Logo i web stranica tvrtke

Meštrović, Matija

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:305376

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

University North Digital Repository



Sveučilište
Sjever

Završni rad br. 651/MM/2019

Logo i web stranica tvrtke

Matija Meštrović, 1633/336

Varaždin, rujan 2019. godine



Sveučilište
Sjever

Multimedija, oblikovanje i primjena

Završni rad br. 651/MM/2019

Logo i web stranica tvrtke

Student

Matija Meštrović, 1633/336

Mentor

Robert Geček, doc.art.

Varaždin, rujan 2019. godine

Sveučilište Sjever
Sveučilišni centar Varaždin
104. brigade 3, HR-42000 Varaždin

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za multimediju

STUDIJ preddiplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena

PRISTUPNIK Matija Meštrović | MATIČNI BROJ 1633/336

DATUM 23.09.2019. | KOLEGIJ Web dizajn

NASLOV RADA Logo i web stranica tvrtke

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Company logo and web site

MENTOR Robert Geček | ZVANJE doc.art.

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. doc. dr.sc. Andrija Bernik - predsjednik
2. pred. Nikolina Bolčević Horvatić, dipl.ing. - član
3. doc.art. Robert Geček - mentor
4. doc.art. dr.sc. Mario Periša - zamjenski član
5.

Zadatak završnog rada

BROJ 651/MM/2019

OPIS

Osim kvalitete i dizajna samog proizvoda, dobro dizajnirani logo i kvalitetna web stranica su najbitniji elementi kod plasiranja nekog proizvoda na tržište. Prvo što će klijent vidjeti i saznati o proizvodu su logo i web stranica, zbog toga logo postaje ključan element oko kojeg se radi cijeli vizualni identitet, dok je web stranica posrednik koji povezuje neku tvrtku ili proizvod s klijentom. Svaka web stranica mnogo ovisi o dobrom dizajnu loga jer je logo glavna značajka web stranice te se oko njega gradi i dizajnira cijela web stranica. Tehnička izrada web stranice je jednako bitna kao i njen dizajn, jer bez dobre tehničke izrade ne možemo do klijenta prenijeti planiranu vizualnu i funkcionalnu sliku tvrtke, a to u pravilu dovodi do loše ocjene proizvoda i tvrtke. Glavni cilj ovog završnog rada je izrada loga i web stranice s nadom da će oni uvelike pomoći poslovanju tvrtke. Želja je privući i zadržati publiku na web stranici kako bi vidjeli, a na kraju i kupili proizvod.
U radu je potrebno:
-objasniti glavne karakteristike grafičkog dizajna i loga
-objasniti zbog čega je logo toliko važan
-objasniti glavne karakteristike web dizajna
-objasniti sve korake u izradi web stranice

ZADATAK URUČEN 25.09.2019. | POTPIS MENTORA

REPUBLIKA HRVATSKA SVEUČILIŠTE SJEVER

Sažetak

Osim kvalitete i dizajna samog proizvoda, dobro dizajnirani logo i kvalitetna web stranica su najbitniji elementi kod plasiranja nekog proizvoda na tržište. Prvo što će klijent vidjeti i saznati o proizvodu su logo i web stranica, zbog toga logo postaje ključan element oko kojeg se radi cijeli vizualni identitet, dok je web stranica posrednik koji povezuje neku tvrtku ili proizvod s klijentom. Može se reći kako u današnje vrijeme dobro osmišljen i oku ugodan logo gotovo da i prodaje proizvod. Sam logo je najbitnija karika vizualnog identiteta tvrtke, zapravo može se reći kako sam logo i je na neki način vizualni identitet kojim se gradi i nadopunjuje baš svaki preostali element vizualnog identiteta. Isto tako svaka web stranica mnogo ovisi o dobrom dizajnu loga jer je logo glavna značajka web stranice te se oko njega gradi i dizajnira cijela web stranica. Tehnička izrada web stranice je jednako bitna kao i njen dizajn, jer bez dobre tehničke izrade ne možemo do klijenta prenijeti planiranu vizualnu i funkcionalnu sliku tvrtke, a to u pravilu dovodi do loše ocjene proizvoda i tvrtke.

Glavni cilj ovog završnog rada je unaprijediti poslovanje i prodaju proizvoda obrta izradom loga i web stranice te pokazati kako oni čine jedan paket kojim se dolazi do veće zainteresiranosti klijenata te veće prodaje same usluge ili proizvoda.

Ključne riječi: dizajn, logo, web stranica, obrt

Abstract

Except quality and design of a product, well designed logo and quality web site are the most important elements for placing the product itself on the market. The first thing a customer will see and find out about the product are its logo and web site so because of that the logo becomes main element around which whole marketing is spinning and web site is intermediary which connects a company or product with a client/customer. It can be said that nowdays the well designed and visually eye pleasing logo almost sells the product. So the logo itself is the most important link in a chain of company visual identity. Hence it can be said that the logo is in some way visual identity with which the rest of the complete visual identity is built and complemented. Equally, each web site depends a lot on quality of logo design because the logo is its major feature around which the whole web site is built and designed. Technical production of web site is equally important as its design because without well technical production the planned visual and functional image of the company can not be transferred and that generally results with bad company and product ratings.

The main goal of this bachelor thesis is to improve business and sale of company products with making the logo and website and also to show how they together form a package which leads to greater customer interest and therefore to greater sale of product.

Popis korištenih kratica

JS - JavaScript

CSS - Cascading Style Sheets

HTML - HyperText Markup Language

SEO - Search Engine Optimization

WWW - World Wide Web

HTTP - Hyper Text Transfer Protocol

TCP/IP - Transmission Control Protocol

UCLA - University of California, Los Angeles

PHP - Hypertext Preprocessor

CMS – Content Management System

DNS – Domain Name System

ARPAnet - The Advanced Research Projects Agency Network

SAD – Sjedinjene Američke Države

RGB – red, green, blue – sustav boja

VPS – Virtual Private Server

Predgovor

U današnje vrijeme, kada je tržište zasićeno proizvodima i kada korisnici u svom tom kaosu ne mogu odabrati onaj pravi, sav teret i odgovornost za uspješnost tvrtke pada na dizajnere koji svojom kreativnošću i inovativnošću moraju izdići tvrtku iz kaotičnog labirinta kojeg nazivamo tržište. Iz tog razloga, u ovom završnom radu bit će opisana izrada loga i web stranice za obrt „Umjetnički namještaj Meštrović“, s nadom da će se vizualno istaknuti i izdvojiti od ostalih sličnih obrta na tržištu. Također se očekuje porast proizvodnje i prodaje namještaja Meštrović.

Sadržaj

Sažetak 5

Abstract 6

Popis korištenih kratica 7

Predgovor 8

1. Uvod 1

2. Grafički dizajn 3

2.1. Logo 4

2.2. Boja 4

2.3. Tipografija 5

3. Web i web dizajn 6

3.1. Web 6

3.1.1. Povijest weba 6

3.1.2. Budućnost weba 7

3.2. Web dizajn i neke od njegovih značajki 8

3.2.1. HTML i CSS 9

3.2.2. Whitespace 13

3.2.3. Responzivnost 13

3.2.4. Front-end 13

3.2.5. Back-end 14

3.2.6. SEO 14

3.2.7. Web hosting 14

4. Izrada loga 15

4.1. Logo 15

4.2. Boja 16

4.3. Tipografija 17

5. Izrada web stranice 18

5.1. 1. Planiranje, strukturiranje i organiziranje 19

5.2. 2. Izrada grafičkog predloška 20

5.3. 3. Kodiranje 21
5.4. 4. Programiranje 25
5.5. 5. Prilagodba i unos sadržaja, on-page SEO 26
5.6. 6. Javna objava (upload) 28
5.7. 7. Off-page SEO i web marketing 29
6. Zaključak 30
7. Literatura 32
8. Popis slika 34
9. Prilozi 36
9.1. Adresa web stranice: 36
9.2. Web stranica na CD-u. 36
9.3. PDF datoteka koja sadrži Logo obrta „Umjetnički namještaj Meštrović“. 36

1. Uvod

Na početku će, zbog boljeg razumijevanja teme, prvo biti objašnjen grafički dizajn i web dizajn. O samome dizajnu je jako bitno reći kako je on interdisciplinarna djelatnost koja je posrednik između korisnika i proizvoda te između pojedinca i zajednice. Dizajn pojedincu služi kako bi se izborio za svoje mjesto u društvu te kako bi prikazao svoju osobnost i identitet naspram ostatka zajednice. S vremenom postaje nezaobilazan element kod identifikacije novih vrijednosti, proizvoda i usluga.

Uz mnoga nužna riskiranja, dizajneri moraju imati na umu da udovolje željama naručitelja, odnosno da izrade dizajn na temelju njihovih želja čak i kad sami znaju da to nije idealno rješenje. Dizajneri moraju savjetovati klijente oko dizajna ako misle da će tako finalno rješenje biti bolje i učinkovitije.

Jako je važno da razumijemo važnost grafičkog dizajna te da ga znamo prepoznati. Grafički dizajn je svuda oko nas, u trgovinama, na ulici, u školama i stanovima. Pomoću grafičkog dizajna našoj svakodnevici dajemo neku vrstu uređenja i hijerarhije, a danas je gotovo nemoguće pronaći neku stvar iza koje u nekom trenutku nije stajao grafički dizajn.

Grafički dizajn, kao sredstvo vizualne komunikacije, sve je češća pojava u modernom društvu. Da li je u pitanju objavljivanje, predstavljanje, prenošenje ili pak označavanje informacija bitno je znati da se svaka od tih radnji vrši posredstvom neke vrste grafičkog dizajna. Dobar i zanimljiv dizajn proizvoda ili usluge mora doprijeti do misli promatrača te uvelike pridonijeti poziciji samog proizvoda na tržištu.

Logo je grafički dizajnirani proizvod koji predstavlja neku tvrtku, proizvod ili uslugu. Najčešće je sastavljen od kreativno stiliziranih karakteristika i značajki tvrtke. Logo je veoma bitna stavka svakog poslovanja, njime poslovanje postaje prepoznatljivo te dobiva na vrijednosti. Logo klijenta mora potaknuti na razmišljanje, ali i samim dizajnom mora govoriti cime se tvrtka bavi. Danas je dizajniranje loga početak svakog dobrog i organiziranog poslovanja. Logo mora biti snažan i dominantan kako bi potencijalnim klijentima dao do znanja da se radi o ozbiljnoj tvrtki.

