

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra informačního inženýrství



Bakalářská práce

Prezentace zájmových aktivit prostřednictvím www

Jakub Odehnal

© 2015 ČZU v Praze

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval doc. Ing. Václavu Vostrovskému, Ph.D. za jeho vstřícnost, trpělivost a odborné rady.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Prezentace zájmových aktivit prostřednictvím www" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 16.3.2015

Prezentace zájmových aktivit prostřednictvím www

Presentation of free time activities via web pages

Souhrn

Bakalářská práce je zaměřena na WWW prezentování zájmových aktivit - přesněji malé kopané. Cílem práce je objasnit teoretické principy www prezentování, zhodnotit jejich momentální úroveň, identifikovat jejich nedostatky, navrhnout odstranění těchto nedostatků a demonstrovat tyto záležitosti na konkrétním řešení. Autor analyzoval náležitosti webových prezentací a poté zhodnotil tři webové prezentace, týkající se malé kopané. Dále se autor více zaměřil na SEO a snažil se objasnit problematiku fulltextových vyhledávačů. Doporučení založená na studiu dostupných zdrojů byly realizovány formou praktického řešení v publikačním nástroji Webnode.

Summary

The thesis is focused on the WWW presentation of free time activities - specifically minifootball. The aim is to clarify the theoretical principles of web presentation, to evaluate their current level, identify their weaknesses, suggest remedy these shortcomings and to demonstrate these issues to a particular solution. Author analyzed essentials of websites and then reviewed three web presentations regarding the minifootball. The author focused more on SEO and tried to clarify the issue of full-text search engines. Recommendations based on the study of available sources were realized in the form of practical solution in a publishing tool Webnode.

Klíčová slova: zájmová aktivita, www prezentace, prezentovaný obsah, příjemce prezentace, SEO, off-page faktory, on-page faktory, Webnode, malá kopaná, futsal

Keywords: free time activity, web presentation, presented content, recipient presentation, SEO, off-page factors, on-page factors, Webnode, minifootball, futsal

Obsah

1	Úvod.....	4
2	Cíl práce a metodika.....	5
3	Teoretická část	6
3.1	Zájmová aktivita.....	6
3.2	Malá kopaná	6
3.3	Internet a jeho historie.....	7
3.3.1	Internet ve světě	7
3.3.2	Internet u nás	10
3.4	WWW	11
3.5	Webové pojmy a technologie.....	12
3.5.1	TCP/IP.....	12
3.5.2	HTTP.....	13
3.5.3	HTML	13
3.5.4	XHTML	14
3.5.5	JavaScript.....	15
3.5.6	PHP	15
3.5.7	AJAX	16
3.5.8	CSS.....	16
3.5.9	FTP.....	17
3.5.10	MySQL databáze.....	18
3.6	Rozlišení obrazovky.....	18
3.7	Internetové prohlížeče.....	19
4	Hodnocení webových prezentací	20
4.1	Hlediska hodnocení.....	20
4.1.1	Validita.....	20
4.1.2	Grafické ztvárnění.....	21
4.1.3	Rychlost načítání	21
4.1.4	Dostupnost pro vyhledávače	21
4.1.5	Přístupnost.....	22
4.1.6	Účelnost prezentace	22
4.2	Hodnocení	22
4.2.1	Klubu malé kopané o.s. Kopřivnice.....	22
4.2.2	Havlovický svaz malé kopané o.s.	25
4.2.3	Žyla fotbal cup, s.r.o.	27
4.3	Shrnutí hodnocení	29
5	Vyhledávače.....	30
5.1	Fulltextové vyhledávače.....	30
5.2	Nejpoužívanější vyhledávače.....	31
5.2.1	Google	31
5.2.2	Seznam	32
5.3	Elektronický marketing.....	33
5.4	Optimalizace pro vyhledávače	34
5.4.1	Optimalizace obsahu stránky	35

5.4.2	Off-page faktory	36
5.5	Nepovolené praktiky	36
6	Vytvoření vlastní prezentace	38
6.1	Nástroje pro tvorbu webu	38
6.1.1	Webnode	38
6.1.2	Netstránky	39
6.1.3	WebSnadno	39
6.1.4	Webgarden	39
6.2	Tvorba webové prezentace s ohledem na SEO	39
6.2.1	URL	39
6.2.2	Titulek stránky, meta tagy description a keywords	40
6.3	Návrh designu	41
6.4	Obsah prezentace	44
6.5	Validita	45
7	Závěr	46
8	Použitá literatura	47
8.1	Literární zdroje:	47
8.2	Internetové zdroje:	48
9	Seznam obrázků	50
10	Seznam tabulek	50

1 Úvod

Uživatelé počítačů, mobilů a dalších mobilních zařízení přicházejí do styku s World Wide Webem prakticky denně. Když je potřeba zjistit jaké bude počasí, jak hrál oblíbený tenista, jak si vede dítě ve škole nebo jaký máme rozpis směn v práci, všechno najdeme prezentované prostřednictvím webu.

Zájmové aktivity, koníčky by nás měly provázet celým životem. Ať už jako příprava na budoucí povolání, prosté odreagování nebo vybití energie u hyperaktivních dětí. Tyto aktivity by měly nějak smysluplně vyplňovat prostor mezi našimi povinnostmi, jako jsou škola nebo práce.

Jako zájmová aktivita pro tuto práci byla vybrána malá kopaná doplněná podobným sportem - futsalem, který vznikl v Brazílii původně jako sport fotbalových veteránů. Autor si téma zvolil, protože k němu má blízko. Sám strávil několik let hraním futsalu i malé kopané ve dvou známých pražských soutěžích. Kromě větších soutěží jsou tu ale i ty méně známé, které na sebe sotva vydělají, nemají sponzory a nemohou si dovolit utrácet peníze z registračních poplatků na to, aby zadali tvorbu, případně správu webových stránek nějaké třetí straně.

Dříve byla činnost, jakou je vytváření webových stránek určena spíše IT specialistům a programátorům. Dnes, při trendu rozvíjící se počítačové gramotnosti, je v možnostech každého trochu pokročilého uživatele výpočetní techniky vytvořit kvalitní a funkční

2 Cíl práce a metodika

Cílem práce je najít vhodné řešení pro webové prezentace vybrané zájmové aktivity. Budou vyloženy potřebné základy k uvažování nad celou problematikou. Bude vysvětleno, jak a kdy Internet vznikl a jak se zrodila služba WWW, na jejímž základě prezentujeme. Budou objasněny teoretické principy www prezentování.

Dalším úkolem bude zmapovat současnou úroveň webů v oblasti malé kopané (případně futsalu), identifikovat chyby a nedostatky. Bude potřeba doporučit, jak dané přetrvávající nedostatky a bariéry odstranit. Navržená doporučení se ověří na příkladu a demonstrují na konkrétním řešení.

Použitá metodika práce bude založena na studiu a analýze dostupných informačních zdrojů. Závěr práce bude formulován na podkladě syntézy teoretických poznatků a výsledků.

3 Teoretická část

3.1 Zájmová aktivita

Nejdříve je třeba si ukázat, co vše lze chápat pod pojmem volný čas. Volný čas v sobě zahrnuje odpočinek, rekreaci, zábavu, zájmové aktivity, dobrovolně prospěšné činnosti, zkrátka to, co lidé dělávají, co je naplňuje, a co jim pomáhá načerpat síly pro další plnění povinností.

Zájmové aktivity (nebo také zájmové činnosti) se dají vyložit na psychologickém a pedagogickém podkladu. Z hlediska psychologie je zájem sledován jako individuálně osobnostní jev, zatímco z hlediska pedagogického ho vnímáme jako formu usměrňování v procesu výchovy.

“Zájmové činnosti chápeme jako cílevědomé aktivity zaměřené na uspokojování a rozvíjení individuálních potřeb, zájmů a schopností. Mají silný vliv na rozvoj osobnosti i na správnou společenskou orientaci.”¹

Zájmy jsou vyvolány potřebami a souvisejí s celkovým zaměřením osobnosti. Zájmy nás vedou k samostatnosti, tvořivosti a v případě kolektivního pojetí i k sociálnímu cítění.

Zájmové činnosti mohou být: společenskovední, pracovně technické, přírodovědné, estetickovýchovné, tělovýchovného, sportovního a turistického zaměření.²

3.2 Malá kopaná

Malá kopaná je hra podobná fotbalu, ovšem s několika odlišnostmi. Rozdíl je především ve velikost hřiště (má tvar obdélníku o délce 44 – 50 m a šířce 24 – 30 m) a počtu hráčů (5 hráčů v poli + brankář).

¹ PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času: teorie, praxe a perspektivy mimoškolní výchovy a zařízení volného času*. 4. vydání. Praha: Portál, 2008. 224 s. ISBN 978-80-7367-423-6.

² Tamtéž

Pokutový kop se zahrává ze vzdálenosti 7 m od branky. Také délka hry je kratší než u běžného fotbalu. Hraje se 2 x 30 minut hrubého času s přestávkou nejvýše 5 minut. Branka má šířku 3 – 3,8 m a výšku 2 – 2,25 m. Používá se míč na fotbal velikosti 5.³

3.3 Internet a jeho historie

Název Internet vznikl ze spojení přepony inter (mezi) a z anglického net, což znamená síť (network). Na „net“ tradičně končily názvy amerických počítačových sítí.

„Internet je celosvětová počítačová síť, která spojuje jednotlivé menší sítě pomocí sady protokolů zvaných IP (Internet Protocol).“⁴

3.3.1 Internet ve světě

Když 4. října 1957 tehdejší Sovětský svaz vypustil první umělou družici Země, Spojené státy pocítily, že zaostávají v kosmických technologiích. Ve snaze reagovat na tento podnět, založily Spojené státy agenturu ARPA (Advanced Research Projects Agency), která v průběhu let změnila název na DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) a zpět. Založena byla v roce 1958. Od roku 1996 je používáno jméno DARPA. Tato organizace byla podřízená ministerstvu obrany USA a od počátku měla jednoduchou hierarchii.⁵

V srpnu 1962 představil v sérii poznámek Joseph C. R. Licklider svůj koncept "Galactic Network". V tomto konceptu uvedl myšlenku propojených počítačů, kde má uživatel přístup k datům odkudkoliv. Když v říjnu 1962 začal Licklider pracovat pro agenturu DARPA, přesvědčil Ivana Sutherland, Boba Taylora a Lawrence G. Robertse z MIT (Massachusettský technický institut) o důležitosti tohoto konceptu. Leonard Kleinrock, také z MIT, v roce 1964 vydal knihu o přepojování paketů a přesvědčil Robertse, že právě tento způsob komunikace je lepší než přepojování okruhů. Přední

³ JUDA, Filip. *Mezinárodní pravidla malého fotbalu* [online]. Publikováno 27.12.2012 [cit.2013-1-15]. Dostupné z: <http://malyfotbal.cz/docs/mezinrodn-pravidla-malho-fotbalu.pdf> .

⁴ PROCHÁZKA, David. *CSS a XHTML*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 175 s. ISBN 978-80-247-3897-0.

⁵ CZ.NIC. *Historie internetu* [online]. Publikováno 2012 [cit. 2013-1-15] Dostupné z: <http://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu/#tab1> .

telekomunikační společnosti i různá výzkumná pracoviště myšlenku paketových sítí dlouho odmítaly brát vážně.^{6,7}

V roce 1966 Roberts už pod agenturou DARPA prezentoval na jedné konferenci svůj plán pro ARPANET. Na té samé konferenci byla prezentována i práce agentury RAND Corporation a britské sítě NPL.

V létě roku 1968 ARPA vypsal veřejnou soutěž na projekt paketové sítě s názvem ARPANET. Nechopila se toho žádná velká firma typu IBM, AT&T. Vítězem se stala bostonská firma Bolt, Beranek and Newman (BBN), která pak do projektu angažovala 4 univerzitní pracoviště.⁸

Jednalo se o:

- UCLA (Kalifornská univerzita v Los Angeles)
- SRI (Stanfordský výzkumný institut)
- UCSB (Kalifornská univerzita v Santa Barbaře)
- Univerzita v Utahu⁹

BBN pracovala na vývoji jádra sítě, které bylo založeno na zařízeních zvaných IMP (Interface Message Processor), což byly předchůdci dnešních směrovačů (routerů). Univerzity pracovaly na softwaru, prostřednictvím kterého by spolu sálové počítače mohly přes IMP komunikovat. První funkční IMP dopravila firma na Stanford 30. srpna

⁶ PUŽMANOVÁ, Rita. *Věčné téma: přepojování okruhů či paketů?* [online]. Publikováno 18.4.2006 [cit. 2013-1-15]. Dostupné z: <http://www.svetsiti.cz/clanek.asp?cid=Vecne-tema-prepojovani-okruhu-ci-paketu-1-1842006> .

