

Západočeská univerzita v Plzni  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

**Bakalářská práce**  
NÁVRH WEBOVÉ STRÁNKY  
**Michael Dolejš**

Západočeská univerzita v Plzni  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Oddělení výtvarného umění  
Studijní program B8206 Výtvarná umění  
Studijní obor Ilustrace a grafika, specializace Grafický design

## **Bakalářská práce**

### **NÁVRH WEBOVÉ STRÁNKY**

**Michael Dolejš**

Vedoucí práce: akad. mal. Ditta Jiříčková  
Oddělení designu  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara  
Západočeské univerzity v Plzni



Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2014

.....  
podpis autora

## OBSAH

- . 1 MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE
- . 2 TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY
- . 3 CÍL PRÁCE
- . 4 PROCES PŘÍPRAVY
- . 5 PROCES TVORBY
- . 6 TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA
- . 7 POPIS DÍLA
- . 8 PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR
- . 9 SILNÉ STRÁNKY
- . 10 SLABÉ STRÁNKY
- . 11 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ
- . 12 RESUMÉ
- . 13 SEZNAM PŘÍLOH

## 1. DOSAVADNÍ DÍLO AUTORA V KONTEXTU SPECIALIZACE

Grafický design (dříve obvykle nazývaný: užitá grafika) doprovází dnešního člověka v podobě logotypů (dříve značek), typografií tiskovin, plakátů a letáků, orientačních systémů, grafiky na obalech zboží, dnes také webových stránek na internetu či jejich aplikací v tabletech a mobilních telefonech, na každém kroku. Hlavní úlohou grafika je tedy vypracovat – navrhnout grafickou (vizuální) tvář všech těchto informačních prostředků tak, aby grafický doprovod či řešení bylo pro diváka, uživatele internetu atd. co nejatraktivnější a v konečném důsledku takto prezentovaný produkt (ať již jde o hmotné statky, nebo kulturní prožitek) byl komerčně úspěšný. Práce grafika, zejména při soudobém zrychlování technologického rozvoje v oblasti informatiky, je také limitována časem, vymezeným pro tvůrčí proces, ale především stimulována požadavkem na vysokou kvalitu výsledku tvůrčí činnosti.

Tento názor na úlohu grafického designu v životě dnešní společnosti a roli grafika – designéra v ní vyznávám již také proto, že s grafickým designem (a s mnoha dalšími formami výtvarné činnosti) jsem se setkával již od dětství, protože jsem vyrůstal v rodině, kde otec (výtvarník, producent a režisér) a dědeček (architekt a publicista) realizovali své práce. To i mně přivedlo ke středoškolskému studiu grafického designu. Školní práce na klasických formách užití grafiky (plakátech, letácích, logotypech atd.) mne dovedly až k počítačové grafice, ve které, zejména pro její dynamičnost a technické možnosti spatřuji svoji perspektivní specializaci v oboru. Proto jsem se při současném vysokoškolském studiu této disciplině přednostně věnoval a vyzkoušel svoje schopnosti i na několika menších externích projektech a obeslal několik soutěží.

## 2. TÉMA A JEHO DŮVODY

Je zcela logické (vzhledem k výše uvedenému), že jsem si vybral jako námět své bakalářské práce téma: NÁVRH WEBOVÝCH STRÁNEK. Konkrétním vzorem se staly webové stránky internetové společnosti pro šíření hudební produkce Last.fm.

Volba webových stránek právě této společnosti nebyla náhodná. Její produkty totiž sám používám již několik let. I když se tato, přibližně pětiletá doba může zdát v životě media relativně krátká, v dnešku, charakteristickém akcelerací inovačních cyklů technologií, ale také vstupem dalších poskytovatelů podobných služeb na trh (Spotify, Rdio, Soundcloud, Pandora, Google Play, iTunes Match) je to období pro životnost podobného produktu velmi dlouhé.

Ukazuje se totiž, že postupné vyrovnávání rozdílu v kvalitě služby (jejím rozsahu a systému nabídky), tak mezi atraktivitou rukopisů grafických řešení vizuální části služby musí nutně provozovatele dovést nejen k redesignu vizuálního obrazu nabídky a provozování svého programu, ale především k rozšíření produktu v programové sféře tak, aby se nejen vyrovnal rozdíl mezi jeho nabídkou a akvizicí konkurence, ale aby případně zaujal opět své dřívější dominantní postavení na trhu, resp. v oblibě uživatelů.

Produkt společnosti Last.fm, jak v programové nabídce, tak v grafickém řešení webových stránek atd. se vinou absence průběžných inovací svého produktu ocitl v této, výše popsané, kritické situaci. Prostřednictvím návrhu redesignu grafiky jeho webové nabídky atd. se v této bakalářské práci snažím najít systémové ozdravné řešení pro tento tradiční produkt z oblasti hudební kultury.

### 3. CÍL PRÁCE

Prvotním cílem mé práce byl pouze grafický redesign webových stránek společnosti Last.fm, navržených již před jedenácti lety. V průběhu přípravných prací však vyšlo najevo, že atraktivita nabízené služby během let poklesla nejen vlivem v současnosti již morálně zastaralého grafického designu, ale zejména nízké úrovni a skladbě nabízeného programu (produktu), jehož původní výjimečnost a ojedinělost byla v průběhu let dostižena (a dnes již předstižena) dalšími internetovými konkurenčními společnostmi, nabízejícími podobný produkt; s některými z nich mám i osobní zkušenosti (např. Rdio, Spotify). Proto jsem se rozhodl nejprve vytvořit na bázi původní nabídky webových stránek Last.fm **simulovaný** inovovaný, tj. podstatně rozšířený program produktu a teprve pro tento fiktivní program navrhnout grafickou, ale i uživatelskou podobu jeho webové nabídky tak, aby byl použitelný (doslova aplikovatelný) ve všech přístrojích, které jsou dnes běžně používány: tj. nejen v klasických počítačích, ale i tabletech a tzv. „chytrých“ telefonech.

Byl jsem si vědom toho, že výsledek, který vznikne, sice nemůže být stoprocentně funkční, protože to ani nebylo původním autorským záměrem, neboť to měl původně být jen pokus o aplikaci nových poznatků a zkušeností, získaných v průběhu studia i mimoškolní praxe do podoby produktu, jakou by měl dle mého názoru mít a to jak v programové oblasti, tak v grafickém doprovodu jeho nabídky. Z výše uvedeného pak vyplynulo i autorské rozhodnutí, že hlavní snahou při zpracování námětu musí být zachování původní funkční ovladatelnosti vlastního programu a vizuální podoba v navrženém grafickém designu musí mít možnost dalšího logického rozšiřování.

#### 4. PROCES PŘÍPRAVY

Přípravné práce na realizaci tohoto záměru jsem zahájil průzkumem a porovnáním všech dostupných webových stránek atd. konkurenčních internetových společností, nabízejících podobný produkt, jako vybraná společnost Last.fm.

Jako základní prostředí jsem kromě webové stránky zvolil ta, která si uživatel může stáhnout do svého zařízení zároveň jako program, tedy: tabletovou aplikaci pro iPad a mobilní aplikace pro platformy Google Android a Apple iPhone. Ty jsou mezi uživatelskou veřejností nejvíce zastoupené, což je dobrý základ pro aplikaci do všech formátů (rozměrů) budoucího díla. Kromě toho jsou to platformy, s jejichž využitím mám nejvíce pracovních zkušeností a jež zaručují požadovanou kvalitu návrhu.

Součástí přípravy bylo též vytvoření fiktivní vysvětlovací (návodné) webové stránky (tzv. landing page); ta se ve skutečnosti stala první osnovou – koncepcí celého vznikajícího návrhu grafické podoby stránek.

Po odsouhlasení záměru a po konzultacích s vedoucím práce, při kterých byly stanoveny i priority a posloupnosti vzniku díla jsem přistoupil ke koncipování vzhledu jednotlivých sekcí programu tak, aby grafické zpracování respektovalo všechny možné formáty uživatelských přístrojů.

## 5. PROCES TVORBY

### 5.1 Rozvržení prvků.

Vlastní práci na redesignu jsem započal skicováním hlavních komponentů webové verze. Jejich hrubé rozvržení pomocí programu Adobe Photoshop bylo dále upravováno; design webových stránek totiž měl určit a ověřit základní vizuální prvky nové grafické podoby a jejich použitelnosti i v dalších formátových modifikacích.

První návrhy se tedy logicky týkaly úvodní stránky „doporučení“, kde uživatel již při vstupu do programu služby nalezne celou doporučenou hudební produkci, tzn. např. nová hudební alba, profily interpretů či autorů atp. Tato nabídka je řazena (vybrána) podle předchozích přehrávání hudebních děl uživatelem. Tato data jsou prezentována mozaikou obrazů (portrétů umělců, přebalů alb apod.) a barevných ploch, na kterých jsou umístěny doprovodné texty. Mozaika má vytvořit v podvědomí uživatele pocit bohatosti, resp. rozmanitosti a komplexnosti programové nabídky.

Po obou stranách této informační části jsou umístěny ovládací prvky pro vstup do dalších částí programu (na levé liště např. stránky „doporučení“, žebříčky popularity interpretů, seznam „živých“ koncertů skupin, seznamy skladeb atd.) Na tuto část navazuje spodní lišta, kde jsou ovládací ikony: pro hlasitost, opakování atd., ale také název skladby, jméno autora, interpreta časový údaj délky jejího přehrávání atp. Pravá strana (pravostranná lišta) je pak vyhrazena pro sociální údaje (např. o „přátelích“, kteří jsou „on-line“ – tedy jsou současně připojeni při poslechu skladby). Horní lišta obsahuje logo služby, ikony ovládní stránky, vyhledávání v rámci programu a vstup do vlastního profilu uživatele.

