

Západočeská univerzita v Plzni
Ústav umění a designu

Diplomová práce
VIZUÁLNÍ IDENTITA EXISTUJÍCÍHO SUBJEKTU
Nina Komůrková

Plzeň 2013

Západočeská univerzita v Plzni
Ústav umění a designu

Oddělení výtvarného umění

Studijní program Design
Studijní obor Ilustrace a grafický design, specializace grafický design

Diplomová práce

VIZUÁLNÍ IDENTITA EXISTUJÍCÍHO SUBJEKTU

Nina Komůrková

Vedoucí práce: Prof. Ing. arch. Zdeněk Ziegler

Oddělení výtvarného umění

Ústav umění a designu Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2013

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

Plzeň, duben 2013

.....

podpis autora

Poděkování

Ráda bych poděkovala především panu Prof. Ing. Arch. Zdeňkovi Zieglerovi, za jeho cenné rady a vedení diplomové práce. Děkuji také rodině a přátelům, kteří mi byli nápomocni při výrobě maket a shánění potřebných materiálů.

OBSAH

1. MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE	1
2. TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY	3
3. CÍL PRÁCE	4
4. PROCES PŘÍPRAVY	5
4.1 Skici, varianty.....	6
5. PROCES TVORBY	7
6. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA.....	9
7. POPIS DÍLA	11
7.1 Firemní značka, logo.....	11
7.2 Firemní typografie	11
7.3 Firemní barevnost	12
7.4 Základní firemní tiskoviny.....	12
7.5 Reklamní předměty	13
8. PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR.....	17
9. SILNÉ STRÁNKY.....	18
10. SLABÉ STRÁNKY	19
11. ZÁVĚR	20
12. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	21
a) Knižní a periodická literatura.....	21
b) Internetové zdroje	21
13. RESUMÉ	22
14. SEZNAM PŘÍLOH.....	23

1. MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE

Mojí specializací je grafický design, s nímž jsem se seznámila již na Střední umělecké škole grafické v Jihlavě. Studovala jsem obor propagační výtvarnictví a v posledních dvou ročnících studia jsem se zabývala především grafickým designem. Tvořila jsem loga, piktogramy, brožury či plakáty. V této době jsem vytvořila i svou první realizovanou zakázku, bylo to PF a pohlednice pro Zoologickou zahradu v Jihlavě.

Následně jsem se začala zajímat o možnost dalšího studia grafického designu na vysoké škole.

Moje další studium pro mě bylo velice důležité. Teprve v prvních dvou letech bakalářského studia na UUD jsem začala nacházet svůj určitý osobitý styl. Začala jsem více pracovat s typografií, které jsem se do té doby obávala a byla pro mě bohužel jen okrajovou záležitostí. Začala jsem promyšleně pracovat s barvou. Zjistila jsem, jak působí určité barvy na diváka. Například jak ovlivňují čitelnost či hierarchii písma a nadále jsem tyto vědomosti uplatňovala ve svých pracích. Získala jsem základní znalosti potřebné v tomto oboru.

Dalším mezníkem bylo magisterské studium. Dovolím si říct, že pro mě bylo, co se mého rozvoje týče, nejvýznamnějším. Samozřejmě by nešlo jedno bez druhého, ale zde jsem získala větší jistotu a začala tvořit své první realizované zakázky.

Při studiu jsem se zúčastnila několika soutěží, v nichž jsem se dostala do užšího výběru. Plakáty jsem měla na následných mezinárodních výstavách. Z nejnámějších bych zmínila Evropu bez bariér, Migraci do Evropy či Svobodu zvířat.

Své znalosti nabyté v průběhu studia jsem chtěla začít uplatňovat a získat do budoucna tolik potřebnou praxi. Nastoupila jsem jako grafička do větší firmy, kde jsem měla na starosti kompletní grafiku. První týdny, možná i měsíce byly náročné. Poprvé jsem tiskla své práce v nákladu tisíců kusů ofsetovým tiskem, dělala jsem reklamu do novin a časopisů, vytvářela billboardy či reklamu, kterou jsem viděla v každém vagonu pražského metra. Ne se vším jsem si zprvu věděla rady. Pomoc jsem hledala právě u svých profesorů, kteří mi ochotně

poradili nebo mě odkázali na příslušné osoby či studijní materiály. Časem jsem se vše potřebné z praktického hlediska naučila a dokonce navázala mnoho kontaktů v tiskárnách a grafických studiích, které do budoucna určitě využiji.

2. TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY

Jako téma své diplomové práce jsem si zvolila vizuální identitu existujícího subjektu. S volbou tématu jsem si byla hned jistá, protože toto odvětví grafického designu mě velice baví a ráda se mu v poslední době věnuji.

Vizuální styl je v dnešní době velice silným prostředkem firemní prezentace. Je jedním z hlavních nástrojů pro úspěšnou komunikaci. Když se kolem sebe podíváme, značky vidíme všude, například na hotelech, restauracích, dokonce i administrativních budovách. Role značky je dnes velice důležitá a žádná větší firma se bez ní takřka neobejde. Navíc mě lákala představa, že budu moci ve finále pracovat na maketách a následné finální instalaci.

Téma jsem měla zvolené, bylo potřeba ho konkretizovat. Přemýšlela jsem, jakým směrem se vydám a rozhodla jsem se pro restaurátérství. Myslím si, že restaurátérství je podnikání v neobyčejně konkurenčním prostředí a je velice důležité mít dobrý vizuální styl. Má-li se podnik dobře uchytit, jeho strategie musí být plánovaná do posledních detailů. Manuál pro restauraci jsem navíc ještě nikdy netvořila a o to více mě toto zaměření lákalo.

Následně jsem si vybrala dvě restaurace, mezi kterými jsem váhala. Chtěla jsem, aby byla restaurace specializovaná dle určitého druhu pokrmů, tj. např. steakhouse, suschi bar nebo pizzerie. Z toho důvodu jsem si do užšího výběru vybrala rybí restauraci Šupinku v centru Třeboně a zvěřinovou restauraci Hubertku u Havlíčkova Brodu.

Nemohla jsem se rozhodnout, jakou restauraci zvolit, protože lákavé pro mě byly obě. Začala jsem tedy pracovat na dvou vizuálních identitách, ovšem ani v průběhu práce jsem stále neměla jasno. Na každé práci bylo něco, co mě opravdu bavilo, u Šupinky například reklamní předměty, u Hubertky tácky pod pivo a mnoho dalšího. Nakonec jsem po poradě s panem profesorem Zieglerem zvolila Šupinku, protože jsem ji měla více rozpracovanou a logo jsem měla u této restaurace zcela hotové.

