

## Navigacija u okviru Web sajta

## Navigacija u okviru Web sajta

- ❑ Posetioци se služe navigacijom da bi se kretali kroz informaciони prostor
- ❑ Navigacija na Webu – treba da pomogne korisnicima da shvate gde se nalaze, da odluče kuda da idu i da nauče kako da stignu na drugo mesto.
- ❑ Pri navigaciji ljudi obično pitaju sledeće:
  - ❖ Gde se nalazim?
  - ❖ Kuda mogu da idem?
  - ❖ Kako da stignem tamo gde sam naumio?
- ❑ Oni mogu da postavе i dodatna pitanja ukoliko se npr. izgube:
  - ❖ Da li sam ovde već bio?
  - ❖ Kako da stignem do mesta na kome sam već bio?
- ❑ Na Webu se na njih često ne može ni približno odgovoriti.

## Navigacija u okviru Web sajta

10 principa dobre navigacije (Fleming 1998):

- ❖ Jednostavnost za korisnika
- ❖ Konzistentnost
- ❖ Mogućnost povratka
- ❖ Jasnost pozicije
- ❖ Alternativne mogućnosti
- ❖ Ekonomičan odnos aktivnosti i vremena
- ❖ Jasne vizuelne poruke
- ❖ Jasne i razumljive labele
- ❖ Navigacija mora da odgovara svrsi sajta
- ❖ Podrška ciljevima i ponašanju korisnika

3<sub>3</sub>

## Tačan položaj na Webu: URL adresa

- ❑ Lokacija na Web-u definiše se **URL adresom** (jedinstvenom oznakom lokacije resursa – engl. **Universal Resource Locator**)
- ❑ Primer URL -  
`http://www.democompany.com/products/trainer.htm`
- ❑ Korisnik možda neće razumeti, niti umeti da je iskoristi
- ❑ Na osnovu URL-a teško se mogu proceniti odnosi sa ostalim stranama, kako unutar, tako i van Web lokacije
- ❑ Korisnici iz URL-ova prikupljaju podatke o fizičkoj lokaciji, imenu servera i možda o direktorijumu ili imenu dokumenta – ali **ne i gde se nalaze**
- ❑ Za lakšu navigaciju potrebne su **jednostavne URL adrese** koje se lako pamte

4<sub>4</sub>

## Oznake strana i lokacija

- ❑ Oznaka – obično na vrhu strane (gornji levi ugao) – treba da bude naglašena i da se razlikuje od sistema za navigaciju ili sadržaja
- ❑ Pravilo: Širom lokacije razmestiti oznake - ime ili logotip, koje će korisnika, kada ih pritisne mišem vratiti na matičnu stranu.
- ❑ Pravilo: Na svim stranama lokacije oznaka mora dosledno da se primenjuje.



Tipično Web označavanje

Označavanje prema pravilima grafičkog korisničkog interfejsa

5<sub>5</sub>

## Primer označavanja strane

Oznaka lokacije

Trenutni položaj (URL)

Merač dubine

Trenutni položaj označen bledom bojom

Poruka o statusnoj liniji

Eksplicitne oznake strana (natpisi)

6<sub>6</sub>

## Oznake strana i lokacija

- Dugme koje je trenutno pritisnuto (pozicija korisnika) – drugačije stilizovano – isključeno iz izbora



7<sub>7</sub>

## Merač dubine

- Napredniji način označavanja strana daje više obaveštenja o lokaciji:

- ❖ merač dubine pokazuje dubinu do koje je na lokaciji korisnik dospeo (ili put koji je prošao po stablu od korena do lista)

**EUROPA > EU Bookshop > Site map**

You are in > OECD Bookshop > Bestsellers

[Home](#) > [Subject](#) > [Category](#) > **This Page**

8<sub>8</sub>

## Već posećene lokacije

- ❑ Za korisnike je **važno da se promeni boja veze koju su koristili** – da bi znali da li su već posetili neku stranu ili vezu.
- ❑ Uobičajeno je da su neiskorišćene veze plave, a one korišćene ljubičaste.

On Agate Hill(Hardcover (Cloth))

by Smith, Lee



List Price: \$24.95  
Our Price: \$22.45  
You Save: \$2.50 ( 10%)  
Availability: Usually Ships in 1-5 days

ADD TO SHOPPING CART



9

## Već posećene lokacije - ljubičaste

Google bookshop

Интернет

[The Internet Bookshop](#)  
www.bookshop.co.uk - [Contact Us](#)

[Blackwell Online](#)  
Choose from over 3 million titles or browse the latest selections of 900 titles our expert booksellers. Plus, receive Free UK Postage on all orders of £20 ...  
bookshop.blackwell.co.uk - 20 445 3337 - [Contact Us](#)

[Foyles Bookshop - Home Page](#)  
Online version of the famous London's bookshop with news, features, latest recommended fiction and non-fiction titles.  
www.foyles.co.uk - 454 - 20 440 3007 - [Contact Us](#) - [Contact Us](#)

[The Co-op Online Bookshop - \[books\]\(#\), \[books\]\(#\), \[course notes\]\(#\), \[study...\]\(#\)](#)  
The Co-op Bookshop is a great source for books, textbooks, study guides, course notes, educational books and software.  
www.coop-bookshop.com.au - 26 - [Contact Us](#) - [Contact Us](#)

[WHSmith.co.uk Books](#)  
Over 7 million books with special offers on new releases, pre-orders, bestsellers, fiction, children's, crime, education, travel, biography and audio.  
www.whsmith.co.uk/whs/whs.asp?Menu=Books&popular=books&format=135 - 135 - [Contact Us](#) - [Contact Us](#)

[Guardian Unlimited Books | Bookshop | Home](#)  
Keyword search - Search Advanced search Browse categories - Select a category, Academic, Art & Architecture, Audio, Biography, Business & Law ...  
www.guardianbookshop.co.uk - 26 - [Contact Us](#) - [Contact Us](#)

10

## Postavljanje sistema navigacije

- Navigacioni elementi mogu biti postavljeni:
  - ❖ Pri vrhu strane
  - ❖ Pri dnu strane
  - ❖ Uz levu/desnu ivicu strane
  - ❖ U centru strane

11.