⁷ LEINER, Barry M. et.al. *Brief History od the Internet* [online]. Publikováno [200-?]. [cit.2013-1-15]. Dostupné z: <http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/brief-history-internet> .

⁸ CZ.NIC. *Historie internetu* [online]. Publikováno 2012 [cit. 2013-1-15] Dostupné z: <http://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu/#tab1> .

⁹ HOUSER, Pavel. *Půl století agentury DARPA: Arpanet, GPS i telekineze* [online]. Publikováno 21.5.2008 [cit. 2013-1-15]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/pul-stoleti-agentury-darpa-arpanet-gps-telekineze/> .

a na Kalifornskou univerzitu v Los Angeles 1. října 1969. Historicky první zpráva byla odeslána prostřednictvím ARPANETu 29. října. Kvůli zhroucení softwaru zpráva zněla pouze „LO” místo celého slova „LOGIN”. Chyba byla vzápětí opravena. Základem ARPANETu se tak během podzimu 1969 staly postupně počítače na čtyřech výše uvedených univerzitách.¹⁰

V říjnu 1972 byla zorganizována velká a úspěšná demonstrace ARPANETu na ICC (International Computer Communication Conference). Dokázala odborníkům i veřejnosti, že paketová komunikace je dostatečně rychlá a spolehlivá. Základní software pro čtení a psaní e-mailů napsal Ray Tomlinson z BBN.¹¹

Síť se rozrůstala rychle. Postupně se připojovaly univerzity po celých Spojených státech. V roce 1972 se rozšířil ARPANET o tichomořskou síť ALOHA. V roce 1973 se přidaly i evropské instituce – jedna z nejprestižnějších univerzit v Británii UCL (University College London) a norský seismologický ústav NOR SAR.¹²

Protože byl ARPANET tak úspěšný, začaly princip přepojování paketů používat i jiné sítě, například CYCLADES ve Francii. Bohužel i přes tuto společnou vlastnost spolu nemohly sítě komunikovat. Proto v roce 1973 Bob Kahn a Vint Cerf pracovali na specifikacích, které by protokoly paketových sítí sjednotily. Výsledkem byla technologie, pro kterou Vint Cerf navrhoval název Catenet. Nakonec se však ujalo označení TCP/IP, které je složeninou zkratkou dvou hlavních protokolů - Transmission Control Protocol a Internet Protocol.

Architektura TCP/IP je členěná do čtyř vrstev:

- aplikační vrstva

¹⁰ CZ.NIC. *Historie internetu* [online]. Publikováno 2012 [cit. 2013-1-15] Dostupné z: <http://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu/#tab1> .

¹¹ LEINER, Barry M. et.al. *Brief History of the Internet* [online]. Publikováno [200-?]. [cit.2013-1-15]. Dostupné z: <http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/brief-history-internet> .

¹² CZ.NIC. *Historie internetu* [online]. Publikováno 2012 [cit. 2013-1-15] Dostupné z: <http://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu/#tab1> .

- transportní vrstva
- síťová vrstva
- vrstva síťového rozhraní

Za pomoci této architektury se podařilo propojit technologicky různorodé sítě. Dala tak vzniknout „síti sítí“, kterou nazýváme Internet. Vint Cerf a Bob Kahn jsou proto označováni jako otcové Internetu.¹³

TCP/IP se stalo oficiálními protokoly sítě ARPANET v roce 1983 a od této sítě se oddělila její vojenská část, představující dále síť MILNET. ARPANET skončil v roce 1990. Legislativní změny umožnily v roce 1991 i komerční využití, to této doby byl Internet vyhrazen pro akademickou komunitu. Aplikace si lidé často psali sami pro sebe a pro ostatní byly proto dost nečitelné a špatně použitelné. Rozšíření Internetu pro veřejnost vyvolal především vznik služby WWW.¹⁴

Od té doby počet uživatelů exponenciálně roste. V roce 1996 bylo překonáno 55 milionů uživatelů. V roce 2000 to bylo 250 milionů, v roce 2006 více než miliarda a v roce 2011 už přes 2 miliardy.¹⁵

Když Internet začal přecházet do komerční sféry, objevila se organizace ISOC (Internet Society), která zastřešuje různé další organizace, starající se o Internet jako jsou IAB, IETF, IESG, IRTF a IRSG.

3.3.2 Internet u nás

V tehdejším Československu se Internet používá od roku 1992. Byl spuštěn 13. února 1992 na pražském ČVUT a současně se v tomto roce u nás začal používat termín

¹³ CZ.NIC. *Historie internetu* [online]. Publikováno 2012 [cit. 2013-1-15] Dostupné z: <http://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu/#tab1> .

¹⁴ LEINER, Barry M. et.al. *Brief History od the Internet* [online]. Publikováno [200-?]. [cit.2013-1-15]. Dostupné z: <http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/brief-history-internet> .

¹⁵ PROCHÁZKA, David. *CSS a XHTML*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 175 s. ISBN 978-80-247-3897-0.

„surfovat“. „Současně byl zahájen projekt FESNET, tedy Federal Educational and Scientific Network (v názvu mělo původně být „Research“ místo „Scientific“, zkratka však kolidovala s jednou zavedenou obchodní značkou).“¹⁶ FESNET po rozdělení Československa změnil název na CESNET. Jediné mezinárodní spojení bylo původně prostřednictvím linky z Prahy do Lince.¹⁷

3.4 WWW

Známe služby Internetu, jako jsou například e-mail, FTP, Instant messaging, DNS, VoIP a další. Nejvíce však Internet dovedla zpopularizovat služba World Wide Web (WWW nebo také zkráceně Web). Byla vytvořena ve Švýcarsku, v organizaci CERN (Centre Europeen pour Recherche Nucleare).

Služba byla původně vyvinuta pro vědce pracující v jaderném výzkumu, za účelem přenosu interních informací. Autorem WWW a jeho základních stavebních kamenů - specifikací URL (Uniform Resource Locator), HTTP (HyperText Transfer Protocol) a HTML (HyperText Markup Language) je Tim Berners-Lee, který teď vede W3C (World Wide Web Consortium). Tato organizace, založená v roce 1994, vyvíjí webové standardy pro World Wide Web a stará se o plné rozvinutí jeho potenciálu.¹⁸

Tim Berners-Lee společně s Robertem Cailiauem přišli s prvním návrhem vytvoření distribuovaného hypertextového systému v roce 1989. Hypertext je způsob, jakým je text strukturován. Podobá se lidskému uvažování při přebíhání z myšlenky na myšlenku.

Další uzpůsobení WWW pro veřejnost přinesli Marc Andreessen a Eric Bina, když v americkém Národním centru superpočítačových aplikací (NCSA) vytvořili prvního grafického klienta masově používaného v celém světě. Pojmenovali ho Mosaic. Mozaic

¹⁶ CZ.NIC. *Historie internetu* [online]. Publikováno 2012 [cit. 2013-1-15] Dostupné z: <http://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu/#tab1> .

¹⁷ Tamtéž

¹⁸ PETERKA, Jiří. *WWW se narodil v CERNu* [online]. Publikováno 1995 [cit. 2013-1-16] Dostupné z: <http://www.earchiv.cz/a95/a501k140.php3> .

se velmi rychle rozšířil, protože byl volně dostupný pro tehdejší platformy osobních počítačů.¹⁹ Na obr. 1 je vidět, jak Mosaic verze 0.1 vypadal.

Obr. 1 - prohlížeč Mosaic v. 0.1



Zdroj: <http://www.evolutionoftheweb.com/?hl=en>

3.5 Webové pojmy a technologie

3.5.1 TCP/IP

Na rozdíl od sedmivrstvého referenčního modelu ISO/OSI, má TCP/IP pouze 4 vrstvy. Mezi těmito vrstvami je přesně definovaná výměna informací. TCP/IP vychází z předpokladu, že spolehlivost je zajištěna koncovými účastníky komunikace a je tedy řešena až na úrovni transportní vrstvy. Může docházet ke ztrátám přenášených paketů, ale komunikační síť by měla vyvíjet maximální snahu o to, aby se přenášené pakety doručily (v angličtině je používán termín: best effort).^{20, 21}

¹⁹ CZ.NIC. *Historie internetu* [online]. Publikováno 2012 [cit. 2013-1-15] Dostupné z: <http://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu/#tab1> .

²⁰ PETERKA, Jiří. *Síťový model TCP/IP* [online]. Publikováno 1992 [cit. 2013-2-10]. Dostupné z: <http://www.earchiv.cz/a92/a231c110.php3> .

²¹ PROCHÁZKA, David. *CSS a XHTML*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 175 s. ISBN 978-80-247-3897-0.

3.5.2 HTTP

Je zkratka pro HyperText Transfer Protokol. Tento internetový protokol, určený pro výměnu dokumentů ve formátu HTML, používá jednotný lokátor prostředků URL (Uniform Resource Locator), který určuje jednoznačně umístění zdroje v internetu. Komunikace mezi uživatelem a serverem pomocí HTTP má charakter dotazu (žádosti) a odpovědi. Probíhá tedy tak, že „uživatel (pomocí programu, obvykle internetového prohlížeče) pošle serveru dotaz ve formě čistého textu, obsahujícího označení požadovaného dokumentu, informace o schopnostech prohlížeče apod. Server poté odpoví pomocí několika řádků textu popisujících výsledek dotazu (zda se dokument podařilo najít, jakého typu dokument je atd.), za kterými následují data samotného požadovaného dokumentu.“²²

HTTP funguje bezstavově (neumí uchovat stav komunikace), což je řešeno prostřednictvím tzv. cookie (malého datového údaje, který generuje server a je uchovávan na straně klienta). Protokol má svou nadstavbu: HTTPS, která zabezpečuje spojení webového serveru a webového prohlížeče před odposlechem a jiným narušením tím, že jsou data šifrována. Využívají to systémy, které pracují s citlivými daty například e-shopy, systémy bank, úřadů, státní správy.²³

3.5.3 HTML

HyperText Markup Language je hypertextový značkovací jazyk, který slouží k vytváření webových stránek. Je tvořen množinou značek (tagů), které mohou být strukturální (rozvrhující strukturu dokumentu), popisné (popisující povahu obsahu elementu), stylistické (udávající vzhled elementu).^{24, 25}

²² PROCHÁZKA, David. CSS a XHTML. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 175 s. ISBN 978-80-247-3897-0.

²³ Tamtéž

²⁴ PÍSEK, Slavoj. HTML – začínáme programovat. 3., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. 190 s. ISBN 978-80-247-3117-9.

²⁵ PROCHÁZKA, David. CSS a XHTML. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 175 s. ISBN 978-80-247-3897-0.

Koncepci hypertextu uvedl už v červenci 1945 Vannevar Bush v článku „As We May Think“ pro Atlantic Monthly. Termín hypertext použil poprvé Theodor Colm Nelson v roce 1960. Nelson se snažil o uplatnění hypertextu ve svém celoživotním projektu Xanadu, který však nedokončil. S hypertextem se experimentovalo na univerzitách, ale výraznějšího úspěchu se dočkal, až když Apple uvedl na trh Hypercard. V roce 1990 navrhnul HTML společně s HTTP Tim Berners-Lee. ²⁶

Aktuální verzí HTML je HTML 5 (logo viz obr. 2). Finální specifikace byla vydaná 28. října 2014. Nejdůležitějšími změnami oproti předchozí verzi jsou přehrávání multimédií přímo ve webovém prohlížeči, kratší zápisy značek a aplikace fungující bez připojení k internetu. ²⁷

Obr. 2 - logo HTML 5



Zdroj: http://www.w3.org/html/logo/downloads/HTML5_Logo_128.png

3.5.4 XHTML

XHTML (eXtensible HyperText Markup Language) měl být původně nástupcem HTML. Nyní to však vypadá, že se budou vyvíjet oba značkovací jazyky paralelně.

XHTML byl vytvořen tak, aby vyhovoval podmínkám tvorby XML dokumentů. XHTML 1.0 doporučilo W3C v roce 2000 a revidovalo 1. srpna 2002.

²⁶ PÍSEK, Slavoj. *HTML – začínáme programovat*. 3., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. 190 s. ISBN 978-80-247-3117-9.

²⁷ SCHAFER, Steven M. *HTML, XHTML a CSS*. 4. vydání. Praha: Grada Publishing, 2009. 647 s. ISBN 978-80-247-2850-6.

