

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara**

**Bakalářská práce**

(Internetový obchod Tapír)

**Plzeň 2015**

**Kristýna Baboráková**

**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 WEBOVÝCH STRÁNEK**

(Internetový obchod Tapír)

**Kristýna Baboráková**

Vedoucí práce: akad. mal. Ditta Jiříčková

Katedra výtvarného umění

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Západočeské univerzity v Plzni

**Plzeň 2015**

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

Plzeň, duben 2015

.....

podpis studenta

## **OBSAH**

### **1) MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE**

### **2) TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY**

### **3) CÍL PRÁCE**

### **4) PROCES PŘÍPRAVY**

### **5) PROCES TVORBY**

- a) Webdesign
- b) Logo
- c) Písmo
- d) Barevnost
- e) Vizitky
- f) Vouchery
- g) Obálky a dopisní papír
- h) Manuál k logotypu

### **6) TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKACE**

### **7) POPIS DÍLA**

### **8) PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR**

### **9) SILNÉ STRÁNKY**

### **10) SLABÉ STRÁNKY**

### **11) SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ**

- a) Knižní a periodická literatura
- b) Internetové zdroje

### **12) RESUMÉ**

### **13) SEZNAM PŘÍLOH**



## 1. MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE

Umělecké tvorbě se věnuji již od útlého věku. Prvním doloženým úspěchem je zřejmě čestné uznání na mezinárodní soutěži Ex Libris z roku 2005, pořádané v Hlohovci (SK). Dále každoroční výstava ZUŠ Milevsko, kam jsem chodila od první do deváté třídy ZŠ. Zde jsem si uvědomila, že mě výtvarná činnost opravdu baví a bylo by moc hezké se tímto i živit, to bylo ale ještě dávno před tím, než jsem si tuto skutečnost byla schopná připustit.

Poté jsem studovala na SUPŠ v Bechyni, obor grafický design, kde jsem se seznámila s grafickými programy, především od firmy Adobe. Nikdy ale nedám dopustit na tužku a papír, kterými dodnes tvořím své návrhy. Tehdy jsem si uvědomila, že právě grafický design je to, co mě opravdu baví a chci v tomto směru pokračovat dál.

Následně jsem byla přijata na Ústav umění a designu Západočeské Univerzity v Plzni. Zde v rámci studia jsem absolvovala několik praxí, které pro mě byly velkým přínosem a ráda bych se do praktického procesu ve firmách zapojila i dobrovolně mimo rámec školy. Nepřiučila jsem se zde sice příliš mnoho nového v tvorbě jako takové, ale získala jsem například spoustu cenných zkušeností v jednání se zákazníky. Nyní vím, že vůbec není snadné přesvědčit zákazníka o kvalitě vaší práce. Do budoucna mě velice zajímá studio Lacerta v Praze, o kterém jsem se dozvěděla díky přednášce Jakuba Krče pořádané zde na naší škole, kde přednášel o vývoji typografie. Myslím, že typografie velice významně ovlivňuje celkový dojem z grafické práce, a protože si v této oblasti zcela nevěřím, ráda bych v Lacertě rozvinula své znalosti.

Díky studiu na této škole jsem získala patřičné znalosti a dovednosti, které se jistě budou lišit od samotné praxe, ale bez studia bych určitě nepochopila a neměla možnost prozkoumat různé otázky grafického designu. Především díky dějinám umění, které jsou pro mě v mnoha ohledech prozatím záhadou, jsem poznala souvislosti v kontextu historie, což jistě prospělo i k samotné tvorbě mých prací.

V současné době bych se ráda začala věnovat svému snu v podobě založení vlastní firmy a pomocí e-shopu se dostala do podvědomí širší veřejnosti, tvorbou zajímavých a originálních předmětů. A dále dostat příležitost pokračovat ve studiu magisterského programu zde v Plzni.

## 2. TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY

Mým snem od pradávna je vlastnit něco svého, popřípadě něco, co bude rozvíjet mou kreativní stránku, co bude těšit nejen mě, ale i mé okolí, na co budu moci být pyšná a v neposlední řadě, co mě bude uspokojovat i po finanční stránce. Proto jsem si jako téma mé bakalářské práce zvolila návrh webových stránek, čili e-shopu pro mou vznikající firmu, který mi jednou v budoucnosti (doufám, že co nejdříve) splní všechna výše uvedená očekávání. Víím, že to bude mým dlouhodobým projektem, za kterým je spousta práce a úsilí, ale jsem ráda, že ani má bakalářská práce neskončí jen „v šuplíku“.

Toto téma mělo dva protipóly. Z jedné strany jsem byla nadšena, že budu pracovat na mně blízkém projektu, který může dostat podobu takovou, jakou budu chtít jen já, a nikdo mi do tohoto nebude zasahovat. Zároveň mě však zneklidňovalo vědomí, že má nezkušenost na tomto poli může negativně ovlivnit zdar celého snažení. Webdesign jako takový jsem nikdy nevytvářela, proto byla tato práce velkou výzvou v oblasti objevení celkového přístupu k webdesignu i vnímání zákazníka na toto prostředí.

### 3. CÍL PRÁCE

Cílem mé práce bylo vytvoření přehledných webových stránek, kde bude pro zákazníka příjemné prostředí k nákupu. Samozřejmostí byla i nutnost vytvoření celého vizuálního stylu. I přesto, že jsem tuto podmínku v zadání bakalářské práce neměla, беру tento projekt jako vytvoření uceleného vizuálního stylu s důrazem na tvorbu webového prostředí.

Je zajímavé sledovat, kolik maličností ovlivňuje vnímání stránek. Například, že uživatelé jsou již zvyklí na určité rozestavení ovládacích prvků a není myslitelné je měnit. To jsem ale zjistila až po konzultaci s přáteli, kteří na mou stránku reagovali. Následkem toho jsem si uvědomila, že jde o práci částečně svazující, ovlivněnou spoustou pravidel nejen tvorbou layoutu, ale také práci typografickou, kterou v konečné fázi designer bohužel neovlivní, vzhledem k responsibilitě a různým druhům zařízení, na kterých jsou webové stránky prohlíženy. Jak jsem již napsala, je to můj projekt od začátku do konce. Od návrhu názvu – Tapír – (který jednoduše znamená Tašky a papír, ale nejen to. Tapír je úžasné a zajímavé zvíře, které je dokonalé svou barevností. Ta provází celý vizuál webu) po návrh loga a konečnou verzi webu.

#### 4. PROCES PŘÍPRAVY

Přípravné práce na realizaci tohoto záměru jsem zahájila průzkumem a porovnáním neuvěřitelného množství internetových obchodů, a z pohledu zákazníka jsem sledovala, jak na mě jednotlivé stránky působí, jak rychle se v nich orientuji, jaké prvky je dobré použít a jakých se případně vyvarovat. Zaměřovala jsem se tedy především na e-shopy, které nabízejí módu, doplňky a podobné produkty.

Nahlédla jsem ale i do jiných kategorií, abych pochopila celou strategii e-shopů. Toto byl opravdu zdlouhavý úkol, protože nabídka internetových obchodů v Čechách i v zahraničí je téměř nekonečná. To mě přivedlo na další myšlenku – jakým způsobem se odlišit od běžného standardu, ale stále zůstat v podobě přijatelné pro uživatele. Myslím, že více než u jakýchkoli jiných druhů webu je právě e-shop prostorem, kde musí být vše jasné na první pohled, protože pokusy o „designové vychytávky“ zákazníka spíše zmatou a odradí od nákupu. V dnešní době je zcela zřejmé, že téměř každý nosí u sebe v kapse místo talismanu pro štěstí svůj mobilní telefon. Proto bylo nevyhnutelné vytvořit i mobilní verzi webu.

