

UNIVERZA V NOVI GORICI  
POSLOVNO-TEHNIŠKA FAKULTETA

**PREDSTAVITEV ZASTOPNIŠKEGA PODJETJA NA  
SVETOVNEM SPLETU**

DIPLOMSKO DELO

**Andrej Tavčar**

Mentor: doc. dr. Bogdan Filipič

Nova Gorica, 2008



## **ZAHVALA**

Zahvaljujem se mentorju doc. dr. Bogdanu Filipiču za njegovo potrpežljivost ob nastajanju te naloge, strokovno pomoč, koristne predloge, nasvete in pripombe. Prav tako se zahvaljujem sodelavcem podjetja BTA marketing, ki so mi prav tako pomagali pri izdelavi diplomskega dela. Zahvala je namenjena tudi vsem domačim, ki so mi ves čas študija stali ob strani in me spodbujali.



## **IZVLEČEK**

Elektronsko poslovanje je vse bolj aktualno in je danes eden ključnih dejavnikov uspeha podjetij na trgu. Začetni korak elektronskega poslovanja je izgradnja spletne predstavitve podjetja. Ta mora biti učinkovita, pregledna in privlačna, da privabi veliko obiskovalcev in jih spodbudi, da se nanjo tudi vračajo. Cilj tega diplomskega dela je oblikovati spletne strani zastopniškega podjetja, ki na slovenskem trgu prodaja stroje številnih italijanskih proizvajalcev. V delu opisujemo pomen interneta in svetovnega spleta za elektronsko poslovanje, predstavimo podjetje ter opišemo označevalni jezik in programska orodja za oblikovanje spletnih strani, poudarek pa je na prikazu zasnove in oblikovanja spletne predstavitve ter njene namestitve na spletni strežnik. Rezultat tega dela je delujoče spletno mesto podjetja, katerega učinki se že kažejo v povečanem povpraševanju strank, pridobili pa smo tudi znanje in izkušnje iz oblikovanja spletnih strani, ki nam bodo v pomoč pri podobnih projektih v prihodnosti.

## **ABSTRACT**

Electronic business is becoming increasingly important and is nowadays a key factor of market success of companies. The initial step of electronic business is design of a company's website. The website should be efficient and well organized to attract numerous visitors and encourage them to visit it repeatedly. The goal of this bachelor thesis is to design a website of a commercial agent selling products of various Italian machinery manufacturers on the Slovenian market. We describe the role of Internet and world-wide web in electronic business and present the markup language and software tools needed in web page design, while the emphasis is on describing the design and implementation of the web pages and their installation on a web server. The result of this work is an active website of the company the effect of which is already seen in the increased amount of customer inquiries. In addition, we have gained knowledge and experience in web page design that will be useful in similar future projects.

## **KLJUČNE BESEDE**

elektronsko poslovanje, internet, svetovni splet, spletišče, spletna stran, html

## **KEY WORDS**

electronic business, Internet, world-wide web, website, web page, html

## KAZALO

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1     | UVOD .....                                   | 1  |
| 2     | INTERNET IN SVETOVNI SPLET .....             | 3  |
| 2.1   | Splošno o internetu .....                    | 3  |
| 2.2   | Svetovni splet .....                         | 4  |
| 2.3   | Spletni strežnik .....                       | 5  |
| 2.4   | Spletne strani .....                         | 5  |
| 2.5   | Elektronsko poslovanje .....                 | 6  |
| 3     | PREDSTAVITEV PODJETJA .....                  | 8  |
| 4     | UPORABLJENI JEZIK IN PROGRAMSKA ORODJA ..... | 10 |
| 4.1   | Jezik HTML.....                              | 10 |
| 4.2   | Tehnologija CSS.....                         | 11 |
| 4.3   | Program Macromedia Fireworks.....            | 11 |
| 4.4   | Program Macromedia Dreamweaver.....          | 12 |
| 5     | ZASNOVA IN STRUKTURA SPLETNIH STRANI.....    | 13 |
| 5.1   | Zasnova spletnih strani .....                | 13 |
| 5.1.1 | Oblika.....                                  | 13 |
| 5.1.2 | Logotip podjetja.....                        | 14 |
| 5.1.3 | Navigacijski meni .....                      | 14 |
| 5.1.4 | Vsebina strani .....                         | 15 |
| 5.1.5 | Povezave in navigacija.....                  | 15 |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 5.1.6 | Že obiskane strani .....                              | 15 |
| 5.1.7 | Oblikovanje povezav .....                             | 16 |
| 5.1.8 | Oblikovanje besedila.....                             | 16 |
| 5.1.9 | Priprava slik .....                                   | 17 |
| 5.2   | Struktura in vsebina spletnih strani .....            | 17 |
| 6     | IZDELAVA SPLETNIH STRANI .....                        | 20 |
| 6.1   | Priprava grafičnih elementov .....                    | 20 |
| 6.1.1 | Logotip.....  | 20 |
| 6.1.2 | Glava spletne strani in meni.....                     | 21 |
| 6.1.3 | Navigacijski gumbi .....                              | 22 |
| 6.1.4 | Ostale slike.....                                     | 24 |
| 6.2   | Oblikovanje spletnih strani.....                      | 28 |
| 6.2.1 | Začetek dela .....                                    | 28 |
| 6.2.2 | Načrtovanje tabel .....                               | 30 |
| 6.2.3 | Vstavljanje grafičnih elementov .....                 | 33 |
| 6.2.4 | Vnos besedila.....                                    | 35 |
| 6.2.5 | Nameščanje povezav na podstrani.....                  | 35 |
| 7     | NAMESTITEV SPLETNIH STRANI NA STREŽNIK.....           | 40 |
| 7.1   | Izbira ponudnika spletnega gostovanja .....           | 40 |
| 7.2   | Postopek namestitve spletnih strani na strežnik ..... | 40 |
| 7.3   | Vzdrževanje spletnih strani .....                     | 41 |



|                   |    |
|-------------------|----|
| 8 ZAKLJUČEK.....  | 42 |
| 9 LITERATURA..... | 44 |



## KAZALO SLIK

|  |    |
|--|----|
| Slika 1: Vstopna spletna stran podjetja BTA marketing d.o.o.....     | 14 |
| Slika 2: Izdelava logotipa podjetja.....                             | 20 |
| Slika 3: Premikanje logotipa pod kotom.....                          | 21 |
| Slika 4: Izdelava ozadja, glave in menija .....                      | 22 |
| Slika 5: Izdelava navigacijskih gumbov .....                         | 23 |
| Slika 6: Obrezovanje navigacijskih gumbov .....                      | 24 |
| Slika 7: Oblikovanje zemljevida in zastavic.....                     | 25 |
| Slika 8: Priprava logotipov podjetij .....                           | 26 |
| Slika 9: Sestavljena grafična podoba spletne strani.....             | 27 |
| Slika 10: Vstop v program Macromedia Dreamweaver .....               | 28 |
| Slika 11: Določanje glavne mape spletne strani .....                 | 29 |
| Slika 12: Določanje pogleda za lažje oblikovanje spletne strani..... | 30 |
| Slika 13: Oblikovanje tabele v programu Macromedia Dreamweaver.....  | 32 |
| Slika 14: Vstavljanje grafičnih elementov in povezav .....           | 34 |
| Slika 15: Primer CSS sloga.....                                      | 36 |
| Slika 16: Povezave z uporabo CSS slogov .....                        | 38 |
| Slika 17: Dodajanje povezav za elektronsko pošto .....               | 39 |



# 1 UVOD

Komunikacija preko spletnih strani se kot oblika posredovanja prodaje in storitev vedno bolj uveljavlja v sodobnem trgovanju. Hiter industrijski razvoj zahteva tudi hitro prilagajanje tržnim razmeram. V ta namen lahko tudi preko interneta spremljamo dogajanje na trgu. Internet ima tako s svojimi možnostmi poslovanja pomembno nalogo pri prepoznavnosti podjetij ter trženju njihovih izdelkov in storitev. Vsak dan je več posameznikov, ki iščejo informacije preko spletnih strani. Informacije so postale tržno blago, česar se tržniki na internetu dobro zavedajo. Hiter dostop do informacij na svetovnem spletu je prednost, ki vedno bolj potiska internet v ospredje komuniciranja. Njegova uporaba omogoča hiter in učinkovit prenos informacij z minimalnimi stroški. Tako v Sloveniji kot v tujini je internet postal nenadomestljivo orodje pri poslovanju vseh, ki želijo svojo dejavnost in izdelke predstaviti širšemu krogu ljudi.

Namen diplomskega dela je pripraviti predstavitev podjetja na svetovnem spletu, kar je pomemben element uspešnosti poslovanja podjetja. Učinkovite spletne strani privabijo veliko obiskovalcev in jih spodbujajo, da se nanje z veseljem vračajo. Za izdelavo takih strani smo se odločili v podjetju BTA marketing d.o.o. Sodelavci podjetja se zavedamo, da je učinkovita in pregledna spletna stran ogledalo dobrega podjetja. Zavedamo se, da je poslovanje s podporo računalnika in interneta v današnjem poslovnem svetu nepogrešljivo. Prepričani smo, da nam bo predstavitev na spletu močno povečala prodajo, saj predvidevamo, da bomo prejeli veliko povpraševanja ravno po elektronski pošti na naslov, objavljen na spletni strani.

Uvodu v diplomsko delo sledi drugo poglavje, v katerem opisujemo glavne značilnosti interneta, ki je čedalje aktualnejši tako za posameznike kot tudi za podjetja. Opisujemo tudi značilnosti svetovnega spleta, ki je najbolj razširjena storitev interneta. Pri tem omenjamo spletni strežnik, ki ga potrebujemo za objavo spletnih strani, ter elektronsko poslovanje. Nato v tretjem poglavju diplomskega dela predstavimo podjetje BTA marketing, za katero bomo izdelali spletno predstavitev. Družinsko podjetje se ukvarja z zastopanjem pakirnih linij in pakirnih embalaž italijanskih proizvajalcev za potrebe živilskopredelovalne in neživilske industrije. V

četrtem poglavju predstavimo označevalni jezik, ki smo ga uporabili pri izdelavi spletnih strani, ter programska orodja. Sledi peto poglavje, kjer sta opisani zasnova in struktura spletnih strani. Nato v šestem poglavju opisujemo postopek izdelave spletnih strani. To je razdeljeno na pripravo grafičnih elementov in oblikovanje spletnih strani. V sedmem poglavju je opisan postopek namestitve spletnih strani na strežnik. Poleg tega pa v tem poglavju opisujemo tudi izbiro ponudnika spletnih gostovanj ter vzdrževanje spletnih strani. V zaključnem, osmem poglavju povzemamo opravljeno delo in pričakovane učinke spletne predstavitve podjetja.

Prvi rezultati spletne predstavitve so že vidni, saj se stranke seznanjajo s podjetjem BTA marketing ter z izdelki, ki jih podjetje trži, prav preko spletnih strani. Na ta način se promocija podjetja povečuje in vodi k še boljšim poslovnim rezultatom.

## 2 INTERNET IN SVETOVNI SPLET

### 2.1 Splošno o internetu

Komunikacijske tehnologije so v današnjem času postale nepogrešljive. Internet, računalniška oprema, mobilni telefoni, dlančniki ter ostala tehnika ne služijo več le zabavi in prestižu, ampak postajajo vsakdanjost in nuja. Prav ta sodobna tehnologija je postala nepogrešljiva tudi v poslovanju podjetij. Internet je kot globalno računalniško omrežje postal osnovno komunikacijsko sredstvo v e-poslovanju.

Internet nezadržno prodira v naše poslovno, politično in tudi zasebno življenje. V zelo kratkem času je korenito spremenil ustaljene načine komuniciranja. Z internetom se je pocenilo in pospešilo poslovanje podjetij. Svetovni splet je omogočil raznovrstne poslovne dejavnosti ter nastajanje popolnoma novih vrst podjetij, tako imenovanih virtualnih podjetij. Ena poglobitvenih značilnosti svetovnega spleta je tudi dvosmernost pretoka informacij. Uporabnik lahko preko vprašalnikov ponudniku sporoča naročila, poizvedbe, komentarje itd. Ponudnik pa lahko preko interneta predstavlja uporabniku svoje aktivnosti in ponudbe. Internet je poleg že omenjenega znižanja stroškov z učinkovito komunikacijo odprl pot do novega načina poslovanja in novih trgov. Povečal je tudi učinkovitost poslovanja in zagotovil, da je gospodarstvo postalo globalno, gospodarske organizacije pa globalno povezane. Internet je namreč največje svetovno računalniško omrežje, saj dejansko pokriva vso zemeljsko oblo. Imenujejo ga tudi kibernetški prostor (angl. cyberspace). Kibernetški prostor se nanaša na virtualno resničnost, ki je notranji svet računalnikov in računalniškega omrežja. Termin se pogosto uporablja za predmete in identitete, ki v večini obstajajo v računalniškem omrežju. Tako metaforično rečemo, da spletna stran prebiva v kibernetškem prostoru. Glede na to interpretacijo dogodki in stvari obstajajo, bivajo v kibernetškem prostoru in potekajo preko interneta.

Začetek interneta sega v leto 1958, ko so Združene države Amerike v okviru obrambnega ministrstva oblikovale agencijo *Advanced Research Projects Agency* (ARPA). Raziskovalno-razvojne potrebe kompleksa ameriške vojaške industrije, ki je deloval kot vod za vlado, univerze in velika podjetja obrambne industrije, naj bi

prek napredka v znanosti in tehnologiji pripeljale do ameriške prevlade na vojaškem področju. Ideja je bila, da bi morebitni prihodnji vojaški spopadi potekali z računalniško podporo. V okviru agencije so razvili zamisel o delovanju računalniškega omrežja. Tako so z definiranjem komunikacijskega protokola TCP/IP, ki se zdaj uporablja v internetu, postavili tehnične temelje današnjega globalnega omrežja.

Zasluge za danes tako priljubljeno internetno omrežje ima predvsem globalni informacijski sistem WWW (angl. World Wide Web), ki mu pri nas pravimo svetovni splet, in je najbolj razširjena internetna storitev. Tvorijo ga med seboj povezane datoteke – spletne strani, shranjene na spletnih strežnikih. Čarobnost svetovnega spleta predstavljajo velikanska množica informacij, večpredstavnost, hiperpovezave in interaktivnost, ki je ključna lastnost računalniškega omrežja. Internet je globalna informacijska infrastruktura, saj omogoča posamezniku dostop do raznih vrst podatkov po vsem svetu in uporabniki lahko prek osebnega računalnika na enostaven način komunicirajo med seboj (Dolenec, 2004).

## **2.2 Svetovni splet**

Svetovni splet je internetna storitev, ki omogoča brskanje po internetu in hkratno prikazovanje raznih informacij z vseh koncev sveta. Prav zaradi njegove večpredstavnosti je svetovni splet najbolj uporabljano orodje za iskanje informacij. Pred samim pregledovanjem moramo vedeti le naslov iskanega dokumenta, t.i. URL (angl. Universal Resource Locator), ali pa pridemo do njega preko hiperpovezav, ki se skrivajo za različnimi vsebinami. Ena od poglobitnih značilnosti spleta je dvosmernost pretoka informacij, saj lahko uporabnik preko vnosnih obrazcev ponudniku sporoča svoje komentarje. Svetovni splet omogoča tudi enostavno povezavo z bazami podatkov in internimi informacijskimi sistemi ter je zelo obetaven javni medij, ki ponuja bistveno več kot dosedanji mediji. Posredovane informacije so lahko tekstovne, grafične, zvočne, prav tako pa tudi video posnetki in animacije. Te so ves čas na voljo, saj uporabnik sam izbira, kdaj jih bo pregledoval. Ponudniki informacij jih lahko sproti obnavljajo in dopolnjujejo, uporabniki pa lahko preko raznih obrazcev in e-pošte komunicirajo s ponudniki (Šipoš, 2003).



