**Čo treba pre vytvorenie vlastnej webstránky?**

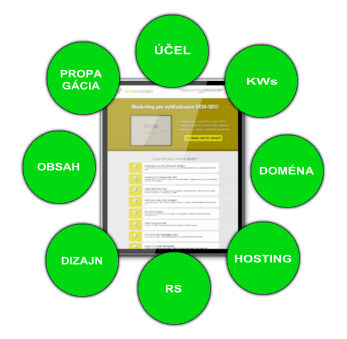
Rozhodli ste sa vytvoriť si vlastnú stránku na vlastnej doméne a hľadáte informácie, čo pre to všetko treba urobiť? Tak ste tu správne, lebo vám ukážem, na čo myslieť, keď niečo takéto zamýšľate. Ušetríte vďaka tomu nielen financie, ale aj čas.

Na začiatok je dobré poznať rozdiel medzi 2 slovami, aby sa človeku neplietli a aby korektne pochopil, prečo sa napr. doména musí kúpiť a stránka vytvoriť:

* **doména-** je to názov webstránky, inak povedané aj URL adresa webstránky, čiže napr. pre túto stránku to je tvorbastranky.sk, vidíte ju hore v príkazovom riadku vášho prehliadača, tým sa každá stránka identifikuje a odlišuje od ostatných, túto adresu si môžte dať na vizitky a pod.
* **webstránka**- je to všetko, čo vidíte na napr. tejto stránke, ktorú máte otvorenú v prehliadači, čiže text, obrázky, videá, celý jej obsah, pre zobrazenie webstránky je nutné, aby mala kúpenú a nastavenú svoju doménu = adresu

**8 nutných krokov k vytvoreniu stránky**

...sa musí zrealizovať, aby ste ju na záver fyzicky videli. Dodržaním tejto postupnosti ušetríte čas a náklady.



1. [**účel webu**](https://tvorbastranky.sk/tvorba-webu/platena-webova-stranka#ucel)
2. [**kľúčové slová**](https://tvorbastranky.sk/tvorba-webu/platena-webova-stranka#kw)
3. [**doména**](https://tvorbastranky.sk/tvorba-webu/platena-webova-stranka#domena)
4. [**hosting**](https://tvorbastranky.sk/tvorba-webu/platena-webova-stranka#hosting)
5. [**redakčný systém**](https://tvorbastranky.sk/tvorba-webu/platena-webova-stranka#rs)
6. [**dizajn**](https://tvorbastranky.sk/tvorba-webu/platena-webova-stranka#dizajn)
7. [**stratégia a obsah**](https://tvorbastranky.sk/tvorba-webu/platena-webova-stranka#obsah)
8. [**propagácia**](https://tvorbastranky.sk/tvorba-webu/platena-webova-stranka#propagacia)

**1. Účel webstránky**

Jeho správnym výberom sa vyhnete základným chybám, hlavne ak internetovému prostrediu veľmi zatiaľ nerozumiete. Nižšie poukazujem na najčastejšie použitie stránok:

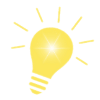
**BLOG, FOTOBLOG, VIDEOBLOG**- účelom je predstavenie svojich myšlienok, nápadov, postrehov, snaha interagovať s inými ľuďmi cez komentáre, vymieňať si názory, dobré pre sebarealizáciu, hľadanie riešení = budovať povedomie u ľudí, získavať reakcie na svoje myšlienky, prácu

**OSOBNÁ PREZENTÁCIA**- účelom je predrať sa do povedomia so značkou vlastného seba, dôležitý je na nej náš osobný príbeh najlepšie v spojení s blogom = budovanie osobného brandu.

**FIREMNÁ PREZENTÁCIA**- účelom je predstavenie firmy spolu s produktami a opäť výhodné v spojení s firemným blogom = podpora povedomia, podpora predaja, zákaznícky servis.

**PRODUKTOVÁ STRÁNKA**- účel je jasný, predstavenie a predaj konkrétneho produktu alebo sortimentu, dobré na doplnenie firemnej prezentácie alebo v spojitosti v blogom = informovanie o produktoch, predaj.

**ESHOP**- účel je predávať konkrétne produkty, najlepšie ako doplnok stránky firmy, blogu alebo sortimentovej stránky = predaj, budovanie komunity.