Po mnoha konzultacích jsem se tedy pustila do práce na logu, samotných stránkách a doplňujících produktech. Prozatím neřeším četné rozdíly zobrazování v různých dostupných platformách, jako je Google Android, Apple iOS nebo Windows Phone.

## 5. PROCES TVORBY

### a) Webdesign

Vlastní práci na webových stránkách jsem začala skicováním, nejdříve tužkou, abych si ujasnila, co všechno každá stránka musí obsahovat, s přídatnými poznámkami. Poté jsem už v programu Adobe Illustrator rozvrhla základní rozměr stránky, její mřížku a další hlavní objekty a umístění v prostoru, čímž jsem navrhla prvotní layout. Hlavní stránka obsahuje vše podstatné – úvodní screen, kde zákazník nalezne rozklikávací menu, přihlášení, vyhledávání, košík... Dále obsahuje aktuální kolekci či momentálně běžící akce, samotné zboží a také něco o firmě Tapír. Proklikání do dalších podstran má svou mřížku, která dodržuje stejné principy. Specifická je celá sekce košíku, která je jistě nejdůležitější pro zákaznickou dobrou orientaci a jednoduchý, příjemný nákup, což je pro mě v roli prodejce významnou prioritou. Každý pohyb na stránkách by měla doprovázet horní lišta, která zaručuje skvělou orientaci na webu. Zákazník tedy bude vždy vědět, kde se nachází a k jakému kroku se může vrátit. K rychlému pohybu na stránkách je také vytvořeno tlačítko „nahoru“ v podobě šipky, která doprovází scrollování stránkou dolů, aby se zákazník mohl ocitnout v případě potřeby okamžitě na vrcholu stránky. Další prvek, který se objevuje na všech náhledech, je patka, která by měla fungovat jako „odpočinkové“ místo pro oči zákazníka. Zároveň ale obsahuje některé důležité informace. Toto místo jsem řešila rozdělením do dvou částí, aby bylo přehledné a jasné. Na jedné straně informace zákazníkovi od nás, např. kontakt, obchodní podmínky, nejčastěji kladené dotazy atd. Na straně druhé má zákazník možnost nás co nejrychleji informovat o svých přáních či připomínkách

Stránky se mi z počátku tvořily velice dobře, vždy jsem se těšila na pokračování práce. Když jsem ale začala plnit web obsahem to znamená fotkami, čerpala jsem je na různých webech jako například [www.fler.cz](http://www.fler.cz), kde jsem se snažila vybírat takové fotografie, které jsou alespoň podobné mé představě o tom, jak by výrobky měly vypadat. Víím, že toto není žádným způsobem dané v zadání bakalářské práce. Ale i na tomto mi záleželo, protože právě tyto prvky velice ovlivňují celkový vzhled webových stránek. Těším se tedy až bude web funkční a naplním jej svými výrobky a fotografiemi.

#### b) Logo

Vývoj loga započal nejdříve z tvaru těla tapíra, kreslila jsem spoustu variant, ze kterých bych mohla vycházet. To doprovázelo nepřeborné množství skic a roztrhaných papírů. Také jsem přemýšlela nad barevností těla tapíra, které je černobílé. Zjistila jsem ale, že pokud bych vycházela z přesného postavení jeho barevnosti, logo by nemohlo fungovat na žádném podkladu. Proto jsem začala vycházet z jeho hlavy, která je velmi typická jeho chobotem, tvarem lebky, ale i postavením oka a obočí. Stylizovala jsem jí do linie a umístila do kruhu.

Jak už bylo řečeno, Tapír jako značka původ tohoto názvu vznikl pouze ze slovní hříčky tašky a papír, není proto nutné toto podporovat opravdovou (nebo stylizovanou) formou tapíří hlavy. Tato varianta po několika konzultacích neměla úspěch. Bylo přirovnáno k vizuálu zootery, toho jsem se chtěla vyvarovat, aby zákazník nenabyl dojmu „přehnaně zvířecího“ jako by stránky nabízely potřeby pro chovatele, proto jsem se tedy vydala novou cestou.

Stávající logo je koncipováno jako předešlé do kruhu, je odvozeno od použitého písma minulého loga Sansita One, viz kapitola c) Písmo. Volila jsem písmeno „t“, což vyplývá ze jména firmy a pod samotným logotypem, tedy malým t v kruhu je napsán celý název Tapír. Po stranách toto doprovází body, které upevňují slovo v prostoru. Logo mi připadá více nadčasové, moderní a čistější než původní verze. Je i mnohem variabilnější např. místo slova Tapír může obsahovat názvy kategorií na e-shopu a kruh tvoří skvělý doplňující prvek. Jsem spokojená s tím, že jsem učinila toto rozhodnutí změny logotypu.

#### c) Písmo

Písmo, které se bude vyskytovat jak na webových stránkách, tak v celém doprovodném vizuálním stylu, je font Roboto. Jeho rodina je široce zastoupena množstvím řezů, což velmi usnadňuje jeho použití. Písmo navrhl Christian Robertson. Font má mechanický skelet a jeho formy jsou spíše geometrické, obsahuje však i otevřené křivky. Je dobře čitelné díky šířce každého písmene, podobně jako to bývá typické pro humanistické a serafové fonty.

Dále je v logu obsaženo písmo Sansita One, které na mě působí velice zajímavě. Je propojením mezi typografií a kaligrafií a jeho velkou předností je velmi dobrá čitelnost. A autorem je Pablo Cosgaya.

Oba dva fonty jsou z archivu Google fonts a měly by tak být dobře použitelné jak v internetovém prostředí, tak i tištěné verzi.



#### d) Barevnost

Barva je velmi důležitým faktorem vizuálního stylu. Vzhledem k názvu e-shopu je barevnost zcela jednoznačná - černá a bílá (stupně šedi). Celý vizuál je propojen dalšími fotografiemi, které rozvíjejí barevnost do neomezených škál.

Jako doplňkovou barvu jsem zvolila světle tyrkysovou. Vybírala jsem opravdu dlouho ze všech škál a dostupných vzorníků. Tato barva mi jako doplnění černobílé varianty připadá nejadekvátnější. Upoutá jistě pozornost, je optimistická, povzbuzuje a má komunikativní schopnost, proto jsou jí vyznačeny důležité ikony pro zákazníky (slevy, košík, atd.) Barevnost celého prostředí webu se bude měnit podle aktuálních kolekcí, ročního období a dalších ovlivňujících faktorů (svátků - Valentýn, Halloween, Vánoce...)

#### e) Vizitky

Vizitky jsem chtěla pojmout velmi čistě a elegantně. Měl by zde být pouze logotyp a nejdůležitější kontaktní informace, které jsou pro vizitku nezbytné. Na standardní velikost vizitky (pro Českou republiku), jsem se snažila umístit jednotlivé údaje a prvky tak, aby dodržovaly jednotu s webovými stránkami. Ty jsou tvořeny na střed, pro lepší upoutání pozornosti zákazníka, i vizitky jsem tedy řešila tímto způsobem.