## **2.3 Spletni strežnik**

Spletni strežnik (angl. web server) predstavlja glavno infrastrukturo, ki omogoča objavo spletnih strani na internetu. Strežnik je računalnik, ki je povezan v internet in na katerem so shranjene vse datoteke posamezne spletne strani. Njegova naloga je, da posreduje spletno stran vsakemu uporabniku interneta, ki preko brskalnika sporoči zahtevo za ogled strani. Poleg posredovanja podatkov lahko strežniki opravljajo še številne druge naloge: lahko procesirajo podatke, preden jih pošljejo odjemalcu, interaktivno sodelujejo z različnimi aplikacijami itd.

Podjetje se lahko predstavlja na lastnem spletnem strežniku ali pa s predstavitvijo gostuje na najetem strežniku. Prednost najema spletnega strežnika je vsekakor v prepustitvi upravljanja strojne opreme ponudniku gostovanja. Ponudnik ima potrebno infrastrukturo za tovrstno delo (klimatizirane prostore), strokovnjake za vzdrževanje strojne opreme in stalno dežurno službo, ki odpravlja morebitne napake in tako zagotavlja, da je spletna predstavitev podjetja vedno dostopna (Skrtnar, 2004).

## **2.4 Spletne strani**

Spletna stran je dokument na svetovnem spletu, ki ima svojstven spletni naslov, imenovan URL. Ta je sestavljen iz imena protokola, s katerim je spletna stran dosegljiva, spletnega naslova računalnika, na katerem se spletna stran nahaja, in imena datoteke spletne strani. Za dostop do spletnih strani je potrebna določena programska oprema. Za pregledovanje spletnih strani uporabljamo posebne komunikacijske programe. Največkrat se zanje uporablja izraz spletni brskalnik. Tega lahko opredelimo kot programsko rešitev, ki omogoča uporabniku dostop do želenih informacij na strežniku. Med najbolj razširjenimi spletnimi brskalniki je Internet Explorer podjetja Microsoft, čedalje bolj pa se uveljavlja tudi prosto dostopen brskalnik Mozilla Firefox.

Splošna značilnost spletnih strani je, da so sorazmerno nezahtevne, kar se tiče računalniške opreme. To velja predvsem za navadne statične spletne strani, ki še vedno prevladujejo na spletu. Z razvojem novejših dinamičnih tehnologij, ki jih

uvajajo na spletnih straneh, pa so se pojavile tudi zahteve po močnejši računalniški opremi. Zahteve povečujejo predvsem vmesniki za brskalnike, ki podpirajo zvok in vektorsko grafiko. Zelo pomembna lastnost spletnih strani in interneta je neodvisnost od operacijskih sistemov. Tako lahko večino strani pregledujemo na operacijskih sistemih Windows, Linux, BeOS in drugih novejših sistemih. Osnovna programska struktura spletne strani je koda v označevalnem jeziku HTML (angl. Hypertext Markup Language). Jezik HTML opredeljuje zgradbo in izgled spletnega dokumenta.

Postopoma je razvoj informacijske tehnologije, predvsem višje hitrosti prenosa podatkov in novih programskih rešitev, omogočil nove možnosti spletnih strani. To je vplivalo na širitev ukazov, ki jih je uporabljal označevalni jezik HTML. Tako so nastajale nove razširjene izvedenke osnovnega jezika, ki v najnovejših izdajah združujejo že različne opisne jezike (npr. XML). Vendar pa je potrebno poudariti, da vsi brskalniki ne podpirajo vseh novih ukazov in lahko pride do oblikovnih in vsebinskih odstopanj pri izvajanju teh ukazov, če jih uporabnikov brskalnik ne pozna. Označevalni jezik HTML omogoča tudi vključevanje drugih skriptnih jezikov, kar spet odpira nove razsežnosti spletnim stranem (Nonkovič, 2001).

## **2.5 Elektronsko poslovanje**

Pojem elektronskega poslovanja izhaja iz angleškega izraza *electronic business*, ki je nastal v trgovini in industriji oz. se je v začetku nanašal na vsa gospodarska področja (Skrivnosti elektronskega poslovanja, 2002).

Elektronsko poslovanje že dolgo ni več le pot v prihodnost, ampak je nujnost sedanjosti. Zahteva nov način razmišljanja in nove rešitve, ki so pogoj za uspešno poslovanje podjetij in njihov obstoj na trgu. Elektronsko poslovanje je nov model prodaje izdelkov in storitev preko interneta in v tem procesu so kupci prisotni v vseh fazah prodaje. Ves proces poteka v elektronski obliki in omogoča uporabniku dostop do informacij o izdelku, možnost izbire pri nakupu, varnost nakupovanja in elektronsko plačevanje nakupljenega blaga. E-poslovanje pospešuje povezovanje in sodelovanje med geografsko oddaljenimi organizacijami in tako omogoča poslovanje po vsem svetu. Z globalno dostopnostjo nam internet omogoča maksimiranje

ekonomskih rezultatov in zadovoljevanje čedalje zahtevnejših in hitro spreminjajočih se zahtev kupcev (Toplišek, 1998).

Večina sprememb, ki jih povzročata elektronsko poslovanje in informacijsko-komunikacijska tehnologija, je pozitivnih. Osnovne med njimi so:

- odpravljanje občutka oddaljenosti in s tem hitrejše poslovanje,
- neovirano poslovanje,
- znižanje stroškov poslovanja,
- možnost vzdrževanja tesnejših stikov med prijatelji in znanci,
- ustvarjanje novih povezav med ljudmi s skupnimi interesi,
- posredovanje informacij med strokovnjaki različnih profilov (Marusich, Blackthorn, 2000).

Za podjetje BTA marketing d.o.o. so najpomembnejše posledice elektronskega poslovanja, da se kontakti med strankami in podjetjem vzpostavljajo hitro, neovirano ter cenovno ugodneje. To je dandanes v poslovnem svetu pri hudi konkurenci na trgu zelo pomembno, saj so pravilno izkoriščen čas, neovirano poslovanje ter čim nižji stroški poslovanja zelo pomembni dejavniki uspešnega poslovanja podjetja.

### 3 PREDSTAVITEV PODJETJA

Podjetje BTA marketing d.o.o. je novoustanovljeno družinsko podjetje, ki ima trenutno zaposleni dve osebi in uspešno posluje že od leta 2005. Sedež podjetja je v Dutovljah, komerciala pa v Sežani. Dejavnost podjetja je zastopanje italijanskih podjetij ter trženje njihovih izdelkov na slovenskem trgu. Uspešno tržimo vrsto različnih pakirnih linij za potrebe živilsko-predelovalne ter neživilske industrije.

Ena izmed pakirnih linij, ki jih podjetje trži, je linija za pakiranje sipkega blaga v papirnate vrečke in vrečke iz polivinilklorida (PVC) različnih tipov in velikosti. S takimi pakirnimi linijami pakiramo živilske proizvode, kot so moka, sladkor, sol ipd., ter neživilske proizvode, kot so umetna gnojila, cement, lepila v prahu, zidne malte ipd. Podjetje zastopa tudi proizvajalce polnilnih linij za polnjenje tekočin v stekleno in pločevinasto embalažo ter embalažo iz polietilentereftalata (PET embalažo). Polnilne linije za polnjenje tekočin v stekleno embalažo se uporabljajo v proizvodnji sadnih sokov, piva, olja, vina ipd. Linije za polnjenje tekočin v pločevinasto in PET embalažo pa se uporabljajo v proizvodnji brezalkoholnih pijač, v polnilnicah mineralnih vod, mlečnih izdelkov in mleka, tekočih detergentov, kozmetike, barv, premazov itd. Za PET embalažo je značilno, da z vpihavanjem vročega zraka v posebne plastične epruvete izdelujejo platenke. Podjetje je specializirano tudi za prodajo pakirnih linij za pakiranje svežega sadja in zelenjave ter pekarskih izdelkov. Trži tudi avtomatske paletizatorje, namenjene za pakiranje in ovijanje palet.

Poleg zastopanja in prodaje omenjenih pakirnih in polnilnih linij se podjetje ukvarja tudi z zastopanjem in prodajo pakirnih embalaž. Ena izmed teh je embalaža iz valovitega kartona, ki se uporablja za transportna pakiranja za zaščito najrazličnejšega blaga pred zunanjimi poškodbami. Poleg te pa trži tudi potiskano kartonasto embalažo ter tako z najsodobnejšo zunanjo poslikavo pripomore k uspešnejši prodaji končnih izdelkov.

Po izjavah direktorja podjetja BTA marketing d.o.o. sta prav tehnologija pakiranja izdelkov ter primerna in privlačna embalaža danes med ključnimi dejavniki, ki pripomorejo k večjemu uspehu trženja proizvodov. Zato je podjetje BTA marketing

v krog svojih partnerjev povabilo poznane italijanske proizvajalce pakirnih in polnilnih linij ter embalaže, ki s svojo najsodobnejšo proizvodno tehnologijo sodijo v sam evropski vrh. Podjetje BTA marketing d.o.o. se želi uveljaviti s svojo dejavnostjo tudi izven slovenskega trga, saj odpira svoja zastopstva tudi na Hrvaškem, v Bosni in Hercegovini, Srbiji, Makedoniji in Črni Gori. Prav obsežnost dejavnosti in obsežnost tržišča, ki ga BTA marketing želi obvladovati, sta bila povod, da se s svojimi proizvodi v najsodobnejši obliki želi predstaviti tudi na spletnih straneh.

Tema tega diplomskega dela sta prav zasnova in razvoj spletnih strani podjetja. Spletne strani predstavljajo glavno vez med informacijskimi sistemi na internetu in njihovimi uporabniki. Vsako podjetje bi se moralo predstaviti na spletu, saj bi imelo tako večje možnosti za nastop na trgu. Zahteva za spletno stran se je v podjetju BTA marketing pojavila zaradi želje po promoviranju v svetu in s tem povezanim pridobivanjem novih kupcev. Podjetje želi doseči, da bi se stranke same obračale nanj z željo po izdelkih, ki jih prodaja, zato naj bi bila spletna stran na voljo 24 ur na dan in 365 dni v letu, tako da je stalno dostopna vsem, ki imajo dostop do interneta.

## 4 UPORABLJENI JEZIK IN PROGRAMSKA ORODJA

### 4.1 Jezik HTML

Spletne strani smo oblikovali v uveljavljenem označevalnem jeziku HTML. Znanje, ki smo ga potrebovali za obvladovanje tega jezika, smo pridobili na spletu (HTML Examples, 2007).

HTML je jezik za opisovanje spletnih strani, sestavljen večinoma iz značk v lomljenih oklepajih (<>), ki nastopajo v parih. Značke obdajajo predmete na spletni strani, na primer besedilo, ali pa nastopajo samostojno. Tako bi na primer kodo za krepko besedilo zapisali kot <b>krepko besedilo</b>. Značke za krepko besedilo so primer značk, ki nastopajo v parih. Zaključna značka v paru značk se vedno začne s poševnico. Druge značke, na primer značka za vstavljanje slike v spletno stran, so samostojne:  (Betsy, 2002).

Značilnosti jezika HTML so tudi oznake, ki jih vsebuje vsak HTML dokument. Oznake so naslednje:

```
<html>
  <head>
    <title></title>
  </head>
  <body>
  </body>
</html>
```

Prva oznaka v HTML dokumentu je <html> in označuje začetek HTML dokumenta. Zadnja oznaka v dokumentu je </html> in označuje konec HTML dokumenta. Naslednja oznaka se začne s <head> in konča s </head>. Besedilo med tema dvema oznakama je glava dokumenta in ni vidno v oknu brskalnika. Značilno za glavo dokumenta je, da se v njej nahajajo opisi tehničnih značilnosti spletne strani, ki so pomembne za spletni brskalnik. Besedilo med oznakama <title> in </title> je naslov

dokumenta, ki je viden v zgornjem levem kotu okna brskalnika. Največkrat je to besedilo naslov spletne strani oziroma ime podjetja, ki ga opisuje spletna stran. Sledita še oznaki `<body>` in `</body>`. Besedilo med oznakama je vidno v oknu brskalnika. Med tema oznakama so poleg besedila tudi drugi elementi spletne strani, npr. tabele, slike, besedilo, povezave na podstrani ipd.

## 4.2 Tehnologija CSS

Tehnologija CSS (angl. Cascading Style Sheets) omogoča oblikovanje predmeta z lastnostjo ali s skupino lastnosti, ki jo imenujemo slog. Sloge določamo in uporabljamo v knjižnici slogov CSS. Ko govorimo o slogih, običajno mislimo na pripravo in uporabo slogov za oblikovanje besedila. Sloge pa lahko uporabljamo tudi za postavitev predmetov, izdelavo obrob, spreminjanje besedila itd. CSS slogi omogočajo uporabo več osnovnih funkcij. Te so (angl.): *background*, s katero izbiramo ozadja, *font*, s katero izbiramo vrsto pisave, ter *color*, ki omogoča izbiro barve pisave. Uporabljamo tudi funkcijo *padding*, ki določa zamik pisave, in še mnogo drugih uporabnih funkcij. Vsaka od njih vsebuje dodatne možnosti. Tako imamo npr. pri funkciji *background* možnost dodajanja slik za ozadje z dodatno funkcijo *background-image*, s funkcijo *background-repeat* lahko nastavimo, da se ozadje ponavlja ipd. Na ta način lahko hitro spreminjamo izgled dokumenta (Smith, Bebak, 2000).

Pri oblikovanju spletne predstavitve podjetja smo spletne strani opremili s CSS slogi. Uporabe CSS slogov smo se naučili preko nasvetov in praktičnih primerov, ki smo jih našli na spletnih straneh (CSS Examples, 2007). Tam smo se seznanili tudi z različnimi triki uporabe teh slogov.

## 4.3 Program Macromedia Fireworks

Pri izdelavi spletnih strani smo grafične elemente oblikovali s programom Macromedia Fireworks. Ta program smo izbrali predvsem zaradi njegove enostavnosti in izkušenj z njim v preteklosti. Program nudi vrsto možnosti, s katerimi lahko oblikujemo grafične gradnike in besedilo spletnih strani. Pri tem uporabljamo

funkcije za risanje, pisanje, barvanje, izostritev slik, senčenje, rezanje ipd. Program podpira tudi veliko različnih slikovnih formatov, kot so jpg, bmp, png, gif, tiff, psd itd. Tako lahko vsako sliko enostavno odpremo, jo obdelamo in po potrebi tudi spreminjamo njen format.

Poleg programa Macromedia Fireworks smo pri izdelavi grafike v manjši meri uporabljali tudi program Slikar. Ta se nahaja v operacijskem sistemu Windows. Program je enostavnejši za uporabo od prej omenjenega, saj vsebuje bistveno manj funkcij. Uporabljamo ga za obdelavo enostavnejših slik, kadar ne potrebujemo posebnih učinkov za dodatno oblikovanje grafičnih elementov.

#### **4.4 Program Macromedia Dreamweaver**

Za izdelavo spletnih strani smo iz vrste različnih programov za programiranje izbrali program Macromedia Dreamweaver, saj imamo z njim nekaj več izkušenj. Dreamweaver je celovito spletno razvojno okolje, saj združuje urejevalnik za jezik HTML, razvojno orodje za dinamične spletne strani in orodje za upravljanje spletišč, vse v enem. Spletne strani izdelujemo z opisovanjem v jeziku HTML, veliko dela pa lahko opravimo, ne da bi morali pogledati kodo HTML. Značilnost programa Dreamweaver je tudi, da med delom prikazuje enako obliko dokumenta, kot jo bo imel dokument po objavi na spletu. Program je zelo zmogljiv, njegova uporaba pa preprosta. Z njim lahko izdelujemo povsem nova spletišča ali uvažamo in popravljamo obstoječa (Betsy, 2002).