3. CÍL PRÁCE

Cílem mé práce bylo vytvořit funkční maketu grafického manuálu pro restauraci Šupinku, která nabízí i malebné ubytování.

Moje základní požadavky na jednotný vizuální styl byly srozumitelnost, čitelnost a atraktivita loga. Dále následné kreativní řešení firemních tiskovin a jiných propagačních a reklamních materiálů.

Restauraci Šupinku bych zařadila díky krásnému prostředí, vybranému menu a někdy i vyšším cenám do kategorie lepších a luxusnějších restaurací, čemuž jsem chtěla přizpůsobit i logo.

Nyní má podle mého názoru logo příliš prvoplánové. Skriptem psaný název restaurace, ukrytý v těle ryby. Logo na mě působí obyčejným, možná až laciným dojmem, což restauraci příliš nevystihuje.

Můj první cíl bylo vytvořit luxusnější logo pro restauraci, ovšem aby bylo použitelné i pro apartmány, které jsou v Třeboni spojené s odpočinkem a relaxací v rodinném penzionu Müllerů, který se nachází v těsné blízkosti zámku. Dále jsem chtěla zpracovat zbytek manuálu v jednoduchém, ale graficky atraktivním stylu. Rozhodla jsem se zaměřit se i na věci na první pohled nenápadné, jako jsou zápalky či zadní strany účtenek. Přemýšlela jsem o použití neobvyklých materiálů na některé z tiskovin, o různých průřezech a potiscích, aby se firma odlišila a byla originální.

V teoretické části bych ráda přiblížila jednotný vizuální styl restaurace Šupinky. Proces jeho přípravy, tvorby až ke konkrétnímu popisu grafického manuálu.

4. PROCES PŘÍPRAVY

Jakmile jsem byla rozhodnutá pro rybí restauraci, potřebovala jsem si ujasnit co vše bude součástí grafického manuálu. Sledovala jsem vizuální identity nejzdařilejších restaurací u nás i ve světě, psala jsem si poznámky typu co se mi líbí nebo co by se mohlo restauraci hodit. Pro inspiraci jsem vyhledávala loga restaurací a poté i hotelů, protože logo Šupinky mělo sloužit jak pro restauraci, tak pro zmíněné apartmány.

Prvním a nejzásadnějším krokem byla návštěva podniku. Udělala jsem si výlet do Třeboně. Chtěla jsem pocítit tamní atmosféru, prohlédnout si interiéry restaurace a jejího okolí. Musím říct, že právě tento pocit mě při vytváření loga nejvíce ovlivnil. Restaurace na mě zapůsobila noblesním dojmem a její okolí přímo vyzývalo k relaxaci. Byla jsem rozhodnuta, že přesně takové bude i logo.

Hned po návratu jsem vzala skicák a tvořila první skici, ovšem v té samé chvíli se začala potvzovat slova pana profesora Zieglera, že jsem si nevybrala zrovna lehký úkol. Dlouho jsem se nemohla odprostit od klasických rybiček, šupinek a háčků, které opravdu nepůsobily tak luxusně jak jsem chtěla. Rozhodla jsem se na pár dní skicák odložit a získat potřebný odstup. Po několika dnech jsem k logu přistupovala zcela jinak a konečně začaly vznikat první varianty finálního loga.

V průběhu přípravy jsem se také zaměřila na sbírání různých obrázků s rybí tematikou, rybích vzorů, studovala jsem struktury a tvary šupin, které bych později mohla využít například na některých reklamních předmětech či tiskovinách. Právě na zmíněné firemní tiskoviny jsem chtěla použít i neobvyklé materiály. Navštěvovala jsem obchody s papíry, kde jsem kupovala různé speciální kartóny, zkoušela na ně tisknout, různě je prořezávat či překrývat.

Dále jsem kontaktovala firmy zabývající se výrobou reklamních předmětů, abych zjistila jaké jsou technologické možnosti jejich výroby.

Zajímala jsem se o možnosti tvarů, výseků, barev a materiálů. Z těchto informací jsem nadále vycházela při jejich navrhování.

4.1 RESTAURACE ŠUPINKA

Restaurace Šupinka se nachází v historickém centru města Třeboně, v těsné blízkosti zámku a zámeckého parku. Je součástí rodinného komplexu, který nabízí malebné ubytování a relaxaci.

Už když se řekne Třeboňsko, každému se vybaví jihočeské rybníky plné hemžících se sladkovodních ryb nejrůznějších druhů. Restaurace má již 20-ti letou tradici a čerpá ze zkušenosti rodiny Müllerů, jejichž druhá generace pokračuje v rodinném podniku. Restaurace klade důraz na kontakt s hostem a spokojenost každého návštěvníka. Z menu si můžeme vybrat například candáta, štika, sumce, úhoře, lína, amura, pstruha, okouna nebo samozřejmě treboňského kapra to vše na mnoho výtečných způsobů doplněno sklenkou dobrého vína.

Restaurace je velice oblíbená a její chutná kuchyně je vyhlášená nejen v okolí Třeboňska. Jak ostatně vypovídá kniha hostů, je oblíbenou zastávkou pro řadu českých celebrit.

5. PROCES TVORBY

Práci na grafickém manuálu jsem započala logem. Jak jsem se již zmínila v předešlé kapitole, nebyl to až tak lehký úkol.

Z logotypu jsem se po prvotních skicách rozhodla vyloučit ryby i šupiny. Začala jsem pracovat spíše s prvky, které jsou typické pro vodní svět. Voda, vlnky, rostliny, ale najednou jsem opět kreslila stylizovanou rybu s bublinami u tlamy. Ovšem tyto bubliny byly přesně to, co jsem hledala. Motiv, který evokuje rybu i vodu. Již v útlém věku kreslíme rybám bubliny u tlamy. Pro mě je to tak klasické spojení jako například ježek s jablkem na zádech.

S bublinami jsem tedy začala dále pracovat a umisťovat je do názvu restaurace. Hledala jsem písmo, které by mi umožnilo použití bublin nad písmenem „i“. Chtěla jsem, aby bylo bezpatkové a v širším řezu, pokud možno s kulatou tečku nad „i“. Několik dní jsem se probírala různými fonty a nakonec jsem našla písmo John Sans Black od Františka Štorma. Font byl takřka ideální, upravila jsem rozpaly mezi písmeny, zkrátila do té doby dominantní háček nad „š“ a naopak nepatrně zvětšila tečku nad „i“.

Později jsem k logu dodělala ještě modrý podklad, který působí jako vodní hladina, čímž jsem získala skoro po dvou měsících výsledné logo, které podrobněji přiblížím v následujících kapitolách.

