

# UX a UI



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Martin Klepek, Ph.D.

Ing. Tereza Pražáková

Design a správa webové stránky

# PROCES TVORBY WEBU

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



# UX (USER EXPERIENCE)

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- UX se zabývá celkovým zážitkem uživatele při interakci s webem.
- Zahrnuje všechny aspekty, jak uživatelé vnímají a interagují s webem, včetně toho, jak se cítí při používání.
- **Klíčové prvky:** Použitelnost, přístupnost, pohodlí, efektivita interakce, snadné pochopení, užitečnost, a emoční reakce.
- **Cíl:** Vytvořit příjemný, efektivní a smysluplný zážitek pro uživatele, který odpovídá jejich potřebám a očekáváním.

# UI (USER INTERFACE)

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- UI je specifická část UX, která se zaměřuje na vizuální prvek interakce s webem. Jedná se o rozhraní, přes které uživatel komunikuje s webem – stránky, tlačítka, ikony, ...
- **Klíčové prvky:** Design, grafické prvky, rozložení, barvy, písma, tlačítka, ikony a animace.
- **Cíl:** Vytvořit intuitivní a esteticky příjemné rozhraní, které usnadňuje uživatelům navigaci a používání produktu.

# UX A UI – JAKÝ JE MEZI TÍM ROZDÍL?

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

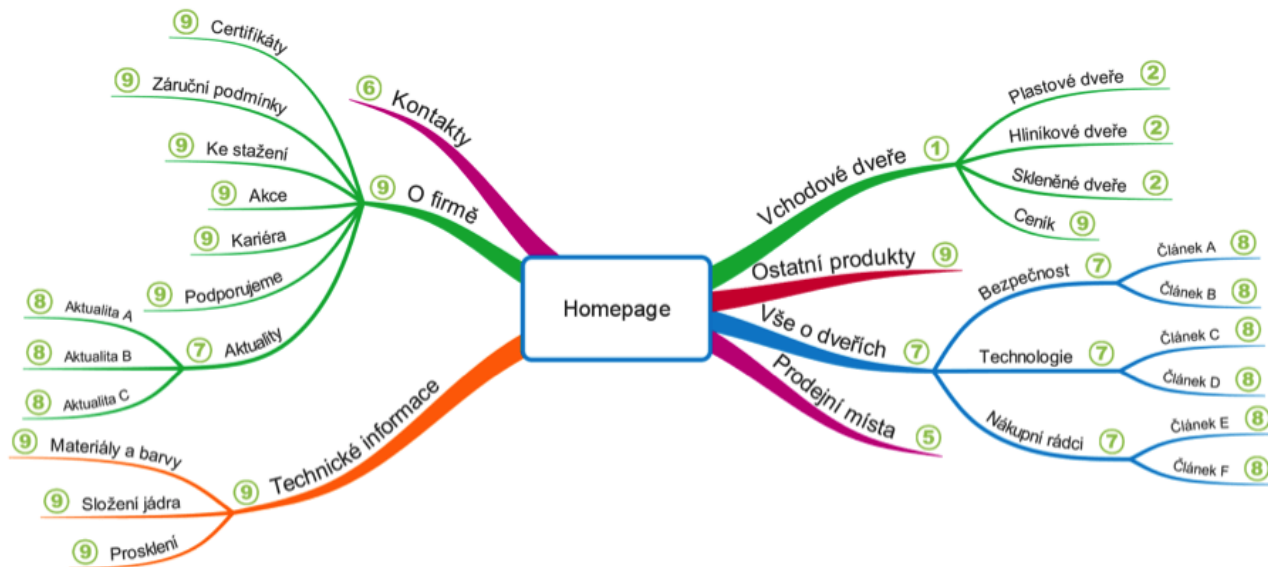
- UX je o celkovém zážitku a funkčnosti produktu z pohledu uživatele.
- UI se více zaměřuje na konkrétní vizuální aspekty a interaktivní prvky, které uživatelé vidí a s kterými přímo interagují.
- **Příklad:** Při návrhu webové stránky se UX designér zaměří na to, jak snadno a efektivně mohou uživatelé najít informace nebo dokončit úkoly, zatímco UI designér se zaměří na to, jak tyto informace a funkce vypadají a jsou prezentovány.