## **5 ZASNOVA IN STRUKTURA SPLETNIH STRANI**

V podjetju BTA marketing d.o.o. smo bili zadolženi tako za zasnovo kot izdelavo spletnih strani. Začetek dela je vključeval spoznavanje priporočil poklicnih oblikovalcev spletnih strani glede razporeditve elementov, kot so besedilo, slike, navigacijski meni in drugi. Poleg tega je obsegal tudi spoznavanje marketinškega vidika izdelovanja predstavitvenih spletnih strani podjetij ter zasnovo strukture in vsebine spletnih strani za podjetje BTA marketing.

### **5.1 Zasnova spletnih strani**

Spletne strani smo najprej skicirali s svinčnikom na papir in tako pripravili osnutek, ki je služil kot načrt za grafično oblikovanje. Pri grafičnem oblikovanju smo največ pozornosti namenili vstopni spletni strani, ki je tudi izhodišče za podstrani, ki tvorijo spletno predstavitev.

Za oblikovanje privlačnih in uporabnih spletnih strani veljajo mnoga praktična spoznanja in priporočila (Izdelava uporabnih spletnih strani, 2007), ki jih povzemamo v nadaljevanju. Teh smo se pri izdelavi strani tudi držali, saj pripomorejo h kakovostnejši spletni predstavitvi.

#### **5.1.1 Oblika**

Izdelavo spletnih strani smo začeli z načrtovanjem oblike. To je zelo pomemben element, kajti če se napake ali pomanjkljivosti pojavijo tu, jih je kasneje zelo težko odpraviti. Prav zato moramo biti precej pozorni na to, kako zastavimo obliko spletne strani. Ideje za izgled spletne strani smo pridobili pri spletnih straneh drugih podjetij ter se tako odločili za obliko, ki jo vidimo na sliki 1.



Slika 1: Vstopna spletna stran podjetja BTA marketing d.o.o.

Zelo smo bili pozorni na razvrstitev elementov na spletni strani, saj nočemo, da bi obiskovalec spregledal pomembne slike, povezave in besedilo.

### 5.1.2 Logotip podjetja

Logotip podjetja smo postavili v levi zgornji kot spletne strani. To je prostor, kjer najpogosteje najdemo logotipe podjetij, saj prav tu obiskovalec najlaže vidi, na čigavi spletni strani se nahaja. Barvno je logotip oblikovan tako, da obiskovalcu hitro pade v oči in si ga zato dobro zapomni.

### 5.1.3 Navigacijski meni

Navigacijski meni smo postavili na levo stran v vertikalni smeri. Tam sicer zavzame določeno širino, vendar je tako zasnovan, da se ob kliku na gumba *Pakirni stroji* in

*Pakirne embalaže* podaljša, saj se ob teh klikih prikažejo dodatne povezave na podstrani tako, da se navigacijski meni samodejno podaljša.

#### **5.1.4 Vsebina strani**

Vsebina je eden najpomembnejših elementov spletnih strani, saj se preko nje obiskovalec seznanja, s čim se določeno podjetje ukvarja. Vsebino smo oblikovno ustrezno opremili z odebeljenimi in povečanimi pisavami, alinejami, podčrtavanji ter z ustrezno obarvanim besedilom, tako da obiskovalcu hitro padejo v oči pomembnejši deli vsebine. Zelo moramo biti pozorni, da ne bi oblika zasenčila vsebine, saj mora oblika poudarjati vsebino in ne nasprotno. Na strani tudi nismo vključevali preveč estetskih elementov, saj zaradi njih lahko obiskovalec preusmeri pozornost na manj pomembne dele spletne strani in lahko določeno pomembno vsebino spregleda.

#### **5.1.5 Povezave in navigacija**

Na spletnih straneh mora biti navigiranje pregledno, tako da se obiskovalec na spletni strani hitro znajde ter ga tako zadržimo na strani dlje časa. To smo uredili tako, da smo ustvarili pregleden navigacijski meni, ki obiskovalcu ob prihodu na stran hitro pade v oči. Na njem so dobro vidni gumbi, ki predstavljajo povezave na podstrani. Pri povezavah smo bili pozorni tudi, da je vsebina na dobro vidnem delu spletne strani. Zato smo jo namestili na sredino med navigacijskim menijem na levi strani in logotipi podjetij na desni strani. V primeru, da ima uporabnik računalniški zaslon z manjšo resolucijo, mora uporabljati drsnik, s katerim premika stran in si tako pomaga pri branju besedila. Vsebino smo razdelili na več podstrani, saj je na ta način preglednejša.

#### **5.1.6 Že obiskane strani**

Zelo pomembno je, da obiskovalec strani med drugim vedno ve, kje je, kje je že bil in kam bo šel. To mu moramo pokazati tudi s povezavami na podstrani. Vse povezave ne smejo izgledati enako, saj lahko obiskovalec hitro pozabi, na kateri

strani je, kaj šele na katerih je bil pred nekaj minutami. Zato mu je priporočljivo jasno pokazati, katero povezavo je kliknil, da je prišel tja, kjer je, in kje je že bil. Gumbom spletne strani smo po večini določili modro barvo ter uredili tako, da se ob kliku na posamezen gumb tako v navigacijskem meniju kot tudi na drugih podstraneh, gumb obarva rdeče. Tako smo obiskovalcu omogočili lažje prebiranje strani in s tem preprečili, da bi se na njej izgubil ali večkrat po nepotrebem obiskoval iste podstrani.

### **5.1.7 Oblikovanje povezav**

Za uporabnika je koristno, da lahko loči navaden tekst od povezav, zato mu je treba to omogočiti. Skoraj po pravilu so vse povezave znotraj tekstov podčrtane. To je hitro razvidna oblika, zato je uporabnik ne spregleda. Če za povezave uporabljamo slike, moramo prav tako poskrbeti, da je dobro razvidno, da so to povezave. Na spletnih straneh podjetja BTA marketing obiskovalec povezavo hitro opazi, saj se že ob premiku miške na gumb v navigacijskem meniju gumb obarva rdeče, tako da obiskovalec takoj vidi, da se pod gumbom nahaja povezava na podstran.

### **5.1.8 Oblikovanje besedila**

Pri urejanju besedila smo bili pozorni, da so kontaktni podatki vedno dosegljivi in na vidnih mestih, predvsem pa, da obiskovalcu sporočimo edinstvene prednosti, ki jih bo pridobil v sodelovanju z našim podjetjem. Na spletno stran smo podali predvsem vsebine, ki bodo našim potencialnim strankam pomagale do lažjih in boljših odločitev pri nabavi artiklov, katerih proizvajalce zastopa podjetje BTA marketing. Spletno stran bomo morali tudi redno posodabljeni, saj imajo stranke rade strani, na katerih so vedno aktualne informacije. Zato bomo na spletnih straneh dopolnjevali vsebino, ki bo naše potencialne stranke prepričala, da smo strokovnjaki na svojem področju. Predvsem pa je to dokaz, da nam je korist strank vedno na prvem mestu, kar je osnovni pogoj za uspešno poslovanje v katerikoli dejavnosti.

### 5.1.9 Priprava slik

Uporabljali smo slike, ki so v povezavi z dejavnostjo podjetja. Slike smo računalniško obdelali, tako da so ostre in ustreznih barv. Pri optimizaciji slik za spletno stran smo bili še posebej pozorni na razmerje med velikostjo datoteke in kakovostjo slike. Velikost slike na disku je na internetu ključnega pomena, saj so mrežne povezave omejene in utegne nalaganje obsežne slike trajati precej dolgo. Zelo pomembni sta tudi izbira formata in stopnja kompresije slik. Uporabljali smo izključno formata jpg in png, ker ta dva sliko komprimirata, da zasede manj prostora na disku ter se posledično hitreje naloži pri odpiranju spletne strani. V nekaterih primerih smo raje namestili slike nekoliko slabše kakovosti, saj želimo, da se tudi obiskovalcem s počasnejšimi mrežnimi povezavami strani hitreje odpirajo. Prav tako smo bili pozorni na velikost slike, ker večja slika pomeni tudi večjo porabo prostora na disku, saj je treba shraniti več pikslov. Ne smemo pozabiti, da še posebej za svetovni splet, kjer bralci ponavadi na hitro pregledujejo vsebino, velja, da je slika vredna več kot tisoč besed.

## 5.2 Struktura in vsebina spletnih strani

Strukturo spletne predstavitve podjetja BTA marketing smo razdelili na pet poglavij.

Ta so:

- o podjetju,
- lokacija,
- pakirni stroji,
- pakirne embalaže,
- kontakt.

Namen poglavja **o podjetju** je predvsem predstavitev podjetja. V tem poglavju so opisane značilnosti podjetja, njegova dejavnost, podjetja, s katerimi sodeluje itd.

V poglavju **lokacija** je prikazan zemljevid z označenim sedežem podjetja. Tako obiskovalec strani, ki načrtuje nadaljnja poslovna srečanja, izve, kje se podjetje nahaja.

V poglavju **pakirni stroji** se odpre podstran s povezavami na opise različnih vrst pakirnih strojev. Te povezave so:

- stroj za sadje in zelenjavo,
- stroj za kruh in pecivo,
- stroj za časopise, revije in knjige,
- stroj za vrečenje sipkega blaga,
- stroj za avtomatsko paletiziranje,
- stroj za izdelavo PET embalaže,
- pakirne linije za polnjenje tekočin v PET embalažo,
- pakirne linije za polnjenje tekočin v stekleno in pločevinasto embalažo.

Povezave na te podstrani se ustvarijo v meniju pod poglavjem pakirni stroji in na sredini spletne strani, kjer so opremljene tudi s slikami pakirnih strojev, ki jih opisujejo povezave. Ob kliku na vsako od povezav v meniju se ta obarva rdeče, tako da obiskovalec ve, kje se nahaja. Tako ima na izbiro vrsto kategorij pakirnih strojev, pri katerih se ob kliku na vsako od njih odpre podstran z opisom podjetij, ki izdelujejo določene pakirne stroje. Poleg opisa ima vsako podjetje nameščen svoj logotip in dodatne povezave na slike svojih izdelkov.

Podobno kot v prejšnjem poglavju je tudi v poglavju **pakirne embalaže**. Ob kliku na to povezavo se prav tako odpre podstran s povezavami na opise embalaž in materialov, ki jih nudi podjetje:

- pakirne embalaže iz valovitega kartona,
- pakirne embalaže iz nevalovitega kartona,
- marketinški material iz valovitega kartona,
- elastične ovijalne »stretch« folije.

Enako kot pri poglavju pakirni stroji se nam tudi tukaj v meniju prikažejo dodatne povezave, ki kažejo na iste podstrani kot povezave na sredini spletne strani. Pri kliku na vsako od teh povezav se nam odpre naslednja stran, kjer je vsako podjetje opisano in opremljeno s svojim logotipom in slikami svojih izdelkov.

Poglavje **kontakt** obiskovalcu omogoča kontaktiranje s podjetjem. V tem poglavju se odpre stran, na kateri so napisani kontaktni podatki o podjetju:

- naslov,
- telefonska številka,
- številka telefaksa,
- e-poštni naslovi.

Na levi strani pod menijem so nameščene tri zastavice (slovenska, angleška in italijanska). Te lahko obiskovalci uporabljajo za prikaz spletnih strani v teh treh jezikih. Da je predstavitev popolnejša, imamo na desni strani logotipe podjetij, ki jih podjetje BTA marketing zastopa. Logotipi so ločeni na podjetja, ki izdelujejo pakirne stroje, in podjetja, ki izdelujejo pakirne embalaže. Tako lahko obiskovalec hitro vidi, s katerimi dobavitelji pakirnih strojev in pakirnih embalaž podjetje BTA marketing sodeluje.

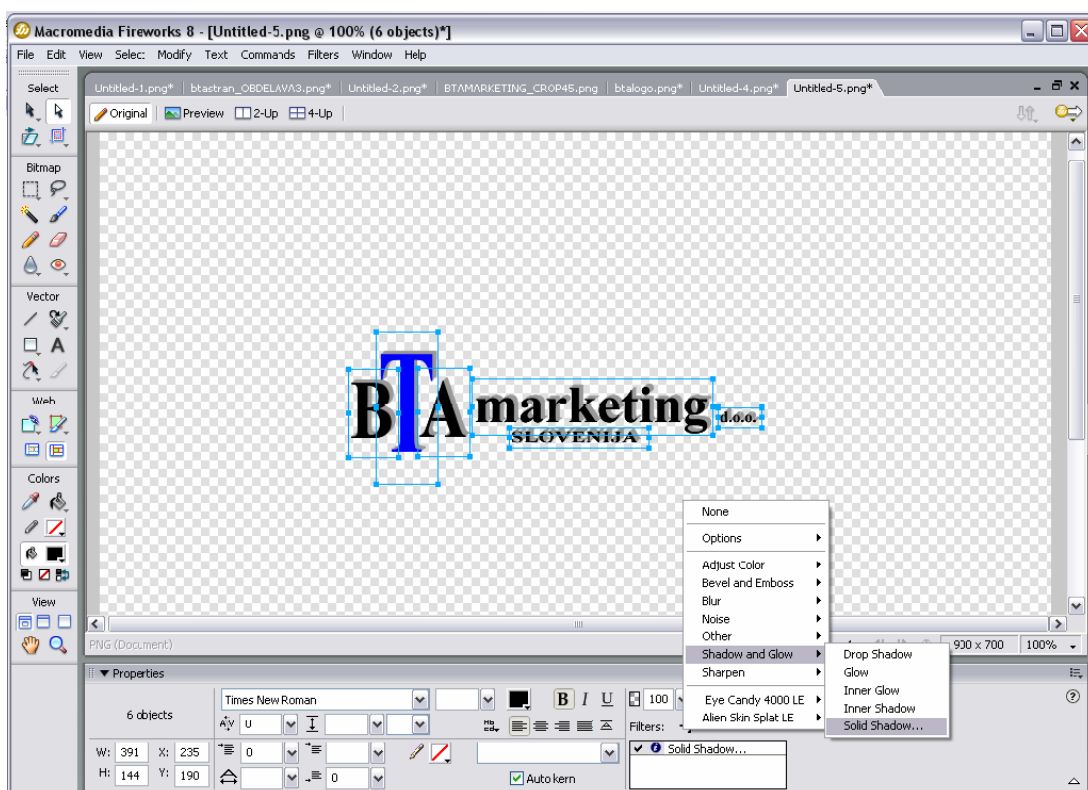
## 6 IZDELAVA SPLETNIH STRANI

### 6.1 Priprava grafičnih elementov

Priprava grafičnih elementov zajema izdelavo ozadja strani, menija, logotipa in navigacijskih gumbov. Po končani izdelavi teh elementov sledi njihovo rezanje in shranjevanje v izbrano mapo. Za pripravo grafičnih elementov smo uporabili program Macromedia Fireworks.