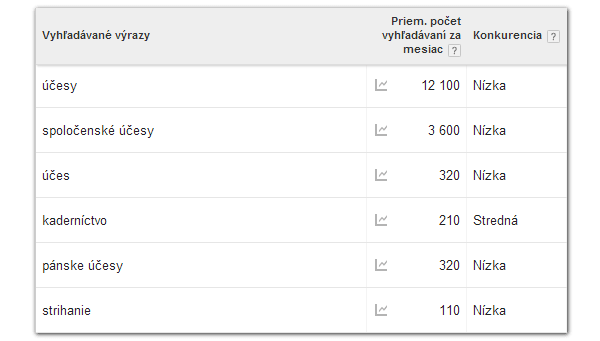
***Pre príklad****, účelom tejto stránky je formou článkov a videí poskytnúť moje know-how ostatným záujemcom o tom, ako si tvoriť webstránku a postupne vďaka nej preraziť vo svete internet marketingu, aby vás bolo čo najviac vidieť a budovať si svoju komunitu. Chápať účel vlastnej stránky je základ pre to, aby sme mohli rozmýšľať nad ostatnými krokmi.*

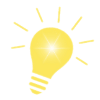
**2. Kľúčové slová pre stránku**

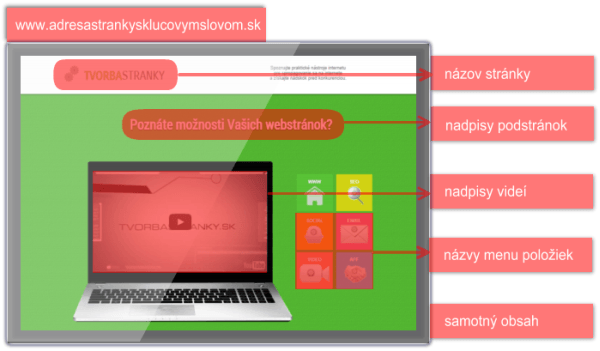
Ak poznáme účel stránky, nasleduje spísanie si všetkých slov, ktoré nás napadnú, že by mali byť na stránke. O aké slová môže ísť? O také, ktoré by sme hľadali vo vyhľadávači, keby sme hľadali to, čo chceme ukázať na webstránke:

* **konkrétne identifikačné názvy**- firmy, osoby, sortimentu, produktu, značky, oblasti podnikania...
* **jednotlivé celky**- produktové rady, oddelenia firmy, kategórie tém, o čom chceme písať
* **jednotlivé prvky celku**- zoznam článkov na konkrétne témy, ktoré chceme napísať, produkty...

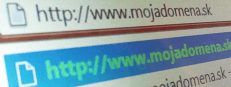
K čomu je to dobré? Z týchto slov si treba následne zvoliť, ktoré by mohlo reprezentovať názov webstránky, tzv. **doménu**. Neskoršie si z týchto slov môžme vytvoriť štruktúru webstránky a tzv. **analýzu kľúčových slov**, t.z. zistiť si, ktoré z navrhnutých slov hľadajú ľudia vo vyhľadávačoch viac, ktoré menej, aké tvary slov hľadajú a použiť tie viac hľadané. Každý z dobrých vyhľadávačov má nástroj, kde sa to dá zistiť.

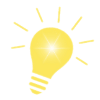


***Ako príklad vyššie****môžme vidieť, že analytické nástroje vyhľadávačov vedia ponúknuť aj synonymá s hodnotami hľadanosti a konkurenčnosti. Ešte nižšie je zas príklad, kde všade je dôležité kľúčové slová použiť, aby ich vedeli napríklad vyhľadávače zaznamenať a aj ľuďom udreli tie správne slová do očí.*



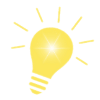
**3. Výber domény**

Čiže názvu resp. adresy webstránky www.**nejakynazovdomeny**.sk. Pre to je potrebné už vedieť, aký bude ten názov zložený z tých slov z predchádzajúceho bodu. Následne si overiť, či už vami vybratý názov niekto nemá kúpený. Dá sa to overiť na stránkach poskytovateľov hostingu, napr. [Websupportu](http://www.websupport.sk). Ak už je názov obsadený, hľadať iný alebo si ho kúpiť od jeho majiteľa. Na základe toho vás budú môcť ľudia nájsť a zároveň aj roboti, ktorí ponúkajú stránky človeku, keď niečo hľadá vo vyhľadávači ako napr. Google. Čiže doména je jedinečný identifikátor každej webstránky a je dôležité, aby sa vám páčil, možno aj evokoval svoj obsah a boli ste s ním spokojní.