## 5.2 Vizuelní styl a zvolená barevnost.

V rámci základního grafického řešení bylo nutno stanovit barevnost jednotlivých grafických prvků, případně jejich kontrastnost a „barevnou“ agresivitu. Zjistil jsem totiž, že **téměř všichni** přímí i nepřímí konkurenti mnou vybrané společnosti používají v grafice svých materiálů spíše tlumené (světlé) tóny, resp. nevýrazné barvy obvykle v kombinaci s maximálně dvěma barvami intenzivními. To, podle mého mínění, vyvolává při sledování jednotlivých stran efekt spíše „uspávací“, pocit „šedivosti“, jednotvárnosti. Last.fm. uplatňuje tradičně v grafice svých vizuelních materiálů kombinaci červené, šedé a bílé barvy v lomených odstínech. Proto při řešení návrhu nové grafické „tváře“ webových stránek Last.fm. jsem zvolil barevnost, nenavazující na předchozí řešení: jsou navrženy dvě hlavní barvy – červená a zelená v kontrastnější sytosti odstínu.

Součástí základních rozhodnutí o vizuelní podobě stránek byl i výběr řezu písma, které bude standardně v redesignovaných stránkách uplatněno. Vzhledem k tomu, že je nutno počítat s užitím programu na přístrojích s různou velikostí displejů (a také s různými rozlišovacími vlastnostmi) padla volba na písmo v řezu Helvetica v hlavních uvažovaných silách: slabé (thin), obyčejné (roman, regular) a polotučné (bold, medium); tento elegantní grotesk zaručuje čitelnost textů za všech uvedených okolností a světelném režimu prostředí, ve kterém je obvykle zařízení provozováno.



## 6. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA

Nejzávažnějším technologickým limitem soudobého přístrojového vybavení je stupeň rozlišovacích schopností jejich displejů. Obrazovky počítačů, ale i tabletů a mobilních přístrojů (telefonů) jsou dnes již dodávány s tzv. displayem s vysokým rozlišením (Hi-Res, Retina). To znamená, že při stejném rozměru plochy displeje, která dříve měla standardně rozlišení v řádu 1440 x 900 px (pixelů) je nyní k dispozici rozlišovací schopnost až 2880 x 1800 px, tedy dvojnásobek dřívějšího stavu.

I když je tato vysoká rozlišovací schopnost obrazovek dnes vyhrazena především tabletům a novým víceúčelovým (tzv. chytrým) telefonům a u většiny počítačů (vč. notebooků) ještě přetrvává původní standardní rozlišení jako 1440 x 900 px, je nutno počítat s tím, že se tato nová technologie „nastěhuje“ i na displeje těchto klasických přístrojů. Při práci na návrzích jsem tedy počítal i s rozlišením 2880 x 1800 px i pro displeje počítačů, 2048 x 1536 px pro tablety iPad, 1920 x 1080 px pro telefony Android a 1136 x 640 px pro telefony iPhone.

Součástí technologické rozvahy se ovšem muselo stát i přesné stanovení rozměrů grafiky a velikosti zejména dotykových ovladačů, aby byly ve všech alternativách jednoznačně a bezchybně použitelné.

Po praktické stránce byla veškerá použitá data, vyobrazení atd. stažena přímo ze současných webových stránek Last.fm, čímž je zaručena věrohodnost návrhu a vyloučena případná kolize v oblasti autorských práv.

## 7. POPIS DÍLA

### 7.1 Design webových stránek.

Redesign webových stránek Last.fm byl nejdůležitější a nejrozsáhlejší prací na vizuální podobě fiktivního programu. V jejím rámci bylo totiž přikročeno k podstatnému rozšíření původní nabídky. Například ke stávajícím funkcím: statistické údaje o hudebních tvůrcích (skladatelích a textařích), jednotlivých interpretech i skupinách, vydaných albech apod. byla přidána možnost jejich přehrávání.

Protože prostředí webové stránky poskytuje pro tyto informace nejvíce prostoru a je žádoucí, aby byl zachován řád, na který jsou uživatelé podobných služeb zvyklí a který je k uživatelům přátelský, bylo systémové řešení, zvolené pro grafický redesign navrženo tak, aby ovládací prvky a jejich dislokace na displeji (například ovládací lišty) zůstávaly vždy na svém místě a změny na jednotlivých stranách webu probíhaly pouze v prostoru středového pole.

Záměrem tohoto řešení je vyvolání pocitu, že uživatel je stále v jednom a též prostředí. Kromě toho je tento systém koncipován tak, aby se objevil nejen v internetových prohlížečích, ale také jako webový program, který si každý uživatel může stáhnout do svého počítače, kde se bude chovat jako každý jiný počítačový program se svým vlastním oknem a ikonkou, což např. umožní i ovládání programu klávesnicí přístroje.

## 7.2 Aplikace pro mobilní přístroje.

Aplikace redesignu do mobilních přístrojů, jejichž displeje s daleko menšími rozměry (a případně i menší rozlišovací schopností) si vyžádala několik úprav a redukci některých částí programu, jmenovitě těch, které zřejmě nebudou na maloformátových displejích využívány. Počítat s určitými omezeními a odlišnostmi bylo také nutno u aplikací pro mobilní platformy Android a iOS: jsou to odlišnosti v řezu písma, navigaci a symbolice ikon. Jako první byla zpracována aplikace pro telefony iPhone; postup se řídil pravidly pro nejnovější verzi tohoto systému (iOS7). Postupně i zde byly vyřazovány funkce, které nejsou pro mobilní verzi programu důležité a naopak byl důraz položen na zachování těch, které pro uživatele důležité jsou: např. komfort startování vybraného programu, přehlednost nabídky, jednoduchost ovládání.

Po základním rozvržení grafického řešení pro většinu obrazovek byl veškerý vytvořený obsah zkušebně aplikován do telefonu Android, nejprve v rozlišení XHDPI (které je mj. podobné i rozlišení u iPhone) a teprve poté zvětšen do XXHDPI rozlišení, ve kterém jsou konečné návrhy grafického řešení prezentovány.

Obě verze designového návrhu byly pak testovány v různých typech reálných telefonů, aby bylo ověřeno, zda veškeré texty jsou dostatečně čitelné a ovládací prvky použitelné v reálu, resp. v různém světelném režimu.

### 7.3 Verze pro tablety.

Verze webových služeb pro tablety byla zpracována jako poslední se zaměřením na platformy Apple a iPad, jež jsou v uživatelské veřejnosti nejvíce oblíbeny. Platforma tabletů Android se pak vyznačuje tím, že její aplikace jsou často v podstatě jen zvětšené telefonní.

Verze pro tablety tedy koncepčně vychází z aplikace pro telefony iPhone, má stejný počet funkcí a design grafiky. Specifikum této verze spočívá v tom, že se design zobrazení přizpůsobuje poloze přístroje: na výšku (portrait), nebo na šířku (landscape). Obě verze jsou systémově shodné, odlišnosti polohy přístroje se nepromítají do zřetelnosti obsahu, ani do funkčnosti ovládacích prvků. Celou plochu obrazovky mají jen části stránek: doporučení, rádio a události. Všechny ostatní stránky jsou řešeny tak, že využívají pouze polovinu obrazovky, na které se jednotlivé strany navzájem vrství a překrývají. Tento princip je ostatně u iPad aplikací všeobecně užívaný a doporučovaný; jeho výhodou je i možnost soustředit více informací na jedné ploše. Příkladně strana „profil uživatele“ tak umožňuje v levém pruhu obrazovky např. zobrazit „aktivity uživatele“, paralelně v pravém pruhu pak např. prezentovat knihovnu interpretů.

I když je grafika pro tablet řešena systémově jako design pro velké formáty (web), je nutno počítat s tím, že část plochy displeje bude čas od času zmenšena o dotykovou klávesnici, která se na displeji objevuje vždy při textovém zadávání. Pohyb v aplikaci je však zcela shodný s pohybem u webu i mobilních telefonů. Po zapnutí programu se vždy nejprve zobrazí „doporučení“ s možností výběru skladeb, profilu interpretů, či prezentaci alb atd. Po ukončení výběru se program přesune na vyžádanou stránku, takže je nadále využitelná celá plocha displeje.

## 7.4 Landing page.

Landing page je úvodní webová stránka, na které se prezentuje celý program; ta zároveň rozlišuje registrovaného, či dosud nepřihlášeného uživatele. Na ní je postupně prezentován a vysvětlen rozsah a možnosti produktu. Stránka slouží uživatelům předtím, než vstoupí do přehrávače na webu nebo předtím, než si stáhnou některou část z nabídky. Navržený design grafiky respektuje systém, navržený v rámci této bakalářské práce.

Stránku otevírá velkoplošná fotografie z fondu [www.unsplash.com](http://www.unsplash.com). (fotografie z fondu pro volné komerční využití). Její výběr byl zvolen tak, aby uživatele emocionálně spojila s nabízenou službou. Nad fotografií je lišta aplikace, shodná s lištou přehrávače. Lišta je ve dvojím provedení: pro již přihlášené uživatele, nebo pro ty, kteří se teprve přihlašují. Věcný obsah stránky i její grafický design je navržen ve dvou mírně odlišných verzích – pro web a pro mobilní přístroje; koncepčním záměrem je simulace časového intervalu, ve kterém se tento program služby jako nový produkt teprve představuje veřejnosti.

## 8. PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR

Přestože by se na první pohled snaha o vyřešení problémů, souvisejících s programovou částí služby mohla jevit jako hlavní přínos a teprve poté následující práce na grafickém řešení vizuální prezentace na přístrojových displejích jako podružná část díla, je spíše z postupů a výsledku prací zřejmé, že takovýto současný tvůrčí přístup, byť původně vycházel ze záměru pouze navrhnout redesign vizuální podoby nabídky a programu, je nejen reálně možný, ale i žádoucí a pro grafika (ale i kreativce, který koncipuje program služby) i inspirující a ve svém důsledku i užitečný pro obě složky nabízené služby: vlastní produkt (poslech hudby) a jeho vizuální doprovod, jehož grafická podoba vychází z hlubší znalosti problematiky.