## Navigacioni elementi pri vrhu strane

- Uobičajeni način pregledanja sadržaja Web strane: odozgo na dole i sleva na desno.
- **Loša strana:** prilikom pomeranja strane naniže, navigacioni elementi u njenom vrhu nestaju sa ekrana.
- Rešenja su:
  - ❖ **fiksiranje navigacionih elemenata** uz gornju ivicu ekrana
    - ◆ pomoću okvira – što prouzrokuje probleme u pogledu upotrebljivosti
    - ◆ pomoću palete za navigaciju koja će plutati uz gornju ivicu ekrana
  - ❖ korišćenje veze “na početak”

12.

## Korišćenje veze “na početak”

- ❑ Veza ka vrhu koja korisnika vraća na početak strane – gde je smešten sistem za navigaciju
- ❑ Korisnik je već bio na početku ili je zapamtio da se navigaciona traka tamo nalazi



13

## Navigacioni elementi pri vrhu strane



14

## Tekstualne veze pri dnu strane

- ❑ Tekstualne veze koje odgovaraju vezama pri njihovom vrhu
- ❑ Odvajaju se uglastim zgradama, uspravnim linijama ili tačkama
- ❑ **Stil lokacije** kojim se veze pri vrhu strane imitiraju vezama pri dnu zove se **dizajn zaglavlje/podnožje**

[Vereinigte Staaten von Amerika](#) | [Großbritannien](#) | [Frankreich](#) | [Japan](#) | [Österreich](#) | [Kanada](#) | [China](#)

[Overview](#) | [Chapters](#) | [Examples](#) | [Resources](#) | [Buy the Book](#)

[about](#) • [website awards](#) • [enter your site](#) • [press](#) • [sponsors & partners](#)  
[the academe](#) • [contact us](#) • [privacy policy](#) • [FAQ](#)

15

The screenshot shows a web browser window displaying a page titled "Web Design: Overview: How To Buy". The page features a navigation menu at the top with links for "OVERVIEW", "CHAPTERS", "EXAMPLES", and "RESOURCES". The main content area is titled "OVERVIEW" and includes a section for "How To Buy" with text about purchasing the book. A sidebar on the right contains "Add to Shopping Cart" and "New Technologies & Books" sections. At the bottom of the page, there is a navigation menu with links for "Overview", "Chapters", "Examples", "Resources", and "Buy the Book".

Postavljanje navigacionih veza na dno strane u tekstualnoj varijanti



## Navigacioni elementi pri dnu strane

- ❑ Postavljanje primarnih elemenata navigacije na dno **nije preporučljivo**.
- ❑ Ovo područje treba rezervirati za sekundarni ili **pomoćni sistem navigacije**

17<sub>7</sub>

## Navigacioni elementi uz levu ivicu strane

- ❑ Veoma često mesto postavljanja navigacionih elemenata – jer čitaoci počinju pregled informacija s leve strane.
- ❑ **Mane:**
  - ❖ elementi za navigaciju mogu da remete sadržaj ili da **smanje prostor** koji mu je na raspolaganju,
  - ❖ izvesna prepreka koju korisnik mora da preskoči da bi došao do sadržaja – može da ga ometa, ali i da mu u pozitivnom smislu ukaže na granicu strane,
  - ❖ margina uz levu ivicu koje inače ne bi bilo.

18<sub>8</sub>

## Navigacioni elementi uz levu ivicu strane

Sistem navigacije postavljen uz levu ivicu traži da se naprave margine za sadržaj

Izdvajanje elemenata za navigaciju od sadržaja bojama, pozadinom i stilom

19

## Navigacioni elementi uz desnu ivicu strane

- ❑ **Prednosti:**
  - ❖ Sistem navigacije uz desnu ivicu strane – ne ometa sadržaj koji se može odmah čitati.
  - ❖ Dugmad za navigaciju nalaze se blizu trake za pomeranje sadržaja – korisnika poštedeti suvišnog rada mišem.
- ❑ **Značajne mane:**
  - ❖ Gde se tačno nalazi desna ivica?
  - ❖ U zavisnosti od korisnikovog monitora i veličine prozora čitača, širina korisnog prostora može znatno da varira.
  - ❖ Povećava rastojanje između dugmadi navigacije i dugmeta *Back*.
- ❑ **Predlog:** Izbegavati primarni (osnovni) sistem navigacije postavljen na desnu stranu.

