



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

2. TUTORIÁL

Design a správa webové stránky

Ing. Martin Klepek, Ph.D.

Ing. Tereza Pražáková

Design a správa webové stránky

Možnosti tvorby webové stránky

- Doména
- Hosting
- Přístupy k tvorbě webové stránky
- Redakční systémy
- Wordpress



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Doménu lze chápat ve smyslu adresy.
- Tak jako vaše trvalé bydliště je na nějaké adrese, tak i webová stránka je na nějaké adrese, což je doména.
- **Doména** - Určuje jednoznačnou pozici vašich webových stránek v internetovém prostředí a za žádných okolností byste její výběr neměli podceňovat.

Požadavky na doménu:

- **Krátká** – vyhněte se víceslovným výrazům
- **Výstižná** – charakterizuje co nejpřesněji obor vaší činnosti
- **Dobře zapamatovatelná** – zákazník si vás může podruhé lépe najít
- **Snadná písemná verze** – snažte se o soulad písemné i slovná podoby
- **Bez hanlivých výrazů** – vyvarujte se dvojsmyslným výrazům

- **Webhosting (hosting)** - pronájem místa na internetu pro vaše webové stránky. Je to něco jako pozemek pro váš dům – stránky.
- Na webhostingu je umístěn web. Například redakční systém, ve kterém si stránky vytváříte a spravujete.
- Dále jsou na hostingu nahrané všechny obrázky a fotky, které chcete na svých stránkách ukázat, a také sem směřuje vaše doména.

- Za hosting platí **provozovatel** webových stránek provozovateli webhostingů pravidelné splátky. (Nejčastěji na roční bázi).
- Uživatel, nájemce webového prostoru, má **neomezený přístup** ke svým webovým stránkám. Ty může libovolně upravovat, přidávat nebo mazat.
- Celková velikost stránek je přitom ohraničena velikostí vyhrazeného diskového prostoru na daném hostingu. Ta se dnes pohybuje v řádu gigabajtů.



- Možnosti zpracování webové stránky jsou různorodé a zahrnují činnosti od situace, kdy se nevyhneme programování až po „naklikání“ webové prezentace úplným laikem bez znalosti programovacích jazyků.

Rozhodovací kritéria pro výběr:

- cíl webu
- role webu v podnikové strategii
- rozpočet projektu
- časové možnosti (jak moc to spěchá)

Přístupy k tvorbě webové stránky



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Na míru
- Šablona s redakčním systémem
- Drag and drop systémy



Obecně můžeme mluvit o třech základních situacích.

1. **Web na míru** - staví profesionální studio s programátory a webdesignery.
2. **Redakční systém** – předpřipravená šablona, kde je možné upravovat na webu barvy písmo, položky menu, texty, vkládat obrázky ale už méně můžeme měnit celkové rozvržení stránky. Základní nastavení zvládne i amatér ale častěji se při tvorbě obracíme na konzultanty a webdevelopery. Díky menší náročnosti to bude menší tým lidí.
3. **Cloudové služby** - které využívají drag and drop systémy – umístování prvků a celkovou editaci tak zvládne skutečně každý.

Vhodný pro projekty:

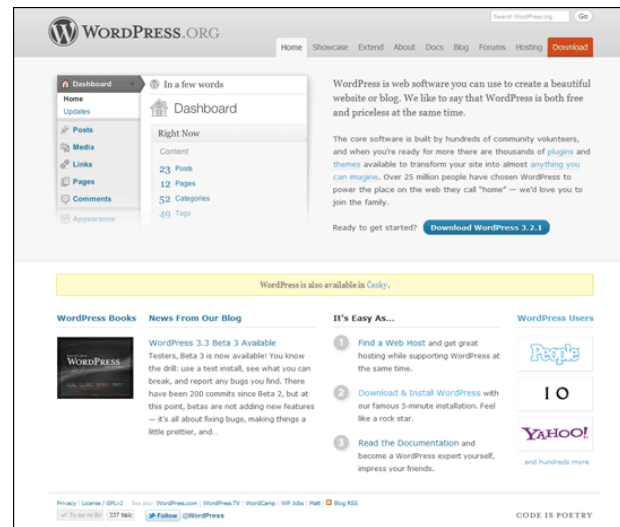
- Při kterých je web strategickým nástrojem podnikatelské činnosti.
- Když požadujeme velmi specifické funkce. Např. web firmy Mixit.cz, kde si uživatel seskládá sám vlastní müsli. Tento interakční design šablonové řešení ani drag&drop editory nesvedou.
- Web na míru vyžaduje zapojení vývojářů ovládajících programovací jazyky, jako jsou například HTML, PHP, Javascript a mnohé další.

REDAKČNÍ SYSTÉM = CMS = CONTENT MANAGEMENT SYSTEM



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Redakční systém se používá pro správu a publikování obsahu webu.
- **Nejčastěji pro správu:** příspěvků, diskusí, komentářů, pro publikování obrázků nebo jiných multimediálních souborů.
- CMS jsou vytvořeny tak, aby je i laik mohl jednoduše a efektivně ovládat.
- CMS umožňují **určovat práva jednotlivým uživatelům.**





- **Jednoduché ovládání** – WYSIWYG editor (What You See Is What You Get), díky kterého vidíte prováděné změny v reálném čase.
- **Mobile friendly** - Redakční systémy obsahují šablony pro responzivní webové stránky (stránky optimalizované pro telefon)
- **Pokročilá personalizace** – Stránky lze rozšířit o „plug-iny“, které dodávají systému další funkcionality a jsou zdarma ke stažení přímo v redakčním systému.
- **Multi-users** - Každému uživateli lze přidělit specifická práva pro úpravy
- **Komunita** – fóra, návody, WordCamp
- **SEO** – CMS disponují mechanismy pro optimalizaci stránek pro internetové vyhledávače

POUŽITÍ REDAKČNÍHO SYSTÉMU A ŠABLONY



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Mezi oblíbené redakční systémy patří **Wordpress**, Joomla nebo Drupal.
- Všechny tyto systémy jsou zdarma, nicméně existují samozřejmě i placená řešení.



WORDPRESS



Joomla!®



Drupal

- <http://wordpress.org> (Pozor! Neplést s wordpress.com.)
- WordPress je software patřící mezi redakční systémy.
- **Má 2 části:** administraci webového obsahu (backend, obslužnou aplikaci) a samotný výsledný webový obsah (frontend, webové stránky – to, co vidí návštěvník).
- Instaluje se na webový hosting nebo server a k jeho obsluze potřebujete webový prohlížeč (tedy počítač, což je dnes také laptop, tablet nebo i chytrý mobil).

- WordPress dokáže fungovat jako e-shop, magazín s redakční radou, firemní prezentace nebo mobilní aplikace.
- Umí se napojit na jiný software a číst z něj data nebo je tam posílat.
- Web na WordPressu si můžete vyrobit sami, nebo si najmout dodavatele (firmu nebo konzultanta).
- Vzhled výsledných stránek určují šablony vzhledu, které lze získat zdarma, koupit si je, nebo si je nechat naprogramovat na míru.



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Proces tvorby webové stránky

- Proces tvorby webu
- Objevování
- Výzkum
- Tvorba
- Evaluace

PROCES TVORBY WEBU



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Objevování klienta, jeho podnikání, strategických cílů atd.

- Otázky na podnikání, mise, vize, hodnoty
- Pochopení business modelu
- Pochopení zákazníků
- Pochopení, jakou roli hraje web v businessu dané firmy
- Potřebuje klient pro naplnění svých cílů webovou stránku?
- Stanovení cílů webu (Více poptávek? Vyšší návštěvnost?)
- Rozpočet projektu



- Po první schůzce zpracuje agentura **úvodní analýzu**. Nejčastěji jde o analýzu konkurence, tržního prostředí a klíčových slov (SEO analýza).
- Po analýze má agentura představu, o jak velký projekt pravděpodobně půjde, a zasílá klientovi **nabídku s cenou za své služby**. Ten ji může přijmout/odmítnout.

Proč je analytická část důležitá?

- Aby agentura pochopila klienta a trh, na kterém působí, včetně jeho zákonitostí, co je na něm běžné, důležité, nebo co má naopak ignorovat.
- Dále jaké je postavení klienta na trhu, co jeho zákazníci hledají a chtějí a jak jim to nakonec co nejlépe podat.