#### 6.1.1 Logotip

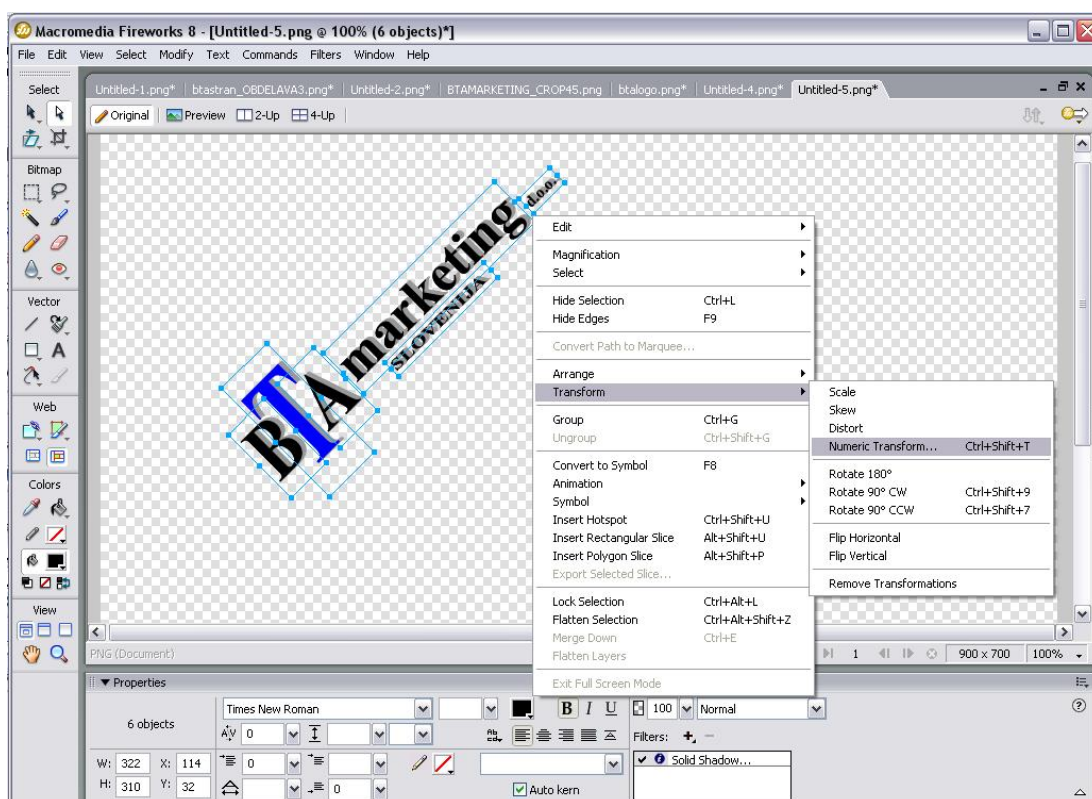
S funkcijo *Text Tool* napišemo želeni tekst. Tekstu je mogoče dodati veliko učinkov. V našem primeru uporabimo učinek *Shadow and Glow / Solid Shadow*, kot je prikazano na sliki 2. Poleg tega tekst še ustrezno obarvamo. Ko je logotip gotov, ga z orodjem *Crop Tool* obrežemo in shranimo.



Slika 2: Izdelava logotipa podjetja



Tako izdelan logotip je namenjen za postavitev v glavo spletne strani in za ozadje. Logotip za ozadje postavimo pod kotom 45 stopinj, tako da bo kasneje v ozadju lahko prikazanih več logotipov v nekoliko zasenčeni obliki. Zato moramo na označenem logotipu uporabiti funkcijo *Transform / Numeric Transform*, kjer nastavimo želeni kot. To vidimo na sliki 3.



Slika 3: Premikanje logotipa pod kotom

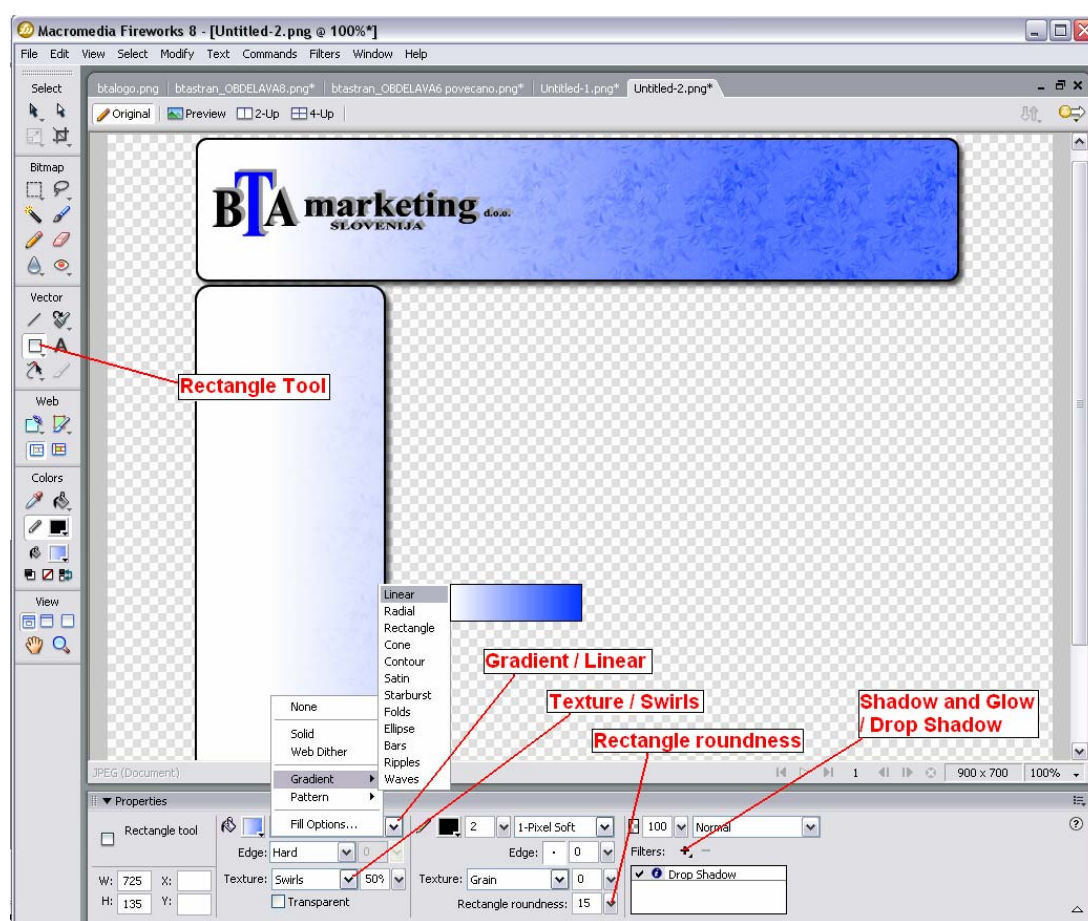
Tudi logotip, zapisan pod kotom, moramo z orodjem *Crop Tool* obrezati in ga shraniti.

### 6.1.2 Glava spletne strani in meni

Z orodjem *Rectangle Tool* najprej narišemo pravokotnik izbrane dolžine in širine. Pravokotnik pobarvamo tako, da se v njem prelivata dve barvi. V ta namen uporabimo orodje *Gradient / Linear*, s katerim določimo, da se barva preliva enakomerno iz bele v modro. Za še lepše prelivanje barv dodamo učinek *Texture / Swirls*. Pravokotniku na koncu s funkcijo *Rectangle Roundness* zaokrožimo vogale

ter ga zasenčimo z orodjem *Shadow and Glow / Drop Shadow*. Kot vidimo na sliki 4, vnesemo v tako oblikovan pravokotnik že prej izdelan logotip in ga prilepimo ob levi rob pravokotnika.

Podobno kot pri izdelavi glave postopamo tudi pri izdelavi menija. Začnemo s pravokotnikom. Za njegovo barvanje in prelivanje barv uporabimo ista orodja kot pri izdelavi glave. Prav tako tudi pri pravokotniku za meni zaokrožimo robove in ga zasenčimo (slika 4).



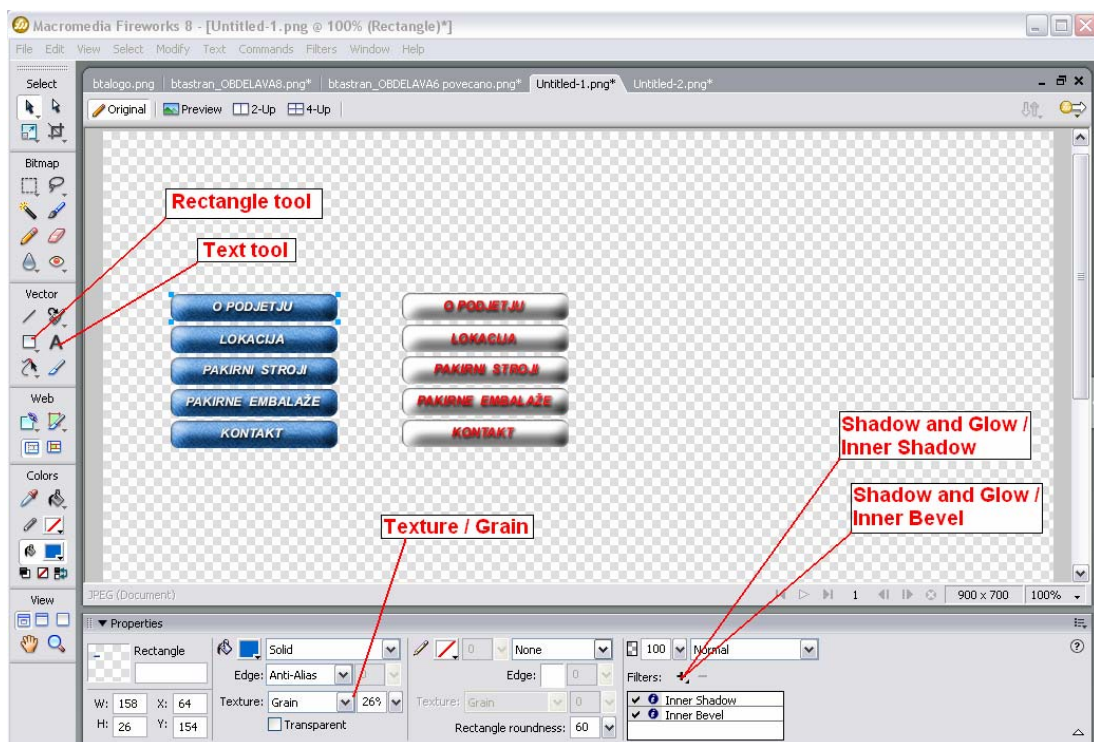
Slika 4: Izdelava ozadja, glave in menija

### 6.1.3 Navigacijski gumbi

Navigacijski gumbi se nahajajo v glavnem meniju in se uporabljajo za odpiranje podstrani. Sestavljeni so iz pravokotnikov, ki so dodatno oblikovani. Pravokotnike oblikujemo z orodjem *Rectangle Tool*, s katerim določimo širino in višino

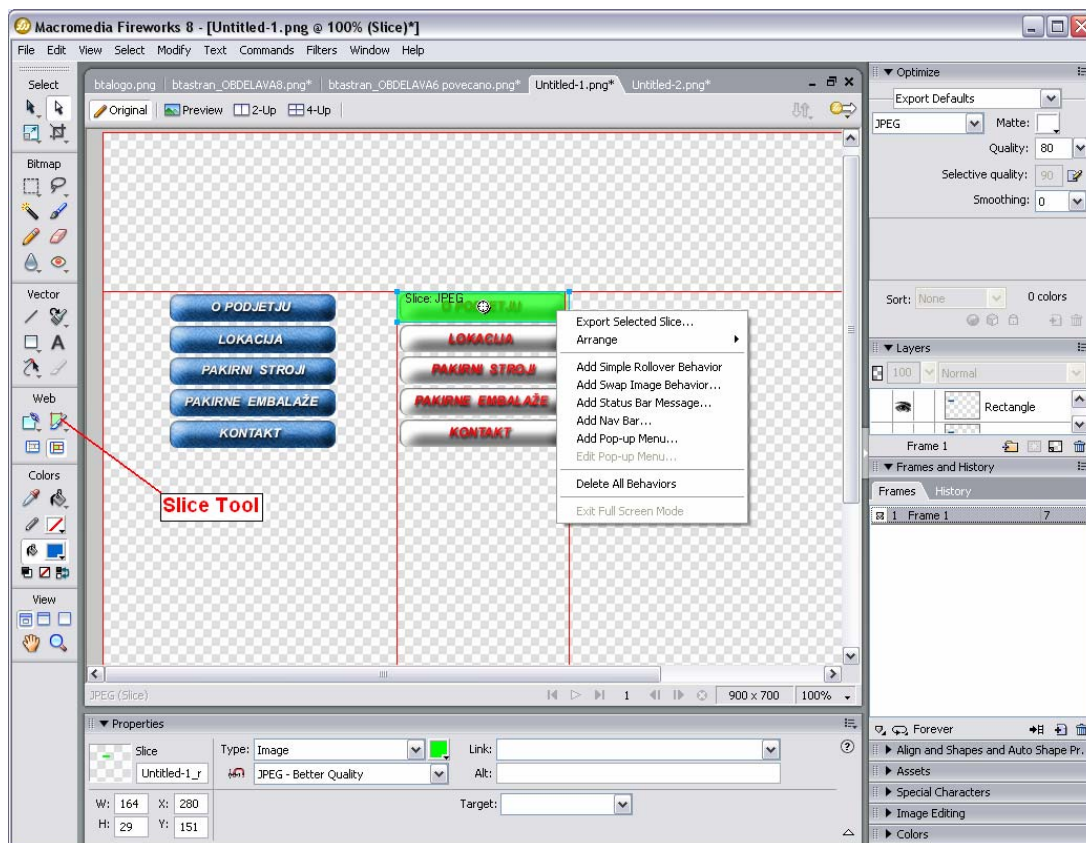
posameznega pravokotnika. Pravokotnike obdelamo s funkcijama *Shadow and Glow / Inner Shadow* in *Bevel and Emboss / Inner Bevel*. S tema funkcijama dosežemo, da je gumb vidnejši in bo obiskovalec strani takoj videl, da se na gumb lahko klika. Gumbom dodamo tudi vzorec *Texture / Grain*, jih ustrezno pobarvamo ter z orodjem *Text Tool* vpišemo besedilo, ki opisuje podstran posameznega gumba.

Zaradi boljše preglednosti na spletni strani se bodo gumbi ob kliku nanje pobarvali, tako da bo obiskovalec videl, na kateri podstrani se trenutno nahaja. V ta namen izdelamo dodatne gumbe istih dimenzij, vendar sta tako barva gumbov kot teksta v njih drugačni (slika 5).



Slika 5: Izdelava navigacijskih gumbov

Po zaključku oblikovanja gumbov vsak gumb posebej obrežemo in ga shranimo. Obrezovanje gumbov poteka v več korakih. Najprej izberemo funkcijo *Slice Tool*. Z miško označimo posamezen gumb in nato aktiviramo funkcijo *Export Selected Slice* (slika 6). Z njo vsak gumb shranimo v mapo *Root folder*, v katero shranjujemo vse elemente spletne strani.