Kako sve više i više tvrtki seli svoje reklamiranje i poslovanje na internet, tako raste i potražnja za web dizajnom. Web dizajn se sastoji od nekoliko važnih, različitih ali međusobno povezanih elemenata. On nas na internetu razlikuje od ostalih. Web dizajn je kombinacija tipografije,

fotografije, videa, ilustracije i raznih grafičkih elemenata posloženih smisleno i funkcionalno kako bi korisnik imao što bolje iskustvo. Svi ti elementi spojeni su u jedno poznavanjem tehničke prirode Interneta te korištenjem HTML, CSS i JavaScript jezika. Još jedna bitna razlika između grafičkog i web dizajna je dinamička struktura web stranica i mogućnost neprestanog grananja. U web dizajnu je također bitna estetika same stranice te kreativna rješenja kojima se klijentu pruža bolje i jednostavnije iskustvo. Kod web dizajniranja vrlo bitna stavka je i ona koju krajnji korisnik ne vidi, a to je kod kojim omogućavamo stranici da radi ispravno. On mora biti uredan i što jednostavniji.

Web stranica možemomogućuje direktno praćenje u kakvom je trendu tvrtka i njeni proizvodi. Može se pratiti posječenost, vrijeme zadržavanja na stranici, koje su najposječenije stranice na sjedištu. Zbog toga su web dizajn i web stranice veoma bitne za budućnost svakog kvalitetnog poslovanja.

Također, kako bi svi mogli pristupiti web stranici s bilo kojeg uređaja, web stranica mora biti responzivna. To bi značilo da se prilagođava svim uređajima bez obzira koje su visine i širine. Pametni telefoni su sve rasprostranjeniji u svijetu te sve više i više ljudi na Internet pristupa pomoću njih. Baš iz tog razloga web stranice se prvo dizajniraju za manje uređaje odnosno pametne telefone, a tak onda za veće uređaje poput računala.

Cilj ovog završnog rada je objasniti postupak izrade loga i web stranice. Također je kroz izradu cilj objasniti nepoznate pojmove, što je grafički dizajn, a što web dizajn, koje su im razlike i što ih povezuje. Objašnjenje cijelog postupka izrade loga, od ideje do finalnog rješenja. Objasniti osnovne pojmove i karakteristike u procesu izrade web stranice te detaljno objašnjenje koraka i ostalih karakteristika potrebnih za izradu web stranice.

2. Grafički dizajn

Grafički dizajn je bilo koji vizualni medij kojemu je cilj da prenese poruku. Jedinstven i upečatljiv način da dođemo do korisnika kako bi mu prodali uslugu ili proizvod. Grafički dizajn se smatra kao kreativna, intelektualna i tehnička disciplina koja se bavi vizualnim rješenjima komunikacijskih problema. Grafički dizajn i svi grafički proizvodi veoma su nam važni zato što je to jedan od pokazatelja kvalitete i uloženog truda u svaki proizvod. Kod suvremenih društava koja su zasnovana na masovnoj proizvodnji i potrošnji te globalnoj razmjeni kapitala i rada dizajn bi se najlakše mogao definirati kao intelektualna i kreativna interdisciplinarna djelatnost koja funkcionira unutar društva koje ima potrebu materijalizirati mitove kako bi u sklopu kulturalnog sustava poticala posredovanje identiteta pojedinca u zajednici, ali i identifikaciju pojedinca sa zajednicom. [1]

Grafički dizajneri imaju veliku moć i ulogu u društvu i zajednici. Oni sudjeluju u stvaranju komunikacije, doživljaja i predmeta koji oblikuju svijet oko nas. Mogu jednostavno manipulirati s nama kroz raznorazne medije i proizvode, mogu nas diskretno i nesvjesno usmjeriti na odabir nekog od proizvoda. Oblikuju našu stvarnost te ju čine jednostavnijom. Od dobro dizajnirane tipografije koja nam olakšava čitanje pa do prometnih znakova koji nas svakodnevno vode od jednog mjesta do drugog . Može se reći da se grafički dizajneri zapravo ne bave proizvodima nego se bave utjecajem i doživljajem kojeg ti proizvodi prenose na ljude. „Zadatak grafičkog dizajnera je proslijediti pravi odgovor na probleme vizualnih komunikacija u svakoj vrsti ili svakom dijelu društva.“ [1]

Tvrtka koja ima dobro i pametno dizajnirani logo bit će na tržištu uvijek u prednosti naspram konkurencije, kojoj je kvaliteta samog proizvoda jednaka pa čak možda i veća, a koja ne brine toliko o stvaranju brenda i vizualnog identiteta. Ima i važnu kulturnu i socijalnu ulogu, postavlja granicu između vizualno prihvatljivog i neprihvatljivog, tjera nas na razmišljanje i komunikaciju te nam pruža da dizajnom rješavamo različite vizualne probleme s kojima se svakodnevno susrećemo. „Danas kada smo okruženi proizvodima grafičkog dizajna, dizajneri imaju mogućnost doprijeti do masa, fokusirati pažnju javnosti, utjecati na stavove, a u konačnici i širiti vizualnu kulturu.“ [2]

2.1. Logo

Kako je već i ranije rečeno, logo je grafički dizajnirani proizvod koji predstavlja neku tvrtku, proizvod ili uslugu. On je neophodan ako želite stvoriti snažan imidž tvrtke ili proizvoda. Kvalitetan i kreativan logo stvara kod klijenta povjerenje prema tvrtki te dojam profesionalnosti i uhodanosti.

Proces izrade loga počinje definiranjem glavnih karakteristika tvrtke, nazivom same tvrtke, što tvrtka nudi ili prodaje te kako je proizvod proizveden. Sve te karakteristike se tada moraju na jednostavan, ali opet kreativan način stilizirati u jednu smislenu i snažnu cjelinu. Kada govorimo o logu, on se sastoji od logotipa (znak s tipografijom), znaka (prepoznatljiva ikona tvrtke) i slogana. Rade se ideje i skice sve dok klijent nije u potpunosti zadovoljan dizajnom i porukom koju bi svaki logo morao prenositi. [3]

Kada se govori o identitetu, misli se na logo i boje koje tvrtka koristi u poslovanju i marketingu. Zbog toga web sjedište mora sadržavati logo ili ime tvrtke koje je pozicionirano na vrhu svake stranice. Po tome na Internetu prepoznajemo stranice koje pripadaju jednome sjedištu. [4]

Iako je logo bitan dio identiteta brenda i tvrtke, on je ipak ima svoja ograničenja, a to su sposobnosti da izrazi emocije i u potpunosti prenese značenje. Često je nazivan i korporativnim potpisom. On može dati neke informacije o tvrtki, ali ne može u potpunosti opisati kakva je tvrtka, čime se bavi i koliko je pouzdana ili nepouzdana. [1]

2.2. Boja

Boja loga je veoma važna, njome tvrtke svojim klijentima žele prenijeti poruke poput pouzdanosti, profesionalnosti, iskrenosti i sigurnosti. Takva manipulacija gotovo je i neprepoznatljiva na prvi pogled, no veliki novac se troši na istraživanja kako pojedina boja djeluje na čovjeka te koje emocije kod njega izaziva. Svaka boja aktivira različitu grupu neurona te da svaka boja izaziva drugu emociju. Zbog toga je vrlo važno koju boju upotrijebimo za naš logo i zbog čega. Isto tako važno je da boja bude sukladna s tipom poslovanja tvrtke.

Postoji istraživačka grana koja je posvećena analiziranju emocionalne i biheviorističke efekte izazvane bojama i njihovim kombinacijama. Vlasnici web stranica i grafičkih proizvoda žele znati

koja će im boja donijeti više novca te s kojom će ostaviti bolji dojam na klijente i na samo tržište. Zbog toga je psihologija boja veliki posao koji poslodavcu može donijeti veliki profit. [4]

Boje same po sebi nisu ni dobre ni loše, ali mogu izazvati razne pozitivne i negativne reakcije kod gledatelja. Naprimjer zelena boja je boja sklada, osvježavajuća je i smirujuća, a bijela potvrdna, otvorena i čista. Žuta boja je slikovita, vedra, živahna i zabavna, a plava boja potiče osjećaj sigurnosti, vjernosti i reda, a poznato je da je koriste društvene mreže poput Facebooka i Twittera. [1]

2.3. Tipografija

Tipografija je iznimno važna kod stvaranja vizualnog identiteta tvrtke te ju ne smijemo shvaćati olako. Moramo strpljivo proučiti i odabrati prikladan font i njegov rez jer ćemo jedino tako dobiti poštovanje konkurenata na tržištu. Može se reći kako je odabir fonta znanje koje objedinjuje umjetnost i znanost. [5]

Fontove dijelimo na serifne i bez serifne. Serifni i rukopisni fontovi su prikladni za logo koji predstavlja neku kreativnu ili umjetničku tvrtku dok su bezserifni fontovi prikladni za ozbiljne tehničke i znanstvene tvrtke koje moraju davati osjećaj ozbiljnosti, sigurnosti i diskretnosti. Kod izrade logotipa vrlo je važno da svako slovo ima svoje oku ugodno mjesto te da je svaki tipografski elemenat pravilno pozicioniran. Odabir vrste slova i njihov raspored može biti jednako važan kao i odabir boja, fotografija ili grafika u procesu stvaranja.

Čak i ako razumijete sve tehničke aspekte tipografskih kategorija i ako imate pristup svim fontovima na svijetu, i dalje možete imati problema s odabirom odgovarajućeg. Razlog je taj što je biranje fontova bazirano na umjetničkom doživljaju i emocionalnim asocijacijama jednako koliko i na tehničkoj problematici. [4]

Postoje tehnička, funkcionalna i estetska pravila kada govorimo o tipografiji. Ona je spoj umjetnosti i tehnike, a to bi značilo da od tipografije može nastati umjetničko djelo ako njome rukuje prava osoba, kreativna i inovativna. [1]

3. Web i web dizajn

3.1. Web

Internet je javno dostupna globalna paketna podatkovna mreža koja koristi TCP/IP protokol za povezivanje računala i računalnih mreža cijelog svijeta. Sastavljena je od velikog broja računala i računalnih mreža koje međusobno komuniciraju i dijele podatke.