Vizitky mají několik variant viz kapitola 13. seznam příloh

#### f) Vouchery

Voucher jsem tvořila obdobně jako vizitku. Myslela jsem při tom na fakt, že pokud dává tuto kartičku někdo jako dárek nebo pozornost, je důležité, aby zaujal a udělal radost už jen svou vizuální podobou, nejen svou nominální hodnotou. Voucher má tedy vlastní pouzdro, ze kterého se po otevření vyjme. Podle mě působí uceleně a dle názoru mých vrstevnic by takový dárek rády dostaly.

#### g) Obálka a dopisní papír

Obálku jsem chtěla pojmout velmi jednoduše, aby byla věcná, neimponovala zbytečnými prvky a hodila se ke zbytku vizuálního stylu. Proto jsem na přední část obálky umístila logo a na zadní stranu kontaktní informace a znovu opakující se značku. Vnitřek obálky je potištěn strukturou tvořenou z písmene t, která se objevuje i u dalších tištěných materiálů (vizitka, voucher, atd.)

Dopisní papír je pojat také čistě, v horní části je umístěn logotyp. Následuje prostor pro samotný text, který je rozčleněn podle mřížky a vyveden lehce k pravé straně. To dává koncepci dopisního papíru prostor a působí tak vzdušně a neotřele. Ve spodní části stejně jako na dopisní obálce jsou kontaktní údaje, které od zbytku plochy odděluje linka, která se objevuje v dalších částech vizuálního stylu (např. webové stránky)

## 6. TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKACE

Webové stránky jsem navrhovala v programu Adobe Illustrator, ve kterém tvořím nejraději. Díky jeho prostorovému uspořádání jsem měla spoustu místa a mohla tak kombinovat a pozorovat zdali je celý vizuál jednotný a ucelený. Web je navržen v rozlišení 1366 x 768 px a to vzhledem k absenci jakýchkoli kvalitních fotek. (jak jsem již zmiňovala, použité fotografie nejsou mým vlastnictvím) Webové stránky jsem navrhovala v barevném prostředí RGB, ostatní tiskový materiál logicky v prostředí CMYK Coated Fogra 27, což je stejně jako PDF/X-1a evropskou státní normou pro zachování barev a jednotlivých vektorových objektů. Vzhledem k tomu, že vizitky i ostatní materiály jsou tištěny na speciální papíry, využila jsem možnost zhotovit je zde na školní tiskárně. Stejně tak jsem využila zdejší prostředky pro nanesení barev na textil.

Názvy užitých písem jsou tedy Roboto a Sansita One (kapitola 5. Proces tvorby, c) Písmo). Barva písma především na webových stránkách je užitá

CMYK: 67/59/55/37 nebo také 0/0/0/80,

RGB: 77/77/77/ nebo také 87/88/90

Hlavní barva černá CMYK: 0/0/0/100, RGB: 26/23/27

A barva bílá CMYK: 0/0/0/0, RGB: 255/255/255

Doplňková barva vizuálního stylu je světle tyrkysová

CMYK: 54/0/28/0, RGB: 125/199/192

## 7. POPIS DÍLA

Výsledkem mého díla je webdesign. Zcela nové zpracování webových stránek s novým pojetím prostoru v kontextu moderních designů webů, doplňující o další rozsah, jako je logo a další propagační materiál.

Webová stránka se drží uceleného řádu, na který jsou zákazníci e-shopu zvyklí a který je uživatelsky přátelský. Ovládací prvky - především lišta a další ikony - zůstávají na stejných nebo dobře očekávatelných místech, aby se zde zákazník cítil příjemně a neměl nikdy pocit zmatku či ztráty orientace na stránce. Proto jsou nejdůležitější informace, které by mohl zákazník potřebovat rychle najít, umístěny v prostoru středového pole, které zaujímá největší pozornost (především podstrany, jako je košík, kontakty, vyhledávání, přihlášení a další).

Snažila jsem se vytvořit i verzi pro mobilní telefony. Jak jsem již uváděla, nezaobírala jsem se složitou otázkou různých platforem. Tato verze si vyžádala úpravy webu pro přizpůsobení poměru stran a také k redukci ikon, které zřejmě nebudou na maloformátových displejích využívány.

Logo je řešeno do kruhové kompozice, vzhledem k tomu, že se mi s tímto tvarem nejlépe pracovalo, je vhodné jak pro umístění v prostoru, tak na doplňkové produkty, jako např. placky, nášivky či razítka. Přemýšlela jsem nad užitím loga do daleké budoucnosti a kompozice kruhu se mi jeví jako jednoznačně všestranná. Nehledě na to, že již v antice byl kruh považován za dokonalý symbol jednoty, počátku existence a spojení s božskou podstatou (Pantheon). Volba jednoduchých a čistých tvarů pro mě byla jednoznačná. Vzhledem k tomu, že mé webové stránky by se možná daly označit jako flat design, logo i web se dobře

doplňují

a vzájemně tvoří celek.

Ovšem obě dvě fáze Logo i Web samy o sobě tvoří silný designový prvek, snadno zapamatovatelný a uchopitelný. Snažila jsem se vycházet z nynějších trendů, které se objevují nejen ve webdesignu, ale například i v mobilních aplikacích.

## 8. PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR

Ve své práci jsem se snažila docílit přehledného, moderního webdesignu e-shopu. Nechci být přehnaně kritická, ale zdá se mi, že v českých zemích se podobné e-shopy zatím příliš nevyskytují. Jistě sem proniká velká snaha o redesign stránek, ale spíše v zahraničí se vyskytují designově pěkné práce. Jistě vizuální stránka ovlivňuje to, jak obchod vydělává a prosperuje, proto doufám, že se mi podařilo přistupovat k práci inovativně a pro zákazníka co nejpříjemněji, ne nadarmo je náš zákazník naším pánem. Doufám, že se mi také podaří povzbudit malé vznikající firmy velice šikovných lidí ve zjištění, že sny se dají plnit i bez toho, aby byl člověk jen součástí ohromné korporace, ale i tvorbou toho, co jej baví a zajímá. Jak moc je projekt úspěšný se dozvím až s odstupem času v podobě reakcí návštěvníků mých stránek.

## **9. SILNÉ STRÁNKY**

Mezi nejsilnější vlastnosti své práce řadím čistý, přehledný design, který si vypůjčuje svou podobu z filozofie flat designu, působí příjemně, snadno se v něm orientuje a pro zákazníky je snadno uchopitelný. Jsem spokojená s barevným řešením stránek, neboť věřím, že působí profesionálním, řekla bych až luxusním dojmem. Totéž by se dalo říci i o logu firmy, které vychází z jednoduchých tvarů a typografie, což je nadčasová kombinace.

## **10. SLABÉ STRÁNKY**

Vzhledem k tomu, že stránky nejsou naprogramovány a s žádným programátorem jsem dosud nejednala, nemohla jsem návrh opřít o konkrétní systémové požadavky. Až zadám programování kodérovi, bude nutno práci společně konzultovat a je možné, že budou nutné úpravy některých částí webu pro finální funkční podobu.



## 11. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### a) 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.

AMBROSE, G., HARRIS, P. Layout: velký průvodce grafickou úpravou. Brno: Computer press, 2009. ISBN 978-80-251-2165-8.

Mc NEIL, P., Inspirativní webdesign. Brno: Computer press, 2011. ISBN 978-80-251-3517-4.

HEALEY, M., Design loga. Brno: Computer press, 2011. ISBN 978-80-251-3608-9.

SEDLÁK, M., MIKULÁŠKOVÁ, P., Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod. Brno: Computer press, 2012. ISBN 978-80-251-3727-7.