## Navigacioni elementi uz desnu ivicu strane

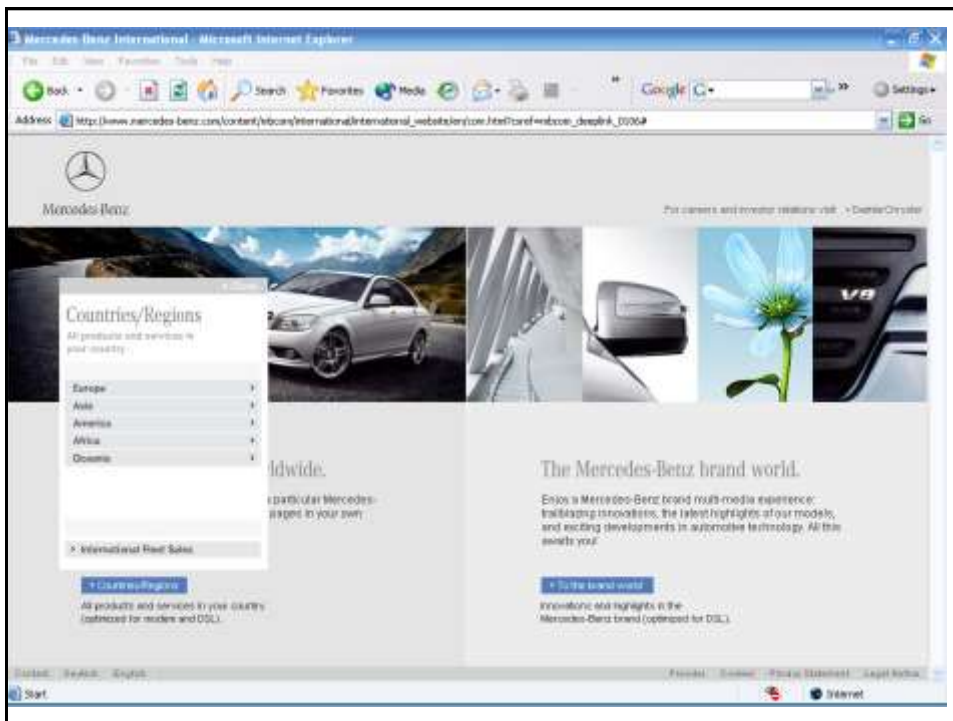
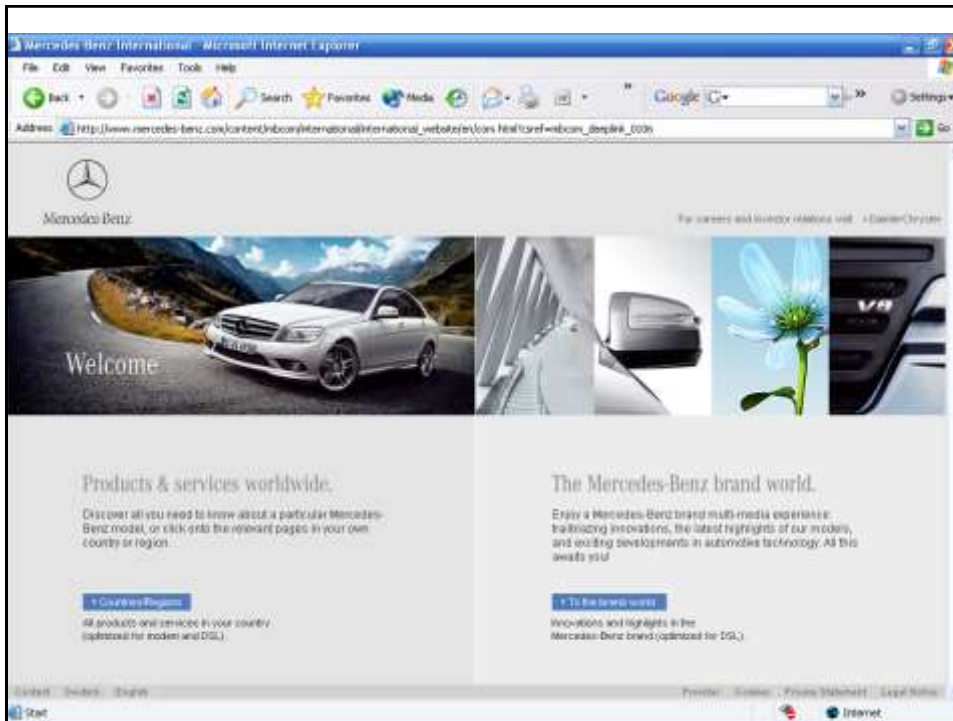


21

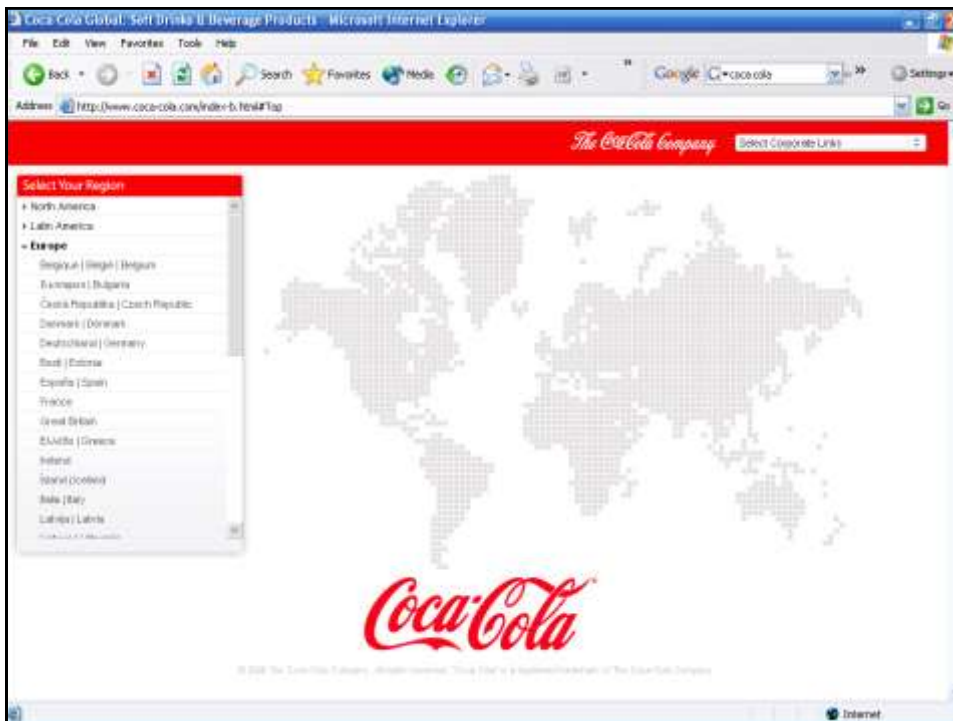
## Navigacioni elementi u centralnom području

- Elementi navigacije postavljaju se **u centar prozora samo na matičnoj strani.**
- Glavna namena matične strane
  - ❖ pomoć korisniku pri odluci kuda da ide.
- Rešenje treba da bude originalno
  - ❖ da učini matičnu stranu drugačijom od drugih.

22







## Doslednost navigacije

- ❑ Mesto sistema za navigaciju unutar organizacije strane treba da se dosledno održi na celoj lokaciji.
- ❑ Navigacija se mora sprovesti dosledno u pogledu položaja, redosleda i sadržine.