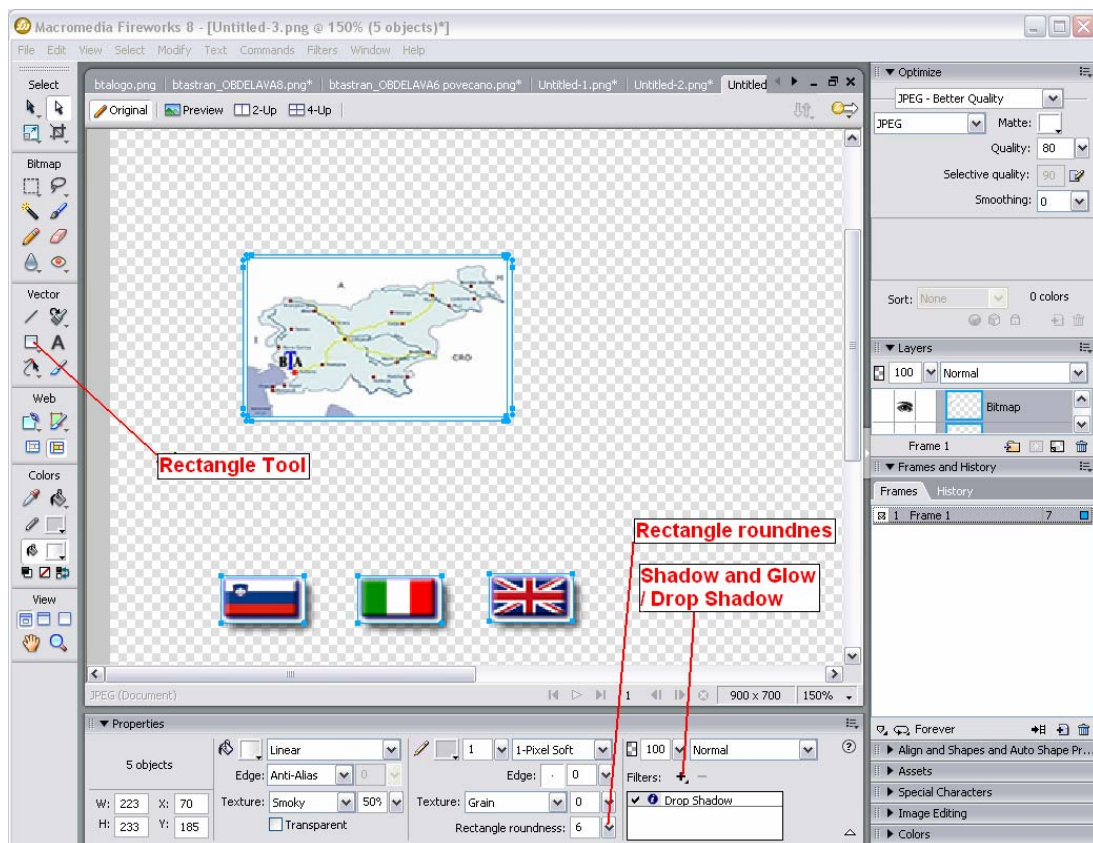


Slika 6: Obrezovanje navigacijskih gumbov

#### 6.1.4 Ostale slike

Pri izdelavi spletne strani smo uporabili veliko slik, ki smo jih dobili na spletnih straneh podjetij, s katerimi podjetje BTA marketing sodeluje. Te slike smo ustrezno obdelali s programom Macromedia Fireworks. Slike je treba po potrebi izostriti, nekaterim dodati okvir ter jim določiti dimenzije. Pri tem moramo biti pozorni, da slike ne zavzamejo preveč prostora na disku, saj bi se sicer ob odpiranju predolgo nalagale.

V glavni meni vnesemo tudi zemljevid, ki prikazuje, kje se podjetje nahaja. Zemljevid smo prav tako našli na spletu in ga ustrezno obdelali. Najprej smo vanj s programom Slikar vrisali lokacijo podjetja ter ga nato prenesli v program Macromedia Fireworks. Tam smo ga pomanjšali in mu dodali okvir. Temu smo zaokrožili vogale ter zemljevid vanj prilepili. Tako je zemljevid oblikovan v istem stilu kot ostali elementi (slika 7).

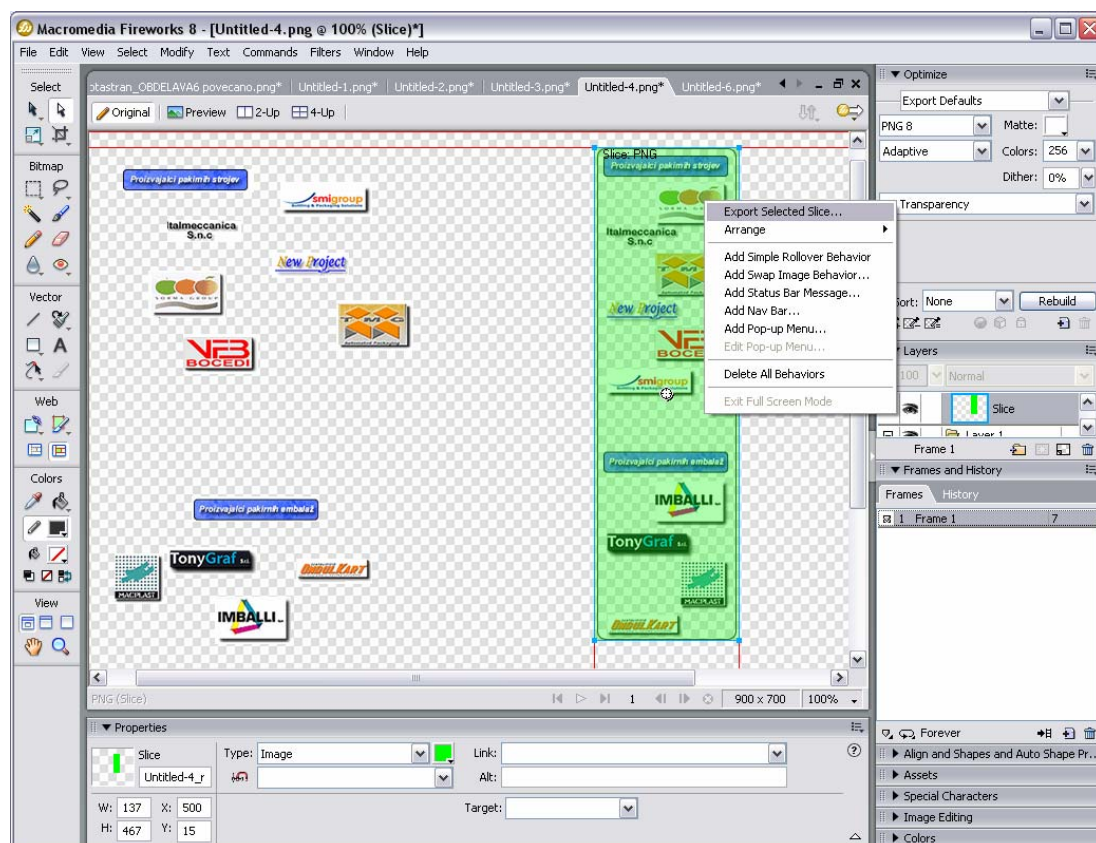


Slika 7: Oblikovanje zemljevida in zastavic

Ker smo si zamislili spletne strani v treh jezikih, smo namestili tudi slike slovenske, angleške in italijanske zastavice, s katerimi bodo lahko obiskovalci izbrali jezik spletne strani.

Po izdelavi glave in menija smo ugotovili, da je tako zamišljena stran nekoliko suhoparna, zato smo na njeni desni strani namestili še logotipe podjetij, s katerimi posluje podjetje BTA marketing. Logotipe podjetij smo našli na spletnih straneh podjetij in jih tako kot ostale slike obdelali s programom Macromedia Fireworks. Zaradi boljšega izgleda lahko vsak drugi logotip zamaknemo nekoliko v levo in tako dobimo lepšo postavitev. Logotipe podjetij med seboj ločimo na tiste, ki označujejo izdelovalce pakirnih strojev, in tiste, ki se nanašajo na izdelovalce pakirne embalaže. To naredimo s pomočjo dveh pravokotnikov, v katera vnesemo besedilo **proizvajalci pakirnih strojev** in **proizvajalci pakirnih embalaž**. Tako se bo lahko obiskovalec že ob vstopu na spletno stran orientiral, kaj posamezna podjetja izdelujejo (slika 8).

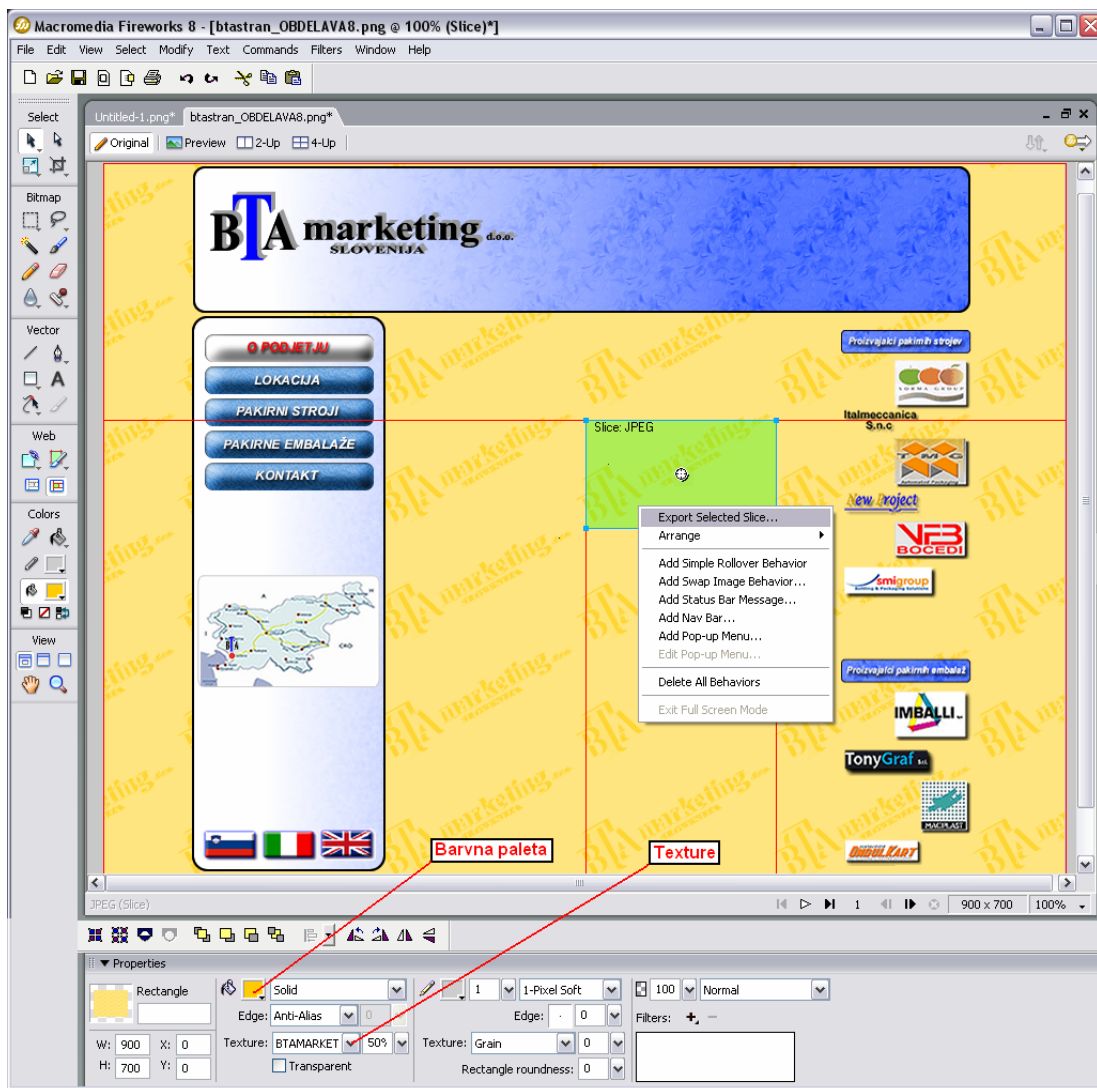
Po končani ureditvi logotipov tako kot ostale elemente tudi te obrežemo in jih shranimo v mapo *Root folder*.



Slika 8: Priprava logotipov podjetij

Z dodanimi logotipi je stran postala pestrejša in zanimivejša za obiskovalca, saj bo ta takoj ob vstopu nanjo opazil, s katerimi znanimi podjetji posluje podjetje BTA marketing.

S tako pripravljenimi elementi lahko sestavimo celostno grafično podobo nastajajoče spletne strani. Najprej odpremo nov list v programu Macromedia Fireworks in določimo dimenzije lista. Nato v mapi *Root folder* odpremo vse pripravljene elemente spletne strani. Te elemente kopiramo na odprti list, jih ustrezno razmestimo in nastavimo ter tako sestavimo osnovno grafično podobo strani (slika 9).



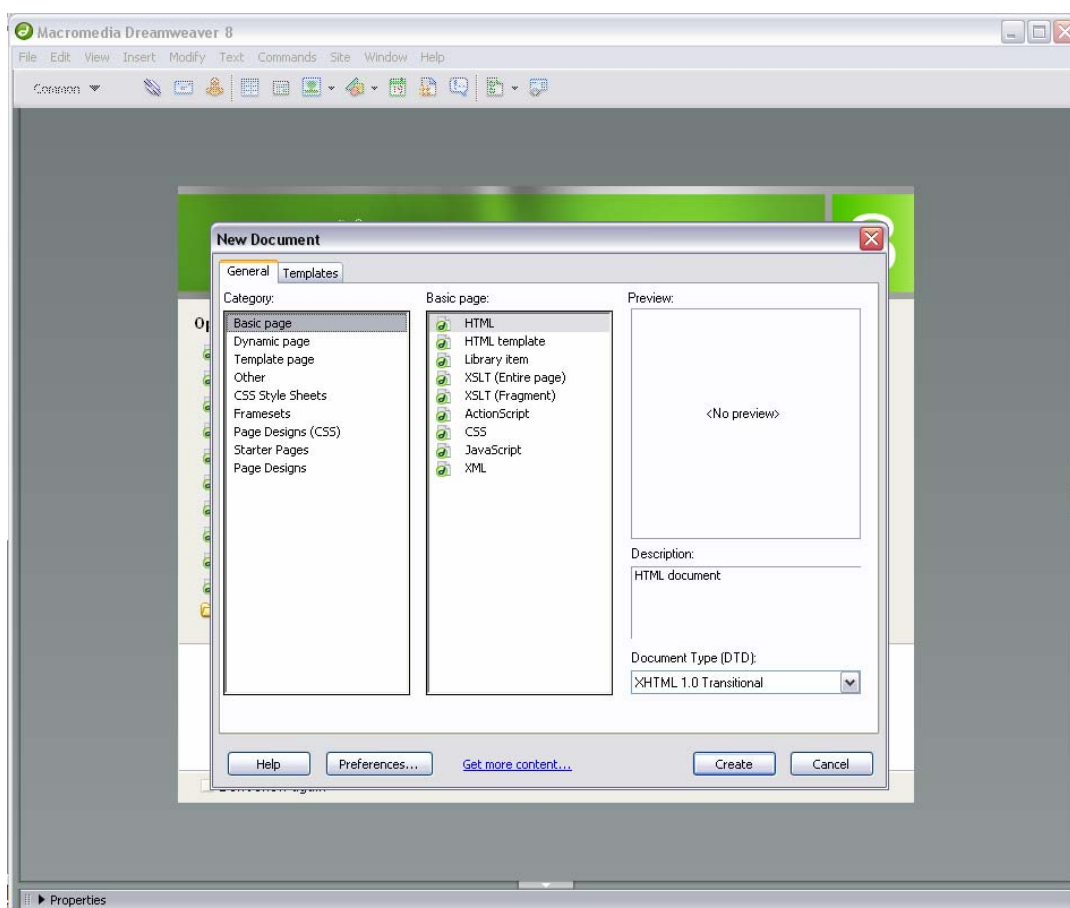
Slika 9: Sestavljena grafična podoba spletne strani

Po postavitvi grafičnih elementov lahko z uporabo poševno zapisanega logotipa, ki smo ga pripravili v začetku, oblikujemo še ozadje. To naredimo z orodjem *Texture*. Uporabimo datoteko s shranjenim logotipom in iz barvne palete izberemo barvo ozadja. Vzorec ozadja z večkrat omenjenim orodjem *Slice Tool* obrežemo in ga s funkcijo *Export Selected Slice* shranimo, saj ga bomo kasneje uporabili v programu Macromedia Dreamweaver, ko bomo stran pretvorili v obliko HTML.