Sastoji se od nebrojivo velikog broja kućnih, akademskih, poslovnih i državnih mreža kojima je glavni cilj lakša komunikacija i razmjena podataka. Danas je internet glavni medij na području komunikacije, informiranja, zabave i trgovine, a iz tog razloga Internet se neprestano širi i nadograđuje kako bi iskustvo korištenja bilo što kvalitetnije i učinkovitije. [6] [7]

WWW je najpoznatija i najrasprostranjenija usluga na Internetu. Ona nam omogućava „surfanje“ Internetom, odnosno dohvaćanje hipertekstualnih dokumenata pomoću HTTP protokola. Ti dokumenti mogu sadržavati slike, video, tekst i ostali multimedijalni sadržaj, a zajedno su povezani hipervezama. [8]

„Nijedan servis internet nije uspio da preuzme i u potpunosti odredi novi medij kao što je to uspjelo mrežnom servisu interneta. Slobodna razmjena ideja i informacija bila je osnovni alat širenja mreže, ali i njegova poticajna formula razvoja. Upravo je pojava i brzina primjene mrežne tehnologije potvrdila masovnu društvenu potrebu za novim oblikom razmjene informacija, ali i omogućila bolje razumijevanje nove medijske tehnologije interneta.“ [8]

3.1.1. Povijest weba

Sve je počelo 1969. godine u vrijeme Hladnog rata između Sjedinjenih Američkih Država i Sovjetskog Saveza. Američko Ministarstvo obrane naručilo je od agencije ARPA prvu računalnu mrežu koja se zvala ARPAanet. Cilj joj je bio stvoriti mrežu umrežavanjem određenog broja računala diljem SAD-a, a najbitnije je bilo to da bi mreža trebala biti u funkciji čak i u uvjetima kada dio mrežne strukture bude uništen. [9] [10]

Prva razmjena informacija dogodila se na UCLA-u 02. rujna 1969. godine kada su dva računala razmijenila besmislenu poruku. Dana 29. listopada iste godine poslana je prva poruka između

Centra za istraživanje mrežnih tehnologija Sveučilišta Los Angeles i Istraživačkog centra Sveučilišta Stanford, a zbog toga se taj dan naziva kao rođenje Interneta. Do 5. prosinca 1969. godine spojili su se Sveučilišta Los Angeles u Kaliforniji (UCLA), Sveučilišta Stanford, Sveučilište Utah, i Kalifornijsko sveučilište iz Santa Barbare. To je bila prva mreža s četiri čvora. Elektronička pošta predstavljena je 1972. godine od strane Raya Tomlinsona. Godine 1973. na ARPAnet se spajaju Londonsko Sveučilište i Norveška Kraljevska Radarska institucija. Tim pothvatom mreža postaje internacionalna.

Zbog teško pamtljivih adresa sastavljenih od brojeva 1983. godine uvodi se sustav koji zovemo DNS. On te teško pamtljive brojeve pretvara u sustav prepoznatljivih domena poput .com, .hr, .net, .org i .int. To je uveliko olakšalo korištenje mreže. Do 1987. godine Internet se sastojao od preko 20.000 hosting lokacija, a 1990. ARPAnet je ugašen te od tada više ne postoji. [9] [11]

Jedan od najbitnijih događaja za Internet se dogodio 1990. godine kada je Tim Berners Lee stvorio HTML jezik. On je još izmislio poslužiteljsku aplikaciju i HTTP protokol pomoću kojeg su klijent i poslužitelj komunicirali. Za rođenje interneta smatra se 12. ožujka 1989. kada je Tim Berners Lee objavio svoj rad u kojemu je bio opisan cijeli standard. Internet je u Hrvatskoj pokrenut u Zagrebu 17. studenog 1992. godine. [12]

3.1.2. Budućnost weba

Kada se Internet u početku gradio bio je zamišljen kao platforma za komunikaciju i razmjenu podata između sveučilišta i znanstvenih instituta. Danas se može vidjeti napredak i koliko se je proširila takva ideja. Danas gotovo svaka osoba na svijetu ima neku vrstu pristupa Internetu, a komunicirati se može s cijelim svijetom.

Dolaskom web 2.0 modela internet se značajno mijenja. Ovaj model korisnicima pruža mogućnost stvaranja i objavljivanja vlastitog sadržaja umjesto da pregledavaju samo već servirani sadržaj. Mogućnost komunikacije između korisnika i poslužitelja te korisnika i korisnika. Web 2.0 nas tjera da budemo interaktivni na Internetu te da ga svojim akcijama unaprijedimo i obogatimo. Kako vrijeme prolazi javljaju se i problemi sa 2.0 modelom. Web 2.0 nije isplativ za pružatelja usluga i ne postoji standardiziran način pretrage sadržaja iz svih web 2.0 izvora. Rješenje bi bilo kada bi se izradio sustav koji bi mogao razumjeti odnose i značenja svakog sadržaja te koji bi web

pretraživao kao bazu podataka. Još jedan problem je taj što u web 2.0 formatu svakodnevno dolazi do objavljivanja velike količine novog sadržaja, a taj format nema snagu, inteligenciju i mogućnost da shvati i pravilno klasificira sav taj sadržaj. Na neki način tražilice bi mislile umjesto nas, a nudile bi nas s unaprijed razvrstanim sadržajem. Drugim riječima, one će čitati misli i neće se više morati upisivati u tražilicu stvari koje nas zanimaju nego će nam željene informacije biti automatski sortirane i servirane.

Kako bi riješili taj problem potreban je sustav koji omogućuje umjetnu inteligenciju baziranu na samoučenju. Budućnost weba je u P2P sustavu distribuiranja upita, s takvim sustavom više ne bi bili potrebni poslužitelji nego bi svako računalo bilo inteligentna radna stanica, koja bi međusobno dijelila podatke s ostalim umreženim računalima. Takav 3.0 web mogao bi mnogo učinkovitije i kvalitetnije pružati željene informacije.

Također se tako radi na razvoju multimedijalnih mogućnosti kao što su online animacija i 3D vizualizacija. Posebna pažnja posvećena je razvoju 3D prividne i proširene stvarnosti u okviru weba, što bi omogućilo stvaranje prostornih 3D web stranica, pri čemu bi se interakcija ostvarivala govornim naredbama i snimanjem kretanja. [13]

Mnogi u budućnosti vide Internet kao oblik virtualne stvarnosti, a to bi značilo da bi postojao još jedan poseban virtualni život i svijet. „Virtualna stvarnost promijenit će samo način kako ljudi rade i tip rada koji će ljudi obavljati. Iz organizacije Internet Society upozoravaju na opasnost da cijela jedna generacija odbaci realni svijet, s prelaskom u virtualnu stvarnost u kojoj nema dodira sa stvarnošću kakvom je danas donekle poznajemo. [14]

Tim Berners Lee govori i upozorava na neku vrstu propasti interneta i njegovu disfunkcionalnu budućnost. Velika je zabrinutost zbog širenja lažnih informacija i zaštite privatnosti. Govori o tome da korisnici mreže moraju natjerati državne institucije na djelovanje. Moraju se riješiti problemi poput zlouporabe podataka, hakiranja i širenja dezinformacija. [15]

3.2. Web dizajn i neke od njegovih značajki

Web dizajn je proces izrade web mjesta pomoću opisnih i programskih jezika, fotografije, videa, tipografije i ostalih multimedijalnih elemenata. Web mjesto je naziv za skup međusobno hiperlinkovima povezanih web stranica sa zajedničkom domenom. Jezici koji su nam potrebni za

izradu web stranice su HTML, CSS, JavaScript za front-end i PHP ili neki od CMS sustava za back-end. Važno je da web stranica bude jednostavna za korištenje, no isto tako mora davati dojam profesionalizma. Mora biti izrađena po svim najnovijim standardima. Web stranica mora biti dizajnirana tako da ju je lagano i jednostavno pregledavati, ne smije biti prenatrpana i mora imati bijelog prostora koji je bitan za odmor očiju. Stranica ne smije biti preteška, a to bi značilo da fotografije i ostali multimedijalni sadržaj mora biti pospremljen u formatima poput JPEG i PNG.

Cijela web stranica mora biti responzivna kako bi joj klijenti mogli pristupiti uređajima bilo kakve širine i visine. Zbog sve većeg korištenja pametnih telefona, web dizajn se usmjerio na mobile first dizajniranje, što bi značilo da se prvo radi verzija web stranice za mobilne uređaje, a tek se onda prilagođava ostalim uređajima. [16]

Kod web dizajna postoje koraci koje je najbolje slijediti prilikom izrade web stranice. Prvi korak je planiranje, ono je vrlo važno zbog toga što tim korakom predviđamo potencijalne prepreke i probleme. Drugi korak je izrada grafičkog predloška, odnosno izrada skice osmišljenog dizajna u nekom od grafičkih alata. Kada dođemo do trećeg koraka počinjemo kodirati s HTML i CSS jezikom. U četvrtom koraku programiramo, a u petom koraku prilagođavamo web stranicu, unosimo sadržaj i radimo on-page SEO. Dolaskom do šestog koraka, web stranica je spremna za objavu, a u sedmom koraku radimo marketing i off-page SEO. [17]

3.2.1. HTML i CSS

HTML je osnovni jezik koji upotrebljavamo za izradu web stranice. HTML je zaslužan za strukturu naše web stranice, on preglednicima daje informacije o sadržaju i strukturi, a preglednici zatim od tih podataka oblikuje stranicu. Formirao ga je Timothy Berners Lee, a kako samo ime govori, HTML je jezik za označavanje hipertekstualnih dokumenata. Hipertekstualni dokumenti su dokumenti koji sadrže hiperveze koje povezuju dokument s drugim dokumentima na webu. [18]

HTML je vrlo jednostavan i pamtljiv jezik kojeg mogu naučiti svi koji žele. U HTML-u postoje elementi, atributi, vrijednosti atributa i sadržaj elementa. Svaki element može imati drugačije atribute, a samim time i njihove vrijednosti. Osnovni HTML dokument sastoji se od zaglavlja i od tijela, zaglavlje (head) nalazi se kod samog otvaranja HTML koda, a u zaglavlju se nalaze još naslov web stranice, meta tagovi itd. Tijelo HTML dokumenta (body) dolazi odmah nakon

zaglavlja, a u njega ubacujemo sve ostale elemente, atribute, vrijednosti atributa i sadržaj za dobivanje željene strukture. Elementi u HTML-u sastoje se od otvorene (<...>) i zatvorene (</...>) inačice.

