

UX a UI



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Martin Klepek, Ph.D.

Ing. Tereza Ikášová

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)



- 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

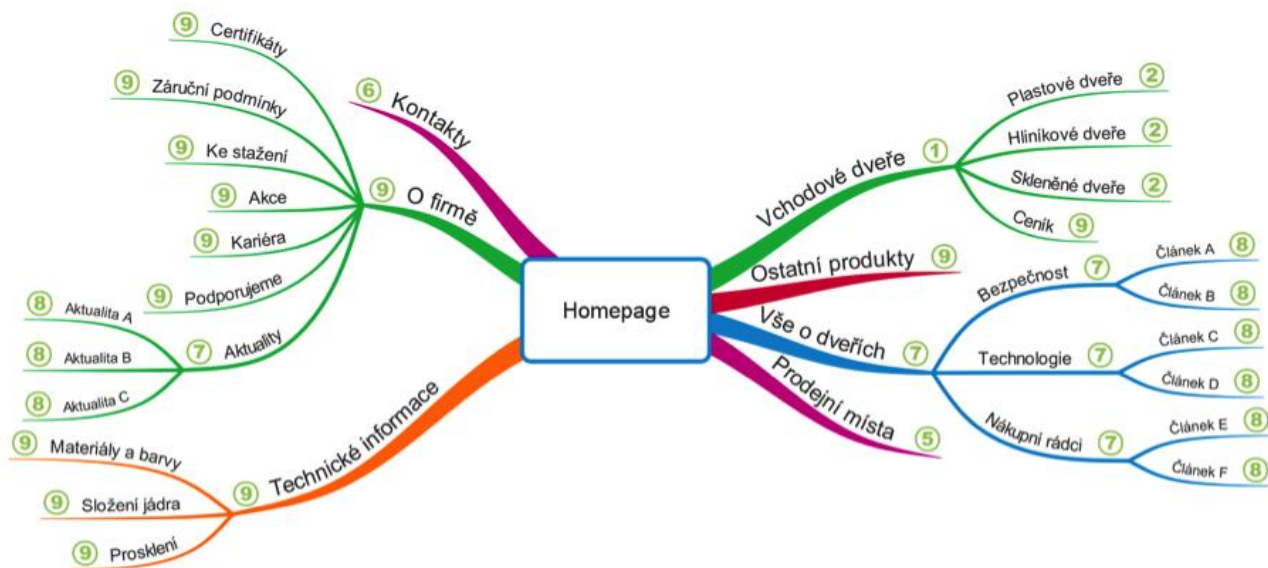
- UX je o celkovém zážitku a funkčnosti produktu z pohledu uživatele.
- UI se více zaměřuje na konkrétní vizuální aspekty a interaktivní prvky, které uživatelé vidí a s kterými přímo interagují.
- **Příklad:** Při návrhu webové stránky se UX designér zaměří na to, jak snadno a efektivně mohou uživatelé 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 KARVINĚ

- 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.