PROCES TVORBY WEBU – VÝZKUM (ANALÝZA KONKURENCE)



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Analýza současného webu
- Analýza webů konkurence
- Analýza klíčových slov
- STP (segmentace, targeting, positioning)
- Hlubkové/strukturované rozhovory
- Uživatelské testování
- Eye tracking

PROCES TVORBY WEBU – VÝZKUM (ANALÝZA KONKURENCE)



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Přihlaste se k odběru jejich newsletteru.
- Sledujte jejich stránky na sociálních sítích.
- Pozorujte změny na jejich e-shopu.
- Všímejte si cenové politiky, zavádění novinek na trh a prezentace slev či akcí.
- Prozkoumejte jejich bonusový program, pokud nějaký nabízí. Projděte si důkladně e-shopy a vyzkoušejte jejich funkce.
- Zjistěte, kde všude inzerují jak na internetu, tak případně i v offline světě.
- Dohleďte názory jejich zákazníků, např. na srovnávacích zboží a v diskuzích.
- Navštivte jejich kamenné prodejny a sledujte práci zaměstnanců.
- Najděte na jejich e-shopech konkurenční výhody, kterými se prezentují.



- Soupis toho, co lidé nejčastěji hledají na internetu.
- Naslouchání cílové skupině v tom, jaké konkrétní slova a slovní spojení vyhledávají v souvislosti s oblastí, které se má webová stránka týkat.
- Na základě ní pak vznikají např. požadavky na vstupní stránky, návrh kategorií na e-shopu nebo filtrů pro zboží.
- Pokud text na webu zahrnuje oblíbená klíčová slova, podpoří to jeho návštěvnost a pozici ve vyhledávání.

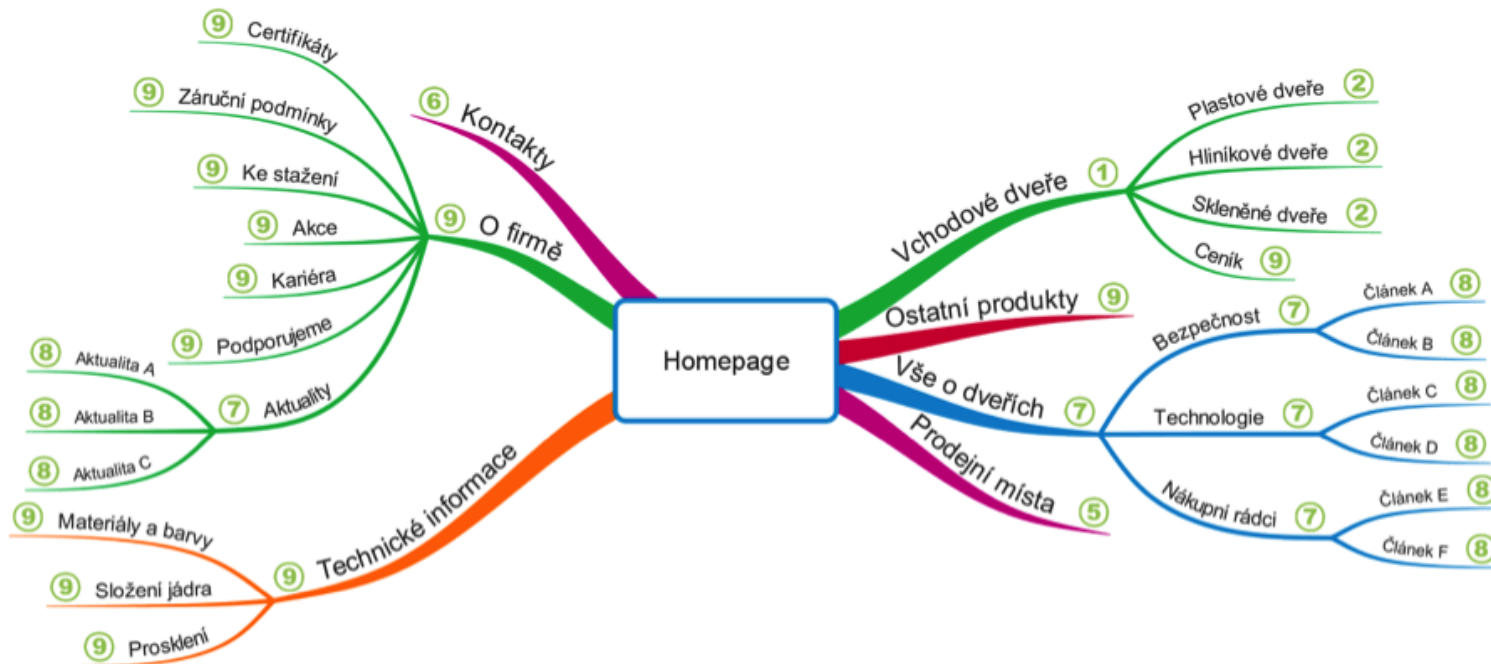


- Dříve, než se designéři pustí do tvorby, je potřeba promyslet, jak bude celý web strukturován z hlediska podstránek.
- K tomu si můžete sestavit například myšlenkovou mapu, která vám vizualizuje, jaké podstránky má web mít a jaké informace musí obsahovat.
- Nikdy bychom stránky neměli vytvářet „do počtu“. Vždy by pro jejich existenci měl být důvod.

PROCES TVORBY WEBU – TVORBA (INFORMAČNÍ ARCHITEKTURA)



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ



- Jakmile víme, jaké podstránky má web mít, potřebujeme si je rozvrhnout, jak budou vypadat. Bezcílná tvorba podstránky a ”zkoušení” skládání elementů bez dobrého plánu, je ztráta času a zejména peněz. Proto se tvoří tzv. wireframy.
- Wireframy jsou podkladem pro zpracování grafického návrhu webové stránky.
- Wireframe definuje **rozmístění funkčních prvků**. Nejedná se v žádném případě o grafický návrh, neobsahuje obrázky a je tvořen pouze pomocí čar a textu (odtud drátěný model).



- UX deisgnér (UX = user experience neboli „uživatelský prožitek) v rámci plánovaného webu řeší to, aby zážitek jeho návštěvníků z prohlížení webu byl co nejlepší.
- Jedná se o odbourání bariér, které lidem v prohlížení překáží (např. příliš agresivní pop-up okna) a šperkuje web tak, aby jeho prohlížení pro lidi bylo co nejpříjemnější a nejzáživnější (apeluje na zrychlení webu, snaží se vyzdvihnout nejdůležitější informace na webu atd.)
- UX designer zpracuje svůj návrh v jedné ze tří podob: textové zadání, wireframe nebo v podobě prototypu (funkční model webu, kde se před nakreslením vše vyzkouší vč. toho, jak jednotlivé prvky fungují).