Když jsem měla hotové logo, pustila jsem se do ostatních tiskovin a reklamních předmětů. Právě v této fázi jsem chtěla využít šupinky, rybičky a jiné vzory, které jsem do té doby nasbírala nebo naskicovala.

Přemýšlela jsem, co všechno pro Šupinku udělám. Kromě klasických firemních tiskovin jsem se rozhodla mj. pro tácky, účtenky, sirky, keramické talíře nebo oblečení po číšníky.

Začala jsem firemními tiskovinami jako jsou vizitky, hlavičkový papír či obálka. Chtěla jsem, aby působily seriózním dojmem a proto jsem použila pouze modrý podtisk loga. Naopak pro tácky, ubrousky a účtenku jsem zvolila motiv šupinek, rybího vzoru či motiv stylizované hlavy ryby, což přiblížím

v samotném popisu díla. Když jsem měla navrhnuté veškeré tiskoviny, reklamní materiály a polepy, začala jsem s jejich realizací.

Makety, které jsem si pro svou potřebu do té doby ručně vyráběla doma jsem potřebovala profesionálně realizovat, ale bohužel jsem narazila skoro ve všech směrech. V malém nákladu mi nikdo nechtěl nic vyrobit. Rozhodla jsem se větší část vyrobit sama pomocí sítotisku, potiskla jsem například trička a zástěry pro číšníky. Problém nastal u potisku keramiky. Na sítotisku nebylo reálné potisk provést kvůli nedostatku speciálních barev a vypalovací peci. Přemýšlela jsem tedy o jiných možnostech, například motiv vyřezat na plotru, či použít průhlednou samolepku. Nakonec zvítězil plotr, motiv je natisknut, vyřezán a nalepen.

Dále jsem realizovala kulaté tácky pod nápoje, které jsem chtěla potisknout taktéž na sítotisku. Tácky jsem si nechala vyříznout laserem, ovšem nemohla jsem je již potisknout na sítotisku, protože nebyly bílé. Bílou lepenku jsem v potřebné gramáži nesehnala, pouze béžovou, tácky jsem tedy musela nakonec polepit. Stejně tak tašky, které jsem chtěla potisknout byly problém. Díky jejich složenému tvaru byly nerovné, tudíž se při tisku vylévala barva mimo tiskovou šablonu. Rozhodla jsem se motiv vytisknout na průhlednou samolepku a kabele polepit tímto způsobem.

Ovšem asi největší výzvou byla výroba knížečkových zápalek. Již od začátku mi bylo jasné, že si je budu muset vyrobit sama. Zádrhel nastal ve chvíli, kdy jsem potřebovala samotné zápalky. Myslela jsem si, že je prostě koupím. To se ale nezdařilo, nebyly v běžné síti prodejen k sehnání. Zapojila jsem tedy nejen celou rodinu, ale i přátele, kteří mi nosili různé reklamní zápalky. Ty jsem poté seřezávala na potřebnou velikost, obarvovala hlavičky na modrou či bílou barvu a následně lepila do nových obalů.

Realizace byla delší a krkolomnější než jsem předpokládala, ale můžu říct, že mě o to víc bavila.

6. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA

Celý grafický manuál je vytvořen vektorovou grafikou v programu Adobe Illustrator CS6 od společnosti Adobe Systems.

Při tvorbě vektorových obrázků jsem pracovala v pracovním prostoru CMYK, který je využíván při tisku. Barvy jsou tvořeny pomocí tří základních složek: azurové (Cyan), purpurové (Magenta) a žluté (Yellow). Jde o systém ve kterém se od existujícího bílého světla odečítají složky světla, ke kterým je lidské oko citlivé. Vzájemným překrytím těchto tří barev by měla vzniknout teoreticky černá, což ovšem v praxi až tak neplatí, barva je spíše hnědá. Proto se k těmto třem základním barvám přidává černá, označována jako klíčová (Key). Odtud písmenko „K“ v akronymu CMYK.

Manuál je zhotoven malonákladovým digitálním tiskem. Některé reklamní předměty pomocí sítotisku a tiskového plotru. V případě většího nákladu je počítáno u firemních tiskovin s ofsetovým tiskem, který má vždy větší počáteční náklady, ale s rostoucím nákladem se cena za jeden výtisk snižuje. V tomto případě by se dalo tisknout dvěma přímými barvami, přičemž by cena za jeden výtisk ještě rapidně klesla. Talíře jsou polepeny řezanou grafikou, při realizaci je počítáno s obtiskem a následným vypálením.

Dalším důležitým krokem byl výběr papíru. Papír ovlivňuje nejenom estetický vzhled, ale i životnost či cenu tiskovin. Při tvorbě tiskovin jsem brala v úvahu specifika daného papíru a data jsem podle něj přizpůsobila.

Grafický manuál je vytištěn na matném natíraném neboli křídovém papíru 250g/m². Nátěr papíru zabraňuje rozpíjení či vpíjení barvy, následný tisk je tedy brilantní. Pro desky manuálu jsem zvolila strukturovaný papír Conqueror contour 300g/m², který je dále použit na deskách jídelního lístku či cedulkách rezervé. Makety vizitek jsou tištěny na papíru Curious transluc 250g/m², který je poloprůhledný a evokuje nám průhled vodou. Makety dopisních papírů, obálek a dalších firemních tiskovin jsou na běžném kancelářském papíru Red Label 80g/m².

Ostatní operace dokončování zpracování jako řezání, skládání, rýhování či výseky jsou v tomto případě dělány ručně, kromě nápojových tácků, které jsou řezány pomocí laseru. Při realizaci je počítáno u všeho se strojovou výrobou.

Pro grafický manuál jsem zvolila lepenou vazbu V2. U tohoto druhu vazby jsou jednotlivé listy sneseny na sebe a spojeny lepením ve hřbetě do oblouku, dále zavěšeny do rýhované obálky a poté oříznuty ze třech stran. Vazba V2 se využívá v knižní produkci, pro učebnice či různé příručky. V současné době se také hodně uplatňuje pro vazbu periodických tiskovin, především časopisů většího obsahu.

7. POPIS DÍLA

Výstupem mé diplomové práce je funkční maketa grafického manuálu pro restauraci. Obsah grafického manuálu přiblížím v následujících podkapitolách.

7.1 Firemní značka, logo

Základním prvkem jednotného vizuálního stylu je logotyp. Dobré logo musí splňovat řadu faktorů. Musí být snadno rozpoznatelné, zapamatovatelné, čitelné, mělo by mít nadčasový vzhled, protože je počítáno s jeho delším užíváním a hlavně by mělo být nezaměnitelné. Tyto aspekty jsem si při tvorbě loga stále opakovala.