## 6.2 Oblikovanje spletnih strani

### 6.2.1 Začetek dela

Za oblikovanje spletnih strani smo kot glavno orodje uporabljali program Macromedia Dreamweaver. Program na začetku odpremo ter v meniju *File* izberemo ukaz *New Document*, s katerim lahko izbiramo vrsto dokumenta, ki ga želimo izdelati. V levem stolpcu so navedene zvrsti spletnih strani *Category*, v desnem pa spletne strani v izbrani zvrsti. V našem primeru izberemo zvrst klasične spletne strani *Basic Page* in tip strani HTML, kot kaže slika 10.

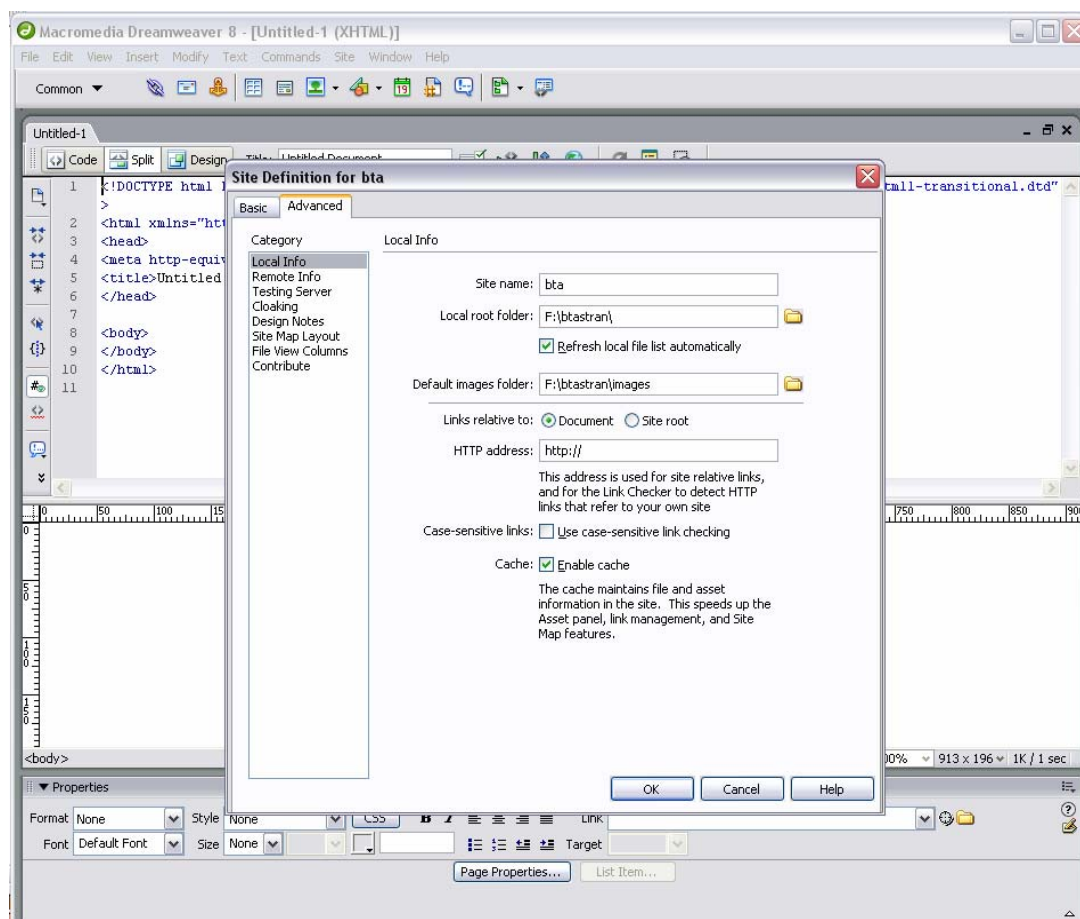


Slika 10: Vstop v program Macromedia Dreamweaver

Po teh izbirah kliknemo gumb *Create* in odpre se okno, v katerem poteka izdelava strani. Pred pričetkom izdelave strani moramo določiti mapo *Root folder*, v katero bomo shranjevali datoteke spletne strani. To opravimo s klikom na gumb *Site* v



zgornji orodni vrstici in z izbiro možnosti *New Site*. Odpre se okno (slika 11), kjer vpišemo ime spletne strani *Site name*, določimo glavno mapo *Local root folder*, kjer bodo shranjene vse datoteke, ter mapo *Default images folder*, v kateri so že shranjene slike, predhodno izdelane s programom Macromedia Fireworks.

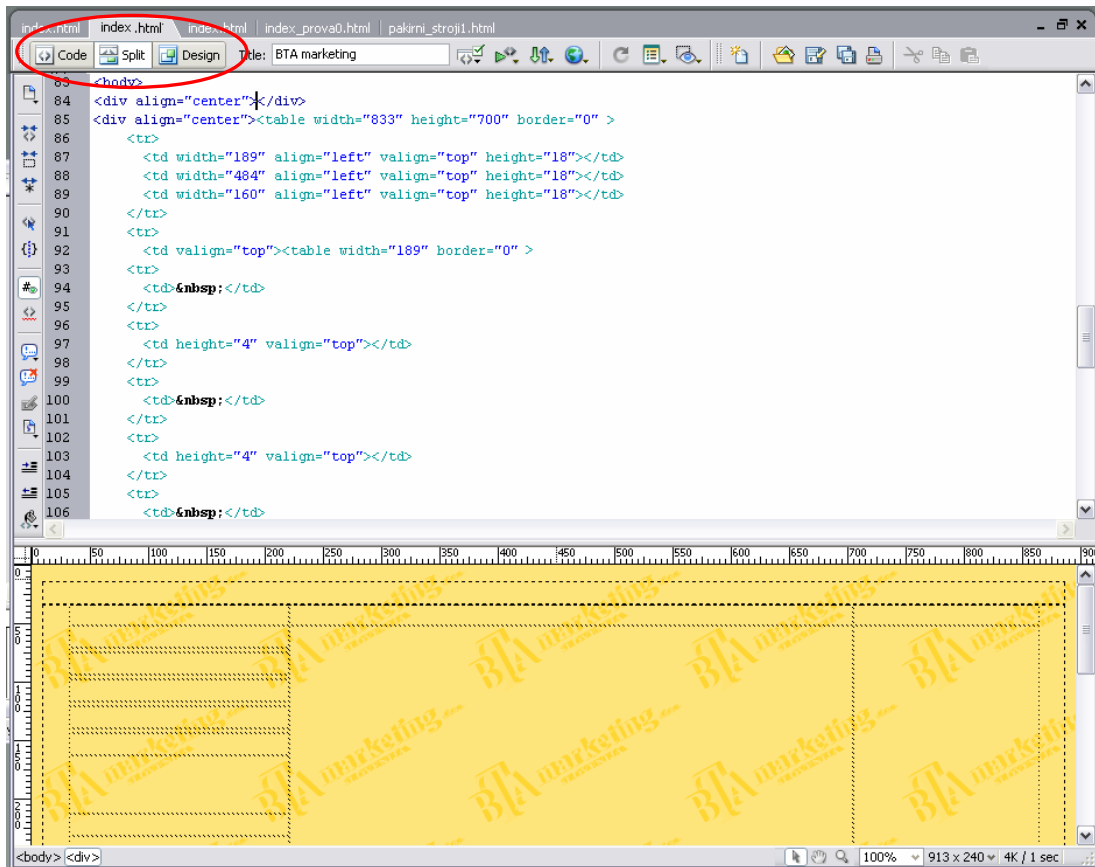


Slika 11: Določanje glavne mape spletne strani

Po teh nastavitvah shranimo prvi HTML dokument, ki ga poimenujemo INDEX.HTML. Tako je namreč največkrat označena vhodna stran spletne predstavitve, na njej pa se nahajajo povezave na podstrani.

Program Macromedia Dreamweaver omogoča tri poglede na nastajajočo spletno stran. Pogled *Code* prikazuje samo kodo strani, pogled *Design* prikazuje samo izgled strani, ki nastane pri programiranju, pogled *Split* pa prikazuje oboje. Ta pogled smo največkrat uporabljali, saj smo imeli boljši pregled nad nastajajočim izdelkom. Pri

tem pogledu se ob vsaki spremembi kode strani prikaže tudi spremenjeni izgled strani (slika 12).



Slika 12: Določanje pogleda za lažje oblikovanje spletne strani

Oblikovanje spletne strani pričnemo z vgradnjo ozadja. Za ozadje uporabimo sliko, ki smo jo predhodno ustvarili v programu Macromedia Fireworks. Sliko za ozadje vgradimo z možnostjo *Page Properties* (lastnosti strani), s katero omenjeno ozadje izberemo in ga namestimo. Sledi izdelava tabel, v katere kasneje vgradimo glavo, meni, slike in tekst.

## 6.2.2 Načrtovanje tabel

Pri oblikovanju spletnih strani je koristno na začetku ustvariti tabelo, v katero kasneje vstavljamo slike, povezave, tekst ipd. Na ta način dosežemo, da so elementi na strani ustrezno razporejeni. V našem primeru dokument s pomočjo preproste tabele najprej razdelimo na dva dela. Zgornji del je namenjen glavi dokumenta, v

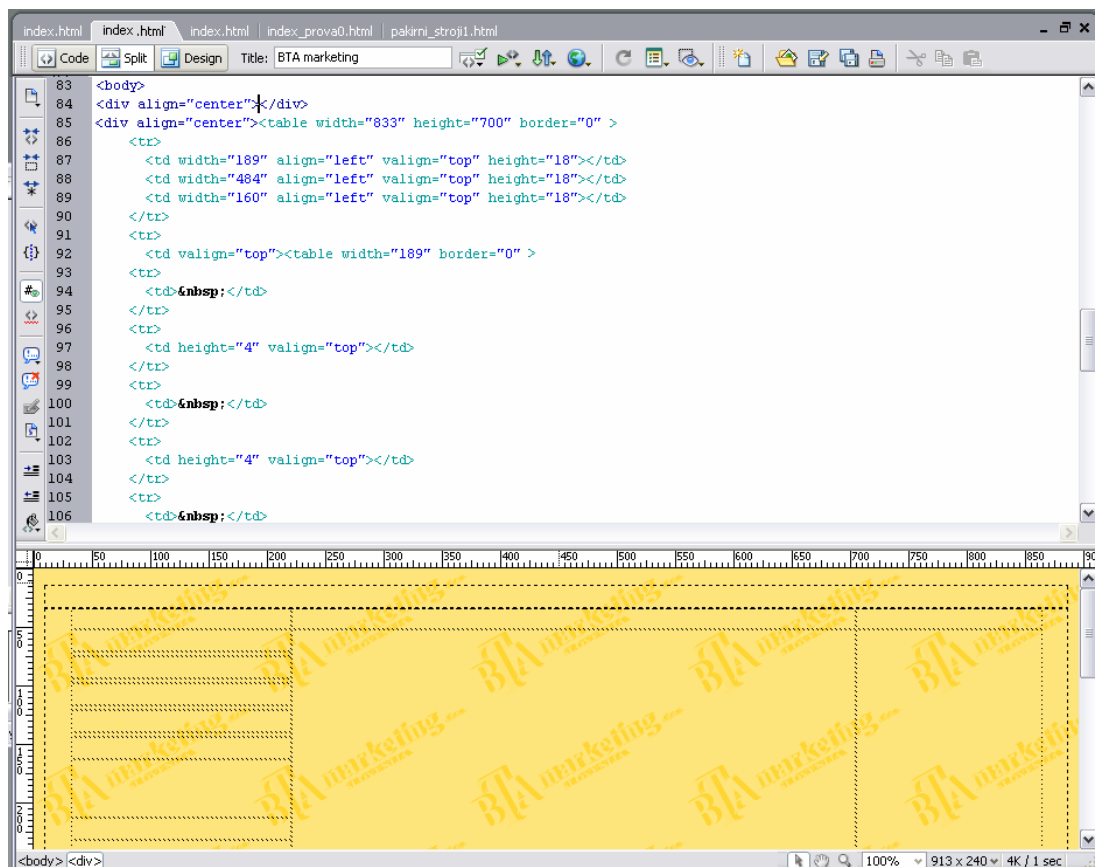
kateri bo nameščen logotip podjetja, v spodnjem delu dokumenta pa oblikujemo novo zahtevnejšo tabelo, v katero bodo nameščeni gumbi s povezavami, slike in tekst.

Tabele večinoma oblikujemo s kombinacijama značk `<tr></tr>`, ki začneta in končata posamezno vrstico, ter `<td></td>`, ki začneta in končata vnos podatkov v tabelo. Kombinacija obeh skupaj izgleda takole:

```
<tr>
  <td></td>
</tr>
```

Znački `<td></td>` služita tudi za določitev raznih vrednosti za tabelo, kot na primer dolžina vrstice *width*, višina vrstice *height*, poravnava *align*, obrobe tabele in njena debelina *border*, vstavljanje povezav na podstrani *href* in še mnogo drugih. Navedene možnosti vpisujemo med obema navedenima značkama (Kaltenekar, 2006).

Slika 13 prikazuje oblikovanje tabele, in sicer njeno kodo in izgled. Kot na njej vidimo, se oblikovanje spletne strani začne z značko `<body>`. Najprej z značko `<div>` razdelimo dokument v dva dela. V zgornjem delu je predviden prostor za glavo spletne strani, ki bo vsebovala logotip podjetja. Ta del je s funkcijo *align* poravnana sredinsko, tako da bo logotip postavljen na sredino. Ta del kode je zaključen z značko `</div>`. Sledi drugi del, kjer sta prav tako uporabljeni značka `<div>` in sredinska poravnava. Tukaj so dodane dimenzije tabele, kodo pa prav tako zaključimo z značko `</div>`.



Slika 13: Oblikovanje tabele v programu Macromedia Dreamweaver

Sledi izdelava notranjih stolpcev in vrstic. Kot vidimo iz kode na sliki 13 v vrsticah od 86 do 90, je zunanja tabela razdeljena na tri dele. Za vsakega sta predpisani širina in višina. Vsi trije so poravnani levo (*align*) in ob zgornji rob (*valign*). Naslednja tabela bo služila za navigacijske gumbe, zemljevid ter zastavice. Za spletno stran bomo potrebovali pet navigacijskih gumbov, ki bodo nameščeni eden pod drugim. Vsak gumb bo v tabeli zavzel eno vrstico, v kateri bo nameščen, ter eno vrstico za razmik do naslednjega gumba. Zato je potrebno predvidevati pet vrstic za gumbe in štiri vrstice za razmike med njimi. Pod navigacijskimi gumbi sta predvideni še vrstica za zemljevid in vrstica za zastavice. Med zadnjim navigacijskim gumbom in zemljevidom ter med zemljevidom in zastavicami je potrebno dodati dve vrstici, katerima bomo lahko sproti nastavljali višino in s tem razmik.

Kot vidimo na sliki 13 v vrstici 92, tabelo ponovno začnemo z značko <tr>. Tabeli določimo širino in poravnavo. Nato začnemo ustvarjati vrstice za navigacijske gumbe. Ponovno začnemo z značko <tr> ter nadaljujemo s parom značk <td></td>.