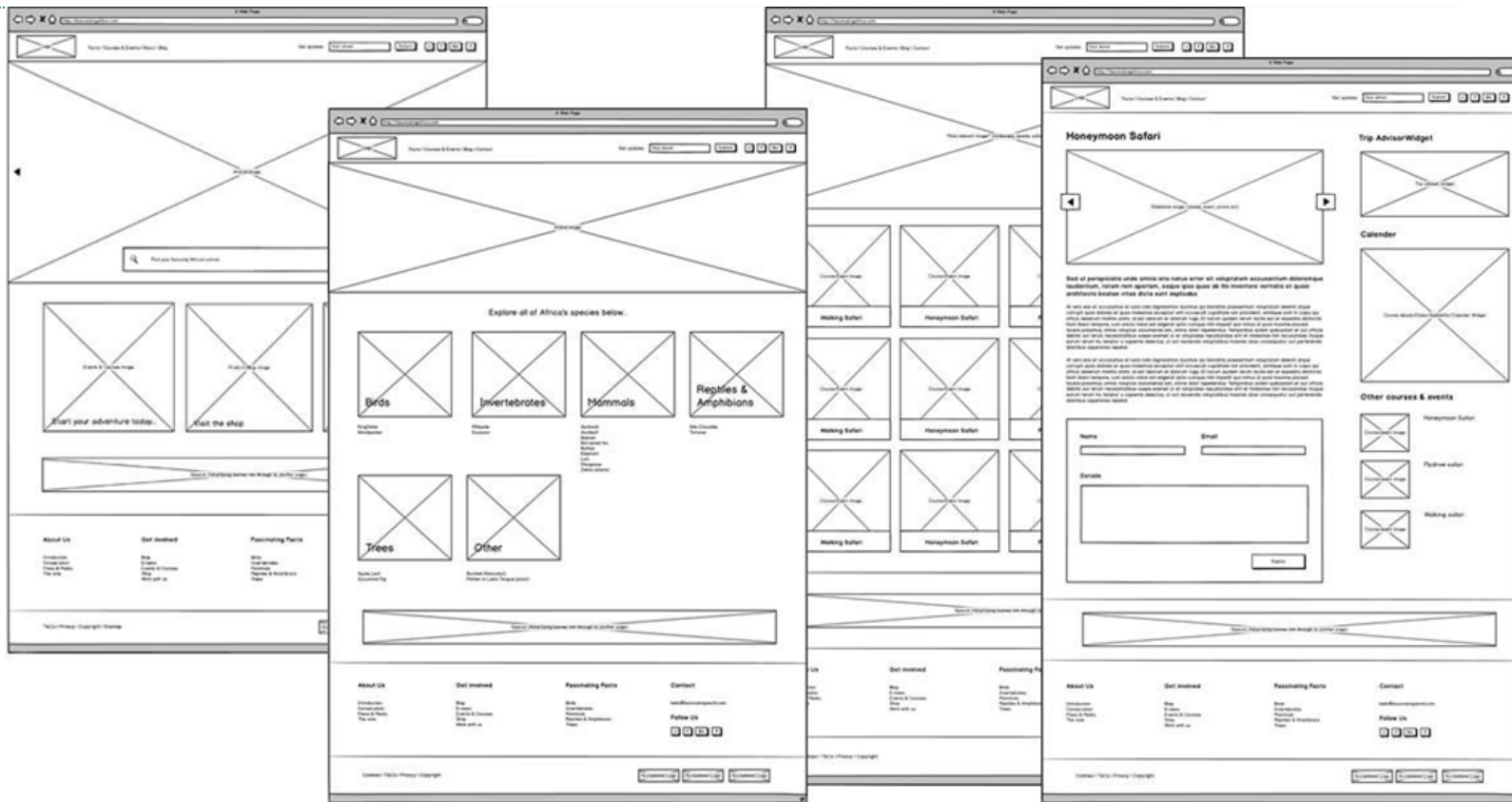


- Nedoporučuje se použití barev, model by měl být co nejjednodušší.
- Wireframe připravuje informační architekt ve spolupráci s UX designérem. Do nákresů jsou přeneseny požadavky klienta.
- Rozložení podstránek by mělo odpovídat domu, co lidé na webu hledají. Nejdůležitější informace jim předat ”na zlatém podnose”.
- Důležité je nenutit uživatele přemýšlet. Tím přicházíme o možné konverze – lidé nemají čas a chuť zjišťovat, co a jak designéři webu mysleli.

PROCES TVORBY WEBU – TVORBA (Wireframe)



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
BOHODŇANŮ
V KARVINĚ





- Když je vymyšlená celková vize vzhledu webu a jeho funkcí, předá se zadání grafikovi, který ho zpracuje do výsledné podoby.
- Tato fáze je poměrně drahou záležitostí - U profesionálních webů totiž design nevychází pouze z jednoho návrhu, ale každá podstránka se kreslí atypicky svému obsahu, což vyžaduje mnohem více času.
- Grafik při tvorbě vychází z wireframů.



- Po grafikovi se práce předává člověku, který z grafického návrhu tvoří funkční web. V případě, že se web tvoří na míru, předá se zadání **kodérovi**, v případě redakčního systému, kde se řešení nasadí prostřednictvím šablony, předá se **web designérovi** který grafický návrh přivede k životu.
- Při kódování dochází k přepsání grafického návrhu do jazyka, kterému weby rozumí. Výsledkem je webová stránka.
- Vše se musí nakódovat zvlášť pro desktop a mobilní zařízení, které navíc mají různé operační systémy.



- CMS (systém pro správu obsahu, redakční systém) - administrační systém, do kterého se web nasadí.
- CMS může obsahovat pouhou správu textů a fotografií, ale také přes něj můžete zpracovávat objednávky, přidávat příspěvky na blog, vést firemní databáze, spravovat poptávky, rezervační systém, distribuční sítě atp.
- Dodatečné funkcionality se přidávají pomocí plug-inů.



- Vytvořením webu **dobrá práce nekončí.**
 - Sledování návštěvnosti
 - Sledování požadovaných konverzí
 - Sledování plnění požadovaného cílu webu
-
- **Ověření, že nový web je skutečně navržen dobře:**
 - Přináší požadované konverze
 - Uživatelské testování
 - Eye trackingový experiment
 - A/B testování
 - Dotazníky/průzkumy (nejméně efektivní)



- Skuteční uživatelé testují web za účelem identifikace možných problémů a zlepšení uživatelského zážitku.
- Uživateli zadáte úkol (aniž byste mu vysvětlovali, jak jej na webu vyřešit) a pozorujete jeho kroky.
- Uživatel musí spadat do vybrané cílové skupiny webu.
- Na základě výsledků můžete určit slabá místa webu, nalézt nefunkčnosti či nejasnosti v designu.

Využití výzkumu při tvorbě a správě webové stránky

- Testování použitelnosti
- Mouse tracking
- Eye tracking
- A/B testování
- Případová studie HOTJAR



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ





- Použitelnost je definována 5 komponenty:
- **Naučitelnost:** Jak snadné je pro uživatele splnit základní úkoly při prvním setkání s rozhraním?
- **Účinnost:** Jakmile se uživatelé naučili rozhraní, jak rychle mohou provádět úkoly?
- **Zapamatovatelnost:** Když se uživatelé vrátí k návrhu po období, kdy ho nepoužívají, jak snadno mohou provádět úkoly?
- **Chyby:** Kolik chyb udělají uživatelé, jak závažné jsou tyto chyby a jak snadno mohou tyto chyby napravit?
- **Spokojenost:** Jak příjemné je používat design?

- Je možné testovat stávající web, konkurenční web, wireframy nebo prototyp.
- Testování se skládá z několika hlavních částí, jejichž rozsah se může různit, opomenutí některé z nich však může mít na jeho přínos negativní dopad





1. **Analýza cílových skupin webu a jejich potřeb** – Kdo jsou zákazníci? Co jim má web nabídnout?
2. **Vytvoření scénáře testování** – seznam úkolů, které jsou jednotlivým testerům uloženy. Jedná se o většinou typické akce cílových skupin webu.
3. **Výběr testerů** – vzorek účastníků testování by měl odpovídat cílové skupině webu. Rovněž je třeba získat zhruba rovnoměrný podíl pokročilých a nezkušených uživatelů internetu – každá skupina totiž narazí na zcela jiný typ problémů.
4. **Samotný průběh testování** – pod dohledem zkušeného odborníka na použitelnost plní testeři úkoly dle scénáře testování.



- 5. Analýza výsledků testování** – je potřeba seřadit poznatky získané během testování, zanalyzovat je, a především vymyslet nejvhodnější řešení vedoucí ke zvýšení použitelnosti webu.
- 6. Prezentace výsledků** – seznámení s průběhem testování, komentář k výsledkům a detailní výklad aplikace doporučených opatření.