Oproti jazyku HTML 4 je striktnější např. při psaní tagů. Všechny tagy musí být ukončené a to i nepárové (např. ``). Elementy musí být správně vnořené, názvy atributů musí být psány malými písmeny a v uvozovkách, atd.²⁸

3.5.5 JavaScript

JavaScript je skriptovací jazyk používaný k tvorbě webových aplikací. Je to jazyk objektový, interpretovaný na straně klienta. Často je vkládán přímo do HTML kódu stránky.

Obvykle jsou pomocí JavaScriptu ovládány interaktivní prvky jako jsou tlačítka, formuláře nebo jsou jím tvořeny animace a efekty obrázků.

JavaScript podporují všechny webové prohlížeče, ačkoli některé starší nepodporují jeho nové možnosti. JavaScript je technologie na straně klienta (spouští se až po stažení stránky z Internetu). Co se týče syntaxe, dá se připodobnit k PHP.²⁹

3.5.6 PHP

PHP bylo původně označení pro Personal Home Page, nyní je to rekurzivně Hypertext Preprocessor. PHP je skriptovací programovací jazyk, který je určen hlavně pro programování dynamických internetových stránek a webových aplikací, lze jej však použít i k tvorbě konzolových a desktopových aplikací. PHP umožňuje vkládat programový kód přímo do kódu HTML, XHTML nebo XML. PHP je strukturovaným jazykem (související příkazy můžeme sdružovat do bloků, tvořících strukturu programu).^{30, 31}

²⁸ W3C HTML Working Group. *XHTML™ 1.0 The Extensible HyperText Markup Language (Second Edition)*. [online]. Publikováno 2002 [cit. 2013-2-11]. Dostupné z: <http://www.w3.org/TR/2002/REC-xhtml1-20020801/>.

²⁹ PROCHÁZKA, David. *CSS a XHTML*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 175 s. ISBN 978-80-247-3897-0.

³⁰ BRÁZA, Jiří. *PHP 5*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2005. 244 s. ISBN 80-247-1146-X.

³¹ PROCHÁZKA, David. *CSS a XHTML*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 175 s. ISBN 978-80-247-3897-0.

Původně šlo o soukromý program Rasmuse Lerforfa, který byl určen k sledování návštěvnosti na jeho webových stránkách. Později jej přeprogramoval v C a nechal používat své známé, kteří si ho oblíbili. Druhá verze byla obohacena o snadnou manipulaci s daty z formulářů. Třetí verze, používaná od roku 1998, byla zrychlená a obohacená o nové funkce včetně podpory mnoha databázových systémů, objekty a cookies. Čtvrtá verze, opravdu hojně využívaná, byla dostupná a rozvíjena od roku 2000. V létě 2004 byla uvolněna finální verze PHP 5.³²

3.5.7 AJAX

Je zkratka pro Asynchronous JavaScript and XML. Je to skupina technologií, využívající JavaScript a XML, určená k vývoji interaktivních webových aplikací. Výhodou této technologie je, že umožňuje měnit obsah části stránky bez nutnosti znovunačtení stránky celé.³³

Tuto technologii používají například Google maps (maps.google.com) pro pohyb a ovládání mapy, Yahoo (yahoo.com) pro přesouvání jednotlivých bloků stránky, využívá ji Gmail a další.

3.5.8 CSS

Označuje Cascading Style Sheets, neboli kaskádové styly, což je jazyk pro popis způsobu formátování stránek napsaných v jazycích HTML, XHTML nebo XML. Neovlivňuje obsah dokumentů, pouze jejich vzhled.

Původně byla cílem jazyka HTML hlavně prezentace obsahu, kde bude jasné, co je nadpis, odstavec apod. Po rozšíření prohlížeče Mosaic vadilo mnohým autorům webových stránek, že nemohou ovlivnit jejich vzhled. V roce 1994 tak byl vypracován první návrh na CSS. Bohužel se stalo, že firma Netscape, která v té době vytvořila svůj webový prohlížeč Netscape 1, zabudovala přímo do značek HTML vlastnosti pro

³² BRÁZA, Jiří. *PHP 5*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2005. 244 s. ISBN 80-247-1146-X.

³³ PROCHÁZKA, David. *CSS a XHTML*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 175 s. ISBN 978-80-247-3897-0.

upravování vzhledu. „*Toto řešení započalo éru nekompatibility webových stránek i prohlížečů, a hlavně zanesení původního čistého a strukturovaného kódu HTML dokumentů různým formátovacím balastem.*“³⁴

Autoři stránek využívali k rozvržení stránky tabulky a později byly k dispozici tzv. rámce. Časem začalo být jasné, že tento způsob není žádoucí, a tak se objevil i první webový prohlížeč, který začal CSS částečně podporovat: Internet Explorer 3. V té době však ještě CSS nebyly standardizovány, to se stalo krátce na to (v roce 1996) a zasloužilo se o to W3C. Autorem návrhu dnešních CSS je vývojář Håkon Wium Lie (dnes šefvývojář společnosti Opera Software, vydávající webový prohlížeč Opera).

Zatím byly vydány specifikace CSS1 a CSS2. Specifikace CSS3, které značně využívá standart HTML5, se vyvíjí už od roku 2005.³⁵ Očekávané dokončení technologie se předpokládá na rok 2015, ale již dnes je většina vlastností CSS3 podporována běžnými webovými prohlížeči.

3.5.9 FTP

„*FTP (File Transfer Protocol) je v informatice protokol pro přenos souborů mezi počítači pomocí počítačové sítě.*“³⁶

FTP je využíván ke zkopírování webových stránek na webhosting (pronájem prostoru pro webové stránky na cizím serveru). K tomuto účelu je potřeba takzvaný FTP klient, který obsahují i souborové manažery jako například oblíbený Total Commander.³⁷

³⁴ CYROŇ, Miroslav. *CSS – kaskádové styly*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. 340 s. ISBN 80-247-1420-5.

³⁵ Tamtéž

³⁶ PROCHÁZKA, David. *CSS a XHTML*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 175 s. ISBN 978-80-247-3897-0.

³⁷ PROCHÁZKA, David. *CSS a XHTML*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 175 s. ISBN 978-80-247-3897-0.

3.5.10 MySQL databáze

MySQL je databázový systém, který dokáže spravovat velké objemy dat. Komunikace s databází probíhá prostřednictvím jazyka SQL. Pokud jde o programování dynamických webových stránek, jde o nejpoužívanější databázový systém. Důvodem je snadná propojitelnost s PHP. Nejnovější verzí je MySQL 5.7.³⁸

3.6 Rozlišení obrazovky

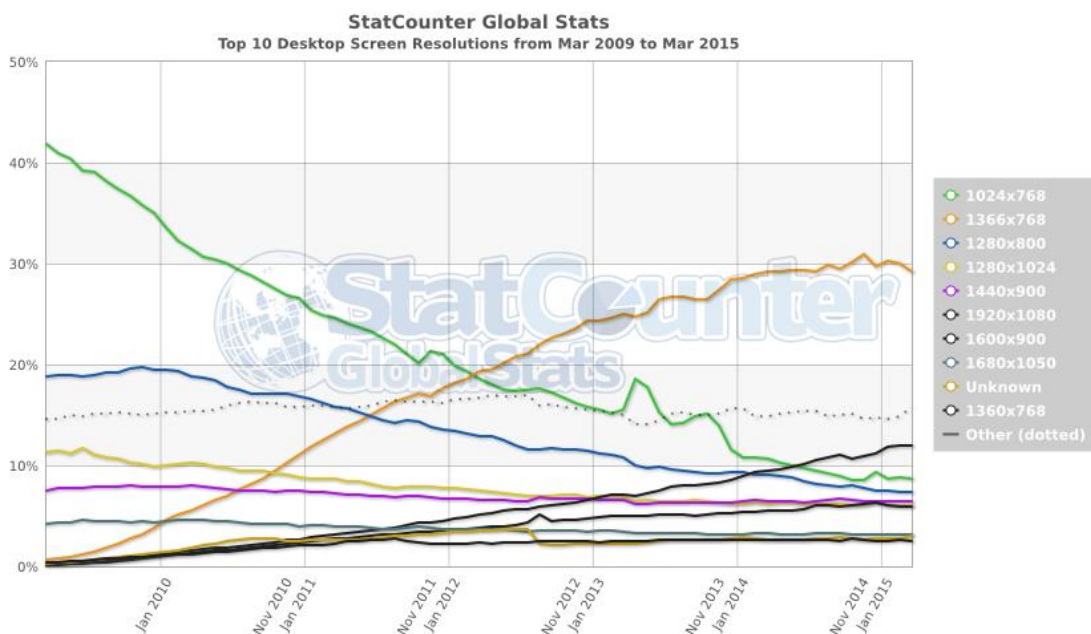
Rozlišení obrazovky vyjadřuje počet pixelů, který může být na obrazovce (monitoru) zobrazen a je udáván jako horizontální počet sloupců a vertikální počet řádků.

Ještě v červenci roku 2005 mělo 25% uživatelů rozlišení obrazovky 800 x 600 pixelů.³⁹ Přestože se podíl uživatelů s tímto rozlišením dramaticky snižoval, nebylo možné ho zcela ignorovat. V dnešní době se vytvářejí stránky, které se dají bez problémů zobrazit v rozlišení 1024 x 768 pixelů, avšak jak je vidět na obr. 3 počet uživatelů s tímto rozlišením prudce klesá a do popředí se dostaly obrazovky s rozlišením 1366 x 768 pixelů. Dá se předpokládat, že i rozlišení 1024 x 768 pixelů časem ustoupí do takové míry, že se tvůrci webových stránek budou zaměřovat na rozlišení vyšší. Pro uživatele je velice nepříjemné, když musí posouvat obsah stránky ve vodorovném směru. Dále je potřeba také uvažovat nad tím, že uživatelé s velkým rozlišením si často neprohlížejí webové stránky maximalizované.

³⁸ WILLIAMS, Hugh E. – LANE, David. *Programujeme webové aplikace pomocí PHP a MySQL*. 1. vydání. Praha: Computer Press, 2002. 530 s. ISBN 80-7226-760-4.

³⁹ BEAIRD, Jason. *Principy krásného webdesignu*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. 145 s. ISBN 978-80-247-2895-7.

Obr. 3 - 10 nejpoužívanějších rozlišení od roku 2009 do 2015 ve světě



Zdroj: <http://gs.statcounter.com/>

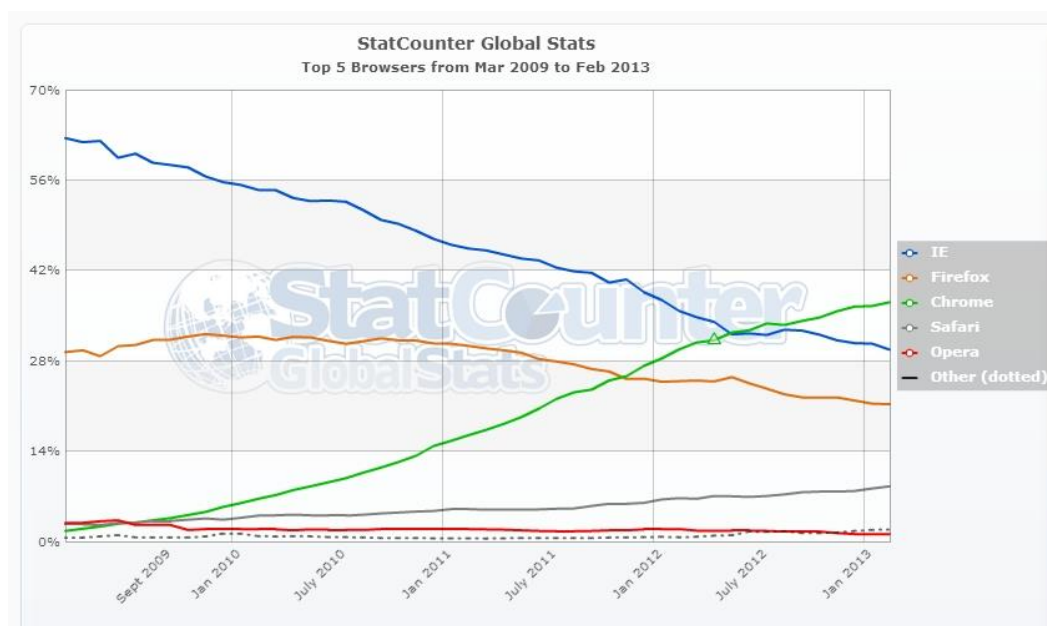
3.7 Internetové prohlížeče

Webové stránky by se měly otestovat alespoň ve všech majoritních prohlížečích, protože je možné, že se některé prvky nebudou zobrazovat korektně, i když dodržíme validitu stránek.