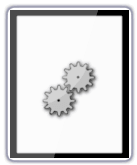
***Pre príklad****, názov mojej domény je tvorbastranky.sk, čo je predpokladám výstižné, i keď nie veľmi hľadané, lebo všetky hľadané frázy už boli obsadené. Názov webstránky je dôležitý a môže pomôcť hlavne vo vyhľadávačoch, ale nepadá na ňom absolútne všetko.*

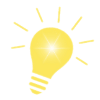
**4. Zvolenie si hostingu**

Ak máme doménu vybratú a je voľná, treba si zvoliť **hosting**. Čo to je? Predstavte si, čo vidíte napr. na tejto webstránke. Text, obrázky, videá a pod. Všetky tieto prvky obsahu stránky musia byť niekde umiestnené, ako keď si niečo ukladáte na USB kľúč alebo do svojho počítača. Sú uložené na serveroch (počítačoch), ktoré sú neustále pripojené k internetu, aby sa na dané stránky mohol kedykoľvek dostať návštevník internetu. Takto sa uložia aj súbory vašej webstránky na jedno miesto, na tzv. hosting (servery, počítače). Hosting ponúka veľa možných poskytovateľov a je niekedy ťažké sa rozhodnúť, ktorému zveriť svoju dôveru. Ak si chcete pohľadať, odporúčam overiť si hlavne **pomer ceny a parametrov za hostingbalíčky**, formu zákazníckej podpory a jej flexibilitu, podporu redakčných systémov a rozsah služieb. Následne si na stránke hostingéra objednať hosting s doménou dokopy. Dobré je ešte potom alebo predtým stať sa absolútnym vlastníkom domény.

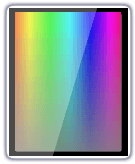
***Tip****: všetko toto môžte zrealizovať sami podľa podrobných video postupov na týchto stránkach ihneď a s očividným výsledkom, pozrite sekciu kurzy. Objednanie domény s hostingom trvá priemerne cca 2-3 dni a môže sa na stránke pracovať.*

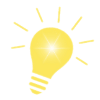
**5. Výber redakčného systému pre obsah**

Ak máme kúpenú doménu, je nasmerovaná na hosting, ako dostaneme na stránku ten náš obsah? Buď viete programovať a už si poradíte alebo neviete nič také a vtedy sa treba zaujímať o tzv. bezplatné **redakčné systémy (RS)**. Ide o systémy, ktoré si bezplatne nainštalujeme na doménu, vďaka ktorým sa jednoducho do stránky prihlásime a budeme už len vytvárať **obsah**, akoby sme písali jednoducho napr. do Wordu a nemusíme vedieť nič programovať. Taktiež si môžme vybrať **vzhľad stránky** a prípadne ho upraviť, pridávať si rôzne doplnky do stránky (emailové formuláre, lajkovacie tlačítka, galérie, videá, obrázky, kategórie, menovky-tagy, zoznamy článkov, SEO doplnky a pod.). Veľmi známe sú redakčné systémy [Wordpress](http://wordpress.org/) (WP), [Joomla](http://www.joomla.org/), [Drupal](https://drupal.org/), [Typo3](https://typo3.org/), [Opencart](http://www.opencart.com/) pre eshopy (OC) či [Prestashop](http://www.prestashop.com/) a i. Aký RS si vybrať podľa účelu vašej stránky, na to sa pozrieme v [tejto časti](https://tvorbastranky.sk/tvorba-webu/platena-webova-stranka#rs2).

***Pre príklad*** *a motiváciu prikladám náhľady niektorých stránok mojich klientov nižšie v tomto článku v časti praktické ukážky RS. Ich stránky bežia na vlastných doménach s nainštalovaným systémom Wordpress na ovládanie obsahu pár klikmi.*

**6. Voľba dizajnu**

Po vybratí si **dizajnu** je veľmi vhodné, ak odráža ducha vašej stránky, čiže vyvoláva v človeku adekvátnu emóciu pri prvom pohľade na web. Následne je dobré, aby kopíroval moderné technologické trendy, to znamená bol napr. vhodne a **jednotne zobraziteľný** nielen na notebookoch či stolných počítačoch, ale aj na smartfónoch a tabletoch. Ide o tzv. **responzívny dizajn**. Taktiež je dobré si skontrolovať, či sa adekvátne zobrazuje aspoň na najpoužívanejších prehliadačoch ako Mozilla Firefox, Google Chrome, Safari a či je dostatočne rýchlo zobraziteľný.