About News Jobs Intranet

Products News Jobs Intranet

About Product Jobs News

About Press News Jobs Intranet

About Products News Jobs Intranet

**Meni sa opcijama koje se menjaju može da zbuni korisnika – loše rešenje!**

## Značenje navigacije prema položaju na ekranu

Primarni sistem navigacije i oznaka lokacije na vrhu



Sekundarni sistem navigacije ili navigacija po odeljcima uz levu ivicu

Rezervni sistem navigacije i dodatna obaveštenja o strani i lokaciji pri dnu

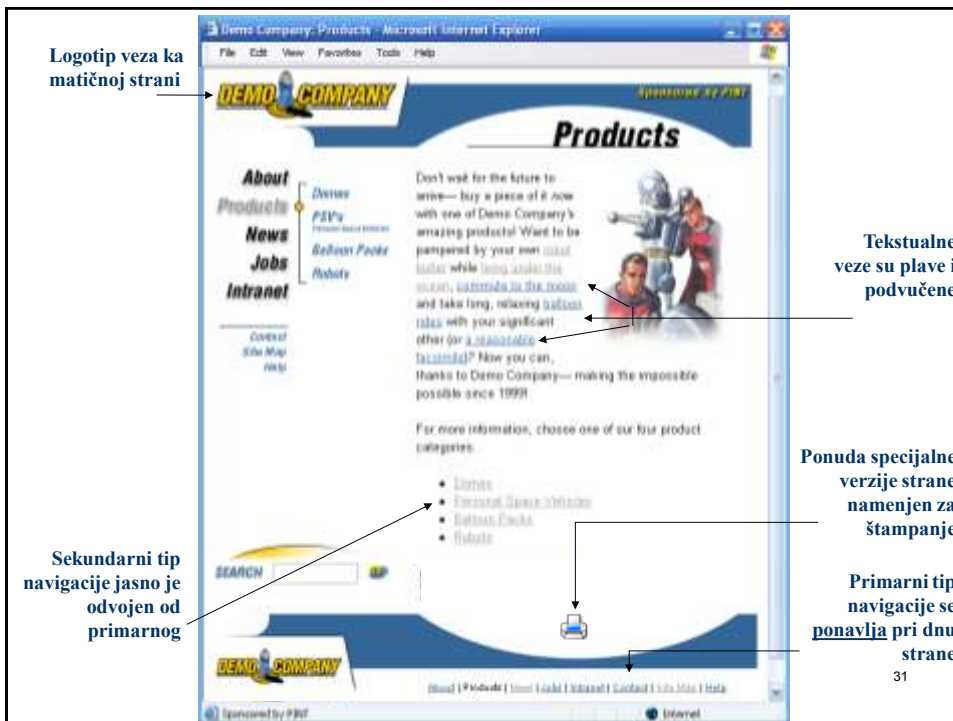
29

## Pravila na Webu

Konvencije koje su uvele izuzetno posećene lokacije:

Pravilo
Logotip u gornjem levom uglu signalizira povratak na matičnu stranu
Tekstualno prikazane veze se ponavljaju pri dnu strane
Korišćenje interne veze Back-to-top (ka početku strane) na dugačkim stranama
Posebni oblici štampanja na stranama koje se često štampaju - najčešće lokacije koje distribuiraju veliku količinu sadržaja (ogoljeni HTML ili .PDF format)
Elementi koji se mogu pritiskati – linkovi su plavi i podvučeni

30



# Web strane i organizacija sadržaja



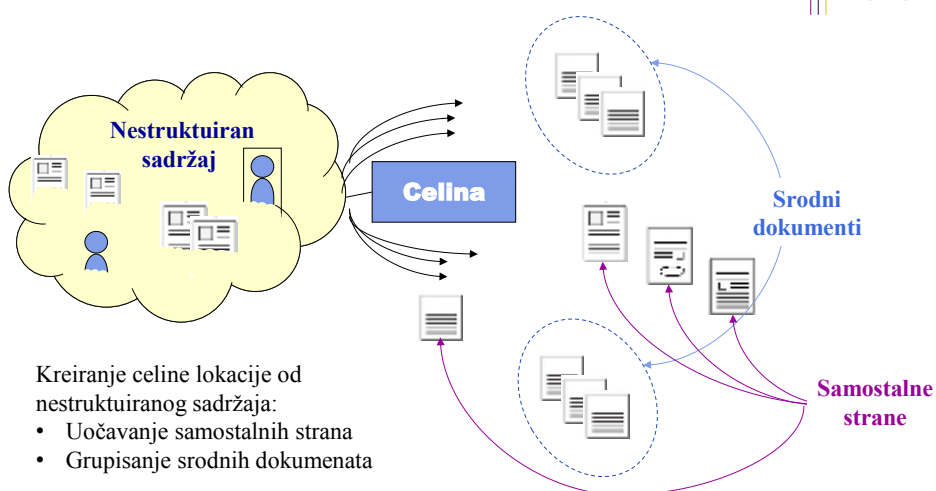
## Definicija Web strane



- ❑ **Strana** - osnovni element Web lokacije
- ❑ Osobine strana razlikuju se od jedne do druge lokacije, pa i na istoj lokaciji
- ❑ U najjednostavnijem smislu – **strana je ono što se pojavljuje u prozoru čitača**
- ❑ Svrha organizovanja Web lokacija
  - ❖ raspoređivanje određenog celovitog sadržaja na više međusobno povezanih strana koje će korisnik lako usvojiti

33

## Raspoređivanje celovitog sadržaja



- Kreiranje celine lokacije od nestruktuiranog sadržaja:
- Uočavanje samostalnih strana
  - Grupisanje srodnih dokumenata

34

## Veličina strane



- ❑ Na Webu ne postoji standard za veličinu strane
- ❑ Kao i u štampi – osnovno pitanje je da li format strane odgovara sadržaju
- ❑ Fiksna veličina strane – nesumnjive prednosti:
  - ❖ Prilikom deljenja informacija
  - ❖ Fizičke granice za ono što se postavlja na stranu
  - ❖ Poboljšava čitljivost – korisnik unapred zna koliko sadržaja očekuje kada pogleda stranu
  - ❖ Strana se može odštampati ili poslati e-poštom na predvidiv način