Logotyp se skládá z názvu restaurace psaného minuskami, třemi vzduchovými bublinami nad písmenkem „i“ a pozadím evokujícím vodu. Zvolila jsem písmo John Sans Black od Františka Štorma, který jsem poupravila dle vlastních potřeb. Bubliny nad písmenem „i“ si spojíme jak s vodou, tak s rybou, což je pro restauraci příznačné. Pro název Šupinka jsem zvolila černou barvu, která je dobře čitelná a působí elegantním dojmem. Pro ostatní prvky loga jsem zvolila modrou barvu. Barvy jsou přesně definovány v grafickém manuálu. Logo má dále černobílou a negativní variantu pro potřebu periodik či z důvodu černobílé tiskárny. Logo s ochranou zónou je definováno v grafickém manuálu.

7.2 Firemní typografie

Typografie je důležitou součástí všech tiskovin. Základní písmo, stejně jako logo a barevnost, slouží k odlišení společnosti od ostatních firem. Pomáhá nám rychle rozpoznat danou společnost. Je součástí jednotného vizuálního stylu a musí být dodržováno.

Základním písmem společnosti je dynamický bezpatkový grotesk John Sans Text Pro a John Sans Heavy Pro.

Písmo je výborně čitelné, inspirované anglickou barokní antikvou Johna Baskervilla. Má zvětšenou výšku minusek a šířkovou proporcí znaků. Jako doplňkové písmo jsem zvolila patkové písmo Baskerville, taktéž od Františka Štorma, které písmo John Sans skvěle doplňuje.

7.3 Firemní barevnost

Základní firemní barevnost je součástí jednotného vizuálního stylu a je důležité dodržet její přesný odstín. Základní barevnost v tomto případě tvoří černá a modrá barva. Barvy jsou definovány pomocí barevné škály CMYK, RGB a Pantone. Modrá barva je definována CMYK – 61/0/21/0, RGB – 96/192/202, PANTONE – Solid Coated 637, černá barva pak CMYK 0/0/0/100, RGB – 26/23/27 a PANTONE Black.

7.4 Základní tiskoviny

Základní tiskoviny firmy tvoří vizitky, dopisní papír, obálky, jídelní lístek a účtenky. Barevnost tiskovin vždy vychází z firemní barevnosti.

Vizitka

Vizitky jsou velice důležitou součástí jednotného vizuálního stylu společnosti. Rozměr vizitek je 90x50 mm. Tisknou se jednostranně na poloprůhledný papír Curious transluc 250g/m². V levém dolním rohu se nachází logotyp. Diagonálně od něj, tedy v pravém horním rohu se nachází kontaktní údaje zarovnané na levou zarážku. Texty jsou sázené fontem John Sans velikosti 9 pt, proklad 10 pt, černou barvou.

Hlavičkový papír

Hlavičkové papíry jsou tištěny na klasickém kancelářském papíře Red Label 80g/m². Rozměr papíru je 210 x 297 mm, tedy formát A4. V levém horním rohu je umístěn logotyp společnosti. Kontaktní informace jsou umístěny v levém dolním rohu, sázené textem John Sans 9 pt. proklad 10 pt. V dolní části papíru je použit grafický prvek z loga, tedy modrý podtisk v 50% průhlednosti.

Obálka

Pro korespondenci jsou navrženy dva základní typy obálek, DL 110x220 mm a C6 114x162 mm v jednotném grafickém provedení. Obálky musí splňovat kritéria stanovená Českou poštou. Logotyp je na obálkách umístěn v dolním levém rohu. Kontaktní informace v horním levém rohu.

Jídelní lístek

Desky jídelního lístku jsou vytisknuty na strukturovaném papíře Conqueror contour 300g/m². Rozměr jídelního lístku je 365x230 mm. Na přední straně desek je logo umístěno v dolní části a je zarovnané na střed.

Po otevření jídelního lístku se objeví modrá předsádka, vycházející z firemní barevnosti. Předsádka má v dolním pravém rohu výsek ve tvaru tří koleček, vycházejících z loga.

Na dalších stránkách je již nabídka jídel. Pro tuto vnitřní sazbu jsem použila patkové písmo Baskervill, které jsem zvolila jako doplňkové písmo. Celkové typografické uspořádání jsem chtěla zpracovat neobvyklým způsobem. Rozhodla jsem se cenu umístit na první místo, tedy ještě před název jídla. Podle mého názoru je toto uspořádání velice přehledné a dobře čitelné. Na některých stánkách jsem opět použila barevný podtisk jako na dopisních papírech.

Účtenka

Účtenky jsou tištěny na oboustranně teplocitlivém papíře, který umožňuje oboustranný i barevný tisk účtenek. Rozměr účtenek se odvíjí dle potřebné velikosti na elektronické kase, v tomto případě jde o formát 70x126 mm. Přední strana je tisknuta pouze černobíle. V hlavičce účtenky je logotyp zarovnaný na střed, pod ním jsou na levou stranu zarovnány kontaktní informace. Účtenka dále splňuje všechny předepsané normy. Na zadní straně účtenky je modrou barvou vytištěn motiv šupinek. Motiv šupinek používám jako grafický prvek i na dalších reklamních předmětech. Díky tomu, že je účtenka na teplocitlivém papíře, který je lehce průhledný, zadní motiv šupinek mírně prosvítá na přední stranu, čímž nám vytváří podkres pro stranu přední.

7.5 Reklamní předměty a propagační předměty

Mezi reklamní a propagační předměty jsem zahrnula pивní tácky, zápalky, odznaky a malé čokolády ke kávě. Dále jsem vytvořila firemní trička, zástěry a bločky pro číšníky, talíře, ubrousky nebo polep auta a označení budovy.

Pivní tácky

Tácky, jsem vytvořila ve čtyřech provedeních, v obvyklé velikosti 105 mm. Všechny tácky jsou kulatého tvaru, který vychází z motivu bublin v logotypu. Na přední straně prvního tácku je barevný logotyp firmy na bílé ploše. Na druhé straně je motiv šupinek, které jsou v bílé lince na modrém pozadí. Šupinky pokrývají celou zadní část tácku. Druhá verze tácku je velice podobná. Liší se pouze zadní strana, kde tentokrát šupinky pokrývají pouze část tácku. Třetí tácek je opatřen pouze logem, z druhé strany je čistě bílý.

Na posledním tácku najdeme z jedné strany rybí vzor modrou barvou na bílé ploše. Na druhé straně je umístěn kontakt na restauraci.

Zápalky

Jedny z reklamních předmětů jsou zápalky, vytvořené ve dvou variantách. Rozhodla jsem se pro knížečkové zápalky, které se můžou díky výseku vyrobit v různých tvarech.