***Tip:****viac o obľúbenom grafickom štýle FLAT, podstate grafickej stránky webstránok, ako konkrétne postupovať pri výbere dizajnu, farieb, loga, formátu nahrávaných obrázkov a fotiek či prvkov psychológie pôsobenia, môžte zistiť v sekcii kurzy na týchto stránkach.*

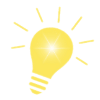
**7. Naplánovanie stratégie obsahu**

Všetko je pripravené, ide sa vytvárať **obsah**. Sú tu 2 kritické body. Jedným je **vytrvalosť**. Väčšina ľudí si začne písať napr. blog a po mesiaci dvoch prestane, lebo mu napr. na články nebude nikto reagovať. Z toho vyplýva druhý problém, nereagovanie vyplýva buď z malej návštevnosti alebo z nezaujímavého obsahu. V prípade nevhodne vytváraného obsahu je dobré poznať tzv. **copywritingové** zásady písania textov- jednoducho prvky na zaujatie. V prípade problému s malou návštevnosťou výborne pomáha tzv. **linkbuilding**- prepojenie sa s inými webstránkami alebo iné možnosti spropagovania sa. Aké sú to?

**8. Ukázať sa svetu- ako sa spropagovať**

Spropagovať svoju webstránku s obsahom, ktorý sme vytvorili, je dôležité, lebo načo by sme ho vlastne vytvárali? Existuje nespočet možností propagovania sa, ale ja ich osobne rád zadeľujem to týchto najefektívnejších:

* propagovať sa vo **vyhľadávačoch**- zaoberá sa tým tzv. SEO, ak ste to už niekde počuli
* ukázať sa svetu pomocou **sociálnych sietí** ako je Facebook, Linkedin, Twitter, Google+ a i.
* propagovať sa cez **video** kanály ako Youtube, Vimeo a i.
* vyskúšať silu správne robeného a hlavne vyžiadaného **email marketingu**, nie spamovať
* pre už zabehnuté stránky a značky naštartovať propagačné partnerstvá tzv. **affiliate**

*******Čo poviete, je toho dosť a ak sa použijú všetky tieto možnosti navzájom, správne a prepoja sa s webstránkou, je to pecka a určite sa vám už nemôže stať, že vás nikto nenájde na internete. Vaša webstránka je zdroj, ostatné stránky, email a spomenuté nástroje sú zdroje návštevnosti pre vašu stránku.*



Ak sa týmto krokom svedomito človek povenuje, určite predbehne väčšinu konkurencie. Ak súhlasíte s daným postupom, pozrite do sekcie kurzy, kde sa každému z týchto bodov detailne venujem.

**Aký redakčný systém na akú stránku použiť?**

Teraz si ešte povedzme, prečo a aký redakčný systém sa hodí na konkrétne typy webstránok a pozrime sa na **praktické ukážky RS.** Je to dôležité, lebo ak si raz vyberieme redakčný systém na ovládanie webstránky, je už dosť náročné prejsť na iný.

#### Prvky Web stránky

#### Texty

Každý dokument aj Web stránka sa skladá prevažne z textu. Každá Web stránka môže tak ako dokument vo Worde obsahovať: rôzne veľkosti, typy, farby písma, odstavce a zarovnania.

#### Obrázky

Nedoplňujú len texty na stránke, ale slúžia pre vylepšenie celkového dojmu, pre zvýšenie prehľadu a ľahšiu orientáciu.

#### Odkazy

Web je previazaný odkazmi. Web stránky môžeme podobne ako knihu rozdeliť na časti a kapitoly tak že vytvoríme viac nezávislých dokumentov ktoré medzi sebou prepojíme. K tomuto slúžia odkazy. Odkaz môžeme vytvoriť na akúkoľvek stránku na Internete.

#### Tabuľky

Môžu byť napr. tabuľky z programu MICROSOFT EXCEL- prehľadné formátovanie údajov v bunkách.

#### Rámy (orámovania)

Slúžia na rozdelenie jednej Web stránky na viac samostatných častí. Každý rám hlavnej stránky je tvorený jednou samostatnou stránkou vo vnútri jednej veľkej. Môžeme s nimi rolovať, tlačiť ich, pracovať so samostatnou stránkou.

#### Vytváranie Web stránok

#### Web stránka má podobne ako program dva podoby:

Prvú nám ukazuje v prehliadači, kde vidíme vlastnú stránku

Druhá je vlastný kód ktorý prikazuje prehliadaču čo má zobraziť a akú informáciu má vypísať pre užívateľa.