Zvolený postup byl anketním způsobem ověřován u několika uživatelů služby Last.fm a z jejich reakcí je zřejmé, že změny, řešené za spolupráce všech tvůrců, kteří se na vzniku produktu podílejí, by byly uvítány jako nesporný kvalitativní přínos.

## 9. SILNÉ STRÁNKY DÍLA

Za přínosnou stránku práce je možno hodnotit skutečnost, že navržené grafické řešení je koncipováno jako stavebnice, kterou je jednoduchým způsobem možno přizpůsobovat změnám, rozšiřování služby atp., aniž by byl nutný brutální zásah do grafického designu.

Pro autory grafických návrhů je příkladem, že pokud se snaží i z pozice autora pouhého „grafického kabátu“ proniknout do hloubky problematiky programové části, kterou vlastně mají svým dílem pouze vizuálně podporovat, či prezentovat, a navíc se zamyslí i nad komerčními důsledky úspěchu či neúspěchu produktu na trhu, pak jde o posun v nazírání na grafický design podobný tomu, který nastal u průmyslových designérů v tom okamžiku, kdy pochopili, že nemohou úspěšně „estetizovat“ exteriéry strojů a užitných předmětů pouze řešením jejich vnějšího vzhledu, bez znalosti jejich konstrukce, mechanických, provozních atd. vlastností a vztahu designovaného výrobku k jeho uživateli.

## 10. SLABÉ STRÁNKY DÍLA

Slabiny projektu je možno spatřovat v té části návrhu, který se nemohl opřít o zcela konkrétní program systému, ale pouze o simulaci rámcového rozšíření programové nabídky. V případě realizace do konkrétní podoby by návrhy grafického řešení bezpochyby musely projít dalšími úpravami.



## 11. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### 11.1 Knižní a periodická literatura.

SMRČEK, K.; VAIDA, P. Návrh a tvorba webů. Česká republika: Computer press, 2005 ISBN 80-251-0508-3.

RAHMEL, D. Podrobný průvodce tvorbou a správou webů. Česká republika: Computer press, 2010. ISBN 978-80-251-2714-8.

CEDERHOLM, D. Webdesign s webovými standardy. Česká republika: Zoner press, 2004. ISBN 80-86815-15-3.

WEINMANOVÁ, L. Velká kniha webdesignu. Česká republika: Zoner press, 2004. ISBN 80-86815-10-2.

### 11.2 Internetové zdroje

<http://www.smashingmagazine.com/>

<http://www.abduzeedo.com/>

<http://www.font.cz/>

<http://www.typo.cz/>

## 12. RESUMÉ

Author of bachelor thesis choose the topic: Webdesign; as part of his student specialisation. He more specifically choose redesign of Music Service Company - Last.fm. Reasons for that are mainly because he is active user of this service for long time and he felt, that the service needs to be refreshed. Besides comparing products of this company with similar services and competition that are existing on the current market, he discovered, that Last.fm lacks behind them not only in functions, but also in its visual style, that looks very outdated.

In the process of preparing and researching the market and the competition, the author decided to create new simulated version of the company's product and on this basis, work on new solution of the design for its new presentation for all today's most used devices: computer, tablets and smartphones.

That lead to new ways in work of graphic designer, since it was needed to take care of both the program structure and the design at the same time, to make sure the product is competitive. After this structure was done, author then applied and created new visual style, that can be used for all kinds of current and future devices and systems and is a good platform for showcasing all different genres of music and data to the users.

Project itself was valuable lesson for the author as he learned how to work with such big product and learned him how to think about all kinds of solutions for different problems that can occur during the process.

## 13. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Současná verze webu Last, současné mobilní aplikace

Příloha 2: Vybraná konkurence: Spotify, Rdio, Soundcloud

Příloha 3: Skici průběžného postupu

Příloha 4: Design webové části

Příloha 5: Design pro telefony iPhone

Příloha 6: Design pro telefony Android

Příloha 7: Design pro tablety iPad - Poloha Portrait

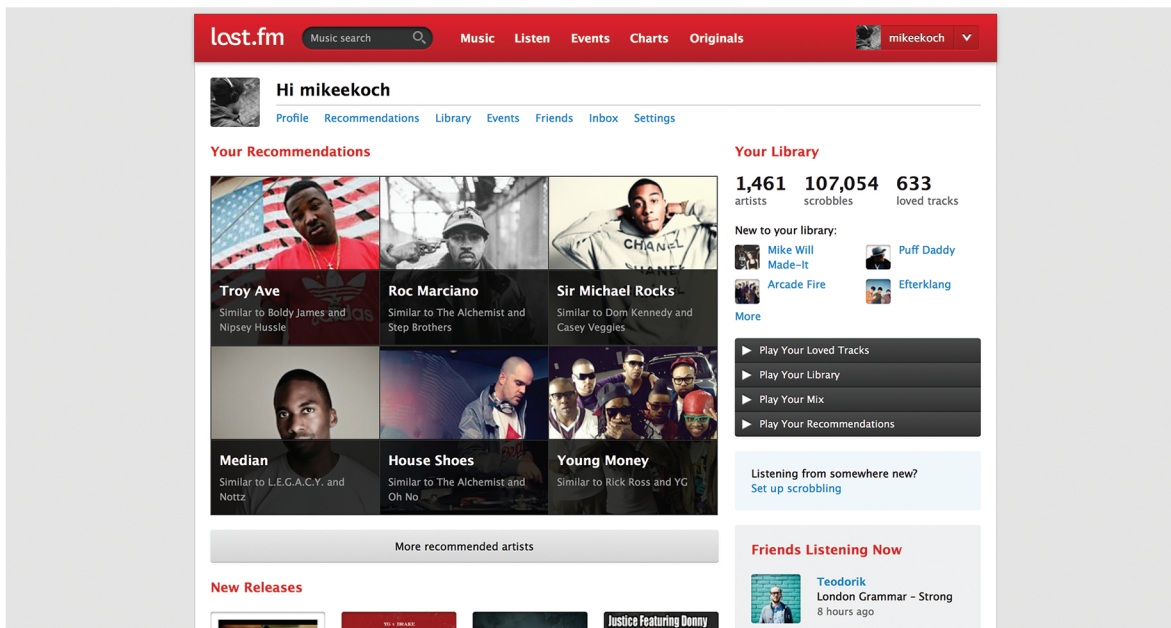
Příloha 8: Design pro tablety iPad - Poloha Landscape

Příloha 9: Porovnání rozdílů mezi jednotlivými platformami

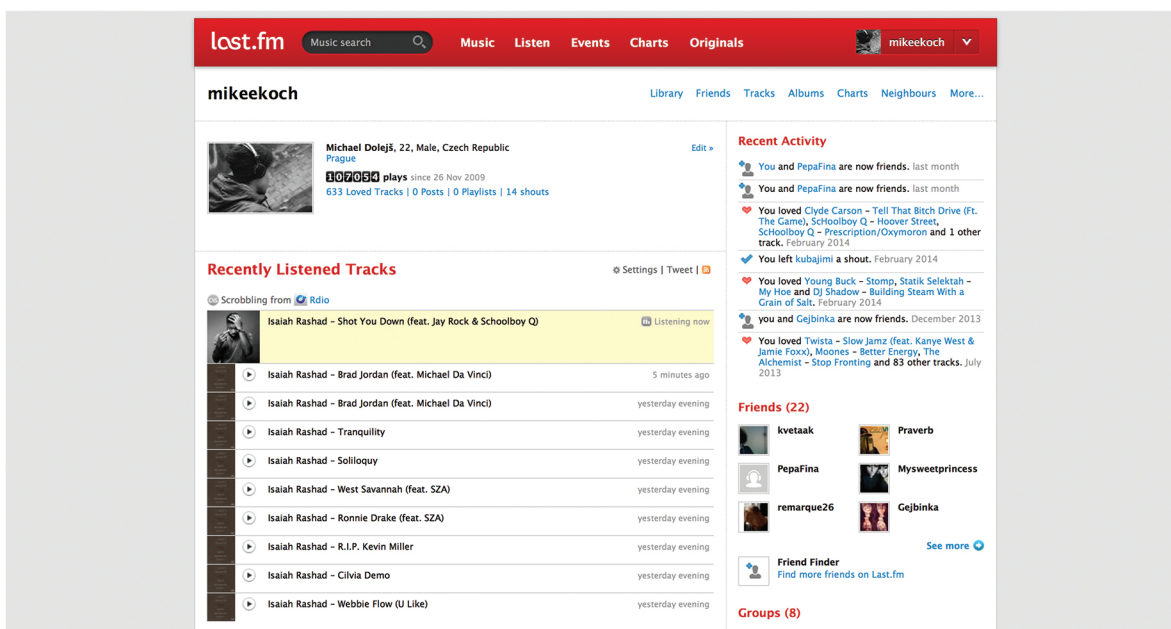
Příloha 10: Logo, ikony, barvy, landing page

Příloha 11: CD ROM s nahranou kompletní bakalářskou prací

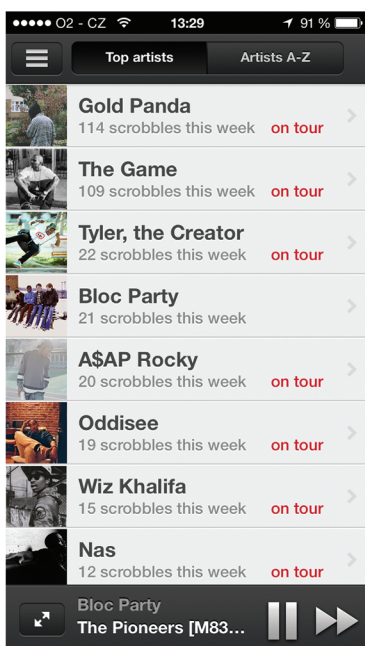
# Příloha 1: Současná verze webu Last.fm, současná mobilní aplikace



