

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara**

**Bakalářská práce**

**NÁVRH ZNAČKY A GRAFICKÉ ZPRACOVÁNÍ  
OBCHODÍCH TISKOVIN**

BENED

**Kateryna Zabusova**

**Plzeň 2014**

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara**

**Katedra výtvarného umění**

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Ilustrace a grafika

Specializace Grafický design

**Bakalářská práce**

**NÁVRH ZNAČKY A GRAFICKÉ ZPRACOVÁNÍ  
OBCHODÍCH TISKOVIN**

BENED

**Kateryna Zabusova**

Vedoucí práce: Doc. akad. mal. František Steker

Katedra výtvarného umění

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Západočeské univerzity v Plzni

**Plzeň 2014**

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2014

.....

podpis autora

## OBSAH

1. <b>Mé dosavadní dílo v kontextu specializace</b> .....	1
2. <b>Téma a důvod jeho volby</b> .....	2
3. <b>Cíl práce</b> .....	3
4. <b>Proces přípravy</b> .....	4
5. <b>Proces tvorby</b> .....	8
5.1. Logotyp .....	8
5.2. Typografie .....	9
5.3. Barevnost .....	10
5.4. Stylotvorný prvek .....	11
5.5. Vizitky .....	11
5.6. Hlavičkový papír, dopisní obálka a další tiskoviny .....	12
5.7. Prezentační deska .....	13
5.8. Brožura .....	13
6. <b>Technologická specifika</b> .....	14
7. <b>Popis díla</b> .....	15
7.1. Logotyp .....	15
7.2. Obchodní tiskoviny .....	15
7.3. Prezentační deska .....	16
7.4. Brožura .....	17
7.5. Manuál .....	17
8. <b>Přínos práce pro daný obor</b> .....	18
9. <b>Silné stránky</b> .....	19
10. <b>Slabé stránky</b> .....	20
11. <b>Seznam použitých zdrojů</b> .....	21
a. Knižní a periodická literatura .....	21
b. Internetové zdroje .....	21

12. <b>Rezumé</b> .....	22
13. <b>Seznam příloh</b> .....	23

## **1 Mé dosavadní dílo v kontextu specializace**

Za tu dobu, co studuji obor grafický design, jsem měla možnost naučit se pracovat s nejrůznějšími grafickými technikami, osvojit si práci v grafických editorech, vyzkoušet si vytvořit logotypy, plakáty i písmo. Kromě toho, že jsem získala profesionální zručnosti, se mi také postupně zformovalo vlastní vnímání grafického designu. Domnívám se, že jedním ze základních cílů designu je utřídit informace a podat je člověku prostřednictvím jasných vizuálních obrazů, vyvolat u něho jistou emocionální odezvu.

Při své práci se pokouším především nalézt harmonii mezi logikou a vizuální estetikou. Rovněž tíhnu k minimalizmu. To pravděpodobně proto, že mi je charakterově nejbližší. Nejčastěji používám pouze to nejnnutnější, vyhýbám se nadbytečné výzdobě, pracuji s prázdným prostorem. To ovšem neznamená, že bych neráda experimentovala. Naopak si myslím, že bez experimentů není možný rozvoj. Ráda kombinuji různé grafické techniky, často používám fotografii jako ústřední motiv svých prací.

Za celou dobu, co se věnuji grafickému designu, jsem navrhovala plakáty, kalendáře, logotypy, pozvánky, brožury, letáky.

## **2 Téma a důvod jeho volby**

Jako téma bakalářské práce jsem si zvolila návrh značky a grafické zpracování obchodních tiskovin (malé firmy). Moje volba nepadla právě na toto téma náhodou. Ze všech oblastí grafického designu mě vždy nejvíce zajímal firemní styl. Vždyť vytváření něčeho velmi prostého, co se nezapomíná s postupem času, co odráží společnost a odlišuje ji od ostatních, jednoduše nemůže být nepřitažlivé. Význam firemního stylu je v současném světě těžké přehodnotit. Nejenže je jedním z faktorů úspěšného byznysu společností, ale hraje i důležitou úlohu ve formování image designéra.

Důvodem mé volby je rovněž to, že jsem nikdy předtím neměla možnost s touto tematikou pracovat. Veškeré mé zkušenosti se omezovaly pouze na vytváření logotypů.

Pro svou bakalářskou práci jsem si vybrala firmu Bened. Hlavní činností společnosti je zahradní architektura. Firma funguje od roku 1997 a za tu dobu realizovala řadu projektů týkajících se vytváření zahrad a parků, výsadby zeleně v okolí průmyslových objektů atd. Do okruhu působnosti společnosti Bened patří: realizace zahrad, veřejná zeleň, instalace automatického zavlažovacího systému, zemní práce, údržba zeleně, zahradnictví, nabídka rostlin.

### **3 Cíl práce**

Cílem mé práce je vytvoření značky a grafické zpracování obchodních tiskovin pro firmu Bened. Jelikož s touto společností nespolupracuji, nemohu ani prohlašovat, že se jí snažím pomoci vytvořit vlastní obraz a učinit ji tím známější. Proto vidím hlavní úkol ve vypracování značky jakožto konstruktivního prvku pro posunutí malé firmy jako takové.



## 4 Proces přípravy

Jelikož je důležitou částí mé bakalářské práce vytvoření logotypu, zamyslela jsem se nejprve nad tím, co v sobě daný termín skrývá. V odborné literatuře se nachází řada definic. Při hledání potřebného výkladu jsem se zaměřila na knihu Quentina Newarka „What is Graphic Design?“.

*„Nejlepší designéři logotypů – Ivan Chermayeff, Tom Geismar a Steff Geissbuhler – vytvořili univerzální formulaci: „Značka – to je forma, podstata i představa, i idea. Aby byla efektivní, měla by její podoba být lehko rozpoznatelná a dostatečně originální, abychom si ji mohli snadno zapamatovat. Design by měl být dostatečně prostý, aby ho lidé ihned pochopili, a přesto dostatečně bohatý na detaily, nebo ve svém obsahu, aby vyvolal zájem. Měl by být dostatečně současný, aby odrážel svou dobu, a zároveň by se měl jevit jako „dobrý známý“, kterého člověk už pár let zná. V neposlední řadě by měl být informativní a měl by idejemi odpovídat i činnosti, kterou vymezuje“.<sup>1</sup>*

Během výzkumu jsem se dále pokusila odhalit základní úlohu logotypu. Bezpochyby se logotypy vyskytují ve všech sférách života. *„Průměrný Američan vidí za den 16 000 reklamních cedulí, logotypů a etiket – o tom píše doktor Dharma Singh Khalsa ve své knize „Brain Longevity“.<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup> NEWARK, Q. What is graphic design? Hove: RotoVision, 2007. s. 120.

