



Protokol o hodnocení bakalářské práce

**Název práce: NÁVRH ZNAČKY A GRAFICKÉ ZPRACOVÁNÍ
OBCHODNÍCH TISKOVIN (MALÉ FIRMY)**

Práci předložila studentka: Barbora Čebišová

**Studijní obor a specializace: Ilustrace a grafika,
specializace Grafický design**

Posudek oponenta práce

Práci hodnotil: MgA. Mgr. Pavel Švejda

1. Cíl práce (a jeho naplnění):

Cílem bylo vytvoření základu jednotné vizuální identity pro rodinnou firmu v podobě návrhu grafické značky a návrhu grafického řešení obchodních tiskovin. Autorka chtěla vytvořit nadčasové spíše konzervativní logo, které by se dobře uplatnilo také jako spodní značka na podední porcelánových výrobků. Cíl se vesměs podařilo zdárně naplnit.

2. Technologická specifika (technická inovace):

Barbora Čebišová přistoupila k tvorbě standardním způsobem, tedy svou práci započala rešerší a analýzou potřeb subjektu. Poté navrhla varianty názvu firmy, ze kterých vybrala, podle mého názoru správně, název v podobě příjmení majitele firmy. Pomocí pojmové mapy a skicování návrhu pro grafickou značku se dopracovala k symbolu koruny. Grafickou stylizaci volila tak, aby byla značka aplikovatelná také v malé velikosti na podední porcelánu.

3. Přínos práce pro daný obor

Symbol koruny je v tomto oboru až stereotypní, proto je při tvorbě nové značky nutné tento znak vyhotovit dostatečně odlišně od ostatních grafických značek, které korunu využívají. Nelze říci, že by autorkou navržená značka toto nesplňovala, přesto musím podotknout dvě věci. Stylizace motivu

koruny a kresba zvoleného písma mohla být ve větší jednotě, přesněji řečeno stylizace koruny mohla být více v charakteru písma, pak by celkové vzezření kombinované grafické značky vypadalo o stupeň lépe. Druhou věcí je viditelné velké M skryté v kresbě koruny, výrazněji vnímatelné především při užití značky bez své typografické části. Divák má pak pocit, že značka musí náležet subjektu, jehož název začíná písmenem M. To zde však tak není.

4. Silné stránky díla

Užití zlaté barvy a rastru z grafické značky považuji ve vztahu k oboru podnikání firmy za správný krok. Celkový dojem ze ztvárnění vizuální identity je kladný.

5. Slabé stránky díla

Již jsem zmínil určité rezervy, které má grafické zpracování loga. Dále mám určité nejasnosti ohledně užitého písma. Autorka píše, že výběr použitého písma podmínila mimo jiné potřeba znaků pro azbuku, protože firma exportuje především na východní trh. Zda na základě tohoto vybírala písmo Heuristika užitá v logu a nebo písmo Helvetica, které je užitá na všech tiskovinách (popřípadě obě), není zcela jasné. Myslím si, že po stránce charakteru kresby písmových znaků, ve prospěch jednoty celého návrhu vizuální identity, by bylo vhodnější v tiskovinách používat serifové písmo Heuristika. Písmo Helvetica je sice univerzální, ale v tomto případě jeho užití vnímám ku škodě. Dále nevnímám katalog (nabídkové listy) a webové stránky jako zcela hotové. Obojí působí možná příliš prázdně. Zmíním také detail – užití grafické značky bez své typografické části na razítku – zde nerozumím důvodu nepoužití kompletního loga.

6. Hodnocení a navrhovaná známka (výborně, velmi dobře, dobře, nevyhovět):

Celkově práci hodnotím jako zdařilou, avšak s určitými rezervami, které by bylo vhodné vytříbit. Proto navrhuji hodnotit známkou:

v e l m i d o b ř e

Datum: 20. května 2015

Podpis: Pavel Švejda