První zápalky jsou klasičtější. Zvolila jsem kulatý tvar, který provází celý vizuální styl. Zápalky mají průměr 60 mm. Na přední straně je umístěn logotyp. Zadní strana je v modré barvě s webovou adresou v dolní části. Vnitřek zápalek je bílý, pouze v horní části krabičky je psaný kontakt na restauraci. Firemní barevnosti se přizpůsobily i hlavičky zápalek, které jsou v modré barvě.

Druhá varianta zápalek je hravější. Krabička má oválný tvar, vypadá jako ryba. Když se zápalky otevřou, horní strana je bílá a je v ní opět umístěn kontakt. Spodní část kde jsou umístěny zápalky má modrou barvu, na které vyniknou sirky s bílou hlavičkou. Obaly zápalek jsou tištěny na matné křídě 300g/m².

Odznaky - butony

Butony jsou dostupnou a stylovou variantou, jak zviditelnit firmu. Lidé si často butony připínají na oděv či tašku,. Odznaky mají hned několik motivů a tvarů. Je to ovál o velikosti 45x69 mm a kulatý tvar 44 mm. Na odznaky jsem použila dosavadní motivy - šupinky, rybí vzor, stylizovanou hlavu ryby či pouze logotyp firmy.

Ubrousky

Ubrousky jsem původně tvořila s potiskem, ale nakonec jsem se rozhodla pro čistě jednobarevnou variantu. Velikost ubrousku při rozložení je 250x250 mm. Ubrousky mohou být ve dvou barevných variantách, zvolila jsem světle modrou a tyrkysovou barvu. Ubrousky svou barvou jemně doplňují grafiku restaurace.

Čokolády

Malé čokolády mohou sloužit jako milá pozornost ke kávě či při placení účtu. Čokolády mají čtvercový tvar a jsou ve dvou základních motivech. Jedna varianta je pouze s logotypem, druhá varianta je oko a pusa ryby, které nás provází celým manuálem.

Trička a zástěry pro číšníky

Trička a zástěry pro číšníky jsou ve dvou barevných provedeních. První varianta je bílé tričko a modrá zástěra, druhá varianta je modré tričko a bílá zástěra. Popřípadě se dají kombinovat dle potřeby.

Motiv na tričkách je stejný. Na přední straně trička je na prsou natisknut stylizovaný motiv ryby. Na zádech je taktéž ryba, zvětšená a umístěná na levé straně.

Na zástěrách používám pouze část stylizace a to pomyslné žábry.

Bloky

Bloky pro číšníky, které se využijí pro záznam objednávky, mají rozměr 88x57 mm. V horní části je umístěno logo, v dolní části adresa restaurace. Boční strany bloku jsou nabarveny modrou barvou.

Talíře

Pro restauraci jsem se rozhodla vytvořit i dekor na talíře, kde jsem zopakovala motiv ryby. Na talíři na hlavní jídlo a v polévkovém talíři je motiv v různých velikostech. Na dezertním talíři je pouze část motivu, tedy oči ryby, které působí lehce ornamentálním dojmem.

Polep na firemní automobil

Firemní automobil by měl být vždy v bílé barvě. Logo firmy je umístěno na obou předních dveřích automobilu. Na levé straně je logotyp umístěn uprostřed, přes celou šíři dveří. Na pravé straně je logo poloviční velikosti, umístěno v levém dolním rohu dveří. Dále je přes celý pravý bok automobilu modrý podtisk z loga, do něhož letmo vstupuje již zmíněný logotyp. Na páté dveře vozidla jsem umístila webovou adresu restaurace.

Papírová taška

Papírová taška je určená pro reklamní materiály, ale může posloužit i na jídlo, které si zákazník odnese domů. Papírová taška je ve dvou provedeních o velikosti 220x100x270 mm. Tašky jsou vždy v bílé barvě. První varianta má na přední straně logo, na druhé straně tašky je v dolní části umístěna webová adresa restaurace. Druhé grafické provedení tašky nám představí stylizovanou hlavu ryby ve firemních barvách a na druhé straně je opět umístěna webová adresa. Dle potřeby by tašky mohly být v různých velikostech.

Reservé

Kartička rezervé je nezbytnou výbavou každé kvalitní restaurace. Zde jsem zvolila stejný papír jako pro desky jídelního lístku, tedy Conqueror contour 300g/m². Na každé straně je menším písmem napsáno rezervé, aby byl nápis decentní. Pod nápisem je použit modrý podtisk z loga.

Označení budovy

Důležitou součástí grafického manuálu je i označení budovy restaurace.

Dům je navržen s čistě bílou fasádou a modrými doplňky. Hlavní vchod do restaurace zdobí tři modré bubliny, umístěné v levém horním rohu zdi. Logo restaurace je poté umístěno na boční straně fasády, napravo od vchodových dveří.

8. PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR

Kdybych hovořila o přínosu práce pro daný obor jako takový, bylo by to asi poněkud přehnané. Diplomová práce měla značný přínos primárně pro mě. Nejenže jsem se mnoho nového dozvěděla, seznámila jsem se s dalšími technologiemi a postupy při výrobě některých předmětů, ale čelila jsem výzvě a překážkám, které jsem však nakonec zvládla vyřešit a překonat a jsem si jistá, že právě tyto zkušenosti budou nejcennějším benefitem pro mou další profesní kariéru.

Upřímně doufám, že moje diplomová práce bude inspirací i pro další studenty, ať po stránce teoretické tak i praktické.

9. SILNÉ STRÁNKY

Myslím, že silnou stránkou mé práce je celková jednota grafického manuálu Šupinky. Logo je graficky čisté, dobře použitelné i v černobílé a negativní variantě spolu s celým vizuálním stylem. Barevnost je výrazná a bude dobře korespondovat s dřevěným interiérem Šupinky. Domnívám se, že je firemní styl je dobře zapamatovatelný.

Dále vidím silnou stránku v prvku stylizované rybí hlavy, který se opakuje na propagačních předmětech. Je taktéž snadno zapamatovatelný, dobře rozpoznatelný a myslím si, že i vtipný. Dá se s ním dobře pracovat i na dalších materiálech. Za dobrou volbu dále považuji zvolené písmo John Sans a jeho další kombinaci s písmem Baskerville od Františka Štorma. Písmo je dobře čitelné a působí příjemným a klidným dojmem.

Nakonec bych zmínila celkovou finální instalaci. Všechny propagační i reklamní předměty jsou vyrobeny v maketách, které si každý může vzít do ruky a prohlédnout. Manuál i s maketami bude nainstalován na prostřeném jídelním stole.