<sup>2</sup> AIREY, D. Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities.

Berkeley: New Riders Publishing, 2011. s. 2.

Člověk vnímá logotyp na úrovni podvědomí, ukládají se v paměti a to pak může hrát roli při volbě zboží nebo služeb. Proto se po celém světě snaží společnosti, které si váží samy sebe, vytvořit svůj individuální styl. Logotyp jim umožňuje vyniknout, stát se rozeznatelným, vytvořit ikonu.

Další etapou v procesu přípravy bylo prozkoumání základních tendencí v designu logotypů. V současnosti se běžně předpokládá, že pokud je logotyp zastaralý, může to negativně ovlivnit image společnosti. To se také stalo příčinou masového jevu rebrandingu. Právě v rebrandingu lze nejlépe prozkoumat současné tendence.

Předně jsem zaznamenala usilování designérů o zjednodušení, o návrat k základům. Dnes je možné pozorovat zbavování se drobných detailů, objemu a stínů, využívání jednoduchých geometrických tvarů. Jako dobrý příklad nám tu mohou posloužit redesigny logotypů: Google, Conservation International, Nivea.<sup>3</sup>

Podle mého názoru je to spojeno s nárůstem počtu nabídek. Pro spotřebitele je stále složitější zapamatovat si a identifikovat potřebný produkt. Proto je právě jednoduchost tvarů to hlavní, o co usilují konkurenční společnosti. Jednoduchost napomáhá snazšímu rozlišení a zapamatování logotypů. Právě z tohoto důvodu se design logotypů stává lehčím a jasnějším, odstraňují se zbytečné detaily, používají se prosté typy písem, minimum barev a prvků. V důsledku toho mizí

---

<sup>3</sup> Příloha č. 1

přetížení grafické značky. Bezpochyby jsou právě ty nejprostší logotypy také těmi nejtrvanlivějšími, protože překračují hranice módy a jakýchkoli trendů.

*„Trendy přicházejí a odcházejí, a tak tedy to, co opravdu nepotřebujete, je vkládat nemalé množství času a peněz klienta do designu, který vyjde z módy, kdo ví, jestli ne hned za jednu noc. Trvanlivost je nade vše a logotyp by měl vydržet tak dlouho, jako samotný byznys, který představuje“.*<sup>4</sup>

Čili, dospěla jsem k jistým závěrům a přistoupila jsem k analýze stávajícího logotypu firmy Bened.<sup>5</sup> Základní problém jsem spatřila ve znázornění koruny stromu nebo kontury listu nad písmenem b. Linie vypadala, jako by byla spěšně namalovaná štětcem v Adobe Illustrator. Tento detail se negativně odrážel na celkovém vnímání. Proto se mi logotyp zdál nedopracovaný. To může být důkazem toho, že se k vypracování logotypu postavili lehkomylně. V životě malé firmy hraje logotyp velkou roli a i k jeho designu je nutné přistupovat zodpovědně. Vydařený design logotypu přímo souvisí se správným výběrem barvy a typu písma a také s výmluvností firemního znaku. Dle mého názoru vypadá logotyp společnosti Bened příliš primitivně a neodráží jejího ducha. Firemní barvu jsem mohla posoudit podle webových stránek.<sup>6</sup> Společnost používá dvě barvy: tmavě zelenou a bílou. Tmavě zelená barva je bezpochyby tou dominantní.

---

<sup>4</sup> AIREY, D. Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities. Berkeley: New Riders Publishing, 2011. s. 28.

<sup>5</sup> Příloha č. 2

<sup>6</sup> Příloha č. 3

Na konci jsem si prohlédla logotypy podobných firem.<sup>7</sup> Tuto fázi v přípravě jsem považovala za nutnou, jelikož umožňuje vytvořit si celkový pohled na to, jaké idey byly již využity. Dokonce pouhý letmý pohled na ně mi ukázal stereotyp grafických řešení. Zjistila jsem, že prakticky téměř všechny společnosti používají jako firemní znak znázornění listu nebo stromu. Objevují se rovněž abstraktní znaky, které se skládají z jednoduchých geometrických tvarů a vzorů podobajících se labyrintu. Ty vynikají z oné společné masy, ale hlavním mínusem takových znaků je fakt, že v černo-bílé variantě jsou vnímány naprosto jinak. Například znak ve tvaru labyrintu v černé barvě spíše připomíná poklop kanálu, než design krajiny. A to je také hrubou chybou, neboť správně vytvořený logotyp by neměl ztrácet svou podobu, ani informativnost v černo-bílé variantě. Také jsem si postřehla tendenci používání znázornění lopaty, kružítko a trávy.

---

<sup>7</sup> Příloha č. 4

## 5 Proces tvorby

### 5.1 Logotyp

První etapou v procesu vytvoření logotypu byla fáze náčrtků.<sup>8</sup> Veškeré náčrtky kreslím vždy nejprve na papír. To mi umožňuje celý vývoj lépe kontrolovat a napomáhá mým ideám posouvat se správným směrem. Pracuji-li na papíře, mohu lépe vidět a promýšlet detaily, a tím získávám maximální možné množství variant. Práce na počítači zpomaluje tvůrčí proces, jelikož se na vytvoření návrhu vynakládá velké množství času.

Pokoušela jsem se vytvořit logotyp za použití nejrůznějších metod, počínaje stylizací rostlin a konče písmovými kompozicemi. Důležité bylo najít řešení, které by odráželo činnost firmy a přitom by se neomezovalo pouze na znázornění listů a stromů. Ne náhodou jsem se snažila vyjádřit v logotypu hlavní orientaci činnosti společnosti. Nejprve jsem si uvědomila, že ho vytvářím pro malou firmu. A to proto, že pokud logotyp nebude informativní, nejspíše to zapříčiní dodatečné problémy, jelikož bude pro potenciální klienty složitější společnost identifikovat. V takovém případě je zapotřebí reklama a dlouhá doba k tomu, aby se vytvořila asociace s logotypem, což se podstatně odrazí na rozpočtu firmy.

Informativní logotyp není nutné překládat a je srozumitelný pro představitele jakékoli kultury. Jednou ze sfér činnosti firmy Bened je

---

<sup>8</sup> Příloha č. 5

zahradnictví. Věnuje se prodeji dekorativních stromů a rostlin známých českých a zahraničních producentů a má také vlastní výrobu. Pokud se firma rozhodne vstoupit na mezinárodní trh, bude proto existence takového logotypu jediné plusem.