Tento zdrojový kód sa nazýva HTML – HYPERTEXT MARKUP LANGUAGE. HTML - Hypertextový jazyk značiek. Hypertextový je preto, lebo základom Web stránok sú texty a odkazy. Značiek preto lebo pre popis toho čo má prehliadač zobraziť používa značky (TAGY). Značky sú analógiou k príkazom konkrétneho programovacieho jazyka.

Web stránka je zdrojový kód HTML, je to textový dokument ktorý môžeme zobraziť v ľubovoľnom textovom editore (Poznámkový blok), v ktorom ho môžeme upravovať a vykonávať zmeny. V editore zapisujeme postupnosť značiek a v prehliadači potom stránku zobrazíme.

#### Ako a čím vytvárať WWW stránky

Web stránky sú v podstate tvorené textom. Textový editor slúži pre editáciu zdrojového kódu Web stránky. Môžeme použiť len editor ktorý výsledný súbor uloží len v textovom formáte. Poznámkový blok pracuje len s textom.

Písanie priamo zdrojového kódu Web stránky vyžaduje dobrú predstavivosť, preto Web stránky v kóde HTML píšu len zručný tvorcovia Web stránok ktorý používajú špeciálne programy tzv. EDITORY HTML.

Program HOMESITE- dokáže kontrolovať správnosť zdrojového kódu HTML.

Začiatočníci by mali používať zdrojový kód HTML, len k úprave už existujúcich stránok, ktoré sú vytvorené pomocou jednoduchšieho programu napr.

WYSIWYG (FRONT PAGE).

WHAT - To

YOU - čo ty

SEE – vidíš

IS – je

WHAT – to

YOU – čo

GET – dostaneš.

Priamo na obrazovke vytvárame Web stránku rovnako ako vo WORDe vytvárame (list).

#### Obrázky na Web stránkach

#### Rozlíšenie obrázkov

Obrázok je vytvorený určitým počtom počítačových bodov, ktoré majú rôznu farbu. Tieto body spolu tvoria obrázok. Kvalita obrázku je určená hustotou bodov, čím je viac bodov tým je obrázok detailnejší. Hustota bodov sa udáva v dpi ( DOS PER INCH ) - počet bodov je na jeden palec. Aj obraz na monitore je vytvorený bodmi, vlastnosťami monitora je dané, že hustota týchto bodov je od 72 – 96 {dpi} na 2,54 {cm}.Tlačiareň dokáže vytlačiť až 600 bodov na palec >>600 {dpi}.

Pri tvorbe Web stránok vystačíme s rozlíšením 72 {dpi}, väčšie rozlíšenie je zbytočné lebo len zväčšuje veľkosť súboru a na kvalitu obrázku na monitore nemá žiaden vplyv.

#### Formáty Web stránok

Aby sa Web stránka načítala čo najskôr, musia byť prenášane údaje čo najmenšie. Samotná stránka (zdrojový kód HTML) zaberá veľmi málo miesta a stiahne sa za niekoľko sekúnd, na stiahnutie obrázkov potrebujeme oveľa dlhší čas. Aby mohol byť obrázok kapacitne čo najmenší, grafické údaje obrázkov sa komprimujú. Najpoužívanejšie formáty obrázkov pre Web sú (JPG, GIF). Obidva sú založené na komprimácií bodov v obrázku, ale na rozdielnom princípe.

#### JPG - Joint Photographic Expert Group

Používa tzv. stavovú komprimáciu- pri ktorej sa časť obrázkových údajov stratí (vypustí). Používa sa hlavne kompresiu farebných fotografií a obrázkov s veľkým počtom použitých farieb(vie použiť všetky pravé farby- 16,7 {mil}.

#### GIF - Graphical Interchange Format

Môže tu byť použitých len 256 farieb - to je limitovaný počet. Používa bezstratovú komprimáciu - pri ktorej sa nestratia žiadne údaje. Používa sa pre navigačné prvky, kde nie je veľa farieb. Obrázok môže byť aj animovaný, ktorý má niekoľko vrstiev ktoré sú premietané za sebou. Najčastejšie sa animované gify používajú pre reklamné pásy (bannery)

#### HTML – Hypertextový jazyk značiek

Zdrojový text HTML tvorí vždy len jednoduchý textový formát. HTML je súbor inštrukcií, ktoré sa pridávajú k textovým dokumentom a premenia sa na Web stránky. Inštrukcie HTML povedia prehliadaču, že dokument je Web stránka a ako majú byť informácie v ňom zobrazené na obrazovke. HTML je univerzálny kód ktorému rozumie počítač akéhokoľvek typu (IBM, MAC). V zdrojovom kóde Web stránky nie sú obrázky, ale sú uložené samostatne v externých súboroch, na ktoré sa zo zdrojového textu odkazujeme.