Současná verze webu Last.fm 1



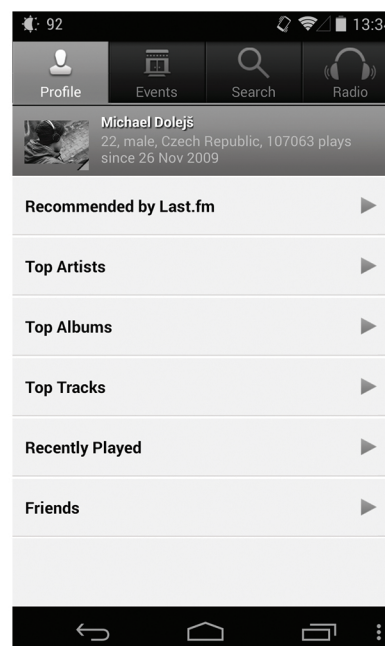
Současná verze webu Last.fm 2



Menu iOS Aplikace



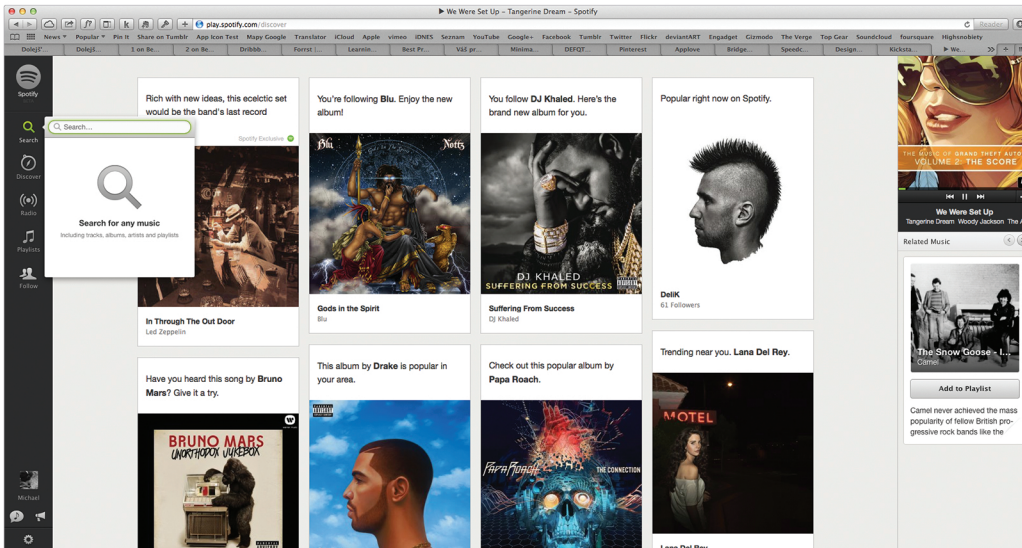
Přehrávač iOS Aplikace



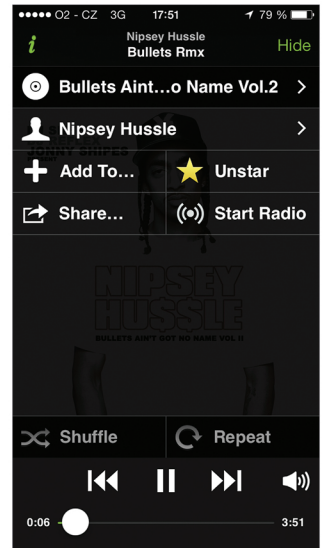
Android Aplikace



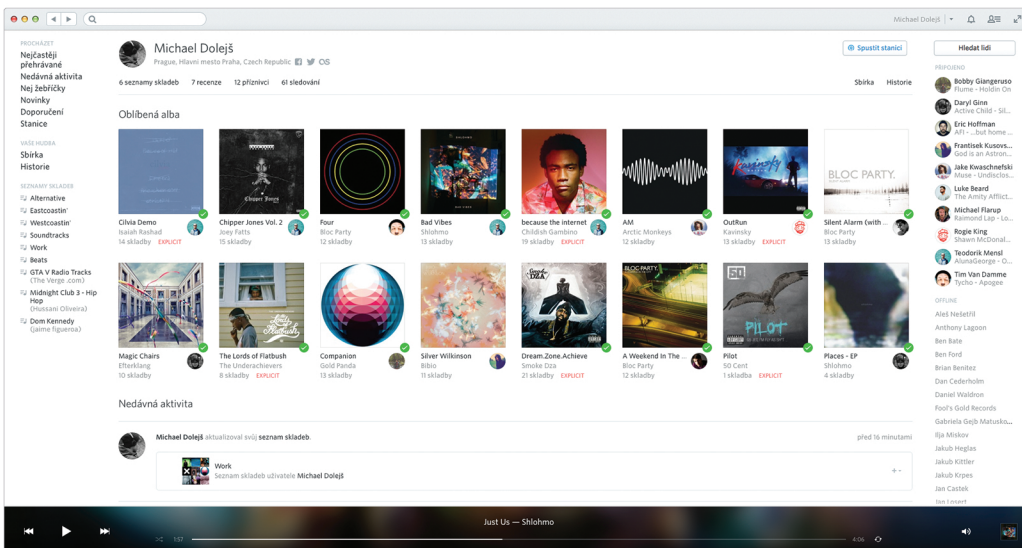
## Příloha 2: Vybraná konkurence: Spotify, Rdio, Soundcloud