index.html

```
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01//EN" "http://www.w3.org/TR/html4/strict.dtd">
<html>
  <head>
    <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
    <!-- Zaglavlje HTML dokumenta -->
    <title>
      Osnovni HTML dokument
    </title>
  </head>
  <body>
    <!-- Tijelo HTML dokumenta -->
  </body>
<html>
```

slika 3.1 Osnovni HTML dokument

HTML5 je nova verzija HTML-a, on nam daje mnogo više kvalitetnijih mogućnosti te nam nadograđuje i poboljšava stare. Donosi nove vizualne, audio i video mogućnosti za koje se mislilo da neće biti moguće napraviti koristeći samo HTML. U HTML-u5 dodani su novi elementi koji uvelike pojednostavljuju ubacivanje multimedijalnog sadržaja te manipuliranje sa samom strukturom dokumenta. Neki od novih elemenata su <audio>, <video>, <header>, <footer>, <main>, <section> i <article>. [19]

index.html

```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8">
    <!-- Zaglavlje HTML dokumenta -->
    <title>
      Osnovni HTML dokument
    </title>
  </head>
  <body>
      <!-- Tijelo HTML dokumenta -->
  </body>
</html>
```

slika 3.2 Osnovni HTML5 kod

CSS je jezik koji se rabi za opis prezentacije dokumenta napisanog pomoću HTML jezika. CSS je opisni jezik kojim dodajemo oblikovanje HTML elementima i sadržaju. Izrada web stranica je CSS-om jako pojednostavljena, a prezentacija podataka i dizajn odvojeni su od same strukture web stranice. Rezultat je puno manji i pregledniji HTML kod i lakša manipulacija s izgledom i stilom cijele stranice. Sintaksa CSS-a nije komplicirana, a sastoji se od selektora koji određuje na koji se element stilsko pravilo odnosi i deklaracije koji određuje kako će izgledati sadržaj opisan CSS-om. Deklaracija se sastoji od svojstva i vrijednosti. Kada govorimo o selektorima, moramo reći da postoje tri vrste. Prvi koristi sam naziv HTML elementa te se na njega i odnosi. Drugi je „ID“ selektor i koristi se za definiranje stila samo jednog elementa, a treći, class selektor se primjenjuje na više elemenata. Postoje tri načina spajanja CSS-a s HTML-om, a to su linijski, unutarnji i vanjski CSS. [20]

Pomoću CSS-a u potpunosti je moguće promijeniti način na koji su elementi prezentirani. Bitno je to što korisnici neće moći primijetiti radi li se o linijskom, unutarnjem ili vanjskom CSS-u . Prava razlika je u tome što vanjski CSS omogućava potpuno odvajanje stila i strukture. Ova odlika uvelike olakšava daljnje ažuriranje oblikovanja cijelog web sjedišta. [21]

index.html

```html
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8">
    <link rel="stylesheet" href="stil.css">
    <!-- Zaglavlje HTML dokumenta -->
    <title>
      Osnovni HTML dokument
    </title>
  </head>
  <body>

    <h1> Naslov dokumenta </h1>

    <p class="odlomak">Ovo je odlomak</p>

    <div id="okvir">Ovo je okvir</div>

  </body>
</html>
```

stil.css

```css
h1 {
  color: blue;
  font-size: 18px;
}

.odlomak {
  color: green;
  font-size: 14px;
}

#okvir {
  background-color: gray;
  font-size: 14px;
}
```

slika 3.3 Primjer primjene CSS selektora

Jako bitna sastavnica u web dizajnu je takozvani „model kutije“, a određuje se pomoću margina (margin), obruba (border), odmaka (padding) i samog sadržaja. Prvi dio su margine koje predstavljaju razmak između obruba elemenata. Druga sastavnica su obrubi koji predstavljaju područje između odmaka i margine. Treća sastavnica su odmaci koji predstavljaju prostor između obruba i sadržaja, a četvrta sastavnica je sam sadržaj koji dolazi unutar svega. Ova mogućnost primjenjivanja margina, obruba i odmaka na bilo koji element je jedna od glavnih prednosti CSS-a te je zbog toga toliko bolji od prijašnjih web markup-a. To je njegova snaga koja ga čini toliko privlačnim. [21]

CSS3 je nova verzija CSS-a kojoj je glavna zadaća bila spriječiti gomilanje koda za jednostavna svojstva i oblikovanja. Omogućio je Responsive Web Designe, odnosno prilagodbu cijele web stranice svim širinama ekrana pomoću „@media screen“ svojstva. Također CSS3 je u potpunosti zamijenio flash animaciju, a uz to je dodao nove module, nova svojstva i nove oznake preglednika koji služe kako bi se oblikovanja i stilovi prikazivali u svakom pregledniku na jednaki način. [22]

3.2.2. Whitespace

Za dobru i kvalitetnu web stranicu nije dovoljno samo pravilno posložiti elemente i sadržaj, stranica mora ostaviti dojam profesionalnosti i otmjenosti. Kada se dugo krećemo po web stranici i ako se počnemo gubiti ili nam postane teška za oči, to u većini slučaja znači da se nije pazilo na prazan bijeli prostor (whitespace) koji je nužan za dizajn gotovo svake web stranice. Iako se zove whitespace, on ne mora biti nužno bijele boje, može biti različitih boja pa čak i slika u pozadini. Slično kao i kod tiska bitno je ostaviti razmak oko teksta slike i ostalog sadržaja na web stranici. Omogućava web stranici da diše te daje balans i jedinstvo cijelom konceptu. [4]

3.2.3. Responzivnost

Pojavom pametnih telefona, tableta i satova došlo je do komplikacije u prikazivanju web stranica na manjim ekranima. Iz početka se je pokušalo problem riješiti posebnom izradom verzija web stranice za mobilne uređaje, tablete, satove i računala, no to nije bilo idealno i dugotrajno rješenje. Dolazilo je do problema u održavanju i ažuriranju pa se zbog toga tražilo učinkovitije rješenje. Napokon se došlo do rješenja, a ono je responzivnost. Responzivnost je svojstvo koje omogućava prilagodbu elemenata stranice ovisno o veličini ekrana na kojoj se prikazuje. Drugim riječima, stranica će, ovisno o uređaju i ekranu, uvijek izgledati kao da je rađena baš za njega. [23]

Osnovni elementi responzivnog web dizajna su fluidni grid, fleksibilne slike i media upiti. Sučelje sadržaja dijelimo na retke i stupce, oni su osnovni strukturalni elementi, a takva struktura naziva se grid. Širina njegovih stupaca i redaka mora biti definirana u postocima kako bi se prilagođavao širini svakog ekrana. [24]

3.2.4. Front-end

Front-end se odnosi na vizualni dio web stranice, odnosno sve ono što korisnik može vidjeti. To znači da se prilikom rada na front-endu koriste opisni i programski jezici poput HTML-a, CSS-a i JavaScripta. HTML je zadužen za strukturu, CSS za stil i oblikovanje, a JavaScript služi kako bi dali web stranici ponešto interakcije.

3.2.5. Back-end

Back-end se odnosi na korisniku nevidljivi dio web stranice. Za rad na Back-endu koristi se programski jezik PHP i razni CMS sustavi poput Magento sustava, WordPress i Joomla sustava. Back-end je srce svake web stranice te je u njemu sadržana sva logika web stranice.

3.2.6. SEO

Postoje dvije vrste SEO optimizacije, to su off-page i on-page SEO. On-page SEO odnosi se na upisane meta tagove u zaglavlju HTML dokumenta i na optimizaciju sadržaja prema ključnim riječima. Postoje četiri vrste meta tagova koji se koriste za on-page SEO optimizaciju, a to su: description (opis), keywords (ključne riječi), author (autor), viewport (dimenzije i skaliranje). Off-page SEO odnosi se na razvoj popularnosti web mjesta njegovim povezivanjem s ostalim popularnim web stranicama. Drugim riječima on se odnosi na marketing. [18]

3.2.7. Web hosting

Web stranica nije web stranica ako nije na webu. To znači da svaku web stranicu moramo postaviti na neko mjesto gdje će stalno biti dostupne. Da bi to omogućili moramo web stranicu staviti na poslužitelj sa stalnom povezanošću s Internetom. S obzirom na to da prosječni korisnik ne može postići takve specifikacije, postoji usluga koja se zove web hosting. To su uglavnom tvrtke koje nude mjesto za tvoju web stranicu na svojim serverima uz novčanu naknadu. Postoje shared, VPS i dedicated hostinzi. VPS i dedicated hostinzi su za profesionalne i velike web stranice koje imaju veliku posjećenost, a shared hostinzi su za amatere i prosječne korisnike. [18]

4. Izrada loga

Logo je (uz sustav boja i tipografiju) osnovni element svakog vizualnog identiteta.1

Izrada loga za obrt je veoma bitna te se ulažu veliki napori i trud u njegovu izradu. Logo je sam po sebi bitan jer od njega kreće definiranje cijelog vizualnog identiteta i brand-a obrta. Kako bi se izdizajnirao što je kvalitetniji i kreativniji logo, moraju se znati neki parametri po kojima se može orijentirati. Mora se znati čime se obrt bavi i što proizvodi, od čega proizvodi i način na koji proizvodi svoje proizvode. Te informacije i parametri su bitni kako bi se izdizajnirao odgovarajući logo, odgovarajuće boje i s odgovarajućom tipografijom.

„Vaš logo je vaš potpis, a ne autoportret.“ [1]

4.1. Logo

Prije samog procesa izrade loga za obrt Umjetnički namještaj Meštrović, moraju se odrediti neke smjernice oko kojih će logo biti dizajniran. Obrt za kojeg se logo radi bavi se izradom namještaja od drvenih bačvi pa se zbog toga odredilo da je prvi parametar bačva. Drugi parametar je prezime vlasnika obrta odnosno dio imena obrta, Meštrović, a treći parametar je bio taj da je obrt umjetničkog duha. Od ta tri parametra na papiru se skicira idejno rješenje loga, a zatim se u Affinity Designer-u stilizira i ukomponira oblik bačve sa slovom „M“ izrađenim s Pen Tool-om.