#### Značky - TAGS

Inštrukcie HTML nazývame značky. Väčšinou sa značky používajú v dvojiciach. Otváracia časť < B > Ján < /B > ukončovacia časť. Značky sú uzavreté v <>, všetko čo je mimo značky je text, ktorý zobrazí prehliadač.

#### Párová značka

Má vplyv len na časť Web stránky: text (typ, veľkosť písma, zarovnanie).

#### Nepárová značka

Má vplyv len sama na seba, definuje v stránke určitý prvok (obrázok)

Celý zdrojový text HTML sa skladá z párových a nepárových značiek a z textu, ktorý je mimo značiek

#### Príklad zdrojového dokumentu Web stránky

#### < HTML >

Táto značka hovorí prehliadaču, že dokument je Web stránka

#### < HEAD >

Hlavička - začiatok obsahuje titulok

#### < TITLE >

Titulok stránky, začiatok

#### < / TITLE >

Titulok stránky, koniec Michalova domovská stránka

#### < / HEAD >

Hlavička koniec meno stránky

#### < BODY >

Začiatok definície tela dokumentu

Ahoj a vitaj na mojej domovskej stránke. Volám sa Michal. Mám 16 rokov a žijem v Granade v Španielsku. obsah stránky

#### < / BODY >

Koniec definície tela dokumentu

#### < / HTML >

Koniec zdrojového textu HTML

#### Základne značky pre tvorbu Web stránky

Každá Web stránka – jej zdrojový text, začína párovou značkou HTML a ňou tiež končí. Web stránka je teda všetko čo je napísané medzi týmito značkami. Zdrojový text je dalej rozdelený na hlavičku a vlastné telo < HEAD > < BODY >.

Hlavička definuje základne parametre: meno stránky, východiskový adresár v ktorom sú umiestnené EXTERNE SUBORY – obrázky. Vlastné zobrazované údaje sú umiestnené až v tele dokumentu a je určený párovou značkou < BODY >

#### Značky pre prácu s textom

Pre oddelenie riadkov sa nepoužíva ENTER, ale značka   
, ktorá je umiestnená na konci riadku.

Je nepárová značka a má jednorázový účinok, odsunie nasledujúci text na ďalší riadok.

Je nepárová značka a má jednorázový účinok, začiatok nového odseku. Píše sa pred prvé slovo nového odseku

Značky pre efekty a zvýrazňovanie písma (sú párové):

#### < B >

Tučné písmo (BOLD)

#### < I >

Kurzíva šikmé (I TALIC)

#### < U >

Podčiarknuté (UNDERLINE)

#### < STRIKE >

Preškrtnutie písma

#### < BIG >

Ohraničuje písmo, ktoré bude o jeden bod väčšie ako štandardné

#### < SMALL >

Ohraničuje písmo, ktoré bude o jeden bod menšie ako štandardné

#### Značky pre zmenu písma v texte

#### FONT = Typ písma

Definuje sa značkou FONT, ktorá môže mať tieto parametre:

#### SIZE = “Veľkosť“

Zvoleného písma môže byť 1-najmenšie ––7-največšie

#### FACE = “Písmo“

Názov písma, ktoré bude použité, musí byť v zozname nainštalovaných typov

#### COLOR = “Farba“

Definuje farbu písma: red, blu, jelov

#### Príklad zápisov značiek

#### < FONT SIZE = “2“ FACE = “Arial“ COLOR = “Red“ >

Táto značka nastaví červené písmo, typ Arial s veľkosťou 2

#### < FONT SIZE = “3“ FACE = “TIMES NEW ROMAN“ COLOR = “Black“ >

Značka FONT môže zmeniť len jeden parameter:

#### < FONT SIZE = “4“ >

Zmení len veľkosť

#### < FONT FACE = “Arial“ >

Zmení len typ ( FONT ) písma

#### < FONT COLOR = “Red“ >

Zmení farbu

Všetky zmeny dané značkou FONT sú platné len do príslušného ukončenia (zmeny).

#### Ukončovacia značka

< / FONT SIZE >

Značka pre nadpis

Pre nadpisy je k dispozícii 6. veľkostí. Úroveň 1 – je najväčšia a úroveň 6 – je najmenšia. Na to, aby sa časť textu stala nadpisom úrovne 1 je potrebné napísať < H1 > pred a < /H > za text.