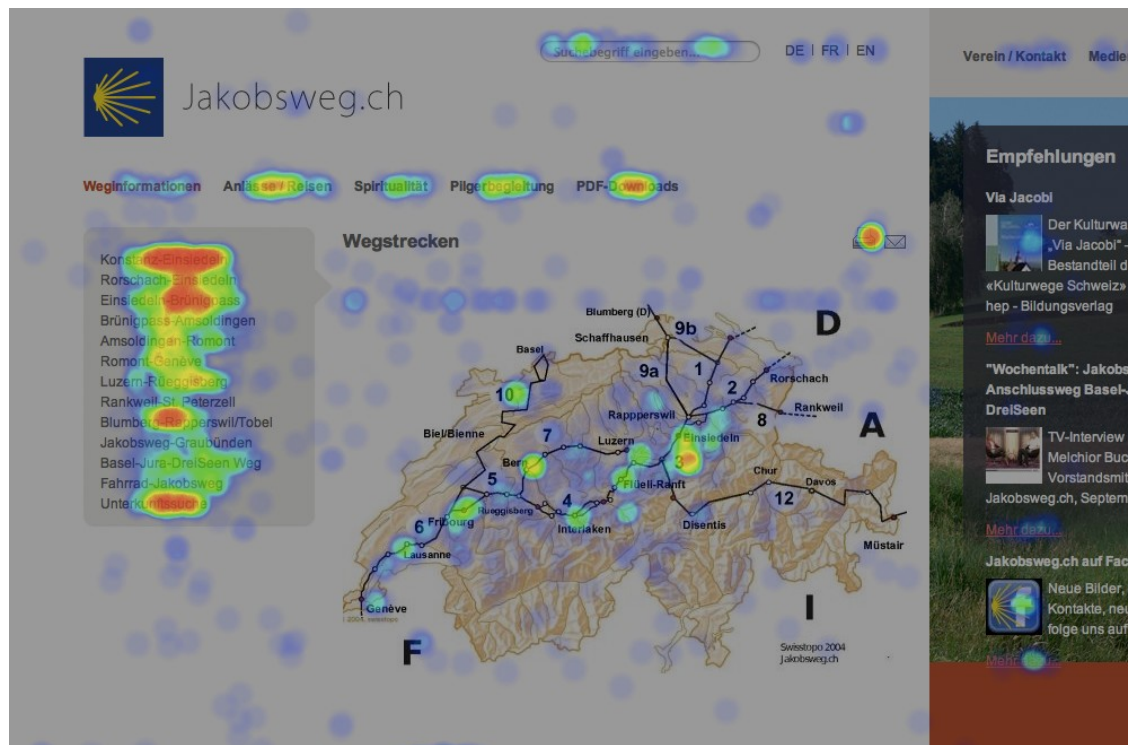
- Pokud chce marketér přesně sledovat, jak se zákazníci pohybují na webu, může použít metody pozorování pohybu myši, kterým se odborně říká mouse tracking nebo cursor tracking.
- Instalovaný software sleduje pohyb myši uživatele na webové stránce a poskytuje informace o nejčastějších návštěvách.
- Pro marketéra či designéra webové stránky tak tato technika přináší cenné informace o celkovém designu webového rozhraní.
- Výstupem takového výzkumu jsou nejčastěji tepelné mapy, které ukazují na nejfrekventovanější místa výskytu kurzoru.

VÝZKUM – MOUSE TRACKING



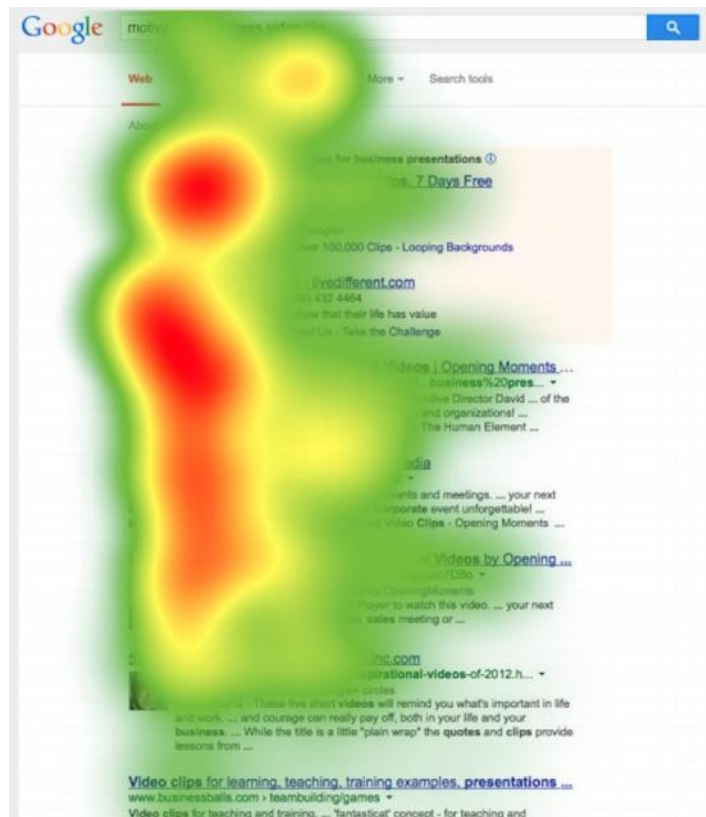
**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Výstup v podobě clickmapy – tepelné mapy.
- Červená teplá místa zobrazují kde se pohyboval kurzor uživatele.



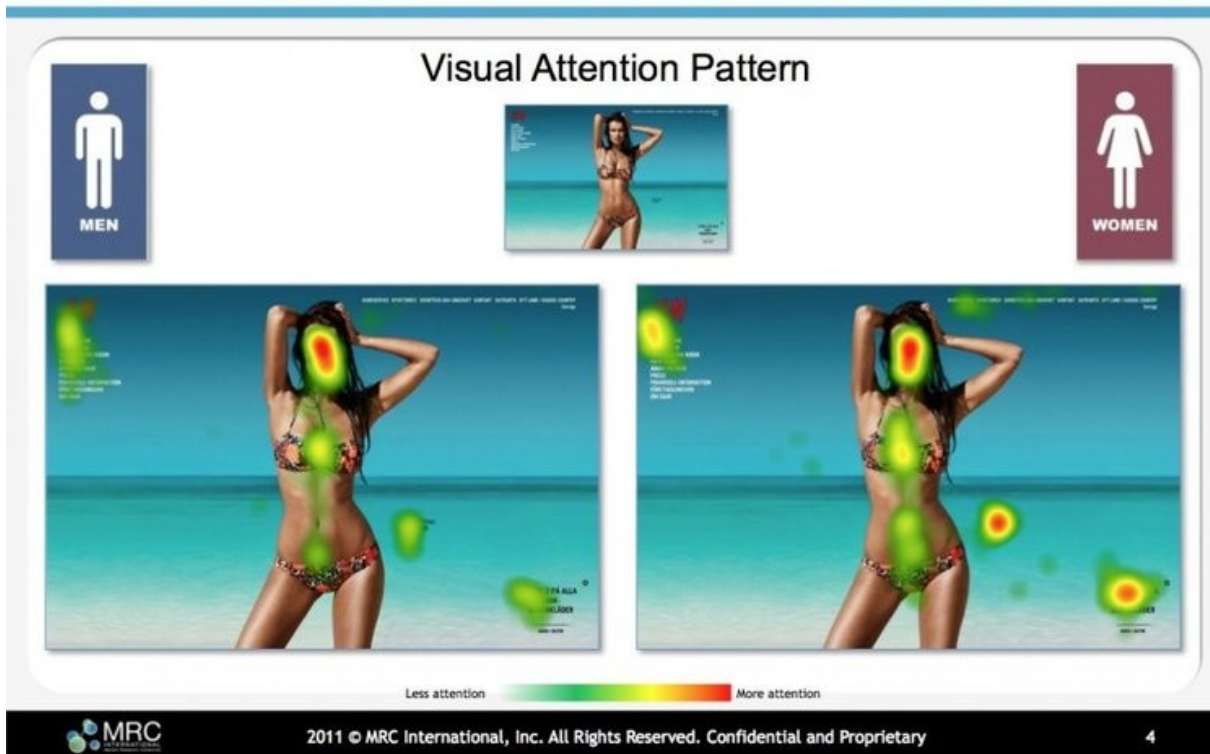
- Eye tracking je technologie, která sleduje pohyby a fixace oka, čímž zaznamenává, kam se osoba dívá.
- Umožňuje analyzovat, na které části obrazovky nebo materiálu uživatel nejvíce zaměřuje svůj pohled.
- Usadíte respondenta za počítač, zapnete eye tracking, provedete kalibraci a zadáte respondentovi úkol na daném webu.
- Výsledkem jsou fixační mapy či heat mapy, které znázorňují, kam se respondent díval a jak dlouho.
- Nezbytná fyzická účast při testování – nelze realizovat na dálku.

- Výstup v podobě clickmapy – tepelné mapy.
- Červená teplá místa zobrazují kde se uživatel díval.



EYETRACKSHOP

Visual Evaluation

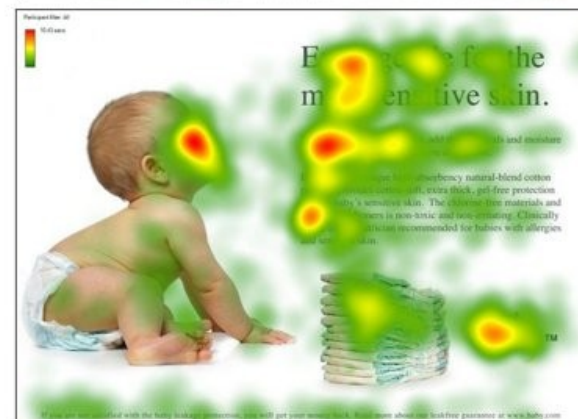


VÝZKUM – EYE TRACKING



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Testování ukazuje lepší čitelnost textů pokud je dítě otočeno a není mu vidět tvář. Ta poutá v marketingové komunikaci pozornost.