10. SLABÉ STRÁNKY

Tato kapitola mi vykouzčila úsměv na rtech, protože tady jsem tak trochu sama proti sobě. Ovšem alespoň se zde mohu obhájit. Za slabší stránku své diplomové práce považuji jídelní lístek, který jsem neustále přepracovávala. Jídelní lístek jsem chtěla původně zpracovat „jinak“. Prvotní návrhy však přinášely klasické řazení a nic originálního. Po delší době vzniklo finální uspořádání textu, se kterým jsem vlastně ve výsledku spokojená. Cena je na prvním místě a až za ní je název jídla. Toto uspořádání se mi zdá velice čitelné a je neobvyklé, nikde jsem ho ještě neviděla. Na některých stránkách je použit modrý podtisk, který vychází z loga. Pro desky jídelního lístku jsem zvolila papír Conqueror contour 300g/m², který svou strukturou připomíná vodní hladinu. V jídelním lístku najdeme ještě originální modrou předsádku, která má v dolním pravém rohu kruhové výřezy vycházející taktéž z loga.

Ale jak jsem již zmínila v předešlé kapitole, myslím, že je manuál dobře čitelný a zapamatovatelný, celkově splňuje svou funkci.

11. ZÁVĚR

V diplomové práci jsem se zabývala jednotným vizuálním stylem rybí restaurace. Dala jsem si za úkol vytvořit jednoduše zapamatovatelné logo, které bude sloužit restauraci, ale zároveň penzionu Šupinka. Logo jsem pojala pro celý komplex, ale nadále jsem se zaměřila na restauraci, která je prozatím prioritou rodiny Müllerů.

Následná práce na dalších prvcích grafického manuálu mě velice těšila. Při konečné realizaci jsem narazila na určitá úskalí při výrobě maket, např. u talířů, sirek či nápojových tácků, které bylo obtížné vyrobit z důvodu jejich tvarů nebo materiálů. Nakonec jsem vše zvládla a vznikla poměrně ucelená vizuální identita restaurace.

V případě, že by tento manuál restaurace realizovala, do budoucna by bylo určitě vhodné rozšířit grafický manuál o materiály pro penzion.

12. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

a) Knižní a periodická literatura

HERRIOTT, L., *1 000 restaurací, kaváren a barů*. Slovart, 2007, ISBN 978-80-7290-942-9.

RICHTER, M., ZÁRUBA, A., *CI.CZ 1990 – 2007, Firemní styl v České republice*. 2008, ISBN 97-880-254-183-52.

VOŠÁHLÍKOVÁ, P., *Zlaté časy české reklamy*. Praha, Karolinum, 1999, ISBN 80 - 7184-715-1.

KRAMEROVÁ, D., SKÁLOVÁ, V. *Bruselský sen*. Brno: Arbor Vitae, 2008.

HLAVSA, O., *Typographia*, Praha: Státní nakladatelství technické literatury 1981.

DABNER, D., *Grafický design v praxi*. Slovart, 2004. ISBN 80-7209-597-8.

KRAML, J., *1 000 Obalový design – nejlepší nápady pro kartony, krabice, tašky a láhve*. Slovart, 2009. ISBN 978-80-7391-191-1.

KOLESÁR, Z., *Kapitoly z dějiny designu*. Praha: Vysoká škola umělecko-průmyslová, 2004. ISBN 80-86863-03-4.

CHIARA, O., UZZANI, G., *Design*. Slovart, 2010. ISBN 978-80-7391-330-4.

DVOŘÁKOVÁ, Z., *DTP a předtisková příprava*. Computer Press, a.s., Brno, 2008, ISBN 987-80-251-1881-8.

b) Internetové zdroje

<http://unie-grafickeho-designu.cz/corporate-identity-jako-nastroj-budovani-image/#.UIZTn0aWzI9> vyhledáno 21.1. 2013

<http://unie-grafickeho-designu.cz/proc-je-graficky-design-uzitecny/#.UIZT1UaWzI8> vyhledáno 21.1. 2013

<http://unie-grafickeho-designu.cz/vlastnosti-dobrehu-loga/#.UIZT8EaWzI8> vyhledáno 23.1. 2013

<http://unie-grafickeho-designu.cz/vlastnosti-dobrehu-loga-obsahly-clanek/#.UIZUA0aWzI8> vyhledáno 23.1. 2013

<http://unie-grafickeho-designu.cz/66-otazek-ktere-si-musi-polozit-zadavatel-i-tvurce-loga/#.UIZUEEaWzI8> vyhledáno 23.1. 2013

13. RESUMÉ

My diploma thesis is focused on a new Corporate Design of fish restaurant Šupinka. Šupinka Restaurant is located in the historic center of Trebon, close to the castle and the park. It is part of a family complex which offers picturesque accommodation and relaxation.

My main goal was to create an easily recognizable and memorable logo, then the entire design manual Šupinka restaurant. The graphic manual as business cards, letterheads, menu, plates and clothing for personnel. Unified visual style of corporate materials makes the corporate communication easier. It represent better style of work with corporate materials for employees and the company using unified visual style looks professional and reliable.

I sincerely hope that my thesis will be an inspiration for other students, both from the theoretical as well as practical.

14. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1

stávající logo restaurace, prvotní skici loga

Příloha 2

logotyp restaurace

Příloha 3

vizitka

Příloha 4

hlavičkový papír

Příloha 5

obálka

Příloha 6

jídelní lístek

Příloha 7

reservé

Příloha 8

účtenka

Příloha 9

talíře

Příloha 10

oblečení pro personál 1

Příloha 11

oblečení pro personál 2

Příloha 12

tácek

Příloha 13

tácek

Příloha 14

tácek

Příloha 15

zápalky

Příloha 16

označení budovy

Příloha 17

odznaky - butony

Příloha 18

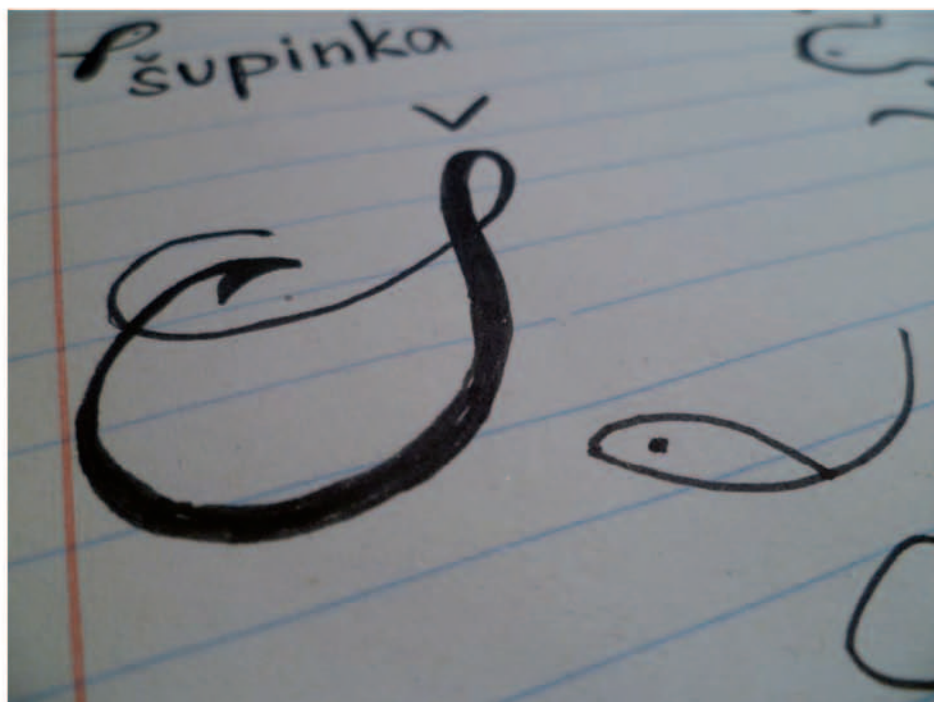
tašky

Příloha 19

čokolády

Příloha 20

reklamní polep automobilu



šupinka

šupinka

šupinka

šupinka

Příloha 3



The logo for 'šupinka' features the word in a bold, black, sans-serif font. Above the 'i' in 'pinka', there are three small, light blue circles of varying sizes, arranged in a slight arc. The entire logo is set against a light blue, horizontal brushstroke background.

Valy 155, Třeboň 379 01
e: info@supinka.cz
t: 602 337 300
www.supinka.cz

Valy 155, Třeboň 379 01
e: info@supinka.cz
t: 602 337 300
www.supinka.cz

The logo for 'šupinka' features the word in a bold, black, sans-serif font. Above the 'u' and 'i' are three small, light blue circles of varying sizes, arranged in a slight arc. A soft, light blue shadow is cast beneath the text.

Valy 155, Třeboň 379 01
e: info@supinka.cz
t: 602 337 300
www.supinka.cz

The logo for 'šupinka' features the word in a bold, black, sans-serif font. Above the 'u' and 'i' are three small, light blue circles of varying sizes, arranged in a slight arc. A soft, light blue shadow is cast beneath the text.



Polévky

48,- Krémová rybí polévka

Studené předkrmy

89,- Jemně zauzený filet ze pstruha na červené řepě
95,- Salátek z candáta s koprem a opečenou bagetou

Teplé předkrmy

135,- Račí maso na bílém víně
92,- Kapří mlíčí pečené na bylinkovém másle
130,- Kapří filet s brusinkovým chutney

Rybí speciality

175,- Kapří hranolky dle tradiční receptury
850,- 600 g Rybí mísa rybníka Dvořiště
(candát, úhoř, amur)
1 160,- 1000 g Rybí mísa rybníka Rožmberk
(kapr, sumec, štika, candát, úhoř)
1 290,- 1200 g Rybí mísa rybníka Rožmberk, kapří hranolky
1490,- 1500 g Rybí mísa rybníka Svět
(kapr, sumec, štika, candát, úhoř, amur)

Masité pokrmy

215,- Vepřová panenka
245,- Panenková svíčková s bylinným přelivem
180,- Panenské špalíčky s lanýžovým krémem
175,- Kuřecí prsíčka
210,- Kuřecí prsíčka plněné tymiánovou nádivkou
180,- Kuřecí steak s rajčaty a bazalkou

Rybí pokrmy

Kapr obecný

135,- Kapr dle Petra Voka v kabátku z černku a papriky
198,- Kapří fileta pytláka Říhy zapečená nivou se šampiony a cibulí
190,- Pikantní kapří řízek

Lín obecný

180,- Pečený lín nadvážený tymiánovou nádivkou
175,- Lín vytřený hořčično-česnekovou pastou

Amur bílý

185,- 250g Pečený filet z amura se špekem a cibulí
185,- 250 g Filet z amura s křenovou omáčkou

Pstruh duhový

282,- Filety ze pstruha plněné bylinkovým krémem
225,- 1 ks Pečený pstruh s rozmarýnem

Candát obecný

295,- Filátka z candáta servírované na pikantní zelenině
295,- Filátka z candáta podávané s restovaným špenátem

Štika obecná

297,- Štíčí filátka na liškové omáčce
242,- Filátka ze štiky pečené na šalvějovém másle

Sumec velký

275,- Filet ze sumce servírovaný na červené řepě
245,- Filet ze sumce potřený česnekovou tapenádou

Saláty

153,- Uzený filet ze pstruha na barevném salátě s česnekovým dipem
85,- Variace listových salátů s dýňovými semínky
85,- Rucolový salát s parmázanovými hoblíčky a cherry rajčátky
69,- Rajčatový salát s medem a bazalkou
75,- Variace čerstvé zeleniny

Lahodné omáčky

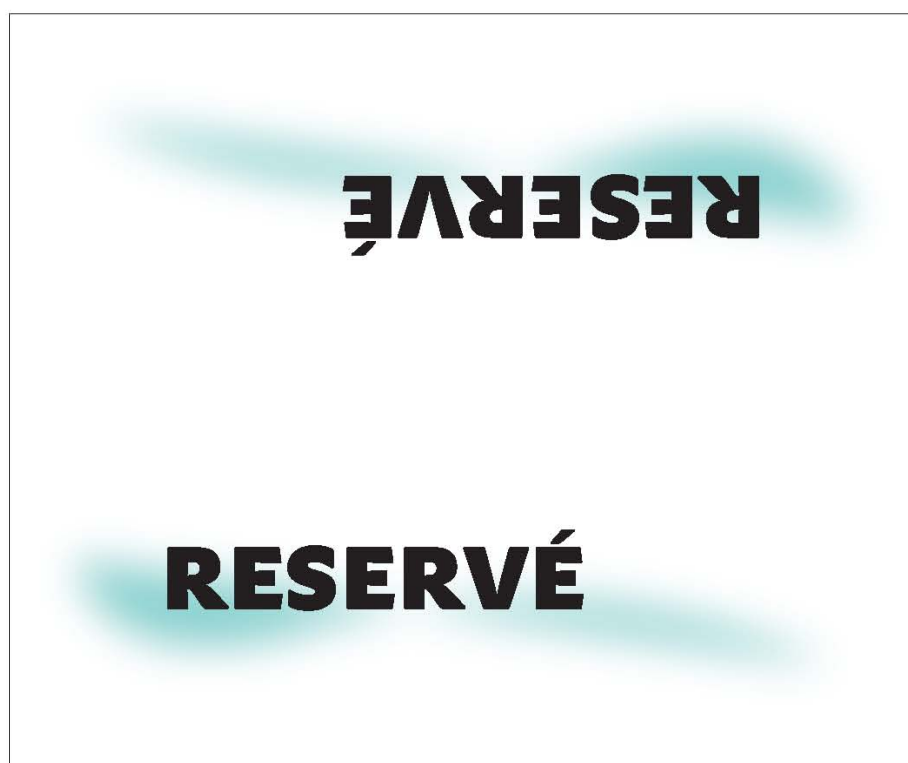
35,- Žampiono-koprová
35,- Česnekový krém s mandlovými lupínky
32,- Dijonský krém s chilli papričkou