# INFORMAČNÍ ARCHITEKTURA WEBU



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Nejjednodušší vyobrazení - myšlenková mapa
- Obsahuje jednotlivé podstránky, které se na webu budou nacházet.
- Zahrnuje informace, které budou na jednotlivých podstránkách webu uvedené.





- Wireframe je základní vizuální návrh webové stránky, který ilustruje rozložení prvků, strukturu obsahu a funkcionality stránky.
- Představuje kostru webu, aniž by se zabýval designem, barvami nebo grafikou.
- Jeho hlavním účelem je **poskytnout jasný přehled o tom, jak bude na jednotlivých podstránkách organizován obsah.**
- Slouží jako komunikační nástroj mezi designéry, vývojáři a klienty.

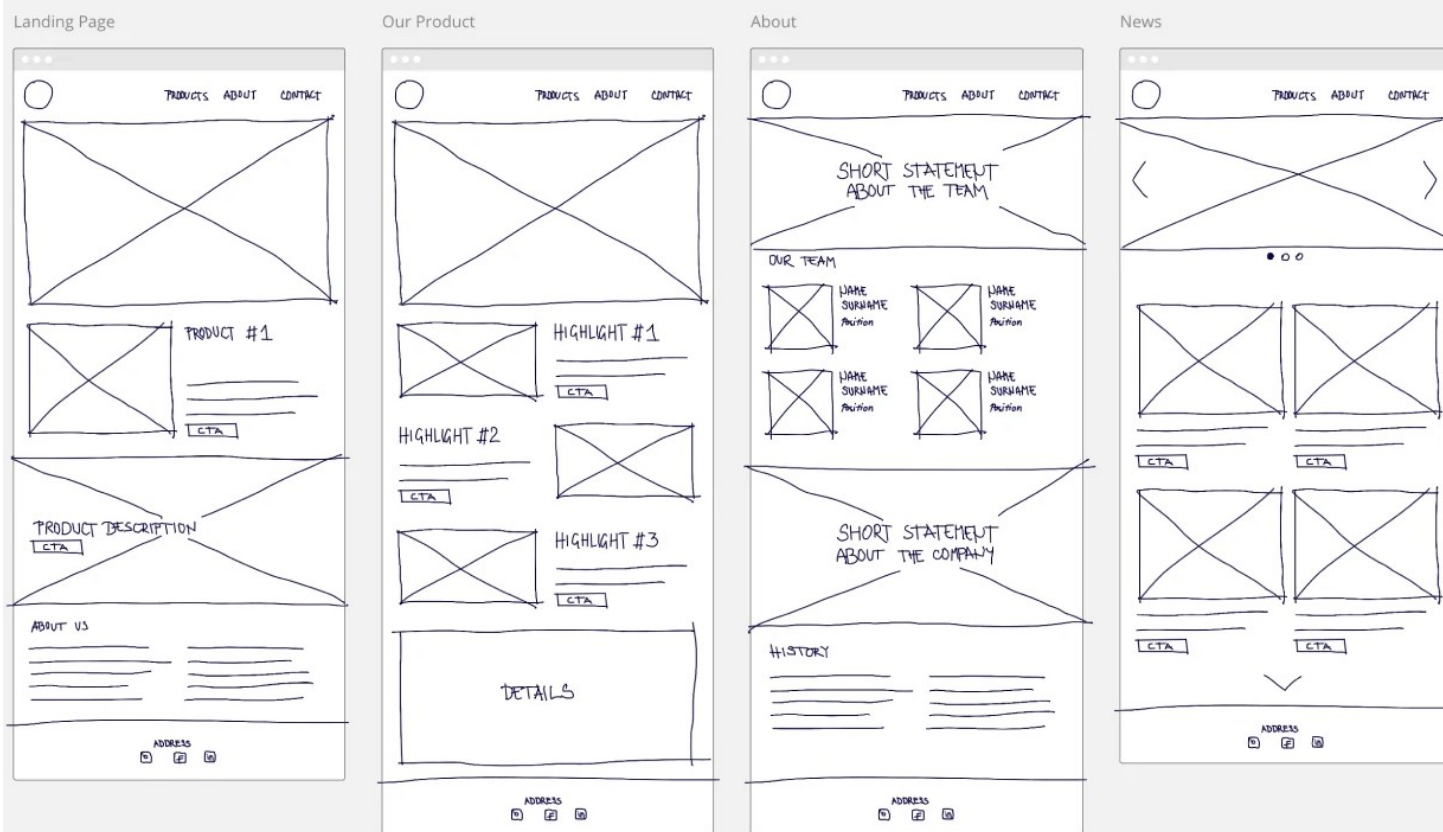
- Nepoužíváme barvy.
- Vkládáme nadpisy, aby bylo jasné, kde se co bude nacházet.
- Vkládáme prvky pro ovládání uživatelského rozhraní (tlačítka, posuvníky, ...)
- Nepíšeme konkrétní texty, pouze naznačujeme, kam je umístíme. (Copywriteři podle toho připravují vhodné texty).
- Nevkládáme konkrétní obrázky, pouze naznačujeme, kam je umístíme. (Grafici podle toho připravují vhodné podklady).
  