Ve výsledku bylo vytvořeno mnoho návrhů.<sup>9</sup> Během konzultace s vedoucím práce byl vybrán jeden z nejzdařilejších – schematické znázornění stromu a domu.<sup>10</sup> Poté následovalo naskenování náčrtku, jeho převod do vektorového formátu, nahrazení stromu květem a detailní prokreslení. Po vyrovnání tahů, změně tvaru některých prvků dostal znak konečnou podobu. Získaný znak v sobě harmonicky spojil architekturu a přírodu, přičemž odrážel poslání krajinného designu a odhaloval jeho podstatu.<sup>11</sup>

## 5.2 Typografie

Důležitým rozhodnutím po dokončení návrhu znaku byl výběr vhodného typu písma. Byla jsem přesvědčená, že se nevhodná volba může významně odrazit na charakteru logotypu, a proto jsem se ani v této otázce nezachovala méně seriózně. Jako typ písma pro logotyp jsem vybrala Gotham Rounded - Bold.<sup>12</sup> Písmo Gotham bylo vytvořeno americkou společností Tobias Frere-Jones v roce 2000 a patří ke skupině geometrických groteskových písem. Moje volba padla právě na tento typ písma proto, že jsem hledala písmo, které by vhodně doplňovalo

---

<sup>9</sup> Příloha č. 6

<sup>10</sup> Příloha č. 7

<sup>11</sup> Příloha č. 8

<sup>12</sup> Příloha č. 9

geometrii znaku a současně by nevypadalo příliš suše a schematicky. Gotham se mi jevil jako nejméně strohý představitel své třídy a proto vyhovoval mým kritériím. Jako základní typ písma byl vybrán Myriad Pro. Písmo vytvořili Robert Slimbach a Carol Twombly pro Adobe Systems v roce 1992.<sup>13</sup> Myriad Pro patří ke třídě humanistických groteskových písem. Použila jsem ho pro tvorbu všech tiskovin.

### 5.3 Barevnost

Také jsem si uvědomovala, že neméně podstatným komponentem při tvorbě celkového obrazu firmy je barva, která bude použita nejen v logotypu, ale i v designu obchodních tiskovin. Během vytváření logotypu jsem přihlížela k možnosti jeho použití jak v černo-bílé variantě, tak i v barevné variantě, aniž by ztratil smysl. Při volbě barvy jsem stejně jako při volbě znaku brala v úvahu specifikum činnosti společnosti. Rovněž jsem se seznámila s psychologickým a emocionálním významem barev. Každá barva v sobě nese zvláštní asociace a působí emocionálně na člověka a právě proto je klíčovým prvkem vizuální charakteristiky firmy. Dobře jsem si uvědomovala, že téměř všechny podobné společnosti používají zelenou barvu. Nejprve jsem se pokusila použít jakoukoli jinou barvu palety. Bohužel ani jedna nevytvářela náležitý efekt. Navzdory tomu, že jsem se chtěla vyhnout stereotypům a nechtěla jsem volit právě zelenou barvu, skončila jsem právě u ní. Zelená barva se vždy asociovala s přírodou a proslula jako

---

<sup>13</sup> Dostupné z:

[http://ru.wikipedia.org/wiki/Myriad\\_%28%D1%88%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%82%29](http://ru.wikipedia.org/wiki/Myriad_%28%D1%88%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%82%29)

uklidňující barva. Proto se zcela nejlépe hodí k firmě, specializující se na oblast zahradní architektury.

#### **5.4 Stylotvorný prvek**

Stylotvorný prvek spolu se základními konstantami firemního stylu umožňuje odlišit vizuálně společnost mezi řadou konkurentů. Stylotvorný prvek pro společnost Bened jsem vytvářela na základě firemního znaku a základních firemních barev. Prostřednictvím mnohonásobného opakování černých klikatých linií jsem vytvořila plochu pozadí. Na tu jsem umístila prvek, který jsem získala v důsledku přetvoření firemního znaku. Nakonec jsem získala vzor, připomínající zoranou zem s vysazenými rostlinami.<sup>14</sup> Rozmístění rostlin lze měnit, čímž vzniká nekonečné množství kombinací. To obdaňuje stylotvorný prvek všestranností a přizpůsobivostí a umožňuje vytvářet různorodé varianty designu nositelů firemního stylu. Stylotvorný prvek jsem využila především při zpracování vizitek, a brožury.

#### **5.5 Vizitky**

Pro vizitky společnosti Bened byla zvolena standardní velikost 90 x 50 mm.<sup>15</sup> Nejprve jsem vypracovala vizitku firemního typu. Na jednu stranu vizitky, vlevo do horního rohu jsem umístila logotyp a zprava potom blok textu, který obsahoval informaci o oblasti činnosti firmy, adresu, kontaktní údaje a e-mail. Pro vizitku jsem použila bílé pozadí,

---

<sup>14</sup> Příloha č. 11

<sup>15</sup> Příloha č. 12



jelikož na něm se nejlépe vnímají informace a text se čte lehko. Na druhou stranu jsem umístila pouze firemní znak v bílé barvě. Tady jsem jako pozadí použila firemní zelenou barvu.

Dále jsem vypracovala vizitku služebního typu. Od firemního typu se liší tím, že obsahuje kromě údajů o společnosti také příjmení a jméno spolupracovníka, jeho funkci a kontaktní údaje. Příjmení a jméno spolupracovníka bylo provedeno písmem Myriad Pro – Semibold, velikost 9b. Druhá strana obsahuje vzor. Všechny informace jsou obsaženy písmem Myriad Pro –Regular , velikost 7b.

## **5.6 Hlavičkový papír, dopisní obálka a další tiskoviny**

Při vytváření hlavičkového papíru jsem určila plochu pro umístění logotypu, bloku s adresou a kontakty firmy. Snažila jsem se vytvořit hlavičkového papír maximálně prostý, jelikož se jedná o oficiální dokument, a ten by měl vypadat stroze a lakonicky.<sup>16</sup>

Dopisní obálku jsem vypracovala v podobném stylu jako hlavičkový papír. Do levého horního rohu jsem umístila logotyp. Podél spodní strany jsem umístila kontaktní údaje společnosti. Zvolila jsem formát DL (110 x 220 mm).