35

## Uobičajene ekranske rezolucije



Rezolucija	Uređaj
Veoma varira: od 3 reda sa po 12 znakova pa do 310 × 100 tačaka	<b>Mobilni telefon</b>
320 × 240	<b>Personalni digitalni asistent (PDA)</b> veličine dlana
640 × 480	<b>Računar</b> (niska rezolucija)
800 × 600	<b>Računar</b> (standardna rezolucija)
1024 × 768 1152 × 864 1200 × 1024 1600 × 1200	<b>Računar</b> (visoka rezolucija)

36

## Raspoloživi prostor za sadržaj



Puna veličina prozora čitača u rezoluciji  $640 \times 480$  tačaka



Prozor čitača pri rezoluciji  $640 \times 480$  tačaka **pruža manje prostora** kada je tu i sistemska paleta

37

## Potencijalno raspoloživo područje



Potencijalno raspoloživo područje ekrana pri maksimiziranom prozoru čitača i uz standardne vrednosti parametara

(u Windows-u)

Čitač	$640 \times 480$	$800 \times 600$	$1024 \times 768$
Internet Explorer	$620 \times 310$	$782 \times 440$	$1006 \times 605$

38

## Rešavanje problema veličine strane



- ❑ Ako je moguće **stranu je potrebno horizontalno uklopiti** u raspoloživi prostor
- ❑ Značajne elemente (kao što je sistem za navigaciju) postaviti na prvi ekran
- ❑ Ukoliko je moguće, ne treba korisniku postavljati ograničenja u pogledu rezolucije pri kojoj može da radi sa lokacijom
- ❑ Kada se dizajnira na osnovu pretpostavljane veličine ekrana, potrebno je **uvesti faktor sigurnosti od barem 10% za veličinu raspoloživog prostora**

39

## Margine strana



- ❑ **Osim veličine strane – dizajneri treba da vode računa i o marginama.**
- ❑ Čitači koriste margine – njihova veličina je u svakom čitaču drugačija.
- ❑ Ukoliko je strana konstruisana tako da ne uvažava ili ne upravlja marginama, raspored na njoj u nekim čitačima može da bude poremećen.
- ❑ Danas se pomoću HTML-a i kaskadnih stilova može upravljati marginama,
  - ❖ one se, takođe, mogu ukinuti.

40

# Vrste Web strana



## Vrste Web strana



- Web strane se mogu klasifikovati na osnovu različitih kriterijuma:
  - ❖ prema nameni,
  - ❖ načinu korišćenja (štampanje ili gledanje),
  - ❖ učestalosti ažuriranja itd.
- Najjednostavnija klasifikacija je na osnovu namene strane:
  - ❖ prvenstveno strana sa sadržajem,
  - ❖ strana za navigaciju,
  - ❖ strana za obavljanje nekog posla ili njihova kombinacija.
- Zbog značaja ulaza i izlaza sa lokacije treba voditi računa o tome da li je strana ulazna ili izlazna.
- **Uspešna poseta lokaciji:**
  - ❖ jasno započinje (ulazna strana),
  - ❖ korisniku pruža sadržaj i pomoć pri kretanju (strane sa sadržajem i navigacijom) i
  - ❖ jasno se završava (izlazna strana).

## Ulazne strane



- ❑ Svaka strana, teorijski, može da posluži kao ulaz ukoliko korisnik zna njen URL.
- ❑ **Matična strana je glavni ulaz na lokaciju**
  - ❖ takođe, važne strane pojedinih odeljaka - tzv. podmatične strane mogu biti ulazi u lokaciju.
- ❑ Iako većina lokacija usmerava saobraćaj na glavni ulaz (matičnu stranu), na nekim lokacijama **postoje specijalne ulazne strane – uvodne strane.**

43

## Uvodne strane



- ❑ **Namena uvodne strane** (eng. *splash page*) ili “udarne” strane lokacije **jeste da ostavi snažan utisak na posetioca.**
- ❑ Koristi se da istakne atmosferu lokacije obimnom primenom grafike, animacije, čak i zvuka.
- ❑ Logotipe na uvodnim stranama, koji su često preterano animirani neki korisnici smatraju suvišnim i gube strpljenje, te od nje odustaju.
- ❑ **PREDLOG:** Obezbediti vezu kojom se uvodna strana može preskočiti – najčešće mala tekstualna veza pri dnu strane.

44

## Uvodne strane



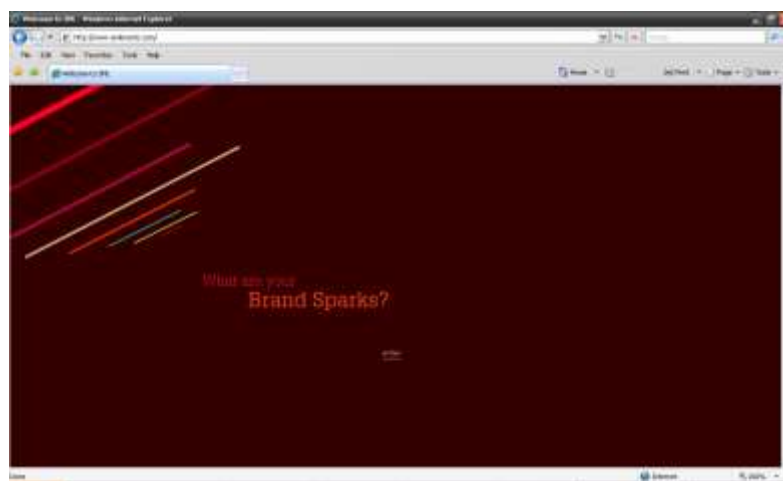
45

## Uvodne strane



46

## Uvodne strane



47

## Uvodne strane



- ❑ Uvodne strane mogu doprineti nižem mestu na listama koje generišu pretraživači, jer **ne sadrže (dovoljno) ključnih reči za pretragu**, obično su sačinjene od animacija – ne ukazuju na sadržaj za kojim traga korisnik.
- ❑ Korisniku se može poslati kolačić i tako obezbediti da se uvodna strana prikazuje samo posetiocu koji prvi put dolazi na lokaciju.
- ❑ Uvodna strana može se iskoristiti za instaliranje ili prethodno učitavanje nekih sadržaja lokacije.