JANOUCHEK, V., Internetový marketing. Brno: Computer press, 2014. ISBN 978-80-251-4311-7.

b) internetové zdroje

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

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

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

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

## **12. RESUME**

I have learned a lot during the creative proces. I have never done anything similar and I am glad that I have tried webdesigning on my own project. I believe it had a significant effect on my creative perception. The bachelor thesis gave me an oportunity to make a leap of faith and it constantly obliged me to finish my work. Personally, I am quite satisfied with the result. I hope I managed to create a functional website environment as well as a strong, functional logo that will be easily remembered and my customers will grow fond o fit. Only time will have an anwer to this.

The whole content of my bachelor thesis is primarily webdesign, brand design accompanied by business cards, vouchers, discount coupons, envelopes, note-paper and other advertisement products, such as bags, t-shirts or badges.

### **13. SEZNAM PŘÍLOH**

1. Návrh loga
2. Návrh loga
3. Návrh webových stránek
4. Návrh loga, první verze
5. Návrh loga, druhá verze a konečná podoba loga
6. Vizitka
7. Obálka
8. Dopisní papír
9. Vouchery a slevové kupóny
10. Papírové tašky
11. Dokumentace propagačních materiálů
12. Tílko a tričko
13. Plátěné tašky
14. Placky
15. Použité písmo
16. Barevnost logotypu
17. Hlavní strana internetového obchodu
18. Menu a vyhledávání
19. Ukázka produktu
20. Košík
21. Kontakt, O nás, Patka

Příloha 1: Návrh loga, kresba tužkou a fixem

tapír

tapír™  
tapír

tapír

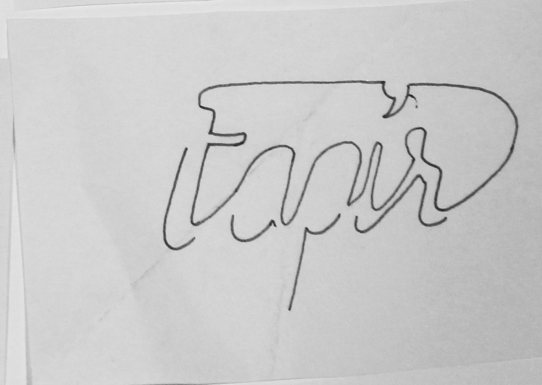
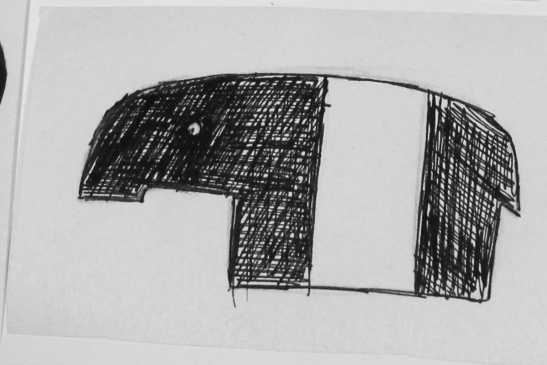
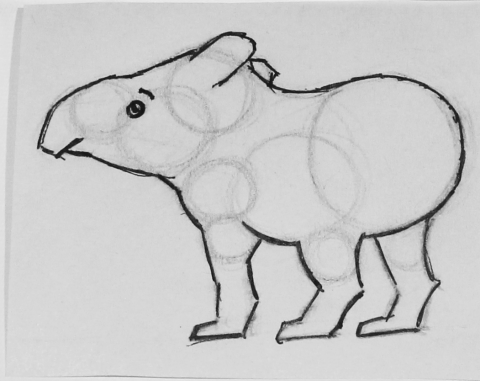
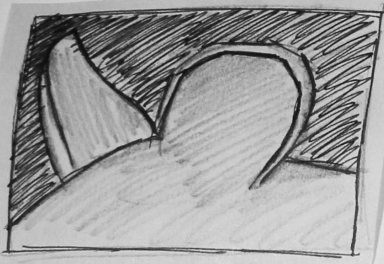
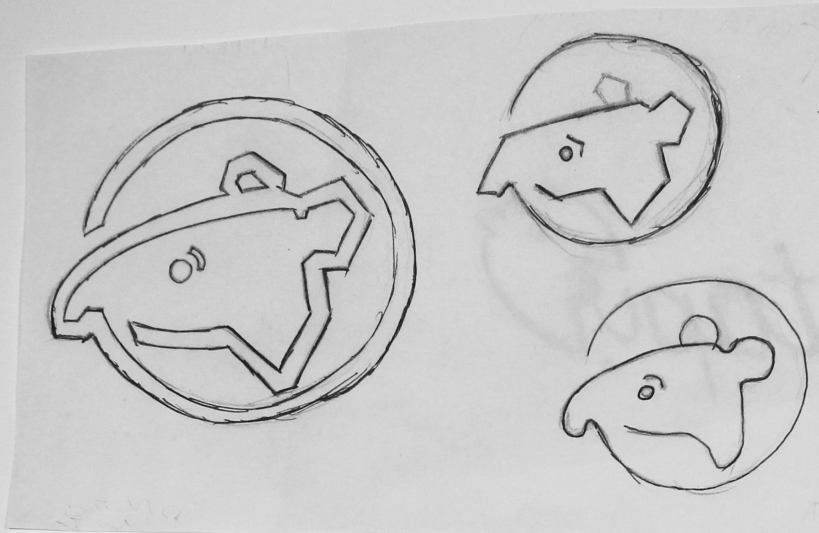
tapír  
SHOP