<http://hornad.fei.tuke.sk/predmety/ivpp/3jazyk.htm>

[*https://encyklopediapoznania.sk/data/prezentacie/.../zaklady\_tvorby\_stranok.pps*](https://encyklopediapoznania.sk/data/prezentacie/.../zaklady_tvorby_stranok.pps)

**HTML**  
HTML je zkratka z anglického HyperText Markup Language , značkovací jazyk pro hypertext. Je jedním z jazyků pro vytváření stránek v systému World Wide Web, který umožňuje publikaci stránek na Internetu.   
Jazyk je podmnožinou dříve vyvinutého rozsáhlého univerzálního značkovacího jazyka SGML (Standard Generalized Markup Language). Vývoj HTML byl ovlivněn vývojem webových prohlížečů, které zpětně ovlivňovaly definici jazyka. Je charakterizován množinou značek a jejich atributů . Mezi značky se uzavírají části textu dokumentu a tím se určuje význam (sémantika) obsaženého textu. Názvy jednotlivých značek se uzavírají mezi úhlové závorky ("“). Část dokumentu uzavřená mezi značkami tvoří tzv. element (prvek) dokumentu.   
Součástí obsahu elementu mohou být další vnořené elementy. Atributy jsou doplňující informace, které upřesňují vlastnosti elementu.  
Značky (také nazývané tagy) jsou obvykle párové. Rozlišujeme počáteční a koncové značky. Koncová značka má před názvem značky znak lomítko.   
Dynamická webová stránka  
Dynamické webové stránky (dynamické HTML, DHTML) sú stránky spájajúce XHTML, JavaScript alebo iný skriptovací jazyk a väčšinou sú doplnené podporou serverového programovacieho jazyka ako je PHP alebo ASP. Zlúčením týchto metód vývoja webovej stránky vzniká dynamická stránka schopná reagovať na požiadavky užívateľa, ktorými môže byť napríklad zmena výzoru stránky, rolovacie menu, redakčný systém na pridávanie článkov a podobne.   
Cascading Style Sheets  
  
CSS je zkratka pro anglický název Cascading Style Sheets , česky tabulky kaskádových stylů . Je to jazyk pro popis způsobu zobrazení stránek napsaných v jazycích HTML, XHTML nebo XML. Starší verze HTML obsahují celou řadu elementů, které nepopisují obsah a strukturu dokumentu, ale i způsob jeho zobrazení. Z hlediska zpracování dokumentů a vyhledávání informací není takový vývoj žádoucí.   
  
Výhody CSS  
Používání kaskádových stylů ve srovnání se samotným HTML v praxi přináší výhody:  
• rozsáhlejší možnosti   
CSS nabízí rozsáhlejší formátovací možnosti než samotné HTML. Např. pro formátování bloku textu – tj. určení vzdálenosti od jejich elementu či okraje stránky nenabízí HTML nic. CSS má vlastnosti padding a margin. V HTML by bylo potřeba vytvořit složitou konstrukci vnořených tabulek.  
• konzistentní styl  
Na všech stránkách webové prezentace by měly být všechny nadpisy stejné úrovně, seznamy, zdurazněné části textu apod. stejného stylu. S použitím formátovacích možností HTML je to obtížné – u každého objektu v každém dokumentu se vzhled objektu stále znovu nastavuje. S použitím CSS je to velmi jednoduché. Vytvoří se soubor stylu, který se připojuje k HTML dokumentu. Ve všech dokumentech jsou pak objekty stejného vzhledu.  
• oddělení struktury a stylu  
• dynamická práce se styly  
Provést změnu stylu webu, který pro formátování vzhledu využívá jen možnosti HTML, znamená najít a nahradit všechny značky a změnit atributy mnoha dalších značek. V případě používání CSS znamená změna stylu webu přepsání jediného souboru – souboru stylů.  
• formátování XML dokumentů  
• větší kompatibilita alternativních webových prohlížečů  
• kratší doba načítání stránky  
  
Výhodou CSS oproti starému formátování v HTML je, že kód a obsah webu je uložen v souboru .html a veškerý design a formátování se načítá z jednoho souboru .css, který je většinou společný pro celý web. To znamená, že pokud máte v plánu změnu designu webu, stačí změnit pouze jeden soubor .css a změna se aplikuje na celý web. Také se soubor CSS uloží do mezipaměti prohlížeče a pokud není změněn, tak se načítá pouze jednou a zobrazení stránek se velmi urychlí. Je také možnost upravit formátování podle prohlížeče, kterým si uživatel danou stránku zobrazuje. Jednoduše si vytvoříte více souborů .css (např. styl1.css a styl2.css) a podle prohlížeče, který si o stránku požádá, připojíte jiný soubor. Tím se dá eliminovat problém různé interpretace kódu jednotlivými prohlížeči.   
Nevýhody  
Hlavní nevýhodou CSS je zatím stále špatná podpora v majoritních prohlížečích. Různé prohlížeče interpretují stejný CSS kód jinak a je někdy velmi obtížné jej napsat tak, aby se na všech (resp. na několika vybraných) prohlížečích výsledek zobrazil stejně.