48



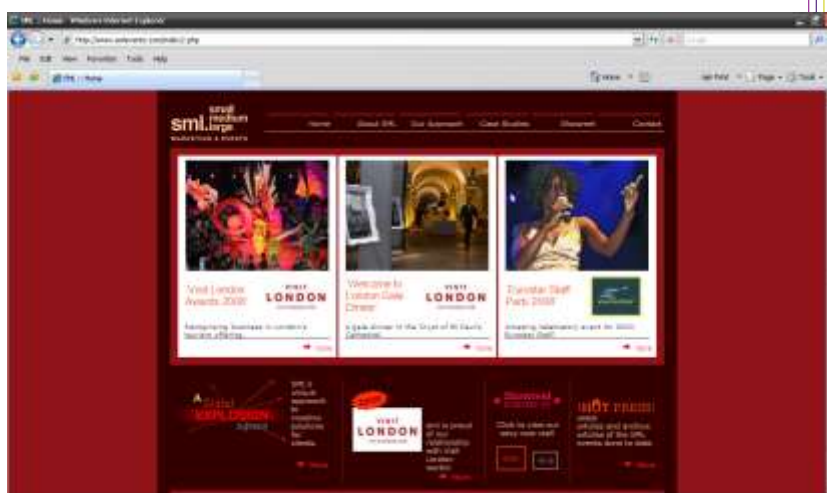
## Matična strana

- ❑ Matična strana treba da izgleda znatno drugačije od ostalih strana na Web lokaciji.
- ❑ Ona obično ima ulogu glavnog ulaza na lokaciju – treba da bude njen osnovni orijentir.
- ❑ Zahvaljujući logotipu matična strana najjače ističe identitet vlasnika.
- ❑ Matične strane moraju se lako prepoznati po strukturi i po dizajnu
  - uspostavljaju atmosferu lokacije
  - treba da sadrže osnovne elemente dizajna lokacije:
    - ❖ boju,
    - ❖ grafički stil,
    - ❖ stil fontova i svega ostalog što se koristi na svim stranama sajta.



49

## Matična strana



50

## Matična strana - pravila



- ❑ **Matična strana treba da:**
  - ❖ odslikava opšti izgled lokacije,
  - ❖ predstavi način kretanja po njoj,
  - ❖ jasno naznači sadržaje na lokaciji,
  - ❖ **se učitava brzo,**
  - ❖ bude dovoljno privlačna kako bi pobudila zainteresovanost.
  
- ❑ **Matična strana ima informativni karakter**
  - ❖ direktno **obaveštava korisnike o izmenama** na lokaciji.
  - ❖ ako je matična strana uvek ista – korisnici će pomisliti da je i sadržaj lokacije uvek isti.

51

## Matična strana



- ❑ **Postoji nekoliko načina da se korisnici obaveste o promenama:**
  - ❖ Postavljanje datuma na stranu
  - ❖ Promena glavne slike na strani povremeno ili u unapred određenim intervalima (svakog dana, nedelje ili meseca)
  - ❖ Postavljanje na stranu važnih aktuelnih obaveštenja u skraćenom obliku (saopštenja za javnost i sl.)
  - ❖ Jasna poruka o tome kada je strana poslednji put ažurirana
  - ❖ Veza ka delu lokacije nazvanom: “Šta je novo”

52

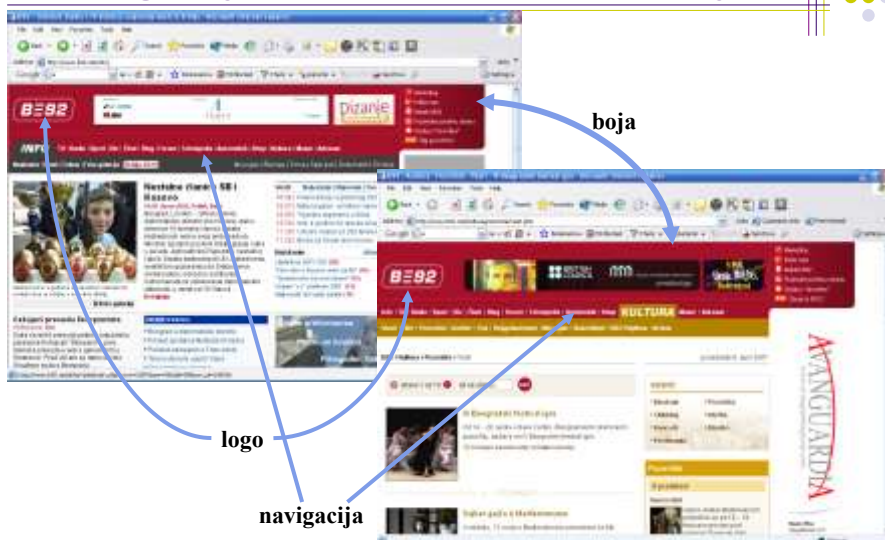
## Ostale strane: navigacija u odnosu na sadržaj



- ❑ Većina strana na lokaciji se međusobno ne razlikuje po izgledu - stilu
- ❑ Većina strana svoj stil i sistem navigacije, barem u osnovi, treba da nasleđuju od matične strane
  - ❖ Ako bi korisnik naišao na novi logotip ili novi sistem navigacije – to bi odvlačilo njegovu pažnju od sadržaja
- ❑ Dok je svrha matične strane da korisniku predoči da se nalazi na određenoj lokaciji, kada korisnik zađe dublje u lokaciju njegovu pažnju treba vezati za sadržaj pre svega.