Tapír  
Shop

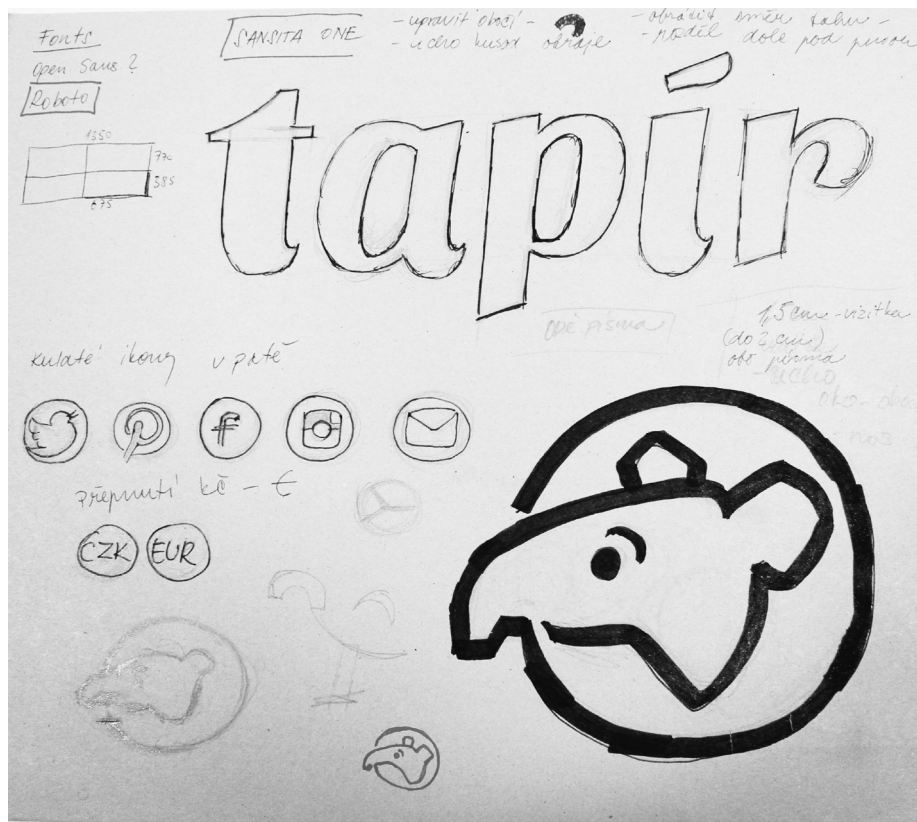
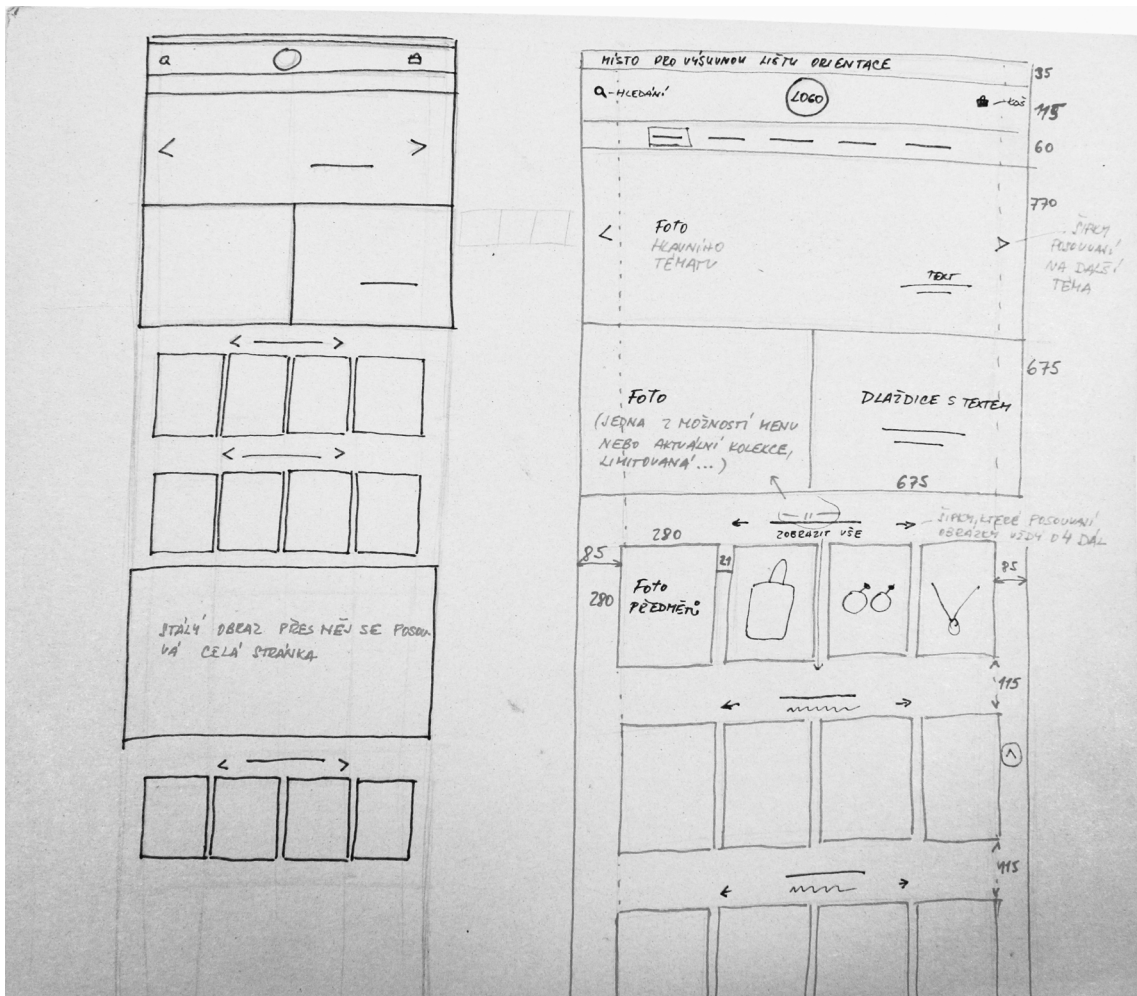
tr



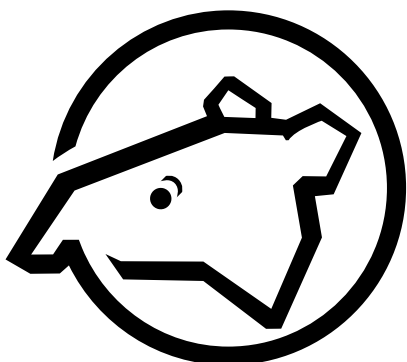
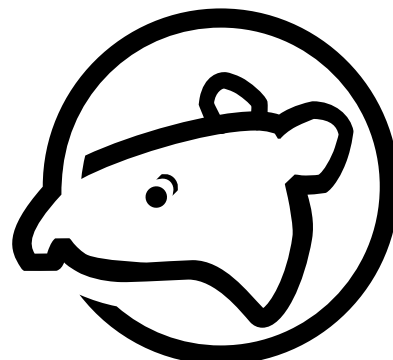
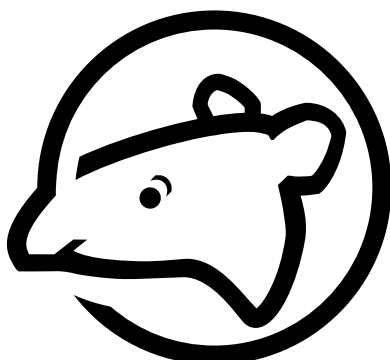
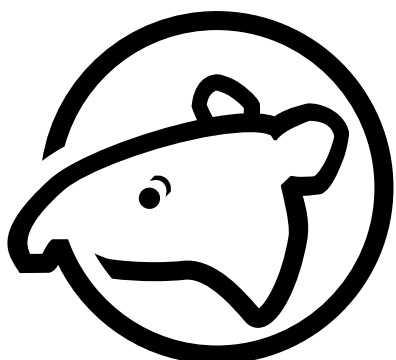
Příloha 2: Návrh loga, kresba tužkou a fixem



### Příloha 3: Návrh webových stránek



Příloha 4: Návrhy loga, první verze, Adobe Illustrator

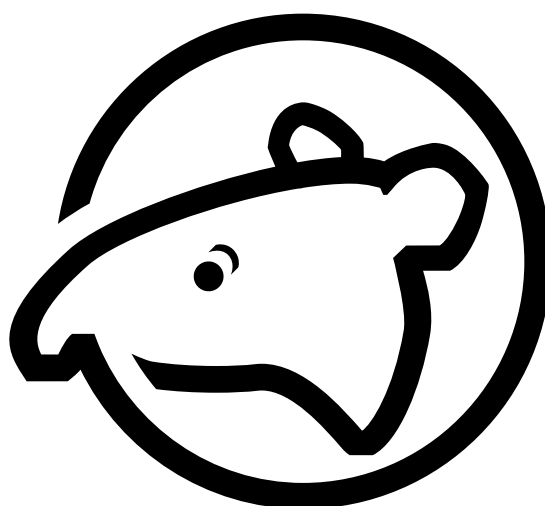


***tapír***

TAPÍR

*tapír*

***tapír***



***tapír***



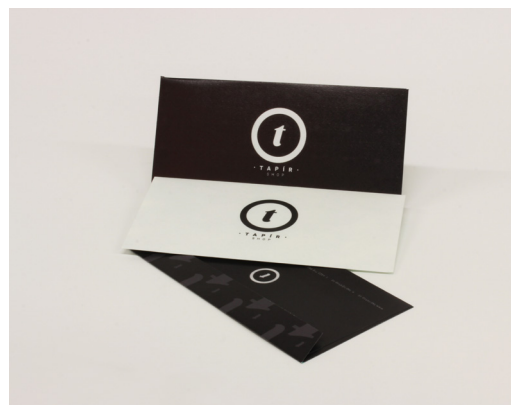
Příloha 5: Návrhy loga, druhá verze a konečná podoba loga, Adobe Illustrator