- Wireframy přebírá webový designér, který ve spolupráci s grafikem a copywriterem vytváří webovou stránku.



# WIREFRAME



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



# STRUKTURA WEBU

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

NAVIGACE

ZÁHLAVÍ

OBSAH

ZÁPATÍ

---

## Co tvoří web:

- Prostor
- Text
- Obrázky/video/galerie
- Tvary
- Další grafické prvky

## Proč to děláme:

- Chceme, aby návštěvník webu vykonal akce, které jsme si dali za cíl.
- Chceme, aby návštěvník nemusel nic hledat a intuitivně věděl, kde se co nachází.

- Prvky mají svou hierarchii, kterou jako designéři musíme dodržovat.
- **Zaměřujte se na podstatný obsah**, aby návštěvník mohl udržet soustředěnost nad prvky, které jako designéři chceme, aby použil.
- Tvořme web tak, jako by šlo o **příběh**.
- U delších stránek střídejme kompoziční postupy.
- Udržujme prvky v gridu – mřížce.
- Snažme se o maximální jednoduchost.
- Prázdné místo nemusí být na škodu.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

1

2

3

4

5

6

1

2

3

4

1

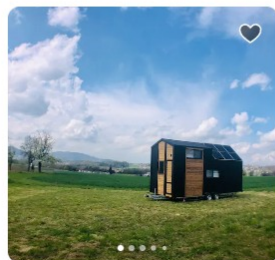
2

3

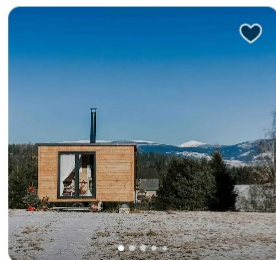
1

2

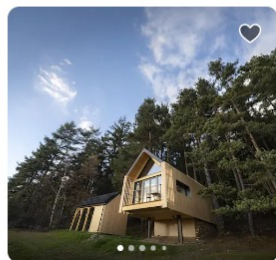
1



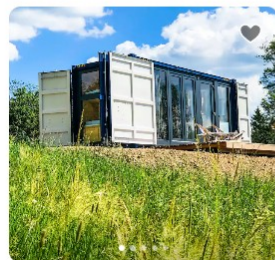
**Oberndorf, Rakousko** ★ 4,93  
Individuální hostitel  
11.–16. 9.  
2 081 Kč noc



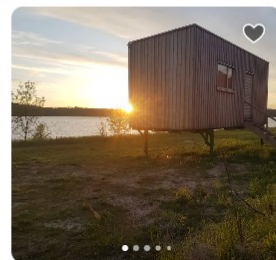
**Borovnice, Česko** ★ 4,92  
Individuální hostitel  
12.–17. 6.  
1 599 Kč noc



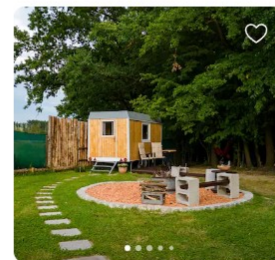
**Vacov, Česko** ★ 5,0  
Profesionální hostitel  
9.–15. 4.  
5 737 Kč noc