53

## Ostale strane: navigacija u odnosu na sadržaj



## Strane isključivo namenjene navigaciji



- ❑ Osnovna namena im je – pomoć korisniku da se snađe na lokaciji
- ❑ **Dve najčešće vrste** strana isključivo namenjenih navigaciji jesu:
  - ❖ mape lokacija i
  - ❖ indeksi lokacija
- ❑ **Mapa** - strukturni pregled lokacije
- ❑ **Indeks** – abecedni pristup sadržaju lokacije

55

## Mapa sajta



56

# Mapa saja



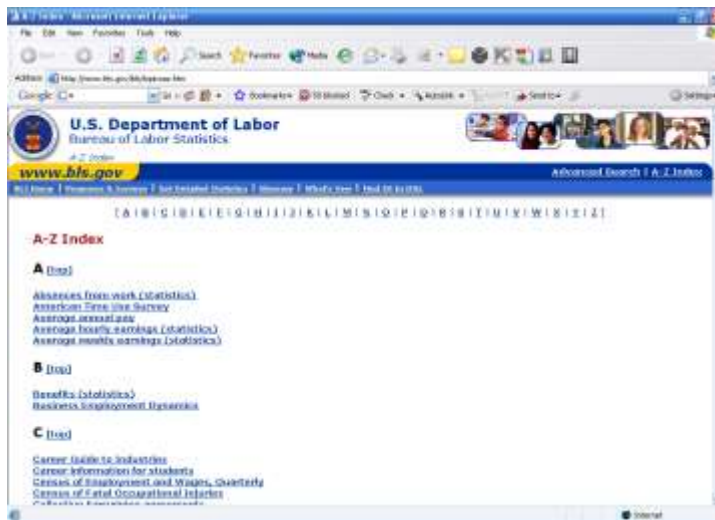
57

# Indeks saja



58

## Indeks sajta



59

## Strane sa sadržajem

- ❑ Strane lokacije koje prikazuju neki sadržaj su obično korisnikov krajnji cilj
- ❑ U lokaciji strukture stabla one najčešće predstavljaju listove – najniže elemente strukture
- ❑ Kao i sve ostale strane na lokaciji i one imaju izvesne elemente navigacije
- ❑ Uobičajene strane sa sadržajem obuhvataju:
  - ❖ saopštenja za javnost,
  - ❖ specifikacije proizvoda,
  - ❖ biografije,
  - ❖ izjave potrošača,
  - ❖ dokumentaciju za tehničku podršku,
  - ❖ finansijske izveštaje i sl.

60

## Strane sa često postavljenim pitanjima - FAQ



- ❑ Često postavljana pitanja (**Frequently Asked Questions, FAQs**) – veoma uobičajena vrsta dokumenata na Internetu
- ❑ Osnovna ideja FAQ strana jeste da se u jedinstvenom dokumentu pruže odgovori na česta pitanja – korisnik ne luta po lokaciji da bi dobio odgovor
- ❑ FAQ strana se često formatira kao dugačak dokument koji počinje indeksom pitanja od kojih je svako povezano sa odgovarajućim linkom - odgovorom na strani

61

## Strane sa često postavljenim pitanjima - FAQ



62

## Strane sa zakonskim uslovima korišćenja - Terms and conditions



- ❑ Strana koja **sadrži zakonske uslove korišćenja lokacije** često predstavlja stranu - "siročić" na kojoj su uglavnom zanemareni navigacija i stil koji se sreću na drugim stranama
- ❑ Ona ipak treba da sadrži **minimum navigacije** da bi korisnik mogao da se sa nje vrati tamo odakle je došao, kao i **minimum stila** koji je povezuje sa lokacijom
- ❑ Često se veza ka stranama koje objašnjavaju zakonske uslove korišćenja nalazi u **dnu Web strane** na javnim lokacijama

[Read our terms and conditions](#)

63

## Strane sa zakonskim uslovima korišćenja - Terms and conditions



64



## Strane sa izjavom o zaštiti privatnosti



- ❑ Mnoge lokacije od korisnika prikupljaju osetljive i lične podatke – korisnike veoma brine kako će ti podaci biti upotrebljeni.
- ❑ Na lokaciji treba da postoji izjava odgovornih lica o zaštiti privatnosti korisnika sa objašnjenjem u koje će se svrhe koji podaci koristiti.
- ❑ Širom lokacije moraju postojati **veze ka ovoj izjavi**, a na stranama na kojima se prikupljaju podaci o korisniku, **treba i da su vidno istaknute**.

65

## Strane sa izjavom o zaštiti privatnosti



66

## Strane sa izjavom o zaštiti privatnosti



67

## Strane namenjene obavljanju određenih poslova



- ❑ Veoma je velik broj različitih mogućih poslova – svaka klasifikacija strana prema vrsti posla gubi smisao
- ❑ Uobičajene strane namenjene obavljanju određenih poslova:
  - ❖ rad sa “potrošačkom korpom”,
  - ❖ dobijanje podataka iz baze,
  - ❖ pretraživanje,
  - ❖ preuzimanje datoteka,
  - ❖ popunjavanje obrazaca za registraciju,
  - ❖ knjiga posetilaca i sl.

68

## Strane za uspostavljanje kontakta



- ❑ Strane koje sadrže obaveštenja, čak i odgovarajući obrazac za kontakt sa vlasnikom lokacije.
- ❑ Obično se nudi nekoliko načina za stupanje u kontakt sa vlasnicima lokacije:
  - ❖ elektronska adresa,
  - ❖ telefonski broj,
  - ❖ obrazac koji treba ispuniti,
  - ❖ mogućnost neposrednog ćaskanja.

### **PRAVILO:**

- ❑ Podacima za kontakt sa vlasnikom lokacije mora se pristupiti sa svake strane lokacije, jednim pritiskom miša.
- ❑ Osnovni podaci, kao što je adresa e-pošte, treba da se nalaze na svakoj strani lokacije.