Minimálně by se měly webové stránky testovat v prohlížečích:

- Microsoft Internet Explorer
- Google Chrome nebo Safari
- Mozilla Firefox

Obr. 4 - 5 nejpoužívanějších webových prohlížečů od roku 2009 do 2015 ve světě



Zdroj: <http://gs.statcounter.com/>

4 Hodnocení webových prezentací

4.1 Hlediska hodnocení

V následující části se autor bude zabývat třemi webovými stránkami s tématem malého fotbalu (případně futsalu). Hodnoceny budou z hlediska validity, grafického ztvárnění, rychlosti načítání, dostupnosti pro vyhledávače, přístupnosti a účelnosti prezentace.

4.1.1 Validita

Kontrolou validity se zajišťuje, aby byla stránka v souladu s webovými standardy. Kdyby totiž web obsahoval mnoho chyb, mohl by se špatně zobrazovat v některých prohlížečích nebo by se mohl v každém prohlížeči zobrazovat jinak. Proto se dbá na validaci webu a případné chyby, které nám validátor odhalí, by se měly opravit. Validní kód se bude lépe číst a zároveň i rychleji načítat. Pokud by při zobrazení validních stránek nastala nějaká chyba, měl by jí mít na svědomí internetový prohlížeč. Validita

kódu je dobrým základem pro přístupné a pro vyhledávače optimalizované webové stránky. Validátory existují i ve formě doplňků pro internetové prohlížeče.⁴⁰

Validátor (X)HTML od W3C je volně dostupný zde: <http://validator.w3.org/>.

Validátor CSS zde: <http://jigsaw.w3.org/css-validator>.

4.1.2 Grafické ztvárnění

Návštěvník si na webové stránky utvoří názor velice rychle. Zhodnotí, jak na něj celá webová prezentace působí. Pro první dojem je grafické ztvárnění klíčové. Může se stát, že i návštěvníka, kterému jde především o to, aby našel nějaká informace, odradí nekvalitní design a stránka se mu právě kvůli němu bude zdát nedůvěryhodná.

4.1.3 Rychlost načítání

Kromě nevhledného designu může návštěvníka webové stránky odradit i doba načítání. I když dnes, v době vysokorychlostního internetu už uživatel nemusí dlouho čekat ani na objemnější stránky, tvůrce webových stránek by měl mít ohled i na uživatele na mobilních zařízeních. Především je ale rychlost načítání stránek důležitá pro roboty vyhledávačů, které přistupují na web pro indexování obsahu a mají na tuto činnost pevně stanovený limit. Rychlost načítání bude měřena pomocí nástroje Full Page Test dostupného na <http://tools.pingdom.com/>.

4.1.4 Dostupnost pro vyhledávače

Autoři webových stránek usilují o co největší počet návštěvníků. Proto je potřeba, aby stránky byly dohledatelné. Stránky tedy musí být přístupné pro vyhledávače.

Bude nás zajímat umístění ve dvou v ČR nejoblíbenějších fulltextových vyhledávačích, což jsou Google a Seznam. Dále se bude hodnotit S-rank, což je hodnota, která vyjadřuje důležitost stránky na českém webu. Je počítána zejména z odkazové sítě a

⁴⁰ PROCHÁZKA, David. *CSS a XHTML*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 175 s. ISBN 978-80-247-3897-0.

zohledňuje tak nejen odkazy, které na stránku míří, ale i kam odkazy ze stránky směřují. Své ohodnocení důležitosti stránky má i Google. Nazývá se Google PageRank.

4.1.5 Přístupnost

Dobré webové stránky by měly být přístupné. Přístupný web neklade překážky uživatelům, je dostupný a čitelný, má jasné a pochopitelné ovládání, srozumitelné uspořádání, práci s webovou stránkou řídí uživatel, atd.

Existují různé metodiky, které nám specifikují pravidla pro psaní webů. Převážně řeší potřeby zrakově postižených.

Výhody přístupnosti webu:

- může ho používat více uživatelů
- je přístupnější i robotům, které používají vyhledávače

Přístupnost vybraných webových stránek bude kontrolována on-line validátorem Wave dostupném na <http://wave.webaim.org/>

4.1.6 Účelnost prezentace

Design webových stránek je důležitý, ale uživatelé navštěvují stránky hlavně kvůli obsahu. Informace podané prostřednictvím stránek by měly být dobře strukturovány, aby uživatelé vždy co nejdříve našli to, co hledají.

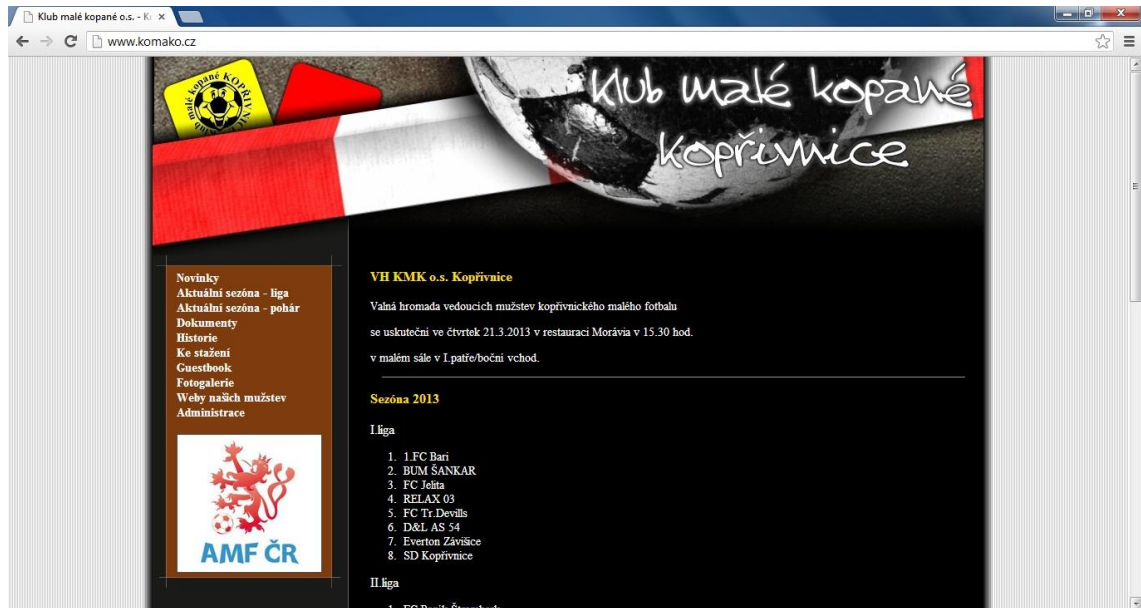
4.2 Hodnocení

Na následujících stránkách hodnocené webové stránky budou zobrazeny na obrázcích tak, jak vypadají při momentálně nejčastějším rozlišení (1366x768) a v momentálně nepoužívanějším webovém prohlížeči (Google Chrome).

4.2.1 Klubu malé kopané o.s. Kopřivnice

Webovou stránku Klubu malé kopané o.s. Kopřivnice vytvořila firma www.tvorime-weby.cz.

Obr. 5 - webové stránky Klubu malé kopané o.s.



Zdroj: <http://www.komako.cz/>

4.2.1.1 Validita

Validátor kontroloval dokument jako XHTML 1.0 Transitional a nenalezl žádnou chybu. Při kontrole validity CSS 3 byla zjištěna jedna chyba.

```
# kontakty B {  
    font-size: 14px;  
}
```

Chyba je v selektoru ID a to mezera mezi # a kontakty, ale to není důležité. Na kontakty B nakonec stejně není odkazováno v XHTML.

4.2.1.2 Grafické ztvárnění

Web používá klasicky navigaci v levém sloupci. Je to velmi častý způsob. Kromě faktu, že uživatelé čtou zleva doprava, hledají navigaci vlevo automaticky už jen proto, že to tak znají z jiných webových stránek.

Z hlediska kódu je stránka velice přehledná, za což může nejen jednoduchost webu, ale také to, že je stránka validní.

Barevné pojetí vychází z loga v horní části stránky. Volba bílého textu na černém pozadí však není příliš šťastná. Text je sice čitelný, ale do černého podkladu se bílá písmena více vpíjejí a tak unavují oči. Divy s menu, sponzory a kontakty jsou vyvedeny každý v jiné barvě a tak je barev na celé prezentaci už moc. Na vzhlednosti samozřejmě ubírají i bannery sponzorů.

4.2.1.3 Rychlost načítání

Tyto webové stránky o velikosti 1,1 MB se načetly za 600 ms a jsou rychlejší, než 95% testovaných, což je velmi dobrý výsledek. Nejvíce času zabralo stahování obrázků – 76,48%.

4.2.1.4 Dostupnost pro vyhledávače

Tab. 1 - ranky a zaindexované stránky u <http://www.komako.cz/>

Vyhledávač	Google	Seznam
Hodnocení stránky (Rank)	2/10	3/10
Zaindexované stránky	664	136

Zdroj: Fulltextové vyhledávače Seznam, Google a nástroj Ranky.cz

Pokud by byl uživatel například z Kopřivnice a měl zájem o malou kopanou, může snadno pomocí klíčové fráze „Kopřivnice malá kopaná“ nalézt tuto stránku na prvních místech jak u vyhledávače Google, tak i Seznamu. Pokud by zadal jen „malá kopaná“ nalezne stránku ve vyhledávači Google na 9. místě a na Seznamu na 27. místě.

4.2.1.5 Přístupnost

Nadpis úrovně 3 (h3) neobsahuje text. Text popisující fotky na úvodní straně není dostatečně kontrastní.

4.2.1.6 Účelnost prezentace

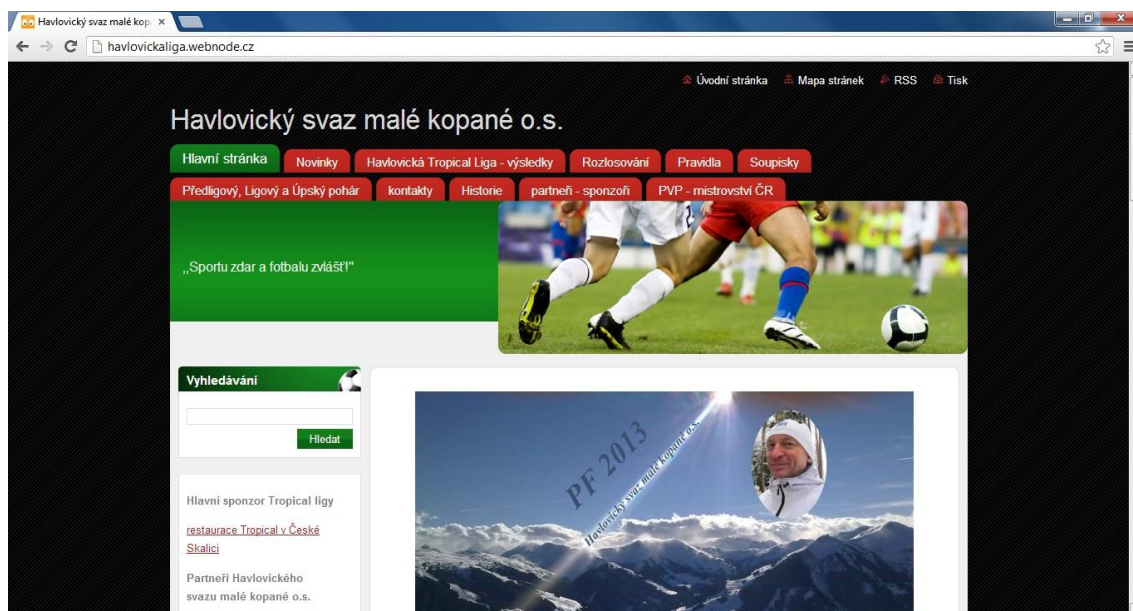
Webové stránky klubu malé kopané v Kopřivnici evidentně psané pro současné členy. Ti tu jistě naleznou, co potřebují. Ať už jsou to aktuální novinky, rozlosování zápasů, výsledky, různé tabulky nebo dokumenty (například soutěžní řád, sazebník trestů).

K nahlédnutí jsou i výsledky starších ročníků. Zajímavá je fotogalerie i guestbook. Co tu však chybí, jsou nějaké základní informace o této soutěži, krátká historie, něco co by nalákalo případné zájemce o vstup.

4.2.2 Havlovický svaz malé kopané o.s.

Webové stránky pro Havlovický svaz malé kopané o.s. byly vytvořeny za pomoci on-line nástroje pro tvorbu a správu webových stránek Webnode, dostupného na <http://www.webnode.cz/>.