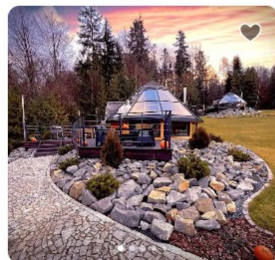
**Schöneck/Vogtland, Německo** ★ 5,0  
Individuální hostitel  
4.–9. 6.  
2 978 Kč noc



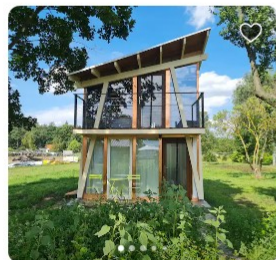
**Görlitz, Německo** ★ 4,98  
Individuální hostitel  
16.–21. 4.  
2 735 Kč noc



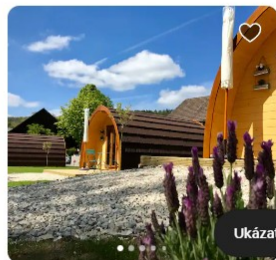
**Borek, Česko** ★ 4,93  
Individuální hostitel  
21.–27. 4.  
1 784 Kč noc



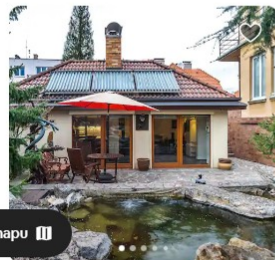
**Koniaków, Polsko** ★ 4,86



**Friesack, Německo** ★ 4,97



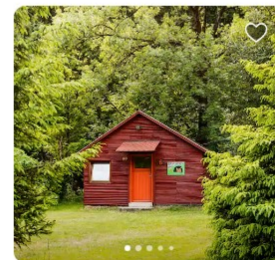
**Pottenstein, Německo** ★ 4,97



**Prague 4, Česko** ★ 4,99



**Sieraków, Polsko** ★ 5,0



**Schalkau, Německo** ★ 4,61

- **Zákon podobnosti** - věci, které jsou si podobné, mají tendenci být vnímány jako skupina nebo celek.
- **Zákon blízkosti** - věci, které jsou blízko sebe, mají tendenci být vnímány jako skupina nebo celek.
- **Zákon uzavření** – lidé mají tendenci doplňovat prázdná místa, aby viděli neúplné obrazce jako kompletní.
- **Zákon společného osudu** - prvky, které se pohybují stejným směrem nebo jsou umístěny na stejné ose, jsou vnímány jako součást stejného celku.

# JAK POSKLÁDAT JEDNOTLIVÉ ELEMENTY NA WEBU?

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- **Web musí plnit svůj cíl.**
- **Každý umístěný prvek na webu by měl vést k jeho naplnění.**
- Přemýšlejte nad tím, jaké informace chce návštěvník mít předtím, než vykoná konverzi a ty mu naservírujte jako první.
- Pro dovedení uživatele k vytyčenému cíli vám pomohou CTA (Call to Action) tlačítka.
- Jedná se o tlačítko, které vyzývá uživatele k provedení určité akce.
- Např. prodejní CTA:

**KOUPIT NYNÍ – SLEVA 20 %**





- Vše chceme držet maximálně jednoduché.
- Hlídáme kontrast prvků.
- Web stavíme do rozvržení mřížky (gridu).
- Zarovnáváme na pixel přesně.
- Snažíme se maximálně vyzdvihnout prvky, které vedou k naplnění cíle webu.
- Web držíme vizuálně jednotný.
- Experimenty spíše ne.
- Lidé mají rádi to, co znají.
- Dodržujeme vizuální identitu značky a v žádném případě již stanovaná pravidla neohýbáme k obrazu svému.



# NENUŤTE UŽIVATELE PŘEMÝŠLET.

Lidé chtějí vědět, co se stane po kliknutí na tlačítko ještě předtím, než to udělají. Takto by měla fungovat celá jejich návštěva na webu.

# Týmová práce

- Připravte wireframy pro nový web.



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Martin Klepek, Ph.D.

Ing. Tereza Pražáková

Design a správa webové stránky