtině, i přesto je velmi jednoduché. Stačí zvolit taxonomii, kterou chceme zobrazit, v jakém uspořádání, které položky se mají v sidebaru vypsat. Já jsem zvolila taxonomii kategorie jako neuspořádaný seznam. Nechala jsem zobrazit titulek a také hierarchii. Následně jsem menu nastylovala pomocí css.

WordPress Download Monitor

Protože na starém webu firmy ABB přívěsy majitel více různých souborů ke stažení. Pomocí tohoto pluginu je možné soubory snadno mazat, přidávat nebo sledovat statistiky počtu stažení. Plugin je volán vložení značky [download_page] do příslušné stránky. Majitel má ke správě souborů snadný přístup pomocí záložky v hlavním levém panelu administrace.

Contact Form 7

Klasický Wordpress plugin, který vytváří kontaktní formulář pro pohodlné zanechání zprávy od návštěvníka majiteli webu prostřednictvím emailu. Má široké možnosti nastavení a k dispozici je i v českém překladu.

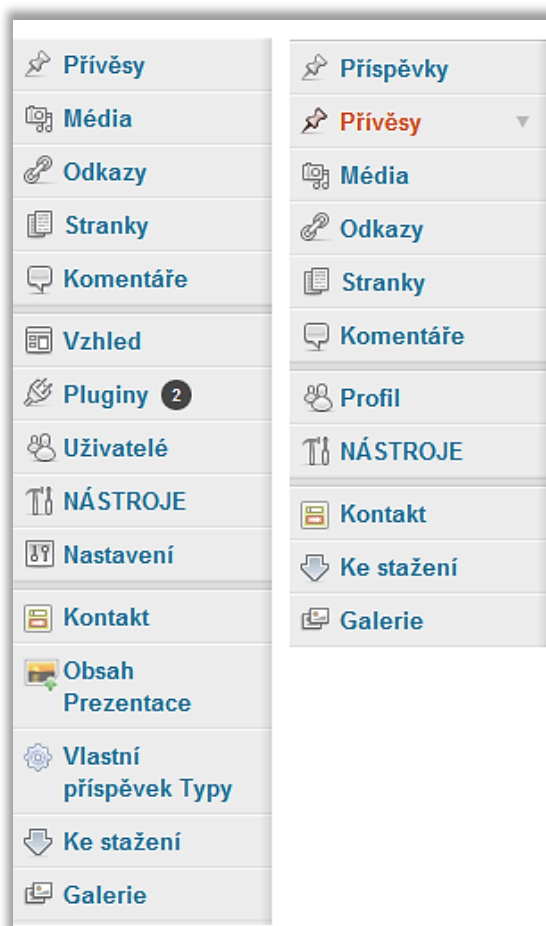
WP Realtime Sitemap

Pokud by uživatel vidět přehledné uspořádání a hierarchii obsahu webu, v patičce nalezne odkaz „Mapa webu“. Tento odkaz ho nasměruje na mapu stránek vytvořenou pluginem WP Realtime Sitemap.

3.6.3 Práva uživatelů

Doposud jsem pracovala ve Wordpressu s uživatelem admin, založeným v rámci instalace. Aby mohl s administračním systémem pracovat především majitel stránek, je vhodné vytvořit nového uživatele, který bude sloužit výhradně jemu.

Ve Wordpressu lze nového uživatele založit v sekci Přidat nového uživatele v administraci prostřednictvím tlačítka Uživatelé. Podle zvolené úrovně uživatele dojde k omezení pravomocí oproti Administrátorovi. Novému účtu majitele webu jsem přidělila úroveň Šéfredaktor, což je druhá nejvyšší funkce. Abych mohla pozici šéfredaktora zpřístupnit i sekci Ke stažení, využila jsem pluginu Capability manager, který umožňuje jednotlivým úrovním přidávat a odebírat funkce. Níže jsou porovnány zpřístupněné sekce podle práv Administrátora a Šéfredaktora.



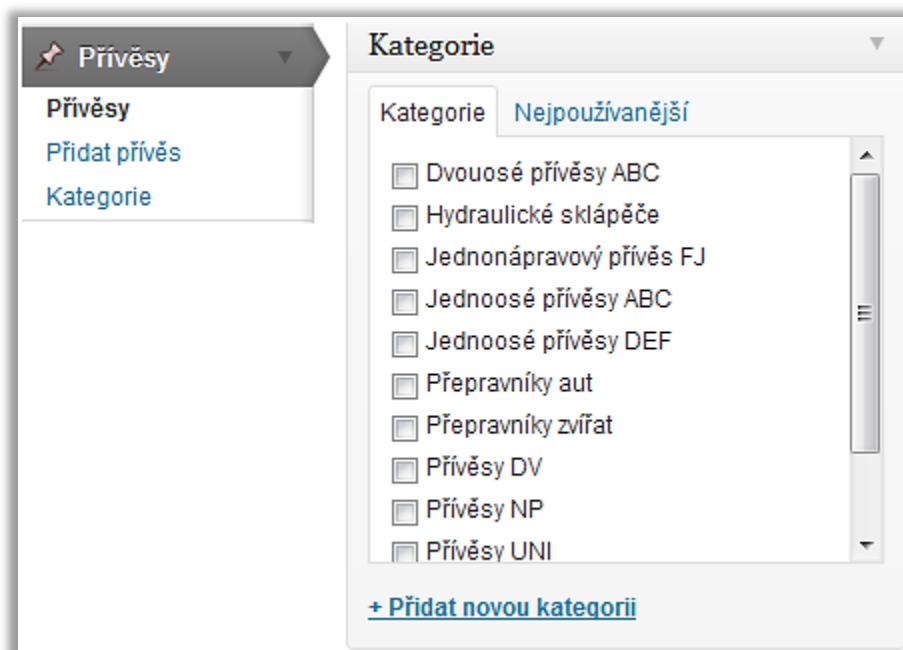
Obrázek 15: Zpřístupněné sekce Administrátora a Šéfredaktora (Zdroj: vlastní)