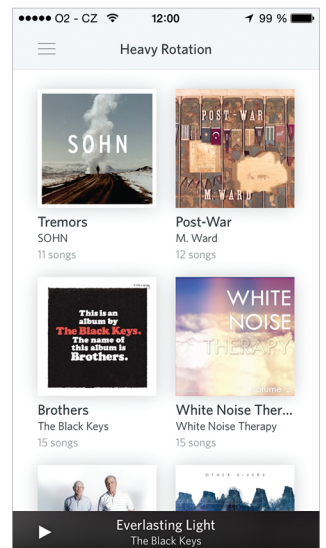
Spotify - Webový přehrávač



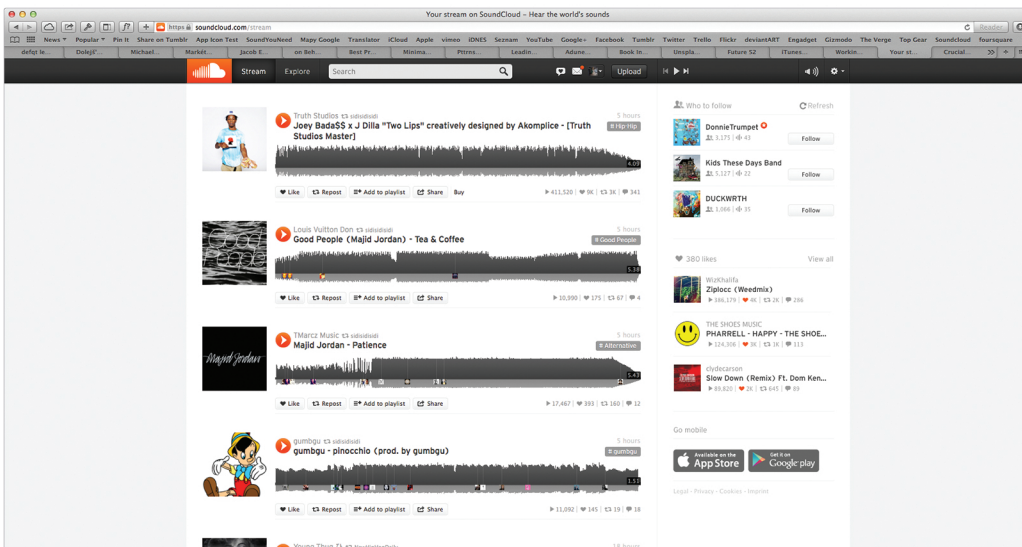
Spotify - iOS aplikace



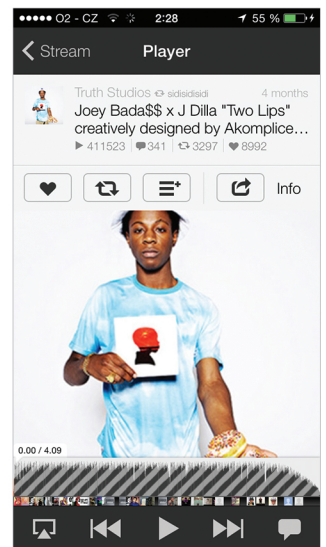
Rdio přehrávač



Rdio iOS aplikace



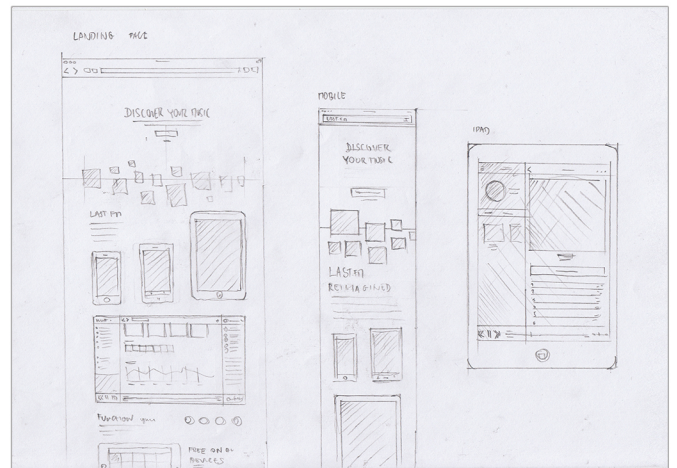
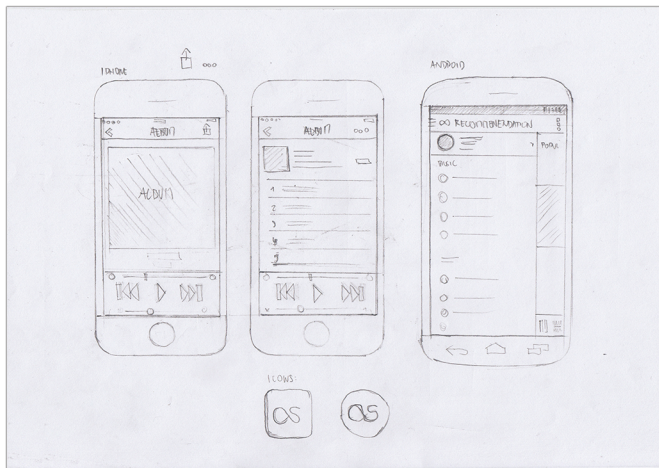
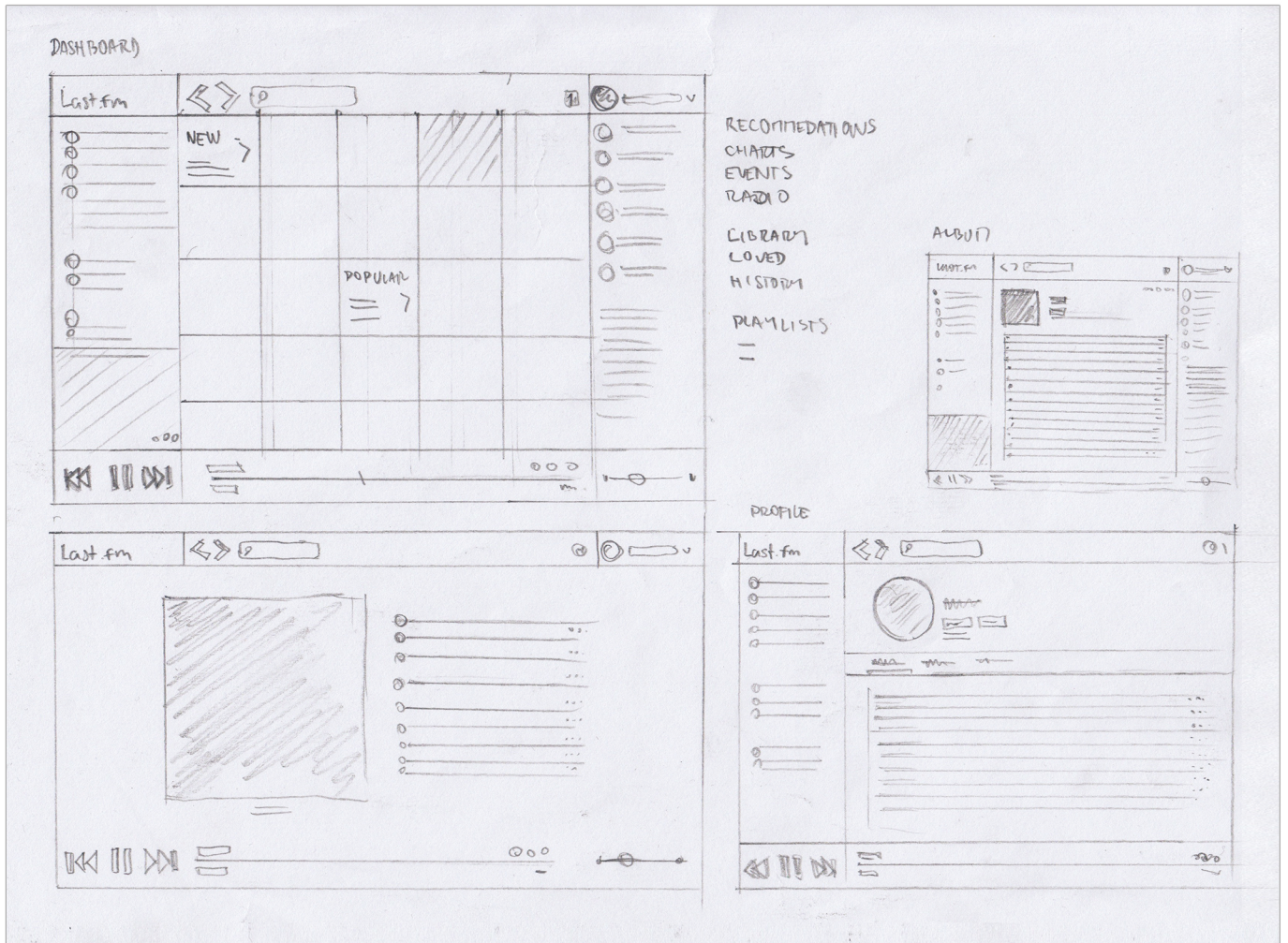
Soundcloud.com