Také jsem vypracovala design faktury, zakázkového listu, předávacího protokolu a nabídkového listu. V těchto dokumentech bylo nezbytné dodržet určitá odsazení. Jejich existence pomáhá vyčlenit smyslové

---

<sup>16</sup> Příloha č. 13

bloky a vytvořit tak rovnováhu dokumentu. Promyšlené mezery také umožňují lépe se v dokumentu orientovat. Nabídkový list má výhradně informativní charakter, proto byla informace na něm sdělena maximálně jednoduše a srozumitelně.<sup>17</sup>

## **5.7 Prezentační deska**

Na lícovou stranu desky jsem umístila logotyp firmy.<sup>18</sup> Při úpravě vnitřní strany jsem využila základní firemní barvu.

## **5.8 Brožura**

Jako tištěný reklamní výrobek jsem zvolila brožuru, jelikož její výroba nevyžaduje žádné velké investice.<sup>19</sup> Její předností je také jednoduchost výroby a pohodlí při šíření. Při vypracování brožury přede mnou stála úloha krátce vypovědět o službách nabízených společností a prezentovat fotografie realizovaných projektů.

---

<sup>17</sup> Příloha č. 14

<sup>18</sup> Příloha č. 15

<sup>19</sup> Příloha č. 16

## 6 Technologická specifiká

Veškeré konstanty stylu firmy Bened byly vytvořeny ve vektorovém grafickém editoru Adobe Illustrator. Hlavní předností vektorové grafiky oproti té rastrové je to, že vektorový obrázek je možné snadno zmenšit nebo zvětšit, a to bez ztráty kvality.

Všechny soubory, používané při barevném tisku, byly vytvořeny v barevném režimu CMYK. V barevném modelu CMYK se používají čtyři barvy: Cyan (azurová), Magenta (purpurová), Yellow (žlutá), Black (černá). Tento model byl vytvořen kvůli procesu plnobarevného tisku.

Veškerá tisková produkce (vizitky, hlavičkový papír, dopisní obálka, faktura, zakázkový list, předávací protokol, nabídkový list, prezentační deska, brožura, manual) byla vyhotovena s pomocí digitálního tisku. Tento způsob jsem zvolila, protože je tím nejdostupnějším a nejrozšířenějším na rozdíl od sítotisku a ofsetu. Digitální tisk v závislosti na použitém modelu tiskárny zajišťuje dostatečně vysokou úroveň za poměrně nízkou cenu. Na rozdíl od ofsetu umožňuje rychle pustit malou tiráž polygrafické produkce, minimální množství přitom není omezené. Důležitou předností pro mě bylo to, že jsem mohla vytisknout zkušební variantu budoucí produkce, ohodnotit její kvalitu a včas ji pozměnit, což bylo při tisku ofsetem nemožné. Při tisku byl použit papír o gramáží 100 - 300 g/m<sup>2</sup>.

## **7 Popis díla**

### **7.1 Logotyp**

Logotyp firmy Bened se skládá z obrazové části (symbolu) a grafického nápisu jména společnosti. Symbol je realizovaný ve světle zelené barvě (CMYK 36, 0, 100, 0). Jméno společnosti je vysázeno verzálkami písma Gotham – Bold, černou barvou (CMYK 0, 0, 0, 100). Symbol představuje stylizované znázornění domu a květu, spojených v jeden celek. To odráží sféru činnosti společnosti – zahradní architekturu. Díky použití lehce poznatelných prvků je možné znak přečíst v rámci sekund a snadno si ho zapamatovat. Znak je dostatečně výrazný a současný, s jasným a jednoduchým sdělením. Tvary znaku jsou zaoblené, bez drobných detailů. Samotný logotyp je lakonický a snadno pochopitelný, vyvolává určitou asociativní řadu. Logotyp lze zmenšit nebo zvětšit do jakékoli potřebné velikosti. Zůstává přitom pochopitelný a přesvědčivý. Logotyp je dobře pochopitelný jak v černo-bílé, tak i v barevné variantě. Vyniká hezky na všech nositelích firemního stylu, sjednocuje je a zajišťuje významovou a vizuální jednotu.

### **7.2 Obchodní tiskoviny**

Vizitky jsou oboustranné a jsou vytvořené v jednotném stylu společnosti. Obsahují jak logotyp, tak i údaje firmy. Jsou navrženy ve formátu 90 x 50 mm.

Hlavičkový papír společnosti Bened je navržený v barevné variantě. Slouží jak pro vyhotovení dokumentů, tak pro obchodní korespondenci. Obsahuje logotyp a údaje společnosti (oblast činnosti, adresu, telefon, e-mailovou adresu, adresu webových stránek). Papír má standardní formát A4 (210 x 297 mm).

Dopisní obálka má stejnou podobu jako firemní papír. Slouží pro zasílání nejrůznější korespondence nebo pro zasílání reklamních materiálů. Obálka je ve formátu DL (110 x 220 mm).

Sada základních dokumentů zahrnuje: fakturu, zakázkový list, předávací protokol. Základními prvky daných dokumentů jsou: logotyp, adresový blok a informační pole. Mezi všemi prvky jsou stanoveny přísné poměry. Základní dokumenty se používají při práci s klienty. Všechny mají formát A4. Nabídkový list formátu A4 obsahuje výčet poskytovaných služeb a ceny.

### **7.3 Prezentační deska**

Deska je vyhotovena v odpovídajícím stylu a v základní firemní barevnosti. Je vybavena klapkou s otvory pro umístění vizitky a je navržena pro papír formátu A4. Slouží pro uchovávání dokumentů nebo pro předání sady obchodní a reklamní dokumentace klientovi.

## **7.4 Brožura**

Brožura je vyhotovena jako pevné desky s připevněnou vložkou. Hlavním obsahem brožury je výčet služeb, poskytovaných společnostmi, fotografie realizovaných projektů. Brožura má jak reklamní, tak i informační funkci.

## **7.5 Manuál**

Aby se zamezilo nesprávnému použití konstant vizuálního stylu společnosti Bened, byl vytvořen manuál. V manuálu jsou popsány základní prvky firemního stylu a obecná pravidla jejich použití.

## **8 Přínos práce pro daný obor**

Nemyslím si, že může již tato má práce mít velký význam pro disciplínu grafického designu. Bakalářská práce je v jistém stupni ještě procesem studia, i když se považuje za jeho finální stádium. Má práce je výsledkem mé samostatné tvůrčí činnosti a uskutečnění určitých sledování a analýzy. Pokud jde o obratnosti a znalosti, získané během práce, pomohou mi v mém profesním rozvoji.