**Příloha 6: Vizitka, vlastní foto**



## Příloha 7: Obálka, vlastní foto



## Příloha 8: Dopisní papír, vlastní foto





**Příloha 9: Vouchery a slevové kupóny, vlastní foto**



**Příloha 10:** Papírové tašky vlastní foto



**Příloha 11:** Dokumentace propagačních materiálů, vlastní foto





Příloha 12: Tílko a tričko, vlastní foto





Příloha 13: Plátěné tašky, vlastní foto



Příloha 14: Placky, vlastní foto



## ***Sansita one***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

***0123456789***

***?!:@&€\$#***



Roboto

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

?!:@&€\$#

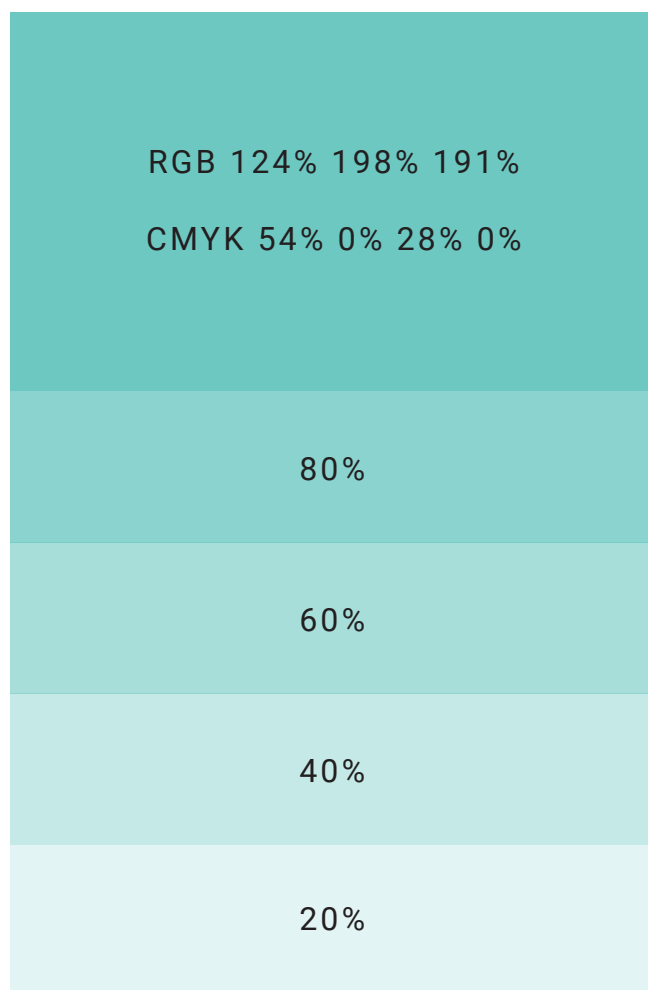
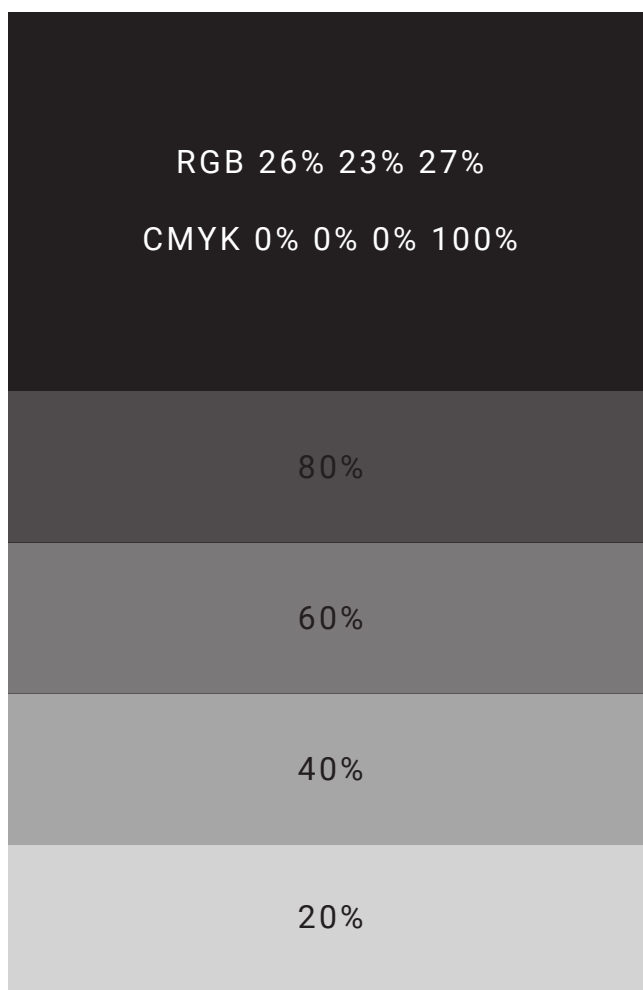
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**0123456789**