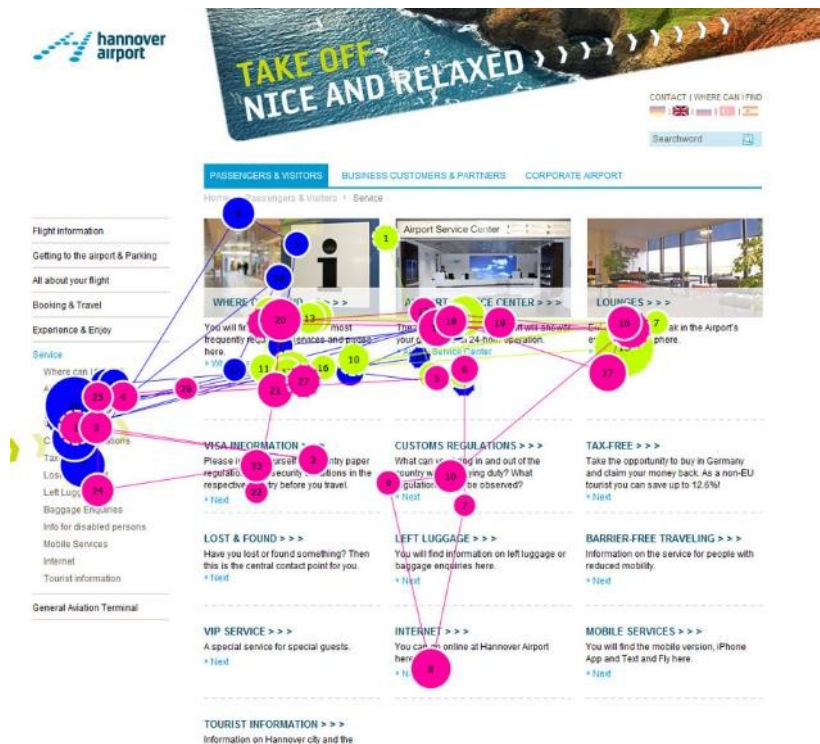


VÝZKUM – EYE TRACKING



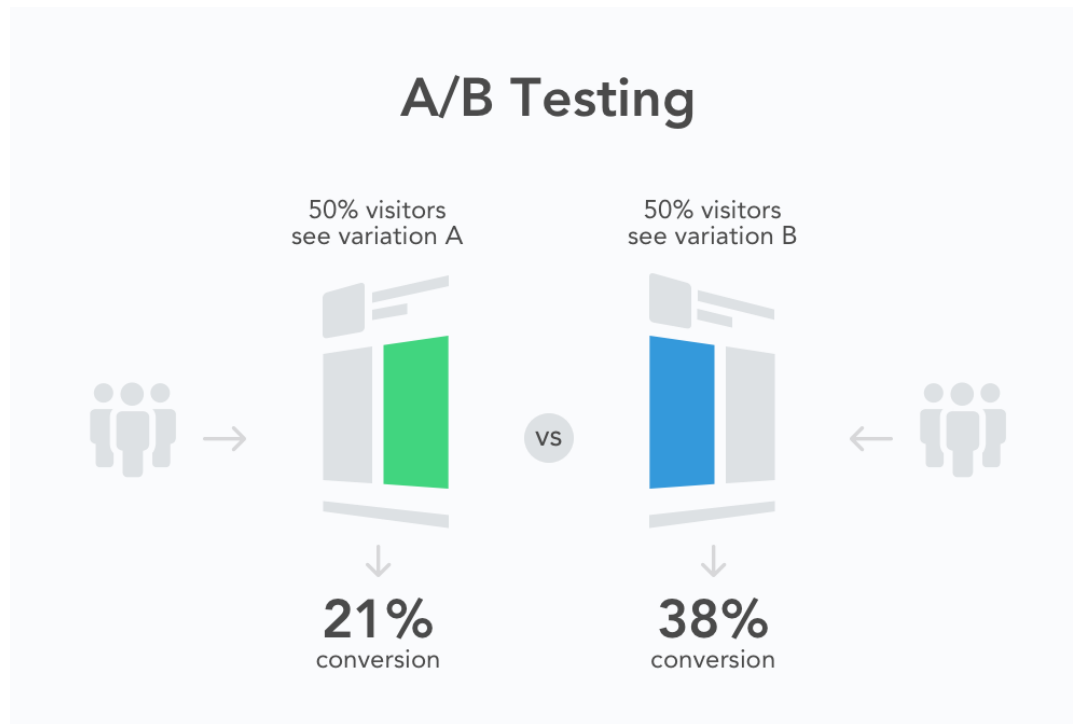
**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Path analysis neboli analýza cesty pohybu očí umožňuje oproti tepelným mapám zobrazit, jak oči uživatele putovaly po webové stránce.





- A/B testování představuje metody, které umožňují na reálných uživateliích testovat dvě či více variant určité webové stránky.
- Výzkumník pak pozoruje rozdíly v konverzních poměrech a je schopný vyhodnotit, která testovaná stránka je pro uživatele přívětivější, snadnější na ovládání, atraktivnější a tím také lépe plní svůj účel.
- Oproti metodám dotazování je experiment formou techniky A/B testování věrohodnější, jelikož se uživatel chová zcela přirozeně a v podstatě ani neví, že je součástí výzkumu.





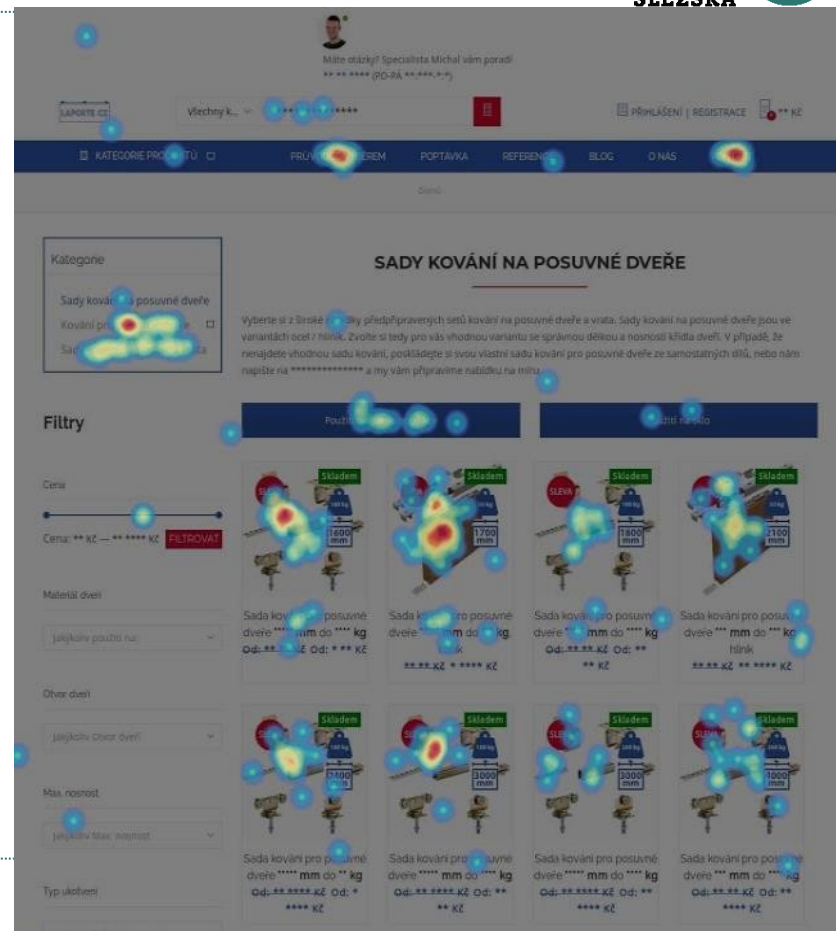
- Hotjar patří do sekce nástrojů pro analýzu a získávání zpětné vazby z webové stránky, eshopu či webové aplikace.
- Poskytuje přehled o chování návštěvníků, které se opírá data zpracovaná ve formě tepelných map, nahrávání návštěvníků a jejich chování na webu.