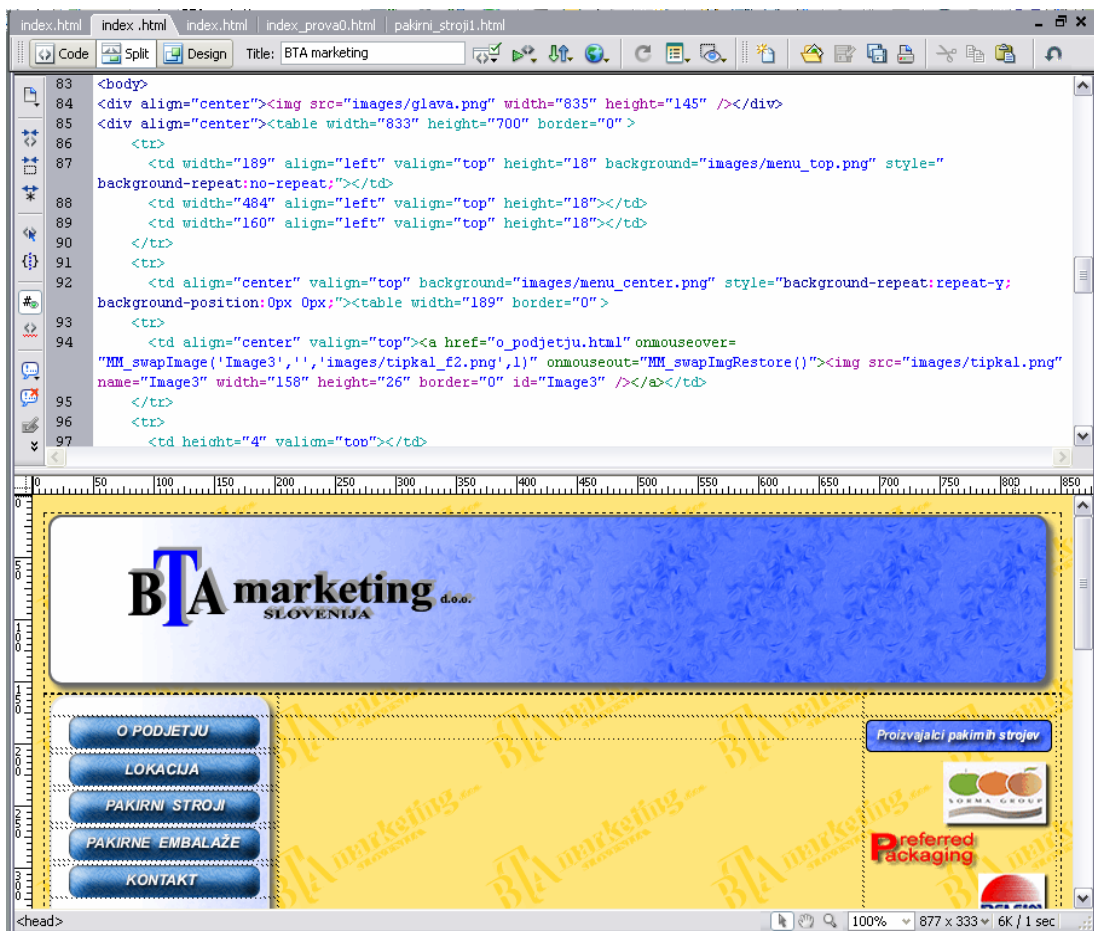
Med obema značkama je začasno vstavljen poseben znak »&nbsp;« (*non-breaking space*), ki predstavlja prazno vrstico. Tega ob dodajanju podatkov v vrstico zbrisemo. Vrstico zaključimo z značko `</tr>`.

Razmik med gumbi naredimo tako, da ustvarimo podobno vrstico kot za navigacijski gumb, le da v kodo vrstice vstavimo funkcijo *height* ter ji določimo višino vrstice in s tem razmik med gumbi. Ostale vrstice za navigacijske gumbe ter razmik med njimi se, kot vidimo v kodi na sliki 13, ponavljajo. Med gumbi in zemljevidom predpišemo nekoliko večjo višino vrstice, saj želimo, da je zemljevid nekoliko nižje od gumbov. Prav tako naredimo med zemljevidom in zastavicami, le da razmik še povečamo.

Podobno tabelo naredimo še na desni strani spletne strani, le da je ta nekoliko ožja. Tabela na tej strani nima vrstic, ker bo v njej nameščena slika. Iz slike 13 je sicer razviden le del celotne tabele, vendar so vsi njeni deli in tabele na podstraneh oblikovani po podobnem postopku.

### **6.2.3 Vstavljanje grafičnih elementov**

Oblikovanju tabel sledi vstavljanje grafičnih elementov, povezav na podstrani, slik in teksta. To naredimo z dodajanjem določenih delov kode v kodo, ki smo jo napisali pri oblikovanju tabel. Na sliki 14 vidimo, da je izgled strani že precej izpopolnjen, istočasno pa je koda precej bolj zapletena, saj že vsebuje povezave in slike.



Slika 14: Vstavljanje grafičnih elementov in povezav

Najprej v glavo dokumenta namestimo logotip podjetja. V vrstico 84 (glej sliko 14) dodamo kodo *img* in takoj za tem vstavimo funkcijo *src*, ki pomeni, da izberemo shranjeno datoteko s sliko ter jo namestimo. Na enak način namestimo tudi slike logotipov podjetij na desni strani dokumenta.

Vrstica 85 ostane nespremenjena, saj zunanje tabele ne dopolnjujemo. Kot je razvidno iz slike 14, pa v vrstici 87 vstavimo zgornji del ozadja menija. V ta namen so dodane koda *background*, funkcija *image* ter izbrana slika. Poleg tega je dodana še koda *style* in izbrana funkcija *background-repeat: no-repeat*. Ta funkcija pomeni, da se ta del ozadja ne ponavlja. Podobno je nekaj vrstic niže, kjer v meni vstavljamo sredinski del ozadja. Za razliko od zgornjega dela ozadja se mora sredinski del ponavljati, ker so ostale podstrani zaradi povečanega števila gumbov v meniju nekoliko daljše. Zato v vrstico 92 dodamo kodo *style* in izberemo funkcijo

*background-repeat: repeat-y.* To pomeni, da se bo slika podaljševala navzdol. V spodnjem delu menija je enako kot v zgornjem, saj je slika prikazana na enak način in se ne ponavlja.

#### 6.2.4 Vnos besedila

Nameščanje besedila na spletno stran je enostavno, saj ga lahko napišemo v programu Macromedia Dreamweaver ali s kombinacijo funkcij *Copy – Paste* prenesemo iz programa, kot je npr. Microsoft Office. Nameščeno besedilo lahko nato oblikujemo, tako da izbrane dele odebelimo, jim spremenimo pisavo, jih pobarvamo itd. Pri tem si lahko pomagamo s CSS slogi, o katerih bomo govorili kasneje.

#### 6.2.5 Nameščanje povezav na podstrani

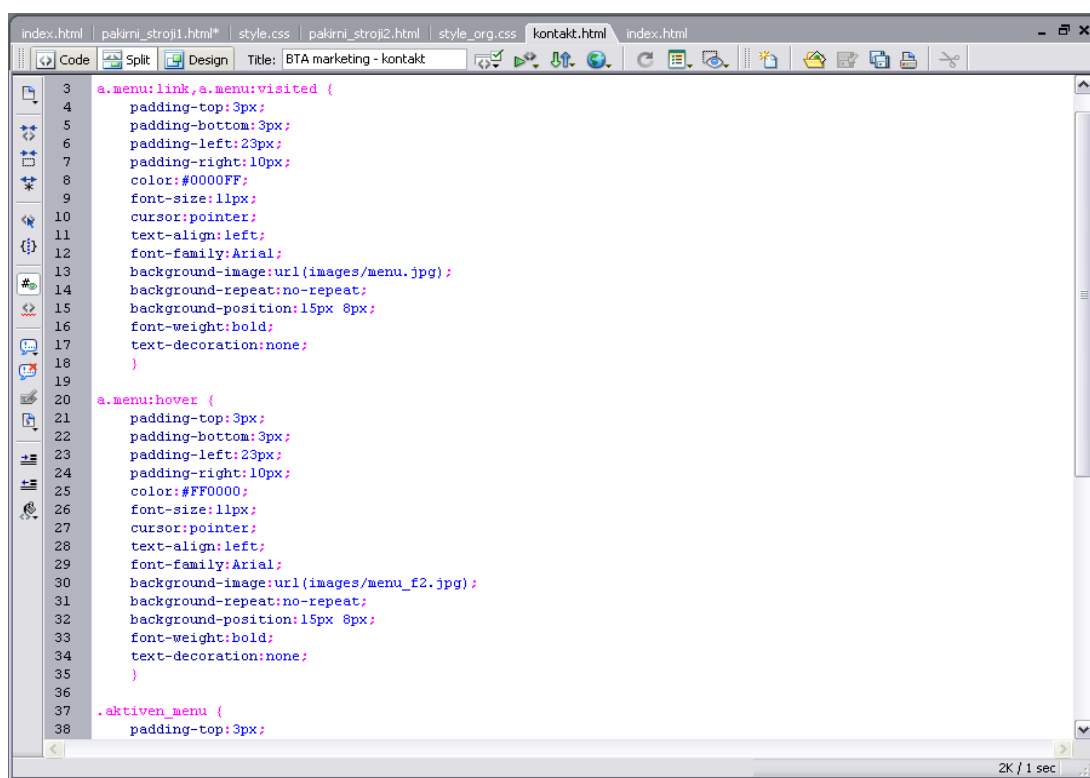
Po namestitvi ozadja v meniju in drugih slik začnemo z vstavljanjem navigacijskih gumbov in povezav na podstrani. Pred tem pa lahko že vnaprej pripravimo podstrani, tako da povezave preizkusimo z orodjem *Preview / Debug in Browser*, ki je na voljo v orodni vrstici programa Macromedia Dreamweaver. To orodje simulira spletno stran in prikaže njen izgled. Ker želimo, da so v osnovi podstrani enake, lahko osnovo uvodne strani večkrat shranimo, vendar vsakokrat v datoteko z drugim imenom. Nato posamezne podstrani še dokončno obdelamo. Poznamo naslednje načine povezav na podstrani:

- povezave z dodajanjem tekstovnih slik,
- povezave z dodajanjem CSS slogov,
- povezave za elektronsko pošto,
- preproste povezave.

Pri nameščanju navigacijskih gumbov smo izdelali **povezave z dodajanjem tekstovnih slik**. Koda za prvi gumb je napisana v vrstici 94 (slika 14). Poleg običajne povezave na podstran želimo doseči tudi, da bi se gumb ob kliku nanj obarval ter na podstrani ostal obarvan. Zato potrebujemo poleg slike navadnega gumba tudi sliko obarvanega. Slike gumbov se bodo z aktiviranjem ustrezne kode

pod kazalcem miške izmenjevale in na strani bo vidno, na kateri gumb trenutno kažemo. Delovanje posameznega gumba sprogramiramo z orodjem *Insert* in ukazoma *Image Object* ter *Rollover Image*. Pri tem določimo ime slikovne datoteke gumba, ime slikovne datoteke obarvanega gumba in ime HTML datoteke podstrani, ki se bo odprla ob kliku na gumb. Rezultat je koda, kot jo vidimo na sliki 14. Na isti način sprogramiramo tudi delovanje ostalih navigacijskih gumbov.

Poleg povezav z dodajanjem tekstovnih slik poznamo tudi **povezave z dodajanjem CSS slogov**. Primer CSS sloga vidimo na sliki 15.



```
3 a.menu:link,a.menu:visited {
4   padding-top:3px;
5   padding-bottom:3px;
6   padding-left:23px;
7   padding-right:10px;
8   color:#0000FF;
9   font-size:11px;
10  cursor:pointer;
11  text-align:left;
12  font-family:Arial;
13  background-image:url(images/menu.jpg);
14  background-repeat:no-repeat;
15  background-position:15px 8px;
16  font-weight:bold;
17  text-decoration:none;
18 }
19
20 a.menu:hover {
21   padding-top:3px;
22   padding-bottom:3px;
23   padding-left:23px;
24   padding-right:10px;
25   color:#FF0000;
26   font-size:11px;
27   cursor:pointer;
28   text-align:left;
29   font-family:Arial;
30   background-image:url(images/menu_f2.jpg);
31   background-repeat:no-repeat;
32   background-position:15px 8px;
33   font-weight:bold;
34   text-decoration:none;
35 }
36
37 .aktiven_menu {
38   padding-top:3px;
```

Slika 15: Primer CSS sloga

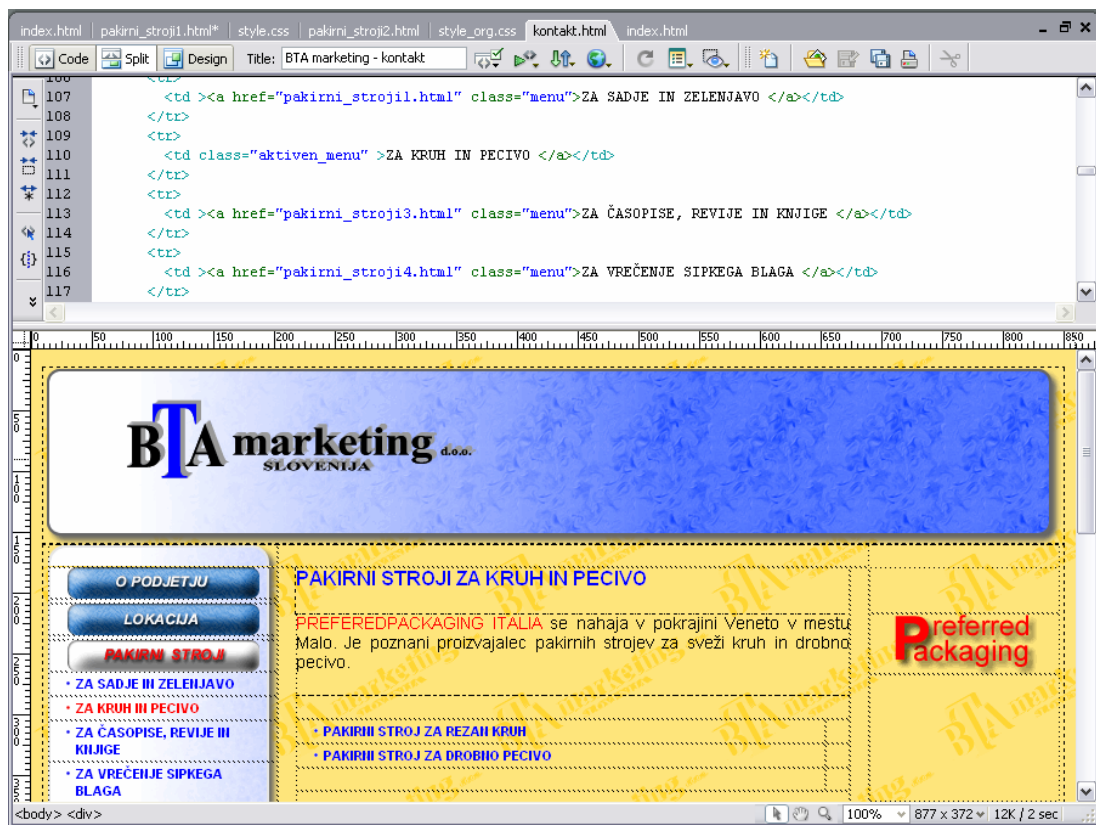
Za barvno delovanje predmetov na spletni strani potrebujemo tri take stolpce (sloge), kot jih prikazuje slika 15. Prvi stolpec prikazuje slog pred klikom, drugi prikazuje slog po premiku kazalca miške na tekst, tretji pa po kliku na tekst. Prva dva smo poimenovali *menu* in sta med seboj povezana, saj se mora tekst obarvati že, ko smo z miškinim kazalcem na njem. Tretjega smo poimenoval *aktiven\_menu*. Ta je samostojen in pride v poštev, ko je podstran že odprta. Če pogledamo vsebino tega sloga, vidimo, da določa odmike teksta od zgornjega, spodnjega, levega in desnega



roba vrstice tabele. Določa tudi barvo teksta in velikost. Sledi funkcija *cursor*, ki spremeni kazalec, kadar ga postavimo na predmet. Kot vidimo, imamo nastavljeno levo poravnavo teksta in izbrano vrsto pisave Arial. Sledi vstavljanje pike pred vsako alinejo. Tudi to pripravimo v dveh barvah zaradi obarvanja ob kliku nanjo. Eno shranimo v datoteko z imenom *menu.jpg*, drugo pa v datoteko z imenom *menu\_f2.jpg*. Nato s funkcijo *background-image* sliko dodamo v slog, s funkcijo *background-repeat: no-repeat* pa preprečimo, da bi se slika večkrat ponovila v ozadju. S funkcijo *background-position* sliko horizontalno in vertikalno nastavimo.