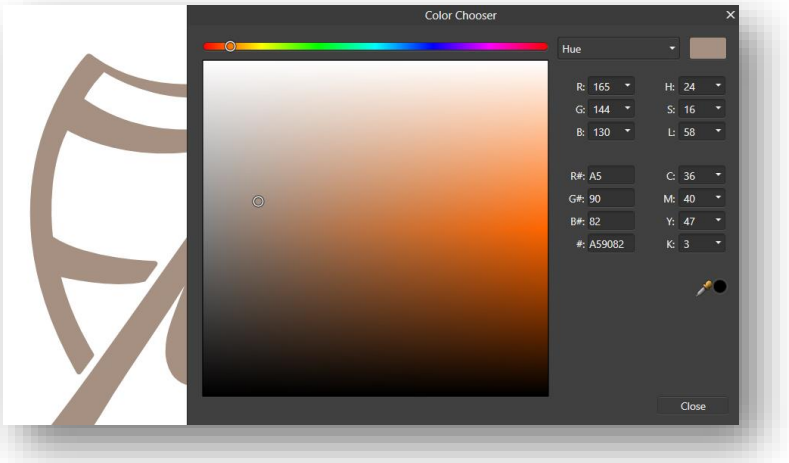
Drvena vinska bačva + umjetnički obrt + Meštrović



slika 4.1 Rad na ideji za logo

4.2. Boja

Drugi, ali jednako važan element vizualnog identiteta je sustav boja. Boja je osjećaj koji u oku izaziva svjetlost emitirana od nekog izvora ili reflektirana od površine nekog tijela. Za boju loga odabran je ton smeđe boje zbog toga što je glavni materijal u izradi proizvoda drvo, a smeđa boja je boja pouzdanosti kojom se kupcima želi pokazati da su proizvodi obrta kvalitetni i pouzdani. Također moramo napomenuti kako logo ima tri verzije boje, crnu, smeđu i bijelu ovisno o podlozi i namjeni. U RGB sustavu boja, ovaj ton smeđe boje sastoji se od rgb(165, 144, 130). Odabrana je ova nijansa smeđe zbog toga što nije napadna te se lagano može uklopiti u svaki dizajn. Samim time smeđa boja je i boja drva, a on je glavni materijal u proizvodnji ovog obrta.



slika 4.2 Odabir boje za logo



slika 4.4 Pozitiv loga



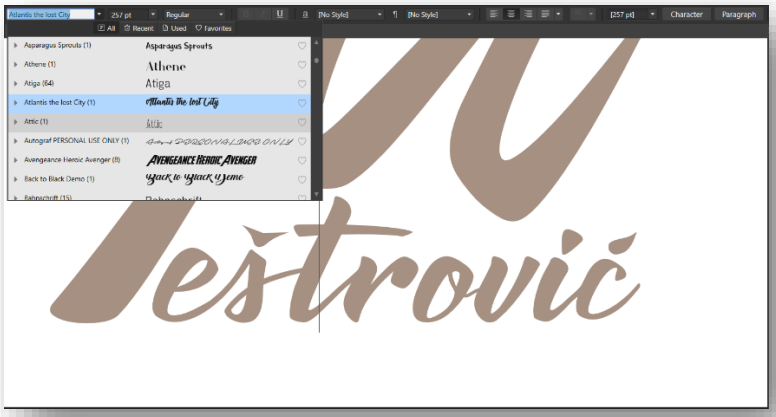
slika 4.5 Logo u smeđoj boji



slika 4.3 Negativ loga

4.3. Tipografija

Uz logo i sustav boja, tipografija je treći osnovni element vizualnog identiteta. Tipografija je spoj umjetnosti i tehnike te ima svoja tehnička, funkcionalna i estetska pravila, koja se ne moraju uvijek poštivati. Tipografija se kod izrade logotipa koristila za nastavak prezimena „eštrović“, a slovo „M“ je izrađeno Pen Tool-om. Korišten je font „Atlantis the lost City“ zbog svojih rukopisnih i umjetničkih karakteristika. Taj font je odabran zbog velike sličnosti u rukopisu Mladena Meštrovića, vlasnika obrta.



slika 4.6 Rada na logotipu



slika 4.9 Pozitiv logotipa



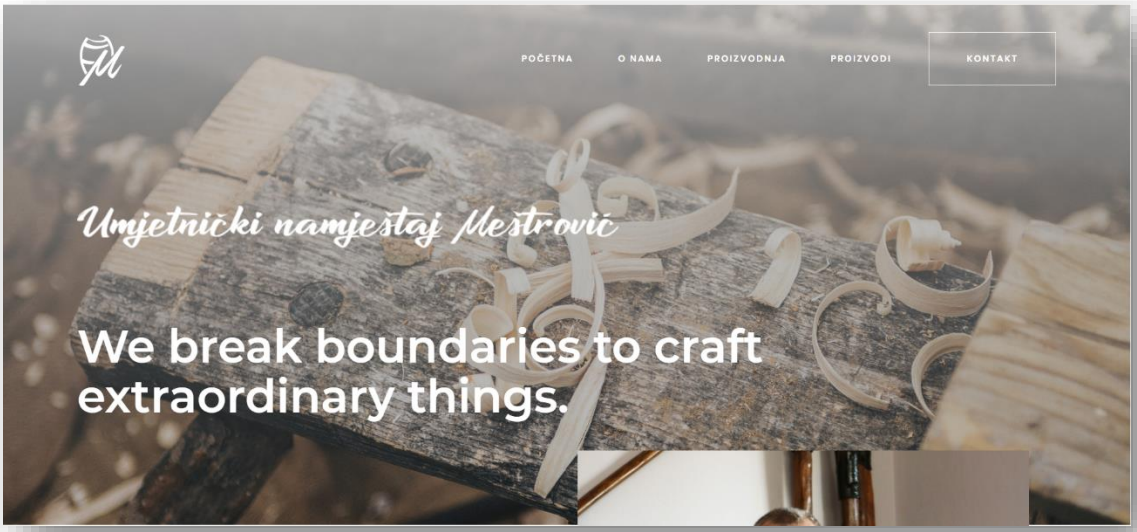
slika 4.8 Logotip u smeđoj boji



slika 4.7 Negativ loga

5. Izrada web stranice

Nakon izrade loga, kreće se u izradu web stranice. Zadaća ove web stranice je da pomogne i omogući kupcima da vide proizvod bez da dolaze osobno na adresu obrta. Također zadaća joj je da rastereti vlasnika od običnih informativnih telefonskih poziva koje svakodnevno prima. Web stranica obrta „Umjetnički namještaj Meštrović“ sastojat će se od osnovnih informacija o proizvodu i proizvodnje, galerije proizvoda i kontakt informacija. Kod izrade same web stranice pratit će se sedam osnovnih koraka za pravilnu izradu web stranice. Web stranica će biti responzivna i modernog dizajna.

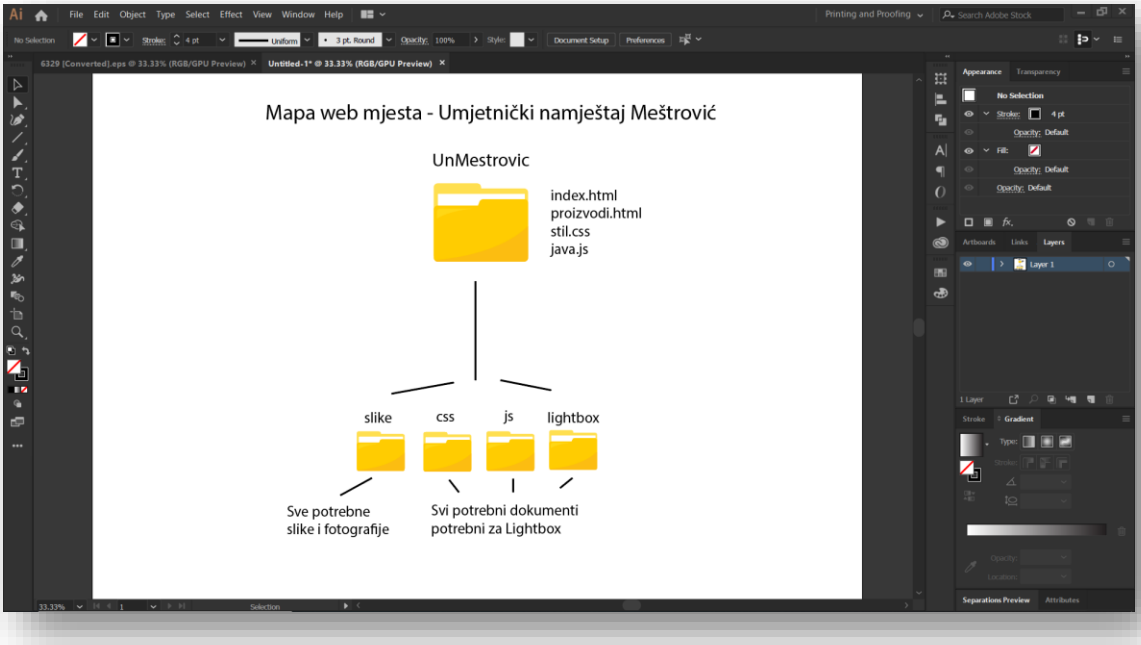


slika 5.1 Web stranica

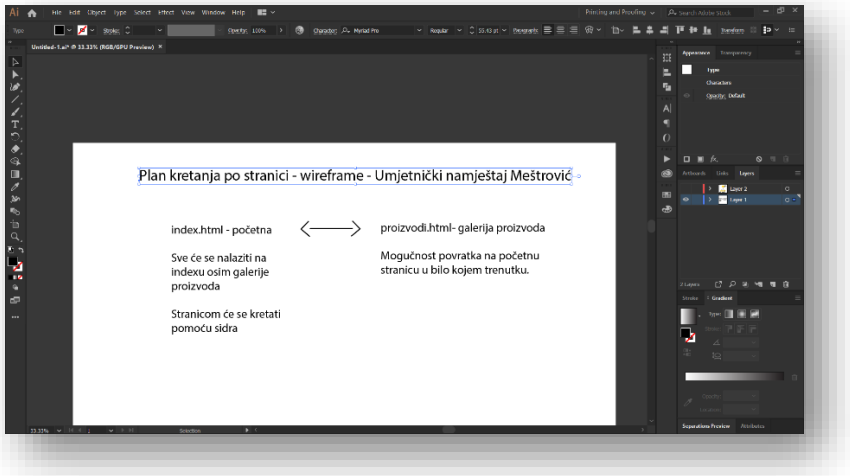
5.1. 1. Planiranje, strukturiranje i organiziranje

Ovo je prvi i najvažniji korak u procesu izrade web stranice. U ovom koraku postavljam zadane parametre koje mi je zadao vlasnik obrta „Umjetnički namještaj Meštrović“.