**Typy web stránokhttps://blog.subject.sk/tvorba-web-stranok/web-stranky/typy-web-stranok.html**

Webové stránky vytvorené v html, php, flash alebo joomla ich výhody a nevýhody.

Zaujali sme Vás?

[Zobraziť kontaktné údaje](https://www.subject.sk/kontakt.html)

**Statické webové stránky - Html stránky**

Tento typ webových stránok už nie je v súčasnosti taký trendový a rozšírený. Statické stránky sa využívajú zvyčajne na jednoduchý účel prezentovania svojej spoločnosti alebo produktu.

Statické stránky obsahujú zvyčajne len text a nejaké obrázky. Neobsahujú rôzne animácie alebo možnosť registrácie. Nepôsobia tak živo. Sú medzi sebou prepojené jednoduchými odkazmi.

Pre statické web stránky Vám postačí jednoduchý web hosting bez podpory PHP či databáz. Vytvorenie takejto web stránky nie je príliš náročné ako pri dynamických web stránkach, kde treba ovládať programovanie. Pri tvorbe statických webových stránok stačí ovládať HTML a CSS.

**Najväčšou nevýhodou statických web stránok je ich údržba, najmä ak obsahujú veľké množstvo statických stránok ako súborov je ich údržba nepraktická.**

**Výhodou je jednoduché vytvorenie a nasadenie stránky avšak len pri malom počte max do 5 stránok.**

**Dynamické webové stránky**

Tieto stránky sú najrozšírenejšie, pretože majú mnoho výhod a pôsobia živšie. Jedná sa o druh web stránok, ktorých obsah bol vygenerovaný aktuálnymi informáciami pre každé individuálne zobrazenie. Ich obsah sa mení v závislosti od času alebo používateľa (blogy, sociálne siete). Väčšina dynamických stránok sa spravuje pomocou redakčného systému (CMS).

Jazyky, v ktorých sa tvorí dynamický obsah sú PHP, ASP, Java. Dynamické stránky majú technológiu, ktorá sa delí na serverovú a klientskú. Všetko závisí od toho, kde sa dynamické skripty vyhodnocujú.

Pri serverovej technológii je skript vyhodnotený na strane serveru a prehliadaču sa odošle výsledná statická stránka, ktorá sa zvyčajne zostaví do HTML. To platí pri PHP či ASP.

Klientská technológia spočíva v odoslaní zdrojových kódov stránky prehliadaču, ktorý túto technológiu musí poznať, vyhodnotiť skripty a potom zostaviť výslednú stránku. To platí pri Javascripte.

**Výhoda dynamických webových stránok spočíva v interakcii medzi webom a používateľom. Používateľ má pomocou CMS editora k dispozícii množstvo nástrojov a jednoduchý spôsobom vie upravovať svoje stránky.**

[**Viac o CMS a výrobe web stránok**](https://www.subject.sk/sluzby/tvorba-www-stranok-a-aplikacii/tvorba-web-stranok.html)

**Flash webové stránky**

Flash je technológia interaktívnych aplikácii, ktoré sú nezávislé na platforme a prinášajú na webové stránky interaktivitu a zaujímavosť.

Macromedia bola firma, ktorá pôvodne vyvíjala flash. Neskôr v roku 2006 ju odkúpila spoločnosť Adobe. Najprv boli dohady tejto firmy, že nechá túto platformu zaniknúť. Ale tá pokračuje vo vývoji ďalej.

Pre zobrazovanie aplikácií a webových stránok vytvorených vo flashi, potrebujete Flash player.

**Najväčšou slabinou Flashu je jeho optimalizácia pre vyhľadávače. Boti, ktorí indexujú stránky si s Flashovou platformou veľmi nerozumejú. Preto po novom je dobré využiť skôr platformu HTML 5 a s pomocou CSS 3 je možné vytvoriť podobne interaktívnu stránku ako vo flashi, s tým rozdielom, že nestratíte na pozíciach vo vyhľadávačoch.**