Soundcloud iOS aplikace



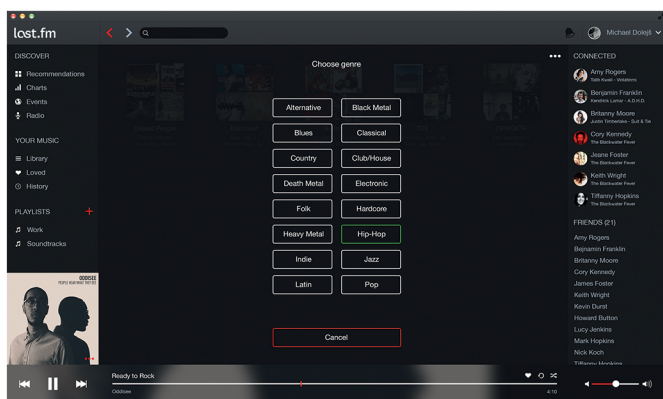
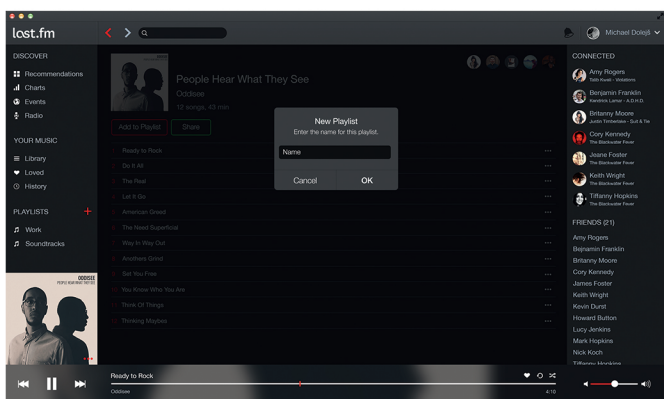
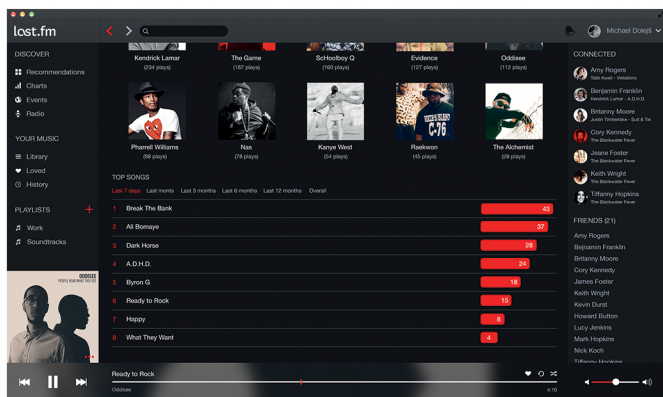
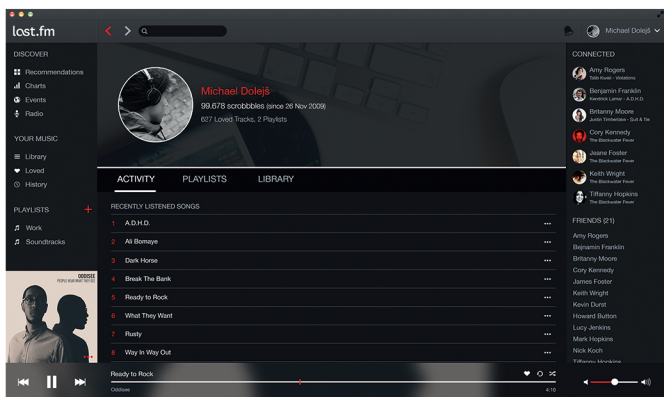
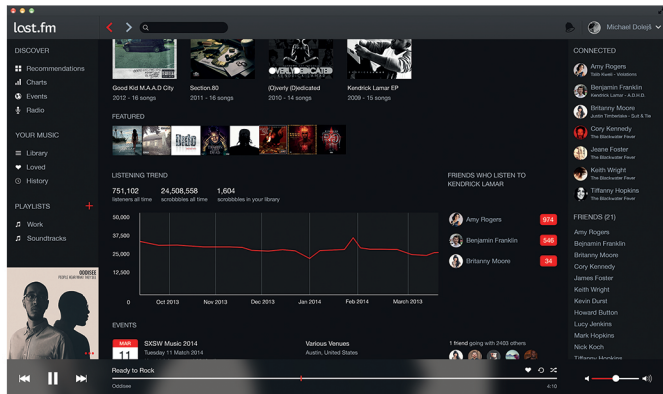
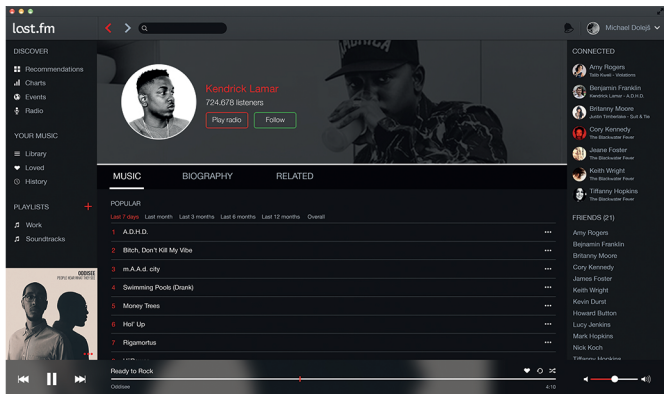
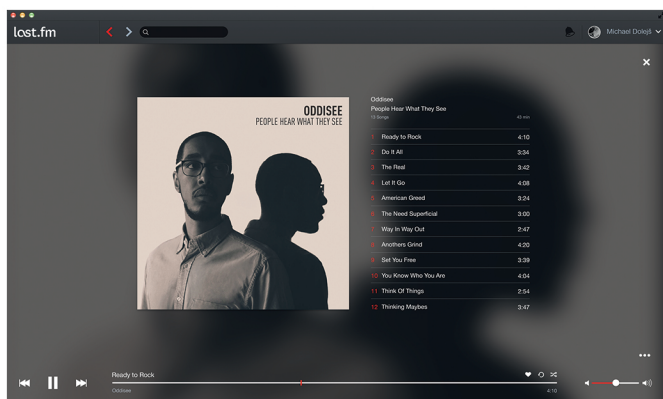
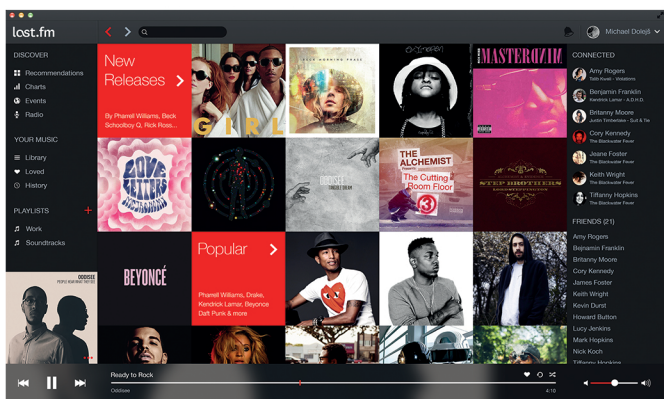
# Příloha 3: Skici postupu