## **9 Silné stránky**

Z mého pohledu lze k silným stránkám mé práce zařadit dovednost propracování logotypu. Během práce jsem věnovala zvláštní pozornost volbě barevného řešení, typu písma a celé řadě vizuálních charakteristik. Vytvořený logotyp je srozumitelný a snadno zapamatovatelný. Lehkost jeho vnímání je zajištěna přítomností známých obrazů. Logotyp je dostatečně výrazný a současný, nese jasné a prosté sdělení. Při práci byl také vytvořen vzor, který mi pomohl dodat stylu osobitost.

Také se domnívám, že se mi podařilo zlepšit vizuální složku dokumentů. Pokud jde právě o ně, mnou zvolené rozmístění polí napomáhá snadné orientaci při práci s dokumenty.



## **10 Slabé stránky**

Slabší částí bakalářské práce pro mě bylo vypracování grafického manuálu. Dříve jsem nic podobného nedělala. Hledání dostatečného množství informací o základních principech a pravidlech jeho vytváření se ukázalo jako složitý úkol. Proto mi zabral proces vypracování grafického manuálu poměrně dlouhou dobu. Doufám, že jsem se bez ohledu na vzniklé komplikace nedopustila hrubých chyb.

## **11 Seznam použitých zdrojů**

### **a) Knižní a periodická literatura**

1. WHEELER, A. Designing Brand Identity - An Essential Guide for the Whole Branding Team. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2009. ISBN 978-0-470-40142.
2. NEWARK, Q. What is graphic design? Hove: RotoVision, 2007. ISBN 9782940361878.
3. AIREY, D. Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities. Berkeley: New Riders Publishing, 2011. ISBN 13 978-0-321-66076-3.
4. SAMARA, T. Grafický design. Bratislava: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3.
5. LANDA, R. Graphic Design Solutions. Boston: Wadsworth, 2011. ISBN-13: 978-0-495-57281-7.

### **b) Internetové zdroje**

*Bened* [online]. [vyhledáno 3. 4. 2014].

Dostupné z: <<http://www.bened.cz>>

*Myriad* [online]. [vyhledáno 3. 4. 2014]. Dostupné z:

[http://ru.wikipedia.org/wiki/Myriad\\_%28%D1%88%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%82%29](http://ru.wikipedia.org/wiki/Myriad_%28%D1%88%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%82%29)

## 12 Rezumé

Целью моей работы являлась разработка логотипа и дизайн рекламно-полиграфической продукции (маленькой фирмы).

Я выбрала фирму Vened. Основным родом деятельности фирмы является ландшафтный дизайн. Фирма ведет свою деятельность с 1997 года и за это время реализовала множество проектов по созданию садов и парков, озеленению окрестностей промышленных объектов и т.д.

Так как я не сотрудничала с фирмой, главную задачу я видела, прежде всего, в разработке логотипа как конструктивного элемента в продвижении маленькой фирмы как таковой. В ходе работы, я попыталась выявить основную роль логотипа, а также рассмотрела современные тенденции в дизайне логотипов. Это помогло мне понять какой логотип необходим фирме.

Я создала логотип, который отражает сферу деятельности фирмы – ландшафтный дизайн. Благодаря использованию легко узнаваемых элементов он читается в секунды и легко запоминается. Логотип достаточно выразителен и современен, с четким и простым сообщением. Логотип можно масштабировать до любого необходимого размера. При этом он остается понятным и убедительным. Он гармонично смотрится на всех носителях фирменного стиля, объединяя их и обеспечивая смысловое и визуальное единство.

## **13 Seznam příloh**

**Příloha č. 1:** Redesign

**Příloha č. 2:** Současný logotyp

**Příloha č. 3:** Webové stránky

**Příloha č. 4:** Rešerše

**Příloha č. 5:** Náčrtky

**Příloha č. 6:** Návrhy

**Příloha č. 7:** Vybraný návrh

**Příloha č. 8:** Symbol

**Příloha č. 9:** Základní logotyp

**Příloha č. 10:** Nepoužité varianty vzorů

**Příloha č. 11:** Vzor

**Příloha č. 12:** Vizitky

**Příloha č. 13:** Hlavičkový papír a obálka

**Příloha č. 14:** Faktura, zakázkový list, předávací protokol,  
nabídkový list

**Příloha č. 15:** Prezentační deska

**Příloha č. 16:** Brožura

Příloha č. 1

Google Google



## Příloha č. 2



## Příloha č. 3

**ZAHRADNÍ ARCHITEKTURA**

Zahradní architekturou se zabýváme již od roku 1997 a od té doby jsme vytvořili nepřeberné množství návrhů a realizací zahrad, veřejné zeleně, krajinných prvků, zeleně v okolí firemních sídel, průmyslových objektů a komunikací. Zahradní architektura je hlavní činností společnosti BENED – zahradní architektura s.r.o. Naším cílem je poskytovat kvalitní služby za přiměřené ceny. Naše společnost realizuje zakázky zahradní architektury na území celé ČR.

Zahradní architektura je profese zabývající se prostorovým i funkčním uspořádáním zahrad. Je to profese, která ve spojení estetických a uměleckých hodnot vytváří prostor pro veřejný i soukromý život. Vytváří prostor pro možnost úniku před každodenním stresem. Zahradní architektura je obor kde se snoubí poznatky z oborů jako je zahradnictví, botanika, stavební architektura, výtvarné umění, zahradní design, geologie, ekologie a mnohé další.

Okruh naší činnosti:

- Návrhy zahrad
- Realizace zahrad

Dostupné z: <<http://www.bened.cz>>

## Příloha č. 4







Příloha č. 6



vlastní tvorba

## **Příloha č. 7**



## **Příloha č. 8**



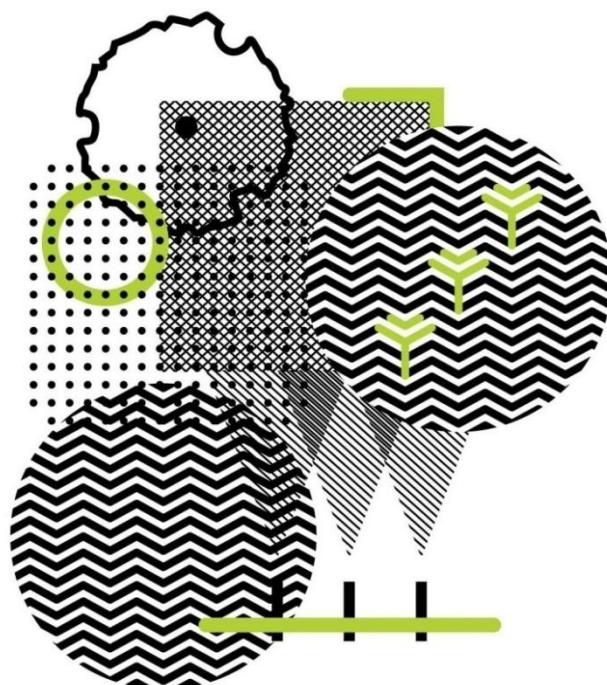
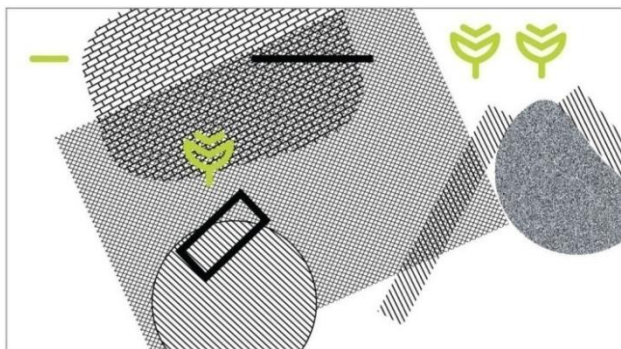
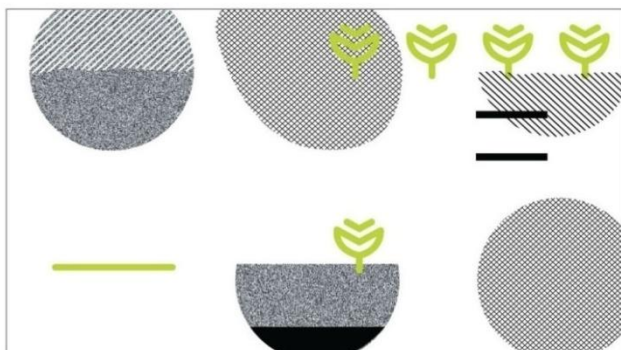
**vlastní tvorba**

**Příloha č. 9**



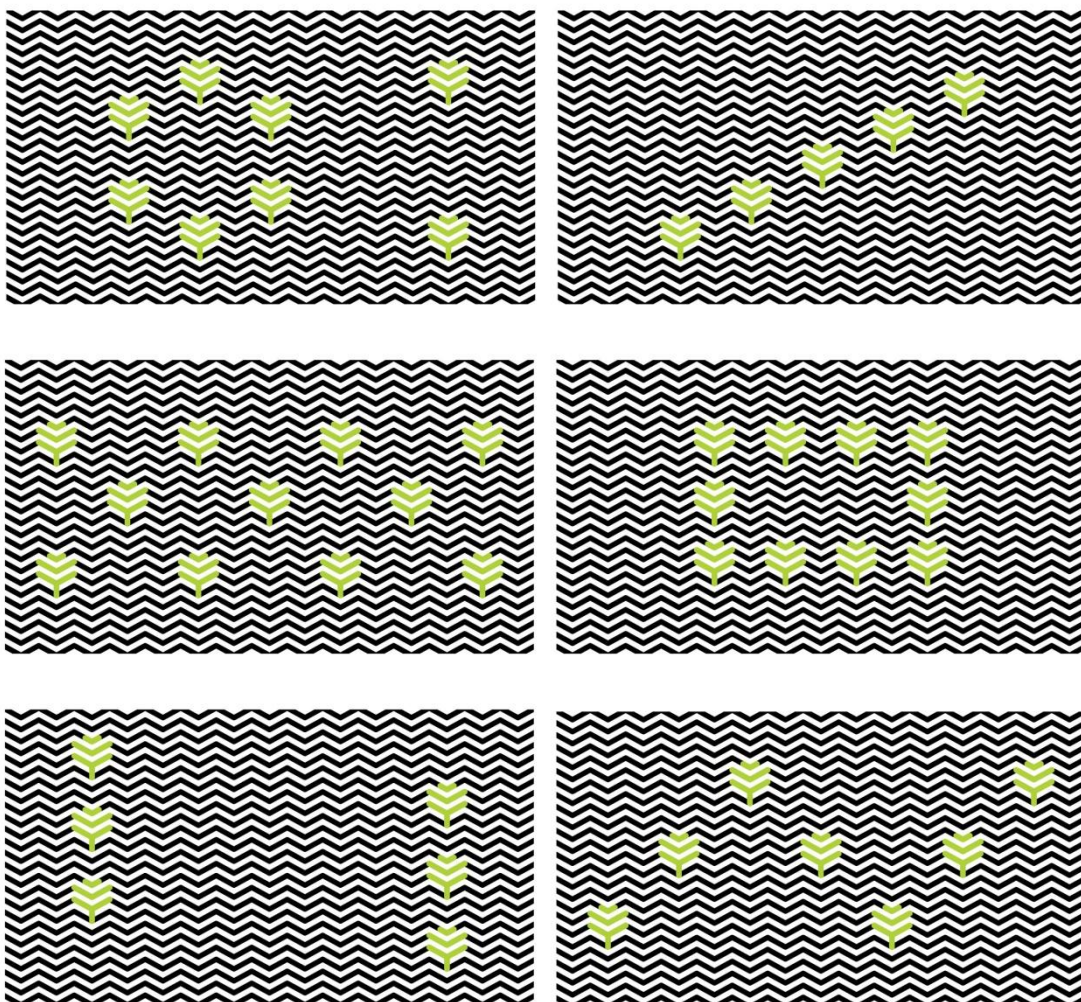
**vlastní tvorba**

Příloha č. 10



vlastní tvorba

**Příloha č. 11**



**vlastní tvorba**

## Příloha č. 12



vlastní tvorba

# Příloha č. 13

 **BENED**

Ing. Mirek Novotný  
Holečkova 1366/31a  
150 00 Praha 5  
mnovot@gmail.com

Vážený pane Novotný,

Mod ea augue commolenis allsim exero accm num quat, vulla feugait lorer at praesse quisitit amet lor sequam ver secte dunt la commy nonullam. Velestrud dignismolore facilis amet aliquam nullam, venismodo deliquis nis amet, conum vulla faciliquat, venim nisse nonum exero od esim et utpat. Verciduisit aborepaestud no odolore etue dolore commy nullamet eros nullam defendidigit, quat. Inruci blandre mincipit eummy nisi tionummod incti el inci ent ipit autat. Ut allsenim inim quat ad minis dit venis esectem zrit wsi. Eseroto editi flure dignisi. At at dio et nostrud molortio consecte ming quos feumauguer in erotisim velis aut praestione feugait velesi.