Obr. 6 - webové stránky pro Havlovický svaz malé kopané o.s.



Zdroj: <http://havlovickaliga.webnode.cz/>

4.2.2.1 Validita

Validátor kontroloval dokument jako HTML 5 a našel 4 chyby a 1 varování. Jako první se validátoru nelíbí cesta k obrázku. Pokud se nahradí mezery „20%“ bude tato chyba odstraněna.

http://files.havlovickaliga.webnode.cz/200000072-71c2b72bcd/NIKE_černá.jpg

nahradíme

<http://files.havlovickaliga.webnode.cz/200000072-71c2b72bcd/NIKE20%-20%černá.jpg>

Další tři chyby se týkají atributu `_extended` u elementu `h2`, který stačí vynechat. Při kontrole validity CSS 3 nenašel žádnou chybu.

4.2.2.2 Grafické ztvárnění

Grafické znázornění odpovídá tomu, jak byl web tvořen. Účelem bylo jistě předat hlavně informaci a design byl tak plně ponechán na službě webnode, resp. její šabloně. Hned úvodní strana odradí obrázkem přes celé místo obsahu, dalšími, co pod ním následují, a pestrobarevnými logy partnerů ligy. Hlavní navigace je umístěna nahoře, pomocná pak vlevo. Vzhledem k počtu prvků navigace by se jistě našla vhodnější šablona, protože dvě řady prvků navigace nad sebou tady působí dost nevzhledně. Položky navigace ale sami o sobě působí se zaoblenými hranami dobře. Umístění loga (tady zřejmě jen obrázek použitý ze šablony) opět se zaoblenými hranami je správné, ale popisek po levé straně „Sportu zdar a fotbalu zvlášť!“ nevyplňuje dobře prostor, který v zeleném čtverci má.

4.2.2.3 Rychlost načítání

Tyto webové stránky o velikosti 1,2 MB se načetly za 2,24 s a jsou rychlejší než 66% testovaných, což je ještě dobrý výsledek. Nejvíce času zabralo stahování obrázků – 37,69%, dále pak scriptu - 26,40%.

4.2.2.4 Dostupnost pro vyhledávače

Tab. 2 - ranky a zaindexované stránky u <http://havlovickaliga.webnode.cz/>

Vyhledávač	Google	Seznam
Hodnocení stránky (Rank)	2/10	2/10
Zaindexované stránky	280	235

Zdroj: Fulltextové vyhledávače Seznam, Google a nástroj Ranky.cz

Pokud by byl uživatel například z Havlovice a měl zájem o malou kopanou, nalezne podle klíčové fráze „Havlovice malá kopaná“ tuto stránku na prvním místě u

vyhledávače Google a na šestém místě u Seznamu. Pokud by zadal jen „malá kopaná“ najde stránky pomocí Seznamu na 22. místě a na Googlu nebude ani mezi 200 hledanými. Chybí vyplnění meta tagů description a keywords.

4.2.2.5 Přístupnost

U odkazujících obrázků chybí alternativní text. Chybí nadpis úrovně 1 (h1), některé nadpisy h2 zas neobsahují text a tak není obsah správně strukturován.

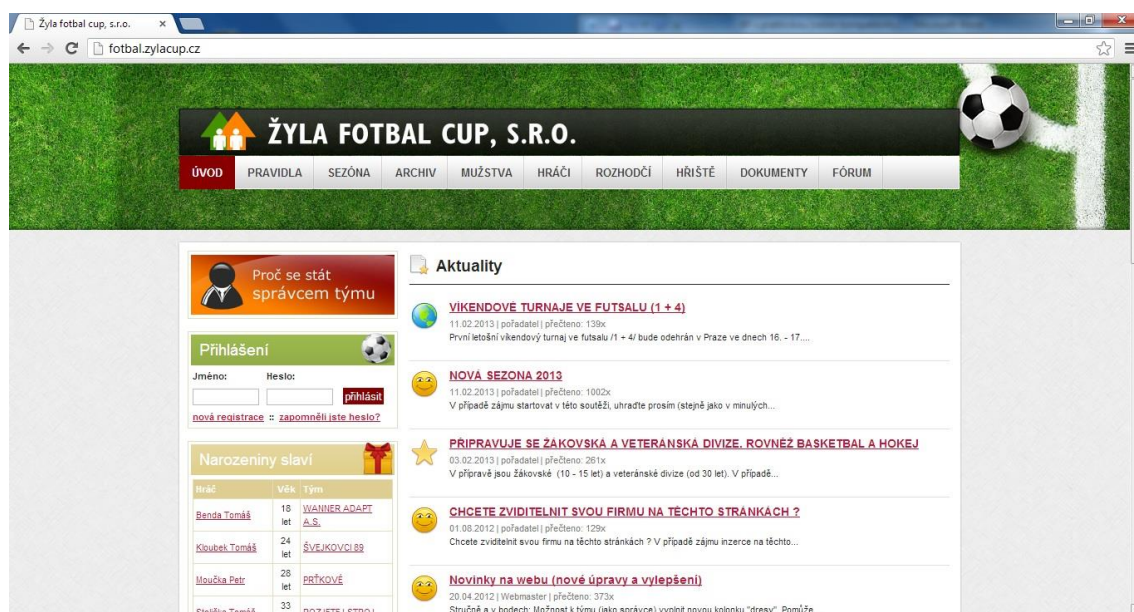
4.2.2.6 Účelnost prezentace

Tato webová prezentace zaštiťuje více soutěží a pohárů a tak je obsahově docela objemná. Najdeme tu jak novinky, kontakty, soupisky, pravidla, tak jednotlivé ligy (i jejich dřívější ročníky).

4.2.3 Žyla fotbal cup, s.r.o.

Webové stránky pro soutěž Žyla fotbal cup, s.r.o. vytvořila firma RJwebdesign. Dostupná na <http://www.rjwebdesign.cz/> .

Obr. 7 - webové stránky soutěže Žyla fotbal cup, s.r.o.



Zdroj: <http://fotbal.zylacup.cz/>

4.2.3.1 Grafické ztvárnění

Tyto webové stránky mají vysouvací navigaci v horní části, vkusně zasazenou do loga. Dále pak ještě levou postranní nabídku s přihlášením, kontakty, informací kdo slaví narozeniny a sloupcem s odkazy na fotbal na jiných webových stránkách. Web je velice barevný a i když by někdo mohl říct, že je zde barev moc, je to na druhou stranu i důvod, proč vypadá tak svěže a živě.

4.2.3.2 Validita

Validátor kontroloval dokument jako HTML 5 a našel 15 chyb a 12 varování. Validátoru například vadí, že obrázky nemají alternativní text (alt), dále také iframe, který je tady použit na „okno“ pro Facebook. Při kontrole validity CSS 3 našel 4 chyby. Jedna se týká hodnoty none u overflow, kde overflow používat ani nemusíme. Další chyby se týkají skriptu k ošetření povolení některých novinek z CSS 3 v Internet Exploreru 6-8.

4.2.3.3 Rychlost načítání

Tyto webové stránky o velikosti 569,7 kB se načetly za 713 ms a jsou rychlejší než 94% testovaných, což je dobrý výsledek. Nejvíce času zabralo stahování obrázků – 65,65%.

4.2.3.4 Dostupnost pro vyhledávače

Tab. 3 - ranky a zaindexované stránky u <http://fotbal.zylacup.cz/>

Vyhledávač	Google	Seznam
Hodnocení stránky (Rank)	1/10	2/10
Zaindexované stránky	10300	2350

Zdroj: Fulltextové vyhledávače Seznam, Google a nástroj Ranky.cz

Pokud by měl uživatel zájem v tomto případě přímo o Žyla fotbal cup, nalezne podle klíčové fráze „Žyla fotbal“ tuto stránku na prvním místě u vyhledávače Google i u Seznamu. To ale předpokládá, že by se už někde o této soutěži nějak doslechl. V tomto případě se spíše než o malou kopanou jedná o futsal. Pokud je tedy uživatel z Prahy a hledá pražskou futsalovou soutěž pomocí fráze „Praha futsal“ najde stránky na Googlu

na 2. místě a na Seznamu nebudou mezi prvními 200 hledanými. Chybí vyplnění meta tagů description a keywords.

4.2.3.5 Přístupnost

Největší překážkou z hlediska přístupnosti se zdá být v této webové prezentaci velmi malý kontrast mezi některými prvky. Dále u některých obrázků chybí alternativní text.

4.2.3.6 Účelnost prezentace

Web je přehledný, uživatel zde nalezne základní informace o soutěži, pravidla, různé dokumenty. Dále se zde nachází rozpisy zápasů, tabulky, statistiky, popisy hřišť a rozhodčích, pískajících tuto soutěž. Prezentace nabízí kromě fóra i seznamy mužstev, hráčů a základní informace o nich.

4.3 Shrnutí hodnocení

Grafické ztvárnění by mělo být pro uživatele příjemně vyhlížející a uživatel by se měl co nejdříve dostat k požadované informaci, vyhnout se tudíž dlouhému proklikávání.

Z pohledu optimalizace pro vyhledávání webových stránek je důležité zvolit správný titulek stránky, který bude relevantní k obsahu a bude obsahovat klíčové slovo. Pro adresu stránky platí to samé. Dále je potřeba vyplnit meta tag description, který slouží ke stručnému popisu stránky. Měl by být jedinečný pro každou stránku webu. Také by měla být zvolena klíčová slova pro meta tag keywords. Klíčová slova by se měla vyskytovat v celém textu, aby se zvýraznila jejich důležitost.

Běžným příjemcem informace je zaregistrovaný hráč, který se chce podívat na výsledky a zjistit co je nového. Proto je pochopitelné, že je většina webů napsána velmi věcně. Je však také potřeba nalákat hráče nové, čehož se dá dosáhnout jak tím, že zlepšíme možnost vyhledat stránky, tak i nějakým krátkým úvodem přímo na webu, kde seznámíme potenciálního zájemce s tím, o co se v dané soutěži jedná a s dalšími náležitostmi.

Weby zabývající se problematikou malé kopané (případně futsalu) jsou často umístěny na nějakém freehostingu (služba umístění webových stránek na serveru poskytovatele

zdarma). Podle všeho nejsou tedy vždy peníze na to, aby různé soutěže, případně svazy kopané za webhosting platily. Zároveň se šetří i na tvorbě webové prezentace a její zadání profesionálům je ojedinělé. Často je tak tvorba stránek ponechána na organizátorech, či jiných osobách angažujících se v jednotlivých soutěžích.

Během analyzování webů, autor objevil zajímavý publikační systém Webnode, dostupný na <http://www.webnode.cz/>. Ten je právě pro tento případ vhodný, protože k jeho používání tvůrce nepotřebuje znalostí (X)HTML a CSS. Organizátor tak může sám vytvořit základní design, rozvržení a pak už jen dodává články a informace, aniž by potřeboval znalosti tvorby webových stránek.

5 Vyhledávače

Pokud se mluví o vyhledávačích, jsou tím převážně myšleny fulltextové vyhledávače. V širším pojetí je však vyhledávačem také katalog. Katalog je web, který je rozdělený podle kategorií a obsahuje odkazy na jiné weby. Do katalogu jsou odkazy na stránky vkládány ručně. Ve většině katalogů se dá pozice, na které je web zobrazen, koupit.

5.1 Fulltextové vyhledávače

Vyhledávač je software, který hledá a stahuje dokumenty (webové stránky, dokumenty textových editorů, PDF atd.), které indexuje (zpracovává a ukládá) do své databáze. V této databázi pak umožňuje návštěvníkům svých webových stránek vyhledávat pomocí jednoduchých i složitých dotazů.⁴¹

Fulltextové se jím říká proto, že většina současných vyhledávačů prohledává celý dokument.

Fulltextový vyhledávač tvoří dvě části:

- robot (někdy také crawler, spider, bot)

⁴¹ SMIČKA, Radim. *Optimalizace pro vyhledávače – SEO* [online]. Publikováno 2004 [cit. 2013-3-5]. Dostupné z: <http://seo.jasminka.cz/seo-kniha.pdf>.