Různé skici z průběhu procesu

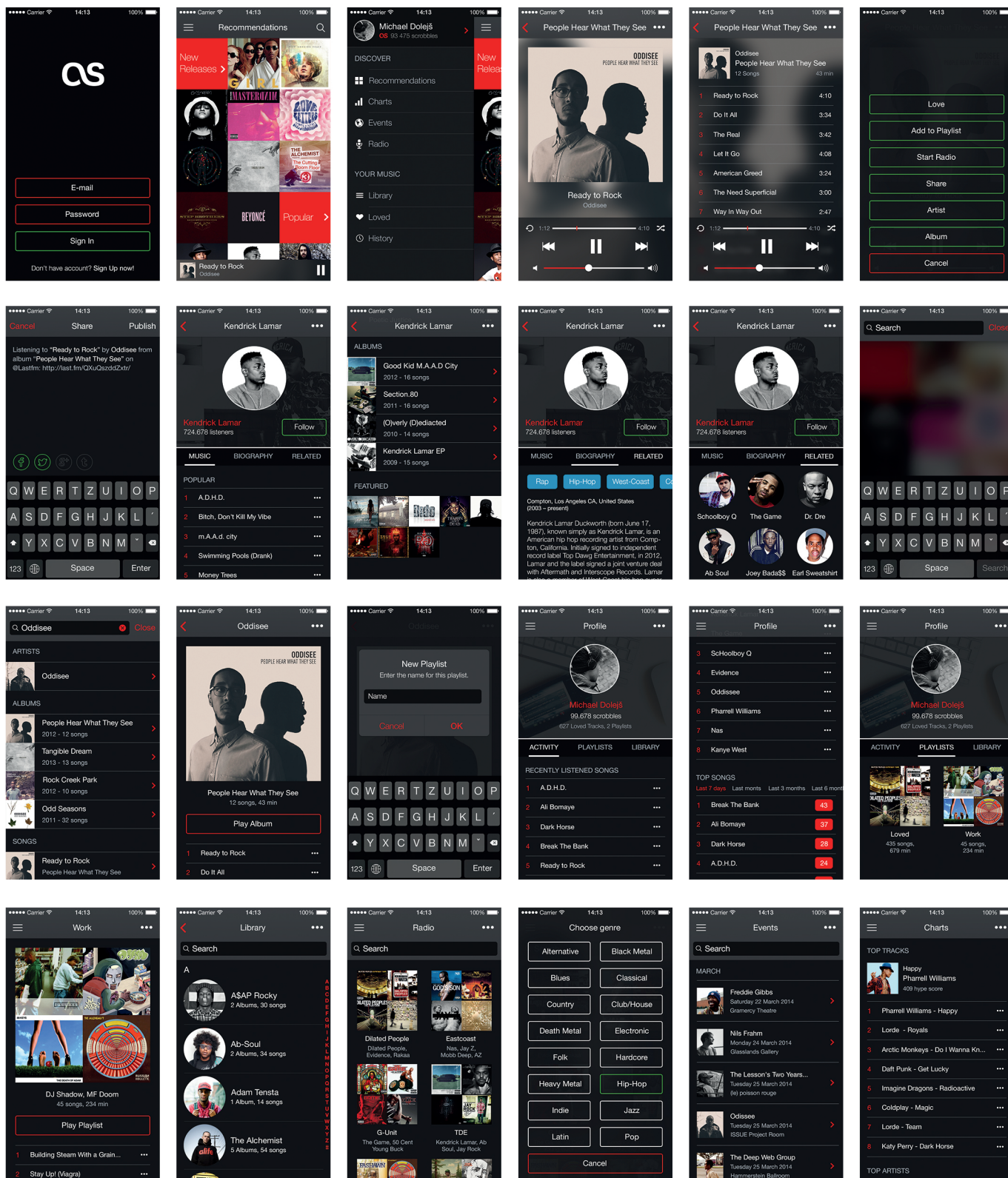


# Příloha 4: Design webové části



Ukázky částí návrhu

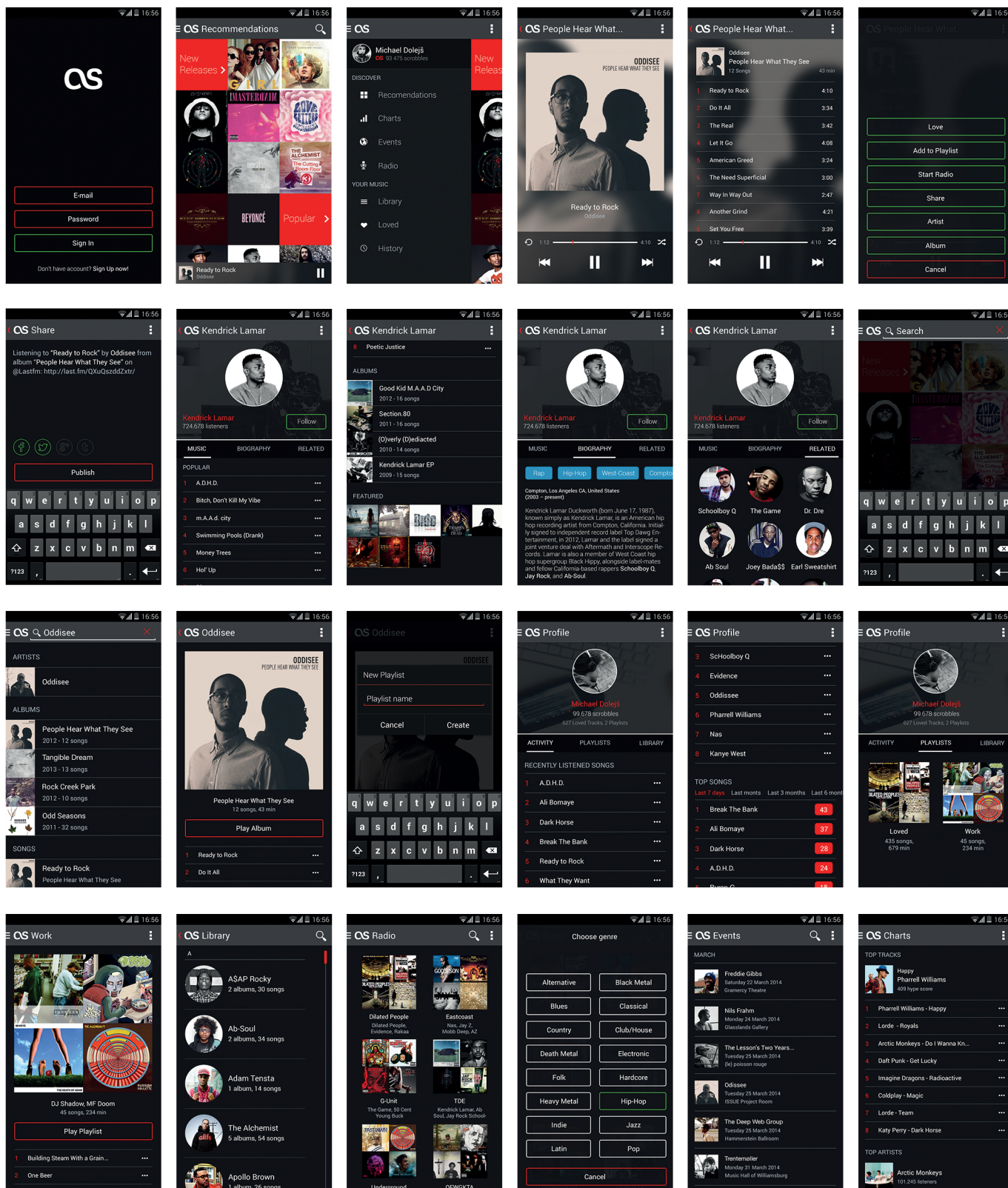
# Příloha 5: Design pro telefony iPhone



Ukázky částí návrhu

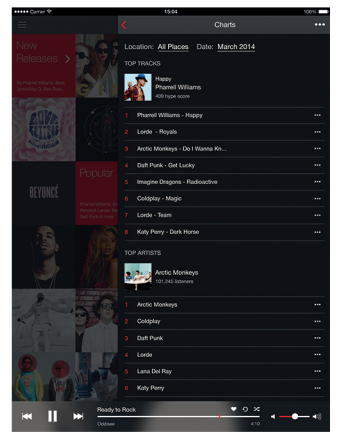
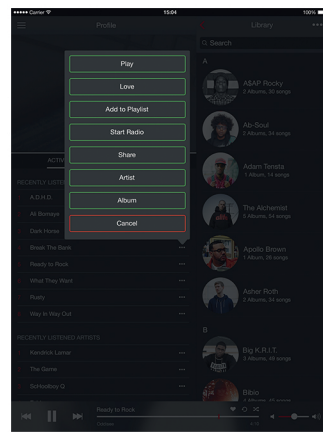
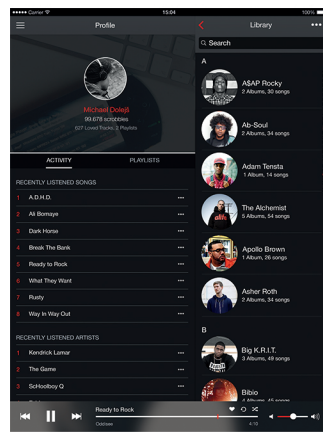
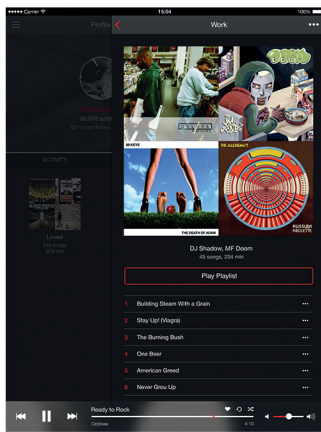
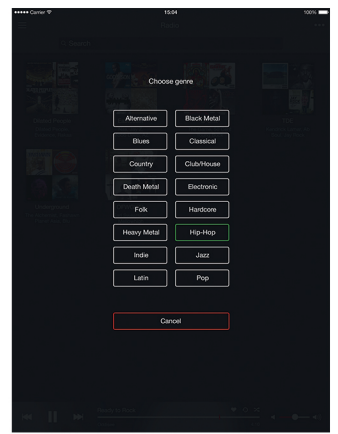
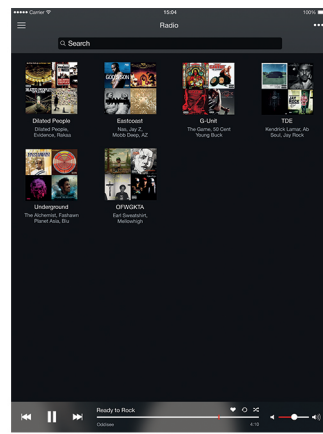
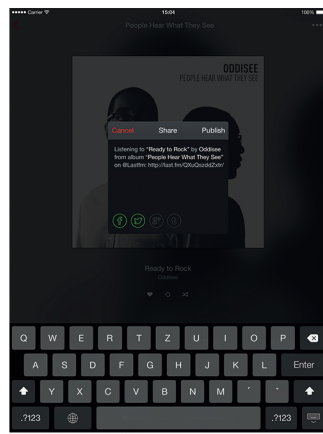
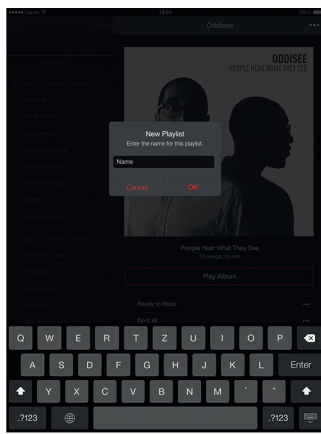
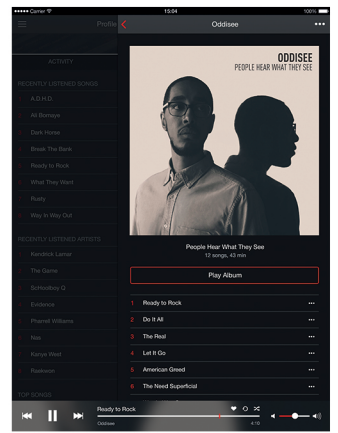
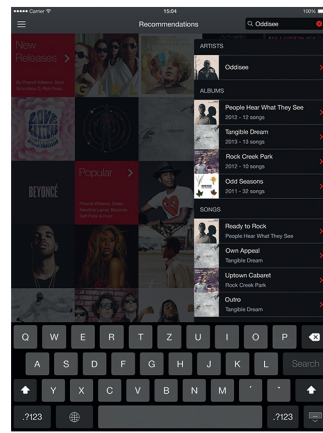
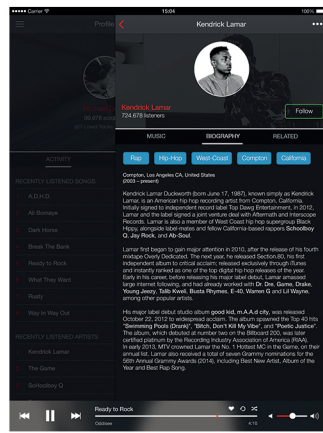
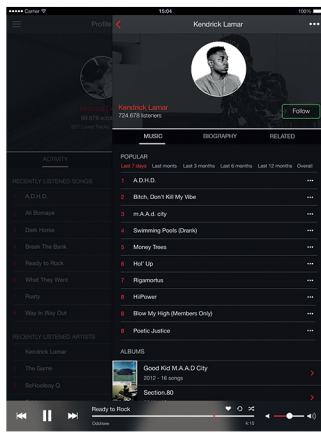
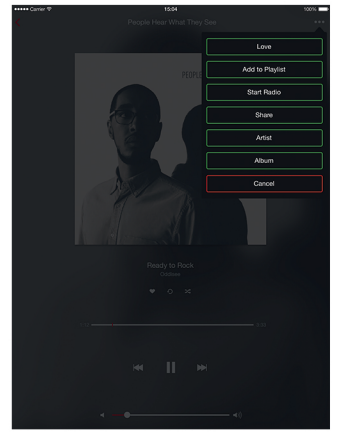
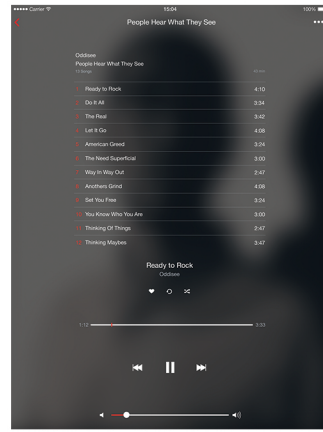
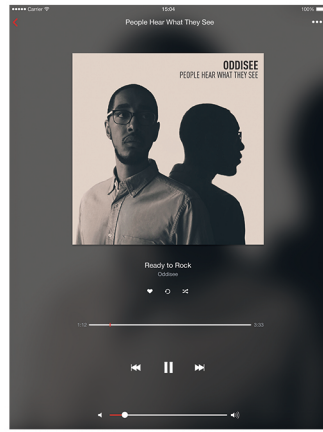
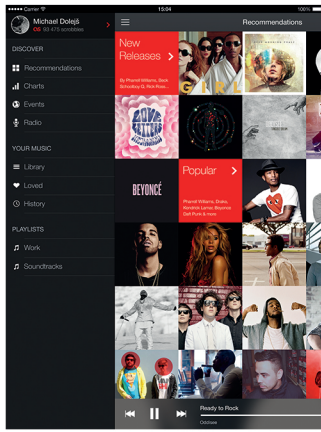