Zadatak je izraditi web stranicu za umjetnički obrt kojemu je ime Umjetnički namještaj Meštrović“, a bavi se izradom namještaja od drvenih vinskih bačvi. Vlasnik obrta daje tekstualni sadržaj i fotografije koje se moraju prilagoditi i umetnuti na stranicu. Za izradu ove web stranice bit će potrebno poznavanje HTML-a, CSS-a, malo JavaScripta i poznavanje rada u alatima poput Adobe Photoshopa i Adobe Illustratora. U alatu za obradu vektorske grafike (Adobe Illustrator) izrađuje se mapa web mjesta i plan kako će se klijenti kretati kroz stranicu (wireframe). Plan je da postoji početna stranica (index.html) kojom će se kretati sidrima i stranica galerije proizvoda (proizvodi.html) na kojoj će se nalaziti fotografije svih proizvedenih proizvoda. U svakom trenutku bi se moglo kretati s jedne stranice na drugu pomoću glavnog izbornika.



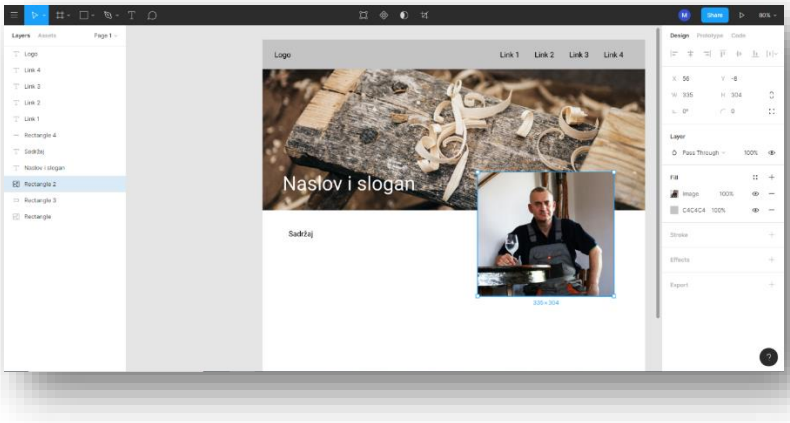
slika 5.2 Mapa web mjesta



slika 5.3 Wireframe-a

5.2. 2. Izrada grafičkog predloška

U drugom koraku, zajedno s vlasnikom izrađuje se skica, odnosno predložak web stranice. Predložak se izrađuje u web alatu koji se zove Figma. To je specijalizirani alat za izradu predložaka i skica za web dizajn. Nakon nekog vremena vlasnik obrta je zadovoljan izgledom predloška te daje zeleno svjetlo. Naravno da predložak nije strogi pravilnik u samoj izradi web stranice, nego je neka vrsta vodiča koji nas usmjerava željenom dizajnu.

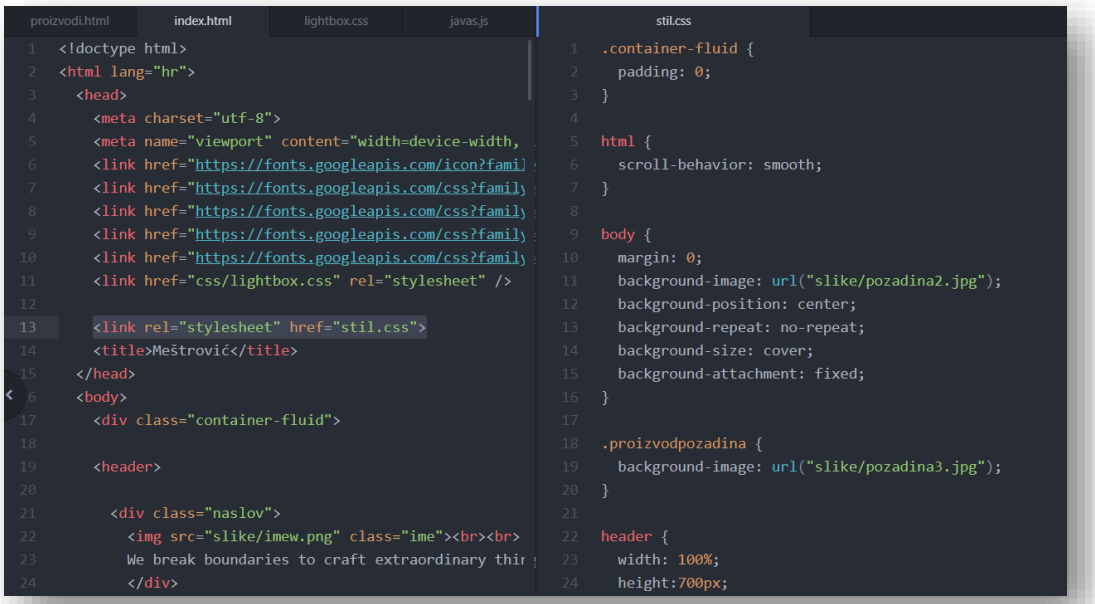


slika 5.4 Izrada skice u alatu Figma

5.3. 3. Kodiranje

Kodiranje je uz programiranje najdugotrajniji i najzahtjevniji korak u procesu izrade web stranice. Kodiranje se odnosi na proces korištenje HTML-a i CSS-a pri izradi strukture web stranice, koja se nakon toga oblikuje. HTML-om se radi struktura, odnosno redoslijed elemenata na našoj web stranici, a CSS-om oblikovanje i stilizacija sadržaja unutar elemenata. Za izradu ove web stranice koristio se HTML5 zbog bolje preglednosti i bolje hijerarhije unutar koda, dok se CSS kodirao u posebnoj datoteci koja se povezuje sa index.html-om i proizvodi.html-om. Smatra se da je CSS bolje staviti u posebnu datoteku zbog toga što nam tako HTML kod ostane čišći i pregledniji. Sve na stranici je kodirano samostalno osim Lightbox-a za fotografije. Na stranici nije korišten Bootstrap ni bilo koji drugi Component Library.

Stranica je izrađena slaganjem i ugnježđivanjem elemenata pomoću CSS selektora kao što su class, tag (ime HTML elementa) i ID. Za pozicioniranje istih korišteno je svojstvo „float“ i svojstvo „position“, a dodatno je sve prilagođeno sa svojstvom „margin“.



slika 5.5 Prikaz HTML-a i CSS-a

Sama struktura ove web stranice sastoji se od zaglavlja (<header>) u kojemu se nalaze dva izbornika, prvi je postavljen na početku web stranice, a drugi je fiksiran na vrhu ekrana te se pojavljuje i sakriva ovisno jesmo li na početku web stranice ili se nalazimo niže na web stranici. To je dobiveno kombinacijom JavaScripta i CSS-a, dok je strukturalni dio izrađen HTML-om. U zaglavlju se još nalaze dijelovi s naslovom i citatom. Drugi dio stranice je glavni dio (<main>) u kojemu se nalaze sekcije sa sadržajem. U tom dijelu web stranice nalazi se još i sakriveni obrazac koji se klikom na gumb pojavljuje i sakriva te Google karta s prikazanom adresom obrta. Zadnji dio je dno (<footer>) koje je podijeljen na četiri dijela u kojima su osnovne informacije poput kontakt podataka i podataka o suradnjama.

Izbornici stranice izrađeni su pomoću nenumeriranih lista (<ul>...) koje su zatim oblikovane i prilagođene CSS-om. Izbornik se sastoji od pet linka koji djeluju kao sidra na toj istoj stranici. Izbornik se smanjivanjem širine prozora također smanjuje i sakriva, a tada se pojavljuje gumb koji ima opciju padajućeg izbornika.



slika 5.6 Struktura web sjedišta

Unutar CSS-a stavljeni su media query-i za responzivni dizajn web stranice. Također su postavljena četiri „@media screen“ upita unutar kojih su se prilagođavali CSS stilovi ovisno o postavljenoj maksimalnoj i minimalnoj širini ekrana. Kako bi web stranica bila u potpunosti responzivna, potrebno je bilo širinu elemenata izdefinirati u postocima (pr. heder { width:100%;}).

Na slici dolje prikazan je primjer korištenja media upita za oblikovanje CSS-om ovisno o širini ekrana. Stilovi koji se nalaze unutar ovog media upita bit će primijenjeni na HTML elemente kada će širina ekrana biti manja od 800px . Isto vrijedi i za sliku ispod nje, samo je promijenjena vrijednost maksimalne širine ekrana na 350px.

```
1081  @media screen and (max-width: 800px) {
1082
1083    .naslov{
1084      top:250px;
1085      width: 70%;
1086      font-size: 6vw;
1087      left:50px;
1088    }
1089
1090    .ime {
1091      width:80%;
1092    }
1093
```

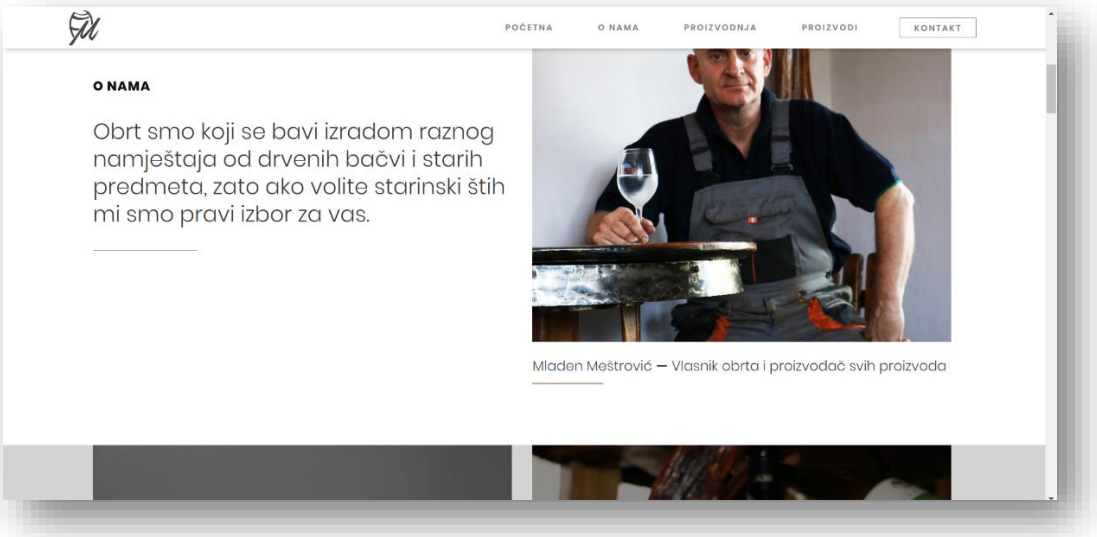
slika 5.7 CSS oblikovanje za veličinu ekrana do 800px

proizvodi.html | index.html

```
1408  @media screen and (max-width: 350px) {
1409
1410    .s7 {
1411      padding-top: 50px;
1412      height:300px;
1413      font-size: 12pt;
1414    }
1415
1416    .okvirnaslovveliki {
1417      padding: 10px 30px;
1418      font-size: 8pt;
1419
1420    }
1421
```