1. Využití tepelných map (clickmapy a scrollmapy)

- Pro potřeby případové studie jsme vybrali internetový obchod s kovááním pro posuvné dveře Laporte.cz

Nejdříve se podíváme jak využít clickmapy.

Na obrázku vidíme screenshot ze vzorku 1000 návštěv všech kategorií, což je pro potřeby naší analýzy dostačující vzorek. Jak vidíme, nejvíce uživatelé klikají na první produkty, kategorie a poté na průvodce výběrem kování a kontakty na hlavní navigaci.





- Co návštěvníci ale minimálně využívají jsou filtry.
- Zde vzniká otázka proč?
- Jsou snad špatně vyřešené designově?
- Nebo jsou v takto specifickém oboru nevyužitelné?
- Nebo na e-shopu není velké množství produktů, aby by byly filtry přínosné?



- Hotjar nám v tomto případě sloužil jako dobrý nástroj na zjištění problému a stanovení předpokladů.
- Co už nám ale neprozradí je proč tomu tak je.
- Tuto cenou informací je potřeba dále otestovat, abychom na otázky získali odpovědi.
- V našem případě nepoužívaných filtrů je vhodné využít uživatelské testování či a/b testování.

VÝZKUM (PŘÍPADOVÁ STUDIE HOT JAR)

- Scrollmapa je další velice užitečná funkce, která nám ukazuje, jak daleko uživatelé “doscrollují”.
- Na obrázku jde vidět, že se jedná o stránku s produktem, kde je předpoklad, že uživatel má zájem si o produktu zjistit něco více.





- Jako první věc v popisu produktu se momentálně nachází video.
- Ještě do nedávna bylo video úplně dole a dostalo se k němu pouze 20 % uživatelů a přitom mělo pořád slušnou proklikovost.
- Jakmile jsme ale video přemístili nahoru, narostl zájem o video přes 400 %.

2. Využití funnelu a nahrávání uživatelů

- Hotjar nabízí možnost sledování uživatelů pomocí nahrávání obrazovky. Sledování všech záznamů je časově neefektivní a pro nás nemá úplně vypovídající hodnotu, pokud nesledujeme konkrétní věci, jako například využívání určitého prvku na webu. (Filtrace, navigace, formuláře...).

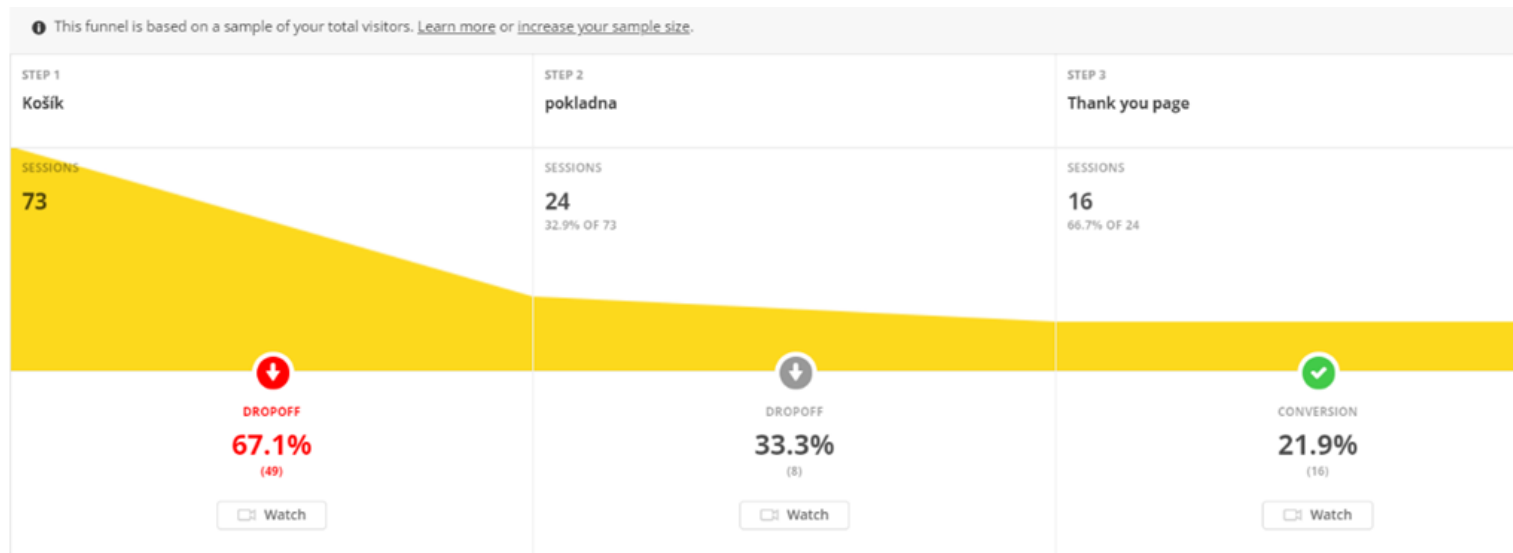


- Dobře optimalizovaný objednávkový proces je jednou z nejdůležitějších věcí na internetovém obchodu.
- V Hotjaru si můžeme nastavit trychtýř (funnel), který nám ukáže kolik lidí došlo až na “thank you” stránku, viz obrázek.
- Takže vidíme, kolik návštěvníků se dostalo z košíku přes pokladnu až k odeslání objednávky a děkovné stránce.

VÝZKUM (PŘÍPADOVÁ STUDIE HOT JAR)



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ





- Jak vidíme na obrázku tak konverzní poměr z pokladny na “thank you” page je relativně dobrý (tyto data si můžeme ještě překontrolovat také v Google Analytics).
- Ovšem jak vidíme tak je 67 procentní dropout (úbytek) při kroku z košíku do pokladny, což už může značit jistý problém.

Práce v redakčním systému

- Redakční systém Wordpress
- Instalace
- Pracovní prostředí
- Práce v redakčním systému



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



- WordPress je CMS platforma.
 - Slouží pro tvorbu a správu webů.
 - Vznikl v roce 2003.
 - Je nejrozšířenější CMS na světě.
 - Vhodný pro blogy, firemní web, e-shopy.
-
- Frontend se nazývá část webu, kterou vidí návštěvníci.
 - Backend je část webu, kde se odehrává správa webu a vidí ji administrátoři.
 - Uživatelé Wordpressu mají různé role, které určují jejich oprávnění (to, co mohou a nemohou v systému dělat).
 - Příspěvky Wordpress využívá pro aktuální obsah.
 - Stránky Wordpress využívá pro stálý obsah.

PRÁCE V CMS – INSTALACE



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Stáhnete si Wordpress na www.wordpress.org
2. Stažené soubory umístíte do složky na hostingu.
3. Najedete na svou webovou stránku.
4. Spustí se instalace.

PRÁCE V CMS – INSTALACE



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ



English (United States)
Afrikaans
አማርኛ
Aragonés
العربية
العربية المغربية
অসমীয়া
Azerbaycan dili
گۆنئی آذربایجان
Беларуская мова
Български
বাংলা
བོད་སྐད་
Bosanski
Català
Cebuano
Čeština
Cymraeg
Dansk
Deutsch (Schweiz)
Deutsch (Schweiz, Du)
Deutsch

Pokračovat



Níže byste měli zadat podrobnosti o připojení k databázi. Pokud si tím nejste jisti, kontaktujte svého hostitele.

Název databáze	<input type="text" value="ikasovacdsws"/>	Název databáze, kam chcete instalovat WordPress.
Uživatelské jméno	<input type="text" value="ikasovacdsws"/>	Uživatelské jméno k databázi.
Heslo	<input type="text"/>	Heslo pro přístup k databázi.
Databázový server	<input type="text" value="localhost"/>	Pokud nebude fungovat výchozí hodnota localhost, tak musíte použít informace od poskytovatele hostingů.
Předpona tabulek	<input type="text" value="wp_"/>	Pokud chcete provozovat několik různých instalací WordPressu pod jednou databází, tak musíte zvolit různé předpony tabulek.

Odeslat



Výborně! Podařilo se zvládnout asi nejsložitější část celého instalačního procesu a WordPress zkusil úspěšně komunikovat se zvolenou databází. Pokud jste připraveni, tak můžete bez obav pokračovat...