Přidělením práv uživatelů lze předejít nechtěným úpravám nebo odstraněním důležitých pluginů či jiných nastavení.

3.7 Obsah a správa webu

Obsah webu se bude skládat převážně z technických a konstrukčních specifikací jednotlivých přívěsů, návěsů a materiálů. Tvorba textů na internetové stránky bude záviset na majiteli firmy. Současné informace na starém webu budou aktualizovány a zpracovány podle náležitostí SEO analýzy. Se základními zásadami copywritingu byl majitel seznámen a bude se snažit jimi řídit.

Pomocí administrace redakčního systému bude moci majitel přidávat novinky a produkty do jednotlivých kategorií.



Obrázek 16: Sekce přívěsy a kategorie přívěsů v administraci (Zdroj: vlastní)

Další obsah tvoří fotogalerie, které budou součástí popisu jednotlivých produktů. Pro zobrazování fotoalb jsem použila flashový efekt tzv. „Thickbox“. Galerie budou opět editovatelné a majitel bude moci zcela volně přidávat nebo odebírat fotografie.

Majitel bude též spravovat soubory v sekci Ke stažení. Na druhou stranu jsem zakázala veškeré používání komentářů, které nejsou pro tento web potřebné.

Správa webu zahrnuje především aktualizaci obsahu, pluginů a motivu vzhledu a zálohování dat. Aktuálnost informací na webu bude zajišťovat především majitel. V administračním prostředí má přístup ke všem potřebným sekcím, aby mohl pohodlně editovat veškerý obsah určený návštěvníkům stránek. Zálohování dat a aktualizace budou v mé kompetenci. Jelikož data nebudou přidávána často, budu provádět zálohování MySQL databáze zhruba jednou za měsíc. Se stejnou frekvencí budu kontrolovat dostupnost nových aktualizací.

3.8 Zabezpečení webu

Snažila jsem se vytvořit web, který bude alespoň částečně zabezpečen proti hackerům a spamovacím robotům.

Přístup ke složkám a souborům je povolen pouze administrátorovi a šéfredaktorovi. Zobrazení položek složek je zakázáno souborem „htaccess“, který umožňuje blokování přístupu vybraným IP adresám a zvyšuje ochranu proti spambotům⁷. Jeho zdrojový kód je uveden níže.

```
<IfModule mod_rewrite.c>
RewriteEngine On
RewriteBase /
RewriteRule ^index\.php$ - [L]
RewriteCond %{REQUEST_FILENAME} !-f
RewriteCond %{REQUEST_FILENAME} !-d
RewriteRule . /index.php [L]
</IfModule>

RewriteCond %{HTTP_USER_AGENT} Wget [OR]
RewriteCond %{HTTP_USER_AGENT} CherryPickerSE [OR]
RewriteCond %{HTTP_USER_AGENT} CherryPickerElite [OR]
RewriteCond %{HTTP_USER_AGENT} EmailCollector [OR]
RewriteCond %{HTTP_USER_AGENT} EmailSiphon [OR]
RewriteCond %{HTTP_USER_AGENT} EmailWolf [OR]
RewriteCond %{HTTP_USER_AGENT} ExtractorPro
RewriteRule ^.*$ http://www.spampoison.com/ [L]
```

⁷ Spambot – roboti vkládající komentářový spam

Hesla pro přístup obou uživatelů do administrace a databáze jsou bezpečně dlouhá a na doporučení je bude majitel webu po nějaké době měnit.

Zvýšenou pozornost jsem také věnovala umístění emailové adresy na stránkách firmy, z důvodu zabezpečení proti spamovacím robotům. Použila jsem kontaktní formulář, který přepošle skript přímo na server. Nakonec jsem na web umístila i samotnou adresu, ale s drobnou úpravou. Znak zavináče jsem nahradila syntaxí „(zavinac)“, což zajistí, že roboti emailovou adresu nerozpoznají a nebudou na ni zasílat spamy.

Jak jsem se již zmiňovala, WordPress pluginy jsem vybírala obezřetně od vysoce hodnocených tvůrců, aby nedošlo k narušení zabezpečení webu.

3.9 Hosting

Nyní přistoupím k výběru hostingu k dočasnému umístění stránek na internet.

3.9.1 Výběr hostingu

Při tvorbě webových stránek je důležité věnovat pozornost výběru vhodného hostingu.

Vzhledem k tomu, že jsem se rozhodla pro výstavbu nových www stránek využít nástroje EasyPHP, hosting ani doménu jsem v průběhu tvorby kódu nepotřebovala. Před spuštěním stránek „naostro“ je bude nutné alespoň z části naplnit texty, umístění na stávající doménu firmy nebude možné ihned. Proto zkušebně umístím stránky na jiný hosting s dočasně vytvořenou doménou.

Rozhodla jsem se využít freehostingu, který sice nabízí jen několik megabytů prostoru, ale pro testovací umístění stránek bude tato kapacita dostačující. Mám dřívější zkušenosti s freehostingem Endora. Abych si však byla jistá správností výběru, provedu srovnání základních nabízených funkcí s jiným hostingem zdarma, a to s hosting.a.s.

Tabulka 3: Porovnání free hostingu Endora a hosting.as (Zdroj: vlastní)

Funkce	Endora	hosting.as
Prostor	2 GB	150 MB
Maximální přenos	5 GB/15 GB za měsíc	24 GB za rok
FTP přístup	neomezeně	neomezeně
Vedení DNS	ANO	ANO
PHP	ANO	ANO
MySQL	ANO	NE
On-line administrace	ANO	ANO
Zálohování dat	NE	NE

Jak je vidět v tabulce, hosting Endora poskytuje všechny funkce, které budu pro přesun na doménu potřebovat. Zaregistrovala jsem si tedy na *www.endora.cz* doménu 3. řádu s názvem *www.abbprivesy.tode.cz*. Následně jsem si vytvořila novou MySQL databázi. Na takto připravený hosting již mohu přesunout vytvořené stránky.

3.9.2 Přesun stránek na novou doménu

Pro přesun webu na doménu jsem zvolila následující postup:

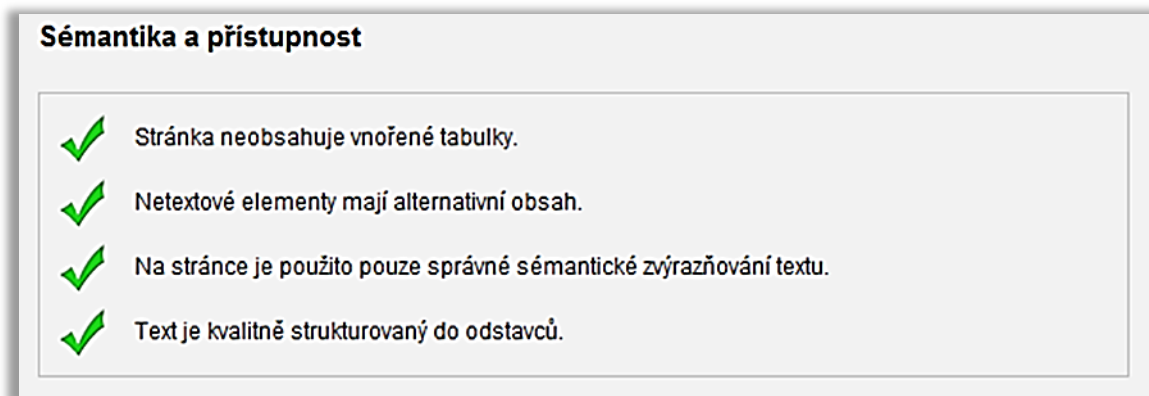
1. Exportovala jsem databázi z EasyPHP.
2. Editovala v souboru *config.php* informace o připojení k databázi.
3. Importovala databázi do nové domény.
4. Přes FTP klienta FileZilla jsem všechny soubory Wordpressu přesunula do nového umístění.
5. Změnila jsem nastavení *site_url* a *home_url* v tabulce *wp_options* přes PhpMyAdmin.

3.10 Přístupnost

Webová prezentace byla navržena tak, aby splňovala náležitosti přístupných stránek.

Dle mého názoru je web přehledný a má dobře strukturované nadpisy a odstavce. U netextových elementů jsou použity alternativní popisky. Velikost písma je

kvůli pohodlnému zvětšení určena v procentech a barva písma a pozadí je zvolena ve vhodném kontrastu. Výsledek testu analýzy zdrojového kódu provedený na stránkách *www.seo-service.cz* přístupnost webu potvrzuje.



Obrázek 17: Výsledek testu přístupnosti (Zdroj: <http://seo-servis.cz/source-zdrojovy-kod/>)

Podle zvyklosti uživatelů je v hlavičce umístěno logo odkazující na úvodní stránku webu. Dále je v hlavičce umístěno vyhledávání, pro efektivnější procházení webu, titulek a popisek stránky, autor a informace pro roboty. V patičce je umístěna přehledná mapa stránek. Na obrázku 18 je vidět další část výsledku testu Seo Servis.

Analýza zdrojového kódu

Adresa: abbprivesy.tode.cz

- Datum testování: 13. 05. 2012
- Celkové hodnocení: 95 %

Popisné informace

Titulek	ABB přívěsy s.r.o.
Popis	Internetová prezentace s katalogem produktů firmy ABB přívěsy s.r.o.
Klíčová slova	přívěsy, návěsy, spojovací materiály, ceník, vozíky
Info pro roboty	index, follow
Autor	Barbora Zkoumalová
robots.txt	Existuje
Sitemap	abbprivesy.tode.cz/sitemap.xml

Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) **XHTML 1.0 Transitional**.
- ✓ Deklarace znakové sady **windows-1250**.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✓ Popisek stránky je správně vyplněn.

Obrázek 18: Výsledek testu analýzy zdrojového kódu (Zdroj: <http://seo-servis.cz/source-zdrojovy-kod/>)

Validní XHTML kód potvrzuje dodržení webových standardů společnosti W3C. Vzhled je vytvořen pouze použitím kaskádových stylů. CSS kód bohužel není validní, protože některé nejnovější verze Wordpress pluginů používají nové vlastnosti CSS3, jako je například *opacity* nebo *moz-border-radius*, které zatím nejsou ve validátoru W3C zahrnuty.

W3C Markup Validation Service
Check the markup (HTML, XHTML, ...) of Web documents

Jump To: Congratulations - Icons

This document was successfully checked as XHTML 1.0 Transitional!

Result: Passed

Address:

Encoding: utf-8 (detect automatically)

Doctype: XHTML 1.0 Transitional (detect automatically)

Root Element: html

Root Namespace: <http://www.w3.org/1999/xhtml>

Obrázek 19: Validace dokumentu XHTML (Zdroj: <http://validator.w3.org>)

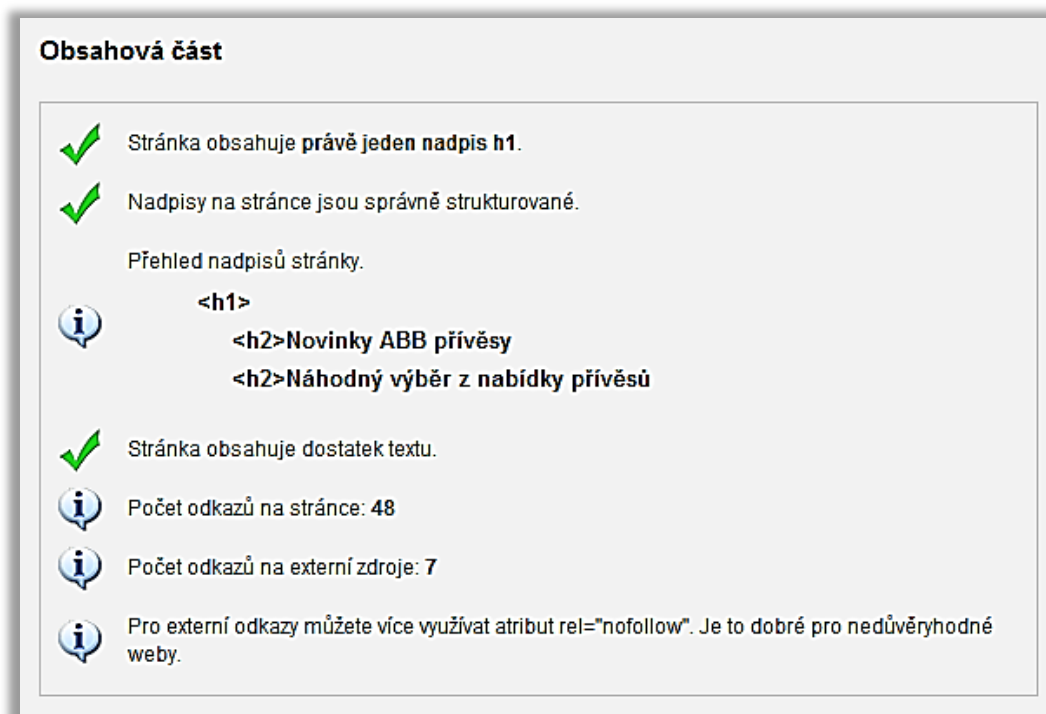
Díky přehlednému administračnímu prostředí jsou možné pohodlné úpravy a správa webu.

Stránky je zobrazují stejně v prohlížečích v nejnovějších i starších verzích prohlížečů Opera, Google Chrome, Mozilla Firefox a Internet Explorer.

3.11 SEO optimalizace

Poslední důležitou částí tvorby internetové prezentace je dobře provedená optimalizace stránek.

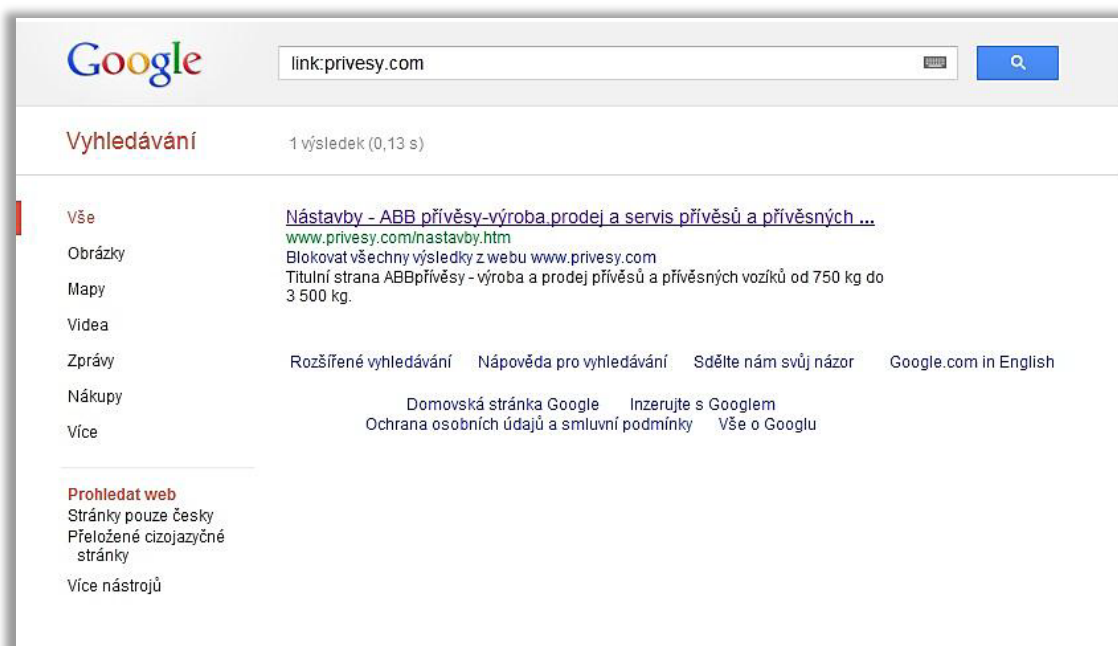
Základní optimalizaci jsem již provedla v rámci úpravy webu podle pravidel přístupnosti. Jednalo se především o použití klíčových slov na správných místech, jako je titulek stránky, nadpisy, názvy URL adres a alternativní texty obrázků. K provedení správné optimalizace mi pomohl také plugin All In One SEO Pack, který zajistil vyplnění všech důležitých položek. Dále také plugin Google XML Sitemaps, který vytvořil mapu webu usnadňující práci robotům vyhledávačů. Výsledek testu obsahové části na serveru Seo Service potvrzuje vhodně zvolené řazení nadpisů i odstavců.



Obrázek 20: Výsledek testu obsahové části (Zdroj: <http://seo-servis.cz/source-zdrojovy-kod/>)

Další položkou výrazně napomáhající kvalitní optimalizaci je výměna odkazů. Do patičky stránek jsem proto umístila záložku vymezující speciální prostor k umístění výměnných odkazů.

V teoretické části o SEO jsem se zmiňovala o významu zpětných odkazů. Nyní zjistím, jak jsou na tom se zpětnými odkazy současné webové stránky ABB přívěsů. K tomuto účelu využiji stránku *www.google.cz* a do vyhledávacího pole zadám *link:privesy.com*. Výsledek vyhledávání je vidět na obrázku níže.



Obrázek 21: Výsledek vyhledávání odkazů na privesy.com (Zdroj: *www.google.cz*)

Jak je vidět výsledek vyhledávání zobrazuje pouze jedinou položku. Pro srovnání konkurenční firma Agados, s.r.o. vyšla z testu s výčtem 11 stránek odkazujících na jejich web.

Tuto situaci vyřeším po přesunu stránek registrací do největších vyhledávačů jako je Google a Seznam prostřednictvím vyplnění jednoduchých formulářů.

3.12 Ekonomické zhodnocení a přínosy

Nové webové stránky firmy ABB přívěsy s.r.o. byly vytvořeny s nulovými náklady. Zkušebně byly umístěny na hosting zdarma a po doplnění obsahu budou

přesunuty na existující doménu místo starých stránek. Poplatky za hosting se tedy nijak nezvýší.

Vzhledem k tomu, že iniciativa k přepracování stránek vzešla z mé strany a majitel firmy je můj dobrý známý, nebudu si za vytvoření nové požadovat žádnou finanční odměnu. Při vytvoření webu v tomto rozsahu externí webdesignérem by se cena pohybovala od 11 000 Kč výše. Samozřejmě konečná hodnota by se odvíjela od zvoleného řešení, použití vybraného redakčního systému a využití či nevyužití služeb grafika.

Po přesunu stránek na doménu stávající webové prezentace se náklady nijak nezvýší. Majitel bude schopen obsah webu spravovat sám, pokud budou třeba drobné úpravy stránek, provedu je zdarma. V případě využití správy a aktualizace dat na webu od externí firmy se ceny pohybují od 200 Kč/hod. Celkově se projekt tedy vyplatil a firmu finančně nijak nezatíží.

Mezi nejúčinnější nástroje propagace patří i kvalitní a propracovaná webová prezentace. První dojem při vstupu zákazníka na stránky tvoří 90% procent úspěchu. Dle mého názoru jsou nové stránky oproti stávajícím vzhledově atraktivnější, zajímavé, ale zároveň přehledné, lze je snadno procházet a jsou srovnatelné s konkurencí.

Na úvodní stránce se nacházejí vhodně zvolené prvky, které dávají návštěvníkovi přehled o sortimentu firmy. Náhodné zobrazování produktů zvyšuje šanci, že zákazník ihned najde přesně to, co ho zajímá. Pokud by se tak nestalo, může využít vyhledávání.

SEO optimalizací a registrací do vyhledávačů firma dosáhne lepších pozic ve výsledcích vyhledávání, což může přinést navýšení počtu zákazníků a šíření dobrého jména firmy. Díky SEO optimalizaci a novým webovým stránkám získá firma ABB přívěsy s.r.o. levný a účinný nástroj k reklamě a propagaci.

ZÁVĚR

Cílem mé práce bylo popsat metodiku tvorby internetových stránek a současně vytvořit nové internetové stránky pro společnost ABB přívěsy s.r.o. Dle mého názoru bylo tohoto cíle dosaženo a vytvořené webové stránky splňují veškeré dílčí náležitosti tvořící kvalitní a propracovaný web.

Při tvorbě praktické části jsem vycházela především z teoretických poznatků uvedených v první kapitole práce. Uvedla jsem zde historii vývoje internetu a webových standardů a dále popsala současné technologie a postupy využívané k výstavbě internetových stránek. Ve druhé kapitole jsem analyzovala současný stav stránek společnosti. Zjištěné poznatky z této analýzy jsem využila ve vlastním návrhu řešení.

V rámci bakalářské práce jsem vytvořila přehledné stránky s logickým uspořádáním prvků, tak aby je mohli uživatelé snadno procházet. Abych ještě více podpořila komfort pro uživatele, vytvořila jsem navigaci, vyhledávání klíčových slov a také mapu stránek. Šablonu jsem vytvořila s použitím standardů XHTML a CSS a následně ji implementovala na volně dostupný redakční systém WordPress. K oddělení různých typů obsahu stránek jsem využila nejnovějších vlastností WordPressu jako jsou Custom post types a Custom taxonomies.

Grafický design je moderní a zajímavý, ale není zatížen zbytečným množstvím prvků, které by narušovaly funkčnost a přístupnost stránek nebo zbytečně prodlužovaly dobu načítání. Barvy jsou laděny v odstínech stávajícího loga společnosti. Nový web se zobrazuje správně v nejobvyklejších internetových prohlížečích. Zaměřila jsem se také na optimalizaci stránek, která přinese firmě užitek v podobě lepší propagace a dlouhodobé reklamy.

Využitím nové internetové prezentace získá společnost ABB přívěsy kvalitní online katalog k představení svých produktů, které jej nijak finančně nezatíží, naopak přinese mnoho zlepšení a výhod. Splnila jsem tedy veškeré stanovené cíle v úvodu práce a vytvořila jsem funkční internetové stránky, které budou společností plně využity.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knihy

- (1) BRÁZA, Jiří. *PHP 4 - Učebnice základů jazyka: podrobný průvodce začínajícího uživatele*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2002. 224 s. ISBN 80-247-0442-0.
- (2) DOMES, Martin. *333 tipů a triků pro CSS*. Vyd. 2. Brno: Computer Press, 2011. 272 s. ISBN 978-80-251-3366-8.
- (3) DOMES, Martin. *Tvorba internetových stránek pomocí HTML, CSS a JavaScriptu*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2005. 324 s. ISBN 80-86686-39-6.
- (4) DOMES, Martin. *Tvorba WWW stránek pro úplné začátečníky*. Vyd. 1. Brno: ComputerPress, 2008. 248 s. ISBN 978-80-251-2160-3.
- (5) HANZLÍKOVÁ, Jana. *Webdesign pro úplné začátečníky*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2004. 240 s. ISBN 80-251-0159-2.
- (6) KOCH, Miloš, NEUWIRTH, Bernard. *Datové a funkční modelování*. Vyd. 3. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2008. 121 s. ISBN 978-80-214-3731-9.
- (7) KUBÍČEK, Michal. *Velký průvodce SEO: jak dosáhnout nejlepších pozic ve vyhledávačích*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008. 318 s. ISBN 978-80-251-2195-5.
- (8) KUDLÁČEK, Luboš. *WordPress: Podrobný průvodce tvorbou a správou webů*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2010. 251 s. ISBN 978-80-251-2734-6.

- (9) THAU, Dave. *Velký průvodce JavaScriptem: tvorba interaktivních webových stránek v praxi*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2009. 520 s. ISBN 978-80-247-2211-5.

Internetové zdroje

- (10) *ABB přívěsy* [online]. 2006 [cit. 2011]. ABB přívěsy. Dostupné z WWW: <http://www.privesy.com/>
- (11) BARTOŠEK, Miroslav. *ÚVT MU Zpravodaj: Krátce z historie internetu* [online]. 1995 [cit. 2011-12-14]. Dostupné z WWW: <http://www.ics.muni.cz/bulletin/articles/22.html>. ISSN 1212-0901.
- (12) *Co je CMS / Redakční systém?* [online]. 2009 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.cms-systemy.cz/o--portali/co-je-cms-redakcni-system--/>
- (13) *Co je MySQL. Adaptic: Webdesign, tvorba www* [online]. 2005–2012 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/mysql/>
- (14) GRIMICH, Šimon. *Php* [online]. 2007 [cit. 2011-12-14]. Dostupné z WWW: <http://www.tvorba-webu.cz/php/>
- (15) GRIMICH, Šimon. *JavaScript* [online]. 2007 [cit. 2011-12-14]. Dostupné z WWW: <http://www.tvorba-webu.cz/javascript/>
- (16) HAUSIK. *EasyPHP: Jednoduchý domácí webserver* [online]. 2009 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: http://www.gamepark.cz/easyphp_jednoduchy_domaci_webserver_104156.htm
- (17) *Jak vybírat webhosting* [online]. 2003-2012 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.hostingy.cz/navody-a-tipy-jak-vybirat-webhosting.html>

- (18) *Jaké jsou druhy hostingů* [online]. 2003-2012 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.hostingy.cz/navody-a-tipy-jake-jsou-druhy-hostingu.html>
- (19) KODÝTEK, Pavel. *Historie internetu*. [online]. 2006 [cit. 2011-12-14]. Dostupné z WWW: <http://www.webdesign.paysoft.cz/clanky/2006/historie-internetu/>
- (20) ANDERSSON, Jan. *Nepodceňujte mobilní verze stránek* [online]. 2010 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.symbio.cz/clanky/nepodcenujte-mobilni-verze-stranek.html>
- (21) RASZYK, Jan. *Historie webových standardů* [online]. 2004 [cit. 2011-12-14]. Dostupné z WWW: <http://tvorba-www-stranek.kvalitne.cz/historie-webovych-standardu.php>
- (22) *URL (Uniform Resource Locator)* [online]. 2010 [cit. 2012-05-15]. Dostupné z: <http://www.seoslovník.info/url-uniform-resource-locator>

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A PŘÍLOH

Seznam obrázků

Obrázek 1: Nejpoužívanější internetové prohlížeče na českém trhu	18
Obrázek 2: Zastoupení rozlišení monitorů v ČR	27
Obrázek 3: Výsledek testu přístupnosti stávajících stránek firmy ABB přívěsy.....	35
Obrázek 4: Současné internetové stránky společnosti ABB přívěsy	36
Obrázek 5: Návrh layoutu stránek	38
Obrázek 6: Struktura horizontálního menu.....	40
Obrázek 7: Grafický návrh stránek	42
Obrázek 8: Struktura HTML elementu body	45
Obrázek 9: CSS reset	46
Obrázek 10: PHP kód souboru searchform.php.....	51
Obrázek 11: Kód zobrazující náhodné přívěsy	52
Obrázek 12: Podmínky zobrazení sidebaru v page.php.....	53
Obrázek 13: PHP script funkce Create post type.....	54
Obrázek 14: Post Tabs	57
Obrázek 15: Zpřístupněné sekce Administrátora a Šéfredaktora	58
Obrázek 16: Sekce přívěsy a kategorie přívěsů v administraci	59
Obrázek 17: Výsledek testu přístupnosti	63
Obrázek 18: Výsledek testu analýzy zdrojového kódu.....	64
Obrázek 19: Validace dokumentu XHTML	64
Obrázek 20: Výsledek testu obsahové části.....	65
Obrázek 21: Výsledek vyhledávání odkazů na privesy.com	66

Seznam tabulek

Tabulka 1: SWOT analýza firmy ABB přívěsy	37
Tabulka 2: Porovnání open source CMS	43
Tabulka 3: Porovnání free hostingu Endora a hosting.as	62

Seznam příloh

Příloha 1: Zobrazení obsahu kategorií přívěsů	74
Příloha 2: Zobrazení jednotlivých přívěsů.....	75
Příloha 3: Kontaktní formulář.....	76
Příloha 4: Thickbox použitý v NextGen Gallery	76

PŘÍLOHY

ABB přívěsy

Hledaný výraz

O firmě | Přívěsy | **Nástavby** | Náhradní díly | Akční nabídka | Novinky | Ke stažení | Poradna | Kontakt

Home > Přívěsy UNI

Přívěsy

- Dvouosé přívěsy ABC
- Hydraulické sklápěče
- Jednonápravový přívěs FJ
- Jednoosé přívěsy ABC
- Jednoosé přívěsy DEF
- Převážníky aut
- Převážníky zvířat
- Přívěsy NP
- Přívěsy UNI**
- Sklopné přívěsy ABC
- Skříňové přívěsy

Zkušební přívěs

UNI – bočnice z pozinkovaného plechu

ABB přívěsy, s.r.o.
Karlův 221
594 01 VELKÉ MEZÍŘČÍ

Tel: +420 566 520 955
Fax: +420 566 520 957
E-mail: abb@privesy.com

© 2012, Barbora Zkoumalová – všechna práva vyhrazena
[Ochrana osobních údajů](#) | [Výměna odkazů](#) | [Mapa stránek](#)
Webové stránky vytvořila Barbora Zkoumalová. | Vytvořeno na [CMS Wordpress](#) | [XHTML 1.0](#)

Příloha 1: Zobrazení obsahu kategorií přívěsů (Zdroj: vlastní)

[Home](#) > [Přívěsy NP](#) > Přívěs NP – bočnice z pozinkovaného plechu

Přívěs NP – bočnice z pozinkovaného plechu

bočnice z pozinkovaného plechu
 výška bočnic 375 mm
 zadní otevírací čelo
 podlaha z 15 mm voděodolné překližky
 trubková zasunovatelná oj
 13-ti palcová kola
 povolená rychlost 100 km/



Ceník ke stažení: [NP Přívěsy](#)

[Ceník](#)
[Příslušenství k přívěsům](#)
[Fotogalerie NP přívěsů](#)

Typ	Čistvá hmotnost	Provozní hmotnost	Rozměry kolní plochy	Cena bez DPH	Cena s DPH
NP 15 nebrzděný	750 kg	150	1 460 x 1 115	12 940	15 528
- NP 15 B brzděný	750 – 1 000 kg	205		25 940	31 128
- plachta sovák				1 250	1 500
- plachta s konstrukcí 90 cm				4 660	5 592
- plachta s konstrukcí 135 cm				5 840	7 008
NP 18 nebrzděný	750 kg	155	1 760 x 1 115	12 990	15 588
- NP 18 B brzděný	750 – 1 000 kg	210		25 990	31 188
- plachta sovák				1 500	1 800
- plachta s konstrukcí 90 cm				4 980	5 976
- plachta s konstrukcí 135 cm				6 130	7 356
NP 21 nebrzděný	750 kg	160	2 060 x 1 115	13 120	15 744
- NP 21 B brzděný	750 – 1 000 kg	215		26 120	31 344

Příloha 2: Zobrazení jednotlivých přívěsů (Zdroj: vlastní)

O firmě Prívěsy **Nástavby** Náhradní díly Akční nabídka Novinky Ke stažení

Home > Email

Email

Vaše jméno (vyžadováno)

Váš Email (vyžadováno)

Předmět zprávy

Vaše zpráva

Odeslat

AKČNÍ NABÍDKA

Ceníky přívěsů ke stažení



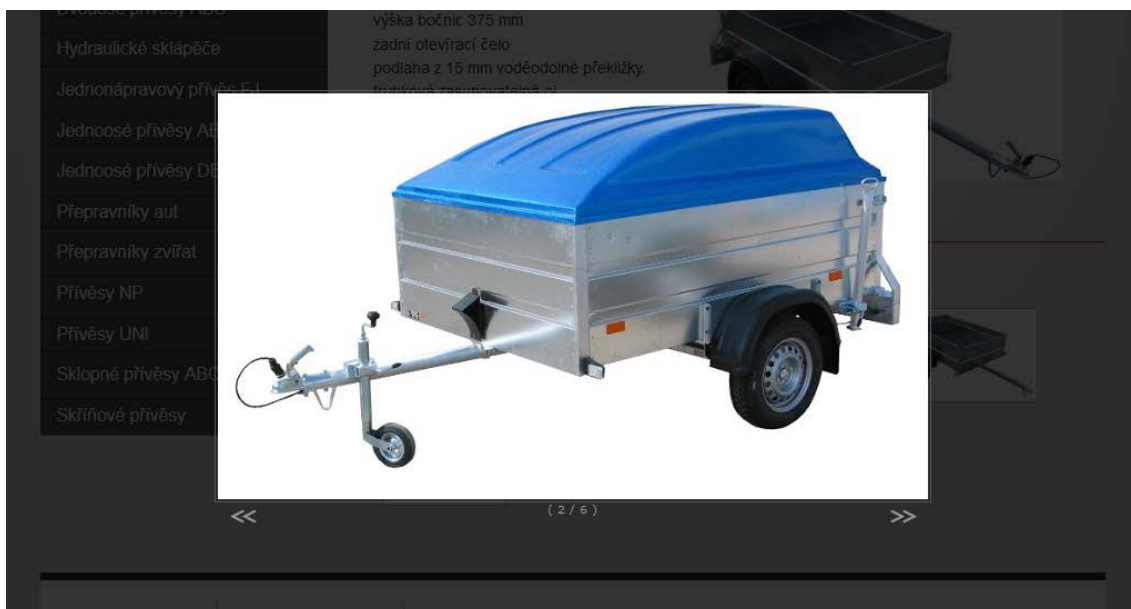
100 km

U všech našich přívěsů povolena maximální rychlost 100 km/hod.



Peníze jsou naše starost.

Příloha 3: Kontaktní formulář (Zdroj: vlastní)



Příloha 4: Thickbox použitý v NextGen Gallery (Zdroj: vlastní)