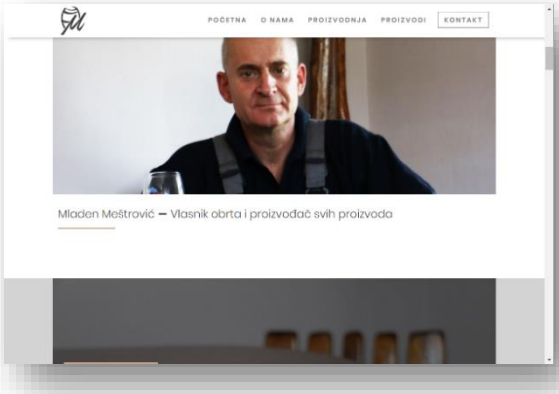
slika 5.8 CSS oblikovanje za veličinu ekrana do 350px

Na slikama ispod prikazan je izgled stranica na ekranima različite širine. Ovdje se može konkretno vidjeti koja je uloga "@media screen" opcije u CSS-u.



slika 5.9 Prikaz na računalu

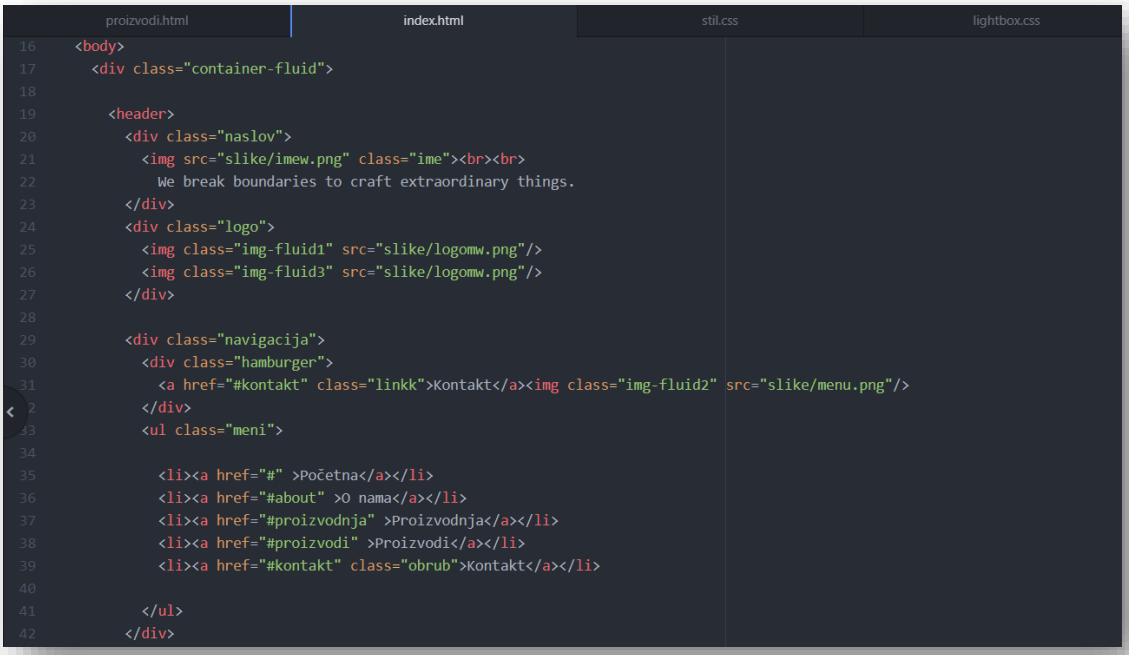




slika 5.10 Prikaz na tabletima

slika 5.11 Prikaz na pametnim telefonima

Kako ne bi došlo do grešaka ili raspada web stranice svi elementi moraju biti pravilno zatvoreni i ugniježđeni. Elementi koji su unutar nekog drugog elementa moraju biti uvučeni u desno kako bi bilo moguće raspoznati koji je od njih roditeljski te čiji stil ima prioritet.



slika 5.12 Prikaz ugnježđivanja elemenata u HTML-u

5.4. 4. Programiranje

Četvrti korak je programiranje, ono nam služi kako bi naša web stranica oživjela i postala interaktivna. Za programiranje koristimo JavaScript programski jezik, on se također može pisati unutar i izvan HTML dokumenta. Ako se piše unutar, dobro ga je staviti na kraju, prije samog zatvaranja tijela (<body>) dokumenta.

Na ovom web sjedištu sav potreban JavaScript kod smješten je upravo na dnu tijela dokumenta. U fazi programiranja izrađen je izbornik koji se pojavljuje kada se spuštamo stranicom prema

dolje, a sakriva kada se stranicom krećemo prema gore. Da budemo precizniji, izbornik se pojavi kada se stranicom spustimo prema dolje za 100px, a sakrije se kada ponovo prijeđemo tu granicu prema gore. JavaScript-om se također omogućilo obrascu da se pojavi ili sakrije pritiskom na gumb. Isto tako, na logo koji je smješten u gornji lijevi kut primijenjen je JavaScript kod koji omogućava povratak na prethodno posječeno mjesto na web sjedištu.

```
<script>
window.onscroll = function() {scrollFunction()};

function scrollFunction() {
  if (document.body.scrollTop > 100 || document.documentElement.scrollTop > 100) {
    document.getElementById("navbar").style.top = "0";
    document.getElementById("logo2").style.top = "0";
  } else {
    document.getElementById("navbar").style.top = "-150px";
    document.getElementById("logo2").style.top = "-150px";
  }
}

</script>
```

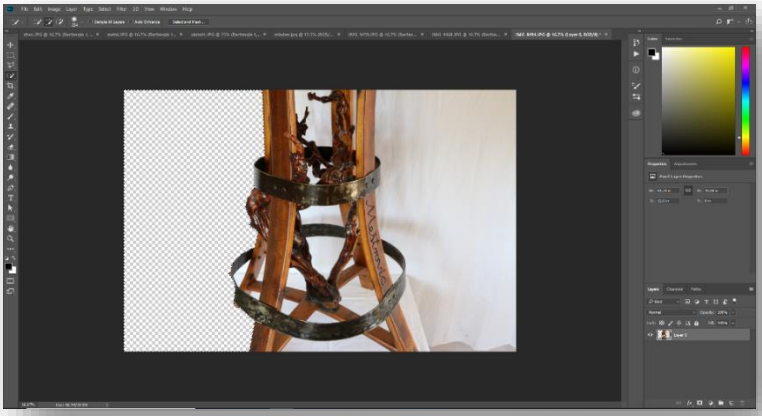
slika 5.13 Prikaz JS koda za pojavljivanje i sakrivanje izbornika

5.5. 5. Prilagodba i unos sadržaja, on-page SEO

U ovome koraku najbitnije je unijeti i prilagoditi sav sadržaj na stranici, optimizirati sadržaj web stranice prema željenim ključnim riječima te poboljšati semantiku strukturalnih HTML oznaka. Kako bi ga se moglo ubaciti, najprije se je morao prilagoditi sav dobiveni medijski i tekstualni sadržaj. To znači da je sve fotografije u Adobe Photoshop-u obilo potrebno obrezati te im po potrebi ukloniti pozadinu.

Proces odabira fotografskih, i grafičkih elemenata za web stranicu zahtjeva osnovno poznavanje principa dizajna. Bitan je položaj i orijentacija elemenata kako bi prenio željenu poruku na željeni način. [4]

Font tekstualnog sadržaja na web stranici je kombinacija Poppins-a i Montserrat-a. Oba fonta su bezserifna pa se zbog toga dobro slažu i upotpunjuju.



slika 5.14 Uklanjanje pozadine u Adobe Photoshop-u

Nakon što se u web stranicu ubaci sav potreban sadržaj, u zaglavlje dokumenta moraju se ubaciti meta tagovi poput „keywords“, „description“, „charset“, „author“ i „viewport“. Ti tagovi služe kako bi tražilice po njima mogle pronaći našu web stranicu. U ovome koraku se radi i na prilagodbi koda za jednako prikazivanje u svim preglednicima. Ispred pojedinih CSS atributa dodaju se prefiksi -webkit- (Opera, Safari, Google Chrome), -ms- (Edge, Internet Explorer) i -moz- (Mozilla Firefox).

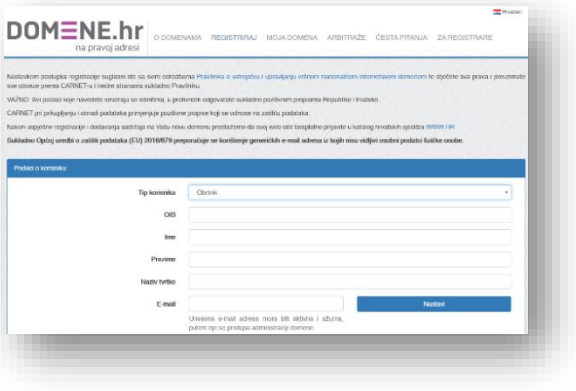
```
<meta charset="utf-8">
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, shrink-to-fit=no, user-scalable=no">
<meta name="description" content="Umjetnički obrt za izradu namještaja od drvenih vinskih bačvi">
<meta name="keywords" content="umjetnički, namještaj, garnitura, barski, klasični, drvenih, bačva, unikatan, ručni rad, drvo">
<meta name="author" content="Matija Meštrović">
```

slika 5.15 Meta tagovi na web stranici

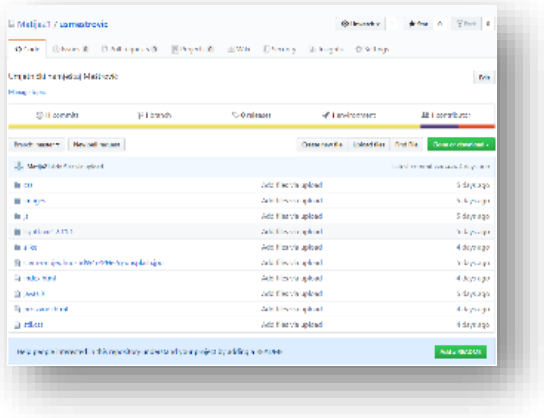
5.6. 6. Javna objava (upload)

U ovome koraku web stranicu postavljamo na web hosting. Web hosting je usluga određenih tvrtki koja omogućava smještanje web stranice na njihove vlastite servere uz određenu novčanu naknadu. Prijenos web stranice na hosting vrši se FTP protokolom pomoću FTP klijentskog programa. Budući da još nije gotova sva papirologija za otvaranje obrta, nemoguće je registrirati besplatnu .hr domenu. Zbog toga će web stranica privremeno, u svrhu završnog rada biti postavljena na GitHub-u, a na Avalonov hosting će biti postavljena kada se nabave svi podaci potrebni za registraciju besplatne .hr domene za obrtnike. Kada odabiremo hosting moramo pripaziti na njegovu uslugu i cijenu. Mora se znati koliko webova i domena može sadržati, te koliko na njemu ukupno ima prostora.