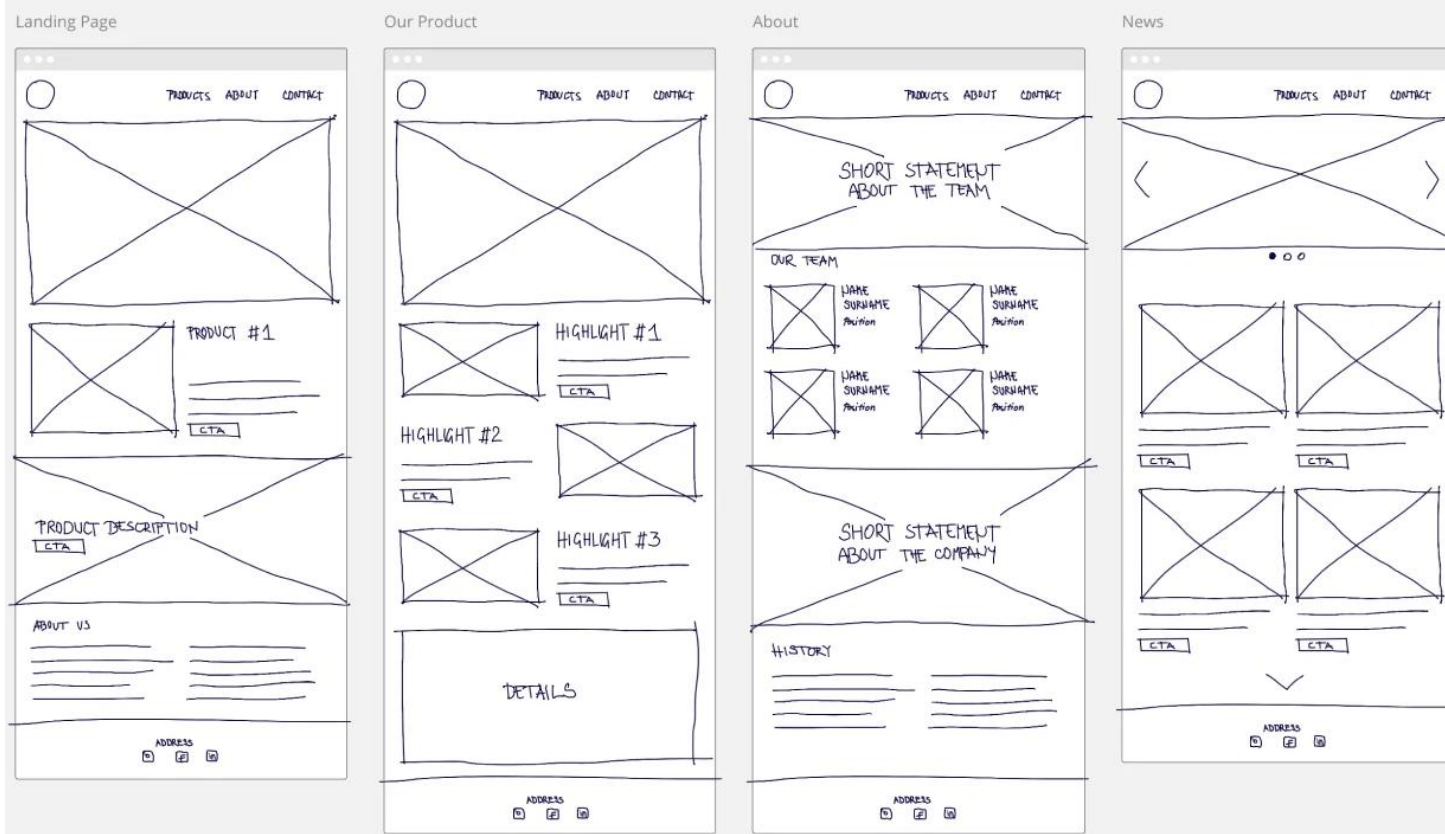
- Nepoužíváme barvy.
- Vkládáme nadpisy, aby bylo jasné, kde se co bude nacházet.
- Vkládáme prvky pro ovládání uživatelského rozhraní (tlačítka, posuvníky, ...)
- Nepíšeme konkrétní texty, pouze naznačujeme, kam je umístíme. (Copywriteři podle toho připravují vhodné texty).
- Nevkládáme konkrétní obrázky, 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.

GRID



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

1

2

3

4

5

6

1

2

3

4

1

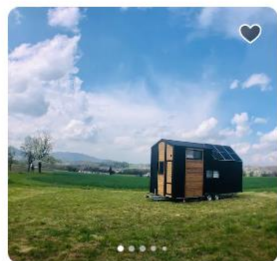
2

3

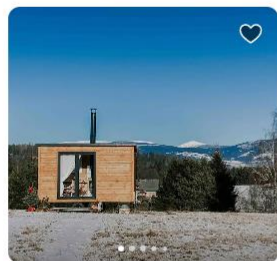
1

2

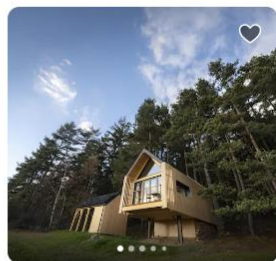
1



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



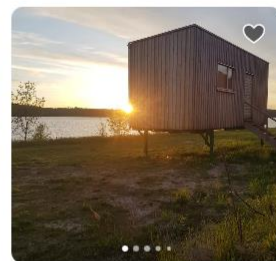
Borovnice, Česko ★ 4,92
Individuální hostitel
12.–17. 6.
1 599 Kč noc



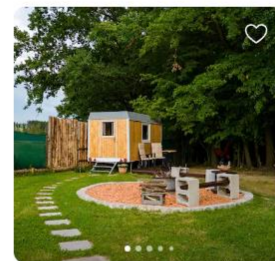
Vacov, Česko ★ 5,0
Profesionální hostitel
9.–15. 4.
5 737 Kč noc



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



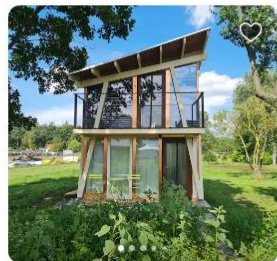
Görlitz, Německo ★ 4,98
Individuální hostitel
16.–21. 4.
2 735 Kč noc



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



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Připravte wireframy pro nový web.

Ing. Martin Klepek, Ph.D.

Ing. Tereza Ikášová

Design a správa webové stránky