Modo honestatis scribentur quo an, in sed agam venear medicisritatem, sit ad profeset ea cum utinam semper, affert moluise volupbat ne quo, pri in hinc voluptua consetetur. Mei id nullam praesent quaerendum, usu vocent docendi ex, mundi graecis.

Ovidebit appeliqy isquand ellaut id molum landio eum est elum ent, etum endescumre rumas ut molorelab incti ut delen, laborept que hinc dolento conumvolorro dis rem lab ipsaecti quos es asinmet lab is perferatem autat. I cortmagniet adistis et reum quias numquia teccio ipitateporeimus nullum ut as dolugtatur sus quat dunt, vendand itorib usandae ruptus, quiomnim re rendis voles nonsequo venear deruntemque mo abore nem fugias inci facea consqui accus, sant accessi allsenim vernatemp rectas doles volor sam ipsandit atquo blauteam eriapone quamusdaevolorum dolorporum fugia namet delit perferatem autat cortmagniet.


S pozdravem

V Dolanech u Olomouce dne 25.02.2014 Veronika Sarvašová

Zahradní architektura s.r.o.  
Dolný 21  
781 16 Dolany u Olomouce

T +420 585 396 441  
M +420 602 776 242


bened@bened.cz  
www.bened.cz

 **BENED**

Zahradní architektura s.r.o.  
Dolný 21  
781 16 Dolany u Olomouce

T +420 585 396 441  
M +420 602 776 242

bened@bened.cz  
www.bened.cz

 **BENED**

Zahradní architektura s.r.o.  
Dolný 21  
781 16 Dolany u Olomouce  
Česká republika

bened@bened.cz  
www.bened.cz

vlastní tvorba



# Příloha č. 14

Zahradní architektura s.r.o.  
Dělný 21  
750 10 Olomouc v Olomouci

T +420 581 296 441  
M +420 602 776 242  
www.bened.cz

**BENED**

25.03.2014

**FAKTURA - DAROVÝ DOKLAD  
č. 1087091**

DODAVATEL  
IČO: xxx xx xxx  
DIČ: CZ xxxxxxxxx

ODBERATEL  
IČO: \_\_\_\_\_  
DIČ: \_\_\_\_\_

Forma úhrady:  
Bankovní spojení:  
Číslo účtu:  
Kontaktní symbol:  
Datum vyfaktování:  
Datum uplatnění:

**Fakturováme Vám: Cena**

provedení práce dle soupisu provedených prací na akci .....

Cena bez DPH 000 000,00 Kč  
20% DPH 000 000,00 Kč  
Celkem k úhradě 000 000,00 Kč

Řečeno:  
Podpis: \_\_\_\_\_

Zároveň byl vydan

Zahradní architektura s.r.o.  
Dělný 21  
750 10 Olomouc v Olomouci

T +420 581 296 441  
M +420 602 776 242  
www.bened.cz

**BENED**

25.03.2014

**ZAKÁZKOVÝ LIST č. 802702681**

DODAVATEL  
IČO: xxx xx xxx  
DIČ: CZ xxxxxxxxx

ZAKAZNÍK  
IČO: \_\_\_\_\_  
DIČ: \_\_\_\_\_

**Popis zakázky:** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Termin dokončení: \_\_\_\_\_  
Předběžná cena: \_\_\_\_\_  
Základ: \_\_\_\_\_

**Rozsah provedené práce: Cena**

Cena bez DPH 000 000,00 Kč  
20% DPH 000 000,00 Kč  
Celkem k úhradě 000 000,00 Kč

Zakázka převzata dne: \_\_\_\_\_  
Převzat: \_\_\_\_\_  
dodavatel

Zahradní architektura s.r.o.  
Dělný 21  
750 10 Olomouc v Olomouci

T +420 581 296 441  
M +420 602 776 242  
www.bened.cz

**BENED**

25.03.2014

**PŘEDÁVACÍ PROTOKOL**

PŘEDÁVATEL  
IČO: xxx xx xxx  
DIČ: CZ xxxxxxxxx

PŘÍJÍMACÍ  
IČO: \_\_\_\_\_  
DIČ: \_\_\_\_\_

**Předmět předání je:**

provedení práce dle soupisu provedených prací na akci .....

**Předávající potvrzuje, že díla byla provedena řádně a nerykazuje žádné vady.**

Přijímající je se zakázku:  SPOKOJEN  
 ČÁSTIČNĚ SPOKOJEN  
 NESPOKOJEN

V Olomouci dne 25.03.2014

\_\_\_\_\_ předávající \_\_\_\_\_ přijímající

**BENED**

**Nabídkový list**

**OKREM NÁM ČINNOSTI** | Návrhy zahrad Realizace zahrad Vytváření zeleně | Automatická závlahová systémy Zelené práce | Údržba zeleně Zahradnické služby v zimě

Zatčení travníku výševem	od 40,- Kč/m <sup>2</sup>
Zatčení travníku dřevnatým (travní kůbce)	od 180,- Kč/m <sup>2</sup>
Pokosení travníku v moště	od 1,20 Kč/m <sup>2</sup>
Pokosení travníku křovozřezem	od 3,50 Kč/m <sup>2</sup>
Vyhrobení travníku	2,50 Kč/m <sup>2</sup>
Herbicidace travníku	od 5,- Kč/m <sup>2</sup>
Chemická odplevelení řívním - nap	2,50 Kč/m <sup>2</sup>
Chemická odplevelení travníku	2,- Kč/m <sup>2</sup>
Norkaná travstva s pokládáním	20,- Kč/m <sup>2</sup>
Síťování železho plátu (do 1 m výšky)	13,- Kč/m
Síťování železho plátu (do 2 m výšky)	30,- Kč/m
Síťování železho plátu (do 3 m výšky)	50,- Kč/m
Výsadba od- stromu s výměnou půdy a zakládáním	1.150,- Kč/ks
Výsadba keře s výměnou půdy	45,- Kč/ks
Výsadba trvalky a travní s výměnou půdy	13,- Kč/ks
Raz stromů	od 250,- Kč/ks
Zahradnická práce	200,- Kč/hoď
Konkultace - poradenství činnosti	350,- Kč/hoď
Pokosení stromu v rovině (průměr do 200 mm)	od 250,- Kč/ks
Pokosení stromu v rovině (průměr do 400 mm)	od 500,- Kč/ks
Pokosení stromu v rovině (průměr do 600 mm)	od 1.300,- Kč/ks
Odstavení palce (průměr 200 mm)	od 370,- Kč/ks
Odstavení palce (průměr 400 mm)	od 1.800,- Kč/ks
Odstavení palce (průměr 600 mm)	od 2.100,- Kč/ks
Společení zavlažovacího systému	od 400,- Kč/ks
Vypěstění závlahového systému	od 850,- Kč/ks
Doprava	od 12,- Kč/m