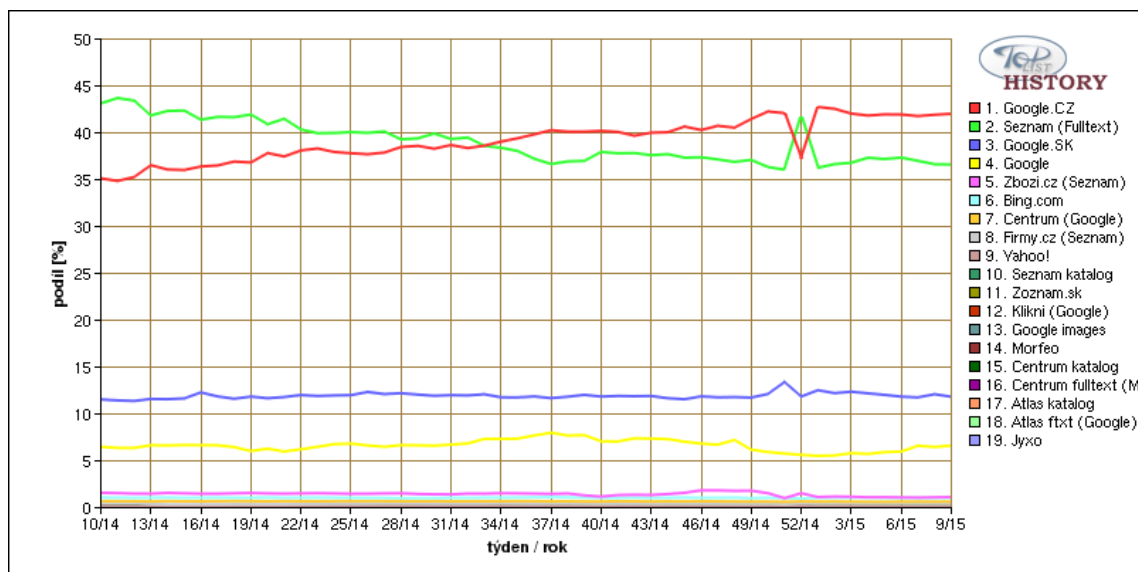
- webové rozhraní

Robota je dále možno rozdělit na getter, který slouží ke stahování souborů a indexer, který soubory zpracovává a ukládá je do databáze.

5.2 Nejpoužívanější vyhledávače

Nejpoužívanějšími vyhledávači jsou v ČR Google a Seznam. Google je nejpoužívanějším vyhledávačem celosvětově. Seznam se u nás velice dobře drží hlavně proto, že ho má stále hodně lidí nastaven jako domovskou stránku a využívají služby jako email.cz, novinky.cz, firmy.cz, atd. Ale platí, že čím víc se zvětšuje procento počítačově gramotnost uživatelů internetu, tím spíše opouští domovské stránky Seznamu a vyhledávají efektivněji pomocí Google.⁴²

Obr. 8 - aktuální návštěvnost vyhledávačů v ČR



Zdroj: <http://www.toplist.cz/stat/?a=history&type=4>

5.2.1 Google

Google je v současnosti nejpoužívanějším světovým internetovým vyhledávačem. Jeho název vychází ze slova „googol“, které je označením pro číslo složené z jedničky a sta nul (10^{100}). Poprvé toto označení použil Milton, synovec matematika Edwarda Kasnera.

⁴² PROCHÁZKA, David. *SEO*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2012. 144 s. ISBN 978-80-247-4222-9.

Google byl představen v roce 1998. Navrhli ho a vytvořili, tehdejší studenti v oblasti počítačů na Standfordské univerzitě, Larry Page a Sergey Brin. V rámci svého výzkumu se snažili ověřit funkčnost PageRank – algoritmu pro ohodnocování důležitosti webových stránek výpočtem specifické hodnoty závislé na tom, kolik stránek se tuto stránku odkazuje, kde se navíc bere v úvahu i hodnocení odkazujících stránek. Ihned se ukázalo, že kvalita výsledků je natolik vysoká, že dalece převyšovala tehdejší vyhledávače.

Mimo řazení výsledků dle PageRanku, byl kladen důraz i na vyhledávání frází či ukládání plného textu indexovaných stránek. Vyhledávač používá program nazývaný Googlebot, který objevuje a indexuje nové nebo aktualizované stránky. Pomocí algoritmů je určeno, jaké weby má procházet, jak často a kolik stránek má z každého webu načíst.^{43, 44}

Obr. 9 - úvodní stránka vyhledávače Google



Zdroj: <http://www.google.cz/>

5.2.2 Seznam

Seznam.cz je nejnavštěvovanějším českým internetovým portálem. Byl založen roku 1996 studentem ČVUT Ivo Lukačovičem. Byl jedním z prvních internetových

⁴³ PROCHÁZKA, David. *SEO*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2012. 144 s. ISBN 978-80-247-4222-9.

⁴⁴ ŠTĚDRONĚ, Bohumír – BUDIŠ, Petr – ŠTĚDRONĚ, Bohumír jr. *Marketing a nová ekonomika*. 1. vydání. Praha: Beck, 2009. 198 s. ISBN 978-80-7400-146-8

vyhledávačů a katalogů v České republice. V roce 1997 Ivo Lukačovič se svým spolužákem z ČVUT Štěpánem Škrobem naprogramovali fulltext Kompas, který používal Seznam jako vyhledávací technologii do roku 2001. Kompas vystřídala služba od společnosti Emyreum. V roce 2003 Seznam.cz používal Google a Jyxo až do roku 2005, kdy ho nahradili vlastním Seznam Fulltextem. Do roku 2009 Seznam pro vyhledávání na zahraničních stránkách využíval Google. Poté ho nahradil Microsoft Bing. Postupně se k vyhledávači přidávaly i další služby jako je email, mapy, firmy, Sreality či zpravodajství, čímž si portál udržuje velmi kvalitní a dlouhodobě udržující uživatelskou návštěvnost.⁴⁵

Obr. 10 - úvodní stránka vyhledávače Seznam

The screenshot shows the homepage of Seznam.cz. At the top, there is a navigation menu with links for Internet, Firms, Maps, Dictionary, Goods, Images, and Videos. A search bar is prominently displayed with the text 'SEZNAM.CZ' and a 'Vyhledat' button. To the right of the search bar is a small image of a dog. Below the search bar, the page is divided into several sections:

- Významný den**: A news snippet titled 'Vzpouora v Leopoldově' with a small image and a timestamp of 6:43.
- Weather**: A section for 'Praha' showing current temperature (8°C), temperature at night (4°C), and tomorrow's temperature (14°C), along with a 'Dlouhodobá předpověď' link.
- Novinky.cz**: A news section featuring a photo of Vladimir Putin and the headline 'Proč to skrývat, na Krym jsme poslali armádu i rozvědku, přiznal Putin'.
- Super.cz**: A section with the headline 'Nejkrásnější ze Zoufalých manželek slaví čtyřicátiny: 5 sexy fotek Evy Longorie nejen v rajcovním prádelku'.
- Email.cz**: A registration form with fields for 'Jméno' and 'Heslo', and a 'Přihlásit se' button.
- Firmy.cz**: A directory section with various categories like 'Autobazar', 'Erotika', 'Lázně', 'Realitní kancelář', etc.
- Hudební televize - Mixer.cz**: A section for music videos, currently showing 'Strhující vystoupení Palomy Faith'.
- Horoskopy**: A section for horoscopes, with a 'Sřítelec' (Daily horoscope) and a 'Celý horoskop' link.
- TV program**: A section for TV schedules, showing 'Práva hřiší' and a time range from 16:00 to 22:00.

Zdroj: <http://www.seznam.cz/>

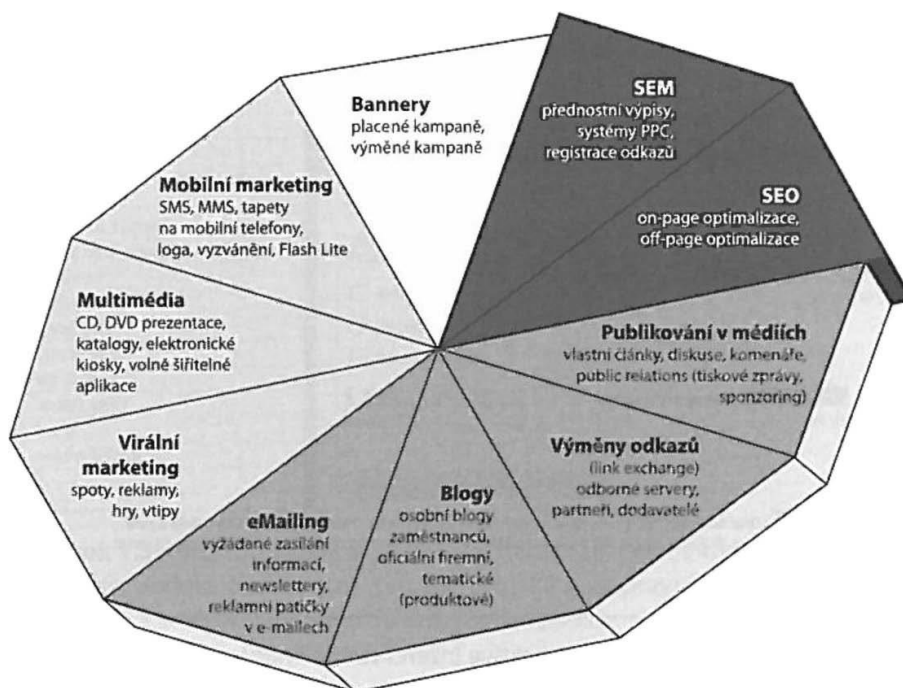
5.3 Elektronický marketing

Search Engine Marketing (SEM) – marketing ve vyhledávačích je efektivním marketingovým nástrojem, který vede nabízený výrobek nebo službu přímo

⁴⁵ PROCHÁZKA, David. *SEO*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2012. 144 s. ISBN 978-80-247-4222-9.

k návštěvníkovi využitím nelineární strategie tahu (tzv. pull marketing). Zabývá se především přidáváním odkazů na samotné vyhledávače, prací s kontextovými odkazy a PPC systémy (pay per click – inzerent neplatí za každé zobrazení reklamy, ale až když mu na ni někdo klikne). Efekt SEM bývá okamžitý. Existují i další formy elektronického marketingu, jak je vidět na obr. 10. Velmi důležité je SEO.⁴⁶

Obr. 11 - základní směry elektronického marketingu



Zdroj: KUBÍČEK, Michal. *Velký průvodce SEO*. Brno: Computer Press, 2008. 320 s. ISBN 978-80-251-2195-5.

5.4 Optimalizace pro vyhledávače

Search Engine Optimization (SEO) – optimalizace stránek pro vyhledávače je soubor metod, které vedou k lepšímu umístění stránek při vyhledávání. Tyto metody můžeme dělit na on-page faktory a off-page faktory. Při optimalizaci by mělo být myšleno hlavně na to, že i když se snažíme umístit své stránky na co nejlepších pozicích při vyhledávání, jde především o uživatele a o to, aby nalezený obsah byl pro něj přínosný.

⁴⁶ KUBÍČEK, Michal. *Velký průvodce SEO*. Brno: Computer Press, 2008. 320 s. ISBN 978-80-251-2195-5.

5.4.1 Optimalizace obsahu stránky

On-page faktory, jak název napovídá, se nacházejí přímo na stránce. Protože vyhledávače hodnotí stránky webů jednotlivě, každá stránka musí být unikátní.

Jde především o:

- **Titulek** - v párovém tagu <title> umístěný v hlavičce stránky. Měl by být jedinečný pro každou stránku webu. Pokud se dokument zobrazí při vyhledávání, obsah značky title je obvykle na prvním řádku výsledku. Titulek by měl stručně vystihovat obsah stránky.
- **Podobu URL** (Uniform Resource Locator) – čitelné adresy URL obsahující relevantní slova jsou pro vyhledávače i uživatele vhodnější více než nic neříkající ID nebo parametr.
- **Meta tag description** – slouží vyhledávačům jako souhrnný obsah stránky. Může obsahovat věty nebo krátký odstavec. Např. Google tento text může použít jako text, který se zobrazuje pod nadpisem stránky při vyhledávání. Opět je vhodné mít pro každou stránku webu tag description jedinečný.
- **Meta tag keywords** – jsou umístěny stejně jako description v hlavičce stránky <head>. Většina vyhledávačů již tento tag nevyužívá, ale není na škodu ho vyplnit klíčovými slovy. Důležité však je, aby se tato slova objevila také někde v samotném textu stránky, v opačném případě by stránka mohla být penalizována za irelevanci.
- **Kvalitu obsahu**
- **Použití klíčových slov v obsahu stránky**
- **Nadpisy** – jsou zapisované párovými tagy <h1> až <h6>. Největší důležitost má nadpis <h1> a měl by se na stránce vyskytovat jen jednou. Nadpisy by měly tvořit hierarchickou strukturu a usnadnit uživateli čtení stránky.