Nato sledi odebelitev pisave s funkcijo *font-weight* ter nastavitvev *bold*, kar pomeni, da bo pisava odebeljena. Zadnja funkcija je *text-decoration*. S to funkcijo lahko ob kliku tekst podčrtamo, nadčrtamo ali prečrtamo. V našem primeru želimo, da tekst ostane nespremenjen, zato tej funkciji dodamo nastavitvev *none*. Naslednji stolpec je skoraj enak zgoraj opisanemu, le da ima ta nastavljeno rdečo pisavo namesto modre. Poleg tega ima tudi piko pred alinejo drugačne barve, zato je v funkciji *background-image* vstavljena slika z imenom *menu\_f2.jpg*.

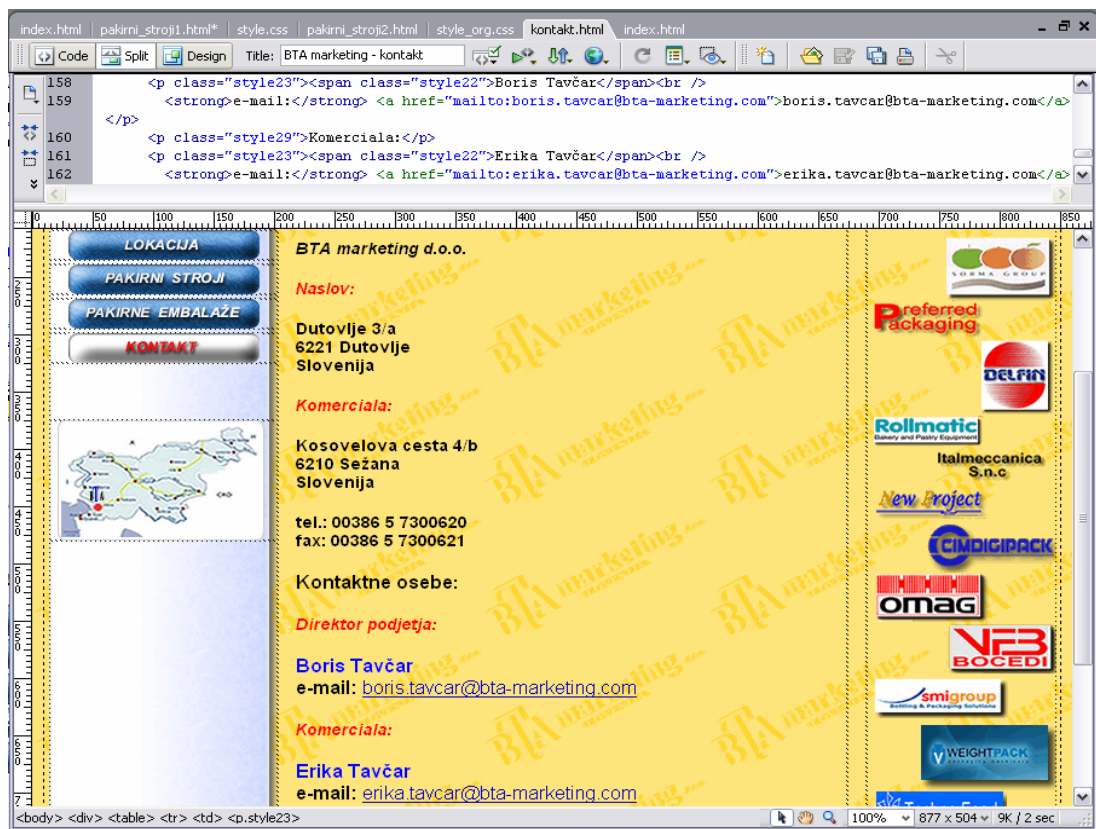
Po izdelavi slogov datoteko z njimi shranimo, saj jo bomo potrebovali pri vzpostavljanju povezav. Na sliki 16 vidimo vzpostavljanje povezav z drugimi stranmi z uporabo CSS slogov.



Slika 16: Povezave z uporabo CSS slogov

Kot vidimo v vrstici 107, smo uporabili funkcijo *href*, s katero vzpostavljamo hiperpovezave na spletnih straneh. S funkcijo *class* izberemo slog, ki ga potrebujemo. V tem primeru izberemo slog *menu*, saj povezava trenutno ni aktivna (glej sliko 17). Če pogledamo vrstico niže, vidimo, da v njej ni nobene povezave, saj se že nahajamo na želeni strani, pač pa je tam vstavljen drugi slog – *aktiven\_menu*, kar pomeni, da se nahajamo na želeni podstrani in je tekst, ki predstavlja povezavo na to podstran, rdeče barve.

Na sliki 17 vidimo nameščanje **povezav za elektronsko pošto**. V vrstici 159 je vstavljena povezava na elektronski naslov. Ta povezava je podobna povezavam na podstrani, le da je namesto imena datoteke v funkcijo *href* vstavljena pripona *mailto:*, ki ji sledi elektronski naslov. Ta povezava deluje tako, da se ob kliku nanjo odpre program za pošiljanje pošte, npr. Outlook, in v njem že vpisan elektronski naslov, določen s povezavo.



Slika 17: Dodajanje povezav za elektronsko pošto

Poleg nameščanja zahtevnejših povezav, kot smo jih pravkar opisali, poznamo tudi **preproste povezave**. Te lahko vzpostavimo z uporabo že omenjenih značk `<a></a>` in funkcijo `href`. Primer takšne povezave izgleda takole:

```
<td><a href = "podstran_1.html" >Stran 1</a></td>
```

V tem primeru se ob kliku na tekst »Stran 1« odpre stran z imenom »podstran\_1.html«. Tako povezavo lahko namestimo na poljubnem mestu v besedilu, njegov del, ki predstavlja povezavo, pa je običajno podčrtan, ko ga gledamo v spletnem brskalniku.

## **7 NAMESTITEV SPLETNIH STRANI NA STREŽNIK**

Po izdelavi spletnih strani sledi še njihova objava na spletnem strežniku. Z objavo na strežniku postanejo spletne strani dosegljive vsem uporabnikom interneta.

### **7.1 Izbira ponudnika spletnega gostovanja**

Če nimamo lastnega spletnega strežnika, potem za objavo spletnih strani potrebujemo ponudnika spletnega gostovanja. V Sloveniji je precej tovrstnih ponudnikov, ki nudijo široko paleto storitev in oblik spletnega gostovanja. Priporočljivo je, da izberemo ponudnika, ki ima ustrezne reference, to je večje število podjetij, ki gostujejo na njegovem strežniku, ki skrbi za varovanje podatkov, arhiviranje, pravočasne nadgradnje ter razširitve strežnika. Poleg tega nam ponudnik tudi registrira domeno, ki jo želimo, oziroma si jo v naprej izberemo. Vsak ponudnik ima na voljo več paketov spletnega gostovanja. Zaradi kompleksnosti posameznih paketov smo njihovo primerjavo omejili na velikost prostora, število brezplačnih e-naslovov, ki pripadajo izbranemu paketu, ter ceno. Ponudnika smo tako našli preko spleta ter se odločili za paket, za katerega menimo, da bo zadovoljil naše potrebe.

### **7.2 Postopek namestitve spletnih strani na strežnik**

Po zakupu prostora na strežniku in opravljeni registraciji domene nam ponudnik aktivira naslov spletne strani (npr.oblike `www.naslov.com`), ki smo ga izbrali ob prijavi za registracijo domene, uporabniško ime in geslo, ki ga potrebujemo za dostop do strežnika, ter naslov za ftp dostop. Nato lahko začnemo s kopiranjem datotek na strežnik. V našem primeru smo uporabljali program Total Commander. Z njim na strežnik skopiramo datoteke, ki smo jih ustvarili s programom Dreamweaver (html datoteke), in tiste, ki smo jih ustvarili s programom Fireworks (slike). Pomembno je, da vse te datoteke skopiramo v mapo `public_html`, saj je prav ta namenjena datotekam spletne strani. Sedaj je spletna stran samostojna in za prikazovanje ne potrebuje več našega računalnika, saj zanjo odslej skrbi spletni strežnik.

### **7.3 Vzdrževanje spletnih strani**

Posodabljanje in skrb za nemoteno delovanje spletnih strani sta velikokrat zapostavljena, kar pa privede do tega, da se obiskovalci spletnih strani, ki so stran že obiskali, ne vračajo. Zato moramo spletne strani redno vzdrževati, tako da so stalno posodobljene in obiskovalcu vedno znova ponujajo nekaj novega. Na ta način dosežemo zadovoljstvo obiskovalcev, ki se zato tudi vračajo na spletne strani. V primeru spletne predstavitve podjetja BTA marketing to pomeni sprotno dopolnjevanje vsebine z informacijami o novih partnerjih podjetja in o novostih v ponudbi podjetja.

## 8 ZAKLJUČEK

V diplomskem delu smo predstavili značilnosti in uporabo interneta, ki postaja iz dneva v dan aktualnejši tako za podjetja kot posameznike. Nato smo opisali svetovni splet, s katerim dostopamo do želenih spletnih strani, ter njegovo delovanje. Poleg tega smo spoznali tudi značilnosti elektronskega poslovanja, s katerim lahko podjetja lažje, hitreje in ceneje poslujejo. Glavna tema diplomskega dela pa je predstavitev izdelave spletnih strani podjetja BTA marketing d.o.o.

Pred izdelavo smo najprej sestavili strukturo spletnih strani, tako da smo pridobili nekaj zamisli o tem, kako naj bi strani izgledale. Nato je sledila izdelava, pri kateri smo spoznali različne programe za izdelavo grafičnih elementov in programe za oblikovanje spletnih strani ter se tako naučili izdelovati funkcionalne in estetske spletne strani. Poleg tega smo se seznanili z objavljanjem spletnih strani na spletnem strežniku ter izbrali ustreznega ponudnika spletnega gostovanja.

Izdelava spletnih strani je zahtevala veliko predznanja, še posebej na področju programske opreme. To smo delno že poznali, vendar smo morali znanje za izdelavo spletnih strani podjetja nadgraditi. Potrebno znanje smo pridobili na spletnih straneh (HTML Exaples, 2007; CSS Examples, 2007) in ga osvojili v dobrem tednu. Sledila je zasnova strani, za katero smo porabili tri dni. Nekaj več časa nam je vzelo iskanje in zbiranje podatkov, ki smo jih potrebovali za vsebino spletnih strani. Te smo iskali v podjetju BTA marketing in na spletu ter jih v mesecu in pol v celoti pridobili. Sledila je priprava grafičnih elementov in obdelava slik, kar je trajalo mesec dni. Naslednji korak, programiranje spletnih strani, smo opravili v enem tednu. Za vzpostavitev spletnega mesta na najetem strežniku smo porabili en dan. Delo je tako v celoti trajalo dobre tri mesece.

Za izdelavo grafičnih elementov in obdelavo slik smo uporabili program Macromedia Fireworks, za programiranje pa program Macromedia Dreamweaver. Kupimo ju lahko skupaj v paketu *Adobe Creative Suite 4 Design Premium*. Zanj moramo odšteti 2038 EUR. Podobno kot pri programski opremi za izdelavo strani imamo tudi pri izbiri spletnega gostovanja različne pakete. Za naš primer smo izbrali

paket storitev, ki omogoča 5 GB prostora na disku strežnika, 100 elektronskih naslovov, protivirusno zaščito in zaščito pred nezaželeno pošto. Stroški tega paketa so 4,20 EUR mesečno, kar je dobrih 50 EUR letno.

Z diplomskim delom smo pridobili veliko znanja in izkušenj. To nam bo prišlo v prihodnosti prav, saj bo izdelava spletnih strani še dolgo aktualna. Število podjetij, ki se želijo predstaviti na spletu, se iz dneva v dan povečuje. Zato verjamemo, da imamo s pridobljenim znanjem veliko možnosti, da tudi tem podjetjem izdelamo ali nadgradimo njihove spletne strani.

Spletne strani podjetja BTA marketing so dostopne na naslovu [www.bta-marketing.com](http://www.bta-marketing.com) že več kot eno leto in z zadovoljstvom ugotavljamo, da se sadovi izdelave spletnih strani že kažejo. Resnično smo ljudje vedno intenzivnejši uporabniki spletnega komuniciranja. To je dobro razvidno v podjetju BTA marketing, saj je preko spletne predstavitve podjetje postalo prepoznavnejše za širšo javnost. Stranke se same obračajo na podjetje s povpraševanji po proizvodih. Ugotavljamo, da se je prodaja v podjetju močno povečala, saj stranke in kasneje kupci sporočajo, da so za naše podjetje izvedeli ravno z njegovih spletnih strani.

Spletne strani podjetja BTA marketing d.o.o. sproti nadgrajujemo, saj se število podjetij, ki jih BTA marketing zastopa, iz dneva v dan povečuje. Eden prvih naslednjih korakov bo tudi izdelava predvidene angleške in italijanske različice spletne predstavitve. V prihodnosti nameravamo spletne strani opremiti še z iskalnikom, s katerim bo obiskovalec hitreje prišel do zelenih informacij. Namestili bomo tudi video posnetke pakirnih strojev in pakirnih linij. Ob njihovem ogledu si bodo stranke lažje predstavljale postopke pakiranja in polnjenja raznih izdelkov v embalažo ter se tako odločale za pakirno linijo, ki jim bo ustrezala. Prepričani smo, da bo podjetje s spletno predstavitvijo pridobilo še večje število strank in bodočih kupcev ter s tem dosegalo še boljše poslovne rezultate.

## 9 LITERATURA

**Betsy, B.** (2002). Naučite se Macromedia Dreamweaver v 24 urah. Ljubljana: Pasadena.

**CSS Examples.** Pridobljeno 4. 6. 2007 na svetovnem spletu:

[http://www.w3schools.com/css/css\\_examples.asp](http://www.w3schools.com/css/css_examples.asp)

**Dolenec, K.** (2004). Učinkovito komuniciranje na spletni strani. Diplomaska naloga. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

**HTML Examples.** Pridobljeno 4. 6. 2007 na svetovnem spletu:

[http://www.w3schools.com/html/html\\_examples.asp](http://www.w3schools.com/html/html_examples.asp)

**Izdelava uporabnih spletnih strani.** Pridobljeno 6. 2. 2007 na svetovnem spletu:

<http://uporabnost.info>

**Kaltenekar, M.** (2006). Oblikovanje spletnih strani. Ljubljana: Pasadena.

**Marusich, C., Blackthorn, S.** (2000). Elektronsko poslovanje za telebane. Ljubljana: Pasadena.

**Nonkovič, A.** (2001). Vpliv spletnih strani na poslovanje podjetja. Diplomaska naloga. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta.

**Skrivnosti elektronskega poslovanja** (2002). Ljubljana: Gospodarska zbornica Slovenije.

**Skrt, R.** (2004). Gostovanje spletnih strani. Pridobljeno 25. 2. 2008 na svetovnem spletu: <http://www.nasvet.com/gostovanje-spletnih-strani>

**Smith, B., Bebak, A.** (2000). Oblikovanje spletnih strani za telebane. Ljubljana: Pasadena.



**Šipoš, K.** (2003). Vpliv interneta na poslovanje podjetja. Diplomski naloga.  
Novo mesto: Ekonomska šola - Višja strokovna šola.

**Toplišek, J.** (1998). Elektronsko poslovanje. Ljubljana: Atlantis.