**?!:@&€\$#**

**T A P Í R**  
**S H O P**

## Příloha 16: Barevnost Logotypu

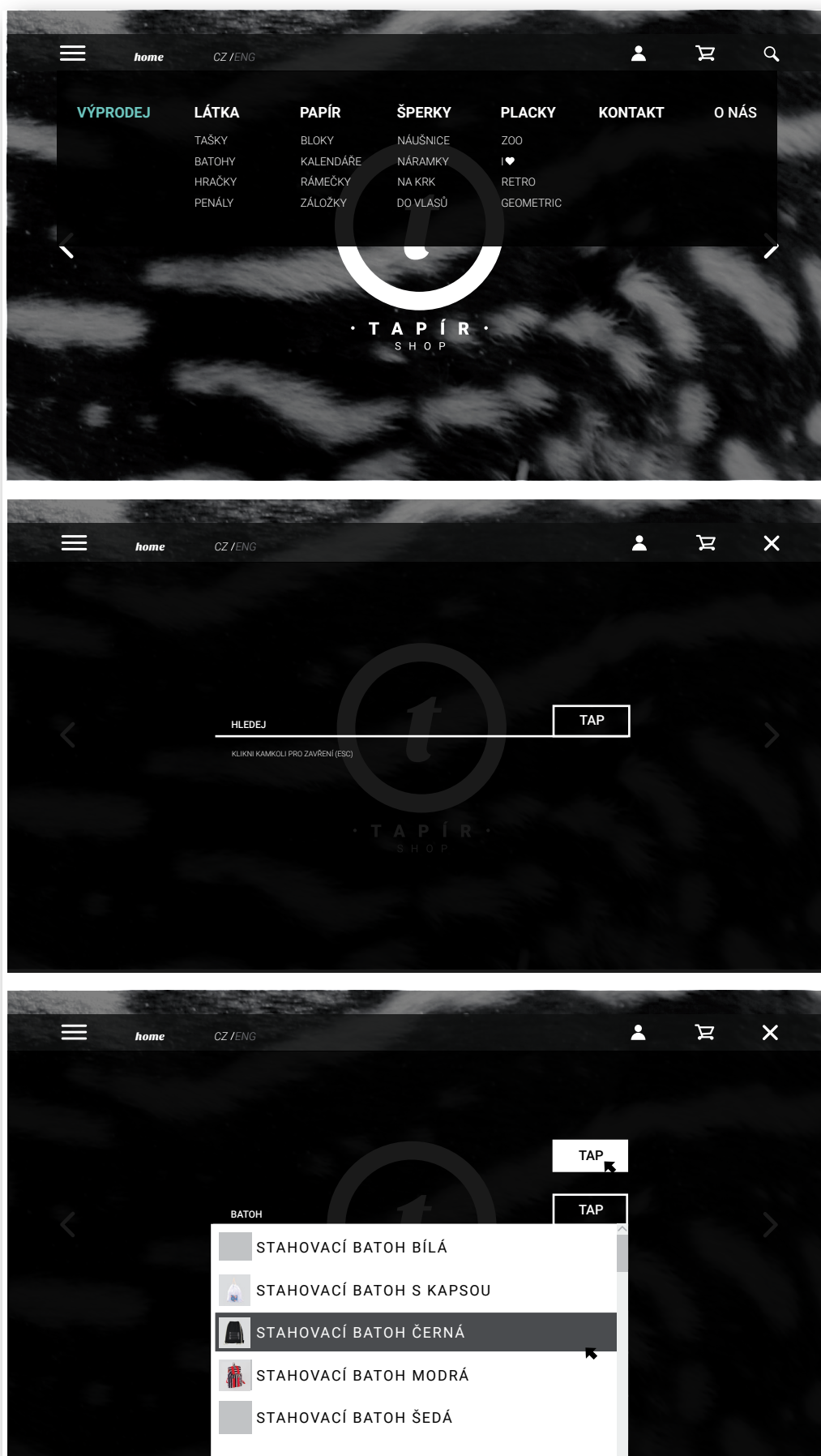




## Příloha 17: Hlavní stránka internetového obchodu



## Příloha 18: Menu a vyhledávání



## Příloha 19: Ukázka Produktu


home CZ / ENG LÁTKA BATOHY STAHOVACÍ BATOHY

home

home

home

home



< >


249 Kč

**DO KOŠÍKU**

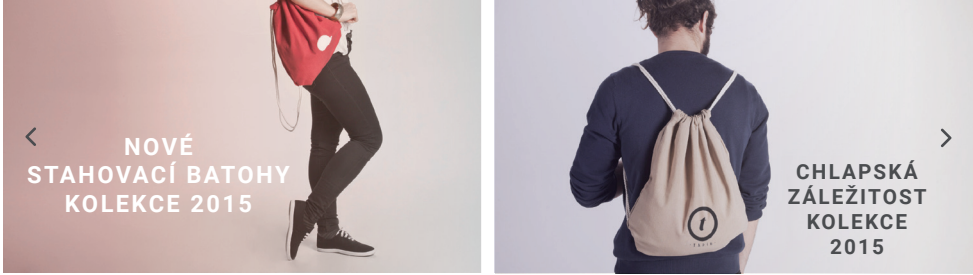
Nostalgický design a prvotřídní kvalita zpracování s důrazem na detail, která tomuhle krasavci dovoluje nasažení do plné páně, takže se skvěle hodí na široká záda odlehčeného dobrodruha i na křehká ramínka slečny v různých šatech

**MATERIÁL:** 100% bavlna  
**ROZMĚRY:** 35 x 80 cm

MOHLO BY SE VÁM LÍBIT



PROHLÍDNĚ SI DALŠÍ KOLEKCE



**NAJDETE NÁS**

f t i p e

O NÁS

KONTAKT

OBCHODNÍ PODMÍNKY

NEJČASTĚJŠÍ DOTAZY

tapirshop.cz

**RYCHLÁ ZPRÁVA**

NAPIŠTE NÁM, CO VÁS ZAJÍMÁ!

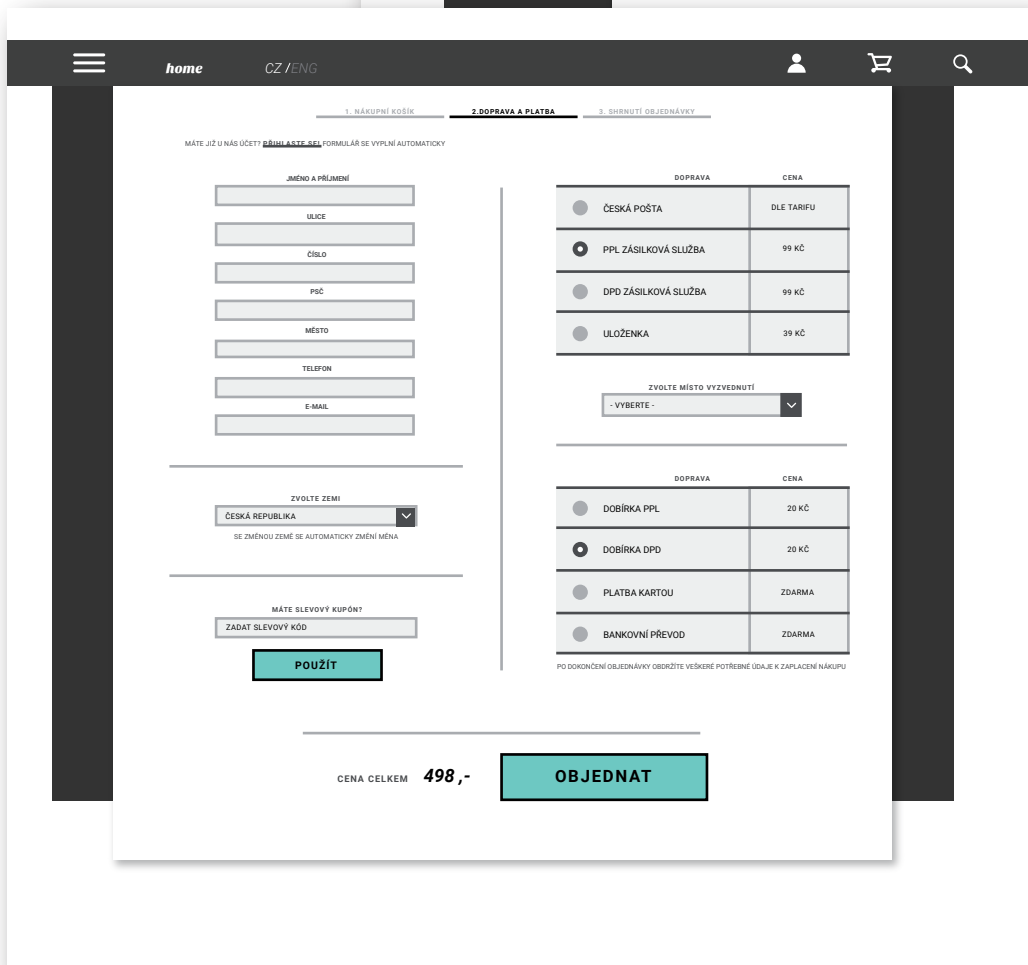
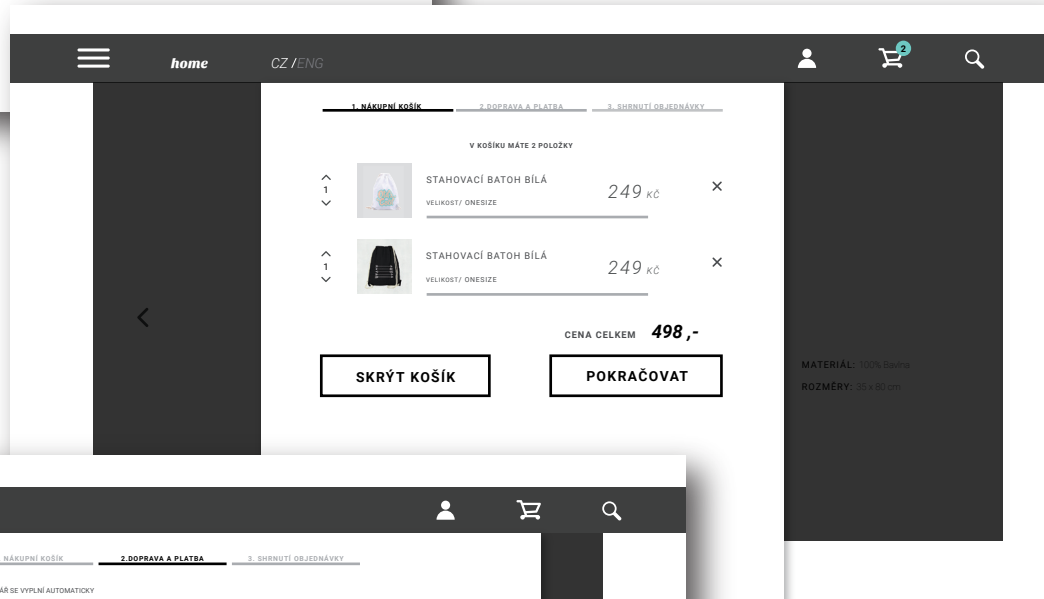
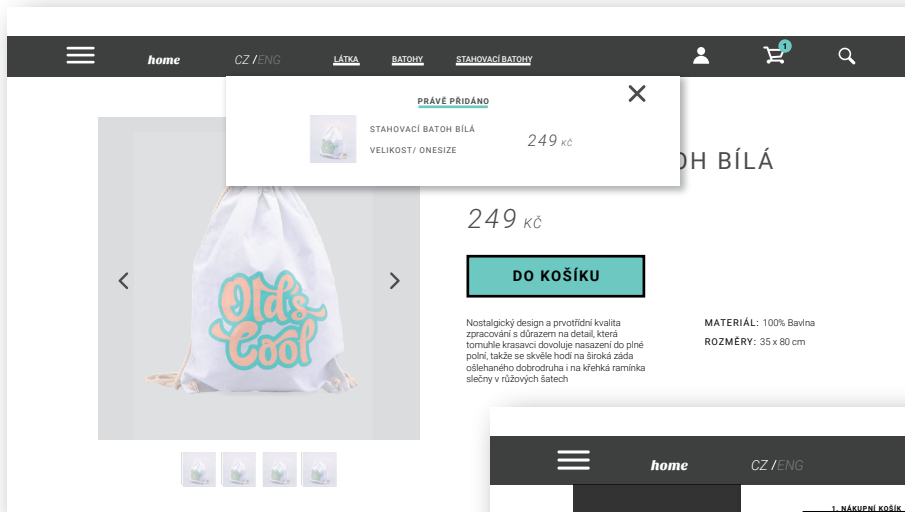
JMÉNO A PŘÍJMENÍ