Přílohy

28,- Brambory vařené
65,- Bramborové pyré
55,- Šťouchané brambory s cibulkou a uzeným špekem
65,- Lehký bramborový salát
46,- Dušená rýže "Basmati"
75,- Restovaná zelenina
20,- Košík s pečivem

Deserty

72,- Ananasové kousky v mátovém cukru se zakysanou smetanou
69,- Čokoládový koláč dne a noci
69,- Domácí tvarohový dort
65,- Teplý čokoládový dort se zmrzlinou
46,- Kopečky vanilkové zmrzliny na zrcadle z brusinkového jus





Restaurace Šupinka
Valy 155, Třeboň 379 01
info@supinka.cz, 602 337 300
www.supinka.cz

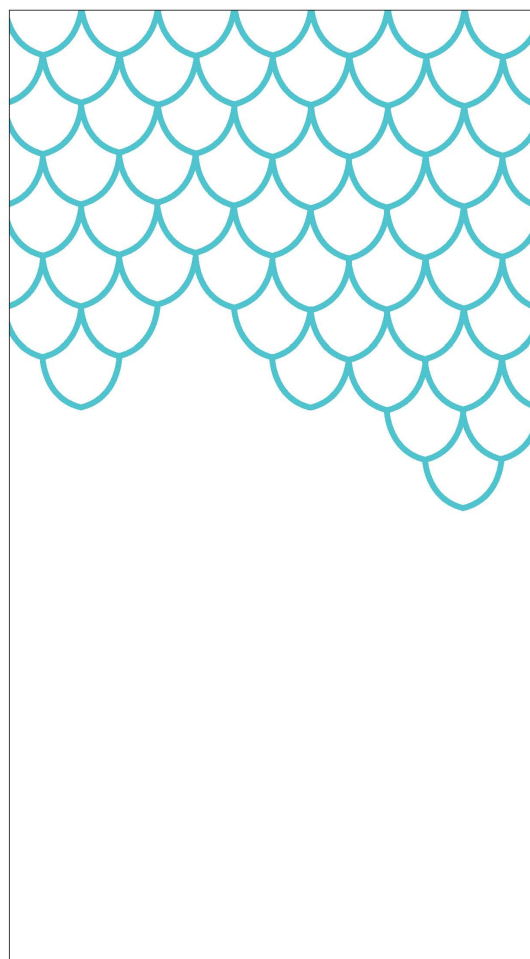
DIČ: CZ26099225
Účet: 2
23.9. 2013 10:20

1.0 Štičí filátka na liškové omáčce	297.00
1.0 Brambory vařené	38.00
1.0 Mattoni grand	35.00
1.0 espresso	48.00

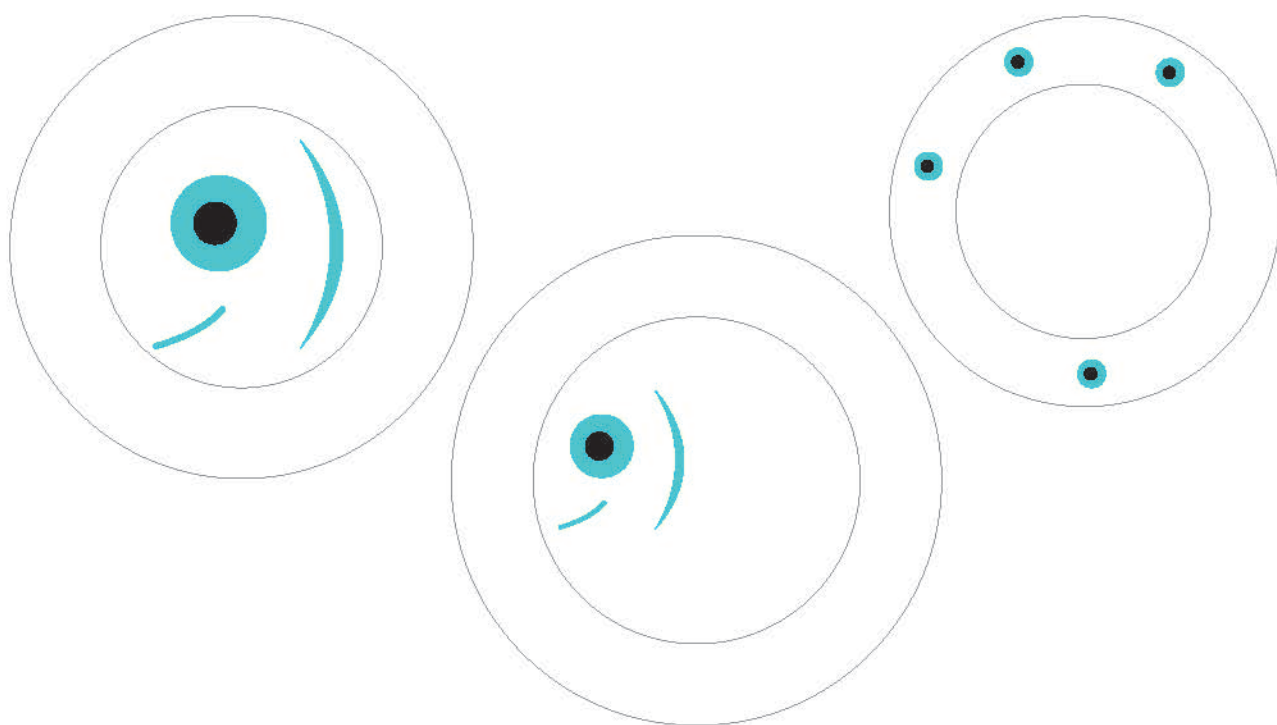
Celkem CZK 418.00

Děkujeme za Vaši návštěvu!

Bez DPH 20%	333.40
DPH 20%	84.60



Příloha 9



vlastní tvorba