Instalovat



- Dashboard (nástěnka) - poskytuje přehled o stavu webu. Jeho vzhled a zobrazované informace si lze nastavit.
- Boční menu pro navigaci.
- Rychlý přístup k funkcím.
- Jednoduchá administrace.
- Přizpůsobení – různorodá nastavení, zejména co se týče vzhledu webu

- Jsou určeny pro blogové články a krátkodobý obsah.
- Příspěvky se vytváří v editoru příspěvků. Jeho vzhled a obsah se může lišit dle zvolené šablony.
- Přidání obrázků a videí.
- Články lze organizovat do různých kategorií (rubrik).
- Taktéž lze využívat štítky, které návštěvníkům usnadní vyhledávání napříč blogem.
- Články lze plánovat (směrem do budoucna) a publikovat. Také mohou být ve stavu konceptu, kdy jsou viditelné pouze pro administrátora a lidi, kterým je to v systému povoleno.

PRÁCE V CMS – PŘÍSPĚVKY



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

The screenshot shows the CMS interface for managing articles. On the left is a dark sidebar with navigation options: 'Nástěnka', 'Příspěvky', 'Přehled příspěvků', 'Rubriky', 'Štítky', 'Média', 'Stránky', and 'Komentáře'. The 'Příspěvky' section is active, and 'Vytvořit příspěvek' is highlighted with a red box. The main content area is titled 'Příspěvky' and features a 'Vytvořit příspěvek' button, also highlighted with a red box. Below the title, there are statistics: 'Celkem (1) | Publikováno (1) | Koš (1)'. A control bar includes 'Hromadné úpravy' (dropdown), 'Použít', '— Datum —' (dropdown), 'Všechny rubriky' (dropdown), and 'Filtrovat'. The article list contains three entries, each with a checkbox and a title: 'Název', 'Ahoj všichni!', and 'Název'. At the bottom of the list, there are 'Hromadné úpravy' (dropdown) and 'Použít' buttons.



- Jsou určeny pro stálý a nezměněný obsah. Typickou stránkou může být třeba homepage – domovská stránka.
- Další příklady: 'O nás', 'Kontakt'.
- Nezobrazují se v blogovém archivu.
- Jsou součástí hlavní navigace webu.



- Vytváření a úprava navigačního menu jsou klíčové pro zlepšení uživatelské zkušenosti a umožňují návštěvníkům snadno najít obsah, který hledají.
- WordPress umožňuje přidávat do menu položky jako jsou stránky, kategorie, příspěvky a vlastní odkazy.
- Menu lze také strukturovat do více úrovní, což je ideální pro velké weby s bohatou strukturou.
- Při tvorbě menu je důležité zvážit responzivní design, aby bylo menu funkční i na mobilních zařízeních. Často se na mobilech a tabletech řeší tak, že se menu sbalí pod ikonku „hamburgeru“.



PRÁCE V CMS – MENU A NAVIGACE



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

Institut interdisciplinárního výzkumu 4 0 Akce Smazat cache paměť

Stránky
Komentáře
Projekty
Vzhled
Šablony 4
Přizpůsobit
Widgety
Menu
Pozadí
Editor souboru šablony
Pluginy
Uživatelé
Nástroje
Nastavení 1
SEO
WP Fastest Cache
FileBird

Přidání položek menu

Stránky

Nejnovější Zobrazit vše Hledat

- IIV – Úvodní stránka, Divi
- Zásady ochrany osobních údajů – Stránka zásad ochrany osobních údajů, Divi
- Blog – Divi
- Blog – aktuality – Divi
- Blog – Business Gate – Divi
- Exp 1 – Divi

Označit vše [Přidat do menu](#)

Příspěvky

Uživatelské odkazy

Rubriky

Štítky

Struktura menu

Název menu

Každou položku menu můžete snadno přesunovat pomocí myši, abyste dosáhli požadovaného uspořádání. Další možnosti položek menu zobrazíte kliknutím na šipku v jejich pravé části.

Hromadný výběr

Domů Úvodní stránka, Divi ▾

O nás Divi ▾

Služby Uživatelský odkaz ▾

Služby pro podnikatele Divi ▾
podřazená položka

Služby pro obce *podřazená položka* Divi ▾

Služby pro studenty *podřazená položka* Divi ▾



- Mediální knihovna ve WordPressu je centrální místo, kde jsou uloženy všechny obrázky, videa a další soubory, které můžete použít v příspěvcích a na stránkách.
- Obrázky a soubory do knihovny lze snadno nahrát a poté je možné je vkládat do obsahu pomocí editoru.
- WordPress také nabízí základní nástroje pro úpravu obrázků, jako je ořezávání, otáčení a změna velikosti.



- Pluginy slouží pro rozšíření funkcionalit standardního WordPressu (např. zlepšení SEO, zvýšení bezpečnosti webu, ...)
- Instalace nových pluginů je snadná díky vestavěnému správci pluginů, který umožňuje vyhledávat, instalovat a aktualizovat pluginy přímo z administračního rozhraní Wordpressu.
- Při výběru pluginů je důležité se zaměřit na jejich kvalitu, hodnocení, kompatibilitu a frekvenci aktualizací.
- Důležité je také pravidelně prověřovat pluginy a odstranit ty, které již nejsou potřebné, aby se zajistilo, že web zůstává rychlý a bezpečný.



WordPress dashboard header: Institut interdisciplinárního výzkumu | 4 | 0 | Akce | Smazat cache paměť

Left sidebar menu: Nástěnka, Příspěvky, Média, Stránky, Komentáře, Projekty, Vzhled, **Pluginy**, Přehled pluginů, Instalace pluginů, Editor souboru pluginu, Uživatelé, Nástroje, Nastavení (1), SEO

Pluginy

Instalace pluginů

Nastavení zobrazený

Celkem (9) | Aktivované (7) | Neaktivní (2) | Nedávno aktivovaný (1) | Automatických aktualizací zakázáno (9)

Hledat i

Hromadné akce [v] Použít

<input type="checkbox"/>	Plugin	Popis
<input type="checkbox"/>	Complianz GDPR/CCPA Cookie Souhlas Aktivovat Smazat	Complianz Privacy Suite pro GDPR, CaCPA, DSGVO, AVG s podmíněným varováním cookies a přizpůsobenou politikou cookies Verze 6.5.5 Autor: Really Simple Plugins Zobrazit podrobnosti
<input type="checkbox"/>	Cookies and Content Security Policy Aktivovat Smazat	Blokujte soubory cookie a nežádoucí externí obsah nastavením Zásad zabezpečení obsahu. Na frontendu se zobrazí modal, který umožní návštěvníkovi vybrat si, jaký druh zdrojů přijmout. Verze 2.17 Autor: Jonk @ Follow me Darling Zobrazit podrobnosti
<input type="checkbox"/>	Duplicator Upgrade to Pro Deaktivovat	Migrujte a zálohujte kopii vašich WordPress souborů a databáze. Rychle duplikujte a přemístíte weby z jednoho umístění na jiné. Verze 1.5.6.1 Autor: Duplicator Zobrazit podrobnosti Spravovat
<input type="checkbox"/>	FileBird Lite Settings Deaktivovat Přejděte na PRO verzi	Snadno organizujte tisíce WordPress mediálních souborů do adresářů/kategorií Verze 5.5.3 Autor: Ninja Team Zobrazit podrobnosti Dokumentace
<input type="checkbox"/>	Really Simple SSL Zlepšení zabezpečení – Upgrade Podpora Konfigurace Deaktivovat	Jednoduchý plugin pro SSL a zvýšení bezpečnosti Verze 7.1.3 Autor: Opravdu jednoduché zásuvné moduly Zobrazit podrobnosti



- Výběr vhodného tématu je klíčový pro design a uživatelskou přívětivost vašeho webu, WordPress nabízí tisíce volně dostupných i placených témat (šablon).
- Po instalaci šablony můžete přizpůsobit její vzhled a funkce podle vašich potřeb.
- Pro pokročilé úpravy nebo pro uchování změn při aktualizacích je vhodné vytvořit „child theme“, které umožňuje upravit kód šablony bez rizika ztráty změn.

PRÁCE V CMS – VZHLED A ŠABLONY (TÉMATA)



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Volba šablony



- Komentáře jsou důležitou součástí mnoha WordPress webů, protože umožňují interakci s návštěvníky a podporují komunitu okolo vašeho obsahu.
- WordPress poskytuje rozsáhlé možnosti správy komentářů, včetně nastavení, která umožňují moderovat komentáře a bojovat proti spamu.
- Je také důležité nastavit pravidla pro diskuzi, abyste měli kontrolu nad tím, co uživatelé na vašem webu zveřejňují.
- Spam je častým problémem Wordpress webů. Pokud víte, že se nechcete zabývat moderací komentářů – doporučuji sekci pro komentáře na webu vůbec nepoužívat.