## Příloha 6: Design pro telefony Android



Ukázky částí návrhu

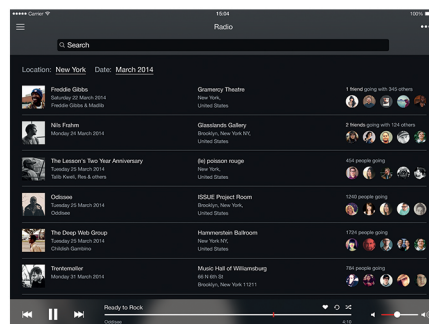
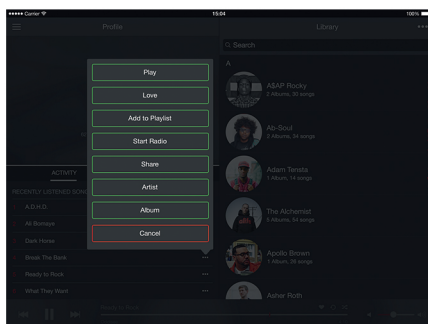
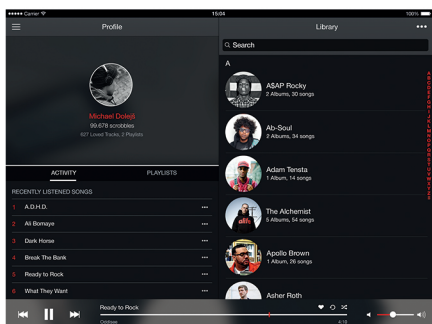
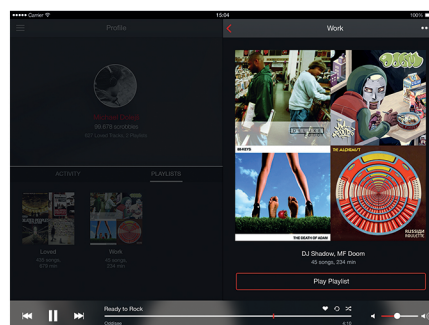
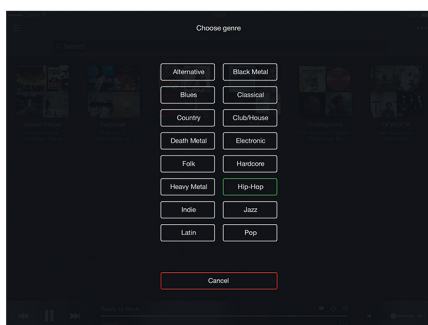
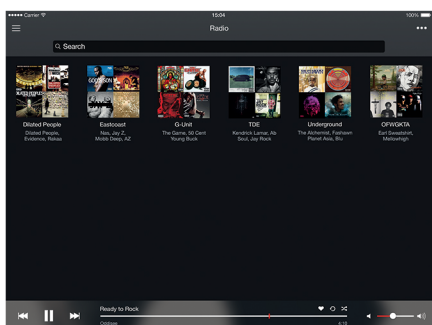
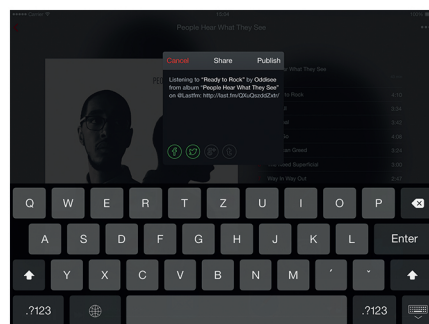
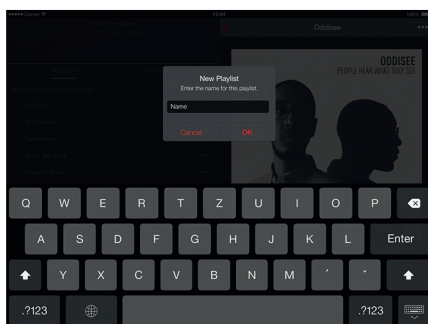
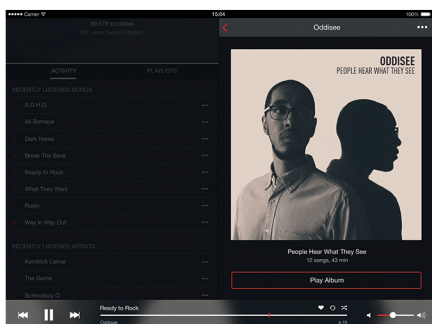
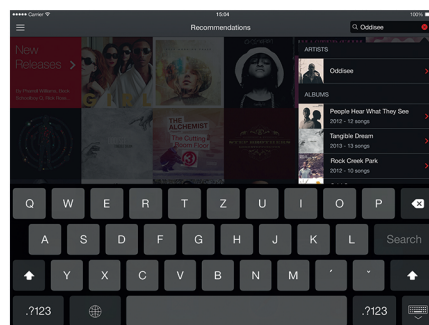
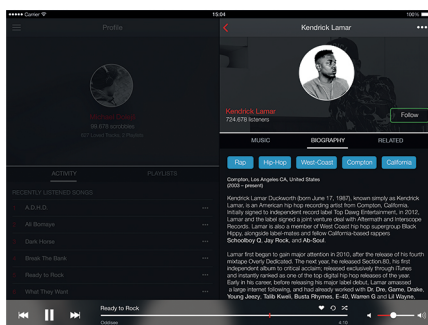
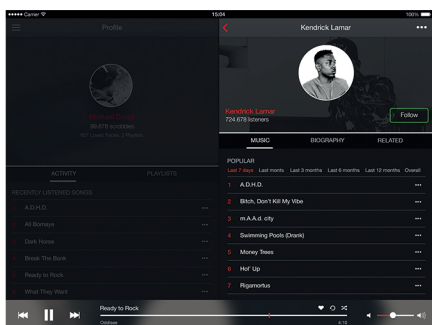
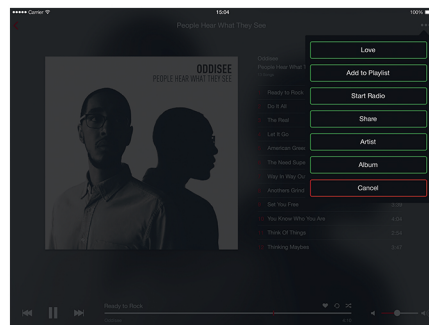
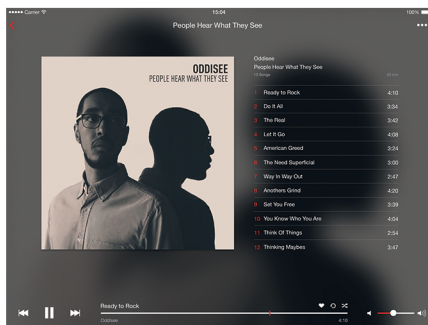
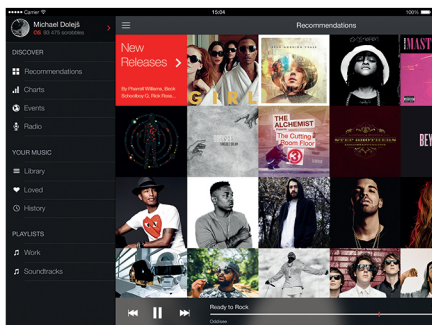
# Příloha 7: Design pro tablety iPad Poloha Portrait



Ukázky částí návrhu

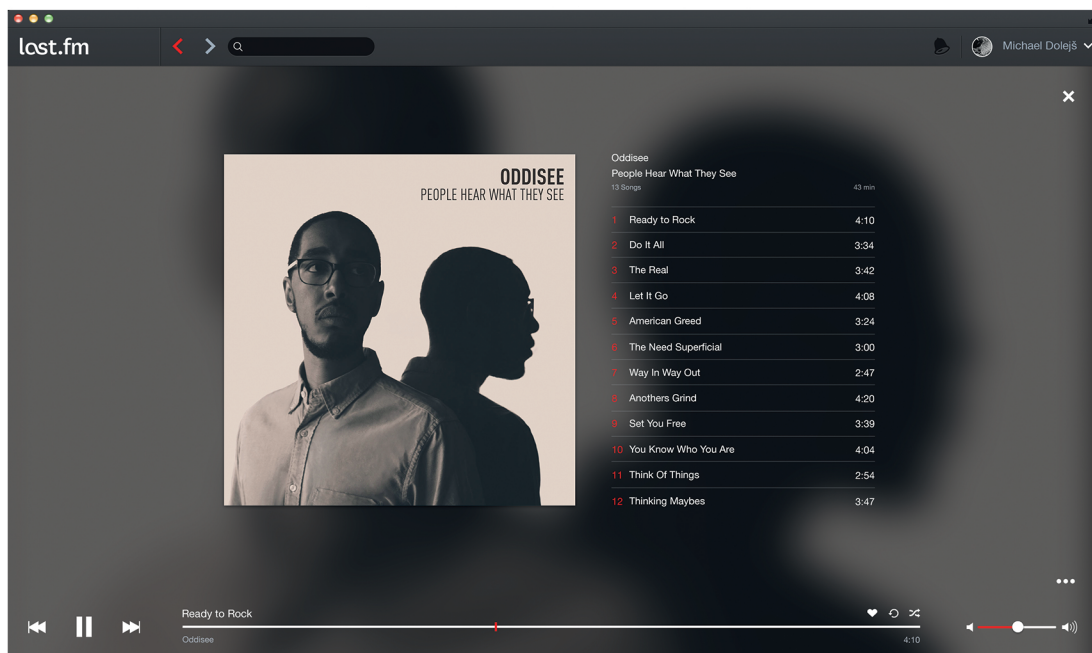


# Příloha 8: Design pro tablety iPad Poloha Landscape



Ukázky částí návrhu

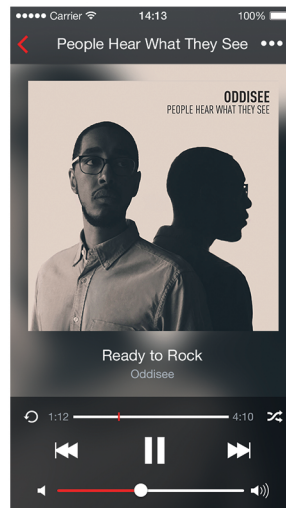
## Příloha 9: Porovnání rozdílů mezi jednotlivými platformami



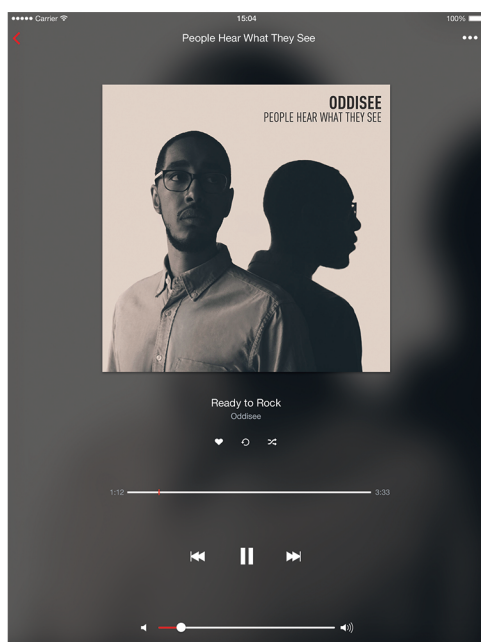
Přehrávač - Web



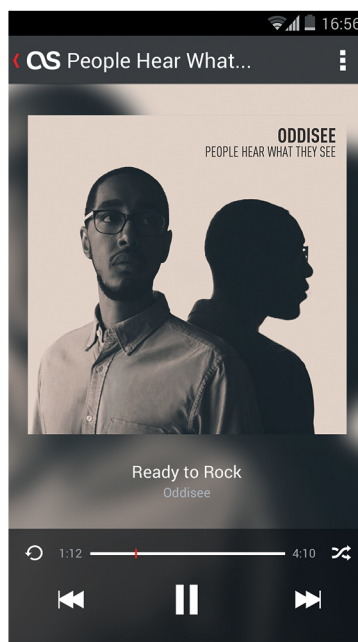
Přehrávač - iPad - Landscape



Přehrávač iPhone



Přehrávač - iPad - Portrait



Přehrávač Android



# last.fm as

Současné verze loga Last.fm



iOS ikona



Android ikona



#ec2027



#1b1b1c



#3a3c40



#3bb349



#b4bac4



#ffffff

## Landing Page