GitHub je hosting servis za Git repozitorije koji vam omogućuje korištenje svih funkcionalnosti Gita u kombinaciji sa setom drugih mogućnosti specifičnih za GitHub. [25]



slika 5.16 Stranica za registraciju .hr domene



slika 5.17 Upload stranice na GitHub

Adresa web stranice: https://matija21.github.io/usmestrovic/index.html

5.7. 7. Off-page SEO i web marketing

U ovome posljednjem koraku cilj je oglašavanje web stranice i samih proizvoda putem društvenih mreža, drugih web stranica i google reklama. Postoje white-hat i black-hat SEO tehnike.White-hat SEO tehnike su dozvoljeni načini oglašavanja, a black-hat SEO tehnike se baziraju na nedozvoljenim trikovima i propustima u algoritmima. Pošto je Google najpoznatija i najpopularnija tražilica, cilj nam je da ostvarimo što je bolju rangiranost na Google pretragama. Dok je Facebook stranica u procesu izrade, dizajnirana su dva bannera za oglašavanje na Internetu. Također je važno napomenuti kako stranicu i proizvode treba konstantno oglašavati i pratiti trendove na tržištu kako bi zadovoljili potrebe naših klijenata te kako bi podignuli i osnažili sami brand.



slika 5.18 Plakat za promociju obrta i web stranice



slika 5.19 Web banner za promociju obrta i web stranice

6. Zaključak

Grafički dizajn je široko područje te u svim poslovanjima ima neku ulogu. Gotovo je nemoguće pronaći neko poslovanje koje ne koristi ni jedan oblik grafičkog dizajna. Jedan dobar primjer je logo, on je potreban svakome poslovanju. Logo je najvažnija sastavnica vizualnog identiteta pa sam zbog toga morao dobro promisliti o cijelom dizajnu. On je prva sastavnica po kojoj nas klijent prepoznaje te po njoj dobiva prvi dojam o nama. Kako biste izradili logo morate biti kreativni i razmišljati izvan okvira, a također morate posjedovati vještine rada u alatima za grafički dizajn poput Adobe Illustrator-a i Affinity Designer-a. Što se tiče same izrade loga, ona nije toliko zahtjevna koliko je zahtjevno doći do kreativnog i inovativnog dizajna na temelju osnovnih karakteristika poslovanja.

Web dizajn je sve popularniji u svijetu i sve je više tvrtki koje sele svoja poslovanja na web. Zbog toga je važno imati web stranicu koja će pozitivno stimulirati klijenta, a samim time da se na njoj zadrži i kupi proizvod ili uslugu. Baš zbog toga, izradio sam modernu i preglednu web stranicu koja će klijentima omogućiti ugodno korisničko iskustvo. Kako bi izradili web stranicu koja će biti u trendu i koja će doprinijeti poslovanju tvrtke, potrebno vam je poznavanje HTML-a, CSS-a i JavaScript-a.

Smatram da će izrađeni logo i web stranica obogatiti i unaprijediti poslovanje obrta „Umjetnički namještaj Meštrović“ te da će povećati njegovu proizvodnju i prodaju. Također smatram da će mu isti pomoći zauzeti svoje mjesto na hrvatskom tržištu, a ujedno otvoriti vrata ka tržištima drugih zemalja.

Cijeli proces izrade ovog završnog rada dao mi je širu sliku o grafičkom i web dizajnu. Isto tako uvelike mi je pomogao u kreativnom razmišljanju i logičkom zaključivanju. Mnogo toga sam naučio i siguran sam da će svaki moj idući rad biti kvalitetniji i kreativniji u svakom pogledu.

Datum, mjesto	Potpis studenta

Sveučilište
Sjever

SVEUČILIŠTE
SJEVER

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, _____MATIJA MEŠTROVIĆ_____ *(ime i prezime)* pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog rada pod naslovom ___Logo i web stranica tvrtke__ *(upisati naslov)* te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Matija Meštrović
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnost i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, __ MATIJA MEŠTROVIĆ ___ *(ime i prezime)* neopozivo izjavljujem da sam suglasan s javnom objavom završnog rada pod naslovom ___Logo i web stranica tvrtke ____ *(upisati naslov)* čiji sam autor.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Matija Meštrović
(vlastoručni potpis)

7. Literatura

[1] M. Tomiša, M. Milković: Grafički dizajn i komunikacija, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin, 2013.

[2] http://dizajn.hr/blog/graficki-dizajn/,pritupljeno 15.09.2019.

[3] https://neladunato.com.hr/clanci/brend-logo-vizualni-identitet/, pritupljeno 15.09.2019.

[4] Jason Beaird: The principles of Beautiful Web Design, SitePoint Pty. Ltd., 2010.

[5] https://www.printera.hr/tipografija-je-poput-mode-2/, pritupljeno 15.09.2019.

[6] http://www.oblakznanja.com/2011/07/sto-je-internet/, pritupljeno 15.09.2019.

[7] https://www.eurokomunikacije.com/sto-je-internet/, pritupljeno 15.09.2019.

[8] https://sites.google.com/site/internet87i8958/home/sto-je-www-world-wide-web, pritupljeno 15.09.2019.

[9] https://moodle.srce.hr/2018-2019/pluginfile.php/2042891/mod_resource/content/1/01_WD_Povijest_weba.pdf, pritupljeno 15.09.2019.

[10] https://tesla.carnet.hr/mod/book/view.php?id=5428&chapterid=883, pritupljeno 15.09.2019.

[11] https://sites.google.com/site/sveointernetu/home/povijest-interneta, pritupljeno 16.09.2019.

[12] http://www.kartografija.hr/old_hkd/obrazovanje/diplomski/popovic/2.htm, pritupljeno 16.09.2019.

[13] https://moodle.srce.hr/2018-2019/pluginfile.php/2125744/mod_resource/content/1/12_WD_Buducnost_weba.pdf, pritupljeno 16.09.2019.

[14] https://www.ictbusiness.info/internet/buducnost-weba-lezi-u-kontekstu, pritupljeno 16.09.2019.

[15] http://balkans.aljazeera.net/vijesti/tvorac-interneta-sprijeciti-disfunkcionalnu-buducnost-weba, pritupljeno 16.09.2019.

[16] Brian Fling: Mobile Design and Development, Brian Fling, 2009.

[17] https://moodle.srce.hr/2018-2019/pluginfile.php/2007206/mod_resource/content/1/WD1819_Osnovni_pojmovi.pdf, pritupljeno 17.09.2019.

[18] https://tesla.carnet.hr/mod/book/view.php?id=5430&chapterid=885, pritupljeno 17.09.2019.

[19] http://www.webtech.com.hr/html5.php, pritupljeno 17.09.2019.

[20] http://www.webtech.com.hr/css.php, pritupljeno 17.09.2019.

[21] Eric A. Mayer: CSS: The Definitive Guide, Third Edition, O'Relly Media Inc., 2007.

[22] http://www.webtech.com.hr/css3.php, pritupljeno 18.09.2019.

[23] https://www.virtualna-tvornica.com/responzivnost/, pritupljeno 18.09.2019.

[24] https://moodle.srce.hr/2018-2019/pluginfile.php/2125739/mod_resource/content/1/07_WD_Responzivni_web_dizajn.pdf, pritupljeno 18.09.2019.

[25] https://www.linuxzasve.com/uvod-u-github, pritupljeno 18.09.2019.

8. Popis slika

slika 3.1 Osnovni HTML dokument 10
slika 3.2 Osnovni HTML5 kod 11
slika 3.3 Primjer primjene CSS selektora..... 12
slika 4.1 Rad na ideji za logo 15
slika 4.2 Odabir boje za logo..... 16
slika 4.3 Negativ loga..... 16
slika 4.4 Pozitiv loga 16
slika 4.5 Logo u smeđoj boji 16
slika 4.6 Rada na logotipu 17
slika 4.7 Negativ loga..... 17
slika 4.8 Logotip u smeđoj boji..... 17
slika 4.9 Pozitiv logotipa..... 17
slika 5.1 Web stranica 18
slika 5.2 Mapa web mjesta 19
slika 5.3 Wireframe..... 20
slika 5.4 Izrada skice u alatu Figma 20
slika 5.5 Prikaz HTML-a i CSS-a 21
slika 5.6 Struktura web sjedišta..... 22
slika 5.7 CSS oblikovanje za veličinu ekrana do 800px 23
slika 5.8 CSS oblikovanje za veličinu ekrana do 350px 23
slika 5.9 Prikaz na računalu..... 24
slika 5.10 Prikaz na tabletima 24
slika 5.11 Prikaz na pametnim telefonima 24
slika 5.12 Prikaz ugnježđivanja elemenata u HTML-u..... 25
slika 5.13 Prikaz JS koda za pojavljivanje i sakrivanje izbornika 26
slika 5.14 Uklanjanje pozadine u Adobe Photoshop-u 27
slika 5.15 Meta tagovi na web stranici..... 27
slika 5.16 Stranica za registraciju .hr domene..... 28

slika 5.17 Upload stranice na GitHub 28
slika 5.18 Plakat za promociju obrta i web stranice 29
slika 5.19 Web banner za promociju obrta i web stranice 29

9. Prilozi

9.1. Adresa web stranice:

https://matija21.github.io/usmestrovic/index.html

9.2. Web stranica na CD-u.

9.3. PDF datoteka koja sadrži Logo obrta „Umjetnički namještaj Meštrović“.








estrović


estrović


estrović