- **Tučné písmo, kurzíva** – zvýrazněná klíčová slova mohou vyhledávače pokládat za důležitější. Měly by se však používat hlavně k usnadnění orientace v textu.

5.4.2 Off-page faktory

- **Linkbuilding** (budování zpětných odkazů) – nejlepší cestou jak získat zpětné odkazy je vytvoření tak kvalitního webu, že na něj uživatelé budou odkazovat sami. Důležitá je hlavně kvalita stránky, z které je odkazováno, protože stránky si předávají tzv. rank. Odkazy ze stránek s vyšším rankem tak zvýší důležitost vlastní stránky pro vyhledávače. Zpětné odkazy se dají získat registrací do katalogů, pomocí PR, na satelitních webech, publikováním na blogu, na fórech, atd.
- **Hodnocení stránky vyhledávači** (S-rank, Page Rank)
- **Anchor text** (text zpětného odkazu) – je pro vyhledávače způsobem jak poznat, co si o obsahu odkazované stránky myslí odkazující.⁴⁷

5.5 Nepovolené praktiky

Aby se tvůrce vyhnul penalizování webu, musí se vyvarovat tzv. Black Hat SEO. Jedná se o zakázané SEO praktiky, které může web zaplatit propadem ve výsledcích vyhledávání nebo dokonce vyřazení z něj. Jsou to především:

- **Cloaking** neboli podstrkávání (vyhledávač vidí něco jiného, než je viditelné pro návštěvníky stránky. Často se provádí nějakým serverovým skriptem.)
- **Doorway page** neboli podvodné vstupní stránky (vytvoření stránky pouze za účelem získání vysokého hodnocení ve vyhledávačích)
- **Deceptive redirect** neboli klamavé přesměrování (návštěvník, který našel ve vyhledávači stránky s určitým titulkem, popř. popisem stránky, je skriptem přesměrován na jinou stránku, která vůbec nemusí souviset s tím, co hledal)

⁴⁷ KUBÍČEK, Michal. *Velký průvodce SEO*. Brno: Computer Press, 2008. 320 s. ISBN 978-80-251-2195-5.

- **Hidden content** neboli skrytý obsah (skrývání textu nebo odkazů například použitím stejné barvy textu jako pozadí nebo umístěním textu pod obrázek)
- **Alt image tag spamming** neboli zaspamování popisů obrázků (snaha podstrčit vyhledávačům co nejvíce slov, nenacházejících se běžně v obsahu stránky pomocí alternativních textů u obrázků)
- **Stuffing** neboli opakovaná a matoucí slova
- **Link farms** neboli odkazové farmy (stránky, které dostanou poměrně vysoké hodnocení, protože obsahují velké množství vzájemných zpětných odkazů, se pak objevují ve výsledcích hledání a odkazují na cílené stránky)
- **Duplicitní stránky** (pokud najde vyhledávací robot na různých doménách totožný obsah, zachová si v indexu tu, která se mu jeví důležitější a druhé si přestane všímat)
- **Kopírování a vykrádání cizích webů**
- **Falešné a konkurenční meta značky** (užívání často hledaných názvů a spojení, které nijak nesouvisí s obsahem)
- **Spam klíčovými slovy**
- **Zneužití cizího jména a značek v systémech PPC**
- **Komentářový a katalogový spam** (spamy vytvářené automatickými roboty a programy, vyskytující se často v nechráněných blogovacích systémech) ⁴⁸

⁴⁸ KUBÍČEK, Michal. *Velký průvodce SEO*. Brno: Computer Press, 2008. 320 s. ISBN 978-80-251-2195-5.

6 Vytvoření vlastní prezentace

6.1 Nástroje pro tvorbu webu

Hledáme-li způsob, jak vytvořit zdarma hostované stránky, nabízí se nám řada nástrojů pro webovou tvorbu. Autor porovnával několik takových nástrojů s již zmiňovaným Webnode.

6.1.1 Webnode

Webnode je česká služba, která byla v roce 2008 nominovaná na evropský Web 2.0 projekt roku. Nabízí publikační systém pro osobní i komerční webové stránky. Formu editace WYSIWYG („What You See Is What You Get“ - česky „co vidíš, to dostaneš“) posouvá Webnode o něco dál a tak jí může uživatel aplikovat na celé bloky a části webu. Ovšem i tady můžeme upravovat web pomocí zdrojového kódu HTML a CSS. Webnode tvoří stránky stylu Web 2.0.⁴⁹

Pojem Web 2.0 formálně zavedl Tim O'Reilly ve svém článku z roku 2004 „What is Web 2.0“, ve kterém se pokusil popsat novátorské trendy vývoje webu.⁵⁰ Výsledkem jeho práce se nakonec staly jisté směrnice pro grafický návrh. Pro Web 2.0 je typické pozadí s přechody, zaoblené okraje a používání prázdného místa tak, aby každý prvek stránky měl kolem sebe dostatek prostoru a nebyl nikam natlačen. Dalším trendem pro Web 2.0 jsou velká písmena v záhlaví a nadpisech článků.⁵¹

Práce s Webnode je založena na technologii „drag and drop“, což znamená, že jsou systémové nástroje předem nastavené a uživatel si z nich může vybrat ty, které mu

⁴⁹ ČÍŽEK, Jakub. *Český Webnode: Tak trochu revoluční tvorba webu* [online]. Publikováno 8.4.2008 [cit. 2013-3-5]. Dostupné z: <http://www.zive.cz/clanky/cesky-webnode-tak-trochu-revolucni-tvorba-webu/sc-3-a-141144/default.aspx>

⁵⁰ BEAIRD, Jason. *Principy krásného webdesignu*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. 145 s. ISBN 978-80-247-2895-7.

⁵¹ BEAIRD, Jason. *Principy krásného webdesignu*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. 145 s. ISBN 978-80-247-2895-7.

vyhovují. Stačí k tomu pouhé přetažení myši na místo na stránce, které se zdá uživateli příhodné.

6.1.2 Netstránky

Od Webnode se značně liší pracovní prostředí Netstránek. K dispozici je základní nástrojovou lištu, zbytek nástrojů je rozložený po celém prostoru stránky. Při najetí myši na prázdný box, systém nabídne možnosti obsahu, které se dají na stránky vložit. Záleží na uživateli, jestli mu to vyhovuje. Hlavní slabinou netstránek je nízká nabídka šablon a omezená forma výběru prémiových balíčků.

6.1.3 WebSnadno

Služba Websnadno je jednou z nejatraktivnějších služeb tohoto typu. Vytvoření webu je řešeno prostřednictvím jednoduchého a přehledného průvodce. Po dokončení konfigurace webu uživatel dostane na výběr, zda chce využít bezplatnou službu či některý ze tří odstupňovaných placených paušálů. Zdarma uživatel obdrží 50 MB prostoru a jednu ze sedmi domén třetího řádu podle jeho výběru.

K administraci webu slouží rozhraní velmi podobné úvodnímu průvodci. K zadávání textu používá FCK Editor nakonfigurovaný do vzhledu Microsoft Office 2003.

6.1.4 Webgarden

Podobnou administraci jako Netstránky má služba Webgarden. Nemá žádnou editační lištu, ale u každého bloku zobrazí nabídku nástrojů, které lze na pole umístit. Podnikatelé určitě ocení širokou podporu pro posílání newsletterů i automatickou možnost založit si vlastní e-mailovou adresu.

6.2 Tvorba webové prezentace s ohledem na SEO

6.2.1 URL

Správná doména by se měla shodovat se zaměřením webu, být identická s klíčovým slovem a měla by se dát snadno zapamatovat.

Ukázková prezentace se bude zaměřovat na malou kopanou, proto jako klíčová fráze zvolená pro optimalizaci bude „malá kopaná“ a stránky budou mít adresu: <http://mala-kopana.webnode.cz/> .

Webnode automaticky používá tzv. kanonické URL, díky kterým fulltextoví roboti vědí, která stránka je důležitá z pohledu webmastera. Např. u ukázkové prezentace:

```
<link rel="canonical" href="http://mala-kopana.webnode.cz/">
```

Pokud je použita kanonická URL, říká jednoznačně robotovi, kterou podobu má do vyhledávání zařadit.

Webnode vytváří pro uživatele i vyhledávače přívětivé URL.

Např.: <http://mala-kopana.webnode.cz/o-nas/>

Pokud máme doménu složenou z více slov, doporučuje se mít obě varianty domén, jak s pomlčkou, tak bez pomlčky. Používání pomlčky v URL docílíme toho, že pokud je tímto způsobem spojeno více slov, vyhledávač je bude brát jako samostatná slova. Domény s více pomlčkami by mohly působit nedůvěryhodně, proto je vhodné doménu omezit na jednu pomlčku.

Lepší variantou by bylo pořídit si doménu druhého řádu. Uživatelé si pak takové webové stránky snadněji zapamatují. To už ale není služba zdarma. Například pořídit si unikátní adresu mala-kopana.cz by stálo 499 Kč na rok.

6.2.2 Titulek stránky, meta tagy description a keywords

Důležité parametry hlavičky titulek a meta tagy description a keywords jdou snadno vyplnit pomocí formuláře vlastnosti, který zachycuje obr. 12.

Položka popis pak bude ve zdrojovém kódu vypadat takto:

```
<meta name="description" content="Úvod do míčového sportu malá kopaná.  
Soutěže konané v České republice">
```

A klíčová slova takto:

```
<meta name="keywords" content="malá kopaná, fotbal, futsal, soutěž,  
sport, ">
```

Obr. 12 - okno vlastnosti v nástroji Webnode

Vlastnosti stránky

Název * Úvod

Identifikátor * home

Nadřazená stránka

Titulek Malá kopaná

Meta informace (SEO)

Klíčová slova malá kopaná, fotbal, futsal, soutěž, sport

Popis Úvod do míčového sportu malá kopaná. Soutěže konané v České republice

Zobrazení stránky

Zobrazovat v menu Ano Ne

Štítky (tagy)

Štítky Příklad: dovolená, auto, práce [Zobrazit vše](#)

OK nebo **Zrušit**

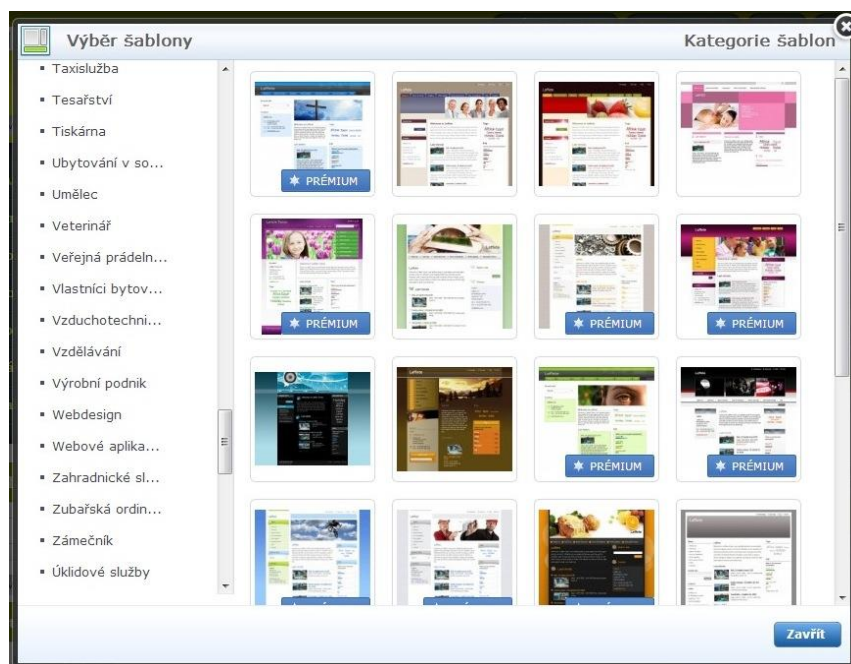
Zdroj: <http://www.webnode.cz/>

6.3 Návrh designu

Výhodou Webnode jsou šablony, kterých je k dispozici dost i bez aktivování prémiového balíčku. Uživatel si tak zvolí podobu webu bez potřeby znát (X)HTML nebo CSS. Na výběr jsou šablony s navigací v levém sloupci, ve dvou sloupcích, horní navigace nebo různé kombinace.

Pro případ této zájmové aktivity byla vybrána šablona laděná do zelené barvy. Zelená uklidňující a příjemná pro oči, protože si ji pojíme s přírodou. V tomto případě je nasnadě asociace zelené s fotbalovými trávníky.