E-MAILOVÁ ADRESA

VAŠE ZPRÁVA

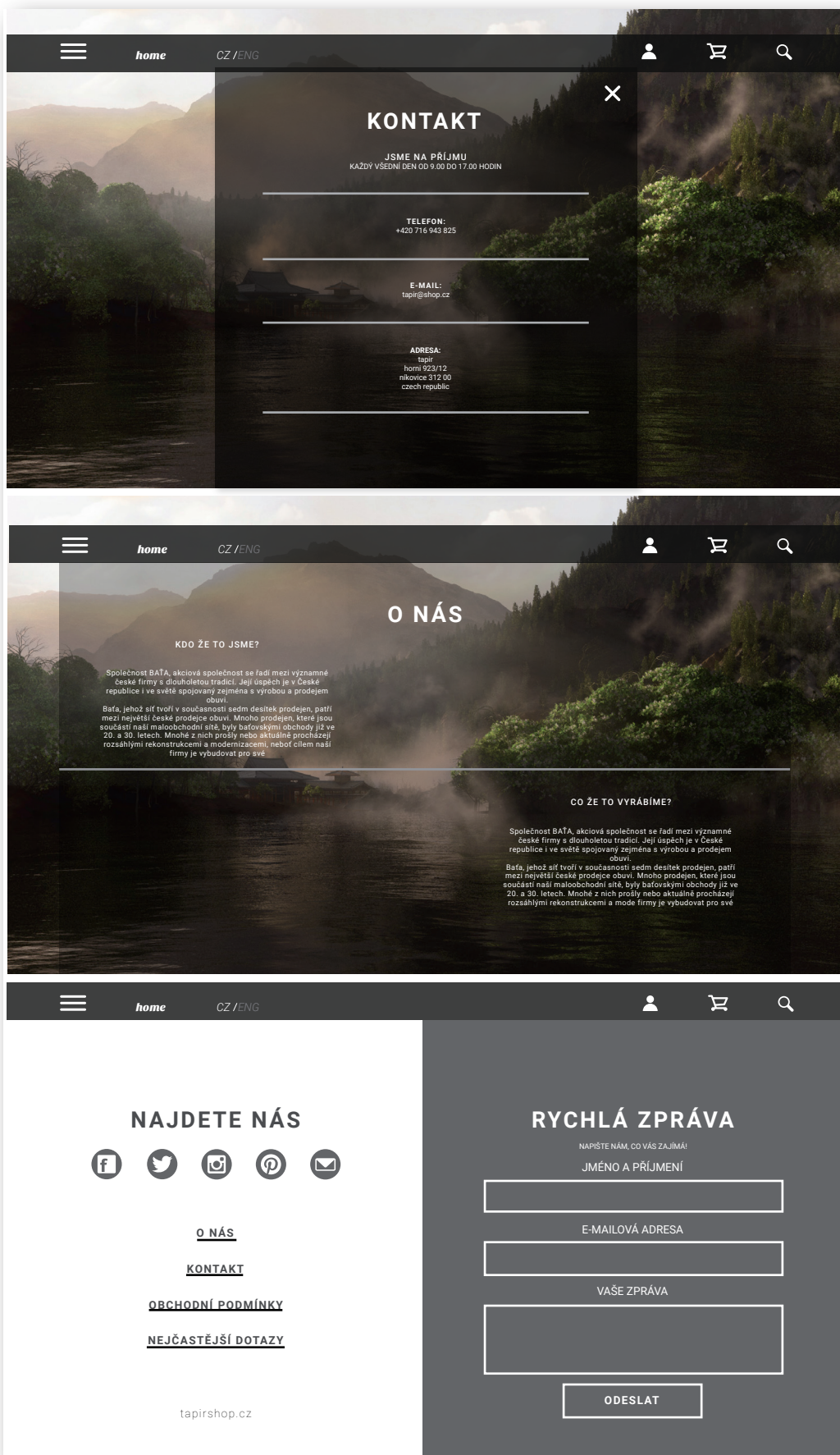
**ODESLAT**

## Příloha 20: Košík





## Příloha 12: Kontakt, O nás, Patka





• **T A P Í R** •  
S H O P