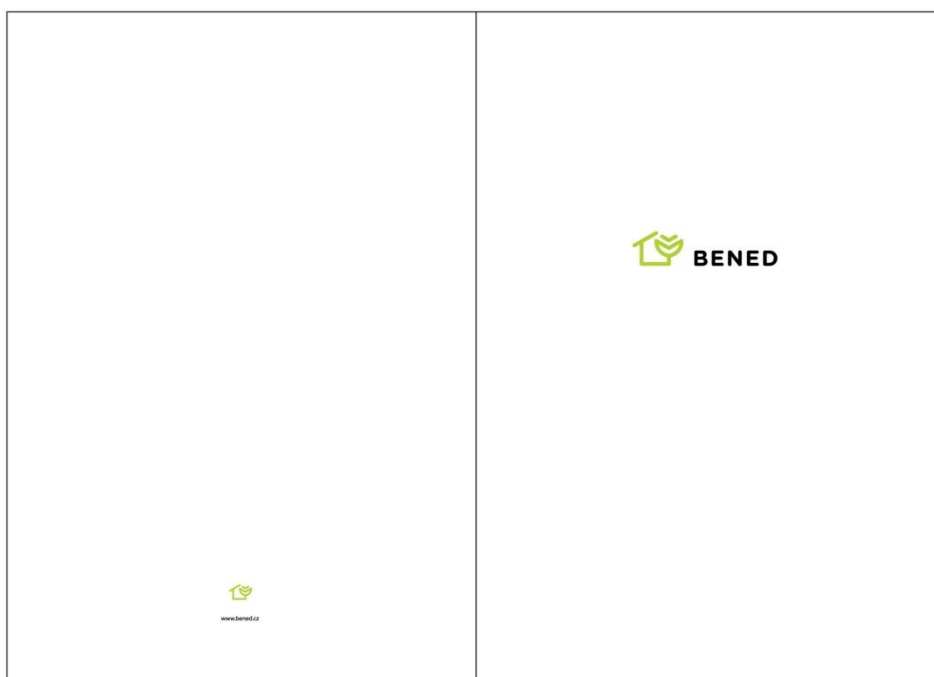
Zahradní architektura s.r.o.  
Dělný 21  
750 10 Olomouc v Olomouci

T +420 581 296 441  
M +420 602 776 242  
www.bened.cz

vlastní tvorba

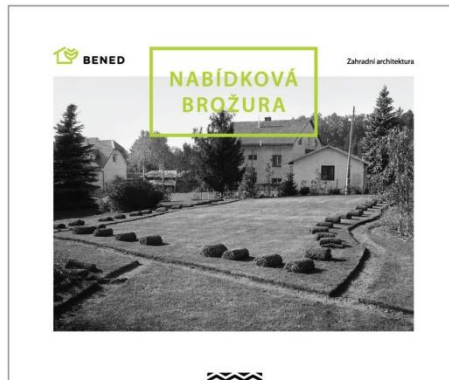


## Příloha č. 15



**vlastní tvorba**

# Příloha č. 16



**o nás**  
 Zahradní architektou se zabýváme již od roku 1997 a od té doby jsme vytvořili nepřehledně množství návrhů a realizací zahrad, veřejné zeleně, krajinných prvků, zeleně v okolí firemních sídel, příměstských objektů a komunikací.  
 Zahradní architektura je hlavní činností společnosti BENED – zahradní architektura s.r.o. Naším cílem je poskytnout kvalitní služby za příhodné ceny. Naše společnost realizuje zakázky zahradní architektury na území celé České republiky.

**návrhy zahrad**  
 Provádíme projekci sadových úprav v rozsahu: soukromé zahrady, veřejná zeleň, krajinné úpravy

**zemní a stavební práce**  
 Provádí veškeré zemní práce stavební technikou v okolí rodinných domů jako například: úklid a úprava pozemku pro stavbu rodinného domu, návrh a rozpočtování územní, sadové stavebních úbytků a výkopové zeminy, modelování terénu atd.  
 Dále provádíme výstavbu gabionových opěrných stěn a plotů, výstavbu suchých zátek, spárových stěnic/hodníků, pergol apod.

**realizace zahrad**  
 Provádíme kompletní realizace zahrad od zpracování návrhu (projektu) přes realizaci až po následnou údržbu. V rámci dohledu provádíme terénní úpravy, založení záhonů, výsadbu vzrostlých stromů, keřů, trvalek a travin, zakládání trávníků výsevem nebo pokládkou travních kobereců.  
 Rostlinný materiál na realizaci zahrad používáme z renomovaných českých i zahraničních okrasných školek nebo z vlastní produkce. Nedílnou součástí našich dodávek jsou realizace chodníků z přírodních materiálů nebo sámkové drážky, suchých zátek a gabioniů.

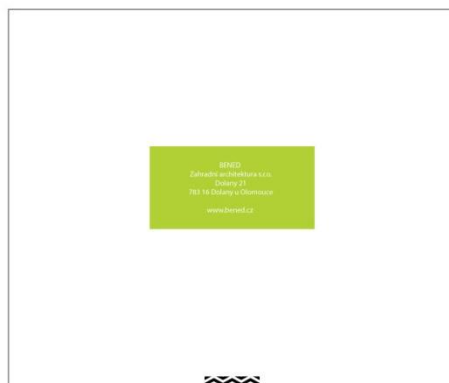
**Poskytované služby:**

- zakládání okrasných zahrad na klíč
- dodávka a výsadba vzrostlých stromů
- zakládání všech typů trávníků včetně pokládky travních kobereců
- dodávka prvků zahradní architektury (pergoly, zahradní nábytek, dílčata hřiště...)
- zahradní osvětlení
- terénní úpravy
- vrbkové zahrady

**údržba zeleně**

**veřejná zeleň**  
 Provádíme sadové úpravy veřejné zeleně pro města a obce České republiky, a také subdodávky pro stavební firmy.

**zahradnictví**  
 Našim hlavním sortimentem okrasných rostlin pro zahrady, parky i krajiny, od trvalek až po alpské stromy všech velikostí. Okrasné dřeviny nabízíme od renomovaných českých i zahraničních závodů, nebo z vlastní produkce. Dále nabízíme zákazníkům možnost kompletní okrasných dřevin a trvalek pro výsadbu svépomocí či v případě potřeby zajistí dopravu okrasných dřevin na sjednané místo.



vlastní tvorba