Obr. 13 - výběr šablony ve Webnode



Zdroj: <http://www.webnode.cz/>

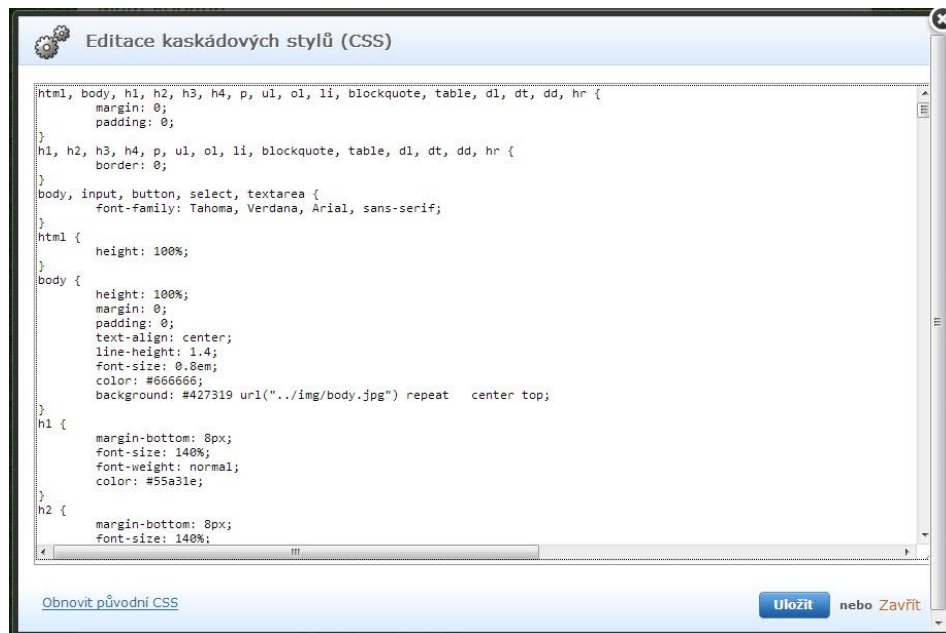
Při práci ve Webnode máme možnost editovat CSS i ručně. Zvolená šablona s fotbalovým tématem je na obr. 14.

Obr. 14 - ukázka vybrané šablony ve Webnode



Zdroj: <http://www.mala-kopana.webnode.cz/>

Obr. 15 - editace CSS



Zdroj: <http://www.webnode.cz/>

Přibývá uživatelů, kteří si prohlížejí webové stránky na mobilních zařízeních. Proto je zde také možnost vytvoření šablony pro mobil. Ukázkou použité šablony pro web vidíme na obrázku 16.

Obr. 16 - šablona webu pro mobilní telefony



Zdroj: <http://www.webnode.cz/>

6.4 Obsah prezentace

Přidávání obsahu je jednoduché a intuitivní. Při klepnutí na „upravit text“ je možno kamkoli psát jako do textového editoru. Při psaní nadpisů dodržujeme hierarchickou strukturu a <h1> (zde nadpis 1) by se měl na stránce vyskytovat jen jednou.

Samozřejmostí je úprava písma a jeho velikosti, barvy.

Pokud se vkládají obrázky, které nejsou jen dekorativní, nemělo by se zapomínat na alternativní text (alt) jak kvůli přístupnosti webu k uživatelům, tak kvůli dostupnosti pro vyhledávače.

Při psaní odkazů je pro vyhledávače důležité psát relevantní anchor text. Nepoužívat např.:

```
Z oblastních lig malého fotbalu vzešla roku 2005 Asociace malého  
fotbalu České republiky <a href="http://malyfotbal.cz">odkaz zde</a>
```

Zápis by měl vypadat takto:

```
Z oblastních lig malého fotbalu vzešla roku 2005 <a  
href="http://malyfotbal.cz">Asociace malého fotbalu České  
republiky</a>
```

Ve vytvořené prezentaci byly zvoleny následující položky navigace:

- Úvod (krátký popis sportu, kterému se web věnuje)
- O nás (základní informace o soutěži v malé kopané)
- Sezóna (obsahující jednotlivé roky, po které se soutěž hraje a výsledky v těchto letech)
- Pravidla (přesný výklad pravidel)
- Týmy (základní informace o týmech hrající tuto soutěž)
- Kontakt (kontakty na organizátory)
- Fotogalerie
- Dokumenty (rozlosování, zápis o utkání, formulář pro registraci a další potřebné dokumenty)
- Novinky (umístěny na rozdíl od ostatních položek navigace v pravém sloupci)

6.5 Validita

Validátory výsledků W3C vyhodnotily HTML 5 i CSS 3 webu <http://mala-kopana.webnode.cz/> jako validní.

7 Závěr

Obsahem bakalářské práce byla prezentace zájmových aktivit prostřednictvím www. Za konkrétní příklad byla zvolena malá kopaná.

V teoretické části byl vyložen původ Internetu, služby www a vymezeny některé internetové pojmy a technologie.

Byly analyzovány 2 weby s problematikou malé kopané a jeden web zaměřen na futsal. Při analýze webových prezentací byly zjištěny nedostatky v optimalizaci stránek pro vyhledávače. Proto se na tuto problematiku autor více zaměřil.

V práci byly zmíněny některé formy elektronického marketingu. Důraz byl kladen na optimalizaci pro vyhledávače, a tak bylo vyloženo, jaké jsou momentálně přední vyhledávače u nás, co fulltextový vyhledávač je a z čeho se skládá. Ve stejné kapitole byly probrány metody optimalizace, dělí se na on-page faktory a off-page faktory. Zmíněny byly i zakázané metody optimalizace.

Při mapování úrovně prezentování v oblasti malé kopané byl objeven zajímavý publikační systém Webnode, pomocí kterého mohou i autoři neznalí (X)HTML a CSS vytvářet zajímavě vyhlížející a validní weby. Protože se dá předpokládat, že v zájmové aktivitě, jakou je malá kopaná, mají profesionální tvůrce webů pouze velké soutěže nebo např. Asociace malého fotbalu České republiky, je tento nástroj velmi dobrým způsobem, jak může člověk zainteresovaný v nějaké menší soutěži nebo svazu malé kopané vytvořit vlastní stránky.

Musí však také dodržovat určitá pravidla, aby jejich weby byly dostupné vyhledávačům a přístupné pro uživatele, což bylo předvedeno na webu vytvořeném v prostředí Webnode.

Metody optimalizace pro vyhledávače je dobré dodržovat, ale tvůrce webu by měl mít na paměti, pro koho je web určen a že je to právě unikátní obsah, který dovede přitáhnout pozornost.

8 Použitá literatura

8.1 Literární zdroje:

1. BEAIRD, Jason. *Principy krásného webdesignu*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. 145 s. ISBN 978-80-247-2895-7.
2. BRÁZA, Jiří. *PHP 5*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2005. 244 s. ISBN 80-247-1146-X.
3. CYROŇ, Miroslav. *CSS – kaskádové styly*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. 340 s. ISBN 80-247-1420-5.
4. KUBÍČEK, Michal. *Velký průvodce SEO*. Brno: Computer Press, 2008. 320 s. ISBN 978-80-251-2195-5.
5. PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času: teorie, praxe a perspektivy mimoškolní výchovy a zařízení volného času*. 4. vydání. Praha: Portál, 2008. 224 s. ISBN 978-80-7367-423-6.
6. PÍSEK, Slavoj. *HTML – začínáme programovat*. 3., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2010. 190 s. ISBN 978-80-247-3117-9.
7. PROCHÁZKA, David. *CSS a XHTML*. 2. vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 175 s. ISBN 978-80-247-3897-0.
8. PROCHÁZKA, David. *SEO*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2012. 144 s. ISBN 978-80-247-4222-9.
9. SCHAFER, Steven M. *HTML, XHTML a CSS*. 4. vydání. Praha: Grada Publishing, 2009. 647 s. ISBN 978-80-247-2850-6.
10. ŠTĚDRONĚ, Bohumír – BUDIŠ, Petr – ŠTĚDRONĚ, Bohumír jr. *Marketing a nová ekonomika*. 1. vydání. Praha: Beck, 2009. 198 s. ISBN 978-80-7400-146-8.

11. WILLIAMS, Hugh E. – LANE, David. *Programujeme webové aplikace pomocí PHP a MySQL*. 1. vydání. Praha: Computer Press, 2002. 530 s. ISBN 80-7226-760-4.

8.2 Internetové zdroje:

1. CZ.NIC. *Historie internetu* [online]. Publikováno 2012 [cit. 2013-1-15]
Dostupné z: <http://www.jaknainternet.cz/page/1205/historie-internetu/#tab1> .
2. ČÍŽEK, Jakub. *Český Webnode: Tak trochu revoluční tvorba webu* [online].
Publikováno 8.4.2008 [cit. 2013-3-5]. Dostupné z:
<http://www.zive.cz/clanky/cesky-webnode-tak-trochu-revolucni-tvorba-webu/sc-3-a-141144/default.aspx> .
3. HOUSER, Pavel. *Půl století agentury DARPA: Arpanet, GPS i telekineze*
[online]. Publikováno 21.5.2008 [cit. 2013-1-15]. Dostupné z:
<http://www.lupa.cz/clanky/pul-stoleti-agentury-darpa-arpanet-gps-telekineze/> .
4. JUDA, Filip. *Mezinárodní pravidla malého fotbalu* [online]. Publikováno
27.12.2012 [cit.2013-1-15]. Dostupné z: <http://malyfotbal.cz/docs/mezinrodn-pravidla-malho-fotbalu.pdf> .
5. LEINER, Barry M. et.al. *Brief History od the Internet* [online]. Publikováno
[200-?]. [cit.2013-1-15]. Dostupné z:
<http://www.internetsociety.org/internet/what-internet/history-internet/brief-history-internet> .
6. PETERKA, Jiří. *Síťový model TCP/IP* [online]. Publikováno 1992 [cit. 2013-2-10]. Dostupné z: <http://www.earchiv.cz/a92/a231c110.php3> .
7. PETERKA, Jiří. *WWW se narodil v CERNu* [online]. Publikováno 1995 [cit. 2013-1-16] Dostupné z: <http://www.earchiv.cz/a95/a501k140.php3> .
8. PUŽMANOVÁ, Rita. *Věčné téma: přepojování okruhů či paketů?* [online].
Publikováno 18.4.2006 [cit. 2013-1-15]. Dostupné z:

<http://www.svetsiti.cz/clanek.asp?cid=Vecne-tema-prepojovani-okruhu-ci-paketu-1-1842006> .

9. SMIČKA, Radim. *Optimalizace pro vyhledávače – SEO* [online]. Publikováno 2004 [cit. 2013-3-5]. Dostupné z: <http://seo.jasminka.cz/seo-kniha.pdf> .
10. SOUČEK, Přemysl. *Jak začínal internet v Čechách* [online]. Publikováno 13.2.2007 [cit. 2013-1-15]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/clanek.phtml?id=354851> .
11. W3C HTML Working Group. *XHTML™ 1.0 The Extensible HyperText Markup Language (Second Edition)* [online]. Publikováno 2002 [cit. 2013-2-11]. Dostupné z: <http://www.w3.org/TR/2002/REC-xhtml1-20020801/> .

9 Seznam obrázků

Obr. 1 - prohlížeč Mosaic v. 0.1.....	12
Obr. 2 - logo HTML 5.....	14
Obr. 3 - 10 nejpoužívanějších rozlišení od roku 2009 do 2015 ve světě.....	19
Obr. 4 - 5 nejpoužívanějších webových prohlížečů od roku 2009 do 2015 ve světě.....	20
Obr. 5 - webové stránky Klubu malé kopané o.s.	23
Obr. 6 - webové stránky pro Havlovický svaz malé kopané o.s.	25
Obr. 7 - webové stránky soutěže Žyla fotbal cup, s.r.o.....	27
Obr. 8 - aktuální návštěvnost vyhledávačů v ČR.....	31
Obr. 9 - úvodní stránka vyhledávače Google.....	32
Obr. 10 - úvodní stránka vyhledávače Seznam.....	33
Obr. 11 - základní směry elektronického marketingu.....	34
Obr. 12 - okno vlastnosti v nástroji Webnode.....	41
Obr. 13 - výběr šablony ve Webnode	42
Obr. 14 - ukázka vybrané šablony ve Webnode	43
Obr. 15 - editace CSS.....	43
Obr. 16 - šablona webu pro mobilní telefony	44

10 Seznam tabulek

Tab. 1 - ranky a zaindexované stránky u http://www.komako.cz/	24
Tab. 2 - ranky a zaindexované stránky u http://havlovickaliga.webnode.cz/	26
Tab. 3 - ranky a zaindexované stránky u http://fotbal.zylacup.cz/	28