69

## Strane za uspostavljanje kontakta



REMO COMPANY  
powered by PWT

### Contact

Feel free to contact us with any questions or comments regarding Remo Company or how the technologies and design ideas used here could be applied to your Web site.

**POWELL INTERNET CONSULTING, LLC**  
2155 Grand Ave., Suite E  
San Diego, CA 92108  
Phone: 609.270.2886 or 1.800.365.PWT  
Email: [info@remocorp.com](mailto:info@remocorp.com)

Full Name:   
Email Address:   
Company Name:   
Telephone:   
Address/Comments:

70

## Strane specijalno namenjene štampanju



- ❑ Mnoge Web strane ne izgledaju dobro kada se odštampaju – optimizovane su za gledanje u Web čitaču – sa krupnijim tekstom i užim stupcima.
- ❑ Direktnim štampanjem takvih strana troši se mnogo papira.
- ❑ Štampane strane treba da su sa sitnijim tekstom, a njihov format da je prilagođen standardnom formatu papira.
- ❑ Štampana verzija strane može se napraviti na više načina:
  - ❖ u HTML-u,
  - ❖ pomoću kaskadnih stilova,
  - ❖ kao veza ka strani koja je već formatirana za štampanje.



71

## Strane specijalno namenjene štampanju



72

## Strane specijalno namenjene štampanju



- ❑ **PREDLOG:** Obavestiti korisnike da će štampane strane izgledati drugačije od onih na ekranu ili im verziju za štampanje prikazati direktno u čitaču.
- ❑ **PREDLOG:** PDF datoteke Acrobat Reader-a koristiti za veoma složene podatke koji moraju biti identični kao na strani, npr. tabele, tehnički crteži i složeni finansijski ili matematički podaci.
- ❑ PDF datoteke jasno označiti tekстом i ikonicom i obavestiti korisnike kako da ih koriste.



73

## Datoteke u PDF formatu



74

## Izlazne strane



- ❑ Ukoliko je reč o stranama sa sadržajem izlaz nije definisan – svaka strana može za to da posluži.
- ❑ Lokacije koje su namenjene obavljanju određenog posla, npr. preuzimanju softvera, kupovini proizvoda, berzanskim transakcijama i sl. – **moraju imati jasnu izlaznu stranu.**
- ❑ Na izlaznoj strani treba **obezbediti i povratnu vezu ka lokaciji.**
- ❑ Na lokacijama za elektronsku trgovinu utvrđeno je da obična veza ka matičnoj strani, nazvana **“Nastavak kupovine”** zaista obezbeđuje dodatnu prodaju.

75

## Tipovi organizacije strana



- ❑ Danas se na Webu najčešće koristi **stil: gore-levo-dole** (top-left-bottom – **TLB dizajn**).
- ❑ Osnova TLB dizajna – pravilo da je vrh strane rezervisan za označavanje strane, podatke o vlasniku i postavljanje navigacionih elemenata.
- ❑ Leva ivica strane treba da nosi elemente za navigaciju.
- ❑ Dno strane je obično rezervisano za tekstualne veze koje dopunjavaju druge sisteme navigacije, kao i za dodatna obaveštenja, npr. o autorskim pravima, zakonskim uslovima, itd.
- ❑ Glavne zamerke TLB dizajnu:
  - ❖ ograničava prostor za sadržaj,
  - ❖ na strani dominiraju navigacioni elementi, umesto sadržaja,
  - ❖ dizajnerima ne daje dovoljno slobode.

76

## TLB strane



77

## Strane tipa zaglavlje/podnožje

- ❑ Sistem za navigaciju nalazi se samo na vrhu i pri dnu strane – čitava strana raspoloživa za sadržaj.
- ❑ Odgovara lokacijama koje su orijentisane na sadržaj – prostor za elemente navigacije u izvesnoj mjeri ograničen.
- ❑ Vrh strane se u načelu koristi za identifikaciju vlasnika lokacije i postavljanje navigacionih elemenata i naslova strane.
- ❑ U dnu strane postavljaju se dodatna obaveštenja i ponavlja se navigacija u obliku tekstualnih veza.

78

## Strane tipa zaglavlje/podnožje



79

## Rastegljive strane

- ❑ Rastezanje strane je prilično opasno – njeni elementi mogu da se izobliče.
- ❑ Nekim elementima treba fiksirati veličinu, dok drugima treba dozvoliti rastezanje.
- ❑ Premda se takav dizajn prilagođava svakom ekranu on je i ograničavajući:
  - ❖ mogu se koristiti samo jednostavne boje ili šare,
  - ❖ neki sadržaji će se upotrebom rastegljivih strana možda izobličiti (slika).

80



## Poštovanje izabranog izgleda lokacije - doslednost

- ❑ Doslednost znači poštovanje izabranog stila, šablona na kompletnoj lokaciji. Uobičajena je i kod štampanih dokumenata.
- ❑ Korisna je jer:
  - ❖ Korisnici znaju šta ih očekuje
  - ❖ Oni rade brže i efikasnije kada shvataju lokaciju
  - ❖ Pomaže i dizajneru – standardizovani dizajn se ugrađuje šablonski – snižava troškove izgradnje velikih lokacija
- ❑ Potreba za sličnošću ipak ograničava kreativnost jer
  - ❖ treba se izraziti unutar zadatih ograničenja
- ❑ Lokacije sa istom osnovnom organizacijom dizajna po izgledu mogu da postanu veoma različite
- ❑ Sledeći primer prikazuje najpopularnije lokacije za elektronsku trgovinu – u suštini istog dizajna



81

## Lokacije sa sličnim funkcijama i dizajnom



**WAL\*MART**



**YAHOO! SHOPPING**



82

## Kolokvijum



- ❑ **Termin: utorak, 10. maj u 14 h, uč. 9 na Limanu**
- ❑ **Gradivo:**
  - ❖ predavanja vol 1 - vol 5 2015/2016
- ❑ Maksimalni broj bodova: 30
- ❑ Potreban broj bodova da bi se kolokvijum položio: 16
- ❑ Završni ispit:
  - ❖ preostali deo gradiva