- Pravidelné zálohování vašeho WordPress webu je nezbytné pro ochranu vašeho obsahu a nastavení před potenciálními problémy jako jsou chyby serveru, uživatelské chyby nebo útoky hackerů.
- Existuje mnoho způsobů, jak zálohovat WordPress, včetně ručních metod či pluginů, které proces automatizují.
- Udržování WordPressu, témat a pluginů v aktuálním stavu je kriticky důležité pro zabezpečení a funkčnost vašeho webu.



- **Administrátor** – neomezený přístup ke všem nastavením WordPressu.
- **Šéfredaktor** – může nejen publikovat a spravovat své vlastní příspěvky, ale třeba i zasahovat do příspěvků ostatních uživatelů.
- **Redaktor** – může publikovat a spravovat své vlastní příspěvky, stejně tak jako nahrávat soubory.
- **Spolupracovník** – může vytvářet a spravovat své příspěvky, ale nemůže je sám veřejně publikovat. Nemá povoleno nahrávat mediální soubory.
- **Návštěvník** – prakticky se jedná pouze jen o zaregistrovaného uživatele bez speciálních pravomocí v administraci WordPressu. Může pouze vkládat komentáře. Nemůže se podílet na tvorbě a správě obsahu webu.

Obsah webu

- Příspěvky a stránky
- Blog
- Galerie
- Video
- GDPR a cookies
- Produktová kategorie
- Produktová stránka



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Příspěvky (blog)

S časovou známkou - řazené dle času zveřejnění, informace se mohou časem stát neaktuální, struktura vhodná pro blog

Dynamické - obsah může být zobrazen na více místech a souvislostech (archiv kategorie, štítku, řazení podle času).

Tříditelné - mohou být vkládány do rubrik a štítků.

Různé formáty - dle obsahu lze vybírat z předpřipravených formátů, které ovlivňují zobrazení příspěvku. Jedná se například o video, audio, obrázek, galerie atd.

Stránky (podstránky webu)

Bez časové známky - bez zobrazené informace o publikování, obsah s trvalou hodnotou, vhodné například pro stránku kontakt, o nás nebo služby.

Statické - obsah je zobrazen jen na dané URL.

Hierarchické - mohou být řazeny do hierarchické struktury (může ovlivnit složení URL).

Šablony - může být zobrazeno za pomoci předdefinovaných šablon stránky. Tyto šablony jsou součástí WordPress šablony.

- Blog firmě dodává lidskou tvář, která jí mnohdy schází.
- Blog ke čtenářům promlouvá jazykem jim blízkým, a často jim přináší informace, které by se jinak z oficiálních zdrojů nedozvěděli.
- Díky blogu může firma čtenáře vtáhnout do dění firmy přes pohled pod pokličku.
- Skvělý nástroj pro budování SEO (optimalizace pro vyhledávače)
- Nejzásadnější věc, která odlišuje webové stránky s blogy od webových stránek bez nich, je aktuálnost textu.

Existuje několik zásad, které se firmám vyplatí dodržovat:

- 1. Výběr jednoho autora** – aby blog působil nenuceně a autenticky.
- 2. Nepřetržité aktualizování obsahu** – mrtvé blogy nikdo nečte
- 3. Podněcování k diskuzi** - Firma by měla čtenářům umožnit reagovat na její příspěvky, vybízet je k reakcím a okořenit diskusi. Kredibilita blogu vychází z velikosti komunity, které členové se opakovaně vrací a diskutují.

OBSAH WEBU – GALERIE



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OPAVĚ
FILIZOLOGICKÁ
KATEDRA
VĚDE O
VÍNĚ



Obsah na webu

INSTITUT INTERDISCIPLINÁRNÍHO VÝZKUMU

Institut interdisciplinárního výzkumu (IIV) od roku 2014 nabízí své služby organizacím samosprávy i malým a středním podnikatelům pod hlavičkou *Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné, Slezské univerzity v Opavě*. Naším zájmem je **propojení akademické činnosti s reálnou každodenní praxí, ale také podpora podnikavosti našich studentů**. Proto úzce spolupracujeme s *Business Gate* – společnou organizací naší fakulty a Statutárního města Karviná.

Naše hlavní aktivity směřujeme do oblasti:

- marketingových studií a průzkumů trhu pro malé a střední firmy,
- analýzy sociální situace v místě i v regionu,
- strategických a marketingových plánů obcí a měst,
- studií proveditelnosti různých investičních záměrů na lokální úrovni, atd.



Cookies

Servírujeme cookies. Pokud souhlasíte, klikněte prosím na "Akceptovat vše". Pokud si chcete vybrat, pokračujte na "Nastavení". [GDPR a Cookies](#)

Nastavení

Akceptovat vše



[Vše o nákupu](#) [Inspirace](#) [Návody](#) [Kontakt](#) +420 730 164 482 Po-Pá 8:00-17:00 Váš účet

La porte
Expert na posuvné systémy

Vyhledat 0 Kč

[Kování na posuvné dveře](#) [Kování na posuvná vrata](#) [Interiérové dveře a zárubně](#) [Stavební pouzdra](#) [Markýzy](#) [Pergoly](#) [Skládací a harmonikové dveře](#) [Další](#)

[Vyberte kategorii](#)

[Blog](#)

Filterovat podle

Typ

- Top produkt
- Skladem

Cena

0 Kč 11 750 Kč

Výrobce

- HELM
- Solido
- Ternio Scorrevoli

Materiál

Produktová řada

Použití na

[Použití do](#)

[Článek](#) [Konfiguraátor](#)

Užíváme cookies, abychom vám zajistili co možná nejsnadnější použití našich webových stránek. Pokud budete nadále prohlížet naše stránky předpokládáme, že s použitím cookies souhlasíte. [více](#)

[Domů](#) > [Kování na posuvné dveře](#) > [Kolejnice](#)

Vodící pojezdové kolejnice pro posuvné dveře

Pojezdové kolejnice pro posuvné dveře jsou **stěžejním prvkem posuvných dveří**. Výběr vhodného kolejnicového profilu závisí na vašich potřebách. Vodící kolejnice **HELM** i **SOLIDO** jsou vhodné jak pro vnitřní, tak venkovní použití. Jsou odolné vůči korozi i vnějším vlivům. Kolejnice jsou bezúdržbové. Retro kolejnice značky HELM jsou k dispozici v ocelovém provedení v **max. délce 6000 mm**. Je možné vám kolejnici připravit ve vámi zvolených délkách, avšak je zapotřebí, abyste vždy při výběru délky kolejnice zaokrouhlovali na celé metry nahoru (př. potřebují 2,5 metru kolejnice = objednávat 3 metry kolejnice). Minimalistické kolejnice z eloxovaného hliníku značky SOLIDO jsou taktéž v **max. délce 6000 mm** a je také možné připravit vám kolejnici dle vámi požadované délky. Případné přesné rozměry uvádějte vždy v poznámce objednávky.



OBSAH WEBU – PRODUKTOVÁ STRÁNKA (E-SHOP)



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Vše o nákupu Inspirace Návody Kontakt +420 730 164 482 Po-Pá 8:00-17:00 Váš účet

La porte
Expert na posuvné systémy


Vyhledat 0 Kč


Kování na posuvné dveře Kování na posuvná vrata Interiérové dveře a zárubně Stavební pouzdra Markýzy Pergoly Skládací a harmonikové dveře Další

[Domů](#) > [Kování na posuvné dveře](#) > [Kolejnice](#) > [Horní vodící kolejnice Terno Scorrevoli, s otvory, hliník elox](#)

Horní vodící kolejnice Terno Scorrevoli, s otvory, hliník elox

Varianty 6



Výrobce 

Kód produktu 1-102222457

Cena **322 Kč** s DPH

Upřesněte výběr produktu

Délka kolejnice Vyberte ...

1 ks [Do košíku](#)

Potřebujete poradit?
Naši specialisté vám poradí

+420 730 164 482 info@laporte.cz [Rychlý kontakt](#)

Obsah na webu


OBSAH WEBU – UŽIVATELSKÉ ROZHRAŇÍ



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Uživatelské jméno nebo e-mail

Heslo


 Pamatovat si mě



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Děkujeme za pozornost.